



BALANCE
green and stable

Зелени практики интегрирани
в бизнеса

България



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ПРОЕКТЪТ

Договор	2020-1-KA204-079048
Програма	Erasmus +
Ключова дейност	Сътрудничество за иновации и обмен на добри практики
Дейност	Стратегически партньорства в областта на образованието
Кратко име на проекта	BALANCE
Пълно име на проекта	BALANCE - Green & Stable - Обединяване на устойчивостта и действията в областта на околната среда за по-добро бъдеще
Начална дата на проекта	01.11.2020
Продължителност на проекта	24 месеца
Крайна дата на проекта	31.10.2022
Проектна дейност (А)	Репорт: Зелени политики и финансова устойчивост – анализ на добри практики
Заглавие на документа	А3. Национални резултати и репорти
Автор	Сдужение „Вдъхнови България“

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Настоящият документ отразява само възгледите на автора и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на съдържащата се в него информация.

Съдържание

За проекта	4
Цели и начин на провеждане на проучването	5
МСП в националния контекст	5
Национални и други инициативи	8
Списък с референции, линкове	9
Зелена практика 1 – Бутилирана вода без етикет	10
Зелена практика 2 - Екологични в своята основа	13
Зелена практика 3 - Smart Farming - Внедряване на иновативна дигитална система в земеделското производство	17
Зелена практика 4 – “Еко работодател” за 2019 Пощенска банка създава различни инициативи и “Зелен борд”	20
Зелена практика 5 - ИТ компания преминава към алтернативи с нулев отпадък	25
Заклучения и препоръки	30

За проекта

Необходимостта от действия по отношение на климата и устойчиво управление на ресурсите е по-важна от всякога. Зеленият пакт, представен от Европейската комисия на 11 декември 2019 г., поставя за цел Европа да бъде неутрален по отношение на климата континент до 2050 г. Зеленият пакт адресира непосредствената необходимост от конкретни действия, които да подпомогнат кръговата икономика, спомагаща за намаляването на емисиите на CO₂, да трансформират енергийната индустрия, да насочат производството към по-екологични процеси и много други.

Пътят на преминаването към неутрален по отношение на климата континент ще постави пред нас нови предизвикателства. Едни от най-потърпевшите са малките и средни предприятия (МСП), които играят съществена роля за постигане на по-екологична икономика, както е посочено в Зеления План за Действие.

Предстоящите регулации, базирани на Зеления пакт, са изключително необходими, но също така налагат промяна на много от традиционните бизнес модели. В последното десетилетие малкият бизнес се бореше да се възстанови от финансова криза, а сега е изправен пред различни трудности във време на глобална пандемия. Бизнесът е силно затруднен да се адаптира достатъчно бързо към настъпващите промени.

Най-потърпевши са МСП и микро-МСП, където процесите по управление на промяната са затруднени поради недостатъчните финансови или човешки ресурси, както и липсата на устойчивост и опит.

BALANCE е проект, който се основава на ключови точки от Зеления план за действие за МСП, за да комбинира добри практики в ЕС и да ги подкрепи с финансови знания. Това ще позволи създаването на ценна обучителна програма, базирана на ECVET за трансформацията на малкия бизнес към по-екологични процеси, без да се налага да жертват финансовата си устойчивост и да им позволи да запазят служителите си.



Balance има за цел да разработи и предостави на мениджмънта на МСП новаторска програма, базирана на ECVET, която ще им помогне да трансформират операциите си към по-екологични и едновременно с това да подобрят своята финансова грамотност и да повишат екологичната си осведоменост. Проектът е насочен към ключовия приоритет на ЕС, свързан с екологичните и климатичните цели. Осигуряването на подкрепа на хората и обществото като цяло в придобиването и развитието на основни умения и ключови компетенции е хоризонталният приоритет, който стои в основата на този проект.



Цели и провеждане на изследването

Основното предназначение на изследването е да открие и проучи успешното приложени зелени практики в различни български компании. Една от основните цели е да се покаже разнообразен набор от мерки, доказани като ефективни в контекста на националния бизнес, и да се повиши екологичната осведоменост. Това изследване се фокусира върху компании, които са внедрили в своите операции и процеси зелени практики и / или са преминали към по-екологичен начин на работа.

Провеждането започна като проучване на най-големите компании в България и тяхната дейност. Всички организации с международно седалище бяха изключени, за да се запази фокуса върху политиките, създадени и внедрени на национално ниво. Едновременно с това бяха проучени всички конкурси за зелени награди и се свързахме с всички наградени компании. На този етап селектирахме около 15 български организации с устойчива политика и доказани зелени практики. Изключихме компаниите, които провеждат зелени практики само под формата на събития или дарения за зелени каузи.

С всички тези организации беше установен контакт по имейл или телефон, за да получим по-подробна информация и разяснения. Поради създалата се извънредна ситуация в следствие на COVID-19, срещнахме трудности при свързването с мениджмънта по телефон или имейл. По време на проучването избрахме пет компании, които отговарят на повечето от нашите критерии. С две от тях бяха проведени видео интервюта с отдела за устойчиво развитие, човешки ресурси и маркетинг, с други две проведохме телефонни интервюта, а за петата избрана компания събрахме информацията чрез интернет, използвайки техния уебсайт, а по-късно потвърдихме събраните от нас данни с техния PR отдел.

МСП в националния контекст

Българската икономика е силно зависима от резултатите на МСП. Данните за 2018 г. показват, че 19,6 милиарда евро са общата добавена стойност, дължаща се на бизнес операциите на МСП, която се равнява на 65% от общата добавена стойност в България.¹ През 2019 г. в страната са регистрирани 419 681 работещи на пазара нефинансови организации, 418 922 от които са наели до 250 служители (един от критериите за класификация на МСП). Най-голям дял имат компании с по-малко от 10 заети лица – общо 388 980. МСП са наели 1 652 870 души през 2019 г., което е почти 75% от общата заетост в България.² Тези цифри правят МСП изключително важни за икономическите резултати на България.

Докладът на SBA за 2018 - 2019 г. посочва, че по отношение на екологичните показатели МСП в България се представят под средните за ЕС. От 2015 г. има спад от 6% на публичните средства по програми от структурни фондове, насочени към МСП, които внедряват дейности за ефективно използване на ресурсите. Увеличава се делът на МСП, получили публична подкрепа за производството на зелени продукти (9% за периода 2014-2018 г.), но все пак българските МСП имат един от най-ниските нива сред страните от ЕС за предлагане на зелени продукти.

В доклада за Екоиновации също се посочва, че България се представя почти 3 пъти под средното за ЕС³. Голям процент от организациите обаче са регистрирани по ISO 14001. Всички показатели за производителност на ресурсите отбелязват изключително нисък индекс, което е обектокопяващо и показва, че основните дейности на МСП по отношение на околната среда в България трябва да бъдат подкрепяни и насърчавани.

¹ SBA Fact Sheet 2019 - https://ec.europa.eu/growth/smes/sme-strategy/performance-review_en

² <https://www.nsi.bg/en/content/8237/employed-enterprises>

³ https://ec.europa.eu/environment/ecoap/bulgaria_en

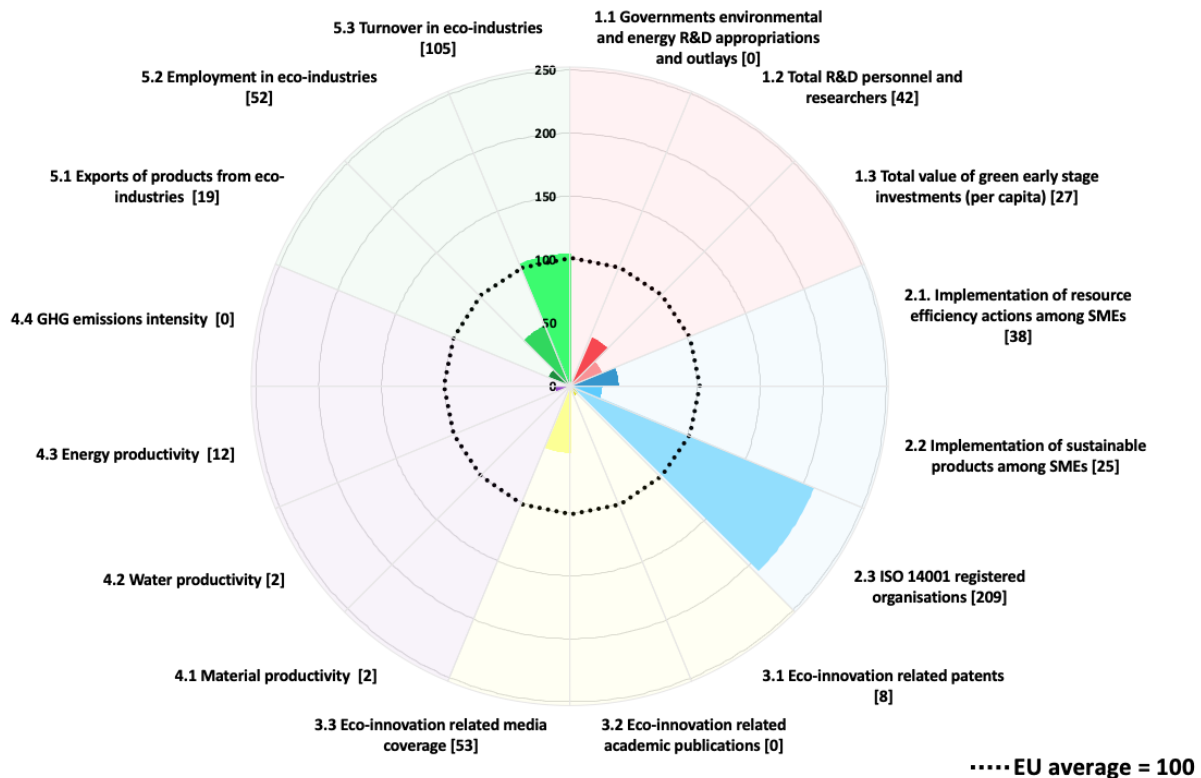


Diagram: https://ec.europa.eu/environment/ecoap/bulgaria_en

Българското Министерство на Околната среда и водите насърчава и управлява доброволното сертифициране по Схемата на ЕС за управление и одит (EMAS). EMAS е инструмент на Европейската комисия за управление на компании и други организации, който има за цел да оцени, докладва и подобри техните екологични показатели. Между 2013-2020 г. 15 български компании са сертифицирани успешно.⁴ Освен това ECOLABEL, който има за приоритет популяризирането на продукти с намалено въздействие върху околната среда и информирането на потребителите с точна и научна информация за продуктите, които те решат да закупят, се използва от Министерството, но не са предприети директни действия за по-задълбоченото му прилагане или промотиране.⁵

С подкрепата на Българското Министерство на икономиката е създадена Българската агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП), чиято основна цел е да осигури подкрепа на българските компании - стабилно развитие, успешна интеграция в европейската и световната икономика и разширяване на присъствието им на целеви пазари. ИАНМСП фокусира усилията си върху разработването на дигитална платформа, която да предостави възможности на българския бизнес да установи интерактивен контакт с потенциални чуждестранни партньори. Също така Агенцията предоставя консултантски и информационни услуги на МСП и се фокусира върху тяхната интернационализация.⁶

⁴ <https://www.moew.government.bg/en/prevention/emas/register/>

⁵ <https://www.moew.government.bg/en/prevention/eu-ecolabel/legislation/>

⁶ https://www.sme.government.bg/en/?page_id=2001

Достъпът до финансиране за българските МСП е силно зависим от структурните фондове на ЕС и Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство - Норвежки финансов механизъм.

Оперативна програма „Околна среда 2014-2020“, организирана от Европейския фонд за регионално развитие в България, се фокусира върху следните основни приоритети: вода, отпадъци, Natura 2000 и биологично разнообразие, предотвратяване и управление на риска от наводнения и свлачища. Нито един от тези приоритети обаче не са насочени към МСП директно като бенефициент.⁷

От друга страна, по Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, приоритетната ос „Енергийна и ресурсна ефективност“, създаде специална процедура - „Енергийна ефективност за МСП“⁸. През 2017 г. 68 МСП са били бенефициенти по процедурата. През 2018 г. и първото тримесечие на 2019 г. не са обявени съществени нови мерки по отношение на подпомагането на МСП в техните екологични резултати. Поради пандемията COVID-19, програмите за иновации на Оперативната програма и конкурентоспособност бяха променени, за да пренасочат наличните средства по 5-те приоритета за преодоляване на икономическите последици от COVID-19.⁹

Основната програма за подкрепа на иновациите на МСП е по Норвежкия финансов механизъм. Вторият етап за приемане на проектни предложения на Програмата за бизнес развитие – Програма Иновации и МСП България, раздел „Иновации на зелената индустрия“, беше завършен на 30 септември 2020 г., а първият етап приключи на 21 март 2019 г. Програмата има за цел да подкрепи изпълнението на иновативни технологии, процеси и услуги, устойчиво бизнес развитие, „позеленяване“ на съществуващи бизнеси и процеси и разработване и внедряване на иновативни продукти и услуги. Целта е 75% от програмния бюджет, който е на обща стойност 28 500 000 евро, да бъдат разпределени за малки и средни предприятия.¹⁰

⁷ <http://2020.eufunds.bg/en/6/0/PriorityLines>

⁸

<http://2020.eufunds.bg/en/5/0/Project/Search?Prior=%2FaWur0rQh9Q%3D&Proc=%2BP8WkA18Nv0%3D&ShowRes=True&IsProgrammeSelected=False&IsRegionSelected=False>

⁹ <https://opic.bg/news>

¹⁰ <https://www.innovasjon norge.no/en/start-page/eea-norway-grants/Programmes/business-development/Bulgaria/>

Национални и други инициативи

Награди за корпоративни зелени инициативи:



Конкурс на b2b Media
НАЙ-ЗЕЛЕНИТЕ КОМПАНИИ
В БЪЛГАРИЯ

“Най-зелените компании в България”

(<https://green.b2bmedia.bg/>) е конкурс между български компании за зелени иновации и CSR инициативи. Инициативата стартира

през 2010 г. и се провежда всяка година от 2b2 Media. Наградите са разделени в 30 различни категории - 16 са посветени на различни индустрии, а 14 са категоризирани въз основа на времето на зелената иновация. Всяка година компаниите могат да кандидатстват чрез заявление и да получат оценка от специално жури. Конкурсът получава високо медийно отразяване в България.¹¹

Зелен акселератор:



**CLEANTECH
BULGARIA**

Cleantech Bulgaria (<https://cleantech.bg>) управлява и изпълнява Climate-KIC Accelerator в България, който е най-големият акселератор на зелени технологии в Европа за стартапи в начална

фаза. Програмата е част от най-голямото публично-частно партньорство в Европа в областта на изменението на климата. През трите си издания в България програмата е инвестирала в 24 екипа, които са привлекли над 1 000 000 лева (приблизително 511 296,92 евро) външни инвестиции и са лансирали няколко иновативни продукта на пазара.¹²

Акселераторът е разделен на три основни фази. В първата фаза, презентиращите стартапи получават до 10 000 евро за разработване на бизнес модел, а през втората до 15 000 евро за валидиране на клиентите и първи продажби. Последният етап подготвя стартапите компании за инвеститори и им предоставя до 50 000 евро за разрастване и инвестиционна готовност.

Коалиция „За зелен рестарт“:



Коалиция
"За зелен рестарт"

Коалицията „За зелен рестарт“ е съюз между четири големи неправителствени организации в България: Move.bg, Грийнпийс - България, WWF - България и Институт за кръгова икономика. Заедно те разработват различни политически препоръки за прилагането на Зеления пакт и механизма за справедлив преход. Освен това те осигуряват различни формати на обучение и подкрепа на бизнеса, за да стимулират устойчиви операции и да минимизират въздействието върху околната среда.¹³

¹¹ <https://green.b2bmedia.bg/>

¹² <https://cleantech.bg/en/project/climate-kic-accelerator-bulgaria/>

¹³ <https://move.bg/pismo-january-bg>

Източници и препратки:

Европейска комисия, Доклад на SBA 2019 България - https://ec.europa.eu/growth/smes/sme-strategy/performance-review_en

Национален статистически институт на Република България, 30.11.2020 - <https://www.nsi.bg/en/content/8237/employed-enterprises>

Eco-Innovation Observatory (2019) Eco-innovation in Bulgaria EIO Country Profile 2018-2019- https://ec.europa.eu/environment/ecoap/bulgaria_en

Министерство на околната среда и водите, Република България, 2020 - <https://www.moew.government.bg/en/prevention/emas/register/>

Министерство на околната среда и водите, Република България, 2020 - <https://www.moew.government.bg/en/prevention/eu-ecolabel/legislation/>

Българската агенция за насърчаване на малките и средни предприятия, 2018, https://www.sme.government.bg/en/?page_id=2001

ИНФОРМАЦИОННА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ И НАБЛЮДЕНИЕ НА СРЕДСТВАТА ОТ ЕС В БЪЛГАРИЯ, 2020 - <http://2020.eufunds.bg/en/6/0/PriorityLines>

ИНФОРМАЦИОННА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ И НАБЛЮДЕНИЕ НА СРЕДСТВАТА ОТ ЕС В БЪЛГАРИЯ, 2020 - <http://2020.eufunds.bg/en/5/0/Project/Search?Prior=%2FaWur0rQh9Q%3D&Proc=%2BP8WkA18Nv0%3D&ShowRes=True&IsProgrammeSelected=False&IsRegionSelected=False>

Directorate General „European Funds for Competitiveness“, 2020 - <https://opic.bg/news>

The EEA and Norway Grants, 2020 - <https://www.innovasjon Norge.no/en/start-page/eea-norway-grants/Programmes/business-development/Bulgaria/>

Зелена практика 1 – Бутилирана вода без етикет

Компания: Аспазия-92 ООД

Размер: 100 - 250

Индустрия: Производство на газирани напитки, бутилирана вода

Години опит: 29

Описание на зелената практика:

- Цели

Аспазия-92 ООД е първата компания в България, която предлага бутилирана вода без етикет. Тя оперира на българския пазар от 1992 г. и благодарение на новото прогресивно ръководство, през 2018 г. започва да произвежда нови пластмасови бутилки без етикет като преход към по-екологични операции.

Компанията внедрява нов начин за печат на необходимата информация и лого върху самата бутилка. Тази еко практика елиминира над 1,5 тона етикети годишно, което спестява не само разходи и ресурси, но и значително намалява отпадъците.

Уникалната бутилка е 100% рециклируема и съдържа брайлов надпис, което прави продукта подходящ и за хора със зрителни увреждания.

На всеки 1000 продадени бутилки Аспазия засажда 2 дървета. Провежда се и алтернативна кампания за всеки 1000 продадени бутилки с обичайния пластмасов етикет, за който компанията дарява посаждането от 1 дърво.

Фирмата прави и редовни дарения на бутилирана вода в различни градове в България.

- Процедури, Дейности и Етапи

Идеята за новия етикет на бутилираната вода идва от мениджмънта на компанията. Целта е да се утвърди нов набор от корпоративни ценности в ежедневните операции. Аспазия също така е провела множество проучвания на различни технически решения по отношение на производството и отпечатъка върху околната среда.

След анализ на данните от проучването, компанията взема решение да инвестира в нова производствена линия и да пусне на пазара първите бутилки с вода без етикети.

Описание на изпълнението:

- Инвестиции и текущи разходи

Направена е относително голяма инвестиция, за да стане възможно производството на новия продукт. Възвръщане на инвестицията се очаква след 5 до 6 години.

Също така новото производство е свързано с отоплителната система на административната сграда на компанията. По този начин енергията, произведена по време на бутилирането, се използва за отоплителни цели. Това позволява намаляване на голяма част от предишните разходи за отопление.

- Предизвикателства

Основното предизвикателство пред тази практика са клиентите и техният начин на възприемане на новото етикетирание на бутилките. Част от потенциалните клиенти не разпознават бутилката като бутилирана вода, а друга група клиенти възприема продукта като некачествен и ненадежден, тъй като липсва стандартен етикет.

Компанията е направила проучване сред различни целеви групи, за да получи повече информация как може да увеличи интереса на клиентите.

Поради съпротивлението на пазара, Аспазия стартира инициативата за засаждане на дървета за всеки 1000 продадени бутилки вода. За всеки 1000 бутилки със стандартните пластмасови етикети те засаждат по едно дърво, а за 1000 бутилки с новата технология за щамповане засаждат 2.

С тази кампания те се опитват да информират пазара за ползите от използването на по-малко пластмаса по време на бутилиране.

- Резултати от изпълнението

В момента продуктът се представя добре на пазара. Въздействието върху околната среда се изчислява на 1,5 тона по-малко етикети годишно и драстичен спад във външното потребление на енергия от административните сгради на компанията.

Начин на осъществяване на комуникацията

- Вътрешно (към служителите)

Преди началото на внедряването на новия производствен процес, мениджмънтът е провел анкета сред служителите за различните възможности за етикетирание (щамповане и използване на пластмасови пръстени). След анализ на резултатите от направените проучвания, ръководството вижда необходимостта от обучение на служителите. Повечето от тях не разпознават водата без пластмасов етикет като бутилирана вода. Други са споделили, че бутилка без етикет прилича на повторно използвана бутилка за вода. Тези негативни асоциации все още са основните трудности за целия продукт. Но компанията инвестира в различни маркетингови и комуникационни подходи, за да преодолее негативните възприемания и предположения.

Аспазия получава голяма подкрепа от екологични неправителствени организации по отношение на подобряването на осведомеността за екологичната бутилка.

Съпротивата на вътрешния отдел за продажби и дистрибуция е преодоляна чрез различни обучения за ползите от намаляването на потреблението на пластмаса и начините за брендиране на екологичен продукт.

- Външно

Директните клиенти на компанията са големите търговски вериги, така че фокусът е върху предоставянето на информация чрез отдела за продажби. Раздават се мостри на продукти и се използват стандартни дигитални канали за комуникация.

До колко зелената практика се вписа в настоящата CSR политика на компанията
Практиката е съобразена с новия набор от корпоративни ценности, които компанията е внедрила.

Финансова информация:

Очаквана възвръщаемост на инвестициите от 5 до 6 години.

Уроци (Изводи)

Има известна съпротива на пазара при лансирането на нови продукти с неконвенционален дизайн. Въпреки това, с провеждане на обучения и ефективна комуникация, това може лесно да бъде преодоляно.

Важно е да се отбележим, че продуктът се представи много по-добре, когато беше въведен в по-високия сегмент на пазара.

Според Аспазия българският клиент все още не е готов да приеме подобни промени в продуктите.

Снимки и линкове:

<https://ekoh2o.bg/>



Зелена практика 2 - Екологичност в основата

Компания: Musala Soft

Размер: 500

Индустрия: Софтуерни услуги

Години опит: 20

Описание на зелената практика:

- Процедури, дейности и етапи

Компанията е внедрила в своята корпоративна култура и ценности силна политика на отговорност към опазването на околната среда.

Musala Soft демонстрира своята ефективност при управление на въздействието си върху околната среда, като поддържа съответствие с ISO 14001 и ISO 26000 и е сертифицирана по тези стандарти. Преките мерки: намаляване на потреблението на енергия, на емисиите във въздуха и на отпадъците.

- Основни цели на практиката:

Musala Soft е интегрирала в своята култура и ценности екологично мислене и начин на работа. Всеки нов служител, който се присъедини към екипа, бива въввлечен в този начин на работа, водейки се от примера на своите колеги. Така се формира силна и последователна отговорност към околната среда.

Всяка година Musala Soft поставя нови цели, проследява представянето си и създава подробен доклад за своите значими екологични постижения. За всеки аспект има количествено анализ според екологичен показател, който се използва като инструмент за оценка на екологичното представяне и отчитане за напредъка към по-устойчиво развитие.

- Консумация на електричество:

Предприети мерки:

- Виртуализация на складовото помещение, както и на сървъри и мрежови ресурси – това води до намаляване на консумацията на енергия, шума и топлинната мощност, както и опасните отпадъци;
- Използване на външен център за данни за устройства с голямо потребление;
- Политика за енергийна ефективност.
- Генерирани парникови газове във въздуха - компанията използва специален калкулатор, за да изчисли какво е тяхното въздействие върху замърсяването на въздуха. Измерват се емисиите на парникови газове, генерирани от използването на електроенергия и tCO₂ / MWh (на служител). Също така се правят изчисления относно използването на гориво за транспорт - гориво за служебен автомобил, за въздушен транспорт и за изминати километри с такси.

Предприети мерки:

- Използване на видео конференции и телефонни разговори, когато е възможно

- Използване на авиокомпани с екологична насоченост
- Използване на градския транспорт вместо служебен автомобил кола или такси, когато е възможно
- Алтернативни начини за придвижване до офиса – с колело или пеша, когато е възможно
- Генериране на отпадъци

Предприети мерки:

- Офис без хартия – целта е да се продържа и да разширява, където е възможно, използването на вътрешни системи за автоматизиране на бизнес процесите и административните дейности вместо използването на хартия.
- Цялата документация се съхранява дигитално
- Използване на висококачествено оборудване за печат / факс машини с икономично използване на консумативи
- Разделно събиране на отпадъци – еко контейнери за ПЛАСТМАСА и ХАРТИЯ и отделно място за съхранение на хартиени / картонени отпадъци, тонери, батерии и остаряло оборудване.
- Рециклиране на отпадъци – използват се само лицензирани компании за изхвърляне на отпадъци, които са оторизирани за рециклиране по устойчив начин.
 - Икономично използване на хартия - отпечатване двустранно, използване на Print Preview опцията и Shrink to Fit, отпечатване само избраната селекция и запазване на документа в PDF формат вместо на хартиен носител.
- Екологични инициативи за повишаване на осведомеността и насърчаване на сегрегацията на отпадъците.

Цели за 2019:

Musala Soft е организираща и участвала в много зелени събития, както вътрешни за самата компания, така и външни. По време на всички събития компанията следва същите практики, като в офиса - рециклиране на отпадъците, използване на материали за многократна употреба или екологични материали и минимизиране на тяхното въздействие върху околната среда.

Някои примери: участие в Световния ден за почистване, Зелена работилница за децата на колеги на Musala Soft, „Да изчистим България заедно”, Musala Soft спортен уикенд - маратон на 10 км, изкачване на връх Мусала в Рила планина и др.

Musala Soft и ISO 26000

ISO 26000 е доброволен международен стандарт, предоставящ насоки за социална корпоративна отговорност. Musala Soft признава ISO 26000 като референтен документ и привежда стандарта ISO 26000 като част от фирмените практики за социална отговорност.

Описание на изпълнението:

- Инвестиции и текущи разходи

Благодарение на постоянното проследяване на потреблението на гориво и енергия на компанията и след въведените мерки, с цел намаляване на замърсяването, организацията значително е снизила разходите си за тези ресурси.

- Ролята на дигиталните технологии

В настоящата ситуация с COVID-19 и преминаването от работа в офиса и групови срещи на живо към домашния офис и онлайн конферентни връзки, цифровите технологии играят изключително важна роля. Поради тази промяна, компанията значително е намалила въздушния транспорт и пътуването с кола за работа, тъй като повечето срещи се провеждат онлайн. Musala soft използва различни комуникационни платформи като MyMusala - мобилно приложение и уеб портал, който информира колегите за всички актуални новини и събития, и VING - фирмено решение за конферентни видео разговори и срещи.

- Резултати от изпълнението

В резултат на продължаващите бизнес партньорства и интеграцията на новонает персонал на различни локации, се извършват допълнителни бизнес пътувания. Musala Soft обаче успя да намали нивото на вредните емисии от въздушния транспорт през 2018 г. в сравнение с предишния период. Електричеството, използвано за производство, отопление, осветление е намаляло с 1,8%, емисиите във въздуха - 1,8%, изминатите километри с такси- 20%, хартията и картонът - 8%, батериите - 3%, пластмасата - 10%

Следвайки Кодекс за поведение, компанията се стреми да улесни комуникацията между служителите в различни локации, за да се предоставят възможности за по-добра интеграция на членовете на екипа и да се създаде ефективна работна среда.

Те разработват вътрешна комуникационна платформа, която ще им помогне да постигнат тези цели. Освен това прилагат нов начин за изчисляване на емисиите, генерирани от всеки служител, за да се определят по-точни показатели, които ще измерят дали ще бъдат изпълнен дългосрочния план.

Начин на осъществяване на комуникацията

- Вътрешно (към служителите)

Тъй като организацията е внедрила в своите ценности и култура опазването на околната среда, служителите ѝ са мотивирани да иницират и да участват в зелените практики.

Също така тя насърчава служителите да предлагат и обсъждат идеи и инициативи, които са екологични. Отделите по човешки ресурси и ПР на Musala Soft организират така наречения Creative pool на всеки няколко месеца, на който колегите могат да представят своите идеи, обосновани с ясна цел, бюджет и график, които по-късно да бъдат представени на мениджмънта.

В допълнение към това е създаден зелен скайп чат, където участниците могат да обсъждат и обменят идеи.

Поради отвореността на ръководството към екологични събития, служителите се чувстват мотивирани и насърчени да вземат участие и да споделят идеи.

- Външно

Уебсайт, социални медии и фирмена идентичност.

- До колко зелената практика се вписва в настоящата CSR политика на компанията

Ангажиментът на Musala Soft към корпоративно гражданство, в съответствие с политиката за корпоративна социална отговорност и околната среда, както и Кодекса за поведение на Musala Soft, са от съществено значение за поддържането на бизнес успеха. Сертифицираната система за управление на околната среда ISO 14001 се използва за управление и непрекъснато намаляване на неблагоприятните въздействия върху околната среда.

Финансова информация:

Всички взети екологични мерки са част от бюджета на компанията. Няма определена сума на година, а вместо това те инвестират във всичко, което намират за ефективно и полезно като промяна / инициатива.

Уроци (Изводи)

Най-забележителното в зелените инициативи на Musala Soft е фактът, че компанията е основана като устойчива организация и успява много добре да внедри осъзнатостта, че всеки е отговорен за отпечатъка върху околната среда.

Екологичните действия не са просто едно добро допълнение, а основна ценност, която се комуникира постоянно и се вижда във всички аспекти на компанията.

Снимки и линкове:



<http://www.musala.com/wp-content/uploads/2019/09/Corporate-Citizenship-and-Environmental-Performance-2017.pdf>

Зелена практика 3 - Smart Farming - Внедряване на ИНОВАТИВНА ДИГИТАЛНА СИСТЕМА В ЗЕМЕДЕЛСКОТО ПРОИЗВОДСТВО

Компания: Ферма „Отбрани“

Размер: 30 + сезонни работници 300

Индустрия: Земеделие

Години опит: 20

Описание на зелената практика:

- Цели

Фермата „Отбрани“ отглежда различни видове плодове на площ от 900 декара и има повече от 20 години опит. Оперира на българския пазар, като продава директно на големите търговски вериги.

Отглеждат култури, при които се изисква прецизно напояване и торене, в съответствие с климатичните условия и етапа на растеж.

В условията на чести засушавания е необходимо адаптирано напояване, което същевременно спомага за оптималното използване на наличния воден ресурс.

Поради необходимостта от оптимизация на разходите и по-устойчиво използване на ресурсите, фермата търси решения за автоматизация на напояването и наторяването.

- Процедури, дейности и етапи

Тъй като „Отбрани“ е семеен бизнес, те могат да имплементират и да вземат решения за инвестиции относително бързо.

След проучване на различни иновативни решения, те избират система, която се контролира дигитално. Оптимизацията на този процес включва управление на 1 основна помпа, и 1 главен клапан, 12 напоителни клапана и 1 водомер. По отношение на наторяването, контролира до 3 дозиращи канала и 1 дозираща помпа.

Иновативна софтуерна платформа позволява създаване на 30 програми за напояване, 30 дозиращи програми за тор, 30 седмични плана, визуализира данни за процесите, позволява активиране на аларми при аварии, адаптиране на напояването и торенето спрямо прогноза за времето 3 дни напред и други.

Използвайки прецизно напояване и торене, екипът на "Отбрани" гарантира, че растенията са снабдени с оптимално количество вода и хранителни вещества. Благодарение на тази иновация фермата регистрира значително увеличение на производството. Техническият екип може да

управлява и контролира напояването от своите мобилни устройства, дори преди да стигне до фермата. „Отбрани“ регистрира и значително по-малко потребление на вода в сравнение с предходни години.

Описание на изпълнението:

- Инвестиция и текущи разходи

Първоначалната инвестиция е възвърната за 8 месеца, поради спестената вода, естествените торове и увеличеното производство.

- Предизвикателства

Мениджмънтът сподели, че не са се сблъскали с почти никакви големи предизвикателства по време на интегрирането на новата система.

- Ролята на дигиталните технологии

В тази практика дигиталните технологии играят изключително важна роля. Софтуерът на системата изчислява използването на ресурсите чрез проследяване на различни показатели, както и прогноза за времето.

- Резултати

- o 30% по-малко консумирана вода
- o 20% по-малко внесени торове
- o 20% ръст на добивите
- o До 3 пъти по-бърза реакция при аварии в напояването

Всичко това позволява да се създаде едно по-устойчиво земеделие с по-малко въздействие върху околната среда.

Начин на осъществяване на комуникацията

- Вътрешно (към служителите)

По време на внедряването на новата технология служителите са преминали обучение за това как да контролират и управляват системата чрез своите смартфони.

Финансова информация:

Благодарение на инвестицията, разходите за вода и напояване значително са се намалили.

Уроци (Изводи)

Цялостното впечатление на собственика по отношение на дигитализацията и оптимизацията на използването на водните ресурси е изключително положително. Той вярва, че цифровите технологии и автоматизацията са ключови за производителя – без значение голям или малък.

Снимки и линкове:

<https://ondo.io/bg/clients/otbrani>



Зелена практика 4 – “Еко работодател” за 2019

Пощенска банка създава различни инициативи и “Зелен борд”

Компания: Пощенска банка

Размер: >250

Индустрия: Банкиране

Години опит: 30

Описание на зелената практика:

- Цели

През 2013 г. Пощенска банка поставя основите на една устойчива политика за корпоративна социална отговорност с фокус върху околната среда, а през периода 2017 - 2020 г. се оформя и цялостна система за корпоративна отговорност.

- Процедури, дейности, етапи

Първите еко кампании на банката стартират още през 2008 г. с инициативата „Зелен старт с Пощенска банка”, която е насочена към повишаване на екологичната осведоменост сред служителите.

Втората основна фаза е осъществена през 2013 г., когато Пощенска банка създава така наречения „Зелен борд”. Част от членовете на този борд са представители на структурни звена в банката, които са от съществено значение за прилагането на екологичната политика („Операции”, „Сгради”, „Човешки ресурси”, „Корпоративни комуникации” и „Информационни технологии”). Останалите членове са колеги, които заемат различни длъжности във фирмата. „Зеленият борд” функционира съгласно предварително одобрена годишна стратегия и провежда редовни заседания.

В периода 2013 - 2017 г. банката реализира разнообразни микроинициативи, за да популяризира „зелено поведение” сред служителите и местните общности.

През 2017 г. Пощенска банка рестартира своя екологичен проект за корпоративна социална отговорност, който вече има ново име и ново лого. „Зелени заедно” обединява в една цялостна програма всички дейности на банката за насърчаване на екологично отговорно поведение и навици.

Проектът акцентира върху малките неща, които всеки може да предприеме тук и сега. Основната цел за 2017 – 2018 е да анализират и минимизират негативното екологично въздействие върху околната среда, като намалят потреблението на електроенергия, разхода на хартия, въглеродните емисии на банката като цяло и да реализират стратегията „Намали”, приета от Зеления борд на банката.

„Герои в зелено“ е вътрешно състезание между служителите. Те получават възможност да предлагат свои собствени идеи по програмата „Зелени заедно“. Всяка година служителите представят различните местни проекти, които след одобрение се реализират с финансиране от банката. Някои от печелившите предложения, които банката е изпълнила, са:

- Промяна на вътрешните процедури на банката, за да се улесни режимът за издаване на извлечения на хартиен носител за бизнес клиенти.
- Проектът “Зелен финал”, чийто инициатори са преминали изцяло на електронен архив и обмен на документи,
- Проектът “Електрическа диета”, провеждан в часовете с по-малък поток от клиенти в един от клоновете на банката.
- Инсталиране на специално високо иновативно фолио върху сградата на централния офис, което действа като изолация и води до значително подобряване на микроклимата в сградата от около 20 000 квадратни метра, в която работят близо 1000 служители на банката.
- Използване на специална камера за термографски инспекции на сгради и оборудването. Тя дава изключителна прецизност при изготвянето на анализи за енергийна ефективност, както и дава информация за проблемни зони в сградите и оборудването в тях.
- Разработване на цялостна политика за управление на отпадъците. Основните видове отпадъци, които генерира банката са хартия и тонери, които задължително се рециклират.
- Оборудване на сградата на централния офис с машини за пречистване на чешмяна вода, което елиминира използването на пластмасови бутилки с минерална вода. Това значително намалява количеството отпадъчна пластмаса.

“Зелени истории на открито” е допълнителен проект, целящ да обнови различни пътеки за преходи в планина Витоша. Редовно служителите на банката доброволно работят за опазване на българската природа. Те инсталират информационни табели за основните растителни видове в района, сглобяват дървени мостове, почистват района и освежават пейки и люлки, така че да има чисто място за почивка в уюта на величествените местни планини.

Описание на изпълнението:

- Инвестиции и текущи разходи

Основно банката инвестира в развитието на устойчиви практики, както по отношение на бизнес процесите, водещи до намаляване на използваните ресурси и управление на риска за околната среда при корпоративното кредитиране, така и за формиране на социално отговорно поведение сред служителите и широката общественост.

Някои от най-големите екологични инвестиции на Пощенска банка са за оптимизиране на енергийната ефективност на нейните офис сгради и разработване на проекти от обществено значение, включително - почистване на замърсени обществени площи и залесителни кампании.

- Ролята на дигиталните технологии

Една от ключовите технологии, използвани за постигане на целите, свързани със стратегията „Намаляване“, е внедряването на дигитални подписи. Тази промяна води до 40% по-малко използване на хартия за една година.

- Резултати от изпълнението

Прекият резултат от „Герои в зелено“ е оптимизирането на корпоративните процеси, което води до намаляване на времето за обслужване на клиент и повишаване на удовлетвореността. Банката значително е понижила и разходите за офис консумативи, като е въвела по-отговорно поведение на служителите. Постига се и намаляване на енергийните разходи.

Начин на осъществяване на комуникацията

- Вътрешно (към служителите)

Първата кампания „Зелен старт с Пощенска банка“ е изцяло насочена към служителите. Създадени са разнообразни инфографики с полезни ежедневни съвети, които биват разпространявани във всички офиси, за да се насърчи отговорното поведение сред служителите. С цел да се осигури допълнителна ангажираност в кампанията, банката въвежда вътрешно състезание между различните клонове, като победителят получава награда.

По-добра комуникация се постига и благодарение на начина, по който е проектиран „Зеленият борд“. Мениджърите на ключовите отдели са членове на този борд, които разпространяват ефективно информацията и служат като посланици на разнообразните кампании.

„Герои в зелено“ дава възможност на служителите да реализират свои собствени екологични идеи с подкрепата на банката. Те също така могат да предложат подобрения и промени в провеждането на операциите, което мотивира персонала да бъде активен и да остане верен на фирмената култура.

Ежегодно се провеждат комуникационни кампании сред служителите за важността на рециклирането и разделното изхвърляне на отпадъци.

- Външно

Уебсайт, специален раздел за зелени инициативи и друг специален раздел за проекти на открито, участие в зелени бизнес конкурси.

„Зелени заедно“ бива разпространен посредством поредица от кратки видеоклипове с препоръки и съвети.

До колко зелената практика се вписа в настоящата CSR политика на компанията

Зелените практики имат ясен фокус върху цялостната политика за CSR, която има 2 насочености - околната среда и финансовата грамотност.

Уроци (изводи)

Създаването на Зелен борд с членове от различни отдели играе ключова роля за разпространението на програмите. Високите нива на ангажираност се основават на свободата, с която служителите предлагат свои собствени проекти в рамките на стратегиите на банката.

Една от ключовите мерки, която спомага за успеха на корпоративната социална отговорност на банката, е последователната комуникация със служителите и първоначалните инвестиции в кампании за повишаване на екологичната осведоменост.

Снимки и линкове

“Зелени заедно” видео: https://www.youtube.com/watch?v=WS8FouP4W_A

<https://www.youtube.com/watch?v=kZh-YMHxulo>

<https://www.youtube.com/watch?v=TIQeRemovKQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=fNaZIOZuxkA>





Outdoors Green Stories:

Video: https://www.youtube.com/watch?v=kmuFbxM5QBw&feature=emb_title



ЗЕЛЕНИ ИСТОРИИ НА ОТКРИТО

Здравейте, приятели!

Искате ли изразът „имало едно време една хубава история“ да е в сегашно време?

Хубавите истории са хубави, когато завършват така, но затова е важно и как започват.

Лятото е в разгара си, а с него и слънчевото време. Това е перфектният момент да създадем хубави истории заедно.

Каним Ви да се включите в нашия проект „Зелени истории на открито“ за реновиране на горска пътека в парк „Витоша“! Очакваме Ви на голямата поляна в м. Златни мостове на **27 юли (събота), от 10:00ч.** До мястото стига автобус № 63, начална спирка бул. „Цар Борис III“.

Ще имаме удоволствието да се срещнем със специалистите ни гости – семейството на Вана и Евгения Джаферович. Заедно с тях ще поставим информационни табелки за растителните видове, ще еглобим дървено мостче, ще почистим района и ще освежим детските люлки и пейки, за да има къде да си почиваме сред красотата на българската природа.

Нека променяме средата около нас към по-добро!




https://mediacenter.postbank.bg/category/social_responsibility/green_initiatives/

https://mediacenter.postbank.bg/category/social_responsibility/zeleni-istorii-na-otkrito/

Зелена практика 5 – ИТ компания преминава към алтернативи с нулев отпадък

Компания: Мелън АД

Размер: 170

Индустрия: Информационни технологии

Години опит: 17

Описание на зелената практика:

- Цели

1) Офисите на Мелън

Основната цел е да се премахнат всички пластмасови изделия за еднократна употреба в офисите и да се премине към екологични алтернативи и/или нулеви отпадъци. За да намали екологичния си отпечатък, компанията се фокусира върху рециклирането и преминаването към офис, в който не се използва пластмаса.

2) Ден на електронните отпадъци

Тъй като компанията е рециклирала само 20% от електронните си отпадъци през 2019 г., екипът решава да организира специален ден за събиране на различно оборудване от служители и партньори и да го рециклират с помощта партньорска компания. Основната цел на събитието е да се повиши осведомеността относно генерираните електронни отпадъци и да се насърчат хората да действат устойчиво, като ремонтират или използват повторно устройствата, а в случаите когато това не е възможно, да бъдат информирани как правилно да ги рециклират.

- Процедури, Дейности и Етапи

Проектът започва с подробен анализ на използването на пластмаса за еднократна употреба в офисите на Мелън в България и в Република Северна Македония - всички продукти биват изброени и описани по съответния начин.

След това е направено проучване за възможни алтернативи и са избрани най-устойчивите опции.

Критериите, използвани за определяне на алтернативата, са разделени на 3 основни области:

- екологично въздействие - изчисляване на въздействието върху околната среда.
- наличност – какви са наличните алтернативи на българския пазар като заместващи продукти с доказани ползи за околната среда.
- цена - какви са рентабилните решения.

Нововъведенията са следните:

- Предоставени са споделени стъклени кутии за обяд на всички служители, които да вземат със себе си, когато купуват готова храна за офиса. След всяка употреба кутиите за обяд се измиват правилно и отново се използват, точно както керамичните чинии.
- Заменени са пластмасовите водни галони със специализирани машини за филтриране на чешмяна вода.
- Спира се използването на пластмасови контейнери за сапун за миене на ръце и съдове. Вместо това започват използването на контейнери за многократна употреба и проучват за други опции за препарати.
- Гъбите за миене на съдове и кухненските кърпи биват заменени с биоразградими алтернативи от целулоза.
- Прекратява се използването на обикновени найлонови торби за боклук. Тъй като биоразградимите алтернативи са скъпи, те преминават към използване на рециклирани торби за боклук, докато биоразградимият алтернативен продукт стане по-достъпен.
- Всички пластмасови чаши, чинии и прибори за хранене са заместени с такива за многократна употреба.
- Започват използването на био дезинфектанти за ръце вместо употребата на мокри кърпички.
- Кафето е важна част от консумативите на офисите и, разбира се, генерира отпадък. Тъй като не е възможно просто да прекратят поръчките и консумацията на кафе, компанията преминава от пластмасови/алуминиеви опаковки към прясно изпечено кафе в хартиени торбички.
- Всички маркетингови продукти са произведени от рециклирани материали.

Освен това във всички офиси, намиращи се в България, са поставени контейнери за събиране на пластмасови капачки от бутилки. Целта е капачките да бъдат предадени на благотворителна организация, която към момента е събрала 70 тона пластмасови капачки и парите, събрани от рециклирането, са дарени на 35 болници в станата с цел закупуване на кувози за новородени и недоносени бебета.

Ден на електронните отпадъци

Най-напред служителите са информирани за какво представляват е-отпадъците, след това са им били представени данни от доклада на Global E-waste Monitor за 2017 г.

Представени са следните 6 категории:

- 1) Оборудване за обмен на температура като хладилници, фризери, климатици и др.
- 2) Екрани, включително телевизори, монитори, лаптопи и таблети
- 3) Лампи като флуоресцентни, разряд с висока интензивност и LED

- 4) Бяла техника, включително перални, съдомиялни машини, електрически печки и др.
- 5) Оборудване като прахосмукачки, микровълнови печки, тостери и др.
- 6) ИТ и телекомуникационно оборудване като смартфони, GPS, принтери и др.

След това, за да се погрижат за правилното събрание на е-отпадъци, започват партньорство със специализирана компания. Тази услуга става достъпна за всички колеги, съседи и партньори, които имат електронни отпадъци в домовете или офисите си и нямат възможност или необходимата информация как правилно и природосъобразно да изхвърлят продуктите.

Описание на изпълнението:

- Инвестиции и текущи разходи

„Мелън“ осъзнава, че повечето пластмасови и екологични алтернативи са по-скъпи, но те са готови да инвестират в поддържане на по-устойчив бизнес модел и оценяват високо положителното въздействие върху околната среда.

- Предизвикателства

Поради местоположението на някои от офисите, не винаги са налични или достъпни алтернативни продукти, заместители на пластмасата. Те обаче са положили всички усилия да намалят до минимум употребата на не еко съобразни продукти.

- Резултати от изпълнението:

1) Зелени офиси - благодарение на приложените практики офисите на Мелън значително намаляват въздействието си върху околната среда и стават по-зелени. След оценка на въздействието става ясно, че благодарение на еко подхода (без пластмаса), пластмасови боклуци са намалели с повече от 160 кг годишно:

- + 11 000 торби за боклук,
- 750 кутии за мляко,
- 560 пакета кафе,
- 230 гъби за съдове и кухненска хартия,
- 127 бутилки за сапун за ръце,
- +100 бутилки безалкохолни напитки,
- 90 бутилки веро за съдове.

2) Ден на е-отпадъците

За ден са събрани:

- Големи отпадъци от оборудване - 120 кг
- Малки отпадъци от оборудване - 52 кг
- ИТ и телекомуникационно оборудване - 143 кг
- Монитори - 105 кг
- Батерии - 40 кг

Общо 460 кг.

Най-голямото въздействие се оказва значително повишената информираност по темата сред служителите.

Начин на осъществяване на комуникацията

- Вътрешно (към служителите)

Компанията създава подробна презентация, която е разпространена и споделена с всички служители. Тя включва обща информация относно важността на инициативата и предоставя подробни данни за въздействието по отношение на отпечатъка върху околната среда.

- Външно

Чрез блог постове и различни социални медии

- До колко зелената практика се вписа в настоящата CSR политика на компанията

По време на изготвянето на своята CSR политика те са извършили вътрешно проучване сред служителите си и е станало ясно, че всички са много мотивирани и са силно загрижени за опазването на околната среда. Ето защо, като колектив, те полагат специални усилия да станат компания, която не използва пластмаса. Опазването на околната среда е една от основните насоки на CSR политиката им.

Финансова информация:

Офис разходите на компанията са се увеличили почти двойно, но като цяло те представляват много малък процент от общия им бюджет.

Уроци (Изводи)

Въпреки че в началото инициативата е изглеждала като много трудна и отнемаща време, тя всъщност се оказва по-лесна и по-евтина от очакваното.

Компанията споделя, че забелязва нарастване в обществената осъзнатост за важността на индивидуалния и корпоративния отпечатък върху околната среда и това постепенно води до увеличаване на количеството използвани еко заместители на често използваните консумативи.

Снимки и линкове:

<https://www.melontech.com/blog/2020/melon-offices-go-plastic-free>

<https://www.melontech.com/blog/2019/melon-s-e-waste-day>





Melon Offices Go Plastic-Free



Заклучения и препоръки

Още преди пандемията COVID-19, българската бизнес среда показва резултати под средното за ЕС. Възможностите за финансиране на МСП за зелени иновации са ограничени, въпреки ключовата роля, която те имат в процеса на екологичен преход и икономически растеж. Предвид нивата на заетост в МСП (около 75%) и тяхната добавена стойност към икономиката, няма да се постигне реална промяна без насърчаването на достъпни механизми за преход. Независимо от факта, че техният индивидуален принос към целите в областта на климата може да се счита за малък, общите им усилия наистина променят цялостната картина.

По-голямата част от необходимото законодателство е налице, но достъпът до средства не е строго свързан с насърчаването на повече екологични мерки. Финансирането е силно зависимо от структурните фондове на ЕС и Норвежкия механизъм. Има много малко местни инициативи, които показват усилия за подкрепа на развитието на МСП.

Въпреки това, неправителственият сектор притежава задълбочени експертни познания и предоставя насоки за прилагането на Зеления пакт и мерките за справедлив преход.

По време на нашето проучване на наградени компании за еко инициативи, също стигнахме до заключението, че основните носители на награди са местните клонове на международни компании. Индустрии като ИТ, банковото дело и производството имат водеща роля сред победителите.

Отчитането на екологични мерки чрез създаването на доклад за устойчивостта, се прилага предимно в местни клонове на международни компании у нас и е свързано главно с изискванията на ISO 14001. Задължителното докладване, управлявано от Министерството на околната среда и водите, е ограничено до индустрии със сериозно въздействие върху околната среда и не стимулира мерки към МСП. Нашето изследване показва разнообразие от екологични събития в областта на корпоративната социална отговорност. Повечето от тези кампании обаче се изпълняват като събития веднъж годишно, което води до по-малко устойчиво въздействие.

Повечето от успешно внедряваните в българските компании зелени практики се ръководят от нов и по-отговорен към околната среда мениджмънт. Това подтиква организациите към трансформация. За някои от практиките е очевидно, че делегирането на свобода и отговорност на служителите и създаването на вертикална (отдолу нагоре) култура играе ключова роля. Създаването на Зелен борд, отворени системи за комуникация между служителите и мениджмънта и ефективно управление на културата и ценностите са важни аспекти на прехода.

В заключение бихме искали да отбележим, че има много какво да се приложи в българската среда, за да могат МСП да растат и да действат устойчиво и с минимален отпечатък. Средата за това тепърва ще се развива. Начинът по който българските МСП се възстановяват от икономическите последици от COVID-19, има решаваща роля за подобряване на екологичните показатели на страната. Първата стъпка към това е повишената екологична осведоменост и образование.



BALANCE
green and stable

Следете за резултатите от проекта на:

<http://balanceproject.eu/>

<https://www.facebook.com/balance.euproject>

 INSPIRE | NGO



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union