

Eko - Biuro



Coraz więcej firm na świecie i w Polsce dostrzega możliwości, jakie płyną z angażowania pracowników w proekologiczne inicjatywy. Przy okazji takich działań można nie tylko przyczynić się do zmniejszenia zużycia surowców, ale także zmotywować pracowników do osiągnięcia celów firmy i budować przyjazne stosunki i atmosferę między nimi.

Z badania BDGworkfutures wynika, że 70% ankietowanych pracowników firm w Wielkiej Brytanii uważa, że tzw. zielone inicjatywy nie leżą w ich odpowiedzialności, oczekując tych działań z góry, od dyrekcji.

Najczęściej stosowanymi inicjatywami proekologicznymi w firmach są: programy recyklingowe dotyczące artykułów biurowych; używanie energooszczędnego oświetlenia; udział w lokalnych projektach na rzecz ochrony środowiska takich jak na przykład dzień sadzenia drzew; zachęcanie do ograniczenia zużycia wody, czy zakup nowych energooszczędnych urządzeń.

Głównym powodem angażowania się firm w programy ekologiczne w biurze jest przede wszystkim cel ekonomiczny, ponieważ powyższe działania mogą:

- zredukować zużycie energii elektrycznej o ponad 80%
- ograniczyć emisję gazów cieplarnianych poprzez energooszczędne urządzenia i drukowanie dwustronne dokumentów nawet o 75%.

Warto dodać, że każde 100 ryz papieru z recyklingu, który był drukowany dwustronnie, ratuje 2 drzewa. Ograniczenie papieru oraz jego recykling może zredukować koszty i wpływ na środowisko o 75-95%.

Pracownicy powinni wiedzieć o wszystkich działaniach proekologicznych i prospołecznych firmy, ponieważ wtedy mogą mieć istotny wkład w efektywność tych działań. Dla 60% Brytyjczyków kwestie ekologicznych działań są bardzo ważne. Gdyby w trakcie szukania pracy mieli do wyboru dwie identyczne firmy, wybrałoby tę, która podejmuje kroki, aby ograniczyć swój wpływ na środowisko.

źródło:

1. Green Office Guide. A joint initiative of Commonwealth, State, and Territory government agencies, Australia 2001, Sustainable Solutions Pty Ltd
2. BDGworkfutures, British Market Research Bureau, badanie 'Green initiative' przeprowadzone od 22 lutego - 21 marca 2007 na próbie 8000 osób, Wielka Brytania.

Ekologiczne postawy i działania

firma powinna prezentować i podejmować we wszystkich obszarach swojego funkcjonowania: w produkcji: oszczędność energii i surowców, innowacje produktowe, wprowadzanie nowych rozwiązań technologicznych, w transporcie: zakup nowych samochodów, o obniżonym zużyciu paliwa, optymalizacja transportu, ograniczenie podróży służbowych, promowanie ekologicznej jazdy wśród pracowników, czy w biurze: wbrew pozorom to właśnie w biurze można wprowadzić wiele rozwiązań, które przy niskich nakładach finansowych będą miały wieloaspektowy, korzystny wpływ na środowisko poprzez:

- oszczędzanie energii i surowców
- budowanie świadomości ekologicznej wśród pracowników
- pośrednio, budowanie świadomości ekologicznej wśród rodzin pracowników firmy.

Wielu pracowników, zwłaszcza młodszych jest otwartych na ekologiczne pomysły i chętnie włączają się w działania na rzecz ochrony środowiska. Zazwyczaj jednak ich wiedza na temat ekologii jest niewielka. Nie wiedzą jakie mają możliwości oraz narzędzia w tym zakresie. Firma więc powinna wyjść z inicjatywą i rozpocząć wprowadzanie ekologicznych rozwiązań

DHL, SHELL, PwC, Grupa Żywiec, Grupa TP: W pokojach są ustawiane kartony/pojemniki, w których jest zbierana makulatura, gromadzona następnie przez osoby sprzątające w jednym miejscu zbiórki.

IKEA: Oprócz zbiórki papieru, prowadzona jest także zbiórka świetlówek i baterii, które odbiera zewnętrzna firma.

IKEA: „Puszkojad”, to pojemnik do którego zbierane są puszki po napojach; dochód ze zbiórki puszek przeznaczony jest na program Pajacyk PAH.

Grupa Żywiec: Do utylizacji oddaje się zużyty sprzęt elektroniczny i AGD. Zbierane są też zużyte baterie, a część dochodu z ich sprzedaży przekazywana jest na konto domu dziecka.

Grupa Żywiec, SHELL: Tonery oddawane są zewnętrznej firmie do regeneracji.

Microsoft: W firmie odbywa się zbiórka zużytych baterii. Pracownicy mogą również oddawać zużyte baterie, które mają w domu, ale aby otrzymać nowe baterie należy oddać dokładnie taką samą ilość starych.

DHL: Zabawne naklejki, przypominające o oszczędzaniu surowców znajdują się w kluczowych dla danego aspektu miejscach: „Wykorzystaj papier na Maksa”, „Żarówka też chce odpocząć”, „Nie marnuj wody”.

DHL: Wspólnie z WWF na użytek wewnętrzny pracowników została wspólnie stworzona naklejka WYŁĄCZ STANDBY, w ramach kampanii WWF „Zróbmy dobry klimat”.

L’Oreal: Od kilku miesięcy pracownicy otrzymują raz w tygodniu maila zatytułowanego „eko gest”. Mail wychodzi zawsze od tej samej osoby i ma ten sam tytuł. Zawiera krótki tekst dotyczący ekologii, napisany dowcipnym językiem, uzupełniony o zabawny rysunek. Mail zaczyna się od słów: „Przyłącz się do wyzwania ziemi i wykonaj prosty eko gest, który pomoże chronić środowisko”.

w biurze, edukując i włączając w nie pracowników.

Najlepiej rozpocząć **małymi krokami**; od działań, które nie są kosztowne, a przynoszą zauważalne efekty, jak na przykład oszczędności finansowe. Ważne, aby były to działania, które docierają bezpośrednio do pracowników, dotyczą ich codziennej pracy i zostaną przez nich zauważone.

Jednym z podstawowych i najprostszymi działań jest segregacja surowców wtórnych. **Zbierać i segregować można wszystko**: zużyte tonery, papier na makulaturę, baterie czy żarówki. Co więcej, pieniądze uzyskane ze sprzedaży np. makulatury, można przeznaczyć na cel społeczny.

Odpowiednia **komunikacja** podejmowanych działań, inicjatyw i akcji to możliwość zainteresowania i zachęcenia pracowników do zaangażowania. Regularność i dowcipny język komunikatu mogą być w tym bardzo pomocne.

Wykorzystywanie **różnych kanałów komunikacji**, w tym także Internetu, stwarza możliwość dotarcia nie tylko do pracowników, ale też ich rodzin.

Warto wykorzystać do komunikacji i edukacji ekologicznej pracowników

DHL: Z okazji Światowego Dnia Ochrony Środowiska stworzono plakat, który zawisł we wszystkich lokalizacjach, na którym zamieszczony był „Dekalog Zielonego Obywatela – odpowiedzialny styl życia i konsumpcja przyjazna środowisku”, mówiący o podstawowych zasadach, którymi powinniśmy się kierować przy codziennych wyborach (np. skończ z wodolejstwem – oszczędzaj wodę, wyłącz standby – nie zostawiaj urządzeń w stanie czuwania czy wykorzystaj papier na Maksa – oddawaj papier do recyklingu).

Kompania Piwowska: W ramach akcji „zGRAni z naturą” w nietypowych miejscach w firmie pojawiły się niewielkie wlepki z pytaniami typu „Kto czyta twoje gazety?”, „Czy świecisz przykładem?” „Nie truj się PETami”. Po dwóch tygodniach kolejne wlepki przynosiły odpowiedzi: „Jeden nakład popularnej gazety to 1000 drzew. Dziel się gazetami”, „Żarówka energooszczędna zużywa 6 razy mniej energii i świeci 6 razy dłużej”, „Butelka plastikowa typu PET rozkłada się przez ok. 300 lat”.

Grupa TP: Przeprowadzono tematyczne kampanie informacyjne wśród pracowników dotyczące ekologii: „Oszczędność papieru i racjonalne wydruki”, „Segregacja odpadów”, „Bezpieczny wydruk w TP”. Każdemu tematowi towarzyszył poradnik – „Kodeks dobrych praktyk”, który zawiera praktyczne wskazówki dotyczące zachowań ekologicznych w domu i biurze albo np. naklejka na komputer, przypominająca, że trzeba go wyłączyć przed wyjściem z pracy – bo to oszczędza energię.

Grupa Żywiec: W stopce maili pojawia się stosowna uwaga/prośba o ich rozważne drukowanie

Kompania Piwowska: Główną osią programu „Zgranych z naturą” jest strona www.zgrani.pl, edukacyjny portal ekologiczny. W ramach portalu realizowane są liczne ekologiczne zadania, nierzadko angażujące całą rodzinę. Internetowa strona programu umieszczona została na zewnętrznym serwerze – tak, aby każdy nawet w domu, mógł z niej korzystać.

Coca Cola: W TV firmowej prezentowane są informacje ekologiczne.

Provident: Wydaje ekologiczny newsletter wewnętrzny, w którym zamieszczane są informacje dotyczące tej tematyki.

dostępne **wewnętrzne kanały komunikacyjne**.

Pracownicy potrzebują **edukacji**. Zdarza się, że ich świadomość ekologiczna jest bardzo niska, więc trzeba zacząć od jej podniesienia, a dopiero w następnej kolejności oczekiwać zaangażowania w projekty. Ważne, aby pracownikom tłumaczyć dlaczego pewne działania są podejmowane.

Podejmując nawet najbardziej podstawowe decyzje w biurze, o **wyborze sprzętu biurowego, produktów i materiałów, bądź dostawców** niezbędnych materiałów, można uwzględnić aspekty proekologiczne. Takie decyzje zazwyczaj oznaczają nie tylko działania firmy na rzecz ekologii, ale także są inwestycją i w przyszłości generują oszczędności np. na zużyciu energii.

Ekologiczne postępowanie i polityka firmy powinny mieć swoje odzwierciedlenie w **prostych, codziennych czynnościach**. Wprowadzenie pewnych standardów postępowania przy codziennych działaniach i wymaganie ich od pracowników, ale też współpracowników i dostawców zewnętrznych, to podstawa dla dalszych „eko działań”

Recycling: wiele materiałów nadaje się do ponownego użytku; nie muszą być od razu wyrzucane.

Grupa TP: Artykuły o ekologii pojawiają się w piśmie firmowym – „Inicjatywa”. Ekologia była także tematem wiodącym jednego z wydań Teletrendów (pismo firmowe, które ma też wersję elektroniczną).

IKEA: Nauka eko jazdy dla użytkowników samochodów służbowych i porady eko jazdy wysyłane mailowo do wszystkich pracowników.

IKEA: Szkolenia z ekologii obowiązkowe dla każdego pracownika firmy.

DHL: Stworzono mini przewodnik Ochrona Środowiska – wskazówki dla pracowników i współpracowników DHL Express Poland.

SHELL, Grupa Żywiec, IKEA: W kuchniach nie ma naczyń jednorazowych.

DHL: Przy wyborze drukarek, zwraca się uwagę na możliwość dwustronnego drukowania.

IKEA: Wszystkie żarówki w biurach zostały wymienione na energooszczędne świetlówki.

Grupa Żywiec: Woda pitna dostarczana jest do biura w butlach wielokrotnego użytku, a woda mineralna w opakowaniach przyjaznych dla środowiska.

IKEA: W łazienkach zamontowane zostały sprzęty oszczędzające wodę (perlatory oszczędzające wodę, sputczki oszczędzające wodę).

SHELL: Jednym z zadań serwisu sprzątającego na koniec dnia jest wyłączenie wszelkiego oświetlenia w biurze oraz ustawianie regulatorów klimatyzacji w pozycji optymalnej.

Zaangażowanie pracowników to często najtrudniejsze zadanie przy wprowadzaniu eko zasad w biurze. Jak zachęcić pracowników nie tylko do realizacji już podejmowanych działań i projektów, ale też własnych inicjatyw?

Jednym z pomysłów są **konkursy**: czyli zwiększenie atrakcyjności działań na rzecz ekologii poprzez wprowadzenie zdrowej rywalizacji wśród pracowników. Atrakcyjne nagrody, a czasem prestiż i wdrożenie zaproponowanego rozwiązania czy pomysłu, to nagrody, o które pracownicy chcą rywalizować.

Akcje: ciekawe pomysły i wydarzenia, to doskonała szansa oraz możliwość, żeby pokazać pracownikom ekologię w sposób ciekawy i atrakcyjny. Stwarzają też okazję zrealizowania innych celów: integracji pracowników, edukacji czy po prostu dobrej zabawy.

Warto pomyśleć o prostych działaniach, które nie tylko zmotywują pracowników do ekologicznego postępowania, ale też **ułatwiają** im to.

Zaangażowanie zarządu i włączenie w inicjowanie i wspieranie działań ekologicznych to często bardzo trudne zadanie. Najlepszym sposobem na włączenie zarządu do ekologicznych inicjatyw jest wykazanie się sukcesa-

Coca Cola: Zatwierdzanie wyjazdów/ biletów odbywa się przez Internet, bez drukowania.

Grupa TP: Większość spraw administracyjnych załatwiana jest elektronicznie (wszystkie faktury akceptowane są w obiegu elektronicznym, rezerwowanie sal na konferencje, aplikacje urlopowe, delegacje).

IKEA: Zachęcanie do ograniczania podróży służbowych, korzystanie z wideokonferencji (system WebEx).

Grupa Żywiec: Koperty z nieaktualnymi logotypami są wykorzystywane do korespondencji wewnętrznej.

IKEA: Koperty do korespondencji wewnętrznej są wielokrotnego użytku (zawierają specjalne rubryki, w których można wpisać kolejnego adresata).

Kompania Piwowarska: Na konkurs ekologiczny „Zgrani z naturą” składają się punktowane działania na stronie www; ekologiczne gry, testy i pytania konkursowe, ale także akcje dla całej rodziny, takie jak wyprawy do ZOO, porządkowanie świata czy wycieczki. Najwięcej zaangażowania wymagają zadania kreatywne – Ekobubel, Ekopomysł czy Ekohit, ale są też najwyżej punktowane. Dobór nagród konkursowych nawiązuje do ekologicznego stylu życia. Znajdują się wśród nich sprzęty AGD najwyższej klasy energetycznej, nowoczesny sprzęt sportowy i biwakowy dla całej rodziny, akcesoria rowerowe, ekologiczna szklarnia, czy aparat cyfrowy do bezkrwawego safari wraz z roczną prenumeratą National Geographic. Główna nagroda dla zwycięzcy całego konkursu to wyprawa do jednego z najbardziej odległych i fascynujących zakątków świata.

Provident: Realizowane są konkursy między poszczególnymi działami dotyczące oszczędności w zużywaniu określonych materiałów czy surowców (np. papieru, energii) w danym okresie czasu.

mi na tym polu, czyli wprowadzenie pierwszych działań, które niewiele kosztują, ale będą zauważone i przez pracowników i przez zarząd. Najlepiej wykorzystać dwa argumenty:

- oszczędności: wskazać korzyści finansowe płynące z podjęcia inicjatyw ekologicznych,
- wizerunek: wskazanie na dobrą reputację firmy będącej ekologiczną, nie tylko na zewnątrz, ale przede wszystkim wewnątrz organizacji.

Jest jeszcze jeden, dodatkowy argument przekonujący dla zarządu – dotychczasowe zaangażowanie pracowników. Widząc podejmowane przez pracowników działania, w które się chętnie angażują i które przynoszą korzyści dla środowiska, kadry zarządzającej nie pozostaje nic innego, jak tylko się dołączyć.

W tworzenie eko biura warto włączyć kilka osób, z różnych działów i o różnych kompetencjach. Najlepiej, aby powstał **zespół** odpowiedzialny za te zadania. W jego skład powinni wchodzić przynajmniej przedstawiciele działów: zakupów, IT, komunikacji, floty, prawnego, HR, zarządzania/ ochrony środowiska.

Warto, poszukując pracowników do zespołu, zaangażować te osoby, które już **wykazały się inicjatywami** w tym

PwC: „Green Week” to tydzień edukacji ekologicznej, który zakończył się konkursem na ekologiczne inicjatywy wewnątrz firmy. Spośród 300 nadesłanych pomysłów wybrano najciekawsze inicjatywy, które następnie otrzymały odpowiednie finansowanie i zostały wdrożone w warszawskim oddziale PwC.

Coca Cola: Konkurs Innovation leader – nagrodą dla pracownika, który wymyśli projekt wprowadzający oszczędności w firmie, jest gratyfikacja finansowa (procent od tych oszczędności dostaje pracownik). Informacje o zwycięzcy konkursu zamieszczane są też w gazecie firmowej.

IKEA: Co roku firma uczestniczy w globalnym konkursie IKEA Dobre Gospodarowanie. W ramach konkursu organizowane są ekologiczne miesiące: „Miesiąc Oszczędności Papieru”, „Zabijmy Watta”, „Pogromcy Śmieci”.

Grupa TP: W 2008 roku, zorganizowany został konkurs na najciekawszy projekt ekologiczny dla firmy. Patronat nad konkursem objął Prezes Grupy TP, a najlepsze projekty zostały nagrodzone.

Fortis Bank: W ramach równoważenia negatywnego wpływu na środowisko zorganizowano akcję sadzenia drzewek. Do akcji zaproszono pracowników z ich rodzinami, ale także dzieci z Towarzystwa Przyjaciół Dzieci, z którym bank współpracuje.

PwC: W październiku w wybranych biurach PwC w Polsce zorganizowano zbiórkę zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego („elektrośmieci”), zorganizowaną we współpracy z ogólnopolską organizacją odzysku ElektroEko.

Provident: „Wiosenne porządki” – pod tym hasłem organizowana jest zbiórka makulatury. W ciągu konkretnego tygodnia są wystawione pojemniki na papier, do których można wrzucać zbędne dokumenty.

Kompania Piwowska: W ramach akcji „zGRAni z naturą” wsparto światową akcję „Godzina dla Ziemi” będącej symboliczną manifestacją poparcia dla wagi problematyki ekologicznej. Kompania Piwowska włączyła się do poznańskiej

zakresie, mają swoje pomysły i chcą się włączyć w tworzenie eko biura.

Eko biuro to **inwestycja**, ale niekoniecznie musi generować koszty. Wiele podejmowanych działań zwraca się w dłuższej perspektywie czasowej w postaci oszczędności na surowcach, energii itp. Warto więc policzyć i pokazać, że ta inwestycja może przynieść korzyści a nawet zyski w postaci oszczędzonych zasobów. Są eko działania, które:

- Można wprowadzić GRATIS: *eko gesty*
- Mogą wpłynąć pozytywnie na integrację pomiędzy działami: *eko team*
- Mogą przynieść zysk firmie: *energo-oszczędne żarówki*

Koszt, jakość i atrakcyjność eko rozwiązań zależne są od kreatywności osoby bądź osób, które je wymyślają.

Jednym z istotnych zadań, kluczowym dla sukcesu działania eko biura jest przekonanie pracowników, że ekologicznie można być na co dzień, wykonując swoje obowiązki.

- Każdy / codziennie może segregować śmieci
- Każdy / codziennie może drukować dwustronnie, bądź na potrzeby wewnętrzne na papierze już jednostronnie zadrukowanym
- Każdy / codziennie może używać ekologicznego papieru,

edycji „Godziny dla ziemi” – na godzinę zostały wyłączone główne neony na Centrum Wycieczkowym poznańskiego Browaru, oświetlenie biurowca oraz wielkich tankofermentorów, a specjalny mailing do pracowników wzywał do zmniejszenia ilości zużywanej w domach energii.

Kompania Piwowska: Akcja „Zielona Szafa” skierowana była do kobiet i promowała recykling ubrań. W Poznaniu, Tychach i Warszawie biletem wstępu na „Zieloną szafę” było przyniesienie minimum jednego ciucha na wymianę. Ubrania i dodatki trafiały do wspólnej puli, a potem następowało mierzenie, polowanie, wybieranie.

L’Oreal: Każdy pracownik otrzymał kubek ceramiczny ze swoim imieniem i nazwiskiem oraz napisem „eko gest”.

Kompania Piwowska: Każdy pracownik otrzymał ekologiczną torbę na zakupy, którą wręczała hostessa w stroju z recyklowanej folii.

IKEA: Torby wielokrotnego użytku na zakupy dostępne są dla pracowników na recepcji, w czasie przerw w pracy.

L’Oreal, IKEA: Każdy pracownik otrzymał torbę na zakupy wielokrotnego użytku.

IKEA: Biuro firmy zostało potączone z komunikacją miejską; z podwarszawskich Janek kursuje autobus IKEA dla pracowników.

Grupa Żywiec: Wiele dokumentów dostępnych jest również w wersji elektronicznej w Intranecie.

IKEA: Wszyscy pracownicy IKEA Retail otrzymali w 2008 roku rowery górskie, aby zachęcić ich do ekologicznego transportu.

IKEA: Wszyscy pracownicy otrzymali możliwość zakupu po symbolicznej cenie 15 zł plastikowych pojemników IKEA do segregacji odpadów w domu.

- Każdy / codziennie może wykonywać wiele innych czynności, zwracając uwagę na wpływ tych działań na środowisko

Ważne aby prowadzone działania jak i komunikowanie o nich były prowadzone systematycznie, aby uświadomić pracownikom, że ekologicznie można pracować na co dzień, że to jest sposób i styl pracy.

L'Oreal: Przed firmą staną pojemniki do segregacji odpadów. Jest to inicjatywa zarządu, który zauważył działania ekologiczne podejmowane w firmie przez pracowników (eko gesty rozsyłane do pracowników).

Provident: Firma ma odgórnie ustalone, mierzalne cele dotyczące redukcji emisji CO2. Coroczny audyt potwierdza, czy zostały one zrealizowane.

Provident: Powstał eko team, do którego należy w chwili obecnej 8 osób. Z tego sześć z działów, z których firma uważa, że muszą być przedstawiciele (prawny, marketing, zakupy, PR/komunikacja, flota, najem) oraz dodatkowo dwie osoby, które zadeklarowały chęć włączenia się w działania tego zespołu.

IKEA: W firmie istnieje stanowisko koordynatora ds. środowiska, który odpowiedzialny jest za prowadzenie wszelkich działań w tym obszarze.

Przydatne adresy firm, które zajmują się między innymi odbieraniem makulatury i zużytych baterii:

Biuro Plus Serwis Sp. z o.o.

– odbiór tonerów i baterii
ul. Krakowiaków 91/101
02-255 Warszawa
tel. 22/355 20 77
faks 22/355 20 78
mail: serwis@biuropl.pl

Remondis Data Office Sp. z o.o.

– niszczenie dokumentów
ul. Raszyńska 13
05-500 Piaseczno
tel. 22/715 07 15
mail: info@remondis-data.pl
www.remondis-data.pl

Eko-Box – niszczenie dokumentów

ul. Szyszkowa 35/37
02-285 Warszawa
tel. 22/759 96 60
tel. 22/728 93 42
mail: office@eko-box.pl
www.eko-box.pl

Papier-hurt – sprzedaż papieru ekologicznego, odbiór makulatury, zużytych tonerów

ul. Łopuszańska 22,
02-220 Warszawa
tel. 22/886 52 52 wew.30
mail: handlowy@papier-hurt.com.pl
ekobiuro@papier-hurt.com.pl
makulatura@papier-hurt.com.pl
regeneracja@papier-hurt.com.pl
http://system.papier-hurt.com.pl

ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego SA

– spółka działająca na zasadach not for profit ; odbiór zużytego sprzętu RTV, AGD, oświetleniowego. Prowadzi też działania edukacyjne popularyzujące ideę selektywnego zbierania zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego.
ul. Hrubieszowska 6a
01-209 Warszawa
tel. 22/431 82 60
faks 22/431 82 69
mail: elektroeko@elektroeko.pl
www.elektroeko.pl

Ekoakta – odbiór i niszczenie dokumentów

ul. Żegoty 9
02-263 Warszawa
tel. 22/886 99 13
mail: warszawa@ekoakta.pl
www.ekoakta.pl

Stena – odzysk i przygotowanie do recyklingu metali i papieru, złomu elektrycznego, odpadów szkodliwych i substancji chemicznych

ul. Ogrodowa 58
00-876 Warszawa
tel. 22/520 27 00
mail: stena@stena.pl
www.stenametal.com/Polish

StoraEnso – skup makulatury i surowców, niszczenie dokumentów

ul. Jagiellońska 76
03-301 Warszawa
tel. 22/486 45 00
mail: biuro@serrec.com.pl
www.serrec.com.pl

Metro Management

– odbiór dokumentów do niszczenia
ul. Barburki 11
04-511 Warszawa
tel./faks 22/815 41 14
mail: uslugi@metro.biz.pl
www.metro.biz.pl/niszczenie-dokumentow.htm

SAWO Recykling – niszczenie dokumentów, niszczenie elektronicznych nośników danych, skup wysokogatunkowej makulatury

ul. A. Struga 43
95-100 Zgierz
tel. 42/716 40 56
faks 42/714 01 68
mail: info@sawo-recykling.pl
www.Sawo-Recykling.pl

System Recykling – przetwórstwo makulatury, niszczenie dokumentów

ul. Mińska 25 (wjazd od ul. Żupniczej)
03-808 Warszawa
tel./faks 22/870 72 72
mail: biuro@recycling.home.pl
www.recycling.home.pl

REBA Organizacja Odzysku S.A.
– zbiórka i odzysk baterii oraz
akumulatorów małogabarytowych
ul. Kubickiego 19 lok. 16
02-954 Warszawa
tel. 22/550 61 08
mail: biuro@reba.pl
www.reba.com.pl

MAYA VITCTORY
– odbiór zużytych źródeł światła
Bogumiń ul. Nowa 2
97-410 Kleszczów
tel./faks 44/731 41 41
mail: maya@maya.com.pl
www.maya.com.pl

First Recycling Sp. z o.o.
– skup/odbior surowców wtórnych:
makulatura, folie; dzierżawa kontenerów/prasokontenerów; recycling
ul. Bardowskiego 4
03-888 Warszawa
tel. 022/511 99 00
www.firstrecycling.pl

Organizacje pozarządowe, które mogą wesprzeć realizację projektów ekologicznych:

Fundacja Partnerstwo dla Środowiska
– przyznaje certyfikat Zielone Biuro w ramach programu Czysty Biznes
ul. Św. Krzyża 5/6,
31-028 Kraków
tel. 12/430 24 65, 12/430 24 43
www.epce.org.pl
koordynator programu Czysty Biznes:
Joanna Węgrzycka
mail: joanna.wegrzycka@epce.org.pl

WWF Polska – międzynarodowa organizacja, która realizuje wiele projektów ekologicznych, także wspólnie z biznesem
ul. Wiśniowa 38,
02-520 Warszawa
tel. 22/849 84 69
faks: 22/646 36 72;
mail: kontakt@wwf.pl
www.wwf.pl

Polska Zielona Sieć
– organizacja parasolowa realizująca projekty ekologiczne w całej Polsce (m.in. spacerownik po świadomej konsumpcji, kupuj odpowiedzialnie)
ul. Sławkowska 26 A

31-014 Kraków
tel./faks 12/431 28 08
mail: info@zielonasiec.pl

Grupa eFTe – organizacja realizująca różnorodne projekty ekologiczne (m.in. wspólnie z Polską Zieloną Siecią opracowała spacerownik po świadomej konsumpcji, etyczne biuro – projekt skierowany do organizacji pozarządowych)
ul. Marii Kazimiery 18 m 163
01-641 Warszawa
mail: grupa@efte.org
www.efte.org

Broszura powstała po spotkaniu tematycznym „eko biuro”, które odbyło się w listopadzie 2008. W spotkaniu wzięli udział przedstawiciele firm partnerskich Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Grafika i skład: Olga Figurska, www.lunatikot.pl

