

KWIECIEŃ 2026

NEWSLETTER



Wiosenny newsletter w skrócie:

Z życia Firmy

- Gala Osobowości i Sukcesy Roku
- Czy dzieci wiedzą, czym są odpady niebezpieczne?
- Ogólnopolski sukces Fundacji EKON

ŚFPP

- Głos przedsiębiorców w Mikołowie
- Spotkanie Klubu Business Point pt. "Medycyna, która staje się technologią"
- Wspólne wartości i pamięć historyczna
- Gospodarka Śląska w centrum dyskusji Prezydium WRDS
- Przedsiębiorcy w dialogu z Wicemarszałkiem Sejmu
- Śląski Smak Biznesu
- ŚFPP współtworzy politykę zatrudnienia na Śląsku

Ekomarketing

- Koniec samowolki w ekomarketingu?



Grupa Amber
compliance and competences

Grupa Amber
Ceglana 4
40-514 Katowice

www.grupa-amber.com
biuro@grupa-amber.com
+48 32 725 49 24



DORADZTWO ŚRODOWISKOWE

DORADZAMY

AUDYTUJEMY

SZKOLIMY

ROZLICZAMY

RAPORTUJEMY

Masz pytania? Skontaktuj się
z Biurem Ochrony Środowiska
+48 32 725 49 24
biuro@grupa-amber.com



Sprawdź usługę
ECObasic+





Szanowni Państwo,

z okazji Świąt Wielkanocnych życzymy Państwu zdrowia, spokoju oraz wszelkiej pomyślności. Niech ten wyjątkowy czas będzie pełen nadziei, radości i wiosennej energii, a także okazją do odpoczynku w gronie najbliższych.

Niech nadchodzące dni przyniosą wiele optymizmu, inspiracji oraz sukcesów zarówno w życiu zawodowym, jak i osobistym.

Prezes Zarządu Grupy Amber&Partnerzy



Grupa Amber
compliance and competences

Grupa Amber
Ceglana 4
40-514 Katowice

www.grupa-amber.com
biuro@grupa-amber.com
+48 32 725 49 24

Gala Osobowości i Sukcesy Roku

Świat sukcesu nieustannie się zmienia – dziś to już nie tylko liczby, wyniki i tempo wzrostu decydują o uznaniu, ale przede wszystkim ludzie stojący za ideami, które mają wpływ na otoczenie.

Właśnie dlatego wydarzenia takie jak Gala Osobowości i Sukcesy Roku 2026 przyciągają uwagę nie tylko środowiska biznesowego, lecz także wszystkich tych, którzy szukają inspiracji w autentycznych historiach. To przestrzeń, gdzie doceniane są nie tylko osiągnięcia, ale także wartości, konsekwencja i wizja przyszłości.



Z dumą możemy podkreślić, że tegoroczna gala przyniosła nam podwójne wyróżnienie – Grupa Amber została uhonorowana tytułem Sukces Roku, natomiast jej założyciel – Michał Gawroński, otrzymał prestiżowe wyróżnienie Osobowość Roku.

To dla nas szczególny moment, który potwierdza, że zarówno kierunek rozwoju firmy, jak i wartości, które jej towarzyszą od początku, są dostrzegane i doceniane.

Sama gala była czymś więcej niż tylko wręczeniem statuetek. Była to także przestrzeń do inspiracji i rozmów o przyszłości – zarówno w kontekście biznesu, jak i odpowiedzialności społecznej. Uczestnicy wydarzenia mieli okazję spotkać osoby, które dzięki swojej determinacji przekraczają granice możliwości, wyznaczając nowe kierunki rozwoju w swoich branżach.



Czy dzieci wiedzą, czym są odpady niebezpieczne?

Zapytaliśmy uczniów Prywatnej Szkoły Podstawowej „Szkoła jak Dom” w Katowicach, czy wiedzą, czym jest odpad niebezpieczny. Niestety, ich odpowiedzi pokazały, że to pojęcie wciąż bywa niejasne i często mylone z innymi rodzajami odpadów. To tylko utwierdziło nas w przekonaniu, jak bardzo potrzebna jest edukacja w tym zakresie.

Właśnie dlatego 25 marca 2026 r. przedstawiciele Fundacji EKON, we współpracy z Veolia, odwiedzili szkołę, by w przystępny i ciekawy sposób porozmawiać z uczniami o odpadach niebezpiecznych.

Celem spotkania było nie tylko wyjaśnienie, czym są takie odpady i jakie zagrożenia mogą powodować, ale przede wszystkim pokazanie dzieciom, że ich codzienne wybory naprawdę mają znaczenie. Uczniowie mogli się przekonać, że nawet drobne działania wpływają na środowisko i że każdy z nas jest częścią większej całości.



Zajęcia miały formę interaktywną — nie zabrakło pytań, przykładów z życia i wspólnej dyskusji. Dzięki temu uczniowie nie tylko słuchali, ale aktywnie uczestniczyli w zajęciach, co znacznie ułatwiło zrozumienie tematu.

Skutecznie łączymy siły — Fundacja EKON i Veolia, by budować świadomość ekologiczną już od najmłodszych lat.



PRZEJĘCIE OBOWIĄZKU RECYKLINGU OPAKOWAŃ wielomateriałowych oraz po środkach niebezpiecznych

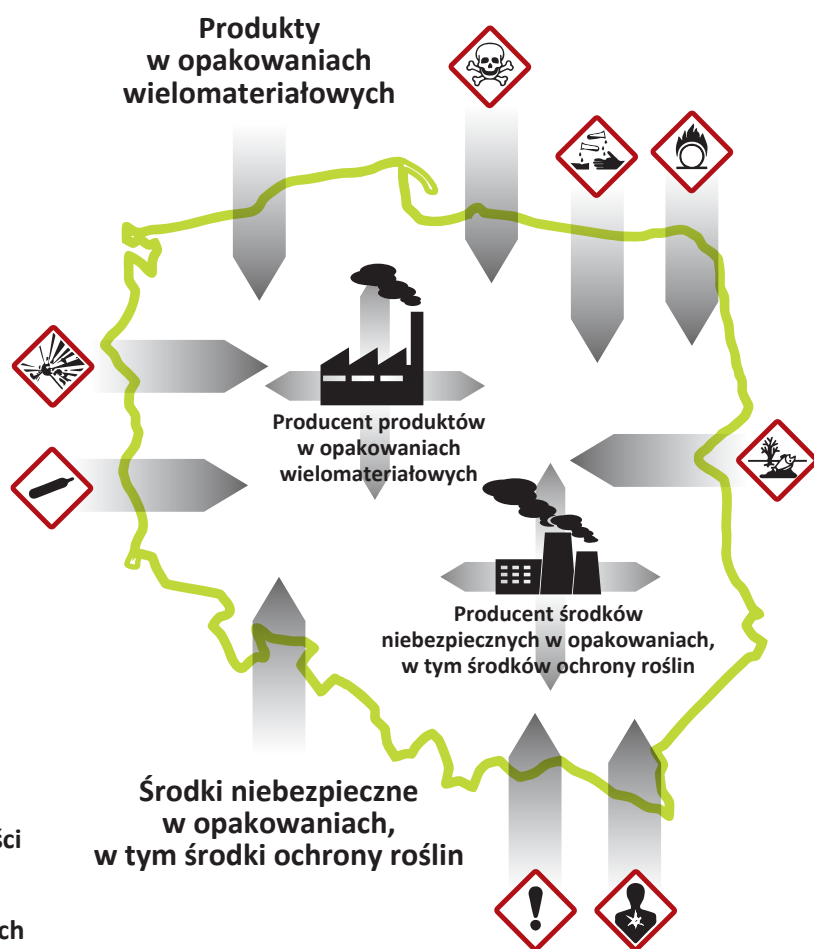
Wprowadzenie do obrotu produktów w opakowaniu następuje w dniu:

1. wydania z magazynu albo przekazania osobie trzeciej, w przypadku produktów w opakowaniach wytworzonych na terytorium kraju,
2. przywozu na terytorium kraju,
3. wystawienia faktury potwierdzającej wewnątrzwspólnotowe nabycie produktów w opakowaniach.

TWOJE KORZYŚCI Z PRZYSTĄPIENIA DO POROZUMIENIA

ZAPEWNIAMY:

- Zwolnienie z opłaty produktowej
- Realizację obowiązków recyklingu
- Dokumentację DPR/EDPR
- Realizację obowiązkowej sprawozdawczości w imieniu wprowadzającego
- Pomoc w sprawach formalnych związanych z przystąpieniem do Porozumienia



Głos przedsiębiorców w Mikołowie

„Dialog w Biznesie” – spotkanie przedsiębiorców pod znakiem funduszy europejskich, prawa pracy i nowych obowiązków środowiskowych. W Mikołowie 20 stycznia 2026 r. odbyło się spotkanie przedsiębiorców w ramach cyklu spotkań „Dialog w Biznesie”, organizowane przez Śląską Federację Przedsiębiorców Polskich. Jego głównym celem była wymiana doświadczeń oraz otwarta rozmowa o najważniejszych wyzwaniach, z którymi mierzy się dziś przedsiębiorca.

Spotkanie rozpoczęło się od przedstawienia działalności Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich oraz struktur Grupy Amber. Prezentację poprowadził Przewodniczący ŚFPP Michał Gawroński, który omówił dotychczasowe inicjatywy Federacji, jej rolę w reprezentowaniu interesów przedsiębiorców w regionie oraz najważniejsze obszary wsparcia, w których organizacja aktywnie działa na rzecz środowiska biznesowego.

Podczas spotkania wywiązała się dyskusja dotycząca funduszy europejskich – ich pozyskiwania oraz właściwego wykorzystywania. Wśród tematów poruszanych przez przedsiębiorców znalazła się również nowelizacja ustawy o Państwowej Inspekcji Pracy. Przewodniczący ŚFPP, Michał Gawroński, zwrócił uwagę na zaangażowanie Federacji w analizę projektowanych zmian, które mogą mieć bezpośredni wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw.

Ważnym i szeroko komentowanym tematem były także zagadnienia związane z ochroną środowiska.

W rozmowach dominowały wątki dotyczące: nowych wymagań sprawozdawczych, konieczności dostosowania procesów i dokumentacji, kosztów wdrażania rozwiązań środowiskowych, a także niejasności interpretacyjnych, które powodują ryzyko błędów i sankcji.



W spotkaniu uczestniczył również Pan Wicewojewoda Michał Kopański, który podkreślił znaczenie organizacji takich jak Śląska Federacja Przedsiębiorców Polskich. Wskazał, że obecność Federacji w debacie publicznej jest ważna oraz słyszalna w kręgach rządowo-regionalnych.

Spotkanie „Dialog w Biznesie” potwierdziło, że przedsiębiorcy potrzebują nie tylko informacji, ale przede wszystkim stabilnego otoczenia prawnego, przewidywalnych mechanizmów wsparcia oraz instytucji, które potrafią skutecznie reprezentować ich interesy.

Śląska Federacja Przedsiębiorców Polskich nieustannie zabiega o rozwiązania korzystne dla biznesu i sprzyjające rozwojowi gospodarczemu regionu. To właśnie głos przedsiębiorców stanowi fundament działań Federacji i kierunek dalszych inicjatyw.



Spotkanie Klubu Business Point pt. "Medycyna, która staje się technologią"

Medycyna rozwija się dziś szybciej niż kiedykolwiek wcześniej, a innowacje stają się realnym wsparciem dla pacjentów i lekarzy. Właśnie o takich rozwiązaniach i o przyszłości ochrony zdrowia rozmawiano podczas ostatniego spotkania z cyklu Business Point, które odbyło się 15 stycznia 2026 r. z inicjatywy Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich, przy współpracy z Grupą Amber. Spotkanie pod hasłem „Porozmawiajmy o medycynie” przebiegało pod przewodnictwem prof. Pawła Buszmana, a prelekcję poprowadzili prof. Piotr Buszman oraz dr Piotr Hirnle.



Głównym tematem wystąpienia była polimerowa zastawka serca oraz nowoczesne podejście do przezcewnikowej implantacji zastawki aortalnej. Jak podkreślali prelegenci, współczesna kardiologia interwencyjna stoi dziś przed wieloma nierozwiązanymi jeszcze problemami klinicznymi, a odpowiedzią na te wyzwania są rozwiązania, które łączą bezpieczeństwo pacjenta, trwałość materiałów i maksymalne uproszczenie procedury.



Podczas wystąpienia zwrócono uwagę nie tylko na potencjał nowoczesnych technologii, lecz także na potrzebę budowania trwałej współpracy pomiędzy różnymi środowiskami. To właśnie połączenie wiedzy naukowej, doświadczenia klinicznego oraz zasobów i kompetencji biznesowych umożliwia tworzenie rozwiązań, które realnie wpływają na poprawę jakości leczenia i bezpieczeństwa pacjentów.

Spotkania takie jak Business Point są dowodem na to, że warto rozmawiać o przyszłości związanej z ochroną zdrowia i wspólnie szukać odpowiedzi na wyzwania, przed którymi stoi współczesna medycyna.



Jacek Czarnecki



Wspólne wartości i pamięć historyczna

Śląska Federacja Przedsiębiorców Polskich od początku swojej działalności podkreśla, że przedsiębiorczość nie ogranicza się wyłącznie do rozwoju gospodarczego, lecz obejmuje również odpowiedzialność społeczną, troskę o stabilność państwa oraz budowanie kultury bezpieczeństwa. Właśnie zgodnie z tą ideą, Federacja włączyła się w Wieczornicę Powstańczą – wydarzenie, które połączyło pamięć historyczną z refleksją nad współczesnymi wyzwaniami stojącymi przed Polską.

Uroczystość została zorganizowana przez Krajowe Stowarzyszenie Ochrony Informacji Niejawnych oraz Stowarzyszenie Wspierania Bezpieczeństwa Narodowego i połączyła w jednym miejscu przedstawiciele wojska, policji, administracji publicznej, środowisk akademickich, organizacji społecznych oraz biznesu. Spotkanie miało charakter symboliczny, podkreślając znaczenie pamięci o powstaniach i doświadczeniach minionych pokoleń dla tych współczesnych.

Czynny udział w Wieczornicy miała Śląska Federacja Przedsiębiorców Polskich. Federację reprezentował Przewodniczący, Michał Gawroński, który jako członek zarządu SWBN uczestniczył w ceremonii wręczenia odznaczeń osobom szczególnie zasłużonym dla bezpieczeństwa narodowego, rozwoju gospodarczego oraz dobra publicznego. Szczególne znaczenie dla ŚFPP miały wyróżnienia przyznane osobom związanym z Federacją oraz jej środowiskiem.



Wyróżnieniem Orzeł Niepodległości odznaczeni zostali m.in.:

- dr hab. Zygmunt Łukaszczyk, prof. PŚ – były wojewoda śląski, dyrektor Filii Politechniki Śląskiej w Rybniku,
- Marcin Nowak – wiceprezes Katowickiego Hubu Gamingowo-Technologicznego Kato.Hub,
- Janusz Kmiecik – prezes zarządu PPUH „Dolomit” Kopalnia Żąbkowice S.A.,
- dr hab. Aleksandra Kuzior, prof. PŚ, dr.h.c. mult. – dziekan Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej,
- Witold Rosa – członek Rady Nadzorczej Zakładów Usługowych „EZT” S.A.

Pierścieniem Patrioty uhonorowany został Marek Kawka, prezes zarządu Jelux Polska Sp. z o.o., firmy będącej członkiem Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich. Dla Federacji jest to powód do dumy i satysfakcji, że przedstawiciele zrzeszonych firm są doceniani za swoją aktywność społeczną oraz zaangażowanie w inicjatywy o charakterze patriotycznym i obywatelskim.

Podczas Wieczornicy Powstańczej wręczono również inne odznaczenia i wyróżnienia honorowe, takie jak:

- Złoty Order Świętego Jana Pawła II,
- Pierścienie Stulecia Niepodległości Rzeczypospolitej Polskiej, pamiątkowe Szable,
- Tytuł Ambasadora Patriotyzmu Najjaśniejszej Rzeczypospolitej,
- Order Międzynarodowej Komisji Praw Człowieka.

Całość wydarzenia dopełniła uroczysta oprawa artystyczna Orkiestry Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach. Udział Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich potwierdził otwartość Federacji na inicjatywy o charakterze społecznym i patriotycznym oraz gotowość do współpracy w ramach działań związanych z bezpieczeństwem i życiem publicznym.

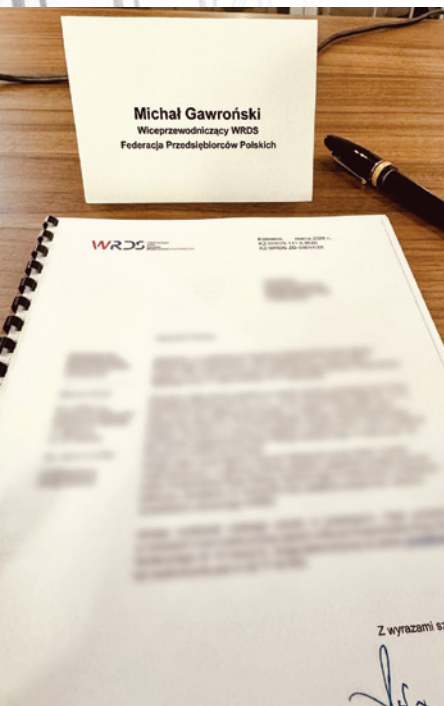


Gospodarka Śląska w centrum dyskusji Prezydium WRDS

W Katowicach, 11 marca br. odbyło się posiedzenie Prezydium Wojewódzkiej Rady Dialogu Społecznego, podczas którego omawiano sytuację przedsiębiorstw Grupy Kapitałowej KW S.A., w tym Katowickiego Węgla Sp. z o.o., a także pozostałych firm zaplecza górniczego. Temat ten ma istotne znaczenie dla stabilności gospodarczej oraz bezpieczeństwa miejsc pracy na Śląsku.

Podczas obrad dyskutowano o wyzwaniach, z jakimi obecnie mierzą się spółki okołogórnicze i ich wpływie na funkcjonowanie regionalnej gospodarki.

W trakcie posiedzenia przewodniczący Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich, Michał Gawroński – wiceprzewodniczący WRDS – zwrócił uwagę na potrzebę objęcia dalszą analizą również innych obszarów istotnych dla przyszłości regionu.



Wśród nich znalazły się m.in. wyzwania stojące przed sektorem hutniczym, dostępność świadczeń medycznych na Śląsku, procedury uzyskiwania zezwoleń na pracę dla cudzoziemców oraz znaczenie nowych inwestycji dla rozwoju regionu.

Wskazał także na konieczność kontynuowania dyskusji dotyczącej przyszłości branż współpracujących z górnictwem, kondycji sektora automotive oraz rozwoju wykwalifikowanych kadr. Podkreślono przy tym znaczenie wzmocnienia szkolnictwa zawodowego, które powinno lepiej odpowiadać na potrzeby regionalnego rynku pracy. Wśród poruszonych zagadnień znalazła się również rola kultury oraz dostęp mieszkańców do wydarzeń kulturalnych jako ważnego elementu jakości życia w regionie i budowania jego atrakcyjności.

To tematy o strategicznym znaczeniu dla rozwoju Śląska, które wymagają dalszego dialogu partnerów społecznych oraz wypracowania wspólnych rekomendacji dla administracji publicznej i instytucji odpowiedzialnych za politykę gospodarczą regionu.



Przedsiębiorcy w dialogu z Wicemarszałkiem Sejmu



Aktywne uczestnictwo w debacie publicznej oraz obecność tam, gdzie kształtowane są kierunki rozwoju gospodarki, to jeden z kluczowych elementów działalności Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich.



Konsekwentnie angażując się w inicjatywy sprzyjające dialogowi i wymianie doświadczeń, wzmacniamy głos przedsiębiorców w procesie tworzenia otoczenia gospodarczego.

Na potwierdzenie tego uczestniczyliśmy w spotkaniu z Wicemarszałkiem Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej – Krzysztofem Bosakiem, które zorganizowała Federacja Przedsiębiorców Polskich 20 marca 2026 r. Wydarzenie stanowiło kolejną przestrzeń do merytorycznej rozmowy o wyzwaniach i kierunkach rozwoju polskiej gospodarki – z perspektywy przedsiębiorców, którzy na co dzień ją współtworzą.

Dla Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich udział w tego typu inicjatywach jest naturalnym elementem działalności, ukierunkowanej na wspieranie rozwoju przedsiębiorczości i budowanie silnego, stabilnego otoczenia gospodarczego.

Obecność w przestrzeni dialogu między biznesem a administracją publiczną pozwala lepiej identyfikować potrzeby rynku oraz aktywnie uczestniczyć w dyskusji o przyszłości gospodarki. Takie podejście sprzyja nie tylko integracji środowiska przedsiębiorców, ale także wzmacnia ich rolę jako istotnego partnera w procesie kształtowania polityki gospodarczej w Polsce.



ŚLĄSKI SMAK BIZNESU



Za nami kolejne spotkania członkowskie Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich – tym razem we współpracy z firmą JELUX Polska sp. z o.o. w Żorach pod hasłem „Śląski Smak Biznesu”.

Wydarzenie jest kontynuacją naszych działań na rzecz integracji środowiska przedsiębiorców oraz tworzenia przestrzeni do rozmów o potrzebach i kierunkach rozwoju firm działających w województwie śląskim. W spotkaniu wzięli udział m.in. Piotr Masłowski – senator RP, Michał Kopański – Wicewojewoda Śląski, Waldemar Socha – Prezydent Żor, Andrzej Zabieglński – wiceprezes KSSE S.A.

Nie bez znaczenia była również rola gospodarza wydarzenia. Dzięki zaangażowaniu firmy JELUX Polska, uczestnicy mieli możliwość poznania przedsiębiorstwa z bliska poprzez wizytę studyjną – zarówno w kontekście jego działalności operacyjnej, jak i podejścia do jakości, rozwoju oraz budowania przewagi konkurencyjnej. Tego rodzaju spotkania „u przedsiębiorcy” pozwalają spojrzeć na biznes w praktyce, zobaczyć konkretne rozwiązania i zainspirować się doświadczeniami innych. To szczególnie cenne w kontekście dynamicznie zmieniających się warunków prowadzenia działalności gospodarczej.



Istotnym momentem spotkania było także oficjalne powitanie nowego członka Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich – Legal Check IT sp. z o.o., co jest potwierdzeniem rozwoju naszej organizacji i rosnące zainteresowanie współpracą w jej ramach. Jednocześnie podczas wydarzenia uroczysto przywitaliśmy nowego członka zarządu ds. Przemysłu i Inwestycji Strategicznych – dr. hab. Zygmunta Łukaszczyka, prof. PŚ, którego doświadczenie i zaangażowanie będą istotnym wsparciem dla dalszych działań Federacji. To ważny krok w umacnianiu struktur organizacyjnych i kompetencji ŚFPP.



Symbolicznym akcentem wydarzenia było odświeżenie „Żorka” – charakterystycznej figurki nawiązującej do miasta Żor i jego tożsamości. Ten moment podkreślił przywiązanie firmy JELUX Polska do lokalności oraz znaczenie regionu w budowaniu silnego środowiska przedsiębiorców.

W trakcie spotkania nie zabrakło również momentów wyjątkowych i pełnych uznania. Jesteśmy dumni, że Przewodniczący Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich, Michał Gawroński został uhonorowany statuetką przez Gospodarza spotkania – Marka Kawkę, Prezesa Zarządu Jelux Polska za całokształt działalności oraz za postawę jaką reprezentuje na co dzień.

Zwieńczeniem spotkania była mniej formalna część, podczas której uczestnicy mogli kontynuować rozmowy w swobodnej atmosferze. O wyjątkowy charakter tego momentu zadbał Remigiusz Rączka, Łukasz Hajok oraz Janusz Serednicki, którzy uświetnili wydarzenie wymienionymi przysmakami, podkreślając w praktyce ideę „Śląskiego Smaku Biznesu” i pozostawiając uczestników z nie tylko merytorycznymi, ale i kulinarnymi wspomnieniami.



ŚFPP współtworzy politykę zatrudnienia na Śląsku

Rynek pracy w dynamicznie zmieniającym się regionie, jakim jest województwo śląskie, wymaga stałego dialogu pomiędzy administracją publiczną a przedsiębiorcami. To właśnie na styku tych dwóch światów powstają rozwiązania, które realnie wpływają na zatrudnienie, rozwój kompetencji oraz konkurencyjność gospodarki.



Coraz większą rolę w tym procesie odgrywają organizacje reprezentujące środowiska biznesowe, które wnoszą do debaty praktyczne doświadczenie i znajomość wyzwań, z jakimi na co dzień mierzą się pracodawcy.

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera obecność przedstawicieli Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich w strukturach rad rynku na poziomie wojewódzkim i powiatowym. Przewodniczący ŚFPP, Michał Gawroński, został powołany do Wojewódzkiej Rady Rynku Pracy, co stanowi istotny krok w kierunku aktywnego uczestnictwa Federacji w procesach decyzyjnych dotyczących polityki zatrudnienia w regionie.

Równolegle Śląska Federacja Przedsiębiorców Polskich wzmacnia swoją aktywność na poziomie lokalnym. Z ramienia ŚFPP w powiatowych radach rynku pracy zasiadają:

- Joanna Gawrońska – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Katowicach,
- Wioletta Brzeziecka – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Tychach,
- Zygmunt Łukaszczyk – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Rybniku,
- Wiktor Pawlik – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Gliwicach
- Kornel Pajak – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Żorach,
- Witold Rosa – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Sosnowcu,
- Leszek Boniewski – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Chorzowie,
- Łukasz Mróz – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Dąbrowie Górniczej,
- Joanna Strzelczyk – Łucka – Powiatowa Rada Rynku Pracy w Bielsku-Białej.

Już wkrótce do tego grona dołączy również Tomasz Leszczyński, który, mamy nadzieję, zostanie powołany do Powiatowej Rady Rynku Pracy w Zabrze.

Tak szeroka reprezentacja ŚFPP w strukturach rad rynku pracy na różnych szczeblach administracyjnych potwierdza rosnącą rolę Federacji jako partnera w dialogu społecznym. Dzięki temu przedsiębiorcy zrzeszeni w ŚFPP mają wpływ na kształtowanie rozwiązań wspierających rozwój rynku pracy, przeciwdziałanie bezrobociu oraz dostosowanie systemu edukacji do potrzeb gospodarki.



amberIT

Hosting dla **BIZNESU**

Sprawdź nasze **nowe plany hostingowe**

BASIC
100
GB

STANDARD
200
GB

PRO
300
GB

Brak **limitu transferu**
Certyfikat SSL w cenie hostingu*



WORDPRESS



python™

*Dotyczy certyfikatu Lets Encrypt

Koniec samowolki w ekomarketingu?

Marketing oparty na promocji cech środowiskowych jest dzisiaj istotnym narzędziem wyróżniania marki i budowania przewagi konkurencyjnej w świecie rosnącej świadomości ekologicznej. Przez lata wiele firm komunikowało swoje „eko” aspiracje w sposób niemal dowolny. Dowody i weryfikowalne efekty środowiskowe niekoniecznie nadążały za kreatywnym kształtowaniem „zielonego” wizerunku. Składanie śmiałych deklaracji, mocnych oświadczeń i wielkich obietnic bez pokrycia przestało już nawet zaskakiwać. Właściwe organy nadzoru przyglądały się tej radosnej twórczości praktycznie nie reagując. Już niebawem sytuacja może diametralnie się zmienić. Sukces marketingu środowiskowego będzie zależał nie od sloganów, lecz od faktycznych działań i możliwości ich udokumentowania. To szansa, którą warto wykorzystać.



Mariusz Gołąb

Specjalista z zakresu etycznej komunikacji handlowej i sustainable-based marketingu

Greenwashing, czyli pseudoekologiczny marketing

Prezentacja środowiskowego wpływu marki, produktu lub usługi może przyjmować różne formy. Mogą to być oświadczenia, symbole, piktogramy albo odpowiednio dobrana kolorystyka i obrazy. W zasadzie każda forma komunikacji, zarówno werbalna jak i niewerbalna. Samo konstruowanie komunikacji handlowej wygląda bardzo podobnie do ustalania agendy medialnej. Wokół firmy, wyrobu lub konkretnego działania omawiane są wybrane kwestie. Najczęściej odpowiednio „ramowane” i przedstawiane w określonym kontekście. Sytuację w której te działania prowadzą do wykreowania wizerunku bliższego ochronie środowiska, niż jest w rzeczywistości, nazywamy greenwashingiem. Stworzone w ten sposób wrażenie nie odzwierciedla prawdziwych relacji ze środowiskiem naturalnym. Wprowadza w błąd i to na różne sposoby: ogólniki, brak precyzji, niejasne sformułowania lub zwyczajny fałsz. Przy czym nie zawsze muszą to być informacje nieprawdziwe. Czasem wystarczy przekazanie informacji prawdziwych, ale w sposób niepełny, nierzetelny, z domieszką sprytnego manipulacji. Kreatywne żonglowanie sugestiami jest jednak etyczne i bezpieczne tylko do pewnego momentu. Tym newralgicznym punktem na osi czasu najczęściej jest chwila, w której ktoś mówi „sprawdzam!”.



Fakty o „zielonej” komunikacji

Do takiego fact-checkingu może dojść w różnych sytuacjach. Może to zrobić w zasadzie każdy, kto chce wiedzieć więcej i nie boi się zadawania pytań: klient, konsument, rzecznik finansowy, organizacja pozarządowa realizująca adekwatne cele statutowe. W ostatnim roku także UOKiK uaktywnił się na tym polu, dysponując możliwością nałożenia kary do 10% rocznego obrotu. Istotne jest to, że ciężar dowodu zazwyczaj spoczywa na przedsiębiorcy, któremu zarzuca się stosowanie nieuczciwych praktyk. Przeglądu sytuacji rynkowej dokonała także Komisja Europejska, przeprowadzając dwa badania oświadczeń środowiskowych (w 2014 i 2020 roku). W badaniach z 2020 roku, spośród 150 deklaracji przedsiębiorców ponad połowa (53,3%) zawierała niejasne, bezpodstawne lub wprowadzające w błąd informacje na temat właściwości środowiskowych produktów.



W listopadzie tego samego roku przeprowadzono akcję kontrolną obejmującą znacznie większą próbę – sprawdzono 344 oświadczenia. Sytuacja – jak się okazało – wcale nie była lepsza. Po raz kolejny w ponad połowie przypadków (tym razem 57,5%) przedsiębiorcy nie byli w stanie przedstawić wystarczających dowodów, które pozwoliłyby na ocenę prawdziwości oświadczenia. Organy napotykały trudności między innymi w określeniu, czy dane oświadczenie odnosi się do całego produktu, czy tylko jego części (50 %), czy dotyczy całego przedsiębiorstwa, czy wyłącznie wybranych produktów (36 %), a także który etap cyklu życia został objęty oświadczeniem (75 %). Przytoczone wyniki badań i kontroli doprowadziły do (słusznej) konkluzji: obecna legislacja w niewystarczający sposób chroni przed pseudoekologicznym marketingiem.

Nowe przepisy – wzmocnienie pozycji konsumenta

W odpowiedzi na zdiagnozowane problemy przygotowano projekty dyrektyw, których zadaniem ma być z jednej strony ochrona konsumentów, a z drugiej – wskazanie przedsiębiorcom odpowiednich zasad, metod i narzędzi do uzasadniania oświadczeń środowiskowych. Jeden z nich doczekał się finalizacji. W 2024 roku została przyjęta dyrektywa 2024/825 dotycząca wzmocnienia pozycji konsumentów w procesie transformacji ekologicznej poprzez lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami i lepsze informowanie. W przestrzeni medialnej jest często nazywana „Consumer Empowerment Directive”. Nowe przepisy bywają określane jako „game changer” ekomarketingu. Jest w tym dużo prawdy. Zdarzają się też, nierzadko zresztą, próby budowania psychologii strachu wokół postawionych w niej wymagań. To z kolei – w ocenie autora – jest nie do końca słuszne, a już z pewnością nie pomaga w rzetelnym podejściu do sprawy.

W dyrektywie wprowadzono kilka kluczowych pojęć, które tak na prawdę pomagają zrozumieć problem, którego rozwiązania podjął się legislator (o tym za chwilę). Rozszerzono katalog głównych cech towarów i usług o cechy środowiskowe i społeczne oraz wskazano nowe praktyki handlowe, które trafiły na tzw. „czarną listę”. To praktyki rynkowe, które niezależnie od okoliczności są uznawane za nieuczciwe. Wskazano zatem – jak mogłoby się wydawać – czego robić nie wolno. Można jednak nowe przepisy odczytać nieco inaczej, ponieważ wraz z zakazami wprowadzono dość jasne kryteria, którymi powinien się kierować przedsiębiorca opierający komunikację handlową o cechy środowiskowe. Czytając je niejako wspak otrzymujemy przepis na rzetelny i bezpieczny marketing oparty na zrównoważonym rozwoju.

Consumer Empowerment Directive

Omawiana dyrektywa dotyczy relacji przedsiębiorstwa z konsumentem. W polskim porządku prawnym jej wdrożenie zmieni przede wszystkim przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwych praktyk rynkowych. W momencie powstawania artykułu dostępny był projekt ustawy implementującej (nr UC 111). Zgodnie z tym projektem, jak i samą dyrektywą, nowe przepisy powinny zacząć obowiązywać od 27 września 2026 roku.

Kluczowym pojęciem, które pozwala zrozumieć cel regulacji, jest twierdzenie dotyczące ekologiczności. Jest to dowolny komunikat, werbalny lub niewerbalny, użyty w kontekście komunikacji handlowej, niewymagany prawnie, w którym stwierdza się lub sugeruje, że produkt, marka, przedsiębiorstwo wywiera pozytywny lub zerowy wpływ na środowisko, albo powoduje mniej szkodliwy wpływ na środowisko niż inny produkt, marka czy przedsiębiorstwo.



Może też zawierać co najmniej sugestię, że jego/jej oddziaływanie poprawiło się z czasem. Szczególnym przypadkiem jest – również zdefiniowane – ogólne twierdzenie dotyczące ekologiczności. Ogólne, czyli takie, którego opis nie jest podany w jasny i wyraźny sposób za pomocą tego samego środka komunikacji. Może mieć formę pisemną lub ustną. Są to sformułowania typu „przyjazny środowisku”, „ekologiczny”, „efektywny energetycznie”, „biodegradowalny”, „zielony”, „przyjazny dla natury”. Z definicji twierdzeń ogólnych wyłączone są te, które zawarte są w oznakowaniu dotyczącym zrównoważonego charakteru. Takim oznakowaniem jest każdy dobrowolny, niewymagany prawnie znak, którego celem jest wyodrębnienie i promocja produktu, procesu lub działalności przedsiębiorcy przez odwołanie się do ich cech środowiskowych lub społecznych. Takie oznakowanie czasem może zawierać tekst (np. „drewno z odpowiedzialnych źródeł”). W takim przypadku ta pisemna informacja jest integralną częścią oznakowania i nie jest rozpatrywana oddzielnie jako ogólne twierdzenie dotyczące ekologiczności. Znając najważniejsze pojęcia można zastanowić się, jak z listy zakazów wyciągnąć dobre praktyki korzystne dla biznesu.



Dobre praktyki zamiast zakazów

Wróćmy do ogólnych twierdzeń dotyczących zrównoważonego charakteru. Pytanie, które tutaj się nasuwa: czy takie ogólne sformułowania będą w ogóle dozwolone? Oczywiście, że tak. Jednakże, wygrają na tym tylko te firmy, które będą miały solidne podstawy do ich użycia. Taką podstawą będzie wykazanie uznanej efektywności ekologicznej. Są na to trzy sposoby:

- rozporządzenie 66/2010 – czyli uzyskanie znaku EU ECOLABEL
- programami oznakowania ekologicznego zgodne z normą EN ISO 14024, urzędowo uznane w państwach członkowskich UE (np. Blue Angel).
- odpowiednie przepisy UE, określające poziomy efektywności ekologicznej – na przykład rozporządzenie 2017/1369 ustanawiające ramy etykietowania energetycznego.

Ważne jest także, aby ta uznana efektywność ekologiczna miała związek z używanym twierdzeniem. Powiązanie twierdzenia „efektywny energetycznie” z najwyższą klasą efektywności energetycznej zgodnie z rozporządzeniem 2017/1369 będzie odpowiednie. Z kolei oparcie frazy „przyjazny dla środowiska” na oznakowaniu Blue Angel w odniesieniu do produktów z tworzyw sztucznych może być nadużyciem, ponieważ wymagania Blue Angel (tu: DE-UZ 30a) stawiają inny cel. Trudne? Niekoniecznie. To tylko zderzenie marketingowej kreatywności z dowodami. Bo adekwatne, rzetelne, weryfikowalne dowody są kluczowe dla każdej z trzech wymienionych wyżej ścieżek. To uczciwe zawody, bez dopingów. Wygrywa ten, który nie kłamie.

Podobnie jest z oznakowaniem dotyczącym zrównoważonego charakteru. Czy bezwzględnie każdego będziemy mogli używać? Okazuje się, że nie. Dozwolone będą tylko oznakowania oparte na systemie certyfikacji lub ustanowione przez organy publiczne. Podstawową cechą systemu certyfikacji, jest to, że użycie danego oznakowania jest możliwe tylko po spełnieniu publicznie dostępnych wymogów, opartych na przejrzystych, sprawiedliwych i niedyskryminacyjnych warunkach. Spełnienie wymagań musi być poświadczane przez akredytowany podmiot – jednostkę certyfikującą systemy, wyroby, procesy lub usługi. Akredytacji udziela krajowa jednostka akredytująca upoważniona do akredytacji jednostek oceniających zgodność – w naszym kraju jest to Polskie Centrum Akredytacji (PCA). Na stronie internetowej PCA znajdziemy wykazy akredytowanych jednostek certyfikujących, wraz z zakresem świadczonych w ramach akredytacji usług. Podobne informacje przekazują inni akredytatorzy (np. niemiecki DakS lub czeski ČIA). Pozyskanie informacji na temat oznakowania opartego na systemie certyfikacji nie jest tak trudne, jak mogłoby się wydawać. Wprowadzenie takich zasad ma zaś jeden cel: wykluczyć „pseudo-certyfikaty” i „niby-oznakowania”. Tutaj przewagę – po raz kolejny – będą miały firmy, które posiadają dowody i nie boją się niezależnej weryfikacji.



Częstą praktyką w komunikacji środowiskowej jest również ogłaszanie ambitnych celów, które budują przyszłościową wizję harmonii ze środowiskiem. To nic innego, jak formułowanie twierdzeń dotyczących ekologiczności związanych z przyszłą efektywnością ekologiczną. Przykład „do 2040 roku obniżymy emisje gazów cieplarnianych o 80%”. Kiedy, w świetle nowych przepisów, taka deklaracja przyniesie realne korzyści zamiast kary? Wtedy, gdy oprzemy ją na szczegółowym i realistycznym planie wykonania, z odpowiednią alokacją zasobów, który poddamy weryfikacji przez niezależnego eksperta. Dopiero tak przygotowany plan będzie solidnym atutem rynkowym.

To oczywiście nie wszystkie wymagania zawarte w dyrektywie i projekcie ustawy implementującej nowe przepisy. Warto jednak zatrzymać się na chwilę i spojrzeć na całość nie przez pryzmat ograniczeń, lecz zmiany reguł gry – na bardziej przejrzyste, przewidywalne i przede wszystkim uczciwe.

Nowe zasady gry – równe szanse dla wszystkich

Przez lata firmy inwestujące w realne działania środowiskowe konkurowały z tymi, które inwestowały głównie w narrację – dziś ta dysproporcja zaczyna zniknąć. Obowiązek posiadania dowodów i precyzyjnego formułowania komunikatów eliminuje przewagę, którą dawał greenwashing.



W efekcie rzetelność przestaje być kosztem, a staje się inwestycją dającą realną przewagę konkurencyjną. Marketing środowiskowy przechodzi transformację – z deklaratywnego w dowodowy. Komunikacja przestaje być oderwana od operacji, a zaczyna odzwierciedlać faktyczne działania firmy. To także impuls do uporządkowania danych, procesów i strategii środowiskowej. Nowe przepisy zwiększają przejrzystość, ograniczają ryzyko i pozwalają na zbudowanie prawdziwego zaufania o lojalności klientów. Choć dotyczą relacji B2C, nic nie stoi na przeszkodzie, by podobnymi zasadami kierować się w komunikacji B2B. O relacjach biznesowych w większym stopniu traktuje ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Czy i tutaj czekają nas w przyszłości podobne zmiany? Raczej tak. Warto zadbać o gotowość. W dłuższej perspektywie premiiowane będą firmy, które naprawdę działają, a nie tylko komunikują. To nie koniec ekomarketingu – to początek jego dojrzałej, wiarygodnej formy.



Mariusz Gołąb

Specjalista z zakresu etycznej komunikacji handlowej i sustainable-based marketingu



MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA EKON

eco5.zero

Międzynarodowa Konferencja EKON: eco5.zero jest kontynuacją organizowanych przez Fundację EKON wydarzeń popularyzujących model gospodarki o obiegu zamkniętym.

Konferencja eco5.zero jest platformą dającą możliwość budowania wizerunku CSRD/ESG dla organizacji, budowania relacji biznesowych przy wsparciu otoczenia Śląskiej Federacji Przedsiębiorców Polskich, Grupy Amber oraz ich Partnerów.

We wszystkich edycjach wzięło udział kilka tysięcy przedsiębiorców, ekspertów z branży: spożywczej, automotive, chemicznej, energetycznej, gospodarki odpadami oraz kadry wielu placówek naukowych.



ORGANIZATOR



PARTNERZY



Grupa Amber
compliance and competences



ŚLĄSKA
FEDERACJA
PRZEDSIĘBIORCÓW
POLSKICH



IZBA PRACOWNIKÓW RECYKLU I OPAKOWAŃ
ekopak
dobrowolne porozumienie

Szczegóły na: www.eco5zero.pl

STATUETKA

LIDER ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

W poczuciu zobowiązania i oddania wobec naszej planety Fundacja EKON przy bliskiej współpracy z Federacją przyznaje statuetki oraz medale za działania na rzecz ochrony środowiska i gospodarki.

Wyróżnieni zostali:

- Academy Spice Gears Poland sp. z o.o. sp. k.
- Agencja Rozwoju Przemysłu S.A.
- AKPOL ADAM KUŚ
- Apa Sp. z o.o.
- Baterpol S.A.
- BOO Organizacja Odzysku Opakowań i Odpowiedzialności Producenta S.A.
- BOWIM Sp. z o.o.
- Brembo Poland Sp. z o.o.
- CINI Sp. z o.o.
- Cognor S.A. Oddział Ferrostal Łabędy w Gliwicach
- CSG – ŚLĄSKA GRUPA KONSULTINGOWA S.A.
- Ekoserwis Marcin Łysiak w spadku
- Eneris Surowce S.A.
- FCC Polska Sp. z o.o.
- FORTUNA Sp. z o.o.
- Gescrap Polska Sp. z o.o.
- Grupa Veolia
- HE3DA – Śląskie Magazyny Energii
- IBC SERVICE Sp. z o.o. S.K.
- Izba Gospodarcza Metali Nieżelaznych i Recykling
- Jacobs Engineering Group
- Katowicka Specjalna Strefa Ekonomiczna
- Kato.Hub Sp. z o.o.
- KGHM Polska Miedź S.A.
- Lidl Polska Sklepy Spożywcze Sp. z o.o. Sp. K.
- Maspex GMW Sp. z o.o. S.K.A.
- MAT-BUD Sp. z o.o. Sp. K.
- MENTOR S.A.
- METALODLEW S.A.
- Miasto Ruda Śląska
- MIESZKO S.A.
- Ministerstwo Energii
- Ministerstwo Przemysłu
- Mitsubishi Corporation S.A. – Oddział w Polsce
- MPGK Sp. z o.o. z Katowic
- Nycz Intertrade Sp. z o.o.
- Opera Śląska w Bytomiu
- Organizacja Odzysku Opakowań REBIS S.A.
- Petecki Sp. z o. o.
- PPH PARYS Sp. z o.o.
- Przedsiębiorstwo Pszczelarskie Tomasz Łysoń Sp. K.
- Regionalna Izba Gospodarcza w Katowicach
- Remondis Glass Recycling Polska Sp. z o.o.
- Silesia Recykling Sp. z o.o.
- SZCZĘŚNIAK Pojazdy Specjalne Sp. z o.o.
- Wawel S.A.
- Zakłady Usługowe „EZT” S.A.
- Zespół Pieśni i Tańca „Śląsk”
- ZPUH „BEST-PEST” M. Świętosławska, J. Świętosławski Sp.J.



BUSINESS POINT 

*Jeśli myślisz rok naprzód, sadź ryż.
Jeśli myślisz 10 lat naprzód, sadź drzewo.
Lecz jeśli myślisz 100 lat naprzód, ucz ludzi.*



Serdecznie zapraszamy

Grupa Amber
Ceglana 4
40-514 Katowice

www.grupa-amber.com
biuro@grupa-amber.com
+48 32 725 49 24

Jak do nas trafić?

