

Jerzy Wojciechowski

Dobre praktyki w gospodarce o obiegu zamkniętym – przypadki wzorcowe

W artykule przedstawiono trzy przypadki działań społeczności i przedsiębiorców, zgodnych z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym. Zaprezentowane przypadki można uznać za wzorcowe ze względu ich charakter oraz efekty i zasięg oddziaływania.

Słowa kluczowe: gospodarka obiegu zamkniętego, akcje społeczne

Wstęp

Podstawowym działaniem dającym szansę skutecznego wprowadzenia zasad gospodarki o obiegu zamkniętym jest świadomość społeczna konieczności i aktualności podjęcia takich czynów. Najlepszym sposobem uzyskania takiego efektu jest podjęcie działań przez społeczności i przedsiębiorców mające na celu wprowadzenie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym. Poniżej przedstawiono przykłady trzech wzorcowych działań o takim charakterze.

Gospodarka o obiegu zamkniętym

Zgodnie z filozofią GOZ Grupa L'Oréal, L'Oréal Warsaw Plant zdecydowała się na realizację budowy Stacji Recyklingu Wody (WRS). Celem jest odzysk wody na poziomie 46%, co daje firmie możliwość zmniejszenia poboru wody miejskiej o mniej więcej 6 tys. m³ miesięcznie.



Rys. 1. Stacja recyklingu wody grupy L'Oréal (źródło: domena publiczna).

W Zakładzie Separacji Popiołów firmy Lafarge oczyszczane są popioły powstające podczas spalania węgla i przekształca się je w dwa rodzaje produktów, które wprowadzane są ponownie do obiegu. Inwestycja realizuje w pełni założenia gospodarki o obiegu zamkniętym. Powstałe w ten sposób ProAsh® i paliwo High Carbon (HiCarbon) mają szerokie zastosowanie w różnych segmentach gospodarki, między innymi w przemyśle i sektorze budowlanym. Praktyka realizowana jest we współpracy z Termika S.A.



Rys. 2. Betoniarzka firmy Lafarge z „zielonym betonem” (źródło: domena publiczna).

Kampania informacyjna „PRZYDA SIĘ” realizowana przez IKEA Retail Polska we współpracy z agencją kreatywną Must Be Loud. Kampania, oparta na wnioskach z przeprowadzonej analizy, dotarła do znacznej liczby odbiorców.

Założenia kampanii:

- ❖ pozycjonowanie firmy działającej w zgodzie ze zrównoważonym rozwojem, promującej zrównoważoną konsumpcję i zasady GOZ,
- ❖ osiągnięcie dwukrotnie większej liczby publikacji mediowych w stosunku do średniej uzyskanej przed projektem,
- ❖ Wygenerowanie w mediach społecznościowych naturalnego zainteresowania przy zachowaniu minimalnej inwestycji w płatne formaty mediowe.



Rys. 3. Przykładowe artykuły z akcji (źródło: domena publiczna).

Autor:

dr hab. inż. **Jerzy Wojciechowski** – Uniwersytet Radomski, Wydział Transportu, Elektrotechniki i Informatyki.