

Dane podstawą zrównoważonego rozwoju

dr Marta Szymborska, Menadżer ds. komunikacji, PR i ESG
Poznań



ESG fakty




10 listopada 2022 r. Parlament Europejski przyjął Dyrektywę o Raportowaniu w Zakresie Zrównoważonego Rozwoju (Corporate Sustainability Due Diligence)



W badaniu The Future of Business Citizenship przeprowadzonym w 17 krajach, w tym w Polsce, 73% spośród wszystkich badanych Y stwierdziło, że rządy poszczególnych krajów nie potrafią poradzić sobie z wyzwaniami związanymi z globalną sytuacją ekonomiczną, ochroną zdrowia lub środowiska naturalnego*



Aż 83% Y oczekuje zwiększenia aktywności biznesu w tym zakresie



W 2025 r. ok.43% wszystkich pracowników będą stanowili przedstawiciele pokolenia Y (a razem z generacją Z – ok. 63%) **

* Badanie The Future of Business Citizenship zostało przeprowadzone wiosną 2014 roku przez MSLGROUP. W ankiecie wzięło udział ponad 8 tys. osób pochodzących z 17 krajów świata m.in. Polski, Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Niemiec, Włoch, Szwecji, Holandii, Francji, Chin, Indii, Japonii, Kanady, Brazylii i Meksyku.

** www.linkedin.com/pulse/cztery-pokolenia-w-pracy-marta-smyska/

ESG a konsumenci

73% badanych deklaruje, że działanie e-biznesu zgodnie z zasadami ESG wpływa pozytywnie na wizerunek w ich oczach

67% konsumentów deklaruje, że bierze pod uwagę przy zakupach w sieci, czy e-sklep jest firmą działającą zgodnie z zasadami ESG.

Na aspekt ekologicznego opakowania produktu uwagę zwraca 61% internautów.*

70% Polaków uważa, że stoimy na krawędzi katastrofy ekologicznej.**

*, „Odpowiedzialny e-commerce 2022”

**, „Ziemia atakuje”

Gdzie są dane?



Identyfikacja



Gromadzenie



Współdzielenie

GTIN/kod EAN



GTIN – więcej niż tylko numer



Zaufanie

Zarówno wobec
branży, jak
i klientów



Unikalność

Zapewnienie ochrony
marki



Identyfikowalność

Śledzenie drogi i pochodzenie
produktów



Uniwersalność

Jeden system używany
przez wszystkich,
wszędzie, zarówno
w trybie online,
jak i offline

Elementy uwzględnione w strategii ESG GS1 Polska



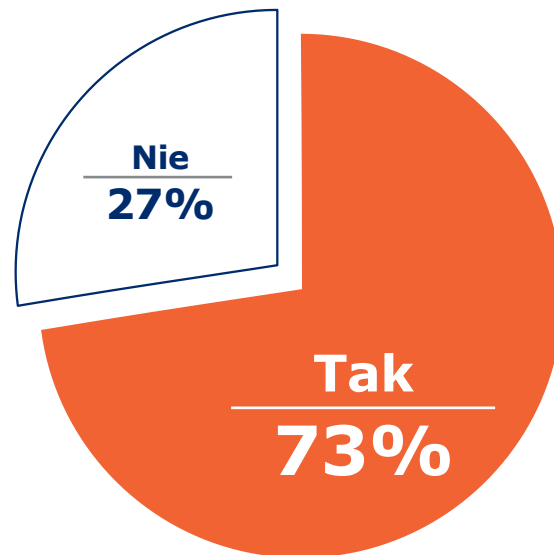
Metodologia opracowania strategii



Standardy GS1

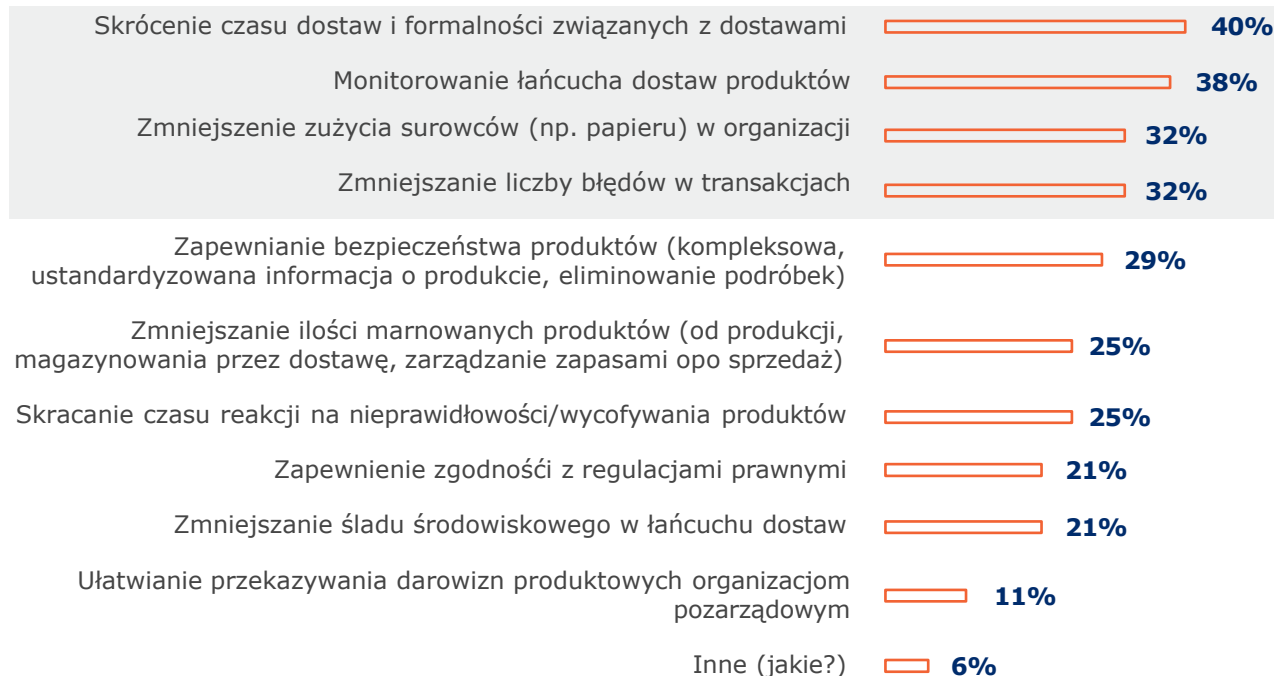
Czy standardy GS1

Pani/Pana zdaniem pomagają
Państwa organizacji
w zrównoważonym rozwoju
i realizacji wskazanych **SDGs**?



Standardy GS1

W jaki sposób
standardy GS1
mogłyby
w przyszłości
wspierać
zrównoważony
rozwój
Państwa
organizacji?



Wyniki sesji dialogowych

– oczekiwania sieci handlowych

Weryfikacja i zmniejszenie śladu środowiskowego produktów/ich wpływu na brak standardu, jak liczyć ten ślad (np. scope 3 emisji).

Weryfikacja pochodzenia produktów związanych z deforestacją (skóra, oleju palmowego).

Weryfikacja praktyk stosowanych w gospodarstwach rolnych i ich wpływu na bioróżnorodność i tworzenie z rolnikami dobrych praktyk.

Zapobieganie marnowaniu żywności, kontrola przepływu produktów, drugie życie dla terminujących się produktów.

Niepewność co do gotowości mniejszych sklepów do wdrożenia długich kodów dla produktów świeżych (wysokie koszty wdrożenia możliwości czytania).

Dostarczanie bezpiecznego produktu, dobrej jakości.

Cele Zrównoważonego Rozwoju realizowane przez GS1 Polska



Strategia ESG GS1 Polska

Wizja: Standardy GS1 pomagają prowadzić biznes w sposób zrównoważony

Perspektywa zewnętrzna:

Rzetelne dane i śledzenie produktów podstawą zrównoważonego rozwoju



Gospodarka cyrkularna oparta na danych



Bezpieczeństwo produktów, konsumentów i pacjentów



Odpowiedzialna konsumpcja, niemarnowanie żywności



Cyfrowa transformacja



Perspektywa wewnętrzna:

GS1 Polska zrównoważoną organizacją



Rozwój pracowników oraz równowaga między życiem zawodowym i prywatnym



Procesy zaplanowane z myślą o zrównoważonym rozwoju



Misja: Partnerstwo i współpraca na rzecz zrównoważonego rozwoju w łańcuchu wartości

Gospodarka cyrkularna oparta na danych

- rozwiązanie GS1

Współpraca z Komisją Europejską nad Cyfrowym Paszportem Produktowym

Rozwiązanie bazuje na zdecentralizowanym systemie danych, współtworzonym przez operatorów rynku i zarządzanym przez GS1. Dzięki Paszportom w przyszłości każdy będzie mógł śledzić szczegółowe informacje o zakupionym produkcie:

- jego składzie,
- pochodzeniu,
- sposobach recyklingu.

Gospodarka cyrkularna oparta na danych

- rozwiązanie GS1

		Kraj	Data wdrożenia	Metoda	Plastik	Alumini	Szkło	% zwrotów	GTIN
		Niemcy	2002	RVM	Tak	Tak	Tak	98%	Tak
		Norwegia	2002	RVM	Tak	Tak	Nie	90%	Tak
		Finlandia	1996	RVM	Tak	Tak	Tak	92%	Tak
		Szwecja	1982	RVM	Tak	Tak	Nie	85%	Tak
		Dania	Lata 90-te	RVM				96%	Tak
		Litwa	2016		Tak	Tak	Tak	92%	
		Portugalia	2019	RVM	Tak	Tak	Tak		Tak
		Turcja		RVM	Tak	Tak	Tak		Tak
		Słowacja	2022	RVM	Tak	Tak	Tak	?	Tak
		Wielka Brytania	2023	RVM	Tak	Tak	Tak	?	Tak

Bezpieczeństwo produktów, konsumentów i pacjentów – rozwiązanie GS1



- Ważne jest, aby e-sklep otrzymywał bazy produktowe z miejsc, które swoje dane pozyskują u źródła, czyli producentów.
- Baza eProdukty (www.eprodukty.gs1.pl), stworzona przez Uczestników Systemu GS1.
- Zawiera podstawowe atrybuty ponad 300 mln produktów.
- Platforma eProdukty bazuje na numerze GTIN - Globalnym Numerze Jednostki Handlowej (kodzie EAN).
- GTIN utrudnia sprzedaż produktów podrobionych.

Odpowiedzialna konsumpcja, niemarnowanie żywności - fakty

- Marnowanie żywności to jedno z największych wyzwań współczesnego świata, zidentyfikowane także przez ONZ.
- Jak wynika z danych Polskiej Federacji Banków Żywności, na świecie rocznie marnuje się ponad 1 mld ton żywności.
- Polska znajduje się w niechlubnej czołówce państw członkowskich UE. Marnujemy prawie 5 mln ton żywności rocznie, z czego ok. 60% pochodzi z gospodarstw domowych, a 7% z handlu. To tak, jakby w Polsce do śmietników trafiało co sekundę ponad 150 kg pożywienia.

Czterooosobowa
rodzina wyrzuca
w postaci
niezjedzonego
jedzenia

2,5-3
tys. zł
rocznie

Do marnowania
żywności w Polsce
przynaję się

42%

Produkty
spożywcze
wyrzucane są
nawet kilka razy
w miesiącu przez

Ponad
1/3
Polaków



Odpowiedzialna konsumpcja, niemarnowanie żywności – rozwiązanie GS1



Nadwyżki zagrożone przeterminowaniem można przekazać na czas **na cele charytatywne**



Sieć Żabka może **rekomendować optymalną ilość towaru** w centrach logistycznych oraz wolumen zamówień do sklepów na podstawie dotychczasowej sprzedaży



Dzięki GS1 DataBar wiadomo, które produkty są zagrożone przeterminowaniem i można je wystawić do **sprzedaży w niższej cenie** oraz **wstrzymać sprzedaż** w przypadku, gdy produkt jest przeterminowany

Sieci handlowe: Żabka i JMP

GS1 DataBar poprawia zarządzanie asortymentem.

Sprzedawca widzi zbliżający się termin ważności towaru i może go przecenić, by zapobiec jego zmarnowaniu.

W razie gdy termin ważności upłynie, towar jest zatrzymywany przy próbie sprzedaży, a sprzedawca musi go wycofać.



Odpowiedzialna konsumpcja, niemarnowanie żywności

Żabka

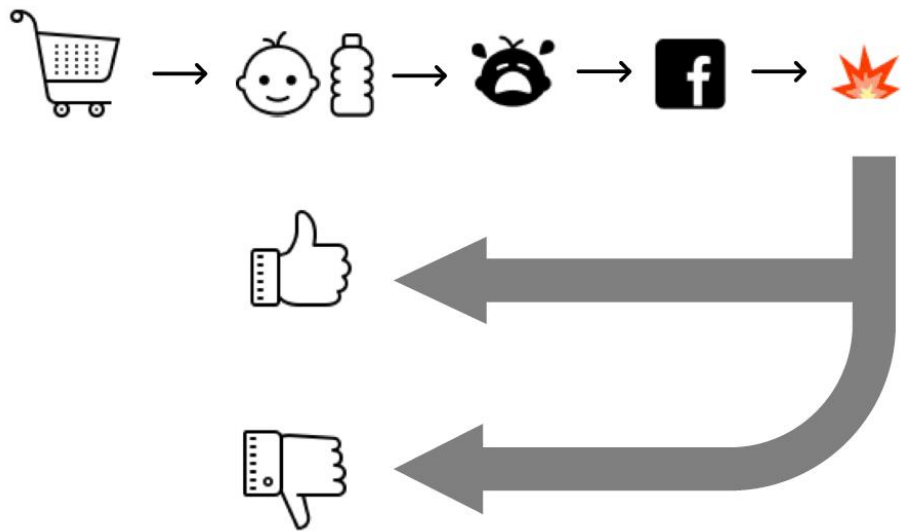
Połączenie standardu GTIN oraz GLN pozwala śledzić, z jakiego sklepu, kiedy, jaki rodzaj produktu i w jakiej ilości został przekazany do określonego Banku Żywności.

Standard wymiany i współdzielenia danych EPCIS pozwolił zautomatyzować wprowadzanie danych do systemów Banków Żywności i umożliwił ich automatyczną aktualizację.

Czy wiesz, że...

gdyby cała żywność, która marnowana jest na poziomie handlu¹⁹, przekazana została do Banków Żywności, powstałoby 700 mln posiłków. To pozwoliłoby na przekazanie jednego posiłku dziennie każdemu z 2 mln Polaków żyjących na granicy skrajnego ubóstwa (czyli żyjących za mniej niż 20 zł dziennie) przez prawie rok.

Złe dane prowadzą do...



Złe dane prowadzą do...

Kylie Craven z Georgetown w stanie Illinois opublikowała na swoim Facebooku post, w którym ostrzega rodziców przed kupowaniem dziecięcych kosmetyków do makijażu. Sama sprezentowała takie zestaw swojej córeczce Lydi. Szybko tego pożałowała. Krótco po nałożeniu makijażu, twarz dziewczynki zaczęła puchnąć i pokryła się bolesnymi bąblami.



Przez niewinną zabawę, jej córka trafiła do szpitala | Facebook

Złe dane prowadzą również do...

- Zwiększenia liczby zwrotów w e-commerce, która przekłada się na zbędną, dodatkową emisję GHG, np. podczas wyprzedaży sezonowych, zwłaszcza związanych ze świętami Bożego Narodzenia oraz Black Friday, odsetek zwrotów zakupów online wynosi aż 40%

Mały kod, wielka moc



Dziękuję za uwagę
