

Datum: 18. 10. 2023

**TRGOVINSKA
ZBORNICA SLOVENIJE®**
Slovenian Chamber of Commerce

**NAGRADA TRGOVINSKE ZBORNICE
SLOVENIJE
ZA TRAJNOSTNO POSLOVANJE
PODJETIJ**

GRADIVO ZA MEDIJE

Dunajska cesta 167, SI-1000 Ljubljana
t: +386 1 58 98 212, +386 1 58 98 213
f: +386 1 58 98 219
e: info@tzslo.si, www.tzslo.si

Matična številka: 2246473000
ID številka za DDV: SI67994598
Številka TRR: SI56 0313 8100 0518 803

OPIS PROJEKTA:

Okoljski cilji, zeleni prehod in trajnostni razvoj so področja, h katerim zavzeto in z veliko mero odgovornosti pristopajo tudi trgovska podjetja, ki pri svojem poslovanju že izvajajo številne dobre poslovne prakse na področjih trajnosti in varstva okolja. Z namenom prepoznavanja in širše predstavitve teh dobrih praks smo na Trgovinski zbornici Slovenije za svoje člane v sodelovanju s priznanimi strokovnjaki razvili projekt »Nagrada TZS za trajnostno poslovanje podjetij«, s katerim želijo pozitivno prispevati k spodbujanju in uvajanju okoljsko odgovornih ukrepov v poslovanje podjetij.

V sodelovanju s petčlansko komisijo strokovnjakov s področij varstva okolja, podnebja, trajnosti in ekonomije pod vodstvom predsednice, prof. dr. Lučke Kajfež Bogataj, je bil pripravljen vprašalnik za prijavitelje, ki je zajemal vrsto vprašanj na petih ključnih tematskih sklopih: okolje, upravljanje, komuniciranje, zaposleni in vključenost v skupnost. Glede na velikost podjetja so bile prijave razporejene v različne kategorije, prijavitelji so ob vlogi za sodelovanje poleg odgovorov posredovali tudi dokazila. Prejeta gradiva je ocenila petčlanska strokovna ocenjevalna komisija v sestavi: prof. dr. Lučka Kajfež Bogataj, g. Rajko Dolinšek, g. Peter Zavrl, prof. dr. Tjaša Redek in mag. Mojca Vendramin.

PREJEMNIKI PRIZNANJ:

I. KATEGORIJA VELIKE DRUŽBE:

Zlato priznanje: IKEA Slovenija d.o.o.

Srebrni priznanji: PETROL d.d. Ljubljana in HOFER trgovina d.o.o

Bronasti priznanji: SPAR SLOVENIJA d.o.o. in LIDL Slovenija d.o.o., k.d

II. KATEGORIJA MIKRO IN MALE DRUŽBE TER SAMOSTOJNI PODJETNIKI

Zlato priznanje: FORMITAS d.o.o.

Srebrno priznanje: RIFUZZL – MOJA ČOKOLADA d.o.o.



IZJAVE NAGRAJENIH PODJETIJ

IKEA Slovenija, d.o.o. - zlato priznanje v kategoriji velike družbe

Zakaj ste se v podjetju odločili za aktivno sodelovanje v okoljskih prizadevanjih, ki so privedla do nagrade, ki jo podeljuje TZS?

V podjetju IKEA naša okoljska prizadevanja izhajajo iz naše vizije, ki je ustvarjanje boljšega vsakdanjega življenja za mnoge ljudi. V skladu z našo trajnostno strategijo People and Planet Positive imamo ambiciozne cilje, da spremenimo poslovanje podjetja IKEA, industrije v vrednostni verigi podjetja IKEA in življenje doma za ljudi po vsem svetu. Med drugim si prizadevamo do leta 2030 postati krožni in podnebno pozitivni, najpozneje do leta 2050 pa ogljično nevtralni. Poleg tega želimo navdihniti in omogočiti mnogim ljudem, da živijo v skladu z zmogljivostmi našega planeta. Te velike spremembe vplivajo na vse vidike našega delovanja, od tega, kako se srečujemo s kupci, do tega, katere izdelke in storitve razvijamo.

Prehod iz linearnega v krožno gospodarstvo, na primer, ni zgolj prizadevanje enega podjetja. V podjetju IKEA želimo biti zgled, vplivati na spremembe ter deliti svoje zgodbe in spoznanja, obenem pa poslušati in se učiti od drugih. Z dolgoročnimi zavezami in odnosi z dobavitelji, poslovnimi partnerji, nevladnimi organizacijami, skupnostmi in drugimi deležniki po vsem svetu spodbujamo inovacije, delimo najboljše prakse ter ustvarjamo trajnostno in krožno gospodarstvo.

V tem smislu smo navdušeni in počaščeni, da je Trgovinska zbornica Slovenije (TZS) prepoznala naša trajnostna prizadevanja. S prevzemanjem vodilne vloge in združevanjem moči z drugimi si prizadevamo za pozitivne spremembe v skupnostih, v katerih delujemo, in upamo, da bomo s svojim zgledom navdihnili tudi druge.

Katere konkretne ukrepe ste v vašem podjetju izvedli za zmanjšanje svojega vpliva na okolje?

Pri podjetju IKEA imamo znanstveno določene cilje. Želimo spreminjati načine dela in spodbujati inovacije, da bi zagotovili prispevek našega podjetja k doseganju ciljev iz Pariškega sporazuma glede zmanjševanja emisij toplogrednih plinov in omejitvi dviga globalne temperature za 1,5 °C do konca stoletja glede na predindustrijsko raven.

Naše globalne zaveze se kažejo v konkretnih ukrepih na lokalni ravni. Eden od primerov naše predanosti varovanju okolja je trgovina IKEA Ljubljana. Gre za eno najbolj trajnostnih stavb v mestu, ki ima **BREEAM certifikat odličnosti**. Stavba je bila zasnovana tako, da čim več potrebne energije pridobi iz **obnovljivih virov**, in sicer iz sončnih celic na strehi stavbe. Za ogrevanje uporabljamo geotermalno energijo, za splakanje pa zbiramo deževnico. Odgovorno **ravnanje z odpadki** dokazujemo z recikliranjem 23 različnih vrst odpadkov in čiščenjem odpadne vode s pametnim sistemom čiščenja.

Da bi čim bolj zmanjšali porabo virov, s **centralnim nadzornim sistemom spremljamo in nadzorujemo procese**, kot so ogrevanje, poraba električne energije in podobno. Tako nam je do zdaj že uspelo prihraniti pri porabi energije in vode ter zmanjšati količino odpadkov s prilagoditvijo osnovnih nastavitvev.

Prizadevamo si za dostopnost in spodbujamo **trajnostno mobilnost**, da bi aktivno zmanjšali ogljični odtis. Lokacija trgovine IKEA Ljubljana spodbuja kupce k uporabi okolju prijaznih načinov prevoza, kot so uporaba javnih prevoznih sredstev, kolesarjenje ali hoja. Poleg 958 parkirnih mest imamo 10 parkirnih mest za električna vozila s 5 polnilnimi postajami, 177 parkirnih mest za kolesa in postajo BickeLJ. Decembra 2022 smo se pridružili projektu **SmartMOVE**, katerega namen je vpeljava in promocija trajnostne mobilnosti v podjetjih in organizacijah. Pod okriljem projekta smo raziskovali bolj trajnostne načine prevoza za naše zaposlene. Dobili smo poglobljen vpogled v mobilnost naših zaposlenih, njihove izkušnje, navade in celo izzive, s katerimi se vsak dan srečujejo.

Z našo **odgovorno nabavo** izdelkov, storitev, materialov in sestavnih delov ter **ponudbo trajnostnih izdelkov** želimo spodbuditi kupce v Sloveniji k bolj zdravemu in trajnostnemu življenju doma. Ponujamo dostopne izdelke in rešitve za učinkovito rabo vode in energije ter ločevanje odpadkov. Primeri energetske varčnih rešitev so: energetske učinkovite žarnice, indukcijske kuhalne plošče, hladilniki, zamrzovalniki, pralni stroji ter kuhinjske in kopalniške armature, ki kupcem pomagajo varčevati z vodo.

V našem **Kotičku za krožno uporabo** rabljeno ali rahlo poškodovano pohištvo dobi drugo življenje. Preko storitve **Druga priložnost** kupcem omogočamo, da nam ohranjene izdelke podjetja IKEA, ki jih ne potrebujejo več, prodajo nazaj. Vrednost rabljenega pohištva IKEA je odvisna od stanja, v kakršnem je, v zameno pa kupci prejmejo darilno kartico IKEA.

Kakšni so ključni mejniki in dosežki vašega podjetja na področju ohranjanja okolja in skrbi zanj? Na kateri dosežek ste najbolj ponosni?

Ker smo globalno podjetje, mora zelena preobrazba potekati skozi celotno dobavno verigo, od načina pridobivanja surovin, oblikovanja izdelkov in prevoza do končnih izdelkov, ki jih prodajamo.

Pomemben del zagotavljanja boljšega vsakdanjega življenja za mnoge ljudi je tudi to, da bolj zdrava in lažje dostopna hrana postane enostavna, cenovno dostopna in okusna izbira. Do leta 2025 bo ponudba hrane podjetja IKEA sestavljena iz 50 odstotkov živil rastlinskega izvora in 80 odstotkov živil brez rdečega mesa. Kot veliko prehransko podjetje se zavedamo svoje odgovornosti pri spodbujanju ljudi k bolj trajnostnemu prehranjevanju z zagotavljanjem **zdrave in hranljive hrane**. Avgusta letos smo na primer uvedli hot dog na rastlinski osnovi, ki so ga kupci v Sloveniji zelo dobro sprejeli. S tem smo obogatili ponudbo obstoječih jedi rastlinskega izvora, kot so rastlinske kroglice in zelenjavni hot dog.

Poleg okoljskih prizadevanj si želimo pozitivno vplivati tudi na skupnosti. Kot humanistično podjetje smo v celoti zavezani k spodbujanju **raznolikosti in vključevanja** tako na delovnem mestu kot v družbi, in sicer s spodbujanjem kulture, v kateri je vsak posameznik spoštovan in cenjen ne glede na spol, starost ali spolno usmerjenost. Med drugim v vodstveni ekipi podjetja IKEA Slovenija dosegamo ravnovesje med spoloma 50/50.

Še posebej se osredotočamo na pomoč tistim, ki jo najbolj potrebujejo, kot so družine v stiski, LGBT+ skupnosti, osebe s posebnimi potrebami in begunci. V letu 2023 smo aktivno sodelovali s skupnostjo v obliki različnih pobud, vključno s podporo skupnosti LGBT+ v okviru kampanje Sprejemanje se začne doma, opremili smo materinski dom, vzpostavili smo čebelarjem prijazne vrtove, podprli smo varne hiše in v sodelovanju z UNHCR s pohištvenimi rešitvami opremili nastanitvene centre in novo vzpostavljene namestitve za begunce iz Ukrajine.

V okviru programa usposabljanja **Veščine za zaposlitev** beguncem ponujamo možnost, da razvijejo svoje talente in pridobijo dragocene delovne ter življenjske izkušnje. V letu 2023 smo preko programa zaposlili begunce iz Irana, Ukrajine, Afganistana, Mozambika in drugih držav.

Kako ste vključili trajnostne prakse v svoje poslovne procese in oskrbovalno verigo?

Kot globalno podjetje se zavedamo velikega vpliva, ki ga lahko imamo z zagotavljanjem trajnostnih praks v vseh vidikih našega delovanja. Zavezali smo se, da bomo svoj delež prispevali preko spodbujanja sprememb v celotni verigi vrednosti v smeri podnebne pozitivnosti in zagotavljanja pravičnega prehoda.

Vedno **spoštujemo in upoštevamo predpise** na vseh trgih, kjer poslujemo, in pričakujemo, da bodo enako ravnali tudi naši partnerji. Z **demokratičnim oblikovanjem naših izdelkov** že od same zasnove omogočamo sistemski prehod v krožno gospodarstvo z uporabo manj virov in več recikliranih materialov.

Ta pristop se ne začne in konča pri izdelkih na naših policah, temveč sega globoko v našo dobavno verigo. Od pridobivanja surovin do oblikovanja, prevoza in končnega izdelka, ki pride v domove naših kupcev. Poslujemo v skladu s **kodeksom ravnanja za dobavitelje podjetja IKEA, imenovanim IWAY**. Ta sistem vključuje zahteve, načela in postopke za sodelovanje z dobavitelji. To je celovit sistem, ki omogoča pozitiven razvoj ljudi in planeta tako za podjetje

IKEA kot vse člene v vrednostni verigi. Določa jasna pričakovanja in načine dela za okoljske, družbene in delovne pogoje kot tudi za dobrobit živali.

Da bi dokazali svoja prizadevanja, sodelujemo s tretjimi osebami in uporabljamo **certifikacijske sheme**, kot so Forest Steward-ship Council (FSC), Better Cotton Initiative (BCI), Fairtrade, Rainforest Alliance, Aquaculture Steward-ship Council (ASC) in Marine Stewardship Council (MSC). Nenazadnje smo se začeli pripravljati na zahteve za poročanje, ki jih določa evropska direktiva glede poročanja podjetij o trajnostnosti (CSRD).

Kakšni so načrti vašega podjetja za nadaljnje izboljšanje okoljskih prizadevanj v prihodnosti? Kakšen je vaš naslednji korak?

Podjetje IKEA letos praznuje 80. obletnico delovanja. V prihodnost se oziram z vodilnega položaja in z radovednim, pozitivnim, a skromnim pogledom. Še naprej se bomo zavzemali za mnoge ljudi, pa tudi inovirali, predvidevali prihodnje trende in preizkušali nove načine dela, ki odražajo potrebe ljudi in planeta, ter se nenehno prilagajali in preoblikovali svoje poslovanje.

Naše strateške smernice in cilji Strategije trajnostnega razvoja podjetja IKEA do leta 2030 so zelo jasni. Svoja prizadevanja bomo usmerjali tako, da bomo zagotovili **zdravo in trajnostno življenje**, s ciljem, da navdihnemo več kot eno milijardo ljudi ter jim omogočimo boljše življenje v mejah zmožnosti našega planeta. Še bolj se bomo osredotočili na podaljševanje življenjske dobe naših izdelkov in materialov ter se zavzemali za delitveno in krožno gospodarstvo. Predvidevamo prihodnost, v kateri sprejemanje trajnostnih odločitev ne bo le možnost, ampak norma, ki je dostopna, cenovno ugodna in privlačna za vse.

Želimo postati **krožni in podnebno pozitivni** ter razvijati poslovanje ob hkratnem obnavljanju virov. To pomeni, da bomo zmanjšali večjo količino emisij toplogrednih plinov, kot jih odda celotna vrednostna veriga podjetja IKEA.

Z zagovarjanjem **pravičnosti in enakosti** želimo ustvariti pozitiven družbeni učinek za vse v vrednostni verigi podjetja IKEA. To pomeni, da krepimo naša prizadevanja za večjo vključenost, sprejemamo raznolikost ter spodbujamo dostojno in pomenljivo delo v naši celotni vrednostni verigi.

Na ravni Slovenije bomo še naprej sledili cilju, da dosežemo zmanjšano porabo virov v trgovini IKEA Ljubljana. Poleg tega se v povezavi z okoljevarstvom osredotočamo na nadaljnja prizadevanja za okolju prijaznejši sistem dostave. Trenutno imamo že 4 električne tovornjake, s katerimi zadostimo že 53 % vseh naših dostav kupcem v Sloveniji. V naslednjih letih nameravamo zagotoviti še devet električnih tovornjakov, da do poslovnega leta 2025 dosežemo 100-odstotno dostavo kupcem brez emisij.

Kako ozaveščate zaposlene in stranke o pomenu varovanja okolja?

Prizadevamo si, da varstvo okolja ne bi bila le črka na papirju, temveč vsakodnevna praksa naših zaposlenih in kupcev. Komunikacija, ki je usklajena na globalni ravni in hkrati prilagojena lokalnim specifikam, ima osrednjo vlogo pri tem, kako ljudje po vsem svetu vidijo, doživljajo in kaj menijo o podjetju IKEA. Učinkoviti komunikacijski pristopi, ki vključujejo različna orodja, kanale, dogodke in aktivacije v Sloveniji in drugod, nam pomagajo, da se uspešno spoprijemamo z izzivi in izkoristimo priložnosti ter dosežemo in navdihnemo čim več ljudi za bolj trajnostno življenje doma. Na ta način delimo svoja prizadevanja, krepimo ugled in vključujemo deležnike v naše aktivnosti.

Naši sodelavci so v središču našega poslovanja in vsega, kar počnemo, tudi na področju trajnostnega delovanja. Obveščamo jih prek vrste komunikacijskih kanalov in jih vključujemo v okoljske dejavnosti. Na primer, leta 2022 smo lansirali **trajnostno kolekcijo izdelkov KÅSEBERGA** iz obnovljivih in recikliranih materialov. Lansiranje nove kolekcije smo pospremili z organizacijo čiščenja plaže v Strunjanu za naše zaposlene. S to pobudo in obsežno komunikacijsko podporo smo pripomogli k ozaveščanju širše javnosti glede zmanjšanja količine plastičnih odpadkov v okolju in prispevali k izboljšanju obalnega ekosistema.

Letos smo **podprli čebelarje** iz Zagorja in Valvasorjevo čebelarstvo na Izlakah. Tako smo širili zavedanje o pomenu čebel za bolj trajnostno prihodnost.

Eden od najbolj oprijemljivih načinov ozaveščanja naših kupcev je naša ponudba izdelkov. Blagovna znamka IKEA je prepoznana po dobro oblikovanih, funkcionalnih, vzdržljivih in cenovno dostopnih rešitvah za opremo doma, ki so tudi trajnostne. S ponujanjem dostopnih in cenovno ugodnih rešitev, pa naj gre za učinkovito rabo vode in energije ali ravnanje z odpadki, našim kupcem omogočamo okoljsko ozaveščene odločitve.

Aprila 2023 smo ob svetovnem dnevu Zemlje v središču Ljubljane postavili instalacijo, s katero smo krepili zavedanje o pomenu trajnostnih in krožnih rešitev na področju opremljanja doma. Da bi spodbudili ljudi k bolj trajnostni potrošnji, smo jih spodbudili, da pohištvo IKEA, ki ga nameravajo zavreči, v okviru storitve **Druga priložnost** raje prodajo nazaj podjetju. Kupci v zameno prejmejo darilno kartico v ocenjeni vrednosti prodanega kosa. S tem smo vplivali na dojetje in ponovno uporabo rabljenega pohištva, kar predstavlja korak naprej h krožni potrošnji in zmanjšuje odpadke, saj mnogi kosi pohištva, ki bi sicer romali na odpad, dobijo drugo priložnost.

Prav tako aktivno komuniciramo v podporo ranljivim skupin. Letos smo na primer mednarodni dan boja proti homofobiji, transfobiji in bifobiji (IDAHOT) 17. maja obeležili z lansiranjem globalne kampanje **Sprejemanje se začne doma**. Z naborom aktivnosti smo izkazali podporo LGBT+ skupnosti in opozarjali, da ima vsak pravico do doma, kjer se počuti dobrodošlo in sprejeto. V sodelovanju z društvom Legebitra smo za zaposlene organizirali delavnico po metodi **žive knjižnice** in opremili svetovalnico Društva Parada ponosa.

Kako ste vplivali na vaš sektor oziroma vašo dejavnost pri okoljskih prizadevanjih? Kako vidite svojo vlogo v spodbujanju trajnostnih praks v vaši dejavnosti in širše?

Preobrazba iz linearnega v krožno poslovanje je ena največjih ambicij in izzivov našega časa. V podjetju IKEA si prizadevamo ustvariti poslovni model podjetja, ki bo primeren za kupce in sodelavce danes in jutri. Ker verjamemo v potencial skupnih prizadevanj, vidimo svoj prispevek pri reševanju izzivov zlasti z zagovorništvo, soustvarjanjem in partnerstvi.

Naša ambicija, da do leta 2030 postanemo podnebno pozitivno podjetje, nas usmerja tudi pri razogljičenju prometa in logistike. Eden od primerov v trgovinskem sektorju je preoblikovanje dostave izdelkov kupcem na dom, da bi ta postala bolj trajnostna. V podjetju IKEA smo se zavezali, da bomo do leta 2025 vse naše storitve dostave na dom izvajali z vozili z ničelnimi emisijami. Z obstoječimi štirimi električnimi tovornjaki lahko zadostimo že 53 % vseh naših potreb v Sloveniji.

Poleg zelene, gre z roko v roki tudi digitalna preobrazba trgovinske panoge. Lep primer je naše prizadevanje za prilagoditev rastočemu sektorju e-trgovine. V trgovini IKEA Ljubljana smo uvedli avtomatizacijo skladišča. Od leta 2023 uporabljamo štiri drone za povečanje hitrosti in natančnosti sledenja zalogam.

Izhodišča za pripravo izjave predstavnika podjetja / Mihaela Hafner, vodja za področje trajnosti v podjetju IKEA Slovenija

- **S čim/kako podjetje, v katerem ste zaposleni, prispeva in sledi ciljem trajnostnega razvoja?**
- **Kako vi kot zaposleni v podjetju osebno prispevate k tem ciljem?**
- **Zakaj se vam zdi skrb za okolje pomembna?**

Transformacija iz linearnega v krožno poslovanje je ena največjih ambicij in izzivov našega časa. V podjetju IKEA si prizadevamo ustvariti trajnostni poslovni model, ki bo primeren za kupce in sodelavce danes in jutri. To vključuje vse od ponudbe trajnostnih izdelkov in spodbujanja odgovorne potrošnje, raziskovanja potencialnih krožnih pristopov in zagotavljanja, da se

materiali, ki jih pridobivamo, uporabljajo na najučinkovitejši način, do ustvarjanja raznolike in vključujoče kulture za pošteno in enakovredno družbo. Kot oseba, odgovorna za področje trajnosti v podjetju IKEA Slovenija, pomagam usmerjati naša prizadevanja za bolj trajnostno uporabo virov in zmanjševanje emisij ogljika, vodim pobude in upravljam sodelovanja z različnimi deležniki v podporo ljudem in skupnostim. V podjetju verjamemo, da skupna prizadevanja različnih deležnikov pri naslavljanju okoljih in družbenih izzivov vodijo v pozitivne spremembe v družbi in utirajo pot do boljše prihodnosti za mnoge ljudi.

PETROL d.d., Ljubljana – srebrno priznanje v kategoriji velike družbe

Zakaj ste se v podjetju odločili za aktivno sodelovanje v okoljskih prizadevanjih, ki so privedla do nagrade, ki jo podeljuje TZS?

Strategija skupine Petrol postavlja jasne cilje za realizacijo naše vizije: »Postati integriran partner v energetske tranzicije z odlično uporabniško izkušnjo«. S tem se osredotočamo na svojo osnovno dejavnost zagotavljanja oskrbe z energenti, saj na tem področju v povezavi z energetske transformacije vidimo velik potencial in priložnosti.

Od velikih se pričakuje še posebna odgovornost ne le za uspešnost lastnega bivanja, ampak tudi za skupno dobro. Pri tem nimamo v mislih le naše generacije, ampak tudi prihodnje. Skupina Petrol je eden izmed tistih gospodarskih subjektov, od katerih se zaradi njene energetske dejavnosti in velikosti v regiji pričakuje več.

Prehod v nizkoogljično energetske družbo, partnerstvo z zaposlenimi in družbenim okoljem ter krožno gospodarstvo so zaveze poslovanja skupine Petrol v tem strateškem obdobju in pri tem Petrol kot partner industriji, javnemu sektorju in gospodinjstvom prevzema pomembno vlogo pri doseganju okoljskih ciljev.

Katere konkretne ukrepe ste v vašem podjetju izvedli za zmanjšanje svojega vpliva na okolje?

Kot regionalni ponudnik okolju prijaznih rešitev smo investicije usmerili v projekte, vezane na obnovljive vire energije v jugovzhodni Evropi. Tako skupina Petrol upravlja, gradi in razvija vetrne, sončne in hidroelektrarne na lokacijah, kjer je možno ekonomsko učinkovito in okolju prijazno izkoristiti potencial vetra, sonca in vode. Skupna planirana moč proizvodnje elektrike iz obnovljivih virov energije do leta 2025 bo znašala 163,8 MW.

Petrol ima že danes na 21 prodajnih mestih po Sloveniji nameščene sončne elektrarne. Na poti trajnostnega razvoja smo v Petrolu pridobili tudi sredstva EU za izvajanje projekta sončnih elektrarn, ki jih z namenom lastne energetske samozadostnosti postavljamo na strehe prodajnih mest. V okviru projekta Petrol Green bomo tako do konca leta 2023 postavili kar 102 sončni elektrarni. Tu pa se ne ustavljamo, za leto 2024 smo že oddali 4. vlogo, v sklopu katere bomo postavili še 100 sončnih elektrarn, v pripravi pa je dokumentacija za 1. fazo na hrvaškem trgu, v sklopu katere načrtujemo postaviti 20 sončnih elektrarn. Razmišljamo tudi o postavljanju sončnih elektrarn na trgih Bosne in Hercegovine ter Srbije. Izvedba tovrstnih projektov je pomemben korak na poti trajnostnega razvoja Skupine Petrol.

Kakšni so ključni mejniki in dosežki vašega podjetja na področju ohranjanja okolja in skrbi zanj? Na kateri dosežek ste najbolj ponosni?

Težko je izpostaviti en dosežek, saj jih je skozi desetletja dela zbranih že več, to dokazujejo tudi številna strokovna okoljska priznanja in nagrade. Dosežke nizamo tako na poslovnem kot družbenem področju.

V letošnjem letu smo prejeli oceno ESG 56 z ustrežno pripravljenostjo, ki nam jo je podelila mednarodna bonitetna hiša S & P Global Ratings, kar je nad povprečno oceno svetovnega naftnega in plinskega sektorja, kjer povprečna ocena znaša 54 (vir: Sustainable Finance Newsletter, avgust 2023). Pridobljena ocena ESG odraža našo zavezo k izpolnjevanju okoljskih, družbenih in upravljaljskih standardov.

Čeprav smo del vrednostne verige ogljikovodikov, smo zavezani k zmanjševanju našega ogljičnega odtisa in povečevanju vlaganj v proizvodnjo energije iz obnovljivih virov in v druge projekte energetske tranzicije, ne nazadnje tudi k spreminjanju uporabniških navad na področju ponovne uporabe, učinkovite rabe energije in zelene energije.

V središču energetske tranzicije so seveda energenti za promet, kjer že dlje časa dajemo poseben poudarek zmanjševanju vseh vrst emisij, saj lahko z aditiviranjem goriv in dodajanjem biogoriv dosežemo pomembne okoljske učinke. Z uporabo edinstvene nove tehnologije aditiviranja »Dual Action Technology« smo od leta 2021 uporabnikom bencinov in dizelskega goriva na vseh trgih, kjer smo prisotni, z gorivi blagovne znamke Q Max, zaradi nižje porabe zagotovili še dodatne prihranke.

Posebno mesto v energetske tranziciji ima proizvodnja elektrike iz obnovljivih virov, kjer si utiramo pot med najpomembnejše ponudnike v JV Evropi. Konec leta 2025 bomo proizvodnjo električne energije iz obnovljivih virov energije povečali za 78 odstotkov v primerjavi z letom 2020.

Izpostavimo naj tudi ozaveščanje naših kupcev o uporabi lastnega lončka za večkratno uporabo na avtomatih za kavo Na poti, s čimer lahko nadomestijo uporabo kompozitnih lončkov za enkratno uporabo.

V letu 2022 smo embalažo vode naše lastne blagovne znamke Na poti preobrazili v 100-odstotno reciklirani PET (rPET). Z omenjenima ukrepom sledimo smernicam na področju manjšanja ogljičnega odtisa znotraj lastnih blagovnih znamk.

Kako ste vključili trajnostne prakse v svoje poslovne procese in oskrbovalno verigo?

Trajnostnost in trajnostne prakse postajajo pomemben vidik vseh poslovnih procesov. Izvajamo številne projekte učinkovite rabe energije za zmanjšanje ogljičnega odtisa, saj smo se zavezali, da bomo svoj ogljični odtis do leta 2025 glede na leto 2021 zmanjšali za 40 odstotkov.

V energetske rešitve za trg tako vključujemo vse večji delež energentov z nižjimi emisijami ogljika. Poseben steber našega poslovanja predstavlja področje elektro mobilnosti, kjer se osredotočamo na umeščanje polnilne infrastrukture in storitve polnjenja ter upravljanje voznih parkov. Z uvajanjem modelov krožnega gospodarstva, predvsem na področju embalaže, ravnanja z odpadki in rabo surovin, tudi vode, se odzivamo na vse večje zahteve podnebnih sprememb za učinkovito obvladovanje tveganj in iskanje novih priložnosti, ki vodijo k novim tehnološkim rešitvam in optimizaciji.

V letu 2022 smo izvedli ocenjevanje naših največjih dobaviteljev, ki med ostalimi kriteriji vključuje tudi področje trajnostnega delovanja. Z vključitvijo ocene trajnostnih kriterijev želimo dobavitelje motivirati in hkrati spodbuditi zavedanje, da kot deležniki v vrednostni verigi pomembno prispevajo in so aktivno udeleženi v trajnostnem razvoju poslovne verige, hkrati želimo za dobavitelje ustvarjati okolje, ki krepi naša skupna prizadevanja za trajnostno delovanje.

Naše trajnostne prakse predstavljamo na spletni strani [Trajnostni razvoj | Petrol](#).

Kakšni so načrti vašega podjetja za nadaljnje izboljšanje okoljskih prizadevanj v prihodnosti? Kakšen je vaš naslednji korak?

ESG/podnebna tveganja bomo uvrstili tudi v celovito ocenjevanje tveganj. Zavedamo se, da smo del širše zgodbe in da lahko nadaljnje smeje korake k ambicioznim trajnostnim ciljem naredimo le v dogovoru z vsemi deležniki, saj smo medsebojno odvisni.

Zavezani smo k trajnostnim ciljem, o katerih transparentno poročamo v trajnostnem poročilu in jih nenehno nadgrajujemo skladno s cilji in usmeritvami Evropske unije. S svojimi aktivnostmi, projekti in rešitvami prispevamo k doseganju trajnostnih ciljev Organizacije združenih narodov (OZN) do leta 2030.

Kako ozaveščate zaposlene in stranke o pomenu varovanja okolja?

Leta 2013 smo v sklopu izobraževanja o varčevanju z energenti zaposlenim razdelili prve nalepke, ki opozarjajo na varčevanje s posameznim energentom (elektrika, voda, ogrevanje in ohlajevanje), leta 2017 pa razdelili še nalepke, ki opozarjajo na pomen hoje po stopnicah (kot priporočilo za zdravje na delovnem mestu, ki obenem prispeva tudi k varčevanju z električno energijo). Izklapljanje elektronskih naprav ob koncu delovnika je med drugim zajeto v internih *Navodilih za učinkovito rabo energije in vode* na prodajnih mestih skupaj z drugimi priporočili (v veljavi od leta 2015). Izklapljanje elektronskih naprav je izpostavljeno tudi v priporočilih o uporabi informacijske opreme preko internega spletnega izobraževanja za vse zaposlene.

V letu 2022 smo v Sloveniji in na Hrvaškem v delovnih okoljih zaposlene začeli ozaveščati o varčnem in učinkovitem ravnanju z energijo skozi nove plakate, nalepke in brošure, slednje smo letu 2023 adaptirali tudi za trg Bosne in Hercegovine, Srbije in Črne gore. Gre za projekt *Bodi junak svojega okolja!*, ki smo ga pripravili z namenom čim jasnejšega razumevanja učinkovitega in varčnega upravljanja z energijo po področjih prezračevanje, ogrevanje, hlajenje, razsvetljava ter električne naprave.

Z zaposlenimi smo v letu 2021 pognali tudi aktivnosti manjšanja ogljičnega odtisa skozi projekt *Petrolovci za 40 % manjši ogljični odtis. Jaz tudi!*. Oblikovali smo ga v sklopu strateškega stebra *Pripravljenost na prihodnost*, znotraj strateške iniciative *Zmanjšanje ogljičnega odtisa*. Področju zmanjševanja ogljičnega odtisa na ravni zaposlenih smo se posvetili sistemsko z uvedbo indikativnega merjenja odtisa zaposlenih. Razvijamo pa že tudi nadaljnje aktivnosti za krepitev spreminjanja uporabniških navad zaposlenih v zasledovanju cilja nižanja ogljičnega odtisa.

V interni reviji, ki izhaja šestkrat letno, je vzpostavljena rubrika *Misija trajnost*, v kateri predstavljamo *ambasadorje trajnosti*. To so sodelavci, ki v svoji delovni sredini skrbijo za predstavljanje in uvajanje trajnostnih ravnanj, ki so za doseganje sprememb uporabniških navad potrebna, ob tem skrbijo tudi za krepitev in gradnjo neformalnega pozitivnega vzdušja in povezovanja zaposlenih. Za opravljanje vloge se prijavljajo zainteresirani sodelavci, ki jim je trajnostno ravnanje in delovanje blizu, ga v sklopu svojih zmožnosti že udeležujejo in se želijo na tem področju še kako drugače aktivirati. Ambasadorje usposabljam skozi vključevanja v delavnice, izobraževanja, predavanja in dogodke iz področja trajnosti. Pri opravljanju vloge ambasadorja trajnosti jih opremljamo tudi z različnimi orodji in aktivnostmi, s katerimi lahko svoje sodelavce motivirajo k razumevanju trajnostnega delovanja, ponotranjanju trajnostnih vrednot, sprejemanju kompleksnosti v trajnosti ter vizualiziranju trajnostne prihodnosti.

Z namenom tesnejšega sodelovanja in povezovanja zaposlenih na področju okoljskega osveščanja in trajnostnega ravnanja v zniževanju ogljičnega odtisa smo vzpostavili tudi *intranetni portal Jaz tudi!*, kjer objavljamo aktualne smernice, informacije, nasvete in aktivacije na temo obnovljivih virov energije, učinkovite rabe energije, mobilnosti, ravnanja z odpadki in odpadno vodo, grajenega okolja, prehrane, izobraževanja, trajnostnega programa, preprečevanja onesnaževanja, inovacij in razvoja, rabe virov in krožnega gospodarstva.

Do vseh uporabnikov in deležnikov pa trajnostni razvoj Petrola komuniciramo preko spletne strani [Trajnostni razvoj | Petrol](#).

Kako ste vplivali na vaš sektor oziroma vašo dejavnost pri okoljskih prizadevanjih? Kako vidite svojo vlogo v spodbujanju trajnostnih praks v vaši dejavnosti in širše?

Skupina Petrol je zavezana najvišjim standardom podnebnega upravljanja. K trajnostnemu razvoju pristopamo strateško.

Konkurenčnost podjetja na področju podnebnega upravljanja vključuje integracijo trajnosti in okoljske odgovornosti v poslovno strategijo. S tem ne le zmanjšujemo naš ogljični odtis, ampak tudi krepimo našo konkurenčno prednost v očeh potrošnikov in investitorjev, ki vse bolj dajejo prednost podjetjem, ki delujejo okolju prijazno.

V energetske tranzicije bomo v obdobju 2021–2025 namenili 35 % vseh naložb v skupni višini 698 milijonov evrov. Povečujemo delež obnovljivih virov energije (OVE) v lastni proizvodnji elektrike in prispevamo k vse večji energetske neodvisnosti za lastno dejavnost, kot tudi za skupnosti in mesta. Naš cilj do leta 2025 je znižanje ogljičnega odtisa za 40 % glede na leto 2021.

Na spodnja tri vprašanja odgovarja Dr. Marta Svoltjšak Jerman, direktorica službe Trajnostni razvoj, kakovost in varnost:

S čim/kako podjetje, v katerem ste zaposleni, prispeva in sledi ciljem trajnostnega razvoja?

Oskrba z energijo oziroma različnimi oblikami energije je ena izmed temeljnih aktivnosti družbe. Imamo izjemno priložnost, da sočasno v skrbi za neprekinjeno poslovanje in oskrbo družbe z

energenti, izvajamo tudi transformacijo iz pretežno fosilnega v manj fosilni nabor produktov in storitev. Transformacijo je mogoče izvajati le skupaj s strankami, ki izrazijo svoje potrebe in ambicije. Zato je v razvojnem smislu vedno potrebno biti pripravljen na potrebe po novih energentih, po novih projektih za učinkovito rabo energije, mobilnost ipd.

Kako vi kot zaposleni v podjetju osebno prispevate k tem ciljem?

Pomembno je vodenje z zgledom, neprenehno osveščanje o vsebinah, ki dolgoročno prinašajo upočasnitev prekomernih vplivov na okolje in podnebje. Vsako odločitev skušamo pretehtati še z vidika ESG oziroma ene izmed relevantnih vsebin upravljanja trajnosti. Kakovost našega življenja se nikakor ne bo zmanjšala, če je normirano z zmernim potrošništvom.

Zakaj se vam zdi skrb za okolje pomembna?

V kolikor bi bilo stanje okolja na zadovoljivi, vzdržni ravni, se verjetno ne bi povpraševali o tem na tak način. Ni dovolj, da kot posameznik skrbimo le neposredno za sebe, saj se skrb v degradiranem in onesnaženem okolju ne bo obrestovala.

HOFER trgovina d.o.o. – srebrno priznanje v kategoriji velike družbe

Zakaj ste se v podjetju odločili za aktivno sodelovanje v okoljskih prizadevanjih, ki so privedla do nagrade, ki jo podeljuje TZS?

Kot del globalne in rastoče poslovne skupine ALDI SÜD se že od vstopa na slovenski trg leta 2005 zavedamo, da imamo, zaradi svoje prisotnosti na mnogih tržiščih vzdolž celotne dobavne verige, velik mednarodni vpliv. Zato smo naše razumevanje odgovornosti in odgovornega poslovanja že pred leti strnili v dokumentu [Načela družbene odgovornosti](#) (angleško: CR-Policy), ki opisujejo naše razumevanje odgovornosti do ljudi in okolja ter predstavljajo zavezujoč okvir delovanja za vsakega izmed nas in za naše poslovne partnerje.

Odgovornost je hkrati poleg enostavnosti in zanesljivosti ena glavnih vrednot, ki usmerjajo delovanje našega podjetja. HOFER kot eden od najuspešnejših trgovcev z živili v Sloveniji zelo resno jemlje svojo odgovornost tako do kupcev in poslovnih partnerjev kot do sodelavcev, družbe in okolja. Naša prizadevanja na področju družbene odgovornosti in trajnosti združujemo v okviru [inicijative Danes za jutri](#), v sklopu katere izvajamo obsežne, ciljno usmerjene projekte, s katerimi ozaveščamo o načinu življenja, ki je usmerjen v prihodnost, in v katere aktivno vključujemo naše kupce. Prepričani smo namreč, da lahko le skupaj vsaj malo izboljšamo ta svet.

Katere konkretne ukrepe ste v vašem podjetju izvedli za zmanjšanje svojega vpliva na okolje?

Pri HOFERju se pri postavljanju ciljev in izvajanju ukrepov vsebinsko osredotočamo na 5 ključnih podpornih stebrov: dobavna veriga, družba, okolje in varstvo podnebja, kupci ter sodelavke in sodelavci.

V okviru stebra okolje in varstvo podnebja veliko pozornosti namenjamo zmanjševanju emisij toplogrednih plinov in oblikovanju čim bolj trajnostnih nakupnih praks na podlagi preišljene in učinkovite rabe naravnih virov. Optimiziramo vse svoje procese: od gradnje objektov do njihove uporabe, od naročanja izdelkov do njihovega transporta v trgovine, skrbno izbiramo surovine, iz katerih so izdelani izdelki naših lastnih blagovnih znamk in spremljamo izdelke na celotni poti od pridelave in izdelave do police.

Zavezani smo, da pri našem delovanju nastane čim manj odpadkov, pri čemer smo pozorni na dvoje: po eni strani z živili ravnamo skrbno in v največji možni meri zmanjšujemo količino odpadkov v naših trgovinah in delovnih procesih, po drugi strani pa si še bolj prizadevamo k oblikovanju in uporabi trajnostno naravnane, inovativne embalaže. Kot primer konkretnega ukrepa, ki se zaradi celostnega pristopa dotika vseh naših podpornih stebrov, izpostavljamo projekt **Hrana na dobri poti**:

- **Dobavna veriga:** z optimiziranim sistemom naročanja in dovršenim logističnim sistemom skrbimo za čim manj odpadne hrane v trgovinah. Izdelke pred potekom

roka uporabnosti z namenom, da bi jih odprodali in bi bilo odpadne hrane manj, pocenimo.

- **Sodelavke in sodelavci:** pri projektu sodelujejo številni oddelki podjetja in zaposleni so s svojim vsakodnevnim trudom ključni deležniki, da projekt teče na vseh ravneh, od zasnove do realizacije. Sodelavke in sodelavci v prodaji po zaprtju trgovin določene izdelke, ki so ostali neprodani in so še primerni za uživanje, redno pripravljajo za donacije okoli 20.000 socialno ogroženim in ranljivim.
- **Družba:** presežke hrane pri HOFERju iz nekaterih trgovin vsakodnevno, iz drugih pa nekajkrat tedensko doniramo okoli 30 socialnim organizacijam, ki jih v sodelovanju z več kot 600 prostovoljci razdelijo končnim uporabnikom.
- **Okolje in varstvo podnebja:** z zmanjševanjem odpadne hrane skrbimo za zmanjšanje negativnih vplivov na okolje, hkrati pa poskrbimo, da tudi energija in voda, porabljeni za pridelavo hrane, ne gresta v nič.
- **Kupci:** raziskave Evropske komisije so pokazale, da se desetina vse hrane zavrže zato, ker potrošniki ne poznajo ali ne razumejo pomena datumov uporabe na živilih. Kupce zato o pomenu roka »Uporabno najmanj do« ozaveščamo z logotipom »Je rok potekel? Pogosto uporabno dlje?« na embalaži določenih izdelkov lastnih blagovnih znamk, hkrati pa jih tudi prek video vsebin in drugih objav ozaveščamo o pomenu načrtovanja nakupov, obrokov in s preprostimi recepti usmerjamo k uporabi ostankov živil ali že pripravljenih jedi.

Kakšni so ključni mejniki in dosežki vašega podjetja na področju ohranjanja okolja in skrbi zanj? Na kateri dosežek ste najbolj ponosni?

Skupina ALDI SÜD je bila vedno usmerjena v zagotavljanje kakovostnih izdelkov našim kupcem po več kot fer cenah. V zadnjih desetih letih smo uspešno vpeljali odgovorne poslovne procese in programe. Težko bi izpostavili le en dosežek. Prepričani smo, da prav vsaka od aktivnosti, ki jih na tem področju izvajamo ali smo jih že izvedli, pomembno prispeva k ohranjanju okolja.

V okviru našega projekta »Embalaža na HOFER misiji: Zmanjšaj. Ponovno uporabi. Recikliraj.« k reševanju problematike odpadne embalaže pristopamo celostno in na treh ravneh ravnanja z odpadki:

- zmanjšujemo količino odpadkov z optimizacijo embalaže, pri čemer sodelujemo z dobavitelji in s strokovnim partnerjem,
- spodbujamo ponovno uporabo in na tem področju sodelujemo s Komunalnim podjetjem Vrhnika,
- stremimo k reciklabilnosti embalaže in v sodelovanju z Ekologi brez meja o problematiki odpadne embalaže izobražujemo tudi zaposlene in kupce.

Pri HOFERju smo iz prodaje umaknili plastične vrečke in plastične izdelke za enkratno uporabo, poleg tega na naših policah ne boste več našli jajc iz baterijske reje, med izdelki HOFERjevih lastnih blagovnih znamk, ki so izdelani v skladu s trajnostnimi smernicami, ni izdelkov z jajci iz baterijske reje, vsi morski sadeži in ribe prihajajo iz trajnostnih virov, kakav v naših čokoladah, pralinejih, pecivu in sladkarijah je certificiran, BIO natura izdelki ne vsebujejo več palminega olja, z linijo izdelkov Fer podeželje vpeljujemo izboljšave na področju dobrobiti živali in še bi lahko naštevali.

Gojimo dolgoletno partnerstvo s Čebelarsko zvezo Slovenije in se v okviru projekta Skrbimo za medeno prihodnost zavzemamo za dobrobit čebel in drugih opraševalcev.

Skrbimo za manj odpadne hrane v trgovinah in gospodinjstvih. V projekt Donirana hrana, ki ga je prva začela izvajati Zveza Lions klubov Ljubljana, Distrikt 129, smo se priključili leta 2017, od 2021 pa hrano doniramo iz vseh trgovin HOFER po Sloveniji (trenutno jih je 92). Hrano doniramo okoli 20.000 socialno ogroženim in ranljivim. Ker se po podatkih Evropske komisije

kar 10 % hrane zavrže zaradi nepoznavanja pomena rokov uporabnosti, o tem svoje kupce ozaveščamo z logotipom »Je rok potekel? Pogosto uporabno dlje.« na izbranih izdelkih naših lastnih blagovnih znamk z rokom uporabnosti »Uporabno najmanj do«.

Za zmanjšanje izpustov CO₂ smo izvedli naslednje ukrepe:

- Naše trgovine in upravno-logistični center v Lukovici uporabljajo zeleno električno energijo.
- Strehe naših izbranih trgovin so opremljene s sončnimi elektrarnami, katerih proizvedena zelena električna energija je v letu 2021 pokrila v povprečju 22,56 % lastnih potreb v takšnih trgovinah. Do konca 2023 bodo sončne elektrarne že prekrivale večino streh naših trgovin.
- Naš vozni park je opremljen z motorji najvišjih ekoloških standardov.
- Prostori so osvetljeni z varčnimi LED svetili.
- Delno se ogrevamo z bio maso, v hladilnici pa uporabljamo okolju prijazna sredstva.
- Podjetje od leta 2016 svoja okoljska prizadevanja uveljavlja tudi z zasledovanjem mednarodnega standarda upravljanja z energijo ISO 50001.
- Tudi pri proizvodnji embalaže nastajajo CO₂ izpusti, zato s projektom »Embalaža na HOFER misiji: Zmanjšaj. Ponovno uporabi. Recikliraj.« sprejemamo različne ukrepe za zmanjševanje količine embalaže in prehod na bolj trajnostne embalažne materiale.
- Za prevoze kruha, peciva, sadja in zelenjave, svežega mesa in svežih jajc iz skladišč do trgovin, kjer je le mogoče, uporabljamo transportne zaboje za večkratno uporabo. Tudi večina sadja in zelenjave je v naših trgovinah na policah postavljena v te zaboje. Na takšen način ščitimo izdelke in zmanjšujemo količino odpadkov ter CO₂ emisij. V primeru poškodb lahko zaboje v celoti recikliramo.

Kot zanimivost: z uporabo zložljivih zabojev smo v letu 2022 prihranili:

- emisije CO₂, primerljive z izpustom **1.382 avtomobilov**;
- gospodinjske odpadke, kot jih ustvari **776.950 ljudi**;
- porabo vode v količini **934.268 5-minutnih prhanj**;
- električno energijo, ki jo letno porabi **70.191 žarnic**;
- količino hrane, ki bi zadostila kar **291.272 povprečnim obrokom** in bi se sicer zaradi poškodb med transportom zavrгла.

Z našo novo vizijo za leto 2030 se pripravljamo na prihodnost družbene odgovornosti. Zaradi vizije »zagotavljanja trajnosti, dostopne našim kupcem«, bomo pri HOFERju še naprej ponujali odlične izdelke in kupcem obenem zagotovili, da so bili omenjeni pridobljeni na odgovoren način.

Kako ste vključili trajnostne prakse v svoje poslovne procese in oskrbovalno verigo?

V prvi vrsti je pri tem ključnega pomena podpora vodstva. HOFER je del globalne, rastoče poslovne skupine ALDI SÜD, ki ima zaradi svoje prisotnosti na mnogih tržiščih vzdolž celotne dobavne verige, mednarodni vpliv. Naše razumevanje odgovornosti in odgovornega poslovanja smo tako že pred leti strnili v dokumentu [Načela družbene odgovornosti](#), ki predstavljajo zavezujoč okvir delovanja za vse sodelavce in poslovne partnerje. Poleg tega smo vpeljali enoten [Etični kodeks](#), ki določa smernice in načela etičnega ravnanja ter zakonitega postopanja za vse sodelavke in sodelavce - pri vsakdanjih medsebojnih odnosih, odnosih s kupci in poslovnimi partnerji.

Pri HOFERju od nekdaj pozorno spremljamo dobavno verigo. Pri tem smo posebej pozorni na skrbno rabo virov pri proizvodnji izdelkov, na trajnostno logistiko ter zagotavljanje socialnih standardov v proizvodnji.

Pomembno nam je čim skrbnejše ravnanje s surovinami. Pri izbranih skupinah izdelkov in surovinah smo za izdelke lastnih blagovnih znamk določili zavezujoče zahteve, ki jih morajo

upoštevati dobavitelji in nabavni oddelki. S tem naše podjetje neposredno vpliva na dobavno verigo in njeno trajnostno naravnost.

Poleg tega smo pri HOFERju skupaj s poslovno skupino ALDI SÜD definirali socialne standarde pri proizvodnji kot stalen del Načel družbene odgovornosti. Ta določajo minimalne zahteve, ki pa jih – kjer je le mogoče – želimo še preseči. S tem dobaviteljem jasno sporočamo: kljub temu da so cene izdelkov v trgovinah ugodne, to ne sme biti na račun delavcev v državah, v katerih so bili izdelki narejeni.

Pri uresničevanju zastavljenih ciljev ves čas tesno sodelujemo z dobavitelji in skupaj nenehno izpopolnjujemo standarde. Prav tako smo v tesnem stiku z zunanjimi certifikacijskimi organi, pobudami in nevladnimi organizacijami. Podjetje ima od leta 2014 v svoji organizacijski strukturi tudi Oddelek za trajnost. Ta krovno skrbi za izvajanje projektov in procesov v okviru [inicijative Danes za jutri](#) in mednarodne strategije [Vizija 2030](#) ter na tem področju sodeluje z internimi in eksternimi deležniki in skrbi, da se črke s papirja prelivajo v prakso.

Kakšni so načrti vašega podjetja za nadaljnje izboljšanje okoljskih prizadevanj v prihodnosti? Kakšen je vaš naslednji korak?

Skupina ALDI SÜD je bila vedno usmerjena v zagotavljanje kakovostnih izdelkov našim kupcem po več kot fer cenah. V zadnjih desetih letih smo uspešno vpeljali odgovorne poslovne procese in programe ter dosegli številne pozitivne rezultate. Ker so okoljski izzivi globalni, mora biti tudi pristop k njihovem reševanju celosten, kar pomeni, da je pomembno povezovanje z deležniki na nacionalni in globalni ravni. Povezovanje na globalni ravni pri nas zagotavlja globalna strategija poslovne skupine ALDI SÜD »Vizija 2030«, ki jo sestavljajo štiri mednarodna prednostna področja: človekove pravice, učinkovita raba virov, doseganje ničelnih izpustov ogljikovega dioksida in izbrani delodajalec, dopolnjujejo pa jih dodatna nacionalna prednostna področja, ki se osredotočajo na zagotavljanje dostopa do kakovostnih izdelkov vsem kupcem ter na nudenje podpore lokalnim skupnostim prek dobrodelnih partnerstev.

Ker je naš cilj zagotoviti trajnost, dostopno našim kupcem, bomo pri HOFERju še naprej ponujali odlične izdelke z zagotovili, da so bili pridobljeni na odgovoren način. Tega ne počnemo, ker to od nas pričakuje družba, pač pa zato, ker gre preprosto za pravo stvar. Obravnavamo najbolj pereča globalna socialna in okoljska vprašanja na področjih, kjer lahko najbolj vplivamo na ljudi in na planet.

Kako ozaveščate zaposlene in stranke o pomenu varovanja okolja?

Naše sodelavke in sodelavce o pomenu varovanja okolja, ukrepih, ki jih izvajamo kot podjetje, in tistih, ki jih lahko vsakdo sprejme doma, ozaveščamo z objavami v naši aplikaciji za interno komunikacijo, preko katere jih k trajnostnemu ravnanju spodbujamo tudi z organizacijo najrazličnejših internih nagradnih iger.

Kupce in potrošnike o trajnostnih zahtevah, ciljih in družbeno odgovornih projektih obveščamo na različnih komunikacijskih kanalih: na spletni strani, v letaku in na družbenih omrežjih, kjer jim tematiko poskušamo čim bolj približati z namenom, da bi jo ponotranjali. Kupce o tematiki opozarjamo tudi s trajnostnimi oznakami na embalažah izdelkov naših lastnih blagovnih znamk. Z različicami logotipa »Embalaža na HOFER misiji« informiramo o izdelkih z optimizirano embalažo, z logotipom »Je rok potekel? Pogosto uporabno dlje.«, ki je umeščen na izbranih izdelkih z rokom uporabnosti »Uporabno najmanj do« pa ozaveščamo, da omenjeni izdelki namreč pogosto niso za zavreči, če so bili zaprti, pravilno hranjeni in imajo ustrezen videz, vonj in okus. Naš cilj je ozaveščanje o skrbnem ravnanju s hrano v gospodinjstvih - zmanjšanju količine zavrženih izdelkov in s tem zmanjšanju negativnega vpliva na okolje.

Zavedamo se, da je najbolje začeti izobraževati že najmlajše, zato družbeno in okoljsko odgovorne tematike vključujemo tudi v našo brezplačno revijo za otroke Ferdo raziskuje svet.

Pomembno nam je tudi, da se pomena varovanja okolja zavedajo naši poslovni partnerji. Trajnostne zahteve in načela družbene odgovornosti so tako pri HOFERju že del razpisnih pogojev in predstavljajo zavezujoč okvir zahtev pred sklenitvijo pogodbe. O posodobitvah in spremembah so poslovni partnerji obveščeni prek internega portala za obveščanje poslovnih partnerjev.

Kako ste vplivali na vaš sektor oziroma vašo dejavnost pri okoljskih prizadevanjih? Kako vidite svojo vlogo v spodbujanju trajnostnih praks v vaši dejavnosti in širše?

Prepričani smo, da smo s svojimi praksami dober zgled tako javnosti kot drugim trgovcem. K problematiki pristopamo proaktivno in spodbujamo deležnike k bolj trajnostnemu ravnanju. Pri izdelkih naših lastnih blagovnih znamk po najboljših močeh sledimo trajnostnim smernicam: od izbire sestavin do oblikovanja embalaže in prihoda na police, s čimer prispevamo k zmanjšanju negativnih vplivov na okolje in družbo.

Ponosni smo na sodelovanje z lokalnimi socialnimi in humanitarnimi organizacijami, s katerimi sodelujemo dolgoročno in tako tudi najbolj učinkovito podpiramo njihova prizadevanja k oblikovanju pozitivnih sprememb v družbi. Doniramo jim hrano, ki jo nato razdelijo med pomoči potrebne, z denarnimi donacijami pa podpiramo projekte, ki vračajo družbi in okolju.

Trudimo se, da smo vedno korak spredaj, kar se tiče varovanja okolja in skrbi za družbo in verjamemo, da tudi na ta način spodbujamo k pozitivnim spremembam na slovenskem trgu. V bližnji prihodnosti se obeta zakonsko obvezno trajnostno poročanje in menimo, da bo za vsa podjetja postalo stalnica, da se bodo več posvečala trajnostnim temam, zaposlovala ustrezno usposobljen kader in k opuščanju škodljivih ter sprejemanju novih, okolju prijaznejših navad, spodbujala tudi svoje zaposlene in stranke. Tudi mi bomo vedno znova nadgrajevali svoja prizadevanja.

Na spodnja vprašanja je odgovarjal **Bor Trček**, vodja za trajnost in zagotavljanje kakovosti izdelkov pri HOFERju.

S čim/kako podjetje, v katerem ste zaposleni, prispeva in sledi ciljem trajnostnega razvoja?

Trajnosti in družbeni odgovornosti smo zavezani tako v naših dokumentih in strategijah kot v projektih in dejanjih. Že pred leti smo oblikovali Načela družbene odgovornosti in iniciativo Danes za jutri, kot del skupine ALDI SÜD pa zasledujemo tudi mednarodno strategijo »Vizija 2030«. Da s trajnostjo mislimo resno, dokazujemo tudi s tem, da ima podjetje že od leta 2014 v svoji organizacijski strukturi Oddelek za trajnost. Ta skrbi za izvajanje trajnostnih in družbeno odgovornih projektov, v katere vključujemo tudi kupce, poslovne partnerje, lokalne organizacije ter seveda sodelavke in sodelavce. Prepričani smo namreč, da lahko le skupaj izboljšamo ta svet, vsaj korak po korak.

SPAR SLOVENIJA d.o.o. – bronasto priznanje v kategoriji velike družbe

Zakaj ste se v podjetju odločili za aktivno sodelovanje v okoljskih prizadevanjih, ki so privedla do nagrade, ki jo podeljuje TZS?

V Sparu Slovenija trajnost vključujemo v vse vidike našega poslovanja in s tem zagotavljamo, da manjšamo vpliv na okolje ter večamo podporo lokalnim skupnostim. Zavedamo se, da je trajnostno delovanje ključno za naš dolgoročni uspeh ter vpliv na okolje in družbo kot celoto.

Katere konkretne ukrepe ste v vašem podjetju izvedli za zmanjšanje svojega vpliva na okolje?

V Sparu Slovenija v skladu z zastavljenimi trajnostnimi cilji izbiramo ustrezne ukrepe. V okviru projekta Skupaj za boljši jutri se podjetje poslužuje številnih dobrih praks.

Našim kupcem omogočamo in jih spodbujamo k trajnostnemu nakupovanju. Na postrežnih oddelkih in v restavracijah lahko živila kupijo in odnesejo s seboj v lastni embalaži. Poleg papirnatih vrečk, nakup lahko opravijo z nakupovalno torbo z žepkom, čigar namen je shranjevanje mrežastih vrečk za večkratno uporabo, ki jih imamo v naši ponudbi. Več kot 40 živil je na voljo v rinfuzi, prav tako čistila in praški v refill avtomatih. Kupci lahko steklene embalaže vrnejo v avtomat za povratno embalažo, v nekaterih trgovinah pa najdejo tudi zbiralnik odpadnega jedilnega olja.

Sprejeli smo zavezo k ukinitvi uporabe zdravju in ekosistemom škodljivega pesticida glifosat pri nacionalnih živilskih izdelkih trgovinske znamke SPAR.

Na streho Sparovega distribucijskega centra v Ljubljani smo namestili sončno elektrarno, s pomočjo katere proizvajamo približno 16 odstotkov zelene električne energije in tako prispevamo k zmanjševanju ogljičnega odtisa za 484 T/letno. S sončno elektrarno moči do 1 megavata, ki s svojimi 2073 sončnimi moduli prekriva strešne površine skladiščnih prostorov, samooskrbno proizvajamo eno gigavatno uro električne energije na leto, kar je primerljivo z letno oskrbo 350 gospodinjstev ali manjše vasi.

Proces gradnje naših novih trgovin poteka z mislijo na varovanje okolja, saj v trgovine uvajamo številne energetske varčne in trajnostne rešitve. Za osvetlitev v poslovalnicah skrbi varčna LED razsvetljava, za ogrevanje, hlajenje in segrevanje sanitarne vode pa je uporabljena odpadna toplota iz sistema, ki uporablja 100 % naravni plin CO₂. Sistem je stalnica v vseh novih trgovinah SPAR, saj za svoje delovanje ne uporablja klasičnih energentov in je posledično okolju prijaznejši.

Že več let sodelujemo z dobrodelnimi organizacijami, s pomočjo katerih pomoči potrebnim doniramo živila, ki malo pred iztekom uporabe še niso bila prodana, a so še vedno varna za uživanje. Leta 2022 smo v dobrodelne namene prispevali hrano v skupni vrednosti več kot milijon dvesto tisoč evrov. Prizadevamo si tudi za ozaveščanje družbe glede zavržene hrane z domiselnimi idejami, kako uporabiti hrano, ki bi jo sicer zavržli.

V sodelovanju s Slovensko potapljaško zvezo (SPZ) že od leta 2017 podpiramo potapljače pri čiščenju slovenskih voda. V letošnjem letu smo skupaj izvedli že 30. čistilno akcijo Blejskega jezera, ki je jezero in brežine očistilo za skoraj pol tone odpadkov, in 32. čiščenje Ljubljanice, iz katere so odstranili skoraj tona odpadkov. Poleg omenjenih voda pa so se potapljači v preteklosti z našo podporo lotili tudi čiščenja Save, Krke, Drave, Mure, Ščavnice, Soboškega jezera ter obale Fiese. V sklopu kampanje si prizadevamo za trajnostno ravnanje, zmanjševanje količine plastične embalaže ter za ozaveščanje o varovanju in ohranjanju okolja.

Kakšni so ključni mejniki in dosežki vašega podjetja na področju ohranjanja okolja in skrbi zanj? Na kateri dosežek ste najbolj ponosni?

Vsak korak, ki ga naredimo v smeri trajnosti, je za nas pomemben, pa naj bo ta velik ali čisto majhen – na koncu vsako dejanje šteje. Posebej pa bi izpostavili prejem certifikata odličnosti za napredek na poti zelene preobrazbe Green Star, ki celostno preučuje naše delovanje v smeri trajnosti in nas z oceno štirih zvezdic uvršča v kategorijo Zelenih voditeljev – naprednih podjetij, ki imajo načela trajnostnega poslovanja močno vtkana v svojo strategijo in poslovne modele.

Kako ste vključili trajnostne prakse v svoje poslovne procese in oskrbovalno verigo?

Veliko truda in energije vlagamo v dobre odnose s slovenskimi pridelovalci in predelovalci hrane in v tako okviru iniciativ TO SMO MI in Naravnost od pridelovalca v svoji ponudbi dajemo prednost lokalno pridelanim izdelkom. S tem številnim pridelovalcem omogočamo rast, hkrati pa prispevamo h krajšanju transportnih poti, kar pomeni manjše emisije CO₂. V raziskavi Analiza strukture prehranskih izdelkov v trgovskih verigah iz leta 2018 je bilo ugotovljeno, da je SPAR s 70 % živilskih izdelkov slovenskih proizvajalcev na naših policah eden od vodilnih trgovcev v ponudbi lokalno pridelane hrane. Med drugim za še več lokalno pridelanega sadja in zelenjave na naših trgovskih policah sodelujemo tudi s Kmetijsko zadrugo Agraria, pri kateri vsako leto povečujemo odkup pridelkov. Tako je bil ta v letu 2022 za kar 30 % večji od tistega v letu 2021. Sodelovanje z lokalnimi dobavitelji pozitivno vpliva tudi na kakovost dobavljenih izdelkov, saj krajši transport zagotavlja, da ti do prihoda v trgovino ostanejo sveži, kar je našim kupcem tudi zelo pomembno.

Kakšni so načrti vašega podjetja za nadaljnje izboljšanje okoljskih prizadevanj v prihodnosti? Kakšen je vaš naslednji korak?

Z zavzetostjo in predanostjo že dolga leta uresničujemo cilje na področju trajnostnega razvoja, kjer smo dosegli že velik napredek, a se tu vsekakor ne bomo ustavili. Še naprej se bomo izboljševali in razvijali nove trajnostne rešitve ter tako naše kupce spodbujali in jim omogočali, da živijo trajnostjo. Zavzemali se bomo za povečanje uporabe zelene energije ter širitev ponudbe lokalno pridelane hrane v naših trgovinah, hkrati pa nenehno izboljševali embalažo naših izdelkov.

Kako ozaveščate zaposlene in stranke o pomenu varovanja okolja?

Na naši spletni strani in družbenih omrežjih delimo vsebine in videe z voditeljem Nikom Škrlecem, v katerih ljudi ozaveščamo o količini zavržene hrane in jim ponujamo ideje, kako živila, ki bi jih sicer zavržli, pametno uporabiti.

V začetku jeseni je za naše zaposlene potekala akcija Polni zagona, v kateri sodelavce spodbujamo, da se v službo, namesto s svojim avtomobilom ali drugim okolju škodljivim transportom, odpravijo raje s kolesom in tako prispevajo k znižanju izpustov CO₂ ter poskrbijo za okolje in svoje zdravje. V celotnem izizzivu je sodelovalo 21 kolesarjev, ki so s skupnimi močmi prekolesarili več kot 4.000 km, s tem pa prihranili 632 kg CO₂, kar je več, kot ga v enem letu absorbira 12 dreves.

Spar Slovenija je tudi ponosni imetnik polnega certifikata Družini prijazno podjetje in certifikata Družbeno odgovoren delodajalec za področje zdravja in varnosti pri delu.

Kako ste vplivali na vaš sektor oziroma vašo dejavnost pri okoljskih prizadevanjih? Kako vidite svojo vlogo v spodbujanju trajnostnih praks v vaši dejavnosti in širše?

V Sparu delujemo odgovorno do vseh naših deležnikov – od kupcev, dobaviteljev, sodelavcev do širše družbe in naravnega okolja. Prizadevamo si, da naše delovanje pozitivno vpliva na lokalne skupnosti in širšo družbo. Ob poplavih, ki so v začetku avgusta prizadele Slovenijo, smo v Sparu v prvi vrsti z donacijami pomagali svojim zaposlenim, lokalnim skupnostim, humanitarnim organizacijam in gasilcem, ki so pomagali na terenu. Skupaj smo v podjetju tako donirali več kot 190.000 evrov.

V okviru projekta To smo mi neprestano poglobljamo odnose z našimi dobavitelji, ki jih spodbujamo k trajnostno naravnani pridelavi hrane in povečujemo odkup slovenskih pridelkov in izdelkov. Številnim zagnanim domačim pridelovalcem omogočamo rast in razvoj ter poskrbimo, da kupci njihove najboljše pridelke najdejo na naših trgovskih policah. Tu pa lahko izpostavimo še projekt Štartaj Slovenija, ki se v letošnji, že 8. sezoni, osredotoča na kmetovanje in trajnost, saj smo v projekt povabili lokalne pridelovalce, ki s svojimi izdelki predstavljajo, kaj vse ponuja slovensko podeželje.

IZJAVA: Maša Šprajcar Rančič, vodja trajnostnega razvoja v Spar Slovenija:

»V Sparu vsak dan omogočamo 180 tisoč kupcem, da nakupujejo in živijo trajnostno. Pri nas na enem mestu najdejo vse izdelke, ki jih potrebujejo za trajnostno življenje, spodbujamo pa tudi nakupovanje z lastno embalažo in nakupovanje v rinfuzi. Izvajamo pa tudi pilotni projekt zbiranja odpadnega jedilnega olja, ki je v kratkem času s strani naših strank prejel izjemen odziv.«

LIDL Slovenija d.o.o., k.d – bronasto priznanje v kategoriji velike družbe

Zakaj ste se v podjetju odločili za aktivno sodelovanje v okoljskih prizadevanjih, ki so privedla do nagrade, ki jo podeljuje TZS?

V Lidlu Slovenija sta družbena odgovornost in trajnost del našega DNK že od samega začetka. Nista le trend, temveč bistvo odgovornega poslanstva, ki je neločljiv del naše poslovne strategije. Vse družbeno odgovorne aktivnosti smo pred desetletjem združili v eno trajnostno pobudo, ki

smo jo poimenovali »Ustvarimo boljši svet«. Že takrat smo vedeli, da želimo s pobudo delati korake, četudi majhne, ki spreminjajo svet na bolje. Od 2019 nas usmerja nacionalna, od leta 2021 pa tudi mednarodna Lidlova trajnostna strategija, ki jo v praksi uresničujemo prek šestih fokusnih tem in v okviru posameznih področij delovanja sprejemamo različne trajnostne ukrepe skozi celotno verigo vrednosti. In to zajema vse od razpoložljivosti surovin, biotske raznovrstnosti, delovnih razmer v dobavnih verigah do krepitev krožnega gospodarstva, zmanjševanja količin zavržene hrane in energetske učinkovitosti lastnih nepremičnin ter omejevanja izpustov CO₂.

Katere konkretne ukrepe ste v vašem podjetju izvedli za zmanjšanje svojega vpliva na okolje?

Na ravni Skupine Lidl smo že leta 2020 pristopili k pobudi Science Based Targets in se zavezali k oblikovanju konkretnih ambicioznih ukrepov za ohranjanje globalnega segrevanja pod 1,5 stopinje Celzija.

Usmerjeni smo tudi v širjenje trajnostne ponudbe, predvsem na področju izdelkov za ozaveščeno prehranjevanje s poudarkom na lokalnih izdelkih ter podpori lokalnim dobaviteljem. Hkrati se na področju hrane že vrsto let zavzemamo za zmanjševanje količin zavržene hrane in o tem tudi intenzivno ozaveščamo javnost, predvsem mlade generacije. Tukaj so prepoznani in uveljavljeni naši projekti kot so Hrana ni za tjavendan, Hrana svoje mesto najde, Prazniki brez zavržene hrane ter Slovenski dan brez zavržene hrane. Visoko na prioritetni listi je tudi področje upravljanja z odpadki, kjer nenehno širimo in nadgrajujemo trajnostna partnerstva.

Nadaljevali bomo tudi z zmanjševanjem plastike v embalaži izdelkov lastnih blagovnih znamk. Hkrati pa se zavzemamo tudi za uveljavitev sheme povratne embalaže – v septembru smo npr. to tematiko podprli tudi z večplastnim humanitarnim projektom zbiranja povratne embalaže za Junake 3. nadstropja.

Kakšni so ključni mejniki in dosežki vašega podjetja na področju ohranjanja okolja in skrbi zanj? Na kateri dosežek ste najbolj ponosni?

V vseh letih se je nabralo kar nekaj dosežkov, zato tu izpostavljam le nekaj najpomembnejših. Leta 2018 smo kot prvi trgovec iz blagajn umaknili plačljive plastične vrečke, kasneje pa so našemu zgledu sledili tudi drugi trgovci. Obenem pa smo se v Lidlu Slovenija zavezali tudi k upoštevanju skupne strategije RE-SET plastic družb Skupine Schwarz. Tako nam je uspelo do konca poslovnega leta 2021 za 18 % zmanjšati porabo plastike v embalaži izdelkov lastnih blagovnih znamk, ta pa v povprečju vsebuje 14 % reciklata.

Posebno skrb namenjam tudi varovanju podnebja, kjer med drugim skrbimo tudi za učinkovito upravljanje z energijo. Vse naše trgovine, logistični center in upravna stavba so certificirani v skladu s sistemom upravljanja energije ISO 50001. Energetska učinkovitost smo povečali tudi s posodobitvijo tehnične opreme svojih nepremičnin na številnih lokacijah. Neučinkovite naprave in tehnologije smo nadomestili z novimi, energetska učinkovitejšimi, ter pri tem upoštevali visoke interne standarde gradnje. Z avtomatizacijo stavb smo zmanjšali potrebo po energiji, saj tako nadzorujemo in optimiziramo porabo energije in spremljamo delovanje ključnih naprav. V trgovinah npr. izvajamo časovno preklapljanje razsvetljave in prezračevalnih sistemov ter v posameznih trgovinah uravnavamo razsvetljava glede na količino dnevne svetlobe ali prisotnost ljudi.

V Lidlu Slovenija odločno delamo tudi na zmanjševanju izpustov toplogrednih plinov, na kar kaže tudi prehod na 100-odstotno zeleno električno energijo, ki smo ga leta 2022 izvedli v vseh lastniških nepremičninah.

Veliko pozornosti posvečamo tudi problematiki zavržene hrane. To področje od leta 2015 sistemsko obravnavamo ter pospešeno nadgrajujemo procese, ki pripomorejo k zmanjševanju količin zavržene hrane, krepimo ozaveščenost in spodbujamo razmislek ciljnih javnosti o pomenu preudarnega ravnanja s hrano. V prvi vrsti optimizirano naročamo, tako, da so naše police dobro založene, hkrati pa, da na njih ostane čim manj izdelkov, ki bi jim lahko potekel rok trajanja. Iz več kot 50 % trgovin doniramo presežno hrano različnim humanitarnim ustanovam v sklopu projekta Donirana hrana. Veliko poudarka pa dajemo tudi na samo ozaveščanje javnosti. Naš najodmevnejši program je Hrana ni za tjavendan, ki letos obeležuje že 10 obletnico. V sklopu

programa je nastal tudi slovenski dan brez zavržene hrane, ki ga vsako leto obeležujemo 24. aprila.

Kakšni so načrti vašega podjetja za nadaljnje izboljšanje okoljskih prizadevanj v prihodnosti? Kakšen je vaš naslednji korak?

Do konca leta 2023 bo pripravljena naša podnebna strategija, ki je del skupne strategije podnebnega ukrepanja Skupine Lidl. Pri tem bomo upoštevali tudi nacionalne specifikke in prioritete. Smo pa, na ravni Skupine Lidl, leta 2020 pristopili k pobudi Science Based Targets in se zavezali k oblikovanju konkretnih ambicioznih ukrepov za ohranjanje globalnega segrevanja pod 1,5 stopinje Celzija.

Kako ozaveščate zaposlene in stranke o pomenu varovanja okolja?

Družbena odgovornost in trajnost je nekaj, kar je nujno, da podjetje počne skupaj s svojimi zaposlenimi. Nenazadnje so zaposleni naša najpomembnejša ciljna skupina, zato večino aktivnosti začnemo na interni ravni.

Ogromno časa in energije porabimo tudi za ozaveščanje zaposlenih, naš fokus za prihodnje leto pa bo prav sistematično ozaveščanje in opolnomočenje naših zaposlenih na področju trajnosti. Zastavljene cilje namreč lahko dosegamo le skupaj, kot ekipa. Trajnost je skupna pot vseh nas – podjetja, zaposlenih, kupcev, poslovnih partnerjev, zunanjih partnerskih organizacij ... – k istemu cilju.

Ob nenehnem razvoju trajnosti in družbene odgovornosti v podjetju smo nadgradili digitalno komunikacijsko strategijo in aktivnosti na družbenih omrežjih oplemenitili s sodelovanjem z vplivneži z različnih področij. Tako imamo dve rubriki, posvečeni ozaveščanju o trajnosti in družbeno odgovornih temah, kamor nedvomno sodi tudi varovanje okolja, Bolje za okolje s Sabino Čarman ter Sveže se prileže s Klaro Avsenik Žagar. Še en odličen kanal za ozaveščanje kupcev pa je tudi naš podkast Ustvarimo boljši svet, kjer smo se z gosti dotaknili različnih tem od skrbi za okolje, podnebje do skrbi za brezdomne živali.

Sicer pa kupce redno ozaveščamo tudi s pomočjo tedenskega letaka, kamor vsak teden umestimo trajnostno vsebino. Prav tako pa s pomočjo posebnega elektronskega noviceka kvartalno informiramo naročnike o trajnostnih temah Lidla Slovenija.

Kako ste vplivali na vaš sektor oziroma vašo dejavnost pri okoljskih prizadevanjih? Kako vidite svojo vlogo v spodbujanju trajnostnih praks v vaši dejavnosti in širše?

Odkar smo leta 2013 vse naše družbeno odgovorne aktivnosti združili pod trajnostno pobudo Ustvarimo boljši svet, nam je uspelo marsikaj spremeniti na bolje. Ponosni smo, da pri tem nemalokrat tudi orjemo ledino. Med naše odmevne projekte, ki smo jih izvedli kot prvi ali med prvimi trgovci v Sloveniji, uvrščamo na primer umik plačljivih plastičnih vrečk iz blagajn, opustitev prodaje pirotehnike, umik jajc iz baterijske reje ...

Močno si prizadevamo za zmanjšanje količin zavržene hrane, kar je privedlo tudi k vpeljavi slovenskega dne brez zavržene hrane (24. april), ki ga je razglasila Vlada Republike Slovenije. Naša pobuda, ki smo jo skupaj z Ekošolo in drugimi partnerji izvajali že pretekli dve leti, je tako tudi uradno postala vseslovenska. Na to smo zelo ponosni. V sodelovanju s Skupino Etri, ki je aktivna na področju socialnega podjetništva, smo letos odprli tudi Mini tovarno. Gre za inovativni koncept predelovalnega obrata, ki razvija različne možnosti pouporabe presežne hrane, tam, kjer se lahko pojavi – v trgovinah, pri kmetih in manjših pridelovalcih.

FORMITAS d.o.o. – zlato priznanje v kategoriji mikro in male družbe ter samostojni podjetniki

Zakaj ste se v podjetju odločili za aktivno sodelovanje v okoljskih prizadevanjih, ki so privedla do nagrade, ki jo podeljuje TZS?

Kot podjetje smo že leta 2018 sprejeli strateško odločitev, da se usmerimo v področje trajnostnega delovanja. Najprej smo se osredotočili na področja, ki so bila enostavnejša in na katera smo imeli lahko takojšen vpliv. Področja smo si razdelili na to kako delujemo (poslovanje) in kaj so naše osnovne storitve (naše storitve in delo navzven). Vsako leto smo se tako usmerili

na eno izmed področji, ki smo jih lahko razrešili ali izboljšali z vidika trajnostnega delovanja, kar se je manifestiralo tako v nabavah, dobavni verigi, odnosu do poslovnih partnerjev (dobaviteljev), kot tudi pri skrbi za zaposlene. Zadali smo si cilj, da pokrijemo čim več trajnostnih kazalcev, na katere imamo v podjetju neposreden vpliv. Ob tem smo izbrali tudi takšne cilje, ki imajo vpliv na okoljsko dimenzijo, in jih lahko razrešimo tako navznoter, kot navzven. Ker naša interna prizadevanja tudi spremljamo in merimo, smo ugotovili, da so rezultati oprijemljivi in nikakor niso zanemarljivi, smo se odločili, da se prijavimo na nagrado TZS.

Katere konkretne ukrepe ste v vašem podjetju izvedli za zmanjšanje svojega vpliva na okolje?

Če govorimo le o teh, ki imajo neposreden vpliv na okolje v okoljski dimenziji trajnosti, smo vrsto let spreminjali naše delovanje, poslovanje in nabavo na več nivojih. Tako smo si zadali, da v procesu nabave za lastno poslovanje ne bomo več nabavljali izdelkov, ki niso izdelani iz nerecikliranih materialov in da ne bomo več uporabljali neekoloških čistil. Vstopili smo v proces osveščanja zaposlenih o pomenu zmanjševanja količine zavržene hrane in o hkratnem pomenu uporabe lokalno pridelane hrane. Na tem področju smo vzpostavili interno kuhinjo in uvedli kulturo priprave toplih obrokov. Zaposlene smo vzpodbujali k uporabi koles ali k souporabi prevoznih sredstev, jih ozaveščali o pomenu zmanjševanja porabe vode in elektrike, recikliranju in kompostiranju. Uvedli smo princip, po katerem staro in amortizirano opremo obnavljamo in jo podarjamo socialno ogroženim posameznikom, družinam ali pa jo podarimo šolam kot učne pripomočke. Danes je vse to del kulture podjetja, na kar smo zelo ponosni. V poslovni stavbi smo sprožili iniciativo med vsemi solastniki stavbe, da uvedemo aktivnosti in postopke in obnove tistih sistemov, ki so energetsko potratni. To je vodilo do tega, da smo dosegli 30-odstotne prihranke porabe električne energije za upravljanje poslovne stavbe. Trenutno smo v testnih fazah in pripravah za postavitve sončne elektrarne na poslovni stavbi, kar nam je vsem solastnikom prostorov kratkoročna prioriteta.

Kakšni so ključni mejniki in dosežki vašega podjetja na področju ohranjanja okolja in skrbi zanj? Na kateri dosežek ste najbolj ponosni?

Mi kot podjetje se ne želimo omejiti izključno na okoljsko dimenzijo in ohranjanje okolja, kljub temu, da se zavedamo pomembnosti tega segmenta. Poudarjeno stremimo k vsem trem dimenzijam trajnostnega razvoja (družbena, okoljska in gospodarska). Vsaka od dimenzij ima velik medsebojen vpliv. In pri tem se ne osredotočamo več izključno na zaposlene in lastno poslovanje, ampak tudi na družbo, informiranje, obveščanje ter delovanje vseh k skupnim ciljem trajnostnega razvoja.

Ponosni smo, da smo bili ključni pri vzpostavljanju trajnostnih standardov v Slovenski Ogljaševalski Zbornici, Ponosni smo, da že od leta 2018 vsa naša korporativna in poslovna darila temeljijo na trajnostnem modelu. So slovenska, lokalna, izdelana v manjših podjetjih ali pri posameznikih in nosijo vsaj eno dimenzijo trajnosti.

Pomembno se nam zdi poudariti, da do trajnosti nismo opredeljeni samo v poslovanju podjetja, ampak svojo strast do trajnosti ves čas izražajo vsi naši zaposleni. Ponosni smo, da tudi del projektov in storitev izvajamo s trajnostno noto in je to naš ključni poudarek, ki ga na ta način širimo tudi med naše poslovne partnerje.

Kako ste vključili trajnostne prakse v svoje poslovne procese in oskrbovalno verigo?

Kot smo že omenili, nam je pomembno, da je to koncept, ki je vgrajen v naše vsakodnevno delovanje, na vseh treh vidikih trajnostnega razvoja. S tem konceptom sočasno izboljšujemo več kazalnikov in procesov praktično po avtomatizmu.

Kakšni so načrti vašega podjetja za nadaljnje izboljšanje okoljskih prizadevanj v prihodnosti? Kakšen je vaš naslednji korak?

Ker je trajnost vgrajena v našo poslovno filozofijo, bomo še naprej, tako kot vsako leto doslej, po vseh kazalcih, za katere že imamo izmerjene rezultate, poizkušali te še izboljševati in ohranjati. Ob tem ves čas spremljamo, katera so tista področja, ki so v trajnostnem konceptu na novo aktualna in morajo biti naš fokus v prihajajočih letih.

Trajnostni razvoj se namreč nikoli ne zaključi, je preprosto nova ekonomija poslovanja in delovanja. To je naše najpomembnejše vodilo.

Kako ozaveščate zaposlene in stranke o pomenu varovanja okolja?

Z zaposlenimi imamo kvartalna izobraževanja ter sprotna določanja ciljev. Dopolnjujemo tudi merjenja za doseganje teh ciljev. To izvajamo na vseh nivojih podjetja, tako da upoštevamo značilnosti posameznih organizacijskih enot v podjetju. Prav tako smo aktivni v določenih združenjih in organizacijah, ki temeljijo na trajnostnem razvoju. Sami pa tudi za naše stranke pripravljamo izobraževanja o trajnosti.

Kako ste vplivali na vaš sektor oziroma vašo dejavnost pri okoljskih prizadevanjih? Kako vidite svojo vlogo v spodbujanju trajnostnih praks v vaši dejavnosti in širše?

Direktorica Saša Leben je vodja ekipe na vzpostavljanju nacionalnih trajnostnih standardov v Slovenski Oglaševalski Zbornici. Tu si prizadevamo, da kot industrija v kateri delujemo, postajamo gonilna sila pri transformaciji v novo trajnostno ekonomijo poslovanja.

RIFUZL – MOJA ČOKOLADA D.O.O. – srebrno priznanje v kategoriji mikro in male družbe ter samostojni podjetniki

Zakaj ste se v podjetju odločili za aktivno sodelovanje v okoljskih prizadevanjih, ki so privedla do nagrade, ki jo podeljuje TZS?

Rifuzl, prva trgovina brez plastične embalaže v Sloveniji, se je odprla kot rešitev za zmanjšanje količine plastike in plastičnih odpadkov v vsakdanjem življenju. Količina odpadkov je namreč v zadnjih 60ih letih eskalirala in ključno je, da nekaj ukrenemo. V skoraj petih letih delovanja smo dokazali ne le, da si kupci želijo trajnostnega nakupovanja, temveč da je tudi trajnostna proizvodnja in distribucija na strani proizvajalca smiselna in izvedljiva .

Katere konkretne ukrepe ste v vašem podjetju izvedli za zmanjšanje svojega vpliva na okolje?

Okolje v Rifuzlovem poslovnem modelu vstopa kot temeljni deležnik, torej so vse naše poslovne prakse in odločitve že v osnovi oblikovane trajnostno in informirane z vidika vpliva na okolje. Tako lahko kupci pri nas kupujejo izdelke brez embalaže, v povratni embalaži ali pa takšni, ki je narejena iz okolju prijaznih materialov in jo je možno učinkovito reciklirati, kot sta papir ali steklo. Tudi naši dobavitelji in partnerji jemljejo okoljsko problematiko zelo resno in skupaj smo razvili prakse, ki nam omogočajo, da izdelki k nam prihajajo čim bolj trajnostno (npr. dostava v povratnih posodah ali pakiranje izdelkov v povratno embalažo).

Kakšni so ključni mejniki in dosežki vašega podjetja na področju ohranjanja okolja in skrbi zanj? Na kateri dosežek ste najbolj ponosni?

Zelo smo ponosni na sodelovanja predvsem s slovenskimi podjetji in ustvarjalci, ki so v svoje prakse vpeljali spremembe in tako omogočili, da je dobava njihovih izdelkov bolj trajnostna. Že čisto na začetku smo npr. sklenili sodelovanje s Palomo, ki nam pakira svoje izdelke v karton in ne v plastiko, Ekološka kmetija Kukenberger nam dostavlja mlečne izdelke v povratni embalaži, granole in kaše za zajtrk pa so recimo k nam dostavljene v povratnih posodah. Vsaka takšna zgodba posebej dokazuje, da je trajnostno pakiranje izdelkov možno in smiselno za vse udeležene v verigi.

Kako ste vključili trajnostne prakse v svoje poslovne procese in oskrbovalno verigo?

Zelo pomemben je dialog in iskanje skupnih rešitev. S svojimi partnerji smo ves čas v kontaktu in neprestano iščemo rešitve, ki so prijazne do okolja, hkrati pa so smiselne tudi iz poslovnega vidika. Kot pomemben dosežek si štejemo, da smo nemalokaterega potencialnega dobavitelja prepričali, da je tudi dobava izdelkov brez ali v okolju prijazni embalaži poslovno ne samo izvedljiva, ampak lahko predstavlja tudi posebno poslovno priložnost in konkurenčno prednost. Prav tako so pomemben vir informacij za dobre prakse stranke same. Skrb za okolje je naloga vseh nas in je zato prav, da se vsi aktivno vključimo. v Rifuzlu zato cenimo in negujemo skupnost, ki si deli naše vrednote trajnosti. Le-ta se je izkazala kot odličen sistem za zasnovo, testiranje in dajanje na trg storitev in produktov, ki so ne samo trajnostno naravnani, ampak ob enem zanimivi za uporabnika in poslovno dobičkonosni za proizvajalca in dobavitelja.

Kakšni so načrti vašega podjetja za nadaljnje izboljšanje okoljskih prizadevanj v prihodnosti? Kakšen je vaš naslednji korak?

V podjetju načrtujemo dodatno modernizacijo procesa nakupovanja brez embalaže, ki bo še izboljšal celotno izkušnjo. Želimo namreč, da je za naše kupce nakup ravno tako enostaven, kot v klasičnih trgovinah, seveda z ozirom, da nakupujejo v lastni posodi. Na ta način bo nakupovanje brez plastične embalaže osvojilo še večje število kupcev, hkrati pa orjemo ledino praktičnega trajnostnega nakupovanja za celotno trgovsko panogo.

Kako ozaveščate zaposlene in stranke o pomenu varovanja okolja?

Pomen varovanja okolja komuniciramo dnevno, tako v trgovini, kot na socialnih omrežjih. Pomembno pa nam je tudi, da varovanje okolja predstavimo na različne, inovativne, strankam prijetne načine, ki vzpodbudijo željo po izboljšanju nakupovanju navad - bodisi z druženji, bodisi s poučnimi in hudomušnimi video vsebinami. S ključnimi dobavitelji smo npr. pripravili serijo video vsebin imenovanih Rifuzlova naveza, kjer javnosti predstavimo trajnostno problematiko, kako jo skupaj z določenim dobaviteljem rešujemo in hkrati predstavimo dobavitelja samega in njihove izdelke. Okoljevarstvo je resen problem, menimo pa tudi, da bomo vse zelene prakse lažje in hitreje ponotranjili, če se ga lotimo z optimizmom in dobro voljo.

Kako ste vplivali na vaš sektor oziroma vašo dejavnost pri okoljskih prizadevanjih? Kako vidite svojo vlogo v spodbujanju trajnostnih praks v vaši dejavnosti in širše?

S svojim delovanjem smo dokazali, da je trajnostno oskrbovanje in nakupovanje možno in izvedljivo. Vedno več je posameznikov in družin, ki si želijo nakupovati svoje izdelke brez nepotrebne plastike, hkrati pa imamo tudi ogromno proizvajalcev in pridelovalcev, ki iščejo boljše rešitve za pakiranje in distribucijo svojih izdelkov. Potreba po trgovinah, kot je Rifuzl, se tako bliskovito večja in to se opazi čez celotno trgovinsko dejavnost, saj sedaj skoraj ni več trgovine, ki ne bi na takšen ali drugačen način vključila trajnostnega vidika v svoje delovanje. Radi si mislimo, da smo na svoj način tudi mi v sektorju prispevali tako k ozaveščanju, kot dobrim praksam, predvsem pa smo dokazali, da smo v trgovinski panogi lahko ne samo trajnostno naravnani, ampak ob enem zanimivi za uporabnika in poslovno uspešni.