

OPTYMALIZACJA

DLA NIERUCHOMOŚCI HANDLOWYCH



NUMER 4: CZERWIEC 2023

PUBLIKACJA POLSKIEJ RADY CENTRÓW HANDLOWYCH

Wydawca:
Polska Rada Centrów Handlowych
ul. Nowogrodzka 50/54
00-695 Warszawa

www.prch.org.pl

Redakcja:
Karol Templewicz, ktemplewicz@prch.org.pl

Projekt graficzny i skład wydania:
Agencja Marketingowa Emblemat.com



Nakład: 300 egzemplarzy, bezpłatne

Zamieszczone artykuły zawierają wyłącznie opinie i rekomendacje autorów oraz firm, które zleciły publikację. Jeśli są Państwo zainteresowani uzyskaniem szerszych informacji dotyczących konkretnego zagadnienia – zapraszamy do kontaktu z autorami lub z Redakcją.

Treści, które są zamieszczone w publikacji powstały w współpracy PRCH z firmami i organizacjami i mają charakter komercyjny. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam i artykułów eksperckich umieszczonych w publikacji.

Spis treści

WSTĘP	5
#PRAWO	
Unijna taksonomia w budownictwie i nieruchomościach	6
Rozwiązania prosumenckie dla obiektów handlowych zainteresowanych OZE	8
Decyzja środowiskowa w procesie budowy i przebudowy centrum handlowego	12
Jak ESG zmieni(a) najem komercyjny w Polsce	15
#STRATEGIE	
Dobra strategia ESG zwiększa szanse na sukces projektu nieruchomościowego	16
Budynek zielony czy porzucony? Czyli jak dobrać narzędzia oceny wpływu budynków na środowisko i uniknąć problemów	18
ESG – jak przejść od planów do wdrożenia?	22
#ROZWIĄZANIA	
Błękitno zielona infrastruktura parkingów wielkopowierzchniowych jako strategia społecznej odpowiedzialności	24
Planowanie zrównoważone na przykładzie wystawy EXPO Horticultural w Łodzi	25
Przebudowy w obiektach handlowych a ESG	26
Uszczelnianie systemów wentylacyjnych w obiektach wielkopowierzchniowych	28
Rozwój sieci ładowania EV w Polsce	30

Jak Chainels pomaga realizować cele ESG	31
Bankomaty odpowiedzialne społecznie	32
Nie tylko energia – zrównoważony rozwój a ślad węglowy dostawców dekoracji świetlnych	33
Produkcja ozdób a ESG	36
W stronę lepszej przyszłości - biznes, który troszczy się o społeczeństwo i środowisko	37
Przejsie na zielone	39
Sztuczna inteligencja (AI) przejmuje estońskie centra handlowe, oszczędza koszty i osiąga cele ESG	40
Jak nowoczesne produkty oświetleniowe LED zarządzane przez inteligentne systemy wspierają wskaźniki ESG przedsiębiorstw?	42

#MARKETING I BADANIA

Czy marketing online może mieć pozytywny wpływ na środowisko?	44
Ochrona + marketing?	46
Dynamiczny kontent jest królem	48
Retail is back! Inquiry prezentuje wyniki najnowszego badania	50
Mierzenie efektywności zmian w ramach ESG	53
Technologie na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz pozytywnych doświadczeń klientów	55

#OPTIMALIZACJE

Hotel i centrum handlowe – duet perfekcyjny?	57
Światłowod od Orange - klucz do nowoczesnego biznesu	58

#ŚWIAT

ESG na świecie	60
----------------	----



Szanowni Państwo,

Oddajemy w Państwa ręce kolejny, czwarty już numer *Optymalizacji*, w którym Członkowie PRCH przedstawiają złożone aspekty związane z ESG.

W poprzednim numerze opisywaliśmy m.in. jak działania rozpoczęte z troski o środowisko, związane z ograniczaniem zmian klimatu, okazują się także ekonomicznie korzystne dla podmiotów, które je stosują. Wraz z nowymi regulacjami obejmującymi kolejne kilkadziesiąt tysięcy podmiotów w całej Unii Europejskiej, prowadzenie takich działań staje się dla coraz większej części rynku niezbędne.

Cały sektor nieruchomości komercyjnych rozmawia obecnie o tym, jak wdrażać strategię już nie tylko Environmental – w dziedzinie środowiska, ale również Social – społecznego wpływu przedsiębiorstw oraz Governance – w praktykach zarządzania.

Zasady ESG nie są wyłącznie wymaganiem państwowych czy unijnych regulatorów. Zmian w tym zakresie oczekują inwestorzy, banki, pracownicy i, co najważniejsze, sami konsumenci, dla których polityka zrównoważonego rozwoju często jest elementem wpływającym na decyzje zakupowe. Od właściwej realizacji działań w tym zakresie zależeć będzie w coraz większym stopniu sukces rynkowy.

Zdarza nam się spotkać z przekonaniem, że ESG jest wprowadzane na siłę, a „Europa znowu sama chce ratować świat”. To prawda, że Europejski Zielony Ład wraz z kolejnymi dyrektywami tworzą być może najbardziej spójną i najambitniejszą politykę w tej dziedzinie.

Należy jednak pamiętać, że podejmowane w Europie działania są odpowiedzią na podobne regulacje na całym świecie: Chiny planują osiągnąć neutralność klimatyczną do roku 2060, a drogą do niej są kolejne plany pięcioletnie zakładające ambitne cele klimatyczne. USA przeznaczają

na swój pakiet ekologiczny coraz większe budżety. Cały globalny rynek przygotowuje się na daleko idące zmiany i regulacje – Polska, jako jego część, weźmie w nich udział. Naszą ambicją jest, aby wydarzyło się to jak najsprawniej i w ostatecznym rachunku najkorzystniej.

Jako Polska Rada Centrów Handlowych zdajemy sobie sprawę z wyzwań, przed którymi stają firmy zobowiązane do sporządzania raportów niefinansowych, świadectw i audytów energetycznych, kosztownych modernizacji, przebudów, certyfikatów i szeregu innych zmian. Chcemy ułatwić Państwu wymianę wiedzy i wypracowywanie praktyk przynoszących najlepsze skutki w dziedzinie ESG. Dlatego w tym numerze znajdziecie Państwo różnorodne teksty: informacje dotyczące strategii globalnych i rządowych, komentarze prawne, przykłady rozwiązań technicznych i technologicznych, rozwiązania warte zastosowania w skali mikro i makro.

Zapraszamy Państwa do lektury nowego numeru *„Optymalizacji dla nieruchomości handlowych”*.

Krzysztof Poznański
Dyrektor Zarządzający
Polskiej Rady Centrów
Handlowych



Unijna taksonomia w budownictwie i nieruchomościach

Budowa i eksploatacja budynków odpowiada za około 36% globalnej emisji gazów cieplarnianych. Najwyższy ślad węglowy powstaje w fazie operacyjnej (eksploatacji budynku) i wynosi według różnych szacunków ponad 70% CO₂, ale resztę stanowią emisje pochodzące z etapu produkcji i transportu materiałów budowlanych.

Skuteczna dekarbonizacja zasobów budowlanych zgodnie z celami ustanowionymi w Porozumieniu paryskim, która musi nastąpić najpóźniej do 2050 r., wymaga ograniczenia emisji tak na etapie użytkowania budynków, jak i w toku produkcji materiałów, projektowania, czy samego procesu budowlanego. W przypadku istniejących budynków, kluczowe znaczenie będą oczywiście miały działania odnoszące się do ich użytkowania. Wyruszając w podróż ku dekarbonizacji, warto przyjrzeć się ambitnej drodze wytyczanej przez unijną „zieloną” taksonomię¹. Za wyborem podwyższonych standardów taksonomii przemawia co najmniej kilka argumentów, z których najważniejsze przedstawiamy poniżej.

Po pierwsze, taksonomia jest powszechnym, ogólnounijnym systemem klasyfikacji dla zrównoważonych środowiskowo (a więc „zielonych”) działalności gospodarczych. Powszechność taksonomii wyraża się w tym, że będzie stosowana tak przez unijne, jak i krajowe organy tworzące prawo albo stosujące lub nadzorujące jego stosowanie, przez instytucje finansowe, w tym banki i fundusze inwestycyjne, jak i „zwykle” przedsiębiorstwa (kontrahentów lub klientów) oraz konsumentów. Zatem raz dokonana ocena działalności co do jej zgodności z taksonomią (*taxonomy alignment*), niezależnie od celu jej dokonania, będzie nadawała się do wykorzystania w relacjach z wszystkimi wymienionymi kategoriami podmiotów. Należy jednak pamiętać, że taksonomia z założenia jest regulacją dynamiczną, która będzie ewoluować wraz z postępem technologicznym i koniecznością zaost్రzania określonych w niej kryteriów, co jest niezbędne dla osiągnięcia wyznaczonych celów (np. w zakresie celów klimatycznych - osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 r.).

Po drugie, zgodność z taksonomią będzie istotnym kryterium wyboru inwestycji dla wspomnianych wyżej instytucji finansowych ze względu na obowiązki raportowania, którym same te instytucje podlegają. Bank będzie zainteresowany pokazaniem w raporcie okresowym, że jego portfel kredytowy jest w możliwie jak największej części „zielony”. Fundusz inwestycyjny, który w swojej strategii wskaże, że przynajmniej część środków inwestuje w zrównoważone inwestycje zgodne z taksonomią (to najbardziej „zielona” kategoria inwestycji) będzie poszukiwał projektów uwzględniających te kryteria i nie zdecyduje się np. na nabycie budynku, który nie będzie ich spełniał (albo zaproponuje uwzględnienie kosztu dostosowania do taksonomii w wycenie). Z tych samych przyczyn zgodności z taksonomią wymagać mogą również kontrahenci, np. (potencjalni) najemcy budynku.

Po trzecie i prawdopodobnie najbardziej istotne – taksonomia wspiera transformację działalności z nią niezgodnych, pozwalając w zasadzie od razu traktować jako „zielone”, a więc zgodne z taksonomią nakłady inwestycyjne (ang. CapEx) oraz wydatki operacyjne (ang. OpEx), jeżeli tylko będą one spełniały kryteria określone w rozporządzeniu delegowanym 2021/2178, tj. będą:

- a) częścią planu, którego celem jest by dostosowanie działalności gospodarczej do taksonomii (tzw. plan dotyczący nakładów inwestycyjnych); lub
- b) dotyczyć zakupu indywidualnych środków umożliwiających działalności stanie się niskoemisyjną lub umożliwiających jej ograniczenie emisji gazów cieplarnianych.

Plan dotyczący nakładów inwestycyjnych może dotyczyć renowacji budynku. Taksonomia wymaga, aby taka renowacja była zgodna z wymaganiami dotyczącymi tzw. „ważniejszych renowacji” określonych w krajowych przepisach budowlanych wdrażających dyrektywę 2010/31/UE² albo prowadzić do ograniczenia zapotrzebowania na energię pierwotną (PED) o co najmniej 30%.

¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje, zmieniające rozporządzenie (UE) 2019/2088.

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/31/UE z dnia 19 maja 2010 r. w sprawie charakterystyki energetycznej budynków.

Indywidualne środki, o których mowa w punkcie b) powyżej, mogą być związane z następującymi działaniami: montaż, konserwacja i naprawa sprzętu zwiększającego efektywność energetyczną; montaż, konserwacja i naprawa stacji ładowania pojazdów elektrycznych w budynkach (i na parkingach przy budynkach); oraz montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej.

Warto podkreślić, że po zakończeniu renowacji w miejsce „zielonych” nakładów i wydatków właściciel budynku będzie mógł traktować przychody uzyskiwane np. z wynajmu takiego budynku jako zgodne z taksonomią tak długo, jak długo budynek spełniał będzie kryteria określone w taksonomii.

Klaudia Księżopolska
Borys D. Sawicki
kancelaria Sołtysiński, Kawecki & Szlęza



Rozwiązania prosumenckie dla obiektów handlowych zainteresowanych OZE

W obecnych czasach, kiedy przeciwdziałanie zmianom klimatycznym jest jednym z priorytetów, jedynym celem biznesu nie może być już maksymalizacja zysków. Biznes w tych zmieniających się warunkach, aby utrzymać silną i stabilną pozycję w długim okresie, musi być nastawiony na realizację wielu celów społecznych, w tym dostarczanie produktów i usług wysokiej jakości, utrzymywanie zaufania klientów, a także radykalne zmniejszenie swojego wpływu na środowisko, w tym redukcję emisji gazów cieplarnianych prowadzących do zmian klimatu.

W przypadku obiektów handlowych, jeden z kluczowych obszarów związanych z przeciwdziałaniem zmianom klimatu to kwestia korzystania z energii elektrycznej. Podstawową formą eliminowania negatywnego wpływu na klimat w tym obszarze, jest zwiększenie efektywności

energetycznej tych obiektów, o której można przeczytać w poradniku PRCH i PINK „Oszczędzanie energii w obiektach komercyjnych”. W przypadku pozostałego zużycia energii, rozwiązaniem pozostaje wykorzystanie energii z odnawialnych źródeł energii, której produkcja bezpośrednio nie wiąże się z emisją gazów cieplarnianych.

Z energii odnawialnej korzystać można m.in. poprzez jej zakup na Towarowej Giełdzie Energii lub na podstawie umowy PPA (Power Purchase Agreement), jak również samemu ją wytwarzając, w tym korzystając z istniejących systemów wsparcia prosumenckich. W niniejszym opracowaniu chciałbym opisać instytucje prosumenta (indywidualnego), prosumenta zbiorowego oraz wirtualnego, a także odnieść je do potrzeb obiektów handlowych.

PROSUMENCI A OBIEKTY HANDLOWE

Prosument jest pojęciem stworzonym z połączenia pojęć producenta i konsumenta. W przypadku energii elektrycznej określa on podmiot, który jednocześnie produkuje i konsumuje tę energię. Należy jednak pamiętać, że aby skorzystać z gwarantowanych ustawowo rozliczeń prosumenckich należy spełnić prawnie określone wymagania. Rozliczenia prosumenckie są obowiązkowo realizowane przez sprzedawców zobowiązanych na danym obszarze. Lista sprzedawców zobowiązanych na dany rok jest dostępna na stronie Urzędu Regulacji Energetyki¹. Możliwe jest również indywidualne ustalenie metody rozliczeń ze swoim sprzedawcą na podstawie porozumienia obu stron i nieskorzystanie z żadnego z prosumenckich.

Jednocześnie, pomimo tego, że instytucja prosumenta często może być kojarzona z gospodarstwami domowymi, warto zauważyć, że z instytucji prosumenta (indywidualnego), prosumenta zbiorowego oraz prosumenta wirtualnego mogą korzystać również osoby lub podmioty prowadzące działalność gospodarczą i wykorzystywać wytwarzaną energię na potrzeby tej działalności. Jeżeli podmiot nie jest odbiorcą końcowym energii elektrycznej w gospodarstwie

domowym, nie może to jednak stanowić przedmiotu przeważającej działalności gospodarczej.

Jak wskazano na stronie Polskiej Rady Centrów Handlowych, wyróżnić można wiele rodzajów obiektów handlowych, w tym centra tradycyjne, parki handlowe, pasáže czy ulice handlowe. Różnić mogą się również relacje prawne pomiędzy właścicielem danego obiektu handlowego, a prowadzącymi działalność handlową w poszczególnych lokalach. W celu podjęcia decyzji, z którego rodzaju prosumenta można i warto skorzystać, należy określić przede wszystkim kto jest odbiorcą końcowym w ramach obiektu handlowego, gdyż tylko odbiorca końcowy może być prosumentem.

Odbiorcą końcowym energii elektrycznej będzie każdy, kto dokonuje zakupu energii elektrycznej na własny użytek na podstawie umowy z przedsiębiorstwem energetycznym. W praktyce odbiorca końcowy pokrywa się z jednym punktem poboru energii (dalej „PPE”) i licznikiem energii. Innymi słowy, jeżeli ten sam podmiot ma kilka PPE i liczników oraz umowę/umowy z przedsiębiorstwem ener-

¹ <https://bip.ure.gov.pl/bip/rejestry-i-bazy/sprzedawcy-zobowiazani/3713,Lista-sprzedawcow-zobowiazanych.html>

tycznym, jest on w świetle przepisów kilkoma odbiorcami końcowymi. Jeżeli więc poszczególni przedsiębiorcy w lokalach obiektów są stronami umowy kompleksowej lub na sprzedaż i dystrybucję energii elektrycznej oraz posiadają własne PPE i liczniki operatora systemu dystrybucyjnego, każdy z nich może (przy spełnieniu innych warunków) zostać prosumentem indywidualnym, zbiorowym lub wirtualnym. Jeżeli jednak stroną takiej umowy jest tylko

właściciel czy zarządca całego obiektu, a przedsiębiorcami w lokalach rozlicza się na podstawie umowy wewnętrznej (i ewentualnie wskazań wewnętrznych liczników), to tylko taki właściciel lub zarządca może zostać jednym z prosumentów.

JAKIEGO PROSUMENTA WYBRAĆ DLA SIEBIE?

Po wstępnym ustaleniu, kto w ramach obiektu handlowego może zostać prosumentem, warto dokładnie zapoznać się z dostępnymi rozwiązaniami w tym zakresie i zdecydować, jaki prosument lub jacy prosumenci będą najbardziej odpowiedni. Dokładna charakterystyka prosumenta (indywidualnego), zbiorowego i wirtualnego została przedstawiona

Aspekt	Prosument (indywidualny)	Prosument zbiorowy	Prosument wirtualny
Wejście w życie	Już obowiązuje	Już obowiązuje	Wejdzie w życie 2 lipca 2024 r.
Kto może zostać prosumentem?	Odbiorca końcowy, wytwarzający energię na własne potrzeby wyłącznie z OZE, pod warunkiem że w przypadku odbiorcy końcowego niebędącego odbiorcą energii elektrycznej w gospodarstwie domowym, nie stanowi to przedmiotu przeważającej działalności gospodarczej		
W przypadku jakiej umowy?	Kompleksowej lub rozdzielonej umowy na sprzedaż i dystrybucję		
Gdzie przyłączona ma być instalacja OZE?	Za licznikiem części wspólnej budynku wielolokalowego lub za licznikiem indywidualnego lokalu	W nowym punkcie przyłączenia w instalacji elektrycznej budynku wielolokalowego, posiadając własny licznik (nie może być za licznikiem części wspólnej ani indywidualnego lokalu). Prosumenci zbiorowi, aby odbierać energię, muszą posiadać punkty poboru energii w tej samej instalacji elektrycznej budynku wielolokalowego	W nowym punkcie przyłączenia, ale innym niż w ramach instalacji elektrycznej budynku wielolokalowego, w której punkty poboru energii posiadają prosumenci wirtualni.
Maksymalna moc instalacji OZE	50 kW	1 MW (ale maksymalnie 50 kW udziału na każdego prosumenta zbiorowego, wliczając także moc w ramach innych prosumentów)	Bez ograniczeń (ale maksymalnie 50 kW udziału na każdego prosumenta wirtualnego, wliczając także moc w ramach innych prosumentów)
Wyliczanie autokonsumpcji (energii wytworzonej i zużytej w tej samej godzinie)	Dla jednego licznika	Dla wszystkich liczników prosumentów zbiorowych/wirtualnych (np. część wspólna + indywidualne lokale)	
Korzyści z autokonsumpcji (energii wytworzonej i zużytej w tej samej godzinie)	Zwolnienie z kosztów zakupu energii oraz opłat wynikających z taryfy operatora systemu dystrybucyjnego, zależnych od ilości pobranej energii	Zwolnienie z kosztów zakupu energii	

Proces rozliczenia energii	Etap 1: autokonsumpcja (godzinowe wektorowe bilansowanie międzyfazowe) – energia wytworzona w danej godzinie jest odejmowana od energii zużytej i nie ponosi się za nią opłat z tytułu rozliczenia przez sprzedawcę energii i opłat zmiennych z taryfy operatora systemu dystrybucyjnego; Etap 2: net-billing – nadwyżki energii wytworzonej od zużytej w danej godzinie na etapie 1 są przeliczane po miesięcznej (od 1 lipca 2024 cenie godzinowej) cenie rynkowej na wartość pieniężną i stanowią depozyt prosumencki. Depozyt obniża rachunki sprzedawcy (zobowiązania z tytułu zakupu energii elektrycznej) za energię pobraną w ciągu 12 kolejnych miesięcy; Etap 3: rozliczenie nadpłaty – jeżeli środki depozytu za energię wprowadzoną w danym miesiącu nie zostaną wykorzystane w ciągu 12 miesięcy od tego miesiąca (bo nie pozostaną już rachunki do obniżenia), to niewykorzystane środki są wypłacane w formie pieniężnej do końca kolejnego miesiąca, jednakże nadpłata nie może przekroczyć 20% energii wprowadzonej w miesiącu, w którym ta nadpłata powstała	Etap 1: przypisywanie energii – każdemu prosumentowi zbiorowemu zostaje przypisana ilość energii równa jego udziałowi w energii wytworzonej w danej instalacji OZE. Energia przypisana jest traktowana jak energia wytworzona przez niego bezpośrednio; Indywidualne rozliczanie każdego z prosumentów zbiorowych dokładnie tak, jak prosumenta indywidualnego, czyli: Etap 2: autokonsumpcja; Etap 3: net-billing; Etap 4: rozliczanie nadpłaty	Etap 1: przypisywanie energii – każdemu prosumentowi wirtualnemu zostaje przypisana ilość energii równa jego udziałowi w energii wytworzonej w danej instalacji OZE. Energia przypisana jest traktowana jak energia wytworzona przez niego bezpośrednio; Indywidualne rozliczanie każdego z prosumentów wirtualnych dokładnie tak, jak prosumenta indywidualnego, z wyjątkiem różnicy w autokonsumpcji, czyli: Etap 2: autokonsumpcja – przebiega tak samo jak w przypadku prosumentów indywidualnych i zbiorowych, jednakże brak jest zwolnienia z opłat zmiennych z taryfy operatora systemu dystrybucyjnego; Etap 3: net-billing; Etap 4: rozliczanie nadpłaty
Łączenie prosumentów	Jest możliwe, jednakże łączna moc rozliczana dla jednego punktu poboru nie może przekroczyć 50 kW. W przypadku połączenia różnych rodzajów prosumentów, energia jest rozliczana najpierw w ramach prosumenta indywidualnego, następnie zbiorowego i w końcu wirtualnego.		

W przypadku, gdy tylko właściciel lub zarządca nieruchomości jest odbiorcą końcowym energii (tylko on posiada umowę z przedsiębiorstwem energetycznym), może skorzystać z instytucji prosumenta indywidualnego lub wirtualnego. W każdym przypadku udział energii na jeden **punkt poboru energii** (PPE) i licznik może wynosić maksymalnie 50 kW. W przypadku prosumenta indywidualnego może on zamontować i podłączyć swoją własną instalację, np. na dachu obiektu czy w jego okolicy, a w przypadku prosumenta wirtualnego (wchodzi w życie 2 lipca 2024) może wykupić udział w energii w oddalonej instalacji, np. poza miastem.

W przypadku skorzystania z tych rozwiązań, moc dla jednego punktu poboru energii liczy się łącznie. Nie można więc posiadać 50 kW w ramach prosumenta indywidualnego i dodatkowych 50 kW w ramach prosumenta wirtualnego dla tego samego

PPE, ale można już posiadać po 25 kW gdyż razem nie przekraczają maksymalnej mocy. W przypadku, w którym zapotrzebowanie obiektu z jednym PPE i licznikiem przekracza 50 kW, warto zastanowić się nad dodatkowymi do prosumentów sposobami korzystania z OZE, np. zamontowanie instalacji większej niż 50 kW i sprzedaż tej energii na zasadach indywidualnie uzgodnionych ze sprzedawcą lub zakup energii odnawialnej na Towarowej Giełdzie Energii lub na podstawie umowy PPA.

W sytuacji, w której również poszczególni przedsiębiorcy w lokalach są stronami umowy z przedsiębiorstwem energetycznym oraz posiadają własne PPE i liczniki operatora systemu dystrybucyjnego, każdy z nich może skorzystać z instytucji prosumenta wirtualnego w ten sam sposób, jak opisany powyżej. Tym samym zwiększa to wielokrotnie ilość mocy OZE, która może być rozliczana w ramach tego samego obiektu handlowego. O ile w przypadku jednego PPE i licznika dystrybutora było to 50 kW, o tyle w przypadku np. 10 PPE i liczników będzie to już 500 kW.

Wykorzystanie prosumenta indywidualnego w przypadku poszczególnych lokali w obiekcie handlowym może być utrudnione ze względu na konieczność bezpośredniego połączenia danego lokalu z mikroinstalacją OZE. W celu wyeliminowania tego problemu, który występuje zarówno w handlowych, jak i mieszkalnych budynkach wielolokalowych, wprowadzono instytucję prosumenta zbiorowego. Obrazowo, polega ona na tym, że na dachu lub w okolicy obiektu handlowego można zamontować instalację OZE o mocy maksymalnej wynoszącej aż 1 MW. Musi ona po-

siadać swój własny PPE i licznik. Następnie, na podstawie umowy właściciel lub zarządca obiektu handlowego oraz poszczególni przedsiębiorcy w lokalach uzgadniają, ile procent produkowanej energii przypada na każdego z nich, przy czym maksymalny indywidualny udział nie może przekroczyć 50 kW.

Ustalony system udziałów należy zgłosić do danego operatora systemu dystrybucyjnego, a wtedy zacznie on przypisywać energię z jednej instalacji do każdego przedsiębiorcy zgodnie z ustalonymi udziałami. Później, w przypadku każdego przedsiębiorcy rozliczenie wygląda dokładnie tak samo jak rozliczenie prosumenta indywidualnego. Wyliczana jest również autokonsumpcja godzinowa, czyli za energię wytworzoną i zużytą w tej samej godzinie nie pobiera się opłat z tytułu rozliczenia jej przez sprzedawcę ani opłat wynikających z taryfy operatora systemu dystrybucyjnego. Tym samym, przedsiębiorcy w zakresie bieżącej autokonsumpcji są chronieni przed wahaniami na rynkach energii elektrycznej².

² Więcej informacji na temat prosumenta zbiorowego można znaleźć w przewodniku i prezentacji, które znajdują się na tej stronie: <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologia/prosument-zbiorowy-w-polsce> oraz w nagraniach ze specjalnego seminarium w tej sprawie (wprowadzenie w temat w pierwszym z nich): <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologia/seminarium-nt-prosumenta-zbiorowego>.

PODSUMOWANIE

Podsumowując, instytucje prosumenta indywidualnego, zbiorowego i wirtualnego, można w całej rozciągłości zastosować w przypadku obiektów handlowych i działalności gospodarczej. Pozwalają one na obniżenie kosztów energii elektrycznej, w znacznej mierze na uniezależnienie się od wahań cen na rynkach energii elektrycznej, ale również na wykazanie korzystania z zielonej energii i przeciwdziałania zmianom klimatycznym. Wszystko to wspiera zapewnienie swojemu biznesowi stabilnej i długotrwałej pozycji na rynku, jak również wiarygodności, poprzez zaangażowanie swojego biznesu w rozwiązywanie problemów społecznych, które już teraz zajmują centralne miejsce w polskich, europejskich i światowych politykach publicznych oraz debatach publicznych.



Ministerstwo
Rozwoju i Technologii

Andrzej Strzałkowski
główny specjalista
Departament Gospodarki Niskoemisyjnej
Ministerstwo Rozwoju i Technologii

Decyzja środowiskowa w procesie budowy i przebudowy centrum handlowego

Organy administracji wydające poszczególne decyzje administracyjne na różnych etapach procesu inwestycyjnego obiektu, uwzględniają ustalenia zawarte w decyzji środowiskowej. Dlatego kwestie środowiskowe powinny być przeanalizowane przez inwestora jako jedno z pierwszych przy planowaniu budowy centrum handlowego.

Dla jakiego rodzaju przedsięwzięć wydawane są decyzje środowiskowe?

„Decyzja środowiskowa”, jak również „decyzja o środowiskowych uwarunkowaniach” („DŚU”) są potocznymi nazwami decyzji o środowiskowych uwarunkowaniach zgody na realizację przedsięwzięcia. Decyzja ta została wprowadzona przepisami ustawy z dnia 18 maja 2005 r. o zmianie ustawy – Prawo ochrony środowiska oraz niektórych innych ustaw. Aktualnie kwestie związane z decyzją środowiskową zostały uregulowane w ustawie z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko (t.j. z dnia 7 kwietnia 2022 r. (Dz.U. z 2022 r. poz. 1029 ze zm.) („ustawa środowiskowa”).

Zgodnie z przepisami ustawy środowiskowej, uzyskanie decyzji środowiskowej jest wymagane dla:

(1) planowanych przedsięwzięć mogących zawsze znacząco oddziaływać na środowisko oraz (2) przedsięwzięć mogących potencjalnie znacząco oddziaływać na środowisko.

Istotna dla przedsiębiorcy planującego inwestycję dla potrzeb uzyskania wszelkich zgód i decyzji administracyjnych będzie ustawowa definicja „przedsięwzięcia”. Przedsięwzięciem w znaczeniu ustawy środowiskowej jest zamierzenie budowlane lub inna ingerencja w środowisko polegająca na przekształceniu lub zmianie sposobu wykorzystania terenu.

Ocenę oddziaływania przedsięwzięcia na środowisko przeprowadza się w ramach postępowania administracyjnego w sprawie wydania decyzji o środowiskowych uwarunkowaniach. Katalog przedsięwzięć, które mogą znacząco oddziaływać na środowisko, bądź mogących potencjalnie

oddziaływać na środowisko, został określony w przepisach rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 10 września 2019 r. w sprawie przedsięwzięć mogących znacząco oddziaływać na środowisko (Dz.U. z 2019 r. poz. 1839). Rozporządzenie to określa także przypadki, w których zmiany dokonywane w obiektach są kwalifikowane jako przedsięwzięcia, które mogą: (1) znacząco oddziaływać na środowisko, bądź (2) mogących potencjalnie oddziaływać na środowisko.

Zwróćmy uwagę na prawidłowe określenie czy jest „centrum handlowe” i „infrastruktura towarzysząca”

Do przedsięwzięć, które mogą potencjalnie znacząco oddziaływać na środowisko należy zaliczyć m.in. centra handlowe wraz z towarzyszącą im infrastrukturą o powierzchni użytkowej nie mniejszej niż 0,5 ha, na obszarach objętych formami ochrony przyrody lub 2 ha na innych obszarach.

Obowiązujące przepisy prawa nie wprowadzają definicji terminu „centrum handlowe”, zatem ustalenie, które przedsięwzięcie jest „centrum handlowym” na potrzeby oceny, czy jego realizacja wymaga uzyskania DŚU często powoduje spore trudności w praktyce. International Council of Shopping Centres (ICSC), będąca globalną organizacją działającą w branży centrów handlowych, posługuje się następującą definicją: „centrum handlowe – nieruchomość handlowa, która została zaplanowana, zbudowana oraz jest zarządzana jako jeden podmiot handlowy, składająca się ze sklepów oraz części wspólnych, o minimalnej powierzchni najmu (GLA) 5 000 m² oraz składająca się z minimum 10 sklepów”. Od konkretnego przedsięwzięcia i jego parametrów zależeć będzie, czy powyższą definicję ICSC można zastosować na potrzeby ustalenia, czy konieczne jest wnioskowanie o wydanie decyzji środowiskowej. Istotne tutaj także jest, że przepisy rozporządzenia Rady Ministrów przy ocenie, czy mamy do czynienia z przedsięwzięciem, które może potencjalnie znacząco oddziaływać na środowisko, nakazują brać pod uwagę nie tylko samo centrum handlowe, ale także towarzyszącą mu infrastrukturę.

Dodatkowo, przepisy ww. rozporządzenia za takie przedsięwzięcie uznają także m.in.: garaże, parkingi samochodowe lub zespoły parkingów, w tym na potrzeby planowanych, realizowanych lub zrealizowanych przedsięwzięć typu centra handlowe wraz z towarzyszącą im infrastrukturą, o powierzchni użytkowej nie mniejszej niż: 0,2 ha na obszarach



objętych formami ochrony przyrody, lub w otulinach form ochrony przyrody lub 0,5 ha na innych obszarach.

Rola decyzji środowiskowej w procesie inwestycyjnym

Zadaniem DŚU jest wskazanie inwestorowi jaki sposób należy wykonać przedsięwzięcie, tak ażeby wpływ na stan środowiska był jak najmniejszy. Jest ona wydawana po przeprowadzaniu przez urząd oceny oddziaływania przedsięwzięcia na środowisko.

Organy administracji wydające decyzje administracyjne w procesie inwestycyjnym obiektu (w tym decyzje o warunkach zabudowy oraz pozwolenie na budowę) biorą pod uwagę ustalenia zawarte w decyzji środowiskowej. Zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, decyzja środowiskowa może być również konieczna przed dokonaniem zgłoszenia budowy, robót budowlanych, czy zgłoszenia zmiany pozwolenia na użytkowanie obiektu lub jego części.

W decyzjach środowiskowych badane są zazwyczaj takie parametry jak: wpływ przedsięwzięcia na siedliska zwierząt oraz roślin, stosunki wodne, ale także zdrowie i warunki życia ludzi.

Jedna decyzja środowiskowa dla całego przedsięwzięcia

Dla całej inwestycji wydawana jest tylko jedna decyzję o środowiskowych uwarunkowaniach. Bez znaczenia jest tutaj, czy realizacja przedsięwzięcia ma przebiegać w kilku etapach (decyzja o środowiskowych uwarunkowaniach obejmie wszystkie etapy).

Edyta Dubikowska



WZ PARTNERS

Outsourcing księgowości

Od 30 lat ułatwiamy zarządzanie firmą



NOWOCZESNA
E-KSIĘGOWOŚĆ



CYFROWY OBIEG
DOKUMENTÓW



WIELOLETNIE
WSPARCIE BRANŻY
REAL ESTATE



KRAJOWY SYSTEM
E-FAKTUR

Sprawiamy, że przedsiębiorstwo jest gotowe na każdą zmianę w zarządzaniu finansami.

Czego potrzebuje teraz Twój biznes?

Odkryj możliwości nowoczesnego prowadzenia firmy z WZ PARTNERS!

Jak ESG zmieni(a) najem komercyjny w Polsce

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Neutralność klimatyczna Europy do 2050 roku to cel Unii Europejskiej realizowany poprzez politykę Green Deal (Europejski Zielony Ład). Ambitny cel, jakim jest ekologiczne przekształcenie gospodarki UE w najbliższych dekadach, jest już realizowany w wielu obszarach związanych z nieruchomościami, zarówno ich budową jak i bieżącym korzystaniem. Jednym ze skutków unijnej legislacji dotyczącej neutralności klimatycznej jest ewolucja rozwiązań w umowach najmu komercyjnego biur, magazynów i centrów handlowych. Dla najemców coraz istotniejsze jest, czy budynek, z którego powierzchni korzystają, wspiera zrównoważony rozwój, zapewniając najemcom m. in. niższe koszty użytkowania i często wyższy komfort. Wdrożenie i stosowanie rozwiązań tzw. zielonego najmu jest korzystne także dla wynajmujących, bo podwyższa standard i atrakcyjność inwestycyjną oferowanego najmu, a zatem także pozwala uzyskać wyższe przychody z czynszu.

TRENDY W „ZIELONYCH” UMOWACH NAJMU

Poza ogólnym oświadczeniami stron umowy najmu o stosowaniu się w działalności prowadzonej w lokalu i w eksploatacji budynku do wytycznych zrównoważonego rozwoju (takich jak dążenie do zmniejszania zużycia mediów i generowania odpadów), już obecnie obserwujemy na polskim rynku najmu komercyjnego funkcjonowanie konkretnych rozwiązań, wspierających zrównoważony rozwój w zakresie działalności prowadzonej przez najemców oraz eksploatacji budynków. Wśród nich znajdują się postanowienia dotyczące segregowania odpadów, w tym odpadów niebezpiecznych, korzystanie z produktów podlegających recyklingowi, ale także dotyczące wykorzystania w lokalach odpowiednich materiałów. Strony umów najmu mogą – i obserwujemy to coraz częściej – przewidywać szczegółowe regulacje, niejednokrotnie wykraczające już poza wymogi obecnie obowiązujących „zielonych certyfikatów”, dotyczące korzystania z odpowiednich, energooszczędnych urządzeń, w tym ogrzewania i chłodzenia budynku, oczyszczania powietrza, wykorzystania tzw. szarej wody itp. Standardem są już miejsca parkingowe dla samochodów elektrycznych czy stojaki dla elektrycznych rowerów i hulajnog. Już dziś, ale na dużo większą skalę w przyszłości, do zasilania budynków komercyjnych wykorzystywana będzie energia pochodząca ze źródeł odnawialnych, kontraktowana przez wynajmujących z dostawcami energii lub produkowana przez panele fotowoltaiczne instalowane na dachach budynków. W tym drugim przypadku obserwujemy jeszcze problemy związane z technicznymi możliwościami instalowania takich paneli (obecne, starsze konstrukcje dachów mogą to utrudniać lub wprost uniemożliwiać, np. z uwagi na ich nośność), ale już obecnie realizowane inwestycje magazynowe i biurowe są projektowane tak, aby umożliwić jak najpełniejsze korzystanie ze źródeł odnawialnej energii. W przypadkach, gdy to najemcy realizują prace wykończeniowe, wynajmujący mogą narzucać korzystanie z materiałów, technologii a nawet dostawców spełniających wymagania zrównoważonego rozwoju, co jest oczywiście zawsze obszarem do negocjacji.

DZIŚ I JUTRO

Bez wątplenia szczegółowe postanowienia umów najmu komercyjnego dotyczące zrównoważonego rozwoju będą podlegać dalszej ewolucji do czasu aż staną się absolutnym standardem. Przewidujemy, że nadchodzące zmiany dotyczyć mogą rozkładu kosztów ponoszonych w związku z eksploataowaniem wynajmowanej powierzchni oraz raportowania przez strony podejmowanych działań służących neutralności klimatycznej i zachęt dla najemców do stosowania takich rozwiązań.

Konrad Pecelerowicz,
Associate, Penteris



Iga Piotrowska,
Senior Associate, Penteris



Dobra strategia ESG zwiększa szanse na sukces projektu nieruchomościowego

Aspekty dotyczące środowiska, kwestii społecznych i ładu korporacyjnego, określane wspólnym mianem ESG, istotnie wpłyną na sposób prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce. Zmiany te w dużej mierze dotkną uczestników rynku nieruchomości. Choć szacuje się, że branża nieruchomościowa odpowiada za ok. 40% emisji CO₂, do tej pory podmioty działające na tym rynku nie były objęte obligatoryjnym raportowaniem danych niefinansowych (w tym o emisjach).

W październiku 2022 roku Rada Unii Europejskiej poinformowała, że nowe budynki powinny osiągnąć zeroemisyjność do 2030 roku, pozostałe do 2050 roku. Tak ambitne plany muszą przełożyć się na daleko idące i nieuchronne zmiany w całym sektorze nieruchomościowym. Trend ten mogliśmy zaobserwować w ostatnich latach, a w kolejnych będzie on zyskiwać na znaczeniu. Nawet wybuch konfliktu zbrojnego w Ukrainie nie spowodował odejścia przez Unię od realizacji ambitnych celów klimatycznych.

Już teraz wymiar ESG oddziałuje na sposób planowania i realizacji nowych projektów nieruchomościowych. Przewiduje się, że będzie stawać się on jednym z kluczowych aspektów przy pozyskiwaniu finansowania od instytucji kredytowych, zainteresowania ze strony inwestorów instytucjonalnych, a także przyszłych najemców nieruchomości komercyjnych, w tym centrów handlowych.

Kogo będzie dotyczyć raportowanie ESG?

Raportowanie niefinansowe można postrzegać jako kolejny element skomplikowanej układanki pod tytułem *compliance*. Przygotowanie się do niego może wymagać przeszkolenia personelu, zdobycia know-how lub wsparcia zewnętrznego, co oznacza dodatkowe koszty. Przede wszystkim wymagać będzie jednak opracowania i wdrożenia odpowiedniej strategii w obszarze ESG.

Na początku 2023 roku weszła w życie dyrektywa CSRD², która jest największą zmianą w obszarze ESG na przestrze-

ni ostatnich lat. Dyrektywa rozszerza krąg podmiotów obowiązanych do raportowania danych niefinansowych. Szacuje się, że w całej Unii Europejskiej nowe regulacje mają objąć około 50 tys. przedsiębiorstw, w porównaniu z obecnymi 11 700. W Polsce będzie to około 3 tys. podmiotów.

Po raz pierwszy obowiązkiem raportowania mają zostać objęte duże przedsiębiorstwa niebędące jednostkami interesu publicznego. Wśród nich mogą znaleźć się najwięksi gracze na rynku nieruchomości³. Pierwszym okresem sprawozdawczym, w zakresie zrównoważonego rozwoju, będzie dla nich rok 2025 (pierwszy raport powinien być sporządzony w 2026 roku).

Nasz ustawodawca ma 18 miesięcy na implementację dyrektywy do prawa polskiego. Dla nowych adresatów obowiązków sprawozdawczych z zakresu ESG ten termin wydaje się krótki. Aby pierwszy raport był rzetelny, powinien opisywać działania prowadzone w 2025 roku. Dlatego przygotowania w tym kierunku należy rozpocząć już teraz.

Dlaczego warto wdrożyć strategię ESG?

Z początku obowiązek raportowania ESG będzie dotyczyć bezpośrednio tylko największych podmiotów z rynku nieruchomości, ale jego wprowadzenie zacznie stopniowo oddziaływać na większą część tego rynku. Potrzeba zmian i optymalizacji nie ominie właścicieli istniejących nieruchomości komercyjnych (w tym centrów handlowych), którzy będą zainteresowani utrzymaniem konkurencyjności względem nowych obiektów.

Wdrożenie strategii ESG będzie przekładać się na budowę wartości zrównoważonego przedsiębiorstwa. „Zrównoważony” to inaczej bardziej stabilny, także w kontekście zgodności z wyśrubowanymi wymogami środowiskowymi. Uwzględnienie aspektów ESG w działalności biznesowej i optymalizacja nieruchomości pod tym kątem jest istotna dla wielu potencjalnych interesariuszy.

² Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2464 z dnia 14 grudnia 2022 r. w sprawie zmiany rozporządzenia (UE) nr 537/2014, dyrektywy 2004/109/WE, dyrektywy 2006/43/WE oraz dyrektywy 2013/34/UE w odniesieniu do sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju („CSRD”).

³ Chodzi o podmioty, które spełniać będą co najmniej dwóch z trzech następujących kryteriów: a) suma bilansowa - 20 000 000 EUR, b) przychody netto ze sprzedaży - 40 000 000 EUR, c) średnia liczba zatrudnionych w roku obrotowym – 250.

Po pierwsze, przekłada się na atrakcyjność nieruchomości w oczach obecnych i przyszłych najemców, dla których nieruchomość zoptymalizowana pod względem zużycia energii i pozostałych aspektów środowiskowych, oznacza niższe koszty użytkowania.

Po drugie, zwiększa szanse na pozyskanie zagranicznych funduszy inwestycyjnych działających na rynku nieruchomości. Jako podmioty z sektora finansowego, fundusze te mają obowiązek uwzględniać aspekty ESG w swojej działalności. Udostępnienie rzetelnych danych niefinansowych zwiększa szanse pozyskania ich do projektu.

Po trzecie, wdrożenie ESG to także budowanie pozytywnego wizerunku firmy wśród obecnych i potencjalnych klientów, a także pracowników (ang. *employer branding*). Dobra strategia ESG powinna przekładać się na stworzenie przyjaznego środowiska pracy i mniejszą rotację personelu. Zlekceważenie tych aspektów może skutkować mniejszą atrakcyjnością pracodawcy w oczach potencjalnych kandydatów do pracy.

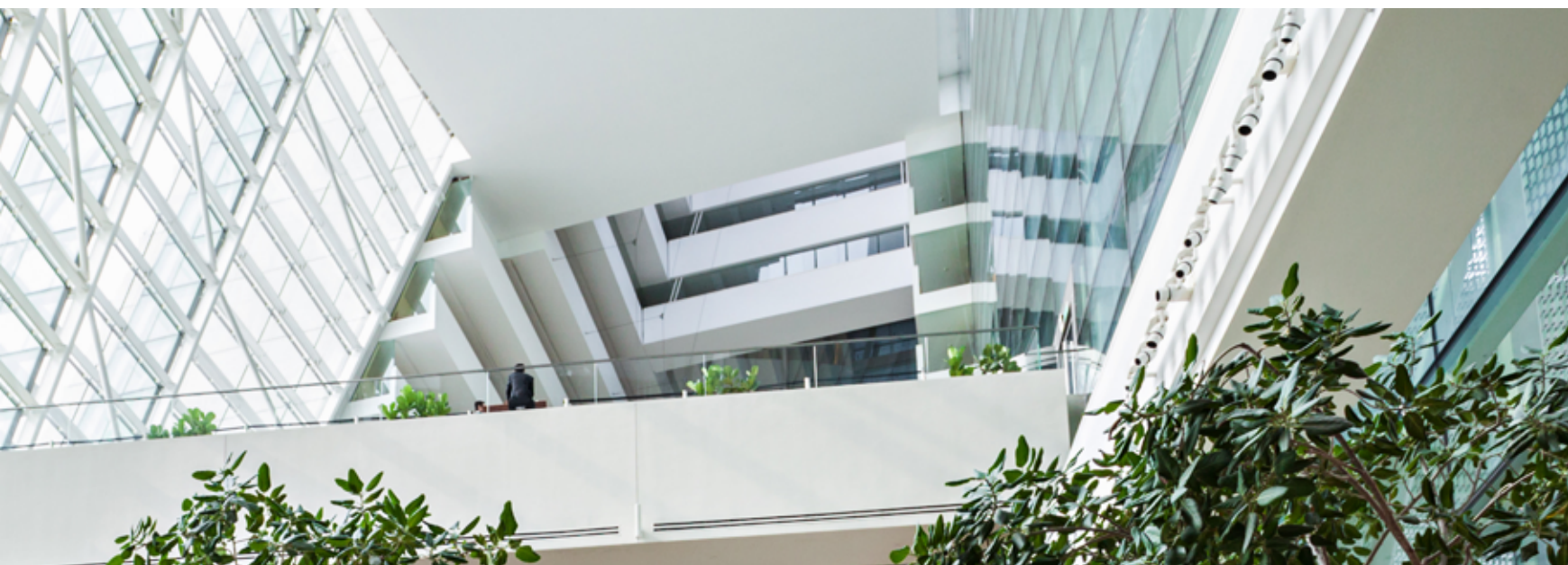
Co dalej?

Przepisy z zakresu ESG już teraz są elementem otoczenia prawno-regulacyjnego, w którym działa branża nieruchomościowa, i w kolejnych latach ich znaczenie będzie wzrastać.

Tematem powinni zainteresować się wszyscy profesjonalni uczestnicy rynku nieruchomości, niezależnie od ich wielkości, ze względu na zależność od źródeł finansowania (funduszy lub instytucji kredytowych) lub obecność w łańcuchu dostaw największych spółek. Dla dużej części rynku wybrane aspekty ESG, w szczególności środowiskowe, będą mieć znaczenie w kontekście ograniczenia rosnących kosztów utrzymania nieruchomości i budowania atrakcyjności obiektu w oczach jego użytkowników.

To właściwy moment na wybór konkretnych rozwiązań, a w przypadku podmiotów, które będą objęte obowiązkiem raportowania z zakresu ESG, pierwsze przymiarki do wyboru metodyki do sporządzania przyszłych raportów. Im wcześniej ten proces rozpoczniemy, tym przejście do nowej rzeczywistości będzie bardziej płynne i mniej bolesne.

Michał Kalata
Argon Legal
www.argon.legal



Budynek zielony czy porzucony?

Wykorzystanie Narzędzia CRREM do zrównoważonego rozwoju nieruchomości

Jeśli chcemy zatrzymać wzrost średniej temperatury na Ziemi na poziomie nie przekraczającym 2°C, konieczne są zdecydowane działania, w tym przekształcenie istniejącego zasobu budowlanego w budynki zero-emisyjne. Ambicją Unii Europejskiej jest osiągnięcie tego celu do roku 2050 dla wszystkich budynków w Europie. Realizacja tego ambitnego planu wymaga zaangażowania całego sektora budownictwa i jego łańcucha wartości.

75%...

Wizja nowoczesnej, konkurencyjnej i zdekarbonizowanej gospodarki przedstawiona w Europejskim Zielonym Ładzie, znacząco wpływa na sektor budynków. Według raportu Komisji Europejskiej z 2020 roku 75% budynków nie jest energooszczędnych. Oznacza to marnotrawstwo energii i zwiększoną emisję gazów cieplarnianych, a przewiduje się, że aż 95% tych budynków nadal będzie w użyciu w roku 2050. Raport wskazuje również, że sektor budowlany jest odpowiedzialny za około 40% zużycia energii i około 36% emisji gazów cieplarnianych w Europie. Dlatego też, poprawa efektywności energetycznej budynków na kontynencie, jest kluczowa dla osiągnięcia celów klimatycznych UE, takich jak zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych o co najmniej 55% do 2030 roku.

Obecnie na świecie przeżywamy największą falę wzrostu miejskiego w historii ludzkości. Do 2060 roku w miastach będzie żyło dwie trzecie z 10 miliardów ludzi. Aby zaakomodować ten wzrost, przewiduje się dodanie kolejnych 230 miliardów metrów kwadratowych nowej powierzchni użytkowej do światowej bazy budynków, podwajając ją w ciągu niespełna 40 lat. Kluczowe jest, aby budynki, które będą powstawały, były eksploatowane w sposób zrównoważony, co przyczyni się do ograniczenia emisji gazów cieplarnianych, a tym samym do złagodzenia zmian klimatycznych.

PRESJA WZRASTA

Konsumenci coraz bardziej kierują się postawami związanymi z ochroną środowiska i wymagają zrównoważonych produktów. Jednocześnie rządy wprowadzają coraz bar-

dziej rygorystyczne wymagania regulacyjne dotyczące efektywności energetycznej istniejących, zmodernizowanych i zwłaszcza nowo budowanych budynków, takich jak Europejska Dyrektywa dotycząca Energetycznej Wydajności Budynków (EPBD). Jeśli budynek nie spełnia oczekiwań rynku i wymagań regulacyjnych, traci na wartości.

Sektor budowlany staje przed kilkoma wyzwaniem, które utrudniają jego wysiłki w zakresie dekarbonizacji. Jednym z głównych jest brak klarownych wytycznych dotyczących sposobu pomiaru, raportowania i weryfikacji emisji budynków. Ponadto właściciele i najemcy budynków często nie mają dostępu do rzetelnych danych dotyczących zużycia energii, emisji i innych czynników wpływających na ślad węglowy budynku. Badanie rynku wykazuje, że w ciągu następnych lat rosla będzie waga ryzyka związanego z klimatem przy podejmowaniu strategicznych decyzji dotyczących posiadanych nieruchomości (lub ich kredytowania).

OCEŃ, ZARZĄDZAJ, UNIKAJ.

Chcąc zredukować emisje CO₂, w pierwszej kolejności należy poznać jego wartość dla danego budynku. Do zbadania intensywności emisji CO₂ budynku posłużyć może Carbon Risk Real Estate Monitor (dalej zwany CRREM).

CRREM jest narzędziem pozwalającym na identyfikację ryzyka inwestycyjnego związanego z emisjami CO₂ pochodzącymi z budynków podczas ich użytkowania (tzw. operacyjny ślad węglowy). Zostało ono stworzone przez Instytut Gospodarki Nieruchomościami (Institut für Immobilienökonomie) w Austrii we współpracy z Uniwersytetem w Ulster (Wielka Brytania), GRESB BV (Holandia), Uniwersytetem w Alicante (Hiszpania) oraz Uniwersytecie w Tilburgu (Holandia). W dużej mierze bazuje na istniejących metodologiach takich jak EPRA sBPRs, GRI oraz GHG Protocol Corporate Standard, oraz norma ISO 16745-1.

Narzędzie to pozwala na analizę emisyjności nieruchomości w odniesieniu do ścieżek dekarbonizacji bazujących na wytycznych porozumienia paryskiego w sprawie zmian

klimatu. Dzięki temu, że ścieżki dekarbonizacji zostały ustalone w zależności od typu nieruchomości oraz kraju, w którym jest ona zlokalizowana, stanowią one podstawę racjonalnej analizy porównawczej inwestycji na rynku nieruchomości. Ocena ryzyka związanego z przekroczeniem emisji CO₂ odbywa się poprzez porównanie emisyjności danej nieruchomości z wspomnianymi ścieżkami dekarbonizacji. Aby określić emisyjność budynku, w pierwszej kolejności niezbędne są informacje o zużyciu energii, które następnie przy wykorzystaniu wskaźników emisyjności przeliczane jest na emisję CO₂. Ponadto, w analizie CRREM pod uwagę brane są także emisje niezorganizowane, które w przypadku budynków, powstają głównie w wyniku ubytków czynników z systemów chłodniczych. Do ich obliczenia stosuje się wartości potencjału tworzenia efektu cieplarnianego czynnika chłodniczego.

Ponadto narzędzie dostarcza użytkownikom wiele opcji porównywania, które obejmują pojedyncze aktywa z przeciętną wartością w Unii Europejskiej, z wartościami dla poszczególnych krajów oraz grupy „najlepszych w swojej klasie” dla tego samego podsektora (np. biura).

CRREM umożliwia obliczenie emisji CO₂ dla roku bazowego, a następnie, dzięki wykorzystaniu metodologii oszacowuje emisje w kolejnych latach, aż do roku 2050. Tym samym, wygenerowana zostaje charakterystyka emisyjności ocenianej nieruchomości, którą zestawia się ze ścieżką dekarbonizacji w celu właściwej analizy emisyjności CO₂.

STRANDED ASSET, CZYLI...

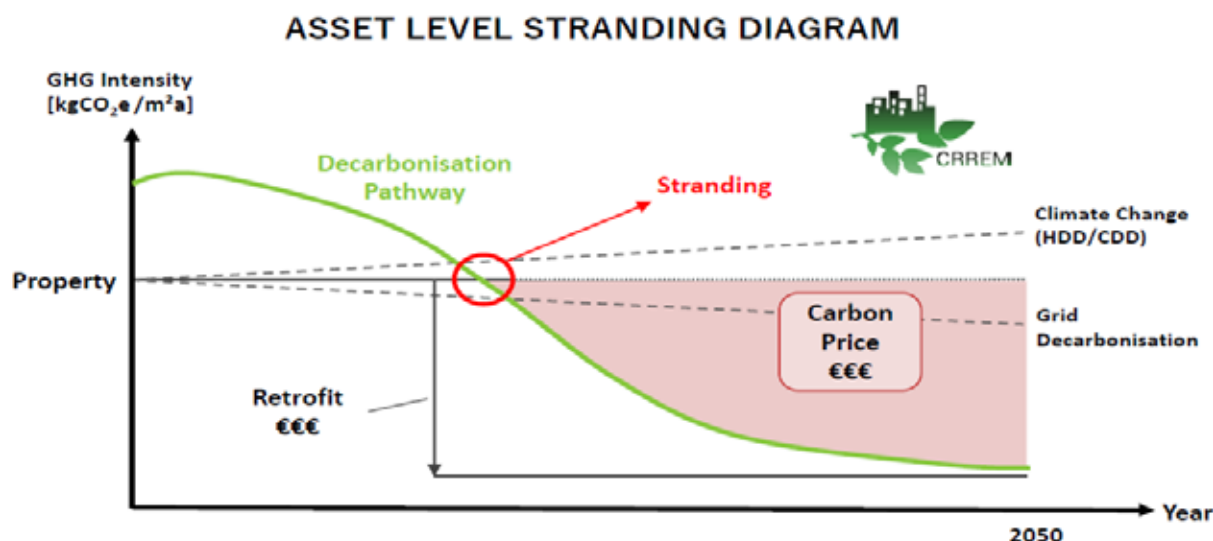
aktywa, które nieoczekiwanie lub przedwcześnie doświadczyły deprecjacji, wymagają kosztownej modernizacji lub doświadczyły konwersji na pasywa. Jest to inwestycja, która przed końcem swojego ekonomicznego życia nie przynosi już żadnego zwrotu ekonomicznego.

‘Stranded asset’ można odnaleźć w koncepcji kreatywnej destrukcji Schumpetera, gdzie aktywa stają się porzucone poprzez konkurencję, innowacje i wzrost gospodarczy.

Nie jest to nowe zjawisko w sektorze nieruchomości, ponieważ zmieniający się popyt konsumentów/najemców regularnie czyni nieruchomości przestarzałymi. To, co jest nowe, to wpływ i systemowe przenikanie zmian klimatu i związanej z nimi polityki środowiskowej na niektóre aktywa nieruchomościowe i powiązane rynki kapitałowe.

Przydatną miarą dla inwestorów i właścicieli nieruchomości dla zrozumienia długoterminowego ryzyka finansowego związanego ze zmianami klimatu i regulacjami dotyczącymi emisji węgla, jest jeden z wyników narzędzia CRREM, czyli tzw. ‘stranded asset year’ lub ‘stranding point’. Obliczenia te wskazują rok, w którym nieruchomość staje się nieopłacalna z powodu regulacji dotyczących emisji węgla zgodnych z celem Porozumienia Paryskiego, i reprezentują łączną ilość gazów cieplarnianych, które mogą być emitowane, zachowując ten cel (Grafika nr. 1).

Grafika 1. Graficzne przedstawienie konceptu ‘Stranding point’ dla nieruchomości (źródło CRREM)



Aby spełnić cele klimatyczne, emisje CO₂ danej nieruchomości powinny utrzymywać się poniżej wytyczonych ścieżek dekarbonizacji. W przypadku przekroczenia emisji, a więc przejścia przez ‘stranding point’, podjęte powinny zostać odpowiednie działania pozwalające na ich obniżenie, co najmniej do poziomu wskazanego przez ścieżkę dekarbonizacji.

Poprzez identyfikowanie nieruchomości, które są zagrożone stanieniem się 'stranded asset', inwestorzy i posiadacze aktywów mogą podjąć proaktywne kroki w celu zmniejszenia ryzyka i zapewnienia długoterminowej rentowności portfela nieruchomości.

DIABEŁ TKWI W SZCZEGÓŁACH.

W przypadku CRREM - przysłowiowego diabła, możemy się spodziewać sprawdzając kompletność danych operacyjnych użytkownika budynku dostępnych do analizy i oceny.

Ryzyko stania się 'stranded asset' i jego potencjalny wpływ na wartość aktywów zależy od wszystkich emisji budynku. W przypadku nieruchomości inwestycyjnych emisje te mogą być tylko w pewnym stopniu kontrolowane przez właścicieli lub zarządców (np. wspólne obszary i usługi). Chcąc obniżyć emisje budynku konieczna jest współpraca z najemcami, określenie wspólnych celów i obniżenie zużycia energii po ich stronie. Inwestorzy i zarządcy aktywów będą musieli więc współpracować z najemcami i innymi dostawcami usług (np. energii), aby uniknąć luk w danych.

W badaniu przeprowadzonym przez CRREM, tylko 5,9% respondentów stwierdziło, że wszystkie informacje o aktywach są w pełni i łatwo dostępne. To prowadzi do konieczności dokonywania założeń i estymacji, które często opierają się na średnich rynkowych. To z kolei wpływa na jakość obliczeń i budzi wiele wątpliwości. Nastręcza to również trudności przy wprowadzaniu rozwiązań dekarbonizacyjnych i wyznaczaniu odpowiedzialności za nie, zarówno finansowej jak i operacyjnej.

Dobrym sposobem radzenia sobie z brakującymi informacjami i brakami danych, byłoby opracowanie własnych założeń dotyczących aktywów takich jak: danych całego budynku, danych najemców, wielkości pustostanów, danych o pozyskiwaniu energii, oraz danych o ubytkach czynni-

ków chłodniczych, które są równie istotne z uwagi na fakt, że są one bardziej szkodliwe dla środowiska niż CO₂, pod względem potencjału globalnego ocieplenia (z ang. Global Warming Potential, GWP).

Ponadto, rozwiązania takie, jak zielone umowy najmu i inteligentne liczniki, mogą pomóc w przezwyciężeniu tego problemu. Należy pamiętać, że przejrzystość jest kluczowym czynnikiem, który zapewnia porównywalność i zdolność inwestorów do interpretacji wyników.

HOLISTYCZNE PODEJŚCIE DO ZARZĄDZANIA PORTEFEM BUDYNKÓW

Oprócz analizy emisyjności oraz efektywności energetycznej, CRREM daje również możliwość przeprowadzenia związanych z nimi pomocniczych analiz ryzyka finansowego. Identyfikowanie emisji i ryzyka, związaną z portfelem nieruchomości, daje czytelną podstawę i redukcję niepewności przy podejmowaniu decyzji.

- Poprawić czy sprzedać?
- Jaki jest koszt osiągnięcia wymaganego wskaźnika zużycia energii i do kiedy powinno się to zadziać?
- Jakie mogą być przyszłe koszty związane z wysokim zużyciem energii, jeśli zostaną wprowadzone lub zintensyfikowane ceny węgla?
- Gdzie inwestować?
- Jak wygląda ocena wpływu modernizacji, pomiędzy krajami i sektorami?
- Które z inwestycji powinny jako pierwsze być modernizowane?
- Którzy najemcy są wysokim ryzykiem?
- Czy obecny stan budynku i prognozowane modernizacje są zbieżne z najemcami, którzy posiadają własne strategiczne cele i ambicje?
- Kiedy rynek zareaguje? Jak ocenić sentyment rynku i przewidzieć obniżki cen w przypadku nieruchomości z negatywnym wpływem na środowisko lub premie w przypadku nieruchomości ekologicznych?



Kompleksowe wykorzystanie narzędzia CRREM pozwala odpowiedzieć na te i na wiele innych pytań. Symulowanie wirtualnych scenariuszy umożliwia inwestorom ocenę ich wpływu na wydajność energetyczną i emisję dwutlenku węgla w portfelu nieruchomości, jak również pozwala

poznać całościowy obraz danego portfela nieruchomości. Brak oceny nieruchomości będzie negatywnym wyróżnikiem na rynku zdominowanym przez budynki, które mają określone aspekty ekologiczne, za pośrednictwem wielokryterialnych systemów oceny.

STATUS QUO I NADCHODZĄCE WYZWANIA

Z uwagi na wysoką emisyjność gazów cieplarnianych w budownictwie, budynki stanowią kluczowy element budowania przyszłości o niskiej emisji węgla oraz globalne wyzwanie dla integracji z agendą zrównoważonego rozwoju. Istniejące budynki oraz te, które będą budowane, decydują o znacznej części globalnego zapotrzebowania na energię.

Na kształtujący się obraz ryzyka transformacji w sektorze nieruchomości komercyjnych wpływa polityka (nowe wymagania regulacyjne, nowe zobowiązania i cele klimatyczne, rozszerzenie dyrektywy dotyczącej handlu uprawnieniami do emisji gazów cieplarnianych), inwestorzy (zmieniające się preferencje rynkowe, zabezpieczenie nieruchomości względem porozumienia paryskiego, rosnące wymagania raportowania) oraz sektor bankowy, realizujący agendę zielonego finansowania.

W rzeczywistości zmiany klimatu mogą zagrozić działalności firm z branży nieruchomości, jeśli nie zostaną podjęte działania transformacyjne. Dlatego ważne jest, aby skupić się na zdefiniowaniu odpowiednich działań i podjęciu ich

w całym łańcuchu wartości. Oczekiwany trend, realizowany przez wszystkich interesariuszy na rynkach nieruchomości, to wdrażanie standardów oceny swoich portfeli i ujawnienia wyników dzięki czemu rynki stają się bardziej przejrzyste pod względem ryzyka klimatycznego.

Modelowanie ram CRREM umożliwia wdrożenie kompleksowego procesu zarządzania ryzykiem związanym z kwestiami ESG. Dotyczy to zarówno transakcji nieruchomości, jak i regularnego raportowania. Ponieważ zarządzanie ryzykiem związanym z ESG jest stosunkowo młodą dziedziną dla branży nieruchomości, szczegółowo opracowane tło modelowania może pomóc w komunikowaniu ekspozycji na ryzyko nieruchomości między wewnętrznymi i zewnętrznymi interesariuszami.

Tak zwany dylemat inwestor-najemca jest obecny we wszystkich sektorach nieruchomości i jest szczególnie istotny nie tylko dla procesu zbierania danych, ale również dla dystrybucji kosztów i korzyści określonych działań modernizacyjnych. Zmiana obecnie standardowych praktyk z pewnością skieruje się w stronę wprowadzania instrukcji dotyczących zielonych zamówień i stosowania zielonych umów najmu w celu zintensyfikowania wymiany danych. Ostateczny cel dekarbonizacji nieruchomości może być osiągnięty, jeśli wszyscy interesariusze zapewnią kompleksową analizę całej nieruchomości, korzystając z porównywania i optymalizacji danych.

**Noemi Macura
Arcadis**

Źródła: [1] In focus: Energy efficiency in buildings, European Commission. Dostępny w Internecie: https://commission.europa.eu/news/focus-energy-efficiency-buildings-2020-02-17_en

[2] From Global Emission Budgets To Decarbonisation Pathways At Property Level: CRREM Downscaling And Carbon Performance Assessment Methodology, Dostępny w Internecie: https://www.crrem.eu/wp-content/uploads/2023/01/CRREM-downscaling-documentation-and-assessment-methodology_Update-V2_V1.0-11-01-23.pdf

[3] CRREM Report - Developing a Framework for Science-based Decarbonizing and Reducing Stranding Risks within the Commercial Real Estate Sector, Jens Hirsch, Maximilian Spanner, Sven Bienert, Journal of Sustainable Real Estate, Czerwiec 2020. DOI: <https://doi.org/10.22300/1949-8276.11.1.174>

[4] CRREM Report of “lessons learned” on Best-practise Users. Dostępny w Internecie: <https://www.crrem.eu/crrem-initiative-publishes-report-of-lessons-learned-on-best-practice-users/>

[5] EU Sustainable Action Plan (2018): “Action Plan: Financing Sustainable Growth” Dostępny w Internecie: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0097>

[6] Managing Transition Risk in Real Estate: Aligning to the Paris Climate Accord. Dostępny w Internecie: <https://www.unepfi.org/themes/climate-change/managing-transition-risk-in-real-estate-aligning-to-the-paris-climate-accord/>

[7] Efektywność energetyczna budynków. Szanse i wyzwania dla polskich firm. KONFEDERACJA LEWIATAN, Warszawa, lipiec 2022.

ESG – jak przejść od planów do wdrożenia?

Temat ESG (czyli standardów jakie podmioty stawiają sobie w obszarach dotyczących środowiska naturalnego, odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego – ang. Environmental, Social and Corporate Governance) stało się kluczowym składnikiem nowego modelu globalnej gospodarki. Coraz częściej konsumenci i inwestorzy z różnych branż oczekują od przedsiębiorców spełnienia pojawiających się kryteriów sprawozdawczości w ramach zrównoważonego rozwoju.

Szacuje się, że w 2025 roku łączna wartość aktywów ulokowanych w funduszach zrównoważonych osiągnie 53 biliony dolarów. W obliczu takich prognoz, firmy szybko zdają sobie sprawę, że włączenie ESG do swoich organizacji i strategii inwestycyjnych może dać im zdecydowaną przewagę konkurencyjną na rynku.

Najnowszy raport *Vistra 2030*, gromadzący dane z ankiety przeprowadzonej wśród ponad 600 profesjonalnych podmiotów z sektora korporacyjnego i inwestycyjnego, pokazuje, że prawie 3/4 respondentów (71%) uważa, iż w ciągu najbliższych 12 miesięcy ESG będzie miało od umiarkowanego do bardzo dużego znaczenie w kontekście przyciągania klientów. Wciąż jednak wiele organizacji nie jest do tego przygotowanych.

Jedna z uzyskanych w ankiecie odpowiedzi brzmi: „Firmy deklarują, że ich działalność jest zgodna z ESG. Są świadome, że muszą coś w tym kierunku zrobić, ale nie do końca wiedzą, od czego zacząć.”.

Wzrost regulacji dotyczących ESG

Pomimo rosnącego nacisku na ESG, firmy, zarządzające funduszami i inne podmioty gospodarcze zmagają się z mnogością standardów i wytycznych w zakresie raportowania. Różnice te sprawiają, że brakuje przejrzystości, a porównywanie wyników stanowi dla inwestorów spore wyzwanie.

Obecnie, w większości porządków prawnych, ujawnianie informacji ESG pozostaje w dużej mierze dobrowolne. Jednak organy regulacyjne na całym świecie szybko podejmują działania w tej dziedzinie. Przykładem jest Europa, gdzie powstają ramy prawne, takie jak *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2088 z dnia 27 listopada 2019 r. w sprawie ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych* (tzw. Rozporządzenie SFDR – Sustainable Finance Disclosure Regulation).

Ponad połowa ankietowanych przez Vistra (56%) oczekuje, że wymogi dotyczące raportowania ESG staną się globalną normą do 2027 roku. Podobna liczba podmiotów (55%) twierdzi, że miałyby to pozytywny wpływ na

branżę funduszy i usług korporacyjnych. Co istotne, wśród uczestników badania pochodzących z Europy, odsetek ten wzrasta do 65%.

Kwestia ESG jest przez naszych respondentów szeroko komentowana niemal codziennie: „Nie ma dnia, żebyśmy nie odbyli rozmowy na temat ESG, z klientem lub wewnątrz w zespole. Chcemy wzajemnie upewnić się, że postępujemy zgodnie z zasadami. Dla prawie każdego z naszych klientów jest to obszar znajdujący się na pierwszym planie.”

Unijne Rozporządzenie SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation)

Wydane przez organy Unii Europejskiej Rozporządzenie SFDR jest jak dotąd najistotniejszym i najobszerniejszym aktem prawnym dotyczącym ESG, który został opracowany w celu zapewnienia większej przejrzystości, maksymalizowania standaryzacji i umożliwienia inwestorom podejmowania bardziej świadomych decyzji pomiędzy dostawcami usług w odniesieniu do zrównoważonego rozwoju.

Rozporządzenie obejmuje zasady dotyczące sposobu klasyfikowania przez przedsiębiorstwa instrumentów inwestycyjnych, a także opisuje dodatkowe środki dotyczące taksonomii, benchmarków zrównoważonego rozwoju i zarządzania ryzykiem. Prawidłowa interpretacja i wdrożenie SFDR będą miały kluczowe znaczenie dla działalności przedsiębiorstw w przyszłości.

Należy podkreślić, że chociaż SFDR jest przełomową dyrektywą, to inne jurysdykcje poza Europą również wdrażają lub planują wprowadzenie przepisów związanych z ESG. Na przykład Amerykańska Komisja Papierów Wartościowych i Giełd zaproponowała, aby spółki publiczne ujawniały

niały informacje o ryzyku, na jakie są narażone w związku ze zmianami klimatycznymi oraz o tym, jak chcą nim zarządzać. Ustawodawcy z regionu Azji i Australii starają się zwalczać wprowadzające w błąd oświadczenia dotyczące ESG, czyli tzw. greenwashing („zielone kłamstwo”).

Szanse i wyzwania na przyszłość

Raport *Vistra 2030* pokazuje, że w miarę wzrostu presji na redukcję emisji dwutlenku węgla, firmy i inwestorzy z zadowoleniem przyjmują ruchy mające na celu ustalenie bardziej jednoznacznych wymogów sprawozdawczych. Regulacje takie jak Taksonomia UE czy rekomendacje Taskforce on Climate Related Financial Disclosures (TCFD) powinny przynieść oczekiwaną transparentność dla zrównoważonych inwestycji, w tym dla tzw. obligacji społecznych* i zielonego finansowania. Jeden z ankietowanych specjalistów z sektora private equity twierdzi, że w tej dziedzinie pomogły również przepisy SFDR dotyczące klasyfikacji funduszy w oparciu o poziomy zrównoważonego rozwoju. „To jest dokładnie to, czego potrzebował rynek.” – mówi.

Jednak wdrożenie nowych regulacji i wytycznych będzie wiązało się z wyzwaniami. Pojawiają się one nie tylko ze względu na potencjalną złożoność unormowań – czego dowodem są wielopłaszczyznowe wymogi SFDR – ale także z powodu utrzymujących się rozbieżności regulacyjnych między jurysdykcjami. Przedsiębiorstwa, firmy rodzinne, zarządzające funduszami i inne podmioty gospodarcze działające poza granicami kraju, muszą uwzględniać wiele obowiązujących standardów ESG i wymogów sprawozdawczych w miarę ich wprowadzania i aktualizacji.

Przewaga konkurencyjna

Na podmioty gospodarcze i zarządzających funduszami nieustannie wywierany jest nacisk, aby rozwijać strategię i praktyki raportowania ESG, zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju, wskazujące zwrot z inwestycji oraz przejrzystość dla inwestorów. Choć istnieje wiele ram raportowania ESG – i, jak zauważyliśmy – większość z nich jest dobrowolna – opracowanie i wdrożenie świadomych strategii ESG na wczesnym etapie pozwoli przedsiębiorcom sprostać przyszłym obowiązkom nakładanym przez organy regulujące. Proces ten umożliwi również organizacji wsparcie własnych deklaracji o stosowaniu norm ESG.

Aby to się stało, strategię ESG muszą zostać opracowane przez zarządzających i być skutecznie zaimplementowane przez kierownictwo wyższego szczebla, przy zachowaniu transparentności – oraz zgodności z lokalnymi przepisami (jeśli takie już istnieją).

Jednym z ważniejszych obszarów wymagających uwagi przy wdrożeniu raportowania ESG jest sam proces zbierania oraz analiza danych. Wiele globalnych podmiotów wy-

korzystuje do tego własne narzędzia, gdzie dane zbierane są lokalnie. Dość częstym błędem jest niedoszacowanie czasu potrzebnego na zebranie tych informacji u podstaw – co może prowadzić do znacznych opóźnień w całym procesie.

Organizacje powinny również uwzględnić koszty związane z utrzymaniem i przestrzeganiem zmieniających się regulacji i stosowanie najlepszych praktyk ESG. Budowanie wewnętrznych procedur w zakresie ESG może być czasochłonne i drogie, dlatego wiele przedsiębiorców zwraca się do firm oferujących świadczenia w obszarze doradztwa, technologii raportowania i usług back-office. Wymagane jest zachowanie należytej staranności w stosunku do każdego dostawcy usług, ale kalkulując ryzyko i możliwe korzyści, przemysłowe wydatki na outsourcing są obecnie powszechnie postrzegane jako inteligentna inwestycja, a nie koszty, które nie przynoszą wartości dodanej.

* obligacje społeczne - SIB – (*social impact bonds*) – rodzaj umowy inwestora z podmiotem sektora publicznego, w której inwestor zobowiązuje się do konkretnych działań służących poprawie ogólnie pojętego dobra społecznego.

Anna Łoś
Vistra



Błękitno zielona infrastruktura parkingów wielkopowierzchniowych jako *strategia społecznej odpowiedzialności*.

Jednym z wyzwań w walce ze zmianami klimatu jest retencja wody. Zatrzymanie wód opadowych w miejscu, gdzie spadły, zmniejsza ryzyko powodzi i pozwalają wykorzystać deszczówkę np. do podlewania zieleni. Kluczowe znaczenie dla retencji na obszarach miejskich ma stosowanie rozwiązań, które określane są mianem błękitno-zielonej infrastruktury.

Błękitno-zielona infrastruktura to sposób planowania danego obszaru z wykorzystaniem przyrody i profilowania terenu, który umożliwia uzyskanie korzyści ekologicznych i społecznych, przy równoczesnym utrzymaniu wartości gospodarczych. Przykładami takiej infrastruktury są zielone przystanki, dachy, fasady i ściany, ogrody deszczowe czy stawy retencyjne.

Dzięki błękitno-zielonej infrastrukturze tradycyjny system odprowadzania opadów (kanały burzowe, studzienki, kanalizacja) zostaje odciążony, zwiększa się powierzchnia infiltracji opadów oraz ich parowania, pojawia się możliwość wykorzystania potencjału roślin do retencionowania wody. A wszystko to przy zachowaniu istniejącej funkcji danej przestrzeni.

Parkingi wielkopowierzchniowe stały się nieodzownym elementem dużych obiektów, a ich liczba w terenach zurbanizowanych nie pozostaje bez wpływu na jakość życia mieszkańców. Ich głównym problemem poza zanieczyszczeniem powietrza jest wzmaganie efektu miejskiej wyspy ciepła (efekt skali). Przyczyniają się również do nadmiernego spływu powierzchniowego wody, co przy dużych opadach powoduje przeciążenie miejskich systemów kanalizacyjnych. Poza oczywistym zagrożeniem podtopieniami ma to, pozornie paradoksalnie, ogromny wpływ na zwiększenie zjawiska suszy w terenach zurbanizowanych. Woda jest usuwana zbyt szybko i nie może zostać wykorzystana tam, gdzie wystąpił opad. Destabilizuje to systemy kanalizacyjne a w konsekwencji rzeki. Może nawet zaburzać równowagę biologiczną.

Te problemy wielkopowierzchniowych parkingów można łagodzić wykorzystując elementy błękitno-zielonej infrastruktury. Efekty najłatwiej osiągnąć poprzez przynajmniej częściowe „odbetonowanie” danej przestrzeni, czyli częściową likwidację powierzchni uszczelnionych, które ograniczają infiltrację wody. **Można to osiągnąć stosując nawierzchnie przepuszczalne, które umożliwiają przenikanie wody ze spływu powierzchniowego do gruntu. Mogą to być proste rozwiązania takie, jak częste w przypadku parkingów**

betonowe, płyty ażurowe. Ich otwory wykorzystuje się do zasiania trawy. Innym popularnym rozwiązaniem jest zastosowanie nawierzchni z kruszyw naturalnych ze spoiwem żywicznym, betonu porowatego lub nawierzchni żwirowych.

Betonowe korytka ściekowe parkingów można zastąpić rowami bioretencyjnymi. Wielowarstwowa struktura ich dna pozwala na powolne filtrowanie, a także infiltrowanie wody opadowej, której nadmiar jest usuwany do studzienek przelewowych tradycyjnego systemu kanalizacyjnego. Dodatkowo obsadzenie rowów roślinami rodzimymi pozwala na wykorzystanie nie tylko ich potencjału retencyjnego, ale także na wprowadzenie różnorodności biologicznej w terenie, na którym wcześniej istniała tylko szczelna nawierzchnia. Przy odpowiednim doborze gatunkowym możliwa jest również fitoremediacja, czyli wykorzystanie roślin do oczyszczania gleby, wody lub powietrza.

Ograniczenie betonowej nawierzchni parkingów powoduje zmniejszenie powierzchni szczelnej zlewni, a powstającą na „odbetonowanej” powierzchni ilość opadów można odprowadzić grawitacyjnie do tzw. ogrodów deszczowych – niecek bioretencyjnych. Poprzez wykorzystanie naturalnego obniżenia terenu lub stworzenie zagłębień można gromadzić w tym obszarze wodę opadową, a samą nieckę obsadzić odpowiednio dobraną roślinnością, która, podobnie jak w przypadku rowów bioretencyjnych, pełni wiele funkcji. Niecki wyposaża się również w studzienki przelewowe, które odprowadzają nadmiar wody do tradycyjnego systemu kanalizacyjnego (ale dopiero w przypadku przekroczenia możliwości retencyjnych niecki).

Wymienione rozwiązania z zakresu błękitno-zielonej infrastruktury w przestrzeniach parkingów mogą znacząco poprawić jakość środowiska. Społeczna odpowiedzialność właścicieli tych obiektów ma realny wpływ na zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza, zmniejszenie zjawiska miejskiej wyspy ciepła, przeciwdziałanie suszy, ograniczenie nadmiernego spływu powierzchniowego i zagrożenia podtopieniami, a także zachowanie ciągłości ekologicznej. Bez wątpienia wprowadzenie zieleni i urozmaicenie ukształtowania terenu przekłada się również na pozytywny odbiór przestrzeni przez jej użytkowników. Koszt i wprowadzenia zmian pozostaje stosunkowo niewielki w porównaniu do wielostronnych korzyści, które niosą.

Alicja Cebulak , CALLA Group; calla.pl

Planowanie zrównoważone na przykładzie wystawy

EXPO Horticultural w Łodzi

Wystawa EXPO Horticultural w Łodzi stanowi przykład zielonej rewitalizacji współczesnego, europejskiego miasta. Ukazuje możliwości proekologicznej transformacji terenów o różnym sposobie użytkowania, położonych w jego centrum.

Zespół Chapman Taylor wspólnie z firmą PwC opracował koncepcję zagospodarowania przestrzenno-funkcjonalnego terenów objętych Wystawą - Masterplan. Koncepcja obejmuje nie tylko czas trwania wydarzenia, ale wybiega w przyszłość pokazując, w jaki sposób obiekty powstałe na EXPO zostaną wykorzystane w przyszłości i jaki będzie długoterminowy wpływ takich działań.

Masterplan zawdzięcza swój kształt wnioskowi z różnorodnych analiz i konsultacji społecznych, które objęły duże grupy interesariuszy projektu. Tereny wystawy obejmują bardzo różnorodne pod względem historii i funkcji obszary, położone w promieniu dwóch kilometrów od głównego multimodalnego węzła kolejowego miasta – Łodzi Fabrycznej. Łącznie zajmują obszar o powierzchni ok. 86 hektarów.

W ich skład wchodzi: zabytkowy Park 3 Maja, współczesny park miejski im. Roberta Baden-Powella, tereny poprzemysłowe nazwane „Zatorzem” oraz obszary spontanicznie rosnącej roślinności określane potocznie mianem „Zieleniec”.

Główna idea wystawy „Natura Miasta” przedstawiona jest poprzez płaszczyzny, na których toczą się procesy kształtujące krajobraz miejski. W wymienionych powyżej przestrzeniach, zieleni i obiekty architektoniczne komponowane są tak, by przedstawiać poszczególne motywy: Naturę Życia, Naturę Biznesu, Naturę Czasu Wolnego i Naturę Zdrowia, które przenika i łączy motyw nazwany przez projektantów Naszą Naturą. Każda z tych płaszczyzn odzwierciedlona jest w poszczególnych obszarach wystawy.

W Parku 3 Maja - historycznym parku z XX-lecia międzywojennego odzwierciedlona jest Natura Czasu Wolnego.

Projekt przewiduje przywrócenie historycznego układu przestrzennego parku i jego rewitalizację. Obszar ten będzie miejscem relaksu, wypoczynku i rekreacji z nowymi kompozycjami roślin ozdobnych oraz dodatkowymi systemami nawadniania istniejącego drzewostanu.

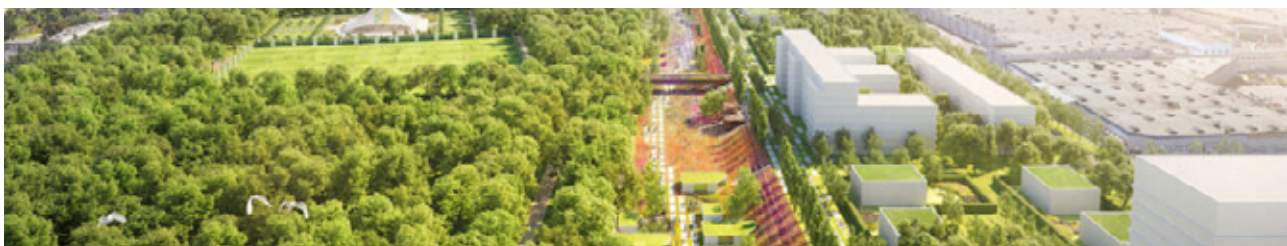
Natura Życia to Park im. R. Baden-Powella. Współczesny park rekreacyjny, z amfiteatrem, terenami spacerowymi i zróżnicowanym drzewostanem. Park ten będzie miejskim, zielonym, placem wystawy, gdzie znajdą się jej główne ogrody – prezentacje państw biorących udział w wystawie. Zwieńczeniem nowej koncepcji jego zagospodarowania będzie plac z pawilonami narodowym oraz Łodzi.

Natura Zdrowia zlokalizowana w Zieleniecu, to teren w większości pokryty swobodnie wegetującą roślinnością, to dawne składowisko odpadów budowlanych. Zieleniec będzie mieścił współczesne rozwiązania z zakresu promocji zdrowia i zdrowego trybu życia. Znajdzie się na nim plac otoczony prezentacjami rolnictwa miejskiego i ogrodów społecznościowych oraz szklarniami roślin tropikalnych. Obszar Zielenca pomieści także program pro środowiskowych rozwiązań połączonych z Akademią Zdrowia EcoUmed.

Natura Biznesu ukazana przez obszar Zatorza to poprzemysłowe tereny inwestycyjne. Będzie to część wystawy mieszcząca jej główny, zielony plac wejściowy, który poprowadzi odwiedzającego korytarzem Łąki lub Aleją EXPO mieszczącą główne budynki wystawy, w tym najbardziej okazałe pawilony państw biorących w niej udział oraz Centrum Bioróżnorodności.

Zgodnie z duchem sustainability, większość obiektów wybudowanych na czas wystawy będzie funkcjonować także po jej zakończeniu. Podniosą one atrakcyjność tego rejonu miasta i będą wykorzystywane przez mieszkańców.

Mariusz Wróblewski
Chapman Taylor



Przebudowy w obiektach handlowych a ESG

W dzisiejszych czasach, kiedy zmiany klimatyczne i kwestie związane z zrównoważonym rozwojem stają się coraz bardziej palącymi problemami, inwestorzy, planując przebudowę lub modernizację projektu, poszukują partnerów, którzy w swojej działalności uwzględniają wpływ na środowisko i społeczeństwo. Jedną z takich firm jest Reesco Retail.

Ocena ESG pomaga inwestorom podejmować decyzje inwestycyjne, które nie tylko przynoszą zyski, ale także przyczyniają się do poprawy jakości życia na świecie. Obejmuje ona trzy obszary: środowisko (Environmental), społeczeństwo (Social) oraz zarządzanie (Governance). Firmy, które dbają o swoje otoczenie, społeczność i sposób zarządzania, zazwyczaj lepiej sobie radzą na rynku, a ich akcje są bardziej stabilne i mniej podatne na wahania rynkowe.

Z doświadczenia Reesco Retail płynącego z realizacji licznych projektów, w przypadku przebudowy lub modernizacji obiektu handlowego postulaty ESG mogą być realizowane w każdym z trzech obszarów:

Środowisko - obszar ten dotyczy działań podejmowanych przez firmę w celu ochrony środowiska naturalnego.

- **Łączenie starych i nowych materiałów** - przy przebudowie obiektu można wykorzystać materiały istniejące łącząc je z nowymi, aby zminimalizować ilość odpadów.
- **Odzysk materiałów** planujemy już na etapie zapewnienia surowców. Optymalizujemy zużycie nowych surowców. Staramy się ponownie wykorzystać istniejące komponenty, minimalizujemy liczbę wykonanych transportów poprzez umiejętne zarządzanie dostawami materiałów.
- **Zwiększenie efektywności energetycznej** - przebudowa budynku to doskonała okazja, aby wprowadzić nowe rozwiązania techniczne, które zwiększą efektywność energetyczną budynku.
- Do najbardziej pożądanych technologii i rozwiązań budynkowych w obszarach ESG należą: fotowoltaika, perowskity na fasadach, wysokosprawne systemy odzysku ciepła i wilgoci z wentylacji oraz klimatyzacji, oświetlenie LED, system BMS monitorujący zużycia wody i energii, pompy ciepła, odzysk wody deszczowej i wody szarej, stosowanie armatury zmniejszającej zużycie wody.
- Nie zapominamy również o rozwiązaniach, które mają istotne znaczenie dla użytkowników powierzchni np. produkty o niskiej zawartości LZO czy stosowanie wysokiej klasy filtrów powietrza w centralach wentylacyjnych.
- **Wykorzystanie materiałów ekologicznych** - przy przebudowie budynku można stosować materiały ekologiczne, takie jak drewno czy materiały z recyklingu np. drewniane deski elewacyjne czy izolacje z wełny mineralnej.
- Producenci materiałów budowlanych coraz częściej przeprowadzają modernizację zakładów, cyfryzację produkcji i sprzedaży, inwestują w budowę lub zakup energii ze źródeł ekologicznych/ budują własne farmy wiatrowe, eliminują plastik z opakowań, poprawiają efektywność wykorzystania surowców-recykling, przeprowadzają proces dekarbonizacji produkcji poprzez partnerstwa z dostawcami (np. niskoemisyjnego aluminium).
- **Dbłość o jakość powietrza** - przy przebudowie obiektu można zainstalować systemy wentylacji i filtrowania, które pomogą utrzymać dobrą jakość powietrza w budynku i zminimalizować emisję zanieczyszczeń.

Społeczeństwo - obszar ten dotyczy działań podejmowanych przez firmę w kontekście relacji z pracownikami, klientami i społecznością lokalną.

- **Bezpieczeństwo pracowników** - przy przebudowie budynku należy dbać o bezpieczeństwo pracowników. W tym celu stosowane są specjalistyczne narzędzia i sprzęt ochronny, zadbano także o odpowiednie szkolenia z zakresu bezpieczeństwa pracy.
- **Społeczne zaangażowanie** - przedstawienie wartości dodanej płynącej z planowanych zmian, obudowa marketingowa zmierzająca do zrozumienia sensu poszczególnych etapów oraz włączenie społeczności (najemców, klientów) w proces przebudowy.

Zarządzanie - obszar ten dotyczy sposobu zarządzania firmą, jej przejrzystości i zasad etycznych.

- **Zasady etyczne** - firma powinna mieć jasne zasady etyczne, których przestrzega i które wdraża w widoczny sposób w trakcie prowadzenia projektu przebudowy.
- **Przejrzystość** - firma powinna udostępniać informacje dotyczące swojej działalności, w tym wyników finansowych, ale także wyników z obszarów ESG. Etap budowy to przede wszystkim umiejętne zarządzanie, zapewnienie efektywnej komunikacji pomiędzy uczestnikami procesu, zapewnienie spójności i przejrzystości dokumentów.

Przebudowa jest jednym z nieuniknionych elementów w cyklu życia budynku. Już na etapie projektowania, można myśleć długofalowo tak, by późniejsze modernizacje czy zmiana funkcji była możliwie neutralna dla środowiska oraz nie niosła za sobą nadmiernych kosztów.

Podsumowując, ocena ESG staje się coraz bardziej popularnym narzędziem w świecie inwestycji. Warto zatem szukać partnerów, którzy zdają sobie z tego sprawę i potrafią je przeprowadzać. Partnerów, którzy podobnie, jak Reesco Retail, czują odpowiedzialność za projekty, w które się angażują, myślą kompleksowo o każdej realizacji, sukcesywnie podnoszą jakość procesów wewnętrznych, które bezpośrednio przekładają się na jakość zarządzania przebudową w duchu ESG.

Lucyna Śliż
Reesco Retail

Uszczelnianie systemów wentylacyjnych w obiektach wielkopowierzchniowych

Mówiąc o dobrych okazjach zwykło się używać powiedzenia, że pieniądze leżą na ulicy. Trzeba tylko je zauważyć i się po nie schylić. W przypadku obiektów wielkopowierzchniowych można sparafrazować to powiedzenie:

*pieniądze wiszą w powietrzu
i na szczęście wiemy jak je złapać!*

Przez brak szczelności kanałów wentylacyjnych, złotówki dosłownie ulatują w powietrze. Aby zrozumieć, czemu tak się dzieje, warto najpierw nieco cofnąć się w czasie. Pomiędzy 2005 a 2015 rokiem miał miejsce dynamiczny rozwój branży. Był to okres największego wzrostu liczby i powierzchni obiektów handlowych w Polsce. Zaczęły powstawać centra handlowe z bardzo szeroką ofertą zakupową, gastronomiczną i rozrywkową. W tym czasie otwarto w sumie w Polsce 298 obiektów. Jak łatwo policzyć, najmłodsze centra budowane w tym okresie mają obecnie 8, a najstarsze 18 lat.

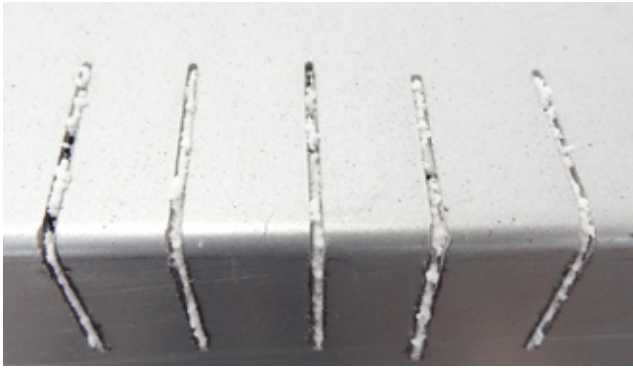
Nie jest więc zaskoczeniem, że przyglądając się z bliska stanu technicznemu systemowi wentylacji który ma za sobą

już co najmniej jedną modernizację wnętrza, przebudowę strefy wejściowej, restauracyjnej oraz czasem nawet 3 zmiany najemców, odnajdujemy liczne usterki i problemy. Powodują one, straty chłodzonego lub ogrzewanego powietrza z systemu wentylacji, a tym samym wycieku pieniędzy z kieszeni właściciela. Wszystko dlatego, że system wentylacji jest jednocześnie odpowiedzialny za klimatyzację strefy pasaży i części wspólnych. Dziesiątki, a nawet setki tysięcy metrów sześciennych powietrza przenoszone są kilometrami kanałów do krat, dysz i innych nawiewników.

Testy szczelności wykonywane przez naszą firmę w obiektach wielkopowierzchniowych, wykazują średnią nieszczelność na poziomie 15% wydatku centrali. Przekłada się to na dziesiątki tysięcy rocznych strat na energii elektrycznej i ciepłej. Roczne oszczędności z uszczelnienia instalacji nawiewnych do klasy C, przedstawiono w poniższej tabeli. Do obliczeń założono, że centrale pracują 6 dni w tygodniu w godzinach 7-21, a ilość świeżego powietrza to 20%.

Parametr	Obecnie	Po uszczelnianiu	Oszczędność	Jednostka
Wydatek powietrza nawiewanego	50 000	42 500	7500	m ³ /h
Zużycie energii elektrycznej	71,5	45,2	26,3	Mwhe
Zużycie ciepła	2684,7	2303,5	381,2	GJ
Przyjęta do kalkulacji cena energii elektrycznej	1200	1200	-	PLN/MWh
Przyjęta do kalkulacji cena ciepła	80	80	-	PLN/GJ
Roczny koszt pracy centrali wentylacyjnej	30 0576	238 520	62 056	PLN/rok
Uogólniony koszt wyprodukowania 1 m ³ /h powietrza			8,27	PLN/rok

Wykorzystując np. technologię AeroSeal® możemy w szybki i skuteczny sposób radykalnie poprawić szczelność kanałów do klasy C, a **koszt takiego uszczelniania zwraca się zazwyczaj w 2,5-3 lata od jego przeprowadzenia.**

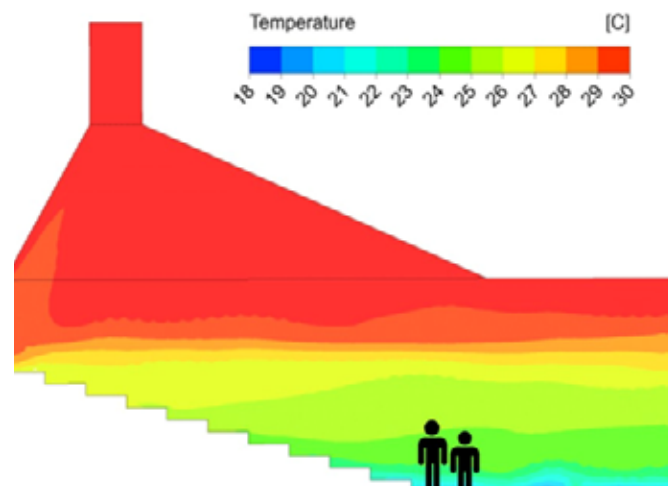


Oprócz samej straty energii przez powietrze, które nie dociera do końcówek wentylacyjnych, problemem są same końcówki. Nierzadko są źle wyregulowane w kwestii wydatku powietrza, dysze dalekiego zasięgu często są skierowane nie tam, gdzie trzeba. Część z nich wieje do góry, kierując ogrzane powietrze bezpośrednio pod strop. Kratki mają zrywane podłączenia elastyczne do puszek rozprężnych, a firmy od przebudowy instalacji czasem nie uważają na poprawne blokowanie nieużywanych już odnog z kanału głównego.



Powyższe problemy jako całość przyczyniają się do powstawania stratyfikacji, czyli sytuacji w której powietrze ogrzane zamiast być skierowane w kierunku podłogi, do klientów i odwiedzających, jest utrzymywane pod sufitem potęgując straty energii przez przegrody (podnosząc temperaturę pod sufitem), intensyfikuje efekt kominowy wewnątrz budynku i straty przez nieszczelności elewacji, a tym samym dalej podnosząc koszt utrzymania żądanej temperatury wewnątrz obiektu, często aż o 20% względem warunków projektowych.

Podsumowując, nieszczelności w systemie nawiewnym, choć nie są widoczne gołym okiem, to mają wymierny wpływ na wysokość rachunków za energię i ogólnie na energochłonność instalacji HVAC w obiekcie wielkopowierzchniowym. To, jak wkładać pieniądze do dziurawej kieszeni. Wiadomo, że jej załatanie może wymagać nieco wysiłku, ale każda rozsądna osoba, przyzna, że warto to zrobić, by monety i banknoty zostały tam, gdzie powinny.



Paweł Ryszewski
Energy Air

Rozwój sieci ładowania EV w Polsce

Rynek elektromobilności w Polsce dynamicznie rośnie. Punkty ładowania pojawiają się nie tylko na stacjach paliw, ale też przy centrach handlowych czy restauracjach. Na razie są to dobrowolne działania promujące wśród klientów odpowiedzialne nawyki. Jednak za niecałe 2 lata, zgodnie z unijnymi zapisami, duże sieci i centra handlowe będą musiały zainwestować w setki nowych ładowarek.

– Z miesiąca na miesiąc zwiększa się liczba elektryków w naszym kraju. Obecnie jest to już ponad 70 tys. Jest to dobry znak w kontekście transformacji energetycznej. Należy jednak pamiętać, że powiększająca się liczba samochodów elektrycznych oznacza potrzebę rozbudowywania sieci ładowania, a naturalnym miejscem są parkingi przy obiektach handlowych – mówi Mariusz Raczek, dyrektor ds. rozwoju elektromobilności w Shell Polska.

Celem Shell jest postawienie w Europie 500 tys. własnych ładowarek Shell Recharge i miliona w roamingu (w ramach karty Shell Card EV) do 2030 roku. Plany obejmują też Polskę – firma planuje zainstalować superszybkie ładowarki Shell Recharge o mocy minimum 150 kW w około 80-100 lokalizacjach przy stacjach własnych w Polsce. Strategia marki zakłada także równoległy rozwój tzw. *destination point*, czyli wszędzie tam, gdzie klienci realizują swoje inne potrzeby np. w restauracjach czy w centrach handlowych, a przy okazji chcieliby podładować swoje auto elektryczne.

– Zainstalowanie punktów EV przy centrach handlowych ma wiele korzyści. Po pierwsze, zapewnia wygodę kierowcom elektryków, którzy mają możliwość naładować swoje pojazdy w jednym miejscu, korzystając jednocześnie z usług oferowanych przez sklepy. Po drugie to dogodne rozwiązanie dla osób, które nie mają dostępu do prywatnych garaży czy miejsc parkingowych na

osiedlach mieszkaniowych. Stacje ładowania w dostępnych miejscach takich jak restauracje, czy wielkopowierzchniowe sklepy zapewniają więc łatwy dostęp do infrastruktury ładowania – podkreśla Mariusz Raczek.

Podobne rozwiązanie firma wdraża na wielu rynkach europejskich. Przykładowo na Węgrzech, gdzie sieć ładowarek istniejąca przy węgierskich sklepach Tesco została w pełni włączona do sieci Shell Recharge. W ciągu najbliższych trzech lat Shell wyposaży węgierskie lokalizacje Tesco w nowe stacje ładowania.

Shell instaluje również ładowarki zintegrowane z infrastrukturą miejską np. latarniami. **To estetyczne i wygodne dla mieszkańców rozwiązanie – Ubitricity – jest aktualnie największą publiczną siecią ładowarek w Wielkiej Brytanii, a niewykluczone, że w przyszłości zobaczymy je również w Polsce.**



Mariusz Raczek
Shell Polska



Jak Chainels pomaga realizować *cele ESG*

W odpowiedzi na wyzwania współczesnego świata powodowane przez zmiany klimatyczne takie jak zanieczyszczenie środowiska, niedobory wody czy zmniejszanie bioróżnorodności wprowadzane są regulacje zobowiązujące organizacje biznesowe oraz instytucje publiczne do działań mających na celu redukcję emisji gazów cieplarnianych i zanieczyszczeń. Oprócz tego prowadzone są działania na rzecz spójności społecznej, etycznego zarządzania oraz budowania otwartej społeczności. W wielu gałęziach gospodarki firmy nie tylko dostosowują się do regulacji. Tworzą także własne strategie i prowadzą szeroko zakrojone działania.

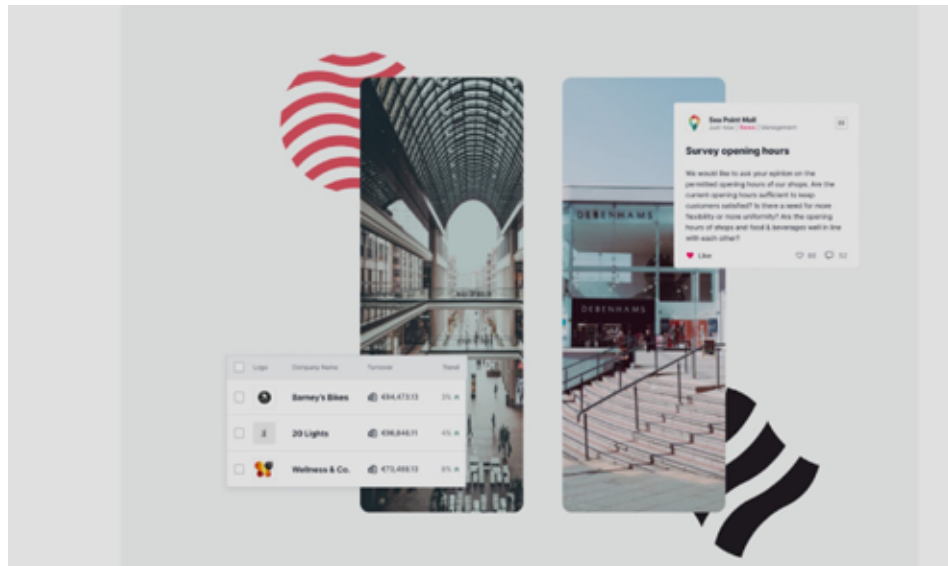
Jest wiele podmiotów, które dopiero szykują się do wprowadzania zmian. Zmiana może wydawać się trudna, ale istnieją już rozwiązania, które pomagają w jej przeprowadzeniu. W osiąganiu celów strategii ESG może pomóc nawiązanie współpracy z doświadczonym partnerem. Takim partnerem jest firma Chainels oferująca aplikację do zarządzania i kontaktu najemcami, która stanowi znakomite narzędzie do realizacji zielonych celów.

Pamiętajmy, że ESG poza komponentem ekologicznym, to także wymiar społeczny, w tym etyczne postępowanie wobec partnerów biznesowych. Dzięki Chainels najemcy mogą zgłaszać swoje miesięczne obroty drogą elektroniczną. Odkąd zaczęli korzystać z aplikacji dla najemców, gromadzenie danych o wynikach finansowych zarówno centrum, jak i działających w nim firm stało się łatwiejsze. Wdrożone rozwiązania pozwalają również znacznie zredukować ilość papieru oraz roboczogodzin, ponieważ obieg dokumentów i wymiana informacji odbywają się elektronicznie. Według obliczeń firmy Chainels przeciętne roczne oszczędności wynoszą 2950 dokumentów papierowych na każdych 100 najemców, oraz 550 roboczogodzin.

Aplikacja pomaga wynajmującym nie tylko zapewnić lepszą komunikację z najemcami i usprawnić gromadzenie danych. Zwiększa także ich zadowolenie poprzez możliwość oferowania udogodnień oraz dostępną na platformie funkcję zgłaszania usterek, dzięki której problemy są szybko rozwiązywane. Produkt Chainels pomaga najemcom przedstawić swoje preferencje, tak aby zarządca nieruchomości mógł zaspokoić ich potrzeby i świadczyć odpowiednie usługi.

Oprogramowanie umożliwia integrację z technologiami Smart Building. Dzięki aplikacji możliwe jest informowanie najemców na bieżąco o dostępności materiałów nadających się do ponownego użytku. Platformy Chainels umożliwiają także promowanie alternatywnych środków transportu. Funkcjonalności pozwalające rezerwować wolne przestrzenie i zasoby mogą także być wykorzystane do stworzenia systemu rezerwacji rowerów lub współdzielenia innych środków transportu.

Wspomnijmy na koniec, że aplikacja może być wykorzystana przy działaniach skierowanych do społeczności lokalnych. Za jej pośrednictwem można promować działania społeczne oraz wydarzenia budujące lokalne społeczności.



Alla Radzimovska
Account Executive CEE, Chainels
alla@chainels.com | www.chainels.com

Bankomaty odpowiedzialne społecznie

Euronet działa w Polsce już od ponad 28 lat. Na ponad 7 tys. bankomatów i wpłato-bankomatów, zarządzanych przez Euronet, blisko 2 tys. działa w centrach handlowych i hipermarketach z pasażami handlowymi. Stały rozwój sieci bankomatów w tych lokalizacjach wymaga poświęcenia szczególnej uwagi kwestiom ESG.

W HARMONII Z OTOCZENIEM

Jednym z wyzwań, stojących przed firmą Euronet Polska, jest zaplanowanie lokalizacji urządzeń w miejscach najbardziej dogodnych dla klientów, zachowując przy tym cele architektoniczne i kulturowe danej społeczności. Chcąc mieć pewność, że bankomaty harmonijnie współgrają z otoczeniem, Euronet projektuje między innymi specjalne zabudowy, które są zgodne z architektoniczną spuścizną miasta. Do wymogów kolorystyki, określanych przez Radę Miasta lub inny organ, sieć dostosowuje także oklejenia niektórych z bankomatów oraz specjalne oznakowania kierunkowe w pobliżu urządzenia. Innowacyjnym sposobem na to, by dopasować się do otoczenia jest także odnowienie obiektów stale wpisanych w krajobraz lokalizacji. Ma to szczególnie istotne znaczenie z punktu widzenia centrów handlowych, wykorzystujących elementy dawnej architektury.



ODPOWIEDZIALNIE WOBEC SPOŁECZNOŚCI I LOKALNEGO BIZNESU

Instalacja urządzenia Euronet niesie dla właścicieli nieruchomości komercyjnych wiele korzyści. Z jednej strony pozwala na rozszerzenie portfolio usług zarządcy, z drugiej przyczynia się do wzrostu obrotów punktów usługowych, na czym zyskuje lokalna społeczność.

Centra handlowe stanowią często najważniejsze ośrodki życia lokalnych społeczności. To miejsca, w których wpłaty i wypłaty gotówki są jednymi z najczęstszych potrzeb odwiedzających. Dzięki temu, a także wielu innowacyjnym funkcjom, nasze bankomaty skutecznie przyciągają klientów do centrów han-



dlowych, jednocześnie wspierając obieg gotówki w lokalnym biznesie – mówi Małgorzata Żołyńska-Kraft, Dyrektor Działu Rozwoju Sieci w Euronet Polska.

Dla Euronet Polska wyjątkowo ważne jest promowanie inicjatyw społeczności lokalnych. Sposobem na to, by dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, jest przekazywanie komunikatów na powierzchniach bankomatów i wpłato-bankomatów oraz na ekranach podczas całego procesu transakcji.

BANKOMATY, KTÓRE REALNIE POMAGAJĄ

Wspieranie społeczności lokalnych w realizacji ich celów biznesowych i społecznych, to jeden z kluczowych celów Euronet Polska. Z tego powodu na obszarze całego kraju sieć instaluje dotowane bankomaty, przeznaczone do pokrycia tak zwanych „pustyni gotówkowych”. Dzięki tej inicjatywie, Euronet zaspokaja potrzeby osób, które z różnych powodów zostały pozbawione łatwego dostępu do gotówki.

Warto też dodać, że wszystkie bankomaty i wpłato-bankomaty należące do sieci Euronet Polska posiadają opcję przekazywania darowizn na rzecz wybranych organizacji charytatywnych, takich jak Fundacja Dzieciom „Zdążyć z Pomocą”, Polska Akcja Humanitarna (PAH), Polski Czerwony Krzyż (PCK), Fundacja Przyjaciółka, WWF Polska czy WOŚP.

Ewa Miziołek, Euronet Polska

Nie tylko energia – zrównoważony rozwój a ślad węglowy dostawców dekoracji świetlnych

Temat optymalizacji oświetlenia przestrzeni handlowych koncentruje się na problemie osiągnięcia równowagi między wywołaniem efektu, a ograniczeniem zużycia energii. Dzięki wysokiej jakości diodom LED można zmniejszyć zużycie energii nawet o 90% w porównaniu z konwencjonalnymi żarówkami. MK Illumination Polska nieustannie pracuje, by z roku na rok poprawiać ten wynik. Ograniczenie zużycia energii to jednak niejedyny obszar, gdzie można zadbać o realizację celów zrównoważonego rozwoju!

Nowa jakość dekoracji

Weźmy pod lupę materiały, z których powstają dekoracje. Problem polegał na tym, czy da się czymś zastąpić ciężkie stalowe konstrukcje, wymagające wielu wsporników, rozbudowanej ekipy montażystów i elementów zabezpieczających. Firma szukała alternatyw dla ciężkich, praco- i energochłonnych konstrukcji.

Rozwiązaniem problemu okazało się zastosowanie lekkiego i elastycznego biomateriału z linii Organic Pro. Składa się on w 40% z certyfikowanego drewna, a w 60% z polipropylenu, dając mieszanek całkowicie odporną na działanie czynników takich jak woda (opady), promienie UV oraz grzyby. Materiał jest również łatwy w czyszczeniu. Dzięki temu konstrukcje można instalować na świeżym powietrzu bez obawy o utratę jakości (koloru, kształtu, wytrzymałości, bezpieczeństwa).

W wielu aspektach działania obiektu handlowego widać także napięcie między wartościami ekologicznymi, a funkcjonalnością czy, jak w przypadku dekoracji, estetyką. O ile w niektórych aspektach klienci przyjmują pewne ustępstwa z uznaniem (np. zamiana plastikowych sztuczków na biodegradowalne, drewniane), o tyle w kwestii dekoracji świątecznych oczekują „efektu wow”: odpowiednio zbudowanego nastroju i elegancji, krótko mówiąc piękna.

W serii Organic Pro udało się pogodzić te wartości. Cała seria zachowuje jakość estetyczną w ciągu dnia, w pełnym oświetleniu. Elementy konstrukcyjne wiernie naśladują drewno i budują przez cały cykl wystawowy (od rana do nocy) pozytywne doświadczenie konsumenckie i estetyczne. Pozostają piękne, wytrzymałe i ekologiczne.

Ślad węglowy a jakość materiałów

Cykl życia produktu nie kończy się na wzbudzeniu zachwyty klientów. Konieczna jest odpowiedzialna utylizacja wykorzystanych materiałów. Ten aspekt będzie zresztą niebawem częścią raportów ESG (obliczanie śladu węglowego w zakresie 3.), do sporządzania których już niebawem będą zobligowane wszystkie firmy.

Globalne doświadczenie zebrane przez MK Illumination pokazuje, że element Organic Pro może być z powodzeniem eksploatowany nawet po 10 latach od produkcji. W tym czasie nie spada jego jakość, produkt zachowuje kolory, kształt i wytrzymałość. Po zakończeniu cyklu życia polipropylen zawarty w masie podlega całkowitemu recyklingowi, dzięki czemu może być ponownie wykorzystany do stworzenia kolejnych świetlnych dekoracji.

MK Illumination Polska specjalizuje się w tworzeniu kreatywnych rozwiązań oświetleniowych na Boże Narodzenie oraz sezonowe uroczystości i imprezy odbywające się przez cały rok. W oparciu o energooszczędne technologie, pomagają ożywić centra handlowe i miasta za pomocą światła, designu i dekoracji, zmieniając codzienną przestrzeń w niezwykle miejsca.

Marzena Seweryniak,
Dyrektor Zarządzająca
MK Illumination Polska



Po raz czternasty wystartował ekspercki i niezależny program konkursowy **PRCH Retail Awards**, organizowany przez Polską Radę Centrów Handlowych dla branży retail: deweloperów, inwestorów, zarządców obiektów i firm usługowych.

Konkurs promuje najciekawsze branżowe inwestycje, błyskotliwe kampanie, dobre praktyki i innowacyjne rozwiązania. Laureatów poznamy podczas Gali PRCH Retail Awards, 16 listopada 2023 r.

Do 15 lipca aplikuj w jednej z 21 kategorii konkursowych, spośród których trzy to tegoroczne nowości!

- *The biggest challenge*
- *Marketing Otwarcia Retail Parku*
- *Kampania B2B Roku - Budowanie Relacji z Najemcami*

Pełna lista kategorii znajduje się na stronie konkursu.

retailawards.org.pl



Aplikuj

DO 15 LIPCA 2023

retailawards.org.pl

Produkcja ozdób a ESG

Dla firm, które chcą się rozwijać, realizacja celów ESG we wszystkich trzech zakresach powinna stanowić priorytet. Ważne, by nie poprzestawać na deklaracjach, ale podejmować wysiłki dla faktycznego osiągnięcia sustainability, celów społecznych i etycznego zarządzania przedsiębiorstwem. Przyjrzyjmy się temu na przykładzie firmy produkcyjnej wykonującej dekoracje świetlne (przede wszystkim świąteczne). Dla Perfect Light Illumination komponenty ESG mają kluczowy wpływ na rozwój, sukces i zachowanie konkurencyjności.

Działamy w obszarach zarządzania energią, recyklingu oraz angażujemy się w procesy przyjazne dla środowiska. Prowadzimy neutralną politykę zatrudniania pracowników, dbamy o parytety, zarówno kobiety jak i mężczyźni pracują w firmie na stanowiskach kierowniczych. Liczba kobiet i mężczyzn w różnych działach jest porównywalna.

Priorytetem jest dla nas jest bezpieczeństwo pracy. Ustalone są standardy w zakresie odzieży ochronnej oraz higieny. Audyt BHP i szkolenia w zakładzie są prowadzone cyklicznie przez zewnętrznych inspektorów. Na bieżąco dokonywane są przeglądy przez Urząd Dozoru Technicznego. Co najmniej raz w roku dokonywane są serwisy i przeglądy wszystkich maszyn w zakładzie.

Potwierdzeniem bezpieczeństwa procesu produkcyjnego i samego produktu, który spełnia wszystkie nałożone prawem wymogi związane z wprowadzeniem produktu do obrotu handlowego, jest otrzymana certyfikacja TÜV Nord Produkt Sprawdzony, jednego z najstarszych certyfikatów rozpoznawanego na całym świecie.

Szukamy i wprowadzamy różne innowacje, dzięki którym jesteśmy bardziej wydajni i szybciej nadążamy za dynamicznie zmieniającymi się warunkami na rynku. Efektem tych działań jest zbudowanie między innymi nowej linii produkcyjnej „nature print”. Jest to odpowiedź na potrzeby rynku i nieustannie zmieniające się trendy ekologiczne. Perfect Light Illumination jest pierwszym w Polsce producentem dekoracji z biokomponentów pochodzenia roślinnego. Od 2022 firma oferuje ekologiczną alternatywę dekoracji wyprodukowanych z tapioki, skrobi, trzciny cukrowej oraz buraków cukrowych.

Wzrastająca świadomość i nasza odpowiedzialność względem środowiska spowodowała, że wdrożyliśmy w firmie również linię produkującą gałązki PE, które są bardzo popularne i często wykorzystywane przy produkcji dekoracji z igliwia sztucznego. Produkując na miejscu ten produkt PE jesteśmy w stanie poddać recyklingu te gałązki, które

nie są idealne pod względem kształtu lub koloru. Ponadto zmniejszamy udział CO₂ oraz zmniejszamy import z Azji i stajemy się bardziej wystarczalni i niezależni. Zminimalizowaliśmy nadwyżki magazynowe, ale również spełniamy każde zapotrzebowanie na ten produkt i gwarantujemy ciągłość produkcji.

Pracujemy nad zmniejszeniem zużycia energii potrzebnej nam do produkcji. Dlatego ę posiadamy 400 m² fotowoltaiki założonej na budynku firmy. Dzięki temu rozwiązaniu produkujemy na własne potrzeby średnio 28% rocznego zapotrzebowania na energię.

Hale i biuro są ogrzewane pompami ciepła. Biorąc pod uwagę nie tylko komfort pracy, ale także energooszczędność, biuro oraz hale produkcyjne i magazynowe, zostały zaprojektowane w taki sposób, aby wprowadzić do pomieszczeń jak najwięcej światła dziennego.

Perfect Light Illumination to firma bardzo elastyczna, nastawiona na rozwój i gotowa dopasować się do potrzeb rynkowych. Wiele wyzwań przed nami, ale podchodzimy do tego z ekscytacją i chęcią dalszego rozwoju.

Justyna Gil
Perfect Light Illumination

W stronę lepszej przyszłości - biznes, który troszczy się o społeczeństwo i środowisko

Grupa Securitas konsekwentnie wdraża Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDGs), które są uwzględnione w strategii biznesowej i codziennej działalności operacyjnej firmy. Misja organizacji jest jasno określona i ma na celu rzeczywiste oddziaływanie na społeczeństwo i środowisko. Grupa Securitas jest głęboko przekonana o ich realnym wpływie.

Zaangażowanie i pozytywny wpływ na społeczeństwo są widoczne w ocenach i otrzymanych wyróżnieniach. Ocena Net Impact wynosi aż 71%, a projekt Upright przyznał Securitas ocenę AAA. Jako globalna firma branży security, Grupa opracowuje i weryfikuje cele zdefiniowane przez inicjatywę Science Based Targets (SBTi), które mają na celu zmniejszenie wpływu spółki na zmiany klimatyczne.

Grupa Securitas zapewnia dobre warunki pracy 358 000 pracownikom na całym świecie. Przestrzeganie standardów, etyka, prawo do organizowania się oraz przestrzeganie praw człowieka, są niezwykle ważne dla Securitas, pracowników i klientów. Jako lider w branży security, firma promuje te wartości wśród klientów, kontrahentów, związków zawodowych i stowarzyszeń branżowych oraz realizuje szeroki zakres działań ESG.

DYWERSYFIKACJA, RÓWNOŚĆ I INKLUZJA

Pracownicy Securitas to zróżnicowane zespoły o szerokim spektrum umiejętności i doświadczeń. Firma opracowała jednolity system rekrutacji oparty na globalnych wytycznych oraz systematycznie przeprowadza Badanie Opinii Securitas, prosząc zatrudnionych o wyrażenie opinii i oce-

nę. Odpowiedzi są wykorzystywane do wprowadzania zmian. W badaniach ankietowych zawarte są również pytania o dywersyfikację i inkluzywność. Celem firmy w tym obszarze jest osiągnięcie poziomu ponad 20% zatrudnienia kobiet na stanowiskach menedżerskich na wszystkich szczeblach do 2025 roku.

ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO

Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników, zarówno fizyczne, jak i psychiczne, są dla Securitas najważniejsze. Cel Grupy jakim jest zmniejszanie wskaźnika wypadków o 5% rocznie, jest realizowany już na etapie zapobiegania incydentom. Wdrożona została struktura oparta na metodologii ISO 45001, obejmująca ocenę ryzyka, szkolenia, raportowanie wszystkich urazów i incydentów, analizę przyczyn zdarzeń, monitorowanie działań naprawczych oraz jasne określenie odpowiedzialności. Większość zatrudnionych pracuje w obiektach, dlatego Securitas ściśle współpracuje z partnerami biznesowymi w celu ograniczenia zagrożeń i ryzyk. Wszyscy pracownicy Grupy biorą udział w szkoleniach z udzielania pierwszej pomocy, resuscytacji krążeniowo-oddechowej oraz w zakresie bezpieczeństwa przeciwpożarowego. Firma przykłada ogromną wagę do



bezpieczeństwa na drodze, podejmując liczne inicjatywy, które mają na celu poprawę świadomości i umiejętności pracowników oraz klientów Securitas. Organizowane są akademie bezpiecznej jazdy promujące właściwe zachowania i praktyki bezpieczeństwa na drodze.

NAUKA I ROZWÓJ

Szkolenie i rozwój kadry stanowią priorytet dla Securitas, a wysokie kwalifikacje umożliwiają sprostanie rosnącym wymaganiom klientów oczekujących najwyższego poziomu bezpieczeństwa i zaawansowanych rozwiązań. Securitas posiada wiele własnych ośrodków szkoleniowych, inwestuje w podnoszenie kompetencji i umiejętności oraz zapewnia możliwość rozwoju zawodowego i wymiany doświadczeń pomiędzy pracownikami z różnych krajów. Oprócz lokalnych programów szkoleniowych, wdrożony został również specjalistyczny program rozwoju kadry kierowniczej dotyczący przywództwa.

Wszyscy pracownicy Securitas przechodzą szkolenie dotyczące Kodeksu Wartości i Etyki Securitas. Dodatkowo dostępny jest rozbudowany program kursów o różnej tematyce na platformie e-learningowej oraz cykl szkoleń stacjonarnych.

ŚRODOWISKO

Główny wpływ środowiskowy wynika z eksploatacji floty pojazdów. W 2022 roku firma zobowiązała się do wdrożenia inicjatywy Science Based Target. Jako sygnatariusz Globalnego Paktu ONZ, Securitas dąży do przestrzegania zasady ostrożności zawartej w Deklaracji z Rio, dotyczącej zagrożeń poważnymi lub nieodwracalnymi szkodami dla środowiska. W Polsce firma zainicjowała pionierski program recyklingu umundurowania, przywracając im walory użytkowe. Securitas dba również o ograniczenie zużycia energii, wody i innych zasobów naturalnych w biurach i obiektach oraz angażuje pracowników w praktyki związane z ochroną środowiska i promowanie świadomości ekologicznej wśród klientów.

ETYKA BIZNESU

Wartości Securitas to Uczciwość, Uczynność i Czujność. Firma deklaruje zerową tolerancję dla nieprzestrzegania wartości i zasad etycznych. Polityki, takie jak Kodeks Wartości i Etyki Securitas, polityka przeciwdziałania korupcji, polityka uczciwej konkurencji i przeciwdziałania praktykom ograniczającym konkurencję oraz kodeks postępowania wobec partnerów biznesowych, określają zasady, którymi kieruje się Grupa. Wprowadzony został system zapewniający anonimowe sygnalizowanie naruszeń oraz zarządzania ryzykiem w łańcuchu dostaw.

ZAANGAŻOWANIE W SPOŁECZNOŚĆ

Grupa Securitas jest globalnym liderem w branży security, ale działalność ma głębokie korzenie w lokalnych społecznościach. Firma współpracuje z organizacjami w USA i w Belgii, które zajmują się poszukiwaniem zaginionych dzieci. W Kolumbii Securitas przystąpił do Globalnego Paktu ONZ i działa na rzecz pokoju i wzmocnienia roli kobiet, a także rekrutuje ofiary wojny, osoby przesiedlone i emerytowanych żołnierzy. Dzięki temu nie tylko pomaga społeczności, ale również wzbogaca kadrę o różnorodne umiejętności i doświadczenia.

Poprzez wyznaczenie celów zrównoważonego rozwoju i ich realizację Securitas pokazuje, że biznes może być siłą napędową pozytywnych zmian społecznych i środowiskowych. Grupa Securitas pomaga czynić świat bezpieczniejszym miejscem inspirując do podejmowania działań na rzecz lepszej i bardziej odpowiedzialnej przyszłości.

Małgorzata Rejman
Marketing & Communication Manager
Securitas Polska

Przejście na zielone

Wprowadzanie ekologicznych rozwiązań, w różnych sferach działalności, są ważne nie tylko ze względu na nadrzędny cel, któremu służą - zahamowaniu zmian klimatycznych. Firmy, które się „zazielenia” zyskują dobrą reputację, co ułatwia budowanie świadomości marki i zwiększony potencjał public relations. W rezultacie wprowadzone zmiany przekładają się na korzyści ekonomiczne i przewagę konkurencyjną.

W dzisiejszych czasach bardzo ważna jest konsekwencja w budowaniu zielonego biznesu. Dlatego warto dobrać dostawców i partnerów, którzy rzeczywiście podzielają wartości etycznego i ekologicznego biznesu. Kwestia etycznych decyzji firmy jest obecnie kluczowym elementem w rozważaniach dotyczących zakupu przez klientów.

Spójrzmy na przykład konsekwentnej zmiany w dziedzinie kart podarunkowych. Dla firmy Giftify, jedną z centralnych kwestii jest wpływ jednorazowych kart PVC na środowisko, gdy nie są one odpowiednio przetwarzane po wygaśnięciu ważności lub zużyciu środków na karcie. Giftify Green to szansa, aby dostarczyć klientom aktualny produkt, który rozwiązuje etyczną kwestię odpadów.

Giftify Green: to zrównoważone rozwiązania w zakresie kart podarunkowych. Jego sercem jest oferta kart tekturowych, które zastępują znane wszystkim plastikowe kartoniki. Karty z tektury są tworzone przy użyciu tylko 100% naturalnych materiałów, dzięki czemu są całkowicie przetwarzalne i biodegradowalne. Co więcej, karty te są produkowane przez naszą drukarnię, która gwarantuje cykl produkcyjny wolny od paliw kopalnych i wykorzystuje wyłącznie tarcicę z lasów z certyfikatem FSC.

Może zaskakiwać, że pod względem podstawowych kosztów różnica między klasycznym PVC, a kartą tekturową choć niewielka, gdy spojrzeć na koszt jednostkowy, staje się znacząca, gdy uwzględnić efekt skali. Fakt, że karta tekturowa jest średnio tańsza od klasycznego PVC oznacza pokonanie ważnej niegdyś przeszkody w „przechodzeniu na zielone” – efektywności kosztowej. Ale decyzja o zmianie linii produktów jest czymś więcej niż tylko kosztem.



Dla klientów, którzy z różnych powodów nie decydują się na rezygnację z plastiku, Giftify przedstawia swoją produkcję na bardziej zrównoważoną. Dzięki temu, oprócz tekturowych, oferowane są jeszcze dwa inne rodzaje kart:

Recyklingowane PVC

W 57% z plastiku pochodzącego z recyklingu i w 19% z materiałów degradowalnych, z takimi samymi możliwościami druku jak w przypadku klasycznego PVC, nie ma powodu, aby nie spróbować tej nowej opcji w następnej kampanii.

Recyklingowany PET-G

Ta forma przetworzonego plastiku uwalnia znacznie mniej zanieczyszczeń podczas produkcji i jest tak samo drukowalna jak klasyczny i przetworzony PVC. Zawartość procentowa ekologicznych materiałów pochodzących z recyklingu wynosi 57%.

W duchu innowacyjności - jednej z naszych podstawowych wartości - badamy również możliwość wprowadzenia kart cyfrowych dla klientów, którzy chcą pójść o krok dalej w ograniczaniu produktów jednorazowego użytku.

Jak Giftify Green może pomóc w konkurowaniu na rynku?

Ekologiczne rozwiązania zapewniają przewagę konkurencyjną dla firm w jednej podstawowej kwestii - postrzeganiu marki.

Klienci będą bardziej docenić firmę, a potencjalni klienci będą ją postrzegać w bardziej pozytywnym świetle (a w konsekwencji wybiorą ją spośród konkurencji), jeśli pokaże się im, że mogą korzystać z bardziej ekologicznych produktów. Giftify, które w praktyce stosuje się do etycznych zasad i wykazuje konsekwencję w zmianach gwarantuje, że na zielonym wizerunku nie pojawią się niepotrzebne rysy.

Paulina Bratuszewska
Giftify

Sztuczna inteligencja (AI) przejmuje estońskie centra handlowe, oszczędza koszty i osiąga cele ESG

W ciągu ostatnich kilku lat nad największymi estońskimi centrami handlowymi i dzielnicami biznesowymi, takimi jak na przykład znane centrum technologiczne Ülemiste City, kontrolę techniczną stopniowo przejmuje oparty na sztucznej inteligencji Cyfrowy Operator R8 Jenny. System opracowany przez firmę R8 Technologies pozwala zaoszczędzić nawet do 40% energii i osiągnąć cele ESG, wykorzystując zasoby budynków w sposób zrównoważony jednocześnie zmniejszając emisję CO₂.

Najefektywniejsze energetycznie centrum handlowe w krajach bałtyckich

Viru Center to jedno z najbardziej zrównoważonych centrów handlowych w krajach bałtyckich, które działa w Tallinie od ponad 20 lat i zostało okrzyknięte wizytówką lokalnego handlu detalicznego. W 2019 roku centrum jako jedyne w krajach bałtyckich uzyskało platynowy stopień wielokryteriowej oceny LEED, gdzie głównym kryterium jest minimalne zużycie energii i niższych w stosunku do średniego zużycia podobnych obiektów rachunkach za media dochodzących nawet do 50%.

„Oszczędność energii to obszar, w którym dziś wyraźnie widać wysoki zwrot z inwestycji. Dodatkowo ze względu na agendę środowiskową wszystkie projekty poprawiające efektywność energetyczną otrzymały dodatkowe

wsparcie” – mówi Gertti Kogermann, dyrektor generalny Viru Center. „Długo szukaliśmy sposobów na zwiększenie wydajności centrum i w ten sposób wdrożyliśmy jedno z najlepszych rozwiązań na świecie” – mówi Kogermann nawiązując do współpracy z R8 Technologies od 2017 roku.

Najbardziej ekologiczna energia to energia zaoszczędzona

Oszczędzanie energii automatycznie przekłada się na wysokość rachunków, ale w dzisiejszych czasach efektywne gospodarowanie zasobami ma jeszcze ważniejszy aspekt: pomaga w realizacji celów klimatycznych. „W R8 Technologies jesteśmy przyzwyczajeni do myślenia, że najbardziej ekologiczna energia to energia zaoszczędzona! W ten sposób pokazujemy nasz pozytywny wpływ na klimat wyrażony w zaoszczędzonych tonach CO₂, których obecnie oszczędziliśmy ponad 30 000 ton” – mówi dr Ahmet Köse, R8 Technologies CIO i szef AI.

„Współpracujemy z klientami z całej Europy od Finlandii po Portugalię, także w Polsce. Widzimy, że absolutnie każdy budynek ma potencjał do zwiększenia efektywności energetycznej. Cyfrowy Operator Jenny oparty o AI (Sztuczna Inteligencja) robi to znakomicie, zwiększając klasę energetyczną podłączonego do nas budynku o jeden poziom w niektórych przypadkach nawet o 2”, dodaje Köse.

Cele ESG i raportowanie jako dodatkowa wartość

Począwszy od roku finansowego 2025, działania, cele i KPI dużych właścicieli nieruchomości w UE w zakresie zrównoważonego rozwoju (ESG) będą musiały być uwzględnione w rocznych raportach. Wynika to z wymogu raportowania zrównoważonego rozwoju na mocy Dyrektywy Corporate Sustainability Reporting (CSRD) dotyczącej firm, spełniających dwa z trzech kryteriów: aktywa powyżej 20 mln EUR, obrót większy, niż 40 mln EUR oraz zatrudnienie powyżej 250 pracowników.





„KPMG postrzega zrównoważony rozwój, a także przejrzystość działań w ramach raportowania ESG, jako strategiczną szansę – sprzyjającą wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań przynoszącym realne korzyści firmom, ludziom i planecie. Jest to również narzędzie komunikacji z interesariuszami wskazujące, realne zaangażowanie w te kwestie.

Artur Motyliński
R8 Technologies

Cieszymy się z współpracy z R8 Technologies. Ich rozwiązanie oparte o sztuczną inteligencję rozwiązuje wiele problemów, z którymi obecnie borykają się operatorzy budynków – osiągnięcia w praktyce ustalonych celów zrównoważonego rozwoju w zakresie efektywności energetycznej, emisji gazów cieplarnianych, jakości powietrza i dobrego samopoczucia ludzi, a także dostępności wiarygodnych danych, monitorowania i raportowania. Jednym naciśnięciem przycisku platformy R8 Jenny może wygenerować raport efektywności, który jest gotowy do wykorzystania również na potrzeby sprawozdawczości korporacyjnej dotyczącej zrównoważonego rozwoju, na przykład w ramach wymogów CSRD” – mówi Marko Rebane, kierownik ds. zrównoważonego rozwoju i ESG w KPMG Baltics.

Jak nowoczesne produkty oświetleniowe LED zarządzane przez inteligentne systemy wspierają *wskaźniki ESG* przedsiębiorstw?

Signify od 2020 jest firmą neutralną węglowo w całej działalności operacyjnej i korzysta w 100% z energii ze źródeł odnawialnych. Za swoje działania w 2021 roku otrzymała nagrodę UN Global Climate Action Award. Znajduje się również w gronie 1% firm na świecie posiadających ocenę Platinum w rankingu EcoVadis. Jest to największa platforma na świecie oceniająca działanie przedsiębiorstw w obszarze zrównoważonego rozwoju weryfikująca ponad 100 000 firm w 200 sektorach w 160 krajach.

ZMIANA FUNDAMENTÓW WYCENY WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

Obserwując dziś rynek wyraźnie widać, że troska o środowisko naturalne i człowieka są dziś głównym nurtem wartości największych przedsiębiorstw oraz kształtują ich wewnętrzne polityki.

Tradycyjne raportowanie w organizacjach, których głównymi interesariuszami są akcjonariusze, odzwierciedlało dotąd styl zarządzania oparty wyłącznie na finansowych KPI oraz zgodności z wybranymi niefinansowymi KPI (np. zadowolenie klienta, wskaźnik retencji pracowników).

Obecnie zmienia się ono na bardziej zintegrowane zarządzanie wydajnością organizacji, gdzie zamiast typowych pytań

w ramach tradycyjnego raportowania: Ile przychodów generuje nowy produkt?, większą wagę przykładają się również do wskaźników ESG, aby w sposób zdrowy i zrównoważony zarządzać wynikami firmy w ujęciu długoterminowym np. Jaki jest ślad węglowy nowego produktu? Integracja wyników ekonomicznych, środowiskowych i społecznych może w przyszłości doprowadzić do wyceny firmy w oparciu o globalne standardy dotyczące ogólnego wpływu linii produktów/ usług na społeczeństwo, w tym społecznych kosztów emisji dwutlenku węgla. Oznacza to, że klienci będą uważniej przyglądać się śladowi węglowemu kupowanych produktów.

ZMIANY NA RYNKU NIERUCHOMOŚCI – JAK SIĘ DO NICH PRZYGOTOWAĆ?

Budynki odpowiadają za blisko 40% emisji gazów cieplarnianych na świecie. Poprawa ich efektywności energetycznej jest jednym z filarów Europejskiego Zielonego Ładu. Dzisiejszy brak stabilności na rynku energetycznym oraz coraz bardziej wyśrubowane wymogi sprawozdawcze powodują, że firmy poszukują wiarygodnych, stabilnych partnerów, którzy zapewnią nie tylko redukcję kosztów, ale również transparentność procesów, najlepszą jakość i nowoczesne rozwiązania technologiczne.

W Signify wspieramy właścicieli, inwestorów i deweloperów w zmniejszeniu zapotrzebowania energetycznego ich budynków poprzez zastosowanie nowoczesnych systemów sterowania LED. Wizję transformacji rynku nieruchomości w stronę zrównoważonego rozwoju, przekładamy na

konkretną propozycję dla inwestorów, właścicieli i użytkowników końcowych. Redefiniujemy pojęcie standardu rynkowego w zakresie oświetlenia. Tworzymy go na nowo, wspólnie z naszymi klientami, stawiając na to, co optymalne kosztowo, środowiskowo i społecznie. Doradzamy, jak umiejętnie przełożyć inwestycje w obszarze efektywności energetycznej na raportowanie ESG, korzystając także z własnych doświadczeń.

Całości dopełniają nasze nowoczesne oprawy LED, których pełny ślad węglowy wynikający z produkcji, transportu i procesów związanych z przetwarzaniem po wycofaniu z eksploatacji, stanowi jedynie niewielki odsetek (5-6%*) względem wykorzystania produktu w ciągu jego całego okresu użytkowania. Ponadto w Signify nieustannie poszerzamy bazę opraw, które zawierają Deklaracje Środowiskowe Produktu (EPD) wraz z Oceną Cyklu Życia (LCA), aby dostarczyć naszym klientom pełnej informacji odnośnie ich wpływu na środowisko.

CO NIESIE PRZYSZŁOŚĆ?

Zielone inwestycje to nieunikniony kierunek nie tylko ze względu na regulacje państwowe i instrumenty finansowe, ale również oczekiwania konsumentów. Z raportu [The Global Sustainability Study 2021](#) wynika, że w ciągu ostatnich 5 lat, aż 85% konsumentów zmieniło swoje decyzje zakupowe na bardziej proekologiczne. W badaniu wzięło udział 10 000 osób, a im młodsza generacja, tym większa świadomość ekologiczna.

Agnieszka Operhalska
Signify



** Bazując na metodzie kalkulacji Greenhouse Gas Protocol oraz danych z International Energy Agency(IEA), Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA), dla przykładowego oświetlenia biura 150 oprawami LED o mocy 40W, pracujących 50.000 godzin.*

Czy marketing *online* może mieć pozytywny wpływ na środowisko?

Działania online są już niekwestionowaną codziennością marketingu. Nowe technologie stale się rozwijają, dając nowe trendy i rozwiązania. Jednocześnie powoli wypierają rozumienie promocji w ujęciu tradycyjnym. Marketing online został dobrą alternatywą, która ma jeszcze jeden ważny aspekt – zmniejszenie produkcji nośników reklamowych i większą neutralność dla środowiska. Jak zatem poprzez marketing online możemy zadbać o naszą planetę?

Działania marketingowe niejednokrotnie wiążą się z tworzeniem nośników reklamowych, które z perspektywy biznesu bywają istotne, ale niekoniecznie pozytywnie wpływają na środowisko. Od kilku lat w Polsce funkcjonuje ustawa krajobrazowa, co ogranicza możliwość wywieszania szyldów i banerów w przestrzeni miejskiej. Liczba miast, które zdecydowały się wprowadzić takie restrykcje jest wciąż niewielka. Narzucenie zasad pozwala oczyścić krajobraz, ale pośrednio przyczynia się środowisku, zmniejszając produkcję plastiku.

Takie przedsięwzięcia skłaniają do przemyśleń na temat dotychczasowych działań reklamowych oraz do społecznie odpowiedzialnego prowadzenia biznesu. – *Codziennie wytwarzamy mnóstwo śmieci, a wzmożona konsumpcja prowadzi do nadprodukcji właściwie wszystkiego. Powinniśmy odnaleźć równowagę w naszych biznesach pomiędzy czynnikami gospodarczymi, społecznymi i ekologicznymi* – mówi Piotr Wanke, CEO & Founder Emblematic.com. – *Jako agencja marketingowa mamy świadomość wytwarzania nośników reklamowych i co raz mocniej stawiamy na rozwiązania online. Wiemy, że jest to proces, ale im wcześniej zaczniemy zmiany, tym lepiej* – dodaje. W związku z tym Emblematic.Com rozpoczął akcję #DrzewoZaBaner, w której deklaruje posadzenie drzewa za każdy wyprodukowany w tym roku baner.

Przestrzeń online daje wachlarz możliwości promocji marki. Jak zatem najlepiej stopniowo zastępować tradycyjne formy marketingu na te w przestrzeni online? Jedną z ważniejszych opcji są kampanie internetowe. Nie tylko możemy przekazać wizualnie to samo, co za pomocą wywieszonego szyldu, ale o wiele precyzyjniej dopasować grupę odbiorców i uzyskać dane do analizy naszych działań. Pozyskiwanie zainteresowania tą drogą daje znacznie więcej korzyści na przyszłość.

Przedstawienie oferty za pomocą ulotek lub gazetek promocyjnych wiąże się z wydrukami, dystrybucją, zaangażowaniem ludzi do kolportażu. Finalnie nie zyskujemy pewności, ile z nich zostało przeczytanych, a ile trafiło od razu do najbliższego kosza lub co gorsza na chodnik. Prezentację oferty można przeprowadzić za pomocą dedykowanego landing page lub wysyłką newslettera.

- Marketing online pozwala skracać procesy dystrybucji i ma ważną przewagę w postaci pozyskiwania danych do analizy. Możemy wyciągać wnioski i co raz lepiej dopasowywać działania – mówi Piotr Wanke. – Jako Emblematic.Com proponujemy takie rozwiązania. Są nie tylko skuteczniejsze, ale możemy na miarę swoich możliwości ograniczyć ślad węglowy.

W 2023 roku agencja Emblematic.Com postawiła sobie za cel budowanie świadomości u naszych klientów poprzez akcję #DrzewoZaBaner. Zachęcamy do rezygnacji z drukowanych banerów, zastępując je inną formą reklamy, która nie będzie generować zanieczyszczeń dla środowiska. Jeśli jednak zaistnieje potrzeba stworzenia baneru, każdy taki wydruk będziemy zamieniać na drzewo do posadzenia. Aktualny licznik dostępny jest na naszej stronie pod adresem: www.emblematic.com/drzewozabaner.

- W Emblematic.com dążymy do zrównoważonego rozwoju. Wiemy, że to długotrwały proces, ale podejmujemy konkretne kroki i zwiększamy odpowiedzialność za nasze działania – opowiada Marta Wolna, Creative Director Emblematic.com. - Chcemy pokazać wszystkim, że społeczna odpowiedzialność biznesu jest ważna. Małymi krokami dążymy do wielkich celów – zapewnia. Partnerstwo nad akcją objęły Lasy Państwowe, a w ramach współpracy wspólnie zorganizujemy nasadzenia drzew.

Magdalena Tkacz
Emblematic.com







Ochrona + marketing?

Mówisz „ochrona”, myślisz „monitoring” i „ochroniarz”. Czując się niepewnie w czasach, gdy koszty prowadzenia biznesu szaleją, niechętnie rozważamy zmiany i nowe rozwiązania. Czy słusznie?

Pandemia i rekordowa inflacja dowodzą, że kluczem do sukcesu jest umiejętność adaptacji do nowych warunków, elastyczność i szukanie alternatywnych ścieżek rozwoju. Zmiany zachodzą szybko m.in. w branży ochroniarskiej. Automatyzacja i digitalizacja pozwalają na szybsze i tańsze reagowanie na zagrożenia. Wiele procesów odbywa się zdalnie. Wykorzystując posiadane już urządzenia, wsparte specjalistycznym oprogramowaniem i np. sensorami IC, jesteśmy w stanie rozszerzyć ich zastosowanie na inne obszary biznesu np. marketing. Takie rozwiązania oferuje firma M2C, specjalizująca się w zintegrowanej obsłudze obiektów komercyjnych.

Dla już istniejących systemów kamer stworzono Innolytics. Pozwala on na analizę rejestrowanego materiału zarówno w czasie rzeczywistym, jak i gotowych nagrań. Co to tak naprawdę oznacza? W tradycyjnym modelu analiza niepożądanego zdarzenia wymaga często wielu godzin pracy specjalisty, który ogląda nagranie sekunda po sekundzie, samodzielnie znajduje właściwy moment i zapisuje przebieg zdarzenia. Innolytics, bazując na sztucznej inteligencji (SI), przyspiesza ten proces i w pełni eliminuje czynniki

ludzkie takie jak zmęczenie, znużenie, obniżona spostrzegawczość. Co więcej, może reagować tu i teraz, optymalizując efektywność działań ochrony.

Posiadając dane aktualizowane w czasie rzeczywistym, przyspieszamy też procesy współpracy np. ze służbami bezpieczeństwa. W razie podejrzenia pożaru i ewakuacji centrum handlowego, informacje o liczbie osób przebywających w budynku, są dostępne natychmiast. Jesteśmy w stanie szybko odpowiedzieć policji, czy należy kogoś szukać i w jakim miejscu.

SI potrafi identyfikować ruchy potencjalnie niepożądane, np. nadmierne rozglądanie się bądź chowanie przedmiotów do kieszeni. Sygnalizuje to zespołowi zdalnego monitoringu, który natychmiast kontaktuje się z działem ochrony na miejscu, dzięki czemu można zapobiec kradzieży.

Jak mówi Paweł Paczek, Country Manager M2C w Polsce, „cyfrowe narzędzia, które monitorują strumienie z kamer i wysyłają alerty do operatorów na podstawie wcześniej zdefiniowanych reguł w przypadku wykrycia jakiejś niestandardowej aktywności, pomagają nam zaoszczędzić

sporo kosztów na ochronie fizycznej. Naszą dużą przewagą jest to, że mamy własny, wewnętrzny zespół programistów, co daje nam swobodę tworzenia własnych narzędzi cyfrowych, dokładnie według naszych potrzeb, podczas gdy inne firmy muszą korzystać z generycznych rozwiązań lub zlecać ich opracowanie zewnętrznemu dostawcy po stosunkowo wysokich kosztach”.

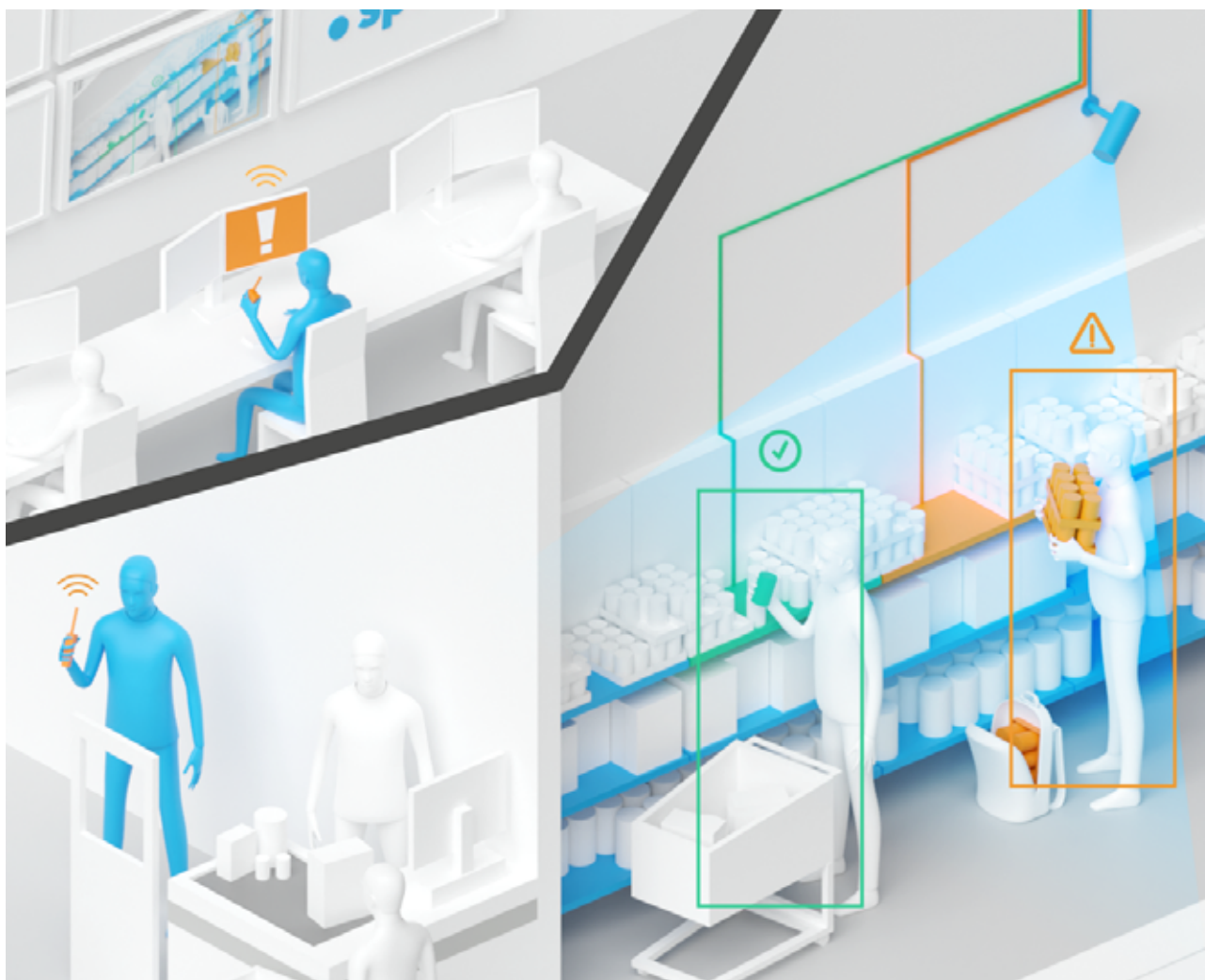
Innolytics równolegle jest bardzo przydatnym narzędziem dla marketerów. Poza weryfikowaniem wzorów przemieszczania się klientów, analizowania zachowań nabywczych, tworzenia map ciepła, określania footfallu czyli generowaniem kluczowych danych dla działów marketingu i sprzedaży powierzchni komercyjnych, wspiera mniej standardowe działania reklamowe. Real-time marketing w samym centrum handlowych staje się niesamowicie prosty. W oparciu o analizę konsumenta (wiek, płeć, etc.) mamy możliwość emitowania bardziej targetowanych kreacji i komunikatów. Na przykład sytuacji, gdy system widzi przechodzącą kobietę z wózkiem, zintegrowane z nim

ekrany mogą wyświetlić aktualne promocje na produkty dla niemowląt.

Zebrane dane mogą być też argumentem w rozmowach z najemcami powierzchni handlowych i reklamowych. Jesteśmy w stanie uzasadnić nasze ceny, podpierając je rzetelnymi statystykami.

Innolytics niesie za sobą również korzyść finansową. Inwestycję w technologię można rozłożyć między departamenty bezpieczeństwa a sprzedaży i marketingu. Oznacza to mniejsze uszczuplenie budżetów poszczególnych działów, zachowując środki na inne wydatki. Wspólny serwer, jeden system, wielowymiarowe zastosowanie. Może wkrótce większość firm mówiąc ochrona, będzie myśleć – synergia.

Paweł Paczek
Country Manager Poland, M2C



Dynamiczny контент jest królem

Co zrobić, aby wyróżnić przekaz swojej marki w otaczającym nas gęstym komunikacji? Odpowiedzią jest kreatywny i skuteczny контент, czyli adekwatny do czasu i lokalizacji, przykuwający uwagę kanał dotarcia. Cyfrowe ekrany reklamowe, wzmacniają świadomość marek, pozwalają dotrzeć do klientów w kluczowym pod względem decyzji zakupowych momencie.

Cyfrowe ekrany reklamowe w przestrzeniach publicznych przyciągają uwagę klientów dużo bardziej od tradycyjnych nośników przekazu. Jak wskazują badania*, są od nich skuteczniejsze nawet dwa i pół razy! Wydaje się, że jednym z powodów wysokiej efektywności są nieograniczone możliwości kreatywne tego kanału dotarcia.

Reklamy DOOH pozwalają na wyświetlanie dynamicznych treści – wideo, animacji i innych formatów multimedialnych, które są łatwiejsze do zauważenia, wzbudzają więcej emocji, a także łatwiej zapadają w pamięć. Szczególnie w czasach, w których wszyscy jesteśmy tak bardzo przyzwyczajeni do konsumowania krótkich, angażujących treści wideo. Przejmując zainteresowanie klienta dokładnie w tym momencie, gdy jest on w procesie podejmowania swoich decyzji zakupowych – znacząco zwiększasz swoją szansę na sprzedaż.

DOOH – elastyczna i precyzyjna forma reklamy zewnętrznej

Jak trafić w ten moment? Wykorzystując możliwości Big Data i nowoczesnej technologii *image recognition*, która umie rozpoznawać dowolne obiekty przed ekranami, czy wychwycić zainteresowanie odbiorców. Ekrany potrafią wykryć np. znajdujące się w pobliżu marki samochodów, styl ubioru, płeć przechodniów, a nawet ich emocje. Po wykryciu określonego obiektu, ekran w czasie rzeczywistym, modyfikuje wyświetlany spot, dostosowując go do grupy docelowej.

Dzięki tym funkcjom cyfrowe nośniki reklamy pozwalają docierać w krótkim czasie do dużej, bardzo dobrze sprecyzowanej grupy odbiorców.

Co więcej, DOOH dzięki swojej funkcjonalności szybkiej podmiiany kreacji, pozwala wykorzystywać możliwości real-time marketingu. Dzięki temu zawsze można być o krok przed konkurencją, reagując na wszystko, co dzieje się tu i teraz. Całość sprawia, że DOOH jest dziś najbardziej elastycznym, efektywnym i precyzyjnym kanałem komunikacji zewnętrznej dla marek.

Jak sieci handlowe w Polsce wykorzystują możliwości ekranów cyfrowych w praktyce? Oto kilka ciekawych przykładów.

Topniejące ceny w reklamie Burger King – kampania DOOH z wykorzystaniem aktualnych danych o warunkach pogodowych

Wyświetlane na ekranach treści mogą nawiązywać np. do pory dnia, natężenia ruchu, czy też panujących warunków pogodowych. Taką funkcjonalność wykorzystał Burger King w bardzo dobrze przyjętej kampanii. W upalne lato reklamował Oreos na ekranie, wtopionym w fasadę centrum handlowego. Wraz ze wzrostem temperatury na zewnątrz, cena napoju spadała, by ostatecznie dojść do 0 zł przy temperaturze powyżej 40°C, a prezentowana na ekranie kreacja zmieniała się na oczach klientów.

Interaktywne lustro i rozszerzona rzeczywistość w kampanii marki Empik

Stałe połączenie ekranów z Internetem tworzy szereg interaktywnych możliwości. Odbiorcy mogą np. „sterować” wyświetlanym przed nimi przekazem za pomocą swoich smartfonów i wchodzić z nim w interakcje. Ciekawym przykładem zastosowania takiego rozwiązania jest kampania Screen Network dla marki Empik. Na potrzeby akcji, ekran zamieszczony w witrynie jednego z salonów marki, został zamieniony w interaktywne lustro. Ekran wykrywał obecność, znajdujących się przed nim osób i wykorzystując technologię rozszerzonej rzeczywistości (AR), wyświetlał nad ich głowami zabawne chmurki z napisami, zachęcającymi do odwiedzenia salonu. Kiedy klient się przemieszał, chmurka podążała za nim. To futurystyczne rozwiązanie cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem odwiedzających galerię klientów.



Alerty antysmogowe w kampanii Philips

Działania dla marki Philips to doskonały przykład nie-standardowej kampanii ambientowej z wykorzystaniem DOOH. Bieżące dane dotyczące poziomu zanieczyszczenia smogiem zostały wykorzystane do wypromowania oczyszczaczy powietrza. Ekrany Digital OOH na potrzeby kampanii zamieniły się w stacje pomiarowe i prezentowały klientom aktualny stan powietrza. Producent informował o zagrożeniu, jakim jest smog... Jednocześnie przedstawiał gotowe rozwiązanie – zakup oczyszczacza powietrza marki Philips. Reklama wyświetlana była między innymi na ekranach w sieci sklepów Media Markt. Klient, który zobaczył reklamę, nie musiał nawet zmieniać swojej lokalizacji, aby zaspokoić uświadomioną potrzebę. Kampania osiągnęła spektakularny wynik finansowy. **Wartość sprzedaży w czasie jej trwania wzrosła o 486%** w porównaniu do analogicznego okresu w poprzednim roku.

Zaawansowane technologie cyfrowe, skuteczne segmentowanie odbiorców oraz ogromny potencjał kreatywny sprawiają, że DOOH to potężne narzędzie promocyjne w rękach marek. Dodatkowo reklama cyfrowa jest bardziej elastyczna, ekonomiczna i ekologiczna od tradycyjnych banerów, plakatów i billboardów, a przy tym odnotowuje szybsze i łatwiej mierzalne efekty. Z pewnością warto włączyć ją do swojej strategii, by tworzyć ciekawe kampanie, o których będzie głośno.

**Badania Publicis Group 2020 – Efektywność reklamy Digital Out of Home*

Agnieszka Godlewska
Prezes Zarządu Screen Network S.A



Retail is back!

Inquiry prezentuje wyniki najnowszego badania

Ostatnie dane dotyczące kondycji branży centrów handlowych wyraźnie pokazują wzrosty zarówno w zakresie budowanej i oddanej do użytku powierzchni handlowej, jak i wskaźników footfallu. W kwietniu br. agencja Inquiry zrealizowała drugą falę badania dotyczącego zwyczajów Polaków związanych z odwiedzaniem centrów handlowych. Po niezwykle trudnych ostatnich dwóch latach, wyniki dają powody do umiarkowanego optymizmu.

Badanie firmy Inquiry pokazuje, że 87% Polaków odwiedza centrum handlowe przynajmniej raz w miesiącu, w tym 37% minimum raz w tygodniu. Tylko co piąty klient wybiera zawsze to samo centrum, natomiast duża grupa osób odwiedza przynajmniej od czasu do czasu dwa różne centra (44%), a co trzeci klient odwiedza regularnie trzy obiekty lub więcej.

Czynniki, które są dla klientów kluczowe, jeśli chodzi o wybór konkretnego obiektu, to przede wszystkim promocje i wyprzedaże (49%) – szczególnie istotne w obecnych czasach. Liczy się także zróżnicowana oferta handlowa (46%), przystępne ceny (44%) oraz dogodny dojazd (43%). Sama lokalizacja centrum handlowego, kiedyś najważniejszy czynnik, zajmuje obecnie dopiero 5 miejsce w rankingu najważniejszych kryteriów wyboru. Szczególną uwagę warto zwrócić na fakt, że aż dla 35% klientów jednym z ważniejszych czynników jest obecność w centrum handlowym takich sklepów i marek, których nie znajdują gdzie indziej. Biorąc pod uwagę, że *tenant mix* w centrach handlowych jest często bardzo podobny, to ważna informacja dla właścicieli obiektów – dzisiaj klienci oczekują większego zróżnicowania.

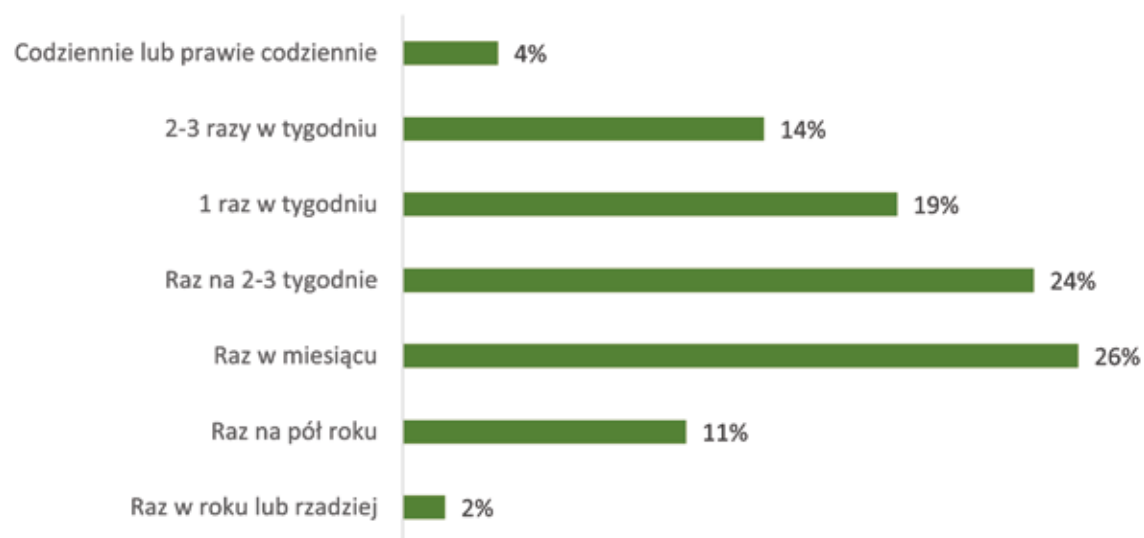
W całym spektrum różnych możliwości, zakupy modowe odgrywają obecnie mniejszą rolę. Po obuwiu i akcesoriach przychodzi 38% klientów, zaś po odzieży dla dorosłych 37%. Ponadto co trzeci klient centrów handlowych odwiedza je w celu zakupu odzieży i sprzętu sportowego oraz urządzeń RTV/AGD, a co czwarty kupuje w centrach handlowych artykuły do domu, elektronikę i komputery, a także odzież i akcesoria dla najmłodszych. Co istotne, zakupy te najczęściej są zaplanowane. Ale to nie wszystko – klienci wybierają się do centrum handlowego również po to, aby poszukać promocji i wyprzedaży (35% badanych), czy też po prostu sprawdzić ofertę sklepów (29%). W ra-

mach dodatkowej oferty obecnej w centrach handlowych, największym zainteresowaniem cieszy się z gastronomią – 57% badanych korzysta z tej oferty przynajmniej od czasu do czasu, zaś z oferty rozrywkowej 46%.

Inflacja wymusza na klientach coraz większe oszczędności, zatem niemal połowa klientów oczekuje od centrów handlowych przede wszystkim większej liczby promocji i wyprzedaży, a także większej oferty tanich sklepów (po 36% badanych). Co czwarty wskazuje potrzebę bardziej zróżnicowanej oferty sklepów (takich, których nie znajdzie gdzie indziej), a co piąty – taniej oferty gastronomicznej oraz sklepów z lokalnymi produktami. Różnorodność i skala oferty gastronomicznej oraz rozrywkowej ma mniejsze znaczenie, co wskazuje na to, że obecna oferta obiektów handlowych jest dla klientów w dużej mierze wystarczająca.

W badaniu firmy Inquiry widać również, że kupujący zaczynają mniej wydawać. Oszczędzamy najczęściej na gastronomii oraz rozrywce. Mimo to wyniki badania napawają umiarkowanym optymizmem. Pokazują, że wiele zachowań zakupowych klientów wraca do stanu sprzed pandemii, choć zmieniają się wymagania. Trzeba też pamiętać, że wysoka inflacja spowodowała znaczące obniżenie dochodu rozporządzalnego Polaków, co znajduje odzwierciedlenie w danych makroekonomicznych publikowanych przez GUS – mowa o spadku sprzedaży detalicznej w ujęciu rok do roku w marcu i kwietniu br.

Częstotliwość odwiedzania centrów handlowych



N=1006, próba ogólnopolska 18+

Czynniki wyboru centrum handlowego



N=1006, próba ogólnopolska 18+

Co Twoim zdaniem powinny zrobić centra handlowe, żeby przyciągnąć takich klientów jak Ty?



N=1006, próba ogólnopolska 18+

Agnieszka Górnicka
Inquiry

O badaniu:

Badanie zostało zrealizowane przez agencję Inquiry na próbie N=1006 dorosłych Polaków metodą CAWI w kwietniu 2023 r. Pełen raport można pobrać tutaj: <https://inquirymarketresearch.pl/centra-handlowe-w-czasach-post-covid19/>

Mierzenie efektywności zmian w ramach ESG

Już ponad 50% firm w Polsce wprowadza polityki ESG. Polska firma pomaga we wprowadzaniu rozwiązań odpowiadających ESG.

ESG to podejście do inwestowania, które skupia się na trzech kategoriach: ład korporacyjny, ochrona środowiska i społeczna odpowiedzialność. Romana Pindel, Business Development Manager opowiada, jak ta sfera wygląda z perspektywy firmy Reveal Polska.

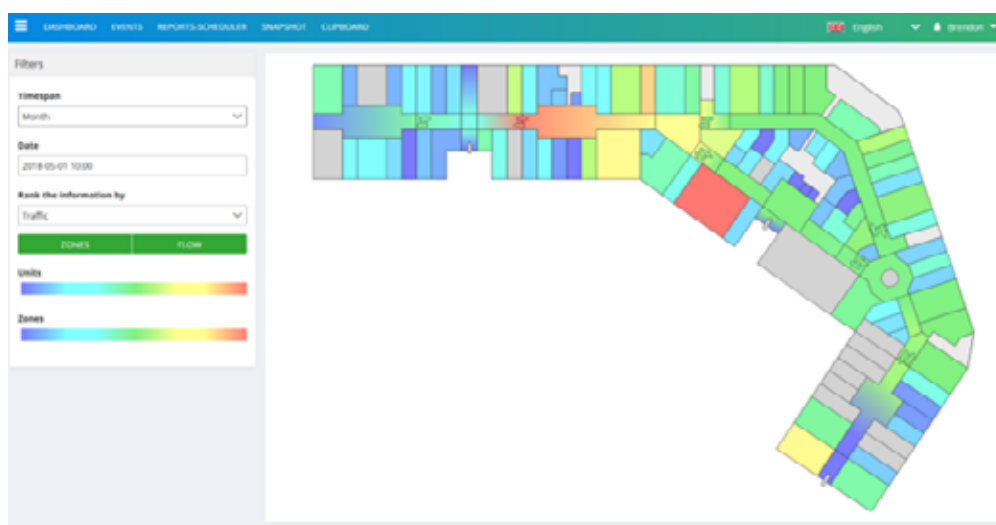
– Z naszych analiz wynika, że około 50 proc. firm w Polsce jest dopiero na etapie wprowadzania polityki zrównoważonego rozwoju i zaznajamiania się z jej założeniami – tłumaczy. – Reveal, mająca 20-letnie doświadczenie na rynku, oferuje systemy monitorowania przepływu osób w obiektach a generowane na tej podstawie analizy pozwalają obiektom zidentyfikować sposoby na wdrożenie skutecznej polityki ESG.

Lepsze środowisko

Pytamy, jak to się dzieje.

– Wystarczy zmierzyć dany proces przed wprowadzeniem zmian jak i po. Liczby nie kłamią. Powiedzą wprost czy dana zmiana przyniosła zamierzony efekt czy nie – odpowiada Pindel.

Podaje przykład monitorowania przepływu osób wewnątrz obiektu, które pozwala na zoptymalizowanie poboru energii elektrycznej. Dzięki danym dostarczonym przez Reveal centra handlowe mogą wydzielić strefy o mniejszym natężeniu ruchu i dostosować oświetlenie oraz klimatyzację do rzeczywistych potrzeb.



Rys. 1 Mapa ciepła (snapshot) prezentująca kolorami strefy wewnątrz obiektu najmniej i najbardziej uczęszczane. Możliwy jest podgląd m.in. godzinowy, tygodniowy, miesięczny.

Zaś monitoring ruchu na parkingu może pomóc w podjęciu decyzji o np. zwiększeniu ilości stacji dla rowerów. Obie rzeczy przekładają się wprost na założenia zrównoważonego rozwoju.

Wyższy komfort pracy

Kolejnym aspektem ESG jest ład korporacyjny, czyli sposób zarządzania i kontroli działań podejmowanych przez firmę. Dzięki narzędziom umożliwiającym monitorowanie ruchu w centrach handlowych, inwestorzy i zarządy obiektów mogą mieć lepszy wgląd w to, jak działa firma oraz jakie działania przynoszą najlepsze efekty. – Nasze raporty umożliwiają przygotowanie raportów porównawczych, co pozwala na dokładniejsze analizowanie działań podejmowanych w różnych obszarach obiektów- mówi Romana Pindel.

Dane z analiz pozwalają na wprowadzenie narzędzi zwiększających komfort pracy pracowników.

- Jednym z obszarów w których wykorzystywane są nasze dane jest zarządzanie obiektem i planowanie działań poszczególnych pracowników. Możliwość monitorowania ruchu w poszczególnych strefach obiektu pozwala również na lepsze planowanie działań oraz wprowadzanie zmian, które przyczyniają się do poprawy efektywności pracy i jakości obsługi klientów – tłumaczy Romana Pindel.

Finalnie odpowiednie monitorowanie i analiza danych pozwalają na wprowadzenie trwałych i efektywnych rozwiązań, co w dłuższej perspektywie przekłada się na korzyści dla środowiska oraz dla pracowników a także użytkowników obiektów handlowych.

Justyna Niwelt
Reveal Systems



Technologie na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz pozytywnych doświadczeń klientów.

Nie ma lepszego czasu niż teraz, aby ponownie przemysleć strategię zrównoważonego rozwoju. Pandemia COVID-19 przyspieszyła trendy w handlu detalicznym, takie jak przejście w kierunku ujednoliconego handlu omnichannel i alternatywnych metod zakupów, takich jak Click & Collect i zakupy online, powodując większe zapotrzebowanie na precyzyjny handel detaliczny i analitykę danych w całym przedsiębiorstwie. W miarę jak następowały zmiany, firmy przekształcały się, a ludzie stawali się jeszcze bardziej związani ze swoimi społecznościami, pojawiła się również szansa na ponowną redefinicję roli sklepów, centrów handlowych i ich operacji w obecnym krajobrazie i trendach. Agresja Rosji na Ukrainę, a w konsekwencji problemy z energią, inflacją, łańcuchem dostaw i kosztami życia, w połączeniu z widocznymi zmianami klimatycznymi, tylko potęgują konieczność skupienia się na tym, jak zrównoważony rozwój może stać się bardziej istotną częścią wzrostu i odporności na skutki kryzysu.

Biorąc pod uwagę powyższe czynniki, zrównoważony rozwój nie jest już „nice-to-have” wśród przedsiębiorstw, jest to ich krytyczna misja. W Europie jest on napędzany przez wysiłki regulacyjne, takie jak plan działania na rzecz gospodarki cyrkularnej, który został zatwierdzony przez Komisję Europejską w grudniu 2015 r., a następnie przedłużony w marcu 2022 r. jako część propozycji Europejskiego Zielonego Ładu, aby uczynić zrównoważone produkty normą w Unii Europejskiej, pobudzić cyrkularne modele biznesowe i wzmocnić pozycję konsumentów w zakresie zielonej transformacji. Na dodatek raportowanie ESG (Environmental, Social and Governance) choć nie jest jeszcze obowiązkową częścią sprawozdawczości finansowej, staje się coraz ważniejszym elementem oceny spółki i procesu inwestycyjnego.

Podobnie konsumenci wymagają od firm coraz większej przejrzystości i zrównoważonego podejścia do sposobu prowadzenia działalności.

CO OZNACZA ZRÓWNOWAŻONY HANDEL DETALICZNY DLA KONSUMENTÓW W EUROPIE?



Według najnowszych badań konsumenckich Sensormatic Solutions z lutego, września i grudnia 2022 roku, 35% europejskich kupujących stało się bardziej zaniepokojonych zrównoważonym rozwojem i wpływem handlu detalicznego na środowisko od początku pandemii w marcu 2020 roku.

Chociaż istnieje wiele sposobów definiowania i podejścia do zrównoważonego rozwoju w handlu detalicznym, większość europejskich konsumentów uważa, że ograniczenie odpadów materiałowych jest najważniejszym celem, do którego powinni dążyć detaliści. Jednocześnie duża liczba respondentów przyznaje, że zrównoważony handel detaliczny wymaga holistycznego podejścia, którego nie można podsumować jedynie poprzez redukcję odpadów i recykling.



Zwyczaje zakupowe uległy znacznej zmianie w ciągu ostatnich lat i trend ten nadal przyspiesza. 37% europejskich konsumentów przyznało, że zaczęło robić mniejsze zakupy. Ponadto 28,4% kupujących twierdzi, że przestawiło się na robienie zakupów głównie lokalnie.

Wszystkie te zmiany wymagają od detalistów, centrów handlowych i operatorów komercyjnych nieruchomości handlowych skupienia się na wykorzystaniu innowacyjnych technologii, aby osiągnąć cele zrównoważonego rozwoju i odpowiedzieć na zmieniające się potrzeby klientów sklepów.

Właściwe dane mogą pomóc właścicielom centrów handlowych nie tylko w poprawie wydajności, optymalizacji działań i zwiększeniu zysków, ale także dostarczyć im krytycznych danych w obszarach zrównoważonych i efektywnych działań, takich jak:

- Shopper insights od ShopperTrak zapewniają detalistom kompleksowe zrozumienie zachowań ich klientów, aby pomóc im w podejmowaniu bardziej inteligentnych decyzji dotyczących sklepów i nieruchomości, w tym kiedy dostosować godziny pracy do maksymalnego obłożenia, aby zaoszczędzić energię i wodę, a także zmniejszyć emisję CO2 wynikającą z marnowania czasu na wizyty w sklepach, które nie są odpowiednio obsadzone lub w których towary są niedostępne.
- Integracja danych na podstawie analizy shopper insights od ShopperTrak może pomóc w wizualizacji zarówno poziomu obsługi przez pracowników, jak i czasu poświęcanego przez klientów na transakcje, co pozwala określić efektywne wizyty klientów i ograniczyć marnowanie czasu w sklepach, w których poziom zatrudnienia nie jest dostosowany do zapotrzebowania na usługi.

To tylko kilka przykładów na to, jak wykorzystanie zaawansowanej technologii liczenia osób oraz spostrzeżeń opartych na danych pomaga w dalszej optymalizacji wydajności centrum handlowego i sieci sklepów, pozwalając na zwiększenie efektywności operacyjnej oraz wspieranie inicjatyw zrównoważonego rozwoju wśród detalistów i operatorów obiektów handlowych.

Więcej można się dowiedzieć z raportu Shoppertrack „Greener Shopping: The New Era of Sustainable Retail”, aby: [Raport: Greener Shopping - Sensormatic | UK](#)

Karolina Ewa Steckiewicz
Sensormatic Solutions

Hotel i centrum handlowe – duet perfekcyjny?

Hotel i centrum handlowe obok siebie to połączenie, na którym zyskują zarówno właściciel obiektu, sieć hotelowa, inni najemcy, a także goście hotelowi. O tym, jakie korzyści niesie taka kooperacja opowiadają przedstawiciele sieci B&B HOTELS Polska, której jeden z hoteli mieści się przy Galerii Nowotarskiej, a nowa strategia rozwoju spółki zakłada więcej takich inwestycji.

Zanim zaczniemy mówić o konkretnych korzyściach, warto wspomnieć, co oznacza wspomniane połączenie. Hotel może stać obok centrum handlowego lub znajdować się w jego obrębie, w ramach konwersji istniejącej, nieskomercjalizowanej części obiektu handlowego. Może też zostać umieszczony na wyższej kondygnacji, jak w przypadku Hotelu B&B nad Galerią Nowotarską.

Wskaźnik rentowności w górę

Za włączeniem hotelu do oferty centrum handlowego przemawia przede wszystkim ekonomia. Po stronie właściciela centrum pojawia się możliwość zabudowania działki i maksymalnego wykorzystania dostępnej powierzchni, co w ostatecznym rozrachunku przekłada się na niższy koszt metra kwadratowego gruntu.

– *W sytuacji, gdy plan miejscowy dopuszcza wyższą zabudowę w miejscu istniejącego bądź planowanego centrum handlowego, budowa hotelu pozwala na podniesienie atrakcyjności nieruchomości i zwiększenie rentowności całej inwestycji, umożliwiając lepsze wykorzystanie potencjału działki* – mówi Justyna Szwenger Łukasiewicz - development director, region centrum w B&B HOTELS Polska. – *Z kolei w przypadku, gdy warunki zabudowy narzucają obowiązek realizacji kilku kondygnacji, może stanowić „wybawienie” dla projektu, jego być albo nie być* – dodaje Łukasz Bracki - regional head of development, region południe w B&B HOTELS Polska.

Hotel, jako najemca zajmujący dużą powierzchnię ma istotny udział w kosztach wspólnych. Zoptymalizowane zostają koszty utrzymania obiektu, części wspólnych, parkingów, dróg dojazdowych, które obciążają wszystkich najemców.

– *W kategorii korzyści dla wynajmującego należy rozpatrywać także możliwość zyskania wieloletniego partnera i pewnego źródła przychodu. Jako B&B HOTELS oferujemy długie umowy najmu na okres 10-15 lat z opcją przedłużenia do 30 lat* – mówi Laura Kunicka - senior development manager, region centrum w B&B HOTELS Polska.

Kompleksowa oferta

Usługa hotelowa stanowi uzupełnienie oferty danego obiektu handlowego dla klientów galerii i umożliwia wykorzysta-

nie obiektu po godzinach jego pracy. Pozwala to na efektywniejsze wykorzystanie powierzchni. Dotyczy to także parkingu, z którego w dzień korzystają klienci centrum, w nocy zaś osoby zameldowane w hotelu.

Do tego dochodzi dostępność szerokiej oferty usług dla gości hotelowych i jednocześnie zwiększenie ruchu w obiekcie handlowo-usługowym.

– *Przykładowo, jeśli centrum ma w swojej ofercie kawiarnię czy restaurację, goście hotelowi chętnie z nich korzystają. Dzięki temu hotel nie musi zapewniać usług gastronomicznych, zaś goście hotelowi mogą przyczynić się do zwiększenia ruchu w obiekcie handlowym. Mamy do czynienia z sytuacją win-win* – mówi Justyna Szwenger-Łukasiewicz.

– *Goście są też zadowoleni z możliwości zrobienia szybkich zakupów różnego rodzaju. Dodatkowo, co potwierdza przykład naszego obiektu w Nowym Targu, działającego przy tamtejszej galerii, tak zlokalizowany hotel może być atrakcyjnym miejscem dla gości wesel lub innych imprez okolicznościowych. Nie muszą także szukać gabinetu kosmetycznego czy salonu fryzjerskiego, bo mają je na wyciągnięcie ręki* – nadmienia Łukasz Kaleta - operations director B&B HOTELS Polska.

Z punktu widzenia hotelu, lokalizacja przy centrum handlowym, które każdego dnia odwiedza wiele osób, to szansa na jeszcze lepszą rozpoznawalność marki. Łatwiej też znaleźć go na mapie miasta, gdyż jest kojarzony z funkcjonowaniem przy galerii. Z drugiej strony obiekt handlowy obok znanego brandu hotelowego może być atrakcyjny dla najemców.

Jak widać, są powody, by łączyć siły. To się po prostu opłaca.

Małgorzata Czechowska



Światłowód od *Orange Polska* - klucz do nowoczesnego biznesu

Jeśli prowadzisz działalność gospodarczą w centrum handlowym, hotelu lub biurówcu, z pewnością zależy Ci na szybkim i stabilnym dostępie do Internetu. Nie tylko po to, by móc komunikować się ze swoimi klientami i partnerami, ale także po to, by korzystać z zaawansowanych rozwiązań technologicznych, takich jak Internet Rzeczy (Internet of Things - IoT) czy Technologie Informacyjno-Komunikacyjne (Information and Communication Technology - ICT).

Te ostatnie pozwalają na automatyzację i optymalizację wielu procesów biznesowych, takich jak zarządzanie energią, bezpieczeństwem, logistyką czy marketingiem. Jednak bez odpowiedniego łącza internetowego, wdrożenie profesjonalnych usług IoT i ICT nie jest możliwe.

Chcąc wykorzystać pełnię tych możliwości, potrzebny jest najszybszy i najbardziej niezawodny sposób dostępu do Internetu, który gwarantuje wysoką jakość usług online. Taką ofertę ma firma Orange, która dostarcza łącza światłowodowe do centrów handlowych, hoteli, biurówców i budynków komercyjnych.

JAKIE SĄ ZALETY ŁĄCZA ŚWIATŁOWODOWEGO OD ORANGE DLA BIZNESU?

Dzięki tym światłowodom możesz cieszyć się prędkościami nawet do 1 Gbit/s w obie strony, co jest niezbędne dla sprawnego prowadzenia działalności gospodarczej z wykorzystaniem nowoczesnych rozwiązań. Łącza światłowodowe dla biznesu mają wiele zalet, które sprawiają, że są one coraz częściej wybierane przez przedsiębiorców. Oto niektóre z nich:

SZYBKOŚĆ I STABILNOŚĆ POŁĄCZENIA

dzięki światłowodowi możesz korzystać z sieci o wysokiej prędkości i jakości, bez względu na warunki atmosferyczne, ruch w sieci czy odległość od centrali. Nie musisz martwić się o spadki prędkości czy awarie łącza.

ŁĄCZA SYMETRYCZNE

dzięki światłowodowi możesz wysyłać i pobierać dane z taką samą prędkością. To ważne zwłaszcza dla firm, które często korzystają z usług chmurowych, wideokonferencji czy transmisji strumieniowych.

BEZPIECZEŃSTWO DANYCH

dzięki światłowodowi możesz być pewien, że Twoje dane są chronione przed podsłuchami, czy zakłóceniami spowodowanymi przez czynniki atmosferyczne.

ŁATWE WDROŻENIE ROZWIĄZAŃ IOT I ICT, KTÓRE WYMAGAJĄ DUŻEJ PRZEPUSTOWOŚCI I NISKIEGO OPÓŹNIENIA SIECI

dzięki temu można podłączyć do Internetu różne urządzenia i sensory, które zbierają i przetwarzają dane o stanie otoczenia, zużyciu energii, ruchu ludzi czy zachowaniach klientów. Te dane mogą być wykorzystywane do poprawy efektywności i konkurencyjności biznesu.

DLACZEGO ORANGE?

Orange dysponuje własną siecią światłowodową, której długość w Polsce wynosi ponad 195 tysięcy kilometrów. Oferuje atrakcyjne ceny i warunki umowy dla klientów biznesowych oraz dedykowaną obsługę i doradztwo. Aby podłączyć firmę do internetu światłowodowego, warto skorzystać z usług profesjonalnego operatora telekomunikacyjnego, który zapewni kompleksową obsługę całej inwestycji. Etapy tego procesu to:

OPRACOWANIE KONCEPCJI BUDOWY eksperci Orange analizują Twoje potrzeby i możliwości techniczne, aby zaproponować Ci najlepsze rozwiązanie. Może to być na przykład technologia FTTB (Fiber To The Building), gdzie światłowód kończy się w budynku, a dalej sygnał jest przesyłany za pomocą kabli koncentrycznych lub miedzianych.

PROJEKTOWANIE nasi inżynierowie przygotowują projekt techniczny i kosztorys budowy sieci światłowodowej, uwzględniając wszystkie aspekty prawne i formalne. Projekt zawiera informacje o trasie kabla, miejscach montażu urządzeń i sposobach podłączenia do Twojego lokalu.

POZYSKANIE WYMAGANYCH POZWOLEŃ zajmujemy się również uzyskaniem wszystkich niezbędnych zgód i zezwoleń na budowę sieci światłowodowej od właścicieli lub administratorów nieruchomości, organów administracji publicznej i innych podmiotów.

BUDOWA SIECI ŚWIATŁOWODOWEJ Orange realizuje projekt zgodnie z ustalonym harmonogramem i standardami jakości. Do budowy sieci wykorzystuje nowoczesne metody i sprzęt, takie jak mikrokoparki, przeciśki pneumatyczne czy spawarki światłowodowe.

PODŁĄCZENIE BUDYNKU DO INTERNETU ŚWIATŁOWODOWEGO nasi specjaliści instalują w Twoim lokalu odpowiednie urządzenia końcowe i sprawdzają poprawność działania połączenia.

Wszystkie etapy, terminy i zakres wykonania prac są zawsze uzgadniane i potwierdzane z właścicielami/zarządcami/inwestorami.

Alicja Suska
Orange Polska

Zobacz, jak proste jest dostarczenie światłowodu od Orange Polska do budynku komercyjnego



Podpisanie prostej umowy udostępnienia budynku



Przygotowanie projektu technicznego realizacji inwestycji przez specjalistów Orange Polska



Realizacja wszystkich etapów budowy projektu: od pozyskania wymaganych zgód, przez budowę, aż do finalnego oddania inwestycji klientowi



Podpisanie protokołu odbioru pomiędzy inwestorem a Orange Polska



Gotowość usługowa



Instalacja usług dla klienta/najemców inwestycji

<https://www.orange.pl/duze-firmy/smart-buildings>

Podłączenie Twojej firmy do internetu światłowodowego od Orange to nie tylko kwestia techniczna, ale także kompleksowa usługa obejmująca wszystkie etapy inwestycji. Dzięki temu możesz nie tylko zaoszczędzić, ale przede wszystkim zabezpieczyć się przed awariami transmisji danych.

Jeśli chcesz podłączyć budynek komercyjny do naszej sieci światłowodowej lub dowiedzieć się więcej o ofercie dla galerii handlowych, parków handlowych i budynków komercyjnych, **zajrzyj na stronę** <https://www.orange.pl/duze-firmy/smart-buildings>.

Zachęcamy do wysłania formularza kontaktowego
<https://www.orange.pl/duze-firmy/smart-buildings>
wówczas będzie okazja do rozmowy z naszym ekspertem.

ESG na świecie

Większość z nas orientuje się w tym, jak kwestie ESG wyglądają w Unii Europejskiej. Słyszeliśmy o Europejskim Zielonym Ładzie. Często potrafimy wymienić polityki takie, jak pakiet Fit for 55, którego celem jest osiągnięcie celu UE dotyczącego redukcji emisji gazów cieplarnianych o co najmniej 55% do 2030 roku w porównaniu do poziomów sprzed 1990 roku. Na nasze życie wpływają propozycje wchodzące w jego skład, takie jak zwiększenie celów emisyjnych dla sektorów energetyki, transportu, budownictwa, a także rozszerzenie systemu handlu uprawnieniami do emisji (EU ETS) na sektory, które do tej pory nie były w nim uwzględniane. Pakiet wprowadza również regulacje dotyczące podatków węglowych, energetycznej granicy węglowej dla produktów importowanych oraz wsparcia dla inwestycji w energię odnawialną i efektywność energetyczną. Fit for 55 ma na celu przyspieszenie transformacji ekologicznej i osiągnięcie neutralności klimatycznej w Europie.

Poza głównym celem, jakim jest utrzymanie znośnych dla człowieka warunków życia na planecie, pakiet miał pomóc w budowaniu przewagi konkurencyjnej Europy w nowym kontekście. W założeniu, potężne inwestycje w zielone technologie, miały zwracać się przynajmniej częściowo dzięki eksportowi do krajów, gdzie wymagający konsumenci będą wybierać europejskie zielone produkty. Tymczasem w ostatnich latach regulacje związane z ESG (Environmental, Social, and Governance - Środowisko, Społeczność i Zarządzanie) stały się ważnym tematem na arenie międzynarodowej. Od uchwalenia w 2015 roku przez Zgromadzenie Ogólne ONZ siedemnastu Celów Zrównoważonego Rozwoju, kraje i politycy na całym świecie, podejmują działania mające na celu promowanie zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialnego inwestowania i ochrony środowiska.

REGULACJE ESG W USA

Największą konsternację w Europie wzbudziła z pewnością polityka klimatyczna prezydenta Bidena, która zmusza europejską elitę do przynajmniej częściowego przemysłenia założeń. Po prezydenturze Trumpa, amerykańska administracja uruchomiła szereg procesów w obszarze ESG. W Stanach Zjednoczonych regulacje są w dużej mierze prowadzone przez Komisję Papierów Wartościowych i Giełd (SEC) oraz Agencję Ochrony Środowiska (EPA).

W ramach działań ESG, EPA podejmuje inicjatywy mające na celu ograniczenie emisji zanieczyszczeń, promowanie odnawialnych źródeł energii, poprawę jakości powietrza i wody, a także ochronę różnorodności biologicznej.

W kwietniu 2023 roku EPA zaproponowała nowe limity emisji z układów wydechowych, które według agencji mogą wymagać, aby do 2032 roku 67% wszystkich nowych samochodów sprzedawanych w Stanach Zjednoczonych było elektrycznych (przekraczając wcześniejsze zobowiązanie administracji Bidena zgodnie z rozporządzeniem wykonawczym 14037, według którego samochody elektryczne miały stanowić 50% sprzedaży nowych samochodów do 2030 roku).

Kolejnym kluczowym podmiotem jest Komisja Papierów Wartościowych i Giełd (SEC), która odpowiada za nadzór nad rynkiem finansowym w Stanach Zjednoczonych. SEC coraz bardziej angażuje się w kwestie związane z ESG, nakładając spółki do ujawniania informacji związanych z czynnikami środowiskowymi, społecznymi i zarządczymi. W marcu 2021 roku SEC utworzyła grupę zadaniową ds. Klimatu i ESG, której celem jest analiza i zalecenie nowych regulacji, które mogą wpłynąć na ujawnianie informacji ESG przez spółki publiczne. Inicjatywa ta, według komunikatów samej Agencji, ma na celu zwiększenie przejrzystości i raportowania informacji związanych z ESG, aby umożliwić inwestorom lepsze zrozumienie ryzyka związanego z tymi aspektami.

Administracja Bidena zachęca przedsiębiorstwa do angażowania się we współpracę ze społecznościami lokalnymi poprzez programy społecznej odpowiedzialności biznesu. Firmy są inspirowane do wspierania lokalnych inicjatyw społecznych, tworzenia miejsc pracy, prowadzenia szkoleń i programów rozwoju dla lokalnych społeczności. Stany Zjednoczone podejmują również działania na rzecz ochrony praw człowieka zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym.

Administracja Bidena zachęca przedsiębiorstwa do angażowania się we współpracę ze społecznościami lokalnymi poprzez programy społecznej odpowiedzialności biznesu. Firmy są inspirowane do wspierania lokalnych inicjatyw społecznych, tworzenia miejsc pracy, prowadzenia szkoleń i programów rozwoju dla lokalnych społeczności. Stany Zjednoczone podejmują również działania na rzecz ochrony praw człowieka zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym.

REGULACJE ESG W CHINACH

Coraz bardziej zaangażowana w rozwój zrównoważonej gospodarki jest Chińska Republika Ludowa. Od kilku lat wprowadza liczne regulacje dotyczące ESG. Chiński rząd zobowiązał się do redukcji emisji CO₂ i inwestycji w odnawialne źródła energii. Przykładem działań podejmowanych przez Chiny jest inwestycja w sektor transportu elek-

trycznego, która ma na celu ograniczenie zanieczyszczenia powietrza i zmniejszenie uzależnienia od paliw kopalnych. Już teraz, trwa ogromna rewolucja w transporcie publicznym chińskich miast, gdzie niedługo wszystkie miejskie autobusy będą działać na prąd lub wodór. Jest to z pewnością korzystne nie tylko dla środowiska, ale i dla dużych graczy takich, jak chiński producent baterii, akumulatorów oraz aut BYD.

Jedną z motywacji Komunistycznej Partii Chin jest poprawa jakości życia obywateli, w nadziei na zahamowanie rosnącego podskórnie niezadowolenia. Z drugiej strony, coraz zamożniejsza chińska klasa średnia również zaczyna zwracać uwagę na ekologię. Ogromne znaczenie ma jednak wciąż to, że do etycznej produkcji i ekologii wagę przywiązują konsumenci w Europie i USA, a kraje te wprowadzają kolejne bariery dla wysokoemisyjnych produktów.

Jednym z ważnych działań chińskich władz jest wprowadzenie przez Komisję Regulacji Rynku Kapitałowego Chin (CSRC) wytycznych dotyczących raportowania informacji ESG dla spółek notowanych na giełdzie. Te wytyczne określają wymagania dotyczące ujawniania informacji związanych z aspektami środowiskowymi, społecznymi i zarządzania.

Dodatkowo, chiński rząd ogłosił plany wprowadzenia systemu „Green Securities” (zielone papiery wartościowe). Celem tego systemu jest promowanie inwestycji w projekty związane z ochroną środowiska, takie jak energia odnawialna i efektywność energetyczna. Zgodnie z komunikatem władz, poprzez zapewnienie zachęt finansowych dla firm i inwestorów, Chińska Republika Ludowa dąży do zwiększenia udziału zielonych inwestycji w gospodarce kraju.

Ze względu na specyfikę systemu politycznego ChRL, w sferze społecznej oraz governance, trudno wskazać jakieś polityki, które znacząco wpływałyby na poprawę sytuacji. Niekiedy przedstawiciele władz czy agencji zajmujących się promocją kraju, odwołują się do zasad społecznej harmonii. Jednak wobec trwającej wciąż szeroko zakrojonej akcji pacyfikacji mniejszości ujgurskiej, w ramach której setki tysięcy muzułmanów z tego regionu osadzone są w obozach reedukacyjnych, trudno traktować te wypowiedzi poważnie.

REGULACJE ESG W JAPONII I REPUBLIC KOREI

W Japonii również prowadzone są intensywne wysiłki w zakresie regulacji ESG. Japońska Giełda Papierów Wartościowych (Tokyo Stock Exchange) opracowała wytyczne dotyczące raportowania ESG dla spółek notowanych na giełdzie. Wytyczne te mają na celu zapewnienie spójności,

przejrzystości i porównywalności informacji ESG przedstawianych przez przedsiębiorstwa.

Ponadto, japoński rząd ogłosił plany wprowadzenia nowych przepisów dotyczących raportowania ESG dla dużych przedsiębiorstw. Celem tych przepisów jest zwiększenie przejrzystości i odpowiedzialności korporacyjnej w zakresie aspektów środowiskowych, społecznych i zarządczych. Japonia dąży do promowania zrównoważonego rozwoju gospodarczego i społecznego poprzez wprowadzanie wyższych standardów ESG dla przedsiębiorstw.

W Republice Korei wprowadzono również regulacje ESG, które skupiają się na różnych aspektach zrównoważonego rozwoju. Przykładem działań podejmowanych przez Koreę Południową jest wprowadzenie obligatoryjnego systemu raportowania ESG dla spółek publicznych oraz inicjatywy dotyczące efektywności energetycznej i ochrony środowiska.

ESG W INDIACH

Również rząd Narendry Modiego zdaje sobie sprawę z konieczności zdecydowanych działań w sferze ESG. Indie są jednym z krajów najbardziej dotkniętych zmianami klimatu. Potworne fale upałów co roku zabijają ludzi, wzmagają się problemy z dostępem do wody pitnej. Pojawiają się również doniesienia o problemach w rolnictwie.

Pomimo oporów we własnych szeregach, rządząca Bharatiya Janata Parti (Indyjska Partia Narodowa) przeprowadziła przez parlament ważne regulacje w zakresie zielonej energii oraz ochrony środowiska. Szerokim poparciem cieszy się utworzenie Solar Energy Corporation of India (SECI), która promuje inwestycje w energię słoneczną i zwiększenie udziału odnawialnych źródeł energii w krajowej mieszance energetycznej.

Innym przykładem jest wprowadzenie przez indyjski rząd regulacji dotyczących ochrony środowiska w sektorze przemysłowym. Ustawa o ochronie środowiska i ocenie oddziaływania na środowisko (Environment Protection Act and Environmental Impact Assessment) ma na celu regulowanie działań przemysłowych w celu minimalizacji negatywnych skutków dla środowiska. Ta regulacja spotkała się z pewnym oporem ze strony niektórych grup biznesowych i partii opozycyjnych, które argumentowały, że może ona wpływać na rozwój gospodarczy. Jednak w odpowiedzi na protesty i obawy, indyjski rząd wprowadził pewne poprawki i modyfikacje w celu zrównoważenia ochrony środowiska i rozwoju przemysłowego.

Tempo transformacji jest hamowane przez fakt, że duże zapotrzebowanie na energię elektryczną w Indiach często jest



zaspokajane przez elektrownie węglowe. Czynniki takie jak szybki wzrost gospodarczy, rosnąca liczba ludności i potrzeba energii w sektorze przemysłowym stanowią poważne przeszkody na drodze realizacji dekarbonizacji energetyki.

W związku z tym, choć regulacje ESG w Indiach mają na celu promowanie czystej energii i inwestycji w odnawialne źródła energii, nadal istnieje potrzeba równoległego zarządzania przemysłem energetycznym w celu zapewnienia stabilności dostaw energii elektrycznej dla rozwoju gospodarczego kraju. Istnieją również wysiłki w kierunku zwiększenia efektywności energetycznej w sektorze węglowym i ograniczenia negatywnych skutków dla środowiska.

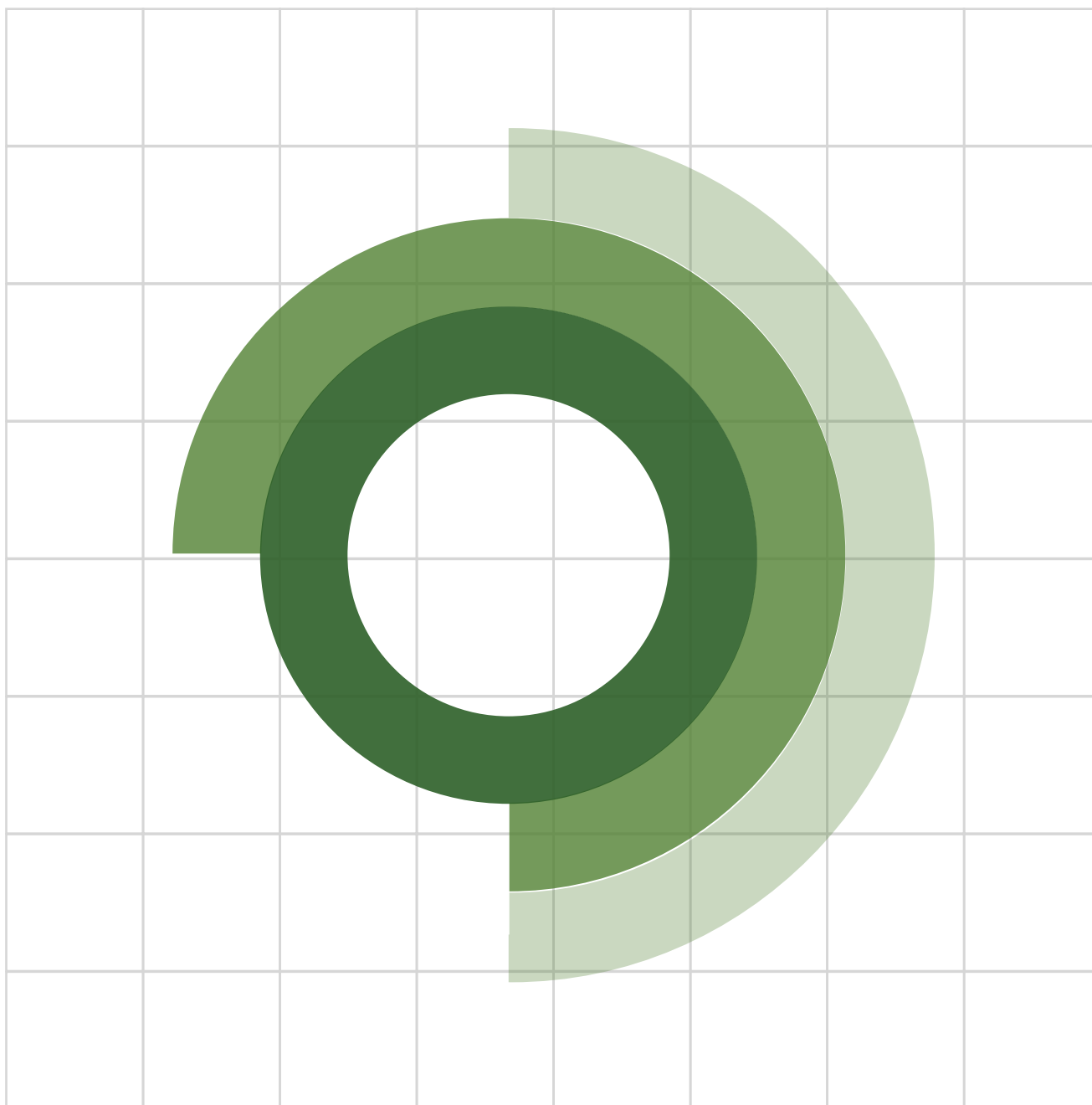
Warto zaznaczyć, że długoterminowym celem Indii jest transformacja energetyczna i przestawienie się na czyste źródła energii. Jednak proces ten wymaga czasu, inwestycji i technologicznych postępów. W międzyczasie, Indiom zależy na zapewnieniu stabilności energetycznej, a elektrownie węglowe pozostają częścią ich mieszanki energetycznej. Wprowadzenie regulacji ESG ma na celu osiągnięcie długoterminowych celów zrównoważonego rozwoju, mimo obecnych wyzwań i konieczności równoważenia różnych czynników, takich jak rozwój gospodarczy, dostęp do energii i ochrona środowiska.

Z przedstawionych przykładów widać, że na całym świecie podejmowane są wysiłki w celu powstrzymania zmian klimatu. Z całą pewnością wysiłki na rzecz dekarbonizacji oraz regulacji finansowych wprowadzają również liczne kraje Afryki, nad regulacjami zastanawia się Turcja. Bardzo wiele narzędzi stosowanych w jednym miejscu, okazuje się również użytecznych w innych miejscach naszego globu. Niniejszy artykuł skupia się jedynie na głównych obszarach gospodarczych, silnych ośrodkach przemysłowych i krajach kształtujących globalne trendy konsumpcji.

Obraz, choć niepełny, skłania do optymizmu. Wygląda bowiem na to, że świat rzeczywiście przyjął do wiadomości, że potrzebne są zdecydowane działania w dziedzinie zmian klimatu oraz praca na rzecz poprawy jakości życia ludzi.

Karol Templewicz
Polska Rada
Centrów Handlowych





**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

**ul. Nowogrodzka 50/54
00-695 Warszawa
prch@prch.org.pl
tel. +48 22 629 23 81**

giftify

Więcej niż karta podarunkowa



Co dostarczamy ?

W pełni kompletne rozwiązanie.

Wiodący dostawca usług w europie

www.giftify.me

