**Firmy muszą być bardziej ekologiczne**

**Nowoczesny klient na zakupach nie kieruje się wyłącznie ceną. Usiłuje raczej połączyć rozsądek z emocjami. Coraz częściej ma świadomość, że płacenie jest niczym głosowanie. Decydując się na dany produkt, może poprzeć firmę ekologiczną i odpowiedzialną społecznie lub przeciwnie – przyczynić się do niszczenia środowiska. Na szczęście firmy coraz częściej zaczynają brać ten aspekt pod uwagę.**

Byłoby wspaniale, gdyby wszystkie przedsiębiorstwa z zaangażowaniem dbały o naszą planetę, a najlepiej robiły to, kierując się jedynie szlachetnymi pobudkami. W praktyce jest trochę inaczej – owszem, świadomość zagrożeń związanych z degradacją środowiska rośnie i zapewne coraz wrażliwsze stają się także osoby decyzyjne w przedsiębiorstwach. Jednak w biznesie wciąż bardziej liczą się zyski. Dlatego pro-ekologiczne argumenty, które mogą w największym stopniu wpłynąć na realne działania przedsiębiorstw, to te, które odwołują się do możliwych oszczędności lub do wyborów klientów.

**Ekologia się opłaca!**

Dobra wiadomość jest taka, że również te ostatnie kwestie sprzyjają ekologii. Działając oszczędniej, zazwyczaj w większym stopniu chronimy środowisko – ekologia po prostu się opłaca! Z kolei rosnąca świadomość ekologiczna konsumentów powoduje, że firmy, które już dziś nie staną się bardziej odpowiedzialne, w niedługim czasie zaczną być pomijane przez klientów. Coraz więcej osób zwraca bowiem uwagę na to, aby swoimi wyborami (również zakupowymi) nie przyczyniać się do degradacji środowiska.

Dla firm bardziej zrównoważone podejście oznacza nowe wyzwania. Powinny one bowiem uwzględnić konieczność włączenia do swoich strategii oraz codziennych działań: edukacji ekologicznej (zarówno pracowników, jak i klientów), przestrzegania zasad zero waste (czyli wytwarzać jak najmniej odpadów), czy też unikania stosowania produktów, które byłyby używane jednorazowo.

Nie muszą być to jednak działania bezinteresowne – wartość firmy, która wykazuje zaangażowanie społeczne, może dzięki temu wyraźnie wzrosnąć. Po pierwsze, z powodów wizerunkowych. Po drugie dlatego, że mając do wyboru dwa podobne produkty, świadomy klient wybierze ten bardziej eko. A po trzecie – rośnie grupa klientów deklarujących, że za produkt ekologiczny są w stanie zapłacić więcej.

**Zrównoważone działania w logistyce**

Zrównoważone podejście do ochrony środowiska powinno objąć wszystkie aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa. Dotyczy to nie tylko samego produktu i opakowania, ale również kwestii, o których często się zapomina, takich jak chociażby ekspozytory produktów w sklepach (nazywane także materiałami POS lub POSM).

Na ekologię (oraz koszty) wpływ może mieć niemal wszystko – od etapu projektu, przez produkcję, magazynowanie, czy transport. Dwa identycznie wyglądające stojaki, na których eksponuje się produkty w sklepie podczas promocji, mogą mieć zupełnie inną budowę. Ekspozytor „tradycyjny” zostanie zazwyczaj wyprodukowany z tworzywa sztucznego. Ten bardziej ekologiczny będzie natomiast zbudowany ze sklejki lub tektury, bez użycia folii, a do tego może być zaprojektowany w taki sposób, aby po wymianie tylko kilku elementów można było wykorzystać go ponownie, w ramach zupełnie innej akcji. Na oszczędności wpływ może mieć także to, czy dany ekspozytor jest składany – jeśli tak, zajmie mniej miejsca podczas magazynowania oraz transportu.

Jak jednak sprawdzić, czy materiały POS danej firmy będą odpowiednio zoptymalizowane pod kątem ekologii? Niedługo w Polsce pojawi się rozwiązanie, które to umożliwi.

- Już wkrótce udostępnimy naszym klientom Ekokalkulator – aplikację, która pozwala przeanalizować konkretne ekspozytory produktów i podobne nośniki reklamy pod kątem ich wpływu na środowisku naturalne – mówi Urszula Rąbkowska z firmy XBS Group, wyspecjalizowanej w logistyce materiałów POS. – Aplikacja może być pomocna już w fazie projektowania i planowania. Poza tym firmy, które dbają o środowisko poprzez odpowiedzialne zarządzanie ekspozytorami produktów w sieci sprzedaży, mogą starać się o certyfikat „ekoPOSytywni”. Wydajemy go tylko tym producentom, których nośniki reklamowe spełnią surowe warunki – podkreśla.

**Biznes coraz bardziej zaangażowany**

Warto wspomnieć, że działania przedsiębiorstw na rzecz równowagi ekologicznej są coraz bardziej doceniane przez sam biznes. Świadczy o tym chociażby zorganizowana w tym roku po raz pierwszy konferencja Sustainability Confex 2019. Celem tego spotkania było zainspirowanie przedstawicieli szeroko rozumianej branży FMCG (produktów szybkozbywalnych) do wykorzystywania zrównoważonego rozwoju w dziale produkcji, opakowań i logistyki. Właśnie podczas tej konferencji nagrodzone zostały firmy, które w największym stopniu koncentrują się w swoich działaniach na łączeniu biznesu z ekologią. Wśród nagrodzonych znalazła się także firma XBS Group, która otrzymała nagrodę Sustainability Solution Provider Award w kategorii Transformacja Łańcucha Dostaw.

- Materiały reklamowe odgrywają ważną rolę we wsparciu sprzedaży, ale stanowią też obciążenie dla środowiska, dlatego naszym celem jest ich eko-optymalizacja w całym łańcuchu dostaw – mówi Urszula Rąbkowska. – W związku z tym zainicjowaliśmy akcję „ekoPOSytywni”. Celem projektu jest promocja zrównoważonego i odpowiedzialnego zarządzania materiałami reklamowymi. Podjęliśmy wiele działań, m.in. rozpoczęliśmy debatę dotyczącą optymalizacji w obszarze POS, a w przyszłym roku planujemy konkurs dla studentów – dodaje.

Im więcej firm, instytucji, ale też osób indywidualnych zaangażuje się w pozytywne zmiany na rzecz ekologii, tym lepiej dla wszystkich. Przedsiębiorstwa, która zaczną na każdym etapie redukować swój ślad węglowy, dzięki odpowiedzialnym działaniom udowodnią, że są warte zaufania, jakim obdarzają je klienci. Wzmocni to ich wizerunek i zapewne podniesie ich wartość, ale co najważniejsze – pozytywnie wpłynie na stan naszej planety.

Bardzo prawdopodobne, że jesteśmy ostatnim pokoleniem, które może ocalić Ziemię. A skoro tak – nie możemy ignorować odpowiedzialności, jaka stoi przed nami wszystkimi. Ta odpowiedzialność dotyczy nie tylko każdego mieszkańca planety z osobna, ale także przedsiębiorstw, a w największym stopniu tych, które działają na dużą skalę. W przypadku dużej firmy każdy najmniejszy proces jest powielany miliony razy, a więc ma też potężny wpływ na środowisko.

Źródło: [XbsGroup](https://www.xbsgroup.pl/)