

Zestaw narzędzi – zasoby dla trenerów

Dobra Praktyka - SDG Nr 11

Program Pieczęć otaczamy marki Kasztelan

Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDG), znane również jako Cele Globalne, zostały przyjęte przez Organizację Narodów Zjednoczonych w 2015 roku jako powszechne wezwanie do działania na rzecz położenia kresu ubóstwu, ochrony planety i zapewnienia wszystkim ludziom pokoju i dobrobytu do 2030 roku. SDG numer 11 odnosi się do zrównoważonych miast i społeczności. Jego misją jest uczynić miasta i ludzkie osady prężnie działającymi i bezpiecznymi miejscami, sprzyjającymi włączeniu społecznemu i zrównoważonemu rozwojowi. Miasta, zwłaszcza te położone na południowej półkuli, mierzą się z ogromnymi wyzwaniami w zakresie walki z ekstremalnym ubóstwem, degradacją środowiska oraz niebezpieczeństwami związanymi ze zmianami klimatycznymi i klęskami żywiołowymi.

Cele społeczne

Program Pieczęć Otaczamy marki Kasztelan wpisuje się w strategię zrównoważonego rozwoju Grupy Carlsberg Together Towards ZERO i cel ZERO marnowania wody. Intencją programu jest promocja proekologicznych zachowań, zwiększenie świadomości na temat przyczyn suszy i walorów małej retencji.

Jaką potrzebę obejmuje?

W 2020 r. marka stworzyła „Kasztelański Poczet Obyczajów” – zbiór ekozasad i informacji nt. ochrony zasobów wodnych, dostępny m.in. na www.pieczaotaczamy.pl. Ponadto pod hasłem „Deszczówkę Waść Łap” zorganizowano konkurs dla mieszkańców powiatu i miasta Sierpc (siedziba Browaru Kasztelan), gdzie do wygrania były stągwie do przydomowego magazynowania deszczówki. Marka, chcąc promować małą retencję wśród społeczności Sierpca, przekazała również 16 stągwi do podłączenia przy budynkach użyteczności publicznej, a z Fundacją alter eko stworzyła ogród deszczowy przy Sierpeckim Ratuszu. Dodatkowo zorganizowano kilka akcji edukacyjnych w mediach i konkursów, w których do wygrania były butelki filtrujące wodę.



Jednym z kluczowych wyzwań dla strategii zrównoważonego rozwoju jest przystosowanie się do zmieniających się warunków klimatycznych poprzez doskonalenie funkcjonowania poszczególnych sektorów gospodarki. Zmiany klimatyczne wywierają znaczący wpływ, przede wszystkim, na gospodarkę wodną, zwłaszcza w tych regionach, gdzie zasoby wodne są relatywnie nieduże, a efektywność ich wykorzystania niewysoka. Obserwujemy, iż w niektórych regionach pojawiają się okresowe problemy z zaopatrzeniem w wodę. Jednocześnie wzrasta ryzyko powodzi, co związane jest z niewystarczającymi możliwościami retencyjnymi w obrębie naturalnych i sztucznych zbiorników wodnych oraz coraz większym udziałem powierzchni nieprzepuszczalnych w miastach.

Jak została zauważona?	W 2020 roku polski browar Kasztelan (będący częścią grupy Carlsberg) stworzył wyjątkowy program edukacyjny dla mieszkańców miasta, w którym zlokalizowany jest browar, którego celem było zwiększanie świadomości mieszkańców na temat ochrony zasobów wody i promowania małej retencji. W ramach programu marka Kasztelan zorganizowała przedsięwzięcia i konkursy dla mieszkańców lokalnej społeczności takie jak: Kasztelański Poczet Obyczów – zbiór ekologicznych zasad i informacji dotyczących ochrony zasobów wodnych; konkurs Łap deszczówkę – promujący efektywną gospodarkę wodną oraz stworzona została strona www.piecaotaczamy.pl gdzie można znaleźć te i inne inicjatywy. Wśród partnerów akcji wymienić można: Urząd gminy Sierp i fundację Alter Eko.
Jak to się ma do Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDG)?	Powyższy przykład dobrych praktyk wpisuje się w następujące cele zrównoważonego rozwoju (SDGs): • Cel nr 11 – Zrównoważone miasta i społeczności • Cel nr 13 – Działania w dziedzinie klimatu • Cel nr 3 – Dobre zdrowie i jakość życia • Cel nr 6 – Czysta woda i warunki sanitarne
Dobre praktyki	Celem programu było zwiększenie świadomości mieszkańców regionu gminy Sierpc na temat ochrony zasobów wodnych poprzez skierowanie zróżnicowanych programów promujących pro-ekologiczne postawy do mieszkańców tego regionu.



Dobre praktyki

Przykłady działań:

- Kasztelański Poczta Obyczów – zbiór ekologicznych zasad i informacji dotyczących ochrony zasobów wodnych;
- Konkurs Deszczówkę Waść Łap – przykład kreatywnego podejścia do edukacji społeczności. W dawnych czasach kasztelan był osobą odpowiedzialną za region, który był pod jego opieką. Co marka wykorzystała w promowaniu dobrych proekologicznych praktyk. Zorganizowano konkurs, który polegał na odpowiedzi na pytanie dlaczego woda jest ważna, a uczestnicy konkursu zgłaszali m.in. pomysły, jak oszczędzać wodę i przeciwdziałać skutkom suszy. Odnotowano 170 zgłoszeń do konkursu.
- Ogród deszczowy – zbudowano ogród deszczowy na terenie Ratusza w Sierpcu, jako przykład małej retencji.
- Prowadzono również działania edukacyjne i komunikacyjne online oraz w mediach społecznościowych (FB – zasięg postów 4800, Li – 6200 wyświetleń postów) opracowując m.in. artykuły nt. roli wody i sposobów jej ochrony. powstała też strona www.piecaotaczamy.pl z zebranymi eko-zasadami dot. ochrony zasobów wody i przeciwdziałaniu skutkom suszy. W okresie IX-XII 2020 stronę odwiedziło ponad 4800 użytkowników.
- Marka, chcąc promować małą retencję wśród społeczności Sierpca, przekazała również 16 stągwi do podłączenia przy budynkach użyteczności publicznej, a z Fundacją Alter eko stworzyła ogród deszczowy przy Sierpeckim Ratuszu.



Jak nad tym pracować

Powyższy opis dobrych praktyk pokazuje jak globalne marki, działające w małych społecznościach mogą prowadzić działania, których celem jest zwiększanie świadomości mieszkańców na temat ochrony zasobów wody i promowanie proekologicznych zachowań i postaw.

Opisane działania mają charakter edukacyjny i mogą być realizowane wspólnie z lokalnymi partnerami, władzami lokalnymi, społecznymi partnerami biznesowymi, którzy będą realizowali cele i założenia takich programów.

Ważnym elementem opisanych działań było stworzenie strony internetowej, która zawiera materiały edukacyjne, dostępne także po zakończeniu programu.

Dodatkowo grupa Carlsberg inwestuje w nowoczesne technologie, które pozwalają na warzenie piwa przy mniejszym zużyciu wody oraz współpracuje z partnerami, którzy dzielą się wizją dotyczącą ochrony zasobów wodnych.

Wśród osiągnięć grupy Carlsberg w 2021 roku należy wymienić:

- Redukcję o 21% zużycia wody w procesie warzenia piwa na hektolitr gotowego napoju od 2015 roku, włączając w to redukcję o 4% względem roku poprzedniego. Celem grupy Carlsberg jest redukcja zużycia wody w procesie produkcji piwa o 25% do 2022 roku i o 50% do roku 2030.
- Redukcję o 35% zużycia wody w browarach zlokalizowanych na obszarach zagrożonych niedostatkami wody.
- Wykorzystanie nowoczesnych systemów odzyskiwania wody, które widocznie zmniejszyły zużycie wody w procesie produkcyjnym w browarze Frederica w Danii.
- Udział w projektach wspierających zagrożone systemy wodne w Nepalu oraz poprawę warunków sanitarnych w szkołach w Indiach.

*Bibliografia/źródła:

<https://www.carlsberggroup.com/media/48860/carlsberg-group-esg-report-2021.pdf>

