

Zrównoważone **PRAKTYKI**

w organizacji eventów

Zadanie publiczne pn. „Zrównoważony Gdańsk –
turystyka przyszłości” dofinansowano ze środków
Ministerstwa Sportu i Turystyki zgodnie z zawartą umową
nr 2025/0060/1104/UDOT/DT/BP/JB z dnia 17.06.2025



Ministerstwo
Sportu i Turystyki

Autorka:
Ewa Kięsznia


Redakcja:
Zespół GOT

Opracowanie graficzne:
Dymi Lab | Agnieszka Dmitruczuk

Wydawca:
Gdańska Organizacja Turystyczna

ISBN 978-83-962780-1-2

Gdańsk 2025



Kompleksowy podręcznik wprowadzający
do organizowania zrównoważonych eventów
w zgodzie z zasadami ESG przygotowany dla Gdańsk
Convention Bureau we współpracy z firmą TerGo

Gdańsk, lipiec 2025


A decorative graphic consisting of ten vertical bars of varying heights and widths, colored in a dark green shade, located on the left side of the page.

Spis treści

O ESG

Environment
Social
Governance

Lista definicji
Załączniki



Wydarzenia mają moc – łączą ludzi, inspirują do działania, zmieniają rzeczywistość. Każde wydarzenie, od lokalnego pikniku po międzynarodową konferencję, ma również swój koszt: środowiskowy, społeczny, czasem etyczny. Stosy plastikowych kubeczków wyrzucanych po kilku minutach używania. Pyszne posiłki, które lądują w koszu. Emisje z dojazdów gości, które zostają z nami na dekady.

Czy musi tak być?

Nie. Możemy organizować wydarzenia inaczej – mądrzej, odpowiedzialniej, z większym szacunkiem dla ludzi i planety. Ten podręcznik powstał po to, aby kompleksowo wesprzeć organizatorów dowolnego wydarzenia w uczynieniu go bardziej zrównoważonym.

Podręcznik obejmuje konkretne rekomendacje i checklisty, a także definicje, przykłady dobrych praktyk i wyjaśnienia, które rozwieją wszelkie wątpliwości. Zrównoważony event nie musi być droższy ani bardziej

skomplikowany – wymaga po prostu uważności i świadomych wyborów. Co więcej – kompleksowe zarządzanie eventem w sposób zgodny z ESG niesie za sobą wiele długofalowych korzyści – wizerunkowych, finansowych, środowiskowych.

Dlatego ten przewodnik to nie zbiór zakazów. To zaproszenie do projektowania wydarzeń, które mają sens. Dla organizatorów, uczestników i przyszłych pokoleń.

Twórzmy eventy, których pozytywny wpływ wykracza poza czas ich trwania.

Ewa Kiełsznia
Autorka podręcznika
PR & ESG Project Lead w firmie TerGo

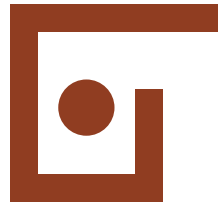


1



○ ESG

CSW



ESG – fundament odpowiedzialnego biznesu

Organizacja wydarzeń, niezależnie od ich skali, ma realny wpływ na środowisko naturalne, społeczności lokalne oraz gospodarkę. Branża eventowa generuje zużycie energii i zasobów, emisję gazów cieplarnianych, a także oddziałuje na uczestników społeczności, w których się odbywa. Dlatego też coraz większego znaczenia nabiera podejście do eventów w duchu zrównoważonego rozwoju.

ESG (Environment, Social, and Governance) to określenie używane w kontekście zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialności społecznej i środowiskowej w działaniach podejmowanych przez przedsiębiorców i organizacje zarówno w kontekście produktów i usług. Coraz więcej przedsiębiorstw, obok wyników finansowych, ma obowiązek raportować także swój wpływ społeczny i środowiskowy. Kryteria ESG pozwalają lepiej ocenić działalność firmy i wspierają budowanie odpowiedzialnych strategii.





ESG w eventach

Choć **ESG nie jest prawnie obowiązkowe** dla wszystkich organizatorów wydarzeń, można je traktować jako **zestaw dobrych praktyk**, który pomaga wprowadzać zasady zrównoważonego rozwoju do codziennej pracy. Co istotne – stosowanie wytycznych ESG wspiera także realizację szerszych celów, takich jak cele zrównoważonego rozwoju **SDG (Sustainable Development Goals)** czy wymagania płynące z **Europejskiego Zielonego Ładu**. Innymi słowy, korzystając z ESG jako narzędzia, organizatorzy mogą w sposób praktyczny i spójny odpowiadać na różne globalne i europejskie zobowiązania dotyczące zrównoważonego rozwoju.

Dlaczego to ważne?

Budowanie wydarzeń w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju to już nie tylko kwestia wizerunku. Coraz częściej staje się to oczekiwaniem uczestników, partnerów i sponsorów, którzy sami podlegają zasadom raportowania czy realizują własne strategie ESG. Organizatorzy, którzy świadomie włączają te aspekty do planowania i realizacji eventów, zyskują przewagę konkurencyjną, przyczyniają

się do pozytywnych zmian społecznych i środowiskowych oraz budują silniejszą pozycję w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości biznesowej. Analiza planowanego wydarzenia w kontekście ESG pomaga uporządkować działania i upewnić się, że żaden istotny w kontekście zrównoważonego rozwoju aspekt nie zostanie pominięty.

Niniejszy podręcznik został opracowany w zgodzie z Polityką Zrównoważonego Rozwoju Gdańskiej Organizacji Turystycznej.



**Organizując event zgodnie z ESG,
należy przyrzeć się jego następującym
elementom w trzech obszarach:**

E - ENVIRONMENT (ŚRODOWISKOWY)

S - SOCIAL (SPOŁECZNY)

G - GOVERNANCE (ŁAD KORPORACYJNY)

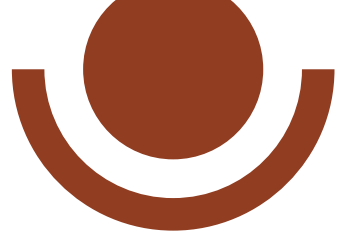


[Pobierz naszą checklistę dla menedżera eventu.](#)

E

2

Environment



Event a środowisko

Każde wydarzenie, nawet niewielkie, ma wpływ na środowisko – od podróży uczestników, przez zużycie energii w obiektach, po produkcję materiałów promocyjnych i generowanie odpadów. Dlatego planując event, warto świadomie uwzględnić wszystkie elementy, które składają się na jego ślad środowiskowy.

Jak zmniejszyć ślad węglowy eventu?

Lokalizacja eventu

Wybór odpowiedniej lokalizacji wydarzenia ma znaczący wpływ na jego ślad środowiskowy. Jeśli wydarzenie organizujemy w obiekcie znajdującym się w miejscu, do którego można łatwo dotrzeć środkami komunikacji publicznej, możemy ograniczyć emisje wynikające z dojazdów gości np. własnym samochodem.

Wybierając lokalizację, warto zdecydować się na obiekt, który posiada **certyfikaty środowiskowe**, jak Green Key, Nordic Swan Ecolabel (informacje o certyfikowanych obiektach w Gdańsku znajdują się na stronie **Gdańsk Convention Bureau**), czyli np. stosują energię z OZE, ograniczają zużycie wody i energii. Wspierając takie obiekty,

dajemy im szansę rozwoju i promujemy te lokalizacje, które włożyły wysiłek w odpowiednie przystosowanie obiektu oraz certyfikację.

Dojazd na event

Zachęcanie uczestników do niskoemisyjnego dojazdu na miejsce eventu to jeden z ważnych sposobów zarówno na edukację i podnoszenie świadomości ekologicznej, jak i na końcowe obniżenie emisji eventów.

**O emisjach dojazdów można przeczytać więcej w sekcji poświęconej gazom cieplarnianym eventów.*

**ORGANIZUJĄC WYDARZENIE
W GDAŃSKU, ZAOFERUJ UCZESTNIKOM
KARTĘ TURYSTY, KTÓRA ZAPEWNI
BILETY NA KOMUNIKACJĘ MIEJSKĄ LUB
WEJŚCIÓWKI DO LOKALNYCH ATRAKCJI.**

W mieście rower porusza się ze średnią prędkością zbliżoną do samochodu, a w godzinach szczytu – nawet szybciej. Badania prowadzone przez zespół Copenhagenize dowodzą, że rowerzystów nie motywuje ekologiczny aspekt jazdy rowerem. Dowiedziono, że najważniejszą motywacją jest chęć szybkiego dotarcia z punktu A do B4 (tzw. „Od-A-do-B-izm”)*. Okazuje się też, że osoby podróżujące rowerem są grupą najbardziej zadowoloną po

*Mikael Colville-Andersen, *Być jak Kopenhaga, Duński przepis na miasto szczęśliwe*, Wysoki Zamek, Kraków 2019



dotarciu do celu, w porównaniu np. z osobami podróżującymi po mieście autem**.

W GDAŃSKU WARTO KORZYSTAĆ Z ROZBUDOWANEJ SIECI ŚCIEŻEK ROWEROWYCH I ROWERÓW MIEJSKICH.

Formą zachęcenia do wyboru niskoemisyjnego środka transportu może być także wprowadzenie grywalizacji i ustalenie nagrody dla osób, które zgłoszą dojazd na event rowerem lub komunikacją miejską.

Zachęcaj do korzystania z komunikacji publicznej, rowerów czy carpoolingu – np. przez konkursy i nagrody.

Jeśli zdecydujesz się na wydarzenie poza miastem, zapewnij uczestnikom wspólny transport.

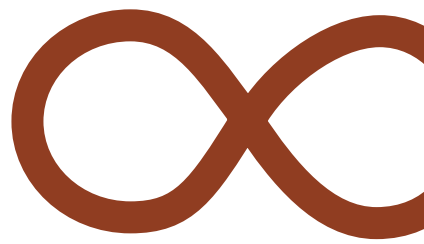
Wielu uczestników przyjeżdża do miejsca wydarzenia po raz pierwszy i nie zna miasta ani jego infrastruktury. Dlatego warto przygotować dla nich praktyczne informacje, które ułatwią wybór bardziej ekologicznego środka transportu.

**<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2214140518305255>, dostęp dnia 20.07.2025

Warto udostępnić m.in.:

- wskazówki dotyczące tras rowerowych i lokalizacji stacji rowerów miejskich,
- informacje o najbliższych przystankach komunikacji miejskiej oraz rodzajach dostępnych połączeń,
- linki do aplikacji z rozkładami jazdy,
- listę hoteli znajdujących się w pobliżu miejsca wydarzenia,
- informacje o czasie dojazdu z najbliższych przystanków czy hoteli. Zapewnienie takich informacji pomoże uczestnikom zaplanować ekologiczny dojazd na wydarzenie i zamiast taksówki wybrać rower, komunikację miejską lub spacer.





Ograniczanie odpadów

Ilość produkowanych odpadów ma bezpośredni wpływ na emisję gazów cieplarnianych generowanych przez event. Kluczowe jest nie tylko ich prawidłowe segregowanie, ale także konsekwentne ograniczanie. Im mniej powstanie odpadów – plastikowych, papierowych, dekoracyjnych, gastronomicznych czy promocyjnych, tym mniejszy ślad środowiskowy pozostawi event. Zasady Gospodarki o Obiegu Zamkniętym (GOZ) to m.in. minimalizacja odpadów i zużycia zasobów, ponowne użycie i naprawa produktów oraz efektywne wykorzystanie materiałów na każdym etapie ich cyklu życia – od projektowania po recykling.

Globalnie około 25% kalorii zamiast znaleźć się w naszych żołądkach, trafia na śmietnik – to tak, jakbyśmy co czwarty obiad po prostu wyrzucali do kosza

Ograniczanie marnowania żywności

W organizacji wydarzeń powszechną praktyką jest zamawianie jedzenia z dużą nadwyżką – w przypadku imprez wysokiej rangi sięga ona nawet 40%. Im bardziej prestiżowy event, tym większa dbałość o to, by stoły były pełne do ostatniej chwili. Niestety oznacza to, że po



zakończeniu eventu zostaje wiele żywności wciąż zdatnej do spożycia, która jest wyrzucana, co prowadzi do jej marnowania i dodatkowych emisji, głównie związanych z rozkładem resztek na wysypiskach. Świadome zaplanowanie cateringu już na etapie przygotowań wydarzenia pozwala znacząco ograniczyć marnowanie żywności.

W Gdańsku pozostałe z wydarzenia jedzenie możesz przekazać Trójmiejskiemu Bankowi Żywności lub gdańskiemu oddziałowi Stowarzyszenia im. św. Brata Alberta. Te instytucje prześlą je osobom w kryzysie ekonomicznym lub bezdomności.

Przekazywać dalej można przede wszystkim potrawy, które nie spędziły kilku godzin na ekspozycji w formie bufetu. Zamiast dużego, otwartego bufetu warto postawić na porcjowane dania, obsługę kelnerską albo mniejsze półmiski dokładane na bieżąco. Dzięki temu łatwiej uniknąć nadwyżek, a to co zostanie, można zgodnie z przepisami przekazać dalej.

Nadwyżkę jedzenia po wydarzeniu można przekazać bankowi żywności, fundacji czy stowarzyszeniu – pod warunkiem zapewnienia odpowiedniego transportu i dokumentacji. Odbiorcami mogą być organizacje pożytku publicznego, fundacje, stowarzyszenia oraz banki żywności posiadające status podmiotów uprawnionych do przyjmowania darowizn żywnościowych.

SKONTAKTUJ SIĘ Z BANKIEM ŻYWNOŚCI JUŻ NA ETAPIE PLANOWANIA CATERINGU, ABY DORADZIŁ, JAK ZAPROJEKTOWAĆ BUFET TAK, BY JAK NAJWIĘKSZA CZĘŚĆ JEDZENIA MOGŁA TRAFIĆ DALEJ.

Segregacja odpadów

Segregacja odpadów pozwala odzyskać część surowców i skierować je ponownie do obiegu – np. w formie nowych produktów z plastiku z recyklingu czy kompostu, który Zakład Utylizacyjny w Gdańsku co roku udostępnia mieszkańcom w symbolicznej cenie (tzw. „czarne złoto ogrodników”). Ponieważ przepisy dotyczące segregacji regularnie się zmieniają, najlepiej przed wydarzeniem sprawdzić aktualne wytyczne na stronie **Czyste Miasto Gdańsk**.



foto: www.freepik.com

STOSUJ SYSTEM MINIMUM 3 POJEMNIKÓW NA ODPADY ORAZ ZAPEWNIJ ODPOWIEDNIĄ UTYLIZACJĘ.





Materiały promocyjne



Liczbę drukowanych materiałów na wydarzeniu jak ulotki, broszury, program wydarzenia itp. można znacząco ograniczyć, udostępniając **rejestrację online** oraz **aplikację dla uczestników** z mapami, materiałami pomocniczymi, informacjami logistycznymi i biletami elektronicznymi. Zamiast papierowych programów warto korzystać z **ekranów i rzutników**, aby wyświetlać harmonogram oraz informacje o partnerach i sponsorach.

**TWÓRZ MATERIAŁY PROMOCYJNE
WIELOKROTNEGO UŻYTKU – BEZ DATY
I MIEJSCA WYDARZENIA.**

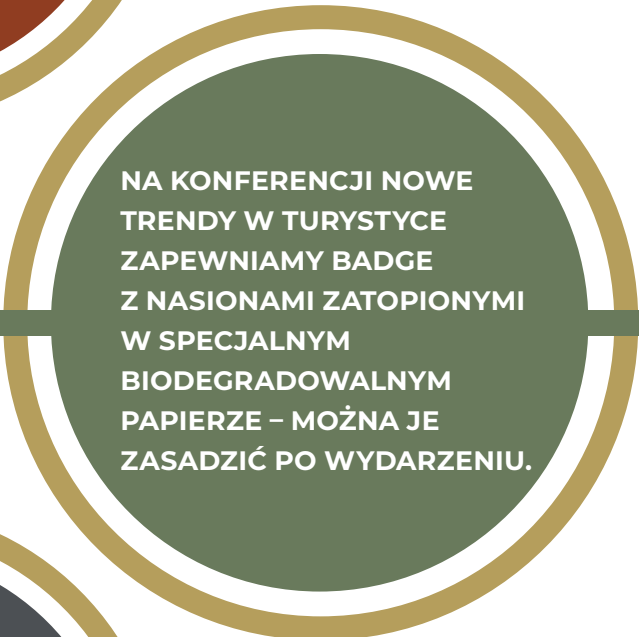
Wyposażenie i dekoracje

Zamiast kupować sprzęt, meble, dekoracje, kwiaty i inne elementy wyposażenia, warto je wypożyczać. Dobrą praktyką jest również nie korzystanie z ciętych kwiatów, których znaczna część pochodzi z importu. Jeśli szukamy kwiatów na nasze wydarzenie, lepiej skorzystać z usług wypożyczalni lub zdecydować się na kwiaty w doniczkach, które nie staną się odpadem po wydarzeniu.






PODCZAS EVENTU
SKORZYSTAJ Z PLATFORMY
EVENTOWEJ **TREEVENT**
PRZYGOTOWANEJ PRZEZ
GDAŃSKĄ ORGANIZACJĘ
TURYSTYCZNĄ.



NA KONFERENCJI NOWE
TRENDS W TURYSTYCE
ZAPEWNIAMY BADGE
Z NASIONAMI ZATOPIONYMI
W SPECJALNYM
BIODEGRADOWALNYM
PAPIERZE – MOŻNA JE
ZASADZIĆ PO WYDARZENIU.



UPCYKLING: DAJ DRUGIE
ŻYCIE MATERIAŁOM
REKLAMOWYM – WE
WSPÓŁPRACY ZE
SPÓŁDZIELNIĄ **ZEROBAN**
ZAMIENISZ BANERY
I ROLLUPY W TORBY,
NERKI I KOSMETYCZKI.

Upominki dla uczestników

Dla uczestników wydarzenia większą wartością będą emocje i doświadczenia niż kolejne długopisy, notesy i magnesy. Niechciane upominki bardzo często lądują po wydarzeniu w koszu, nie pozostawiając po sobie żadnej wartości. Zamiast tego warto podarować uczestnikom coś, co zapewni im niezapomniane wspomnienia.



Uczestnicy chętnie poznają miejsce, w którym odbywa się wydarzenie, dlatego świetnym pomysłem jest zorganizowanie dodatkowych atrakcji. W Gdańsku mogą to być atrakcje wodne – rejsy po Motławie i Bałtyku. Warto także zaproponować wycieczki w otoczeniu natury – do Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego czy na Wyspę Sobieszewską. Dobrym rozwiązaniem są też zorganizowane wycieczki rowerowe z przewodnikiem, które łączą aktywność fizyczną z odkrywaniem miasta.

Takie doświadczenia nie tylko wzbogacają pobyt uczestników, lecz także promują lokalną ofertę turystyczną i budują pozytywne skojarzenia z wydarzeniem oraz miejscem, w którym się ono odbywa.

Jeśli jednak decydujemy się na upominki, niech będą one praktyczne i ekologiczne: wielorazowe przedmioty, gadżety z recyklingu lub symboliczne akcenty, takie jak nasiona do zasadzenia – warto zapewnić je w formie „szwedzkiego stołu”, z którego każdy będzie mógł skorzystać i wziąć dla siebie to, czego faktycznie chce i potrzebuje.

Serwowanie posiłków i napojów

Najlepszym rozwiązaniem podczas serwowania posiłków i napojów na wydarzeniach są **naczynia wielorazowe** – talerze, sztucce, szklanki, kubki, dzbanki czy pojemniki, które można myć i używać ponownie. To najbardziej ekologiczna opcja, pozwalająca znacząco ograniczyć ilość odpadów.

Jednorazowe naczynia, nawet te reklamowane jako „biodegradowalne” (np. z bioplastiku PLA), w praktyce pozostają odpadem, ponieważ wymagają specjalnych warunków do rozkładu, których brakuje w większości sortowni. Jeśli użycie naczyń

Zrezygnuj z małych plastikowych butelek! Jeśli to możliwe, serwuj wodę z kranu w dzbankach lub zapewnij dystrybutory wody pitnej.

jednorazowych jest nieuniknione, warto wybierać te zrobione z **otrębów lub papieru z recyklingu**, posiadające certyfikaty (np. FSC), bez plastikowej powłoki i chlorowego bielenia.

Szczególną uwagę należy zwrócić na **serwowanie wody**. Zamiast plastikowych butelek lepiej postawić na **dystrybutory i dzbanki** z wodą kranową lub filtrowaną. Uczestnikom można także zapewnić **bidony wielorazowe** z logo wydarzenia – praktyczne, ekologiczne i jednocześnie pełniące rolę pamiątki, która zostaje z uczestnikiem na długo po ewencie.

Catering

Menu oparte na produktach lokalnych i sezonowych

Planując zrównoważony catering, warto pamiętać, że import egzotycznych owoców czy owoców morza z drugiego końca świata wiąże się z wysokim śladem węglowym i nie wspiera lokalnej gospodarki. Zamiast stawiać na awokado czy krewetki, lepiej wybrać składniki dostępne w naszym regionie. Raki z lokalnych połowów czy warzywa sezonowe – jak kalafior, dynia czy

Catering na wydarzenie mogą zapewnić restauracje z projektu Smaki Gdańska Gdańskiej Organizacji Turyściycznej – dania inspirowane XIX-wiecznymi gdańskimi przepisami powstają z lokalnych, sezonowych produktów i zmieniają się wraz z porami roku.

buraki – to przykłady produktów, które są świeże, zdrowe i wpisują się w ideę wspierania lokalnych dostawców.

Sezonowe i lokalne menu oznacza nie tylko mniejsze emisje i krótszy łańcuch dostaw, ale też często lepszy smak, niższe koszty i bardziej autentyczny charakter wydarzenia. Goście bardziej docenią potrawy lokalne niż te, które przebyły tysiące kilometrów, zanim trafiły na ich talerz.

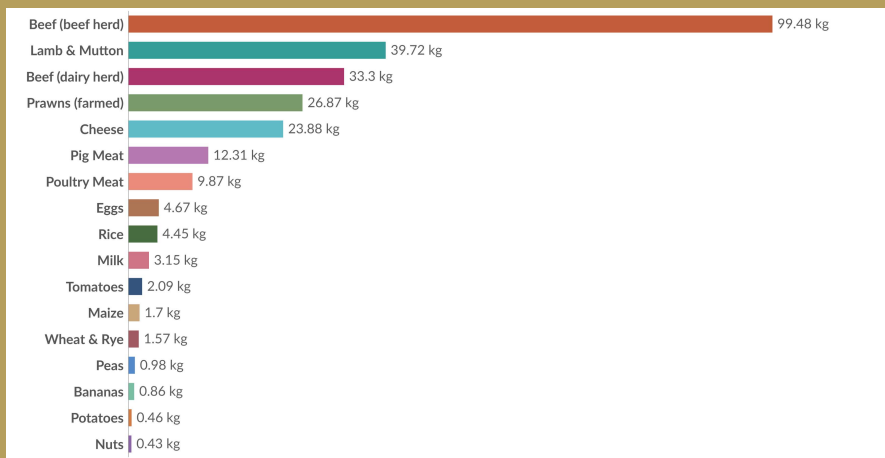
Menu mięsne i bezmięsne

Catering to jeden z obszarów, w którym można znacząco zmniejszyć wpływ wydarzenia na środowisko. Menu w pełni oparte na daniach roślinnych to najbardziej ekologiczne rozwiązanie, ale w praktyce rzadko możliwe do wprowadzenia na dużych eventach. Dlatego warto postawić na zrównoważony balans między daniami mięsnymi a wegetariańskimi i wegańskimi.

Jeśli decydujemy się na obecność mięsa, najlepszym wyborem będzie drób, Ograniczenie czerwonego mięsa w menu to prosty i skuteczny krok w stronę bardziej odpowiedzialnej organizacji.

Równocześnie warto zadbać, aby dania wegetariańskie i wegańskie były pełnowartościowe, różnorodne





Emisje gazów cieplarnianych w kilogramach CO₂e na kilogram pokarmu. Źródło: Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers, <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>

i atrakcyjne wizualnie. Dobrą praktyką jest współpraca z firmami cateringowymi, które mają doświadczenie w przygotowywaniu kuchni roślinnej. Dzięki temu „wege opcja” nie będzie dodatkiem w postaci sałatki czy ziemniaków z surówką, lecz pełnym i sycącym posiłkiem. Podstawą mogą być rośliny strączkowe, tofu, tempeh, kasze, warzywa sezonowe czy orzechy, a w przypadku dań wegetariańskich – także sery i jajka.

**CAŁKOWITA REZYGNACJA Z MIĘSA
OBNIŻY EMISJĘ WYDARZENIA NAWET
O KILKADZIESIĄT RAZY.**

Najlepszym sposobem komunikowania takiego podejścia nie jest rezygnacja z mięsa ani narzucanie zmian w diecie, lecz podkreślanie różnorodności i zalet kuchni roślinnej. Atrakcyjne wizualnie i smaczne potrawy przyciągną gości, a organizator zyska opinię nowoczesnego i świadomego partnera.

Informowanie o składzie posiłków

Należy oznaczać potrawy informacją o składnikach i alergenach oraz zaznaczać np. dania wyjątkowo pikantne. To istotne dla osób z alergiami czy nietolerancjami – nawet niewielki dodatek (np. masła czy orzechów) może wywołać silne reakcje. Dobrym standardem jest też oferowanie mleka roślinnego jako alternatywy dla krowiego, tak by z kawy mogli skorzystać także weganie i osoby uczulone na kazeinę.

Menu oparte na produktach ekologicznych i organicznych

Mimo wyższych cen popularność produktów ekologicznych i organicznych stale rośnie, a ich rynek w Polsce dynamicznie się rozwija. Wśród najważniejszych korzyści z podawania takich produktów należy wymienić brak pestycydów i nawozów syntetycznych, który pozytywnie wpływa na zachowanie bioróżnorodności oraz nasze zdrowie. W wielu przypadkach produkcja takiej żywności wymaga także mniejszego zużycia wody i energii niż intensywne rolnictwo przemysłowe. Takie

decyzje przyczyniają się do polepszania warunków pracy w rolnictwie, promowania zdrowych wyborów i wspierania lokalnych rolników oraz producentów.

JEŚLI TWOJE MENU OPIERA SIĘ NA PRODUKTACH CERTYFIKOWANYCH I EKOLOGICZNYCH, KONIECZNIE POINFORMUJ O TYM UCZESTNIKÓW – DLA WIELU OSÓB TO CENNA I WYRÓŻNIAJĄCA INFORMACJA.

Alkohol

Jeśli podczas wydarzenia serwowany jest alkohol, należy uwzględnić również potrzeby osób, które z niego rezygnują – tak, aby czuły się uwzględnione i mogły w pełni uczestniczyć w evencie. Warto zapewnić dobre opcje bezalkoholowe, takie jak koktajle bezalkoholowe, piwa i wina 0,0%, woda smakowa czy świeżo wyciskane soki. Dzięki temu każdy znajdzie coś dla siebie, a nikt nie poczuje się wykluczony.

Pitna woda z kranu

Kranówka w Gdańsku jest w pełni zdatna do picia, a nad jej jakością nieustannie czuwa specjalistyczny

Czy wiesz że...

Woda z kranu w Gdańsku jest bezpieczna, regularnie badana i z powodzeniem nadaje się do picia!





zespół***. Organizując event, zapewnimy wodę w szklanych dzbankach i butelkach, zamiast kupować wodę w plastiku, czy nawet szkło – także szkło należy poddać recyklingowi, a odpady szklane również wliczają się do śladu środowiskowego naszego eventu.

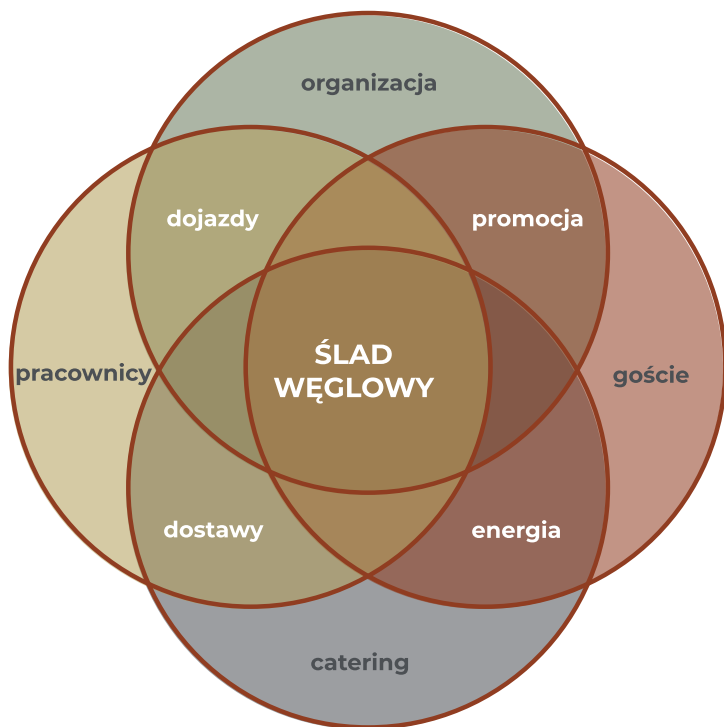
Czy wiesz że...

Litr kranówki kosztuje około 1 grosz, więc zapewniając wodę z kranu do picia, oszczędzamy nie tylko środowisko, ale i wydatki.

Obliczanie emisji eventów

Liczenie śladu węglowego wydarzenia to dziś nie tylko dobra praktyka, ale coraz częściej konieczność. Unijne regulacje, takie jak Europejski Zielony Ład czy Dyrektywa CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), wprowadzają obowiązki raportowania wpływu na środowisko, a Polska, jako członek UE, wdraża je również na poziomie krajowym. Liczenie emisji to także przygotowanie się na przyszłe wymagania związane z taksonomią UE czy politykami dotyczącymi neutralności klimatycznej.

***<https://www.gdanskiewodociagi.pl/Pij%C4%99wod%C4%99zkranu/pij-wodezkranu.aspx>

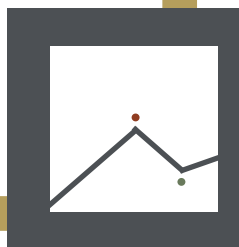


Obliczanie emisji to pierwszy krok do realnych zmian. Dzięki temu możemy:

- zrozumieć rzeczywisty wpływ wydarzenia na środowisko,
- wskazać najbardziej emisyjne elementy organizacji,
- wdrożyć skuteczne działania redukcyjne,
- kompensować emisje, których nie da się uniknąć,
- budować wizerunek organizacji odpowiedzialnej i świadomej wyzwań klimatycznych.

W niemal każdym wydarzeniu **największe emisje** powodują następujące elementy (kolejność po punkcie pierwszym jest zmienna w zależności od wydarzenia):

1. Dojazdy gości – zarówno te na długich, jak i krótkich dystansach.
2. Zakwaterowanie – jeśli dotyczy, czyli np. organizujemy dwudniową konferencję lub wielodniowy festiwal. Należy uwzględnić zarówno noclegi prelegentów i zaproszonych gości, jak i publiczności.
3. Emisje ogólne, czyli powiązane ze zużyciem prądu i klimatyzacji (czynniki chłodnicze).
4. Catering
5. Materiały – gadżety, smycze, materiały dekoracyjne itp.
6. Odpady



Wizerunkowo zawsze lepiej prezentuje się organizacja, która mierzy i komunikuje emisje, niż taka, która obawiając się dużego wyniku, nie podejmuje żadnych działań.

Obliczanie emisji to pierwszy i najważniejszy krok na drodze do ich redukcji.

W obliczaniu emisji kluczowe jest zrozumienie ich źródeł, a następnie zaangażowanie w zbieranie odpowiednich danych wszystkich podmiotów, które mają wpływ na ślad węglowy wydarzenia. W raportowaniu emisji gazów cieplarnianych (ang. greenhouse gases, GHG) zgodnie ze standardem GHG Protocol rozróżnia się trzy zakresy emisji:

- **Zakres 1 (Scope 1)** – bezpośrednie emisje z własnych źródeł organizatora (np. spalanie paliw w pojazdach, generatory).
- **Zakres 2 (Scope 2)** – pośrednie emisje wynikające z zakupu energii elektrycznej, ciepła, pary lub chłodu.
- **Zakres 3 (Scope 3)** – emisje pośrednie, dzielone dalej na upstream i downstream, które wynikają różnych działań w łańcuchu wartości.

Najistotniejszy zakres dla organizatora wydarzenia.

Zakres 3: emisje pośrednie związane z organizacją wydarzeń

Obejmują one emisje gazów cieplarnianych organizacji, które wynikają z jej działalności, ale nie pochodzą z bezpośredniego zużycia energii czy paliw, tylko są wytwarzane przez inne podmioty w łańcuchu wartości. Są one kluczowe dla organizatorów eventów****:

- **Emisje związane z transportem uczestników (przyjazd i powrót).** Ta kategoria uwzględnia zarówno podróże długodystansowe (np. loty, podróże międzymiastowe), jak i lokalne (dojazd na miejsce wydarzenia). Preferowaną metodą obliczenia tych emisji jest przeprowadzenie ankiety wśród uczestników z pytaniem o długość podróży i środek transportu. Alternatywą jest oszacowanie odległości na podstawie adresów zamieszkania lub przyjęcie domyślnych dystansów (np. 10 kilometrów w jedną stronę dla wydarzeń dedykowanych dla gdańszczan).
- **Emisje z noclegów (energia zużywana w hotelach).** Im wyższy standard obiektu noclegowego, tym większe emisje przypisane zakwaterowaniu. Dane mogą pochodzić

****https://www.epa.gov/sites/default/files/2018-12/documents/indirect-emissions_draft2_12212018_b_508pass_3.pdf, dostęp dnia 30.07.2025

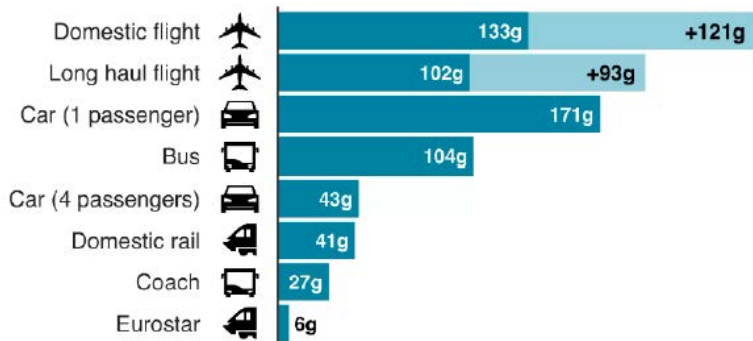
bezpośrednio z hoteli (z faktur lub pomiarów), albo być oszacowane na podstawie liczby „room-nights” (liczba pokoi × liczba nocy).

- **Emisje z użytkowania obiektów eventowych wynajmowanych (np. zużycie prądu i paliw w salach konferencyjnych).** Najlepiej, jeśli obiekt udostępni dane dotyczące zużycia energii podczas wydarzenia (np. proporcjonalnie do powierzchni i czasu trwania, ewentualnie poda odczyty liczników przed wydarzeniem i od razu po nim). Alternatywnie można przyjąć domyślne zużycie energii w przeliczeniu na m² powierzchni.
- **Dodatkowe źródła emisji w zakresie 3** – choć główny nacisk kładzie się na trzy powyższe obszary, warto rozważyć uwzględnienie także innych emisji, np.:
 - emisji związanych z produkcją i transportem materiałów (np. banery, gadżety), emisji z odpadów (np. wyrzucane ulotki, resztki jedzenia),
 - emisji fugitywnych z klimatyzacji i chłodnictwa w obiektach,
 - emisji z pojazdów obsługujących wydarzenie (np. technika, catering),
 - emisji z budowy infrastruktury eventowej (w przypadku wydarzeń masowych).

Emissions from different modes of transport

Emissions per passenger per km travelled

■ CO2 emissions ■ Secondary effects from high altitude, non-CO2 emissions



Note: Car refers to average diesel car

Źródło: BEIS/Defra Greenhouse Gas Conversion Factors, 2019

Jak obliczyć emisje wydarzenia?

Obliczanie emisji może wydawać się procesem skomplikowanym, a nawet kosztownym, jednak istnieją na rynku bezpłatne, proste w użyciu narzędzia dla branży. Takim rozwiązaniem jest np. bezpłatny kalkulator emisji dla eventów **Check Your Event** stworzony dla branży MICE przez firmę TerGo. Kalkulator umożliwia zarówno wpisywanie konkretnych danych, jak i bazowanie na wartościach uśrednionych. Wynik jest zgodny z normą ISO 14064-1:2018 – Gazy cieplarniane – Część 1: Specyfikacja z wytycznymi dotyczącymi określania i raportowania emisji oraz usuwania gazów cieplarnianych na poziomie

organizacji, GHG Protocol – protokołem dotyczącym gazów cieplarnianych, międzynarodowym standardem rachunkowości emisji oraz normą PAS 2060:2010 – publicznie dostępną specyfikacją: wymaganiami dotyczącymi wykazania neutralności węglowej. Kalkulator umożliwia na podstawowym poziomie oszacowanie emisji dowolnego wydarzenia.

W przypadku konieczności uzyskania dogłębnych obliczeń i uzyskania np. wyniku z tzw. śladem audytowym, należy przeprowadzić obliczenia indywidualnie. Takie obliczenia ze śladem audytowym mogą być czasem wymagane przez dużego klienta, który zamawia konkretne wydarzenie i jest zobowiązany do raportowania emisji – więc musi w raporcie ująć także emisje eventu. Zazwyczaj pogłębione obliczenia przygotowuje wykwalifikowana osoba ze specjalizacją w zakresie obliczania emisji gazów cieplarnianych.



PROTIP:

- 1.** Ogranicz emisje na etapie planowania eventu – zobacz, co możesz zrobić, by wyrzucić jak najmniejszy wpływ na środowisko.
- 2.** Przelicz emisje z wyprzedzeniem – umożliwi to wstępny szacunek skali emisji oraz zidentyfikowanie potencjału do redukcji gazów cieplarnianych.
- 3.** Powierz liczenie emisji lub kontakt z osobą odpowiedzialną za ten proces jednej osobie – usprawni to kontakt z podmiotem zajmującym się liczeniem.
- 4.** Nie odkładaj liczenia na później – miesiąc po zakończeniu eventu nikt nie będzie pamiętał, ile szkła zostało wyrzucone oraz jakie było zużycie prądu.

S

3

● Social



Wpływ społeczny wydarzeń

Wydarzenia – zarówno kameralne spotkania branżowe, jak i masowe festiwale czy konferencje – mogą być potężnym narzędziem realizacji celów społecznych i wspierania standardów ESG. W obszarze „S” (social) **organizatorzy mają realny wpływ na kwestie związane z równością, inkluzywnością, lokalną współpracą i dobrostanem uczestników.** Coraz częściej eventy są też przestrzenią, w której marki pokazują swoje podejście do DEI (Diversity, Equity & Inclusion), standardów pracy, edukacji społecznej czy przeciwdziałania wykluczeniu.

Świadomie zaprojektowane wydarzenie nie tylko zmniejsza negatywny wpływ na środowisko, ale także tworzy przestrzeń równych szans, integruje lokalne społeczności, zatrudnia w sposób etyczny i promuje reprezentację grup narażonych na marginalizację.

Reprezentacja i równość

Hostessy i hostowie

W branży eventowej – podobnie jak w reklamie czy marketingu – przez lata utrwały się wzorce promujące wygląd fizyczny ponad kompetencje. Estetyka, choć istotna, nie powinna jednak przesłaniać roli, jaką pełnią osoby pracujące przy wydarzeniach. Szczególnie warto zwrócić uwagę na to, by zadania informacyjne czy organizacyjne nie były obsadzane według stereotypowych oczekiwań związanych z płcią czy wyglądem.

Mając na względzie podwyższanie standardów swojej pracy i komfort pracowników oraz gości, warto podjąć wysiłek, aby nie seksualizować funkcji, które np. są czysto informacyjne. Jeśli szukamy więc zespołu do punktu informacyjnego, kelnerów i kelnerek czy innych osób pomagających przy dużym wydarzeniu, starajmy się zatrudniać osoby kompetentne – bez względu na ich płeć. Rekomendowanie zespołu hostess i hostów w proporcji 50/50 promuje równość płci i przełamuje stereotypy dotyczące ról zawodowych.

Zróznicowany panel ekspertów

Zapraszanie zróżnicowanych prelegentów, panelistów i performerów – zarówno pod względem płci, jak

i tożsamości (LGBT+, osób z niepełnosprawnościami, przedstawicieli mniejszości etnicznych czy osób neuroatypowych) – wzmacnia różnorodność wydarzenia i przeciwdziała wykluczeniu. Zrównoważony panel to nie tylko większa reprezentacja, ale też szersza perspektywa i lepsza jakość dyskusji. Równość powinna obejmować również wynagrodzenia – kobiety i mężczyźni powinni być traktowani na równi za swoje eksperckie wystąpienia,

Dostępność językowa

Zapewnienie tłumaczeń – np. na język migowy, w formie napisów czy tłumaczenia symultanicznego – zwiększa dostępność wydarzenia i otwiera je na szersze grono odbiorców. W przypadku nagrań z paneli czy wystąpień warto zadbać o napisy, które umożliwią odbiór także osobom z niepełnosprawnością słuchu czy uczestnikom z zagranicy.

Należy pamiętać, że Polski Język Migowy (PJM) nie jest kalką języka polskiego – to odrębny system, preferowany przez społeczność osób niesłyszących w Polsce. Tłumacz powinien posługiwać się PJM, a ewentualnie wspierać się Systemem Językowo-Migowym (SJM), który bywa pomocny, ale nie zastępuje PJM****. Co istotne, języki migowe różnią się między sobą: PJM jest językiem polskim, tak jak

**** Głusza, Anna Goc, Wydawnictwo Dowody, Warszawa 2022

w Wielkiej Brytanii używa się BSL (British Sign Language). Oznacza to, że tłumacz migający w PJM nie będzie rozumiały dla osoby niesłyszącej z innego kraju. **Dlatego w przypadku wydarzeń międzynarodowych szczególnie ważne jest dobranie odpowiednich tłumaczy do grupy odbiorców.**

Inkluzywność i przestrzenie wolne od presji społecznej

Inkluzywna przestrzeń

Zdjęcia z wydarzeń odgrywają dzisiaj tak istotną rolę, że wielu organizatorów tworzy specjalne strefy, w których można zrobić sobie pozowane zdjęcie na media społecznościowe. Warto jednak rozważyć rezygnację z nie-realistycznych dekoracji na rzecz stref odpoczynku i autentyczności oraz zachęcić uczestników do odpoczynku od telefonu i skupienia się na tym, co dzieje się dookoła nich. Takie podejście sprzyja dobrostanowi psychicznemu i przeciwdziała FOMO (ang. Fear of Missing Out, strach przed pominięciem ważnych wydarzeń, informacji lub doświadczeń, które inni mogą przeżywać).

Jeśli np. prezentujemy wiele ciekawych materiałów, możemy zapewnić na początku spotkania, że zostaną one przesłane uczestnikom po spotkaniu. Dzięki temu goście będą mogli skupić się na prowadzącym, zamiast co rusz robić zdjęcia wybranym slajdom.

Kolejną dobrą praktyką są strefy wyciszenia, które zapewnią odpoczynek osobom neuroatypowym, które podczas wydarzeń przyciągających tłumy łatwo wpadają w niepokój, a czasem nawet doświadczają ataków paniki. Jeśli zapewni się im cichą i zaciemnioną przestrzeń, często będą w stanie wyregulować emocje i uspokoić się, aby wrócić na wydarzenie.

Dobre praktyki zatrudnieniowe

Zatrudnienie lokalnych dostawców, techników, artystów czy firm cateringowych wspiera społeczność i lokalną gospodarkę, zmniejszając jednocześnie ślad węglowy związany z transportem.

Warto zadbać o posiłki dla personelu. Eventy nie-rzadko wymagają od pracowników bycia na posterunku w czasie znacznie przekraczającym standardowe 8 godzin. Personel pracujący na niższych stanowiskach (zespół porządkowy, hostessy i hostowie, osoby pracujące w punktach informacyjnych itp.) to osoby zarabiające zazwyczaj najniższą krajową, których nie stać na kupowanie ciepłych posiłków w restauracjach czy kantynach na terenie eventu. Zamówienie posiłku dla zespołu pracującego przy wydarzeniu to prosta, a konkretna forma troski o warunki pracy oraz element budowania kultury szacunku.

Edukacja i zaangażowanie społeczne

Przy planowaniu większych wydarzeń warto przemyśleć dodanie do nich komponentów edukacyjnych – np. strefy NGO, paneli z ekspertami społecznymi, działań warsztatowych czy materiałów informacyjnych. Wiele wydarzeń wspólnie współgra z różnymi inicjatywami pobocznymi, np. ze zbiórką środków na szczytny cel. Angażowanie się w takie inicjatywy wzmacnia markę organizatora eventu jako lidera patrzącego szerzej, poza „koniec swojego biznesu”.

Organizatorzy coraz częściej decydują się na udział partnerów społecznych, takich jak fundacje, grupy oddolne, organizacje pomocowe, co zwiększa wiarygodność działań i rozszerza zasięg wpływu.

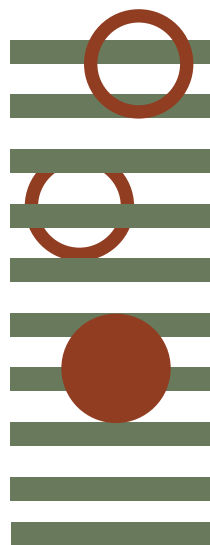
Zniżki na wstęp dla wybranych grup (np. młodzieży, osób w kryzysie bezdomności) to forma praktycznego włączenia społecznego. Warto rozważyć także możliwość bezpłatnego uczestniczenia w wydarzeniu dla osób z określonych grup społecznych. Przykładem bardzo indywidualnego podejścia jest np. działanie zespołu GRID Art Hub, który zapraszając na jedno ze swoich wydarzeń, dodał na końcu informację, że jeśli cena jest dla gości barierą, można odezwać się do nich mailowo, a zespół postara się znaleźć rozwiązanie.

G

4

● Governance

Governance – czyli odpowiedzialne zarządzanie wydarzeniem



Zrównoważone wydarzenie to nie tylko ekologiczne rozwiązania czy działania społeczne – to również przejrzystość, etyka i odpowiedzialność organizacyjna, które składają się na filar „G” w ESG: governance.

Governance w kontekście wydarzeń oznacza sposób, w jaki podejmowane są decyzje, jak zarządzane są zasoby i jakie wartości są promowane na każdym etapie organizacji eventu – od planowania po ewaluację. Wiele zasad wpisanych w odpowiednie zarządzanie zostało już opisanych szerzej w poprzednich rozdziałach niniejszego podręcznika – przytaczamy je tutaj dla porządku i pokazania, w jaki sposób poszczególne elementy ESG się przenikają.

Korzyści z odpowiedzialnego zarządzania

Dobre zarządzanie wzmacnia zaufanie partnerów, uczestników i wykonawców, minimalizuje ryzyka, a także pozwala sprawnie reagować na wyzwania i nieprzewidziane sytuacje. Odpowiedzialne praktyki governance zwiększają również spójność organizacyjną i pozwalają wiarygodnie komunikować działania z zakresu ESG.

Kluczowe elementy governance w wydarzeniach:

Transparentność finansowa i organizacyjna

Przejrzyste zarządzanie budżetem to fundament zaufania – zarówno wewnątrz zespołu, jak i wśród partnerów i klientów. Oznacza skrupulatne rozliczanie wydatków oraz uczciwe podejście do kontraktowania wykonawców i partnerów. Organizator powinien zapewnić:

- jasne i dostępne informacje o źródłach finansowania wydarzenia (w tym środkach publicznych, sponsoringu). Wiele tych informacji jest dyktowanych prawem, np. jesteśmy zobowiązani do informowania o uzyskanym dofinansowaniu,

- uczciwe stawki dla zespołu technicznego, artystów, osób sprzątających i pracowników pomocniczych,
- eliminację ukrytych opłat dla uczestników (np. „dodatkowych” kosztów rejestracji).

Przejrzystość sprzyja współpracy i buduje reputację odpowiedzialnego organizatora.

Zgodność z przepisami i normami etycznymi

Dobre zarządzanie to również przestrzeganie obowiązującego prawa i norm społecznych, w tym:

- przepisów prawa pracy (umowy, czas pracy, BHP),
- przepisów o ochronie danych osobowych (RODO),
- regulacji dotyczących dostępności (np. dla osób z niepełnosprawnościami, rodzin z dziećmi),
- zasad równości i niedyskryminacji,
- a także ustalenie polityki zapobiegania mikroagresji i mobbingowi.

Organizator powinien monitorować zgodność działania z aktualnym kontekstem prawnym oraz reagować na wszelkie przejawy dyskryminacji, nierównego traktowania czy nadużyć.

Kodeks dla partnerów i kontrahentów

Dobłą praktyką jest przekazywanie swoim partnerom i podwykonawcom dokumentu określającego standardy współpracy – tzw. Code of Conduct. Taki kodeks:

- zobowiązuje do przestrzegania zasad zrównoważonego rozwoju (np. ograniczenia plastiku, etycznego cateringu),
- wyznacza normy pracy i zachowania wobec pracowników,
- wzmacnia spójność wartości w całym łańcuchu organizacji wydarzenia.

Kodeks ten nie tylko chroni organizatora, ale też daje realną szansę na wpływ systemowy poprzez wymagania wobec dostawców. Dokument taki może funkcjonować jako oddzielne pismo zobowiązujące strony do przestrzegania odpowiednich zasad. Zwyczajowo jest ono podpisywane na początku, po nawiązaniu współpracy z nowym dostawcą.

System odpowiedzialności i ewaluacji

W dużych projektach łatwo zgubić odpowiedzialność za „zielone” lub społeczne elementy wydarzenia. Dlatego warto:

- wyznaczyć osobę odpowiedzialną za obszar ESG w zespole organizacyjnym, prowadzić bieżącą dokumentację wpływu (np. ilość odpadów, zużycie energii, liczba osób z wykluczonych grup wśród uczestników),
- przeprowadzać krótką ewaluację po wydarzeniu – zarówno wewnątrz, jak i z udziałem uczestników i partnerów,
- uwzględniać raportowanie śladu węglowego lub innych wskaźników ESG jako część końcowej dokumentacji.

Zarządzanie ryzykiem

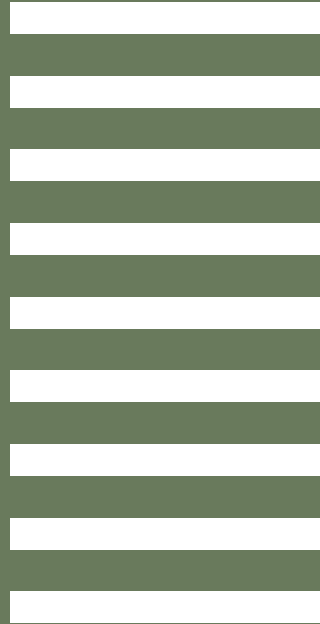
Wydarzenia niosą za sobą ryzyka wizerunkowe i operacyjne. Governance powinno obejmować:

- analizę ryzyk ESG (np. kontrowersyjni sponsorzy, niefortunne decyzje programowe, wykluczające treści),
- scenariusze awaryjne (np. co zrobić, gdy zabraknie opcji roślinnej, ktoś zgłosi wykluczenie lub pojawi się problem z dostępnością),
- gotowość do przeprosin, modyfikacji programu lub wdrożenia działań naprawczych w duchu odpowiedzialności.
- Uczciwa komunikacja i unikanie greenwashingu

Wydarzenie zrównoważone to nie tylko działania – to także sposób ich komunikowania. Governance obejmuje:

- unikanie przesadnych haseł typu „zero waste” czy „neutralne węglowo”, jeśli nie są potwierdzone danymi,
- przejrzyste informowanie uczestników o podjętych działaniach oraz ich ograniczeniach (np. zamiast „event bez emisji” → „skompensowaliśmy część emisji podróży uczestników”),
- komunikaty zrozumiałe dla różnych grup odbiorców, bez branżowego żargonu.





Lista definicji

Ślad węglowy

Całkowita ilość gazów cieplarnianych (głównie CO₂, ale także metan, podtlenek azotu czy gazy fluorowane) wyemitowanych bezpośrednio lub pośrednio w związku z działalnością człowieka, wyrażona w ekwiwalencie CO₂ (CO₂e). Oblicza się go np. dla wydarzenia, produktu, firmy lub osoby.

CO₂ (dwutlenek węgla)

Gaz cieplarniany emitowany m.in. podczas spalania paliw kopalnych, produkcji energii i transportu. Główny czynnik antropogenicznych zmian klimatu.

CO₂e (ekwiwalent CO₂)

Jednostka służąca do wyrażania łącznego wpływu różnych gazów cieplarnianych, przeliczonych na równoważny efekt cieplarniany (GWP), jaki wywołałby CO₂.

ESG

Skrót od ang. Environmental, Social, Governance – zestaw standardów oceny odpowiedzialności środowiskowej (E), społecznej (S) i ładu korporacyjnego (G) w organizacji. Stosowany m.in. w raportowaniu i inwestowaniu.

Biodegradowalny

Materiał, który może zostać rozłożony przez mikroorganizmy (np. bakterie, grzyby) i inne czynniki zewnętrzne na nieszkodliwe substancje naturalne, takie jak woda, dwutlenek węgla i biomasa*****. Nie każdy biodegradowalny materiał rozkłada się szybko lub w warunkach naturalnych.

GOZ – Gospodarka o obiegu zamkniętym

Model gospodarczy, w którym zasoby są wykorzystywane jak najdłużej, produkty i materiały są naprawiane, ponownie używane i poddawane recyklingowi, aby zminimalizować odpady.

*****<https://wsjp.pl/haslo/podglad/51155/biodegradowalny>, dostęp dnia 30.07.2025

Ekologiczny

Potocznie: przyjazny środowisku. Formalnie: produkt lub usługa, które ograniczają negatywny wpływ na środowisko. Czasami odnosi się też do certyfikacji ekologicznej (np. „żywność ekologiczna”). Aby produkt spełniał normy unijne, musi posiadać unijne logo produkcji ekologicznej, numer identyfikacyjny jednostki certyfikującej oraz oznaczenie miejsca produkcji nieprzetworzonych produktów rolniczych*****.

Organiczny

Pochodzący ze środowiska zwierzęcego lub roślinnego. Produkt organiczny musi zawierać co najmniej 95% składników pochodzenia organicznego, a podczas produkcji muszą być zapewnione standardy, w tym jakość gleby nie może się pogorszyć. Rolnictwo organiczne dba o stan wód i żyzności gleby, stosując np. płodozmian lub inne naturalne metody*****.

*****<https://www.federacja-konsumentow.org.pl/n,6,1441,1,1,produkty-eko-bio-organic-to-to-samo.html#:~:text=Eko%20oznacza%20%25%9Brodowisko%20naturalne%2C%20przyrod%25%99,%25%9Brodok%25%9B3w%20ochrony%20ro%25%9Blin%20i%20hormon%25%9B3w>..
dostęp dnia 30.07.2025

***** ibidem

Neuroatypowy

Osoba, której funkcjonowanie neurologiczne różni się od dominującego wzorca (neurotypowego). Do osób neuroatypowych zalicza się m.in. osoby w spektrum autyzmu, z ADHD, dysleksją, zespołem Tourette'a itp. Szacuje się, że około 15-20% populacji jest neuroatypowa.

Polski Język Migowy (PJM)

Naturalny język wizualno-przestrzenny używany przez społeczność osób głuchych w Polsce. Ma własną gramatykę i składnię, niezależne od języka polskiego.

System Językowo-Migowy (SJM)

Sztuczny system komunikacji oparty na języku polskim, wzbogacony o znaki migowe. Ułatwia komunikację z osobami, które nie znają PJM, ale nie jest uznawany przez społeczność głuchych za pełnoprawny język.

Offsetowanie emisji

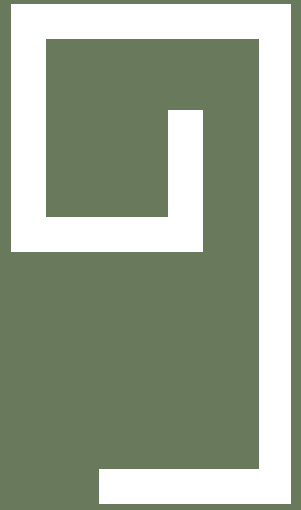
Działanie polegające na „zrównoważeniu” wyemitowanych gazów cieplarnianych przez inwestycje w projekty redukujące emisje (np. sadzenie drzew, odnawialne źródła energii). Stosowane np. przy wydarzeniach chcących być „neutralnymi węglowo”*****.

Scope 1, 2, 3 (zakresy emisji)

- **Scope 1** – bezpośrednie emisje organizatora (np. paliwo zużyte przez własne pojazdy),
- **Scope 2** – pośrednie emisje z energii zakupionej (np. zużycie prądu),
- **Scope 3** – pozostałe emisje w całym łańcuchu (np. transport uczestników, catering, odpady)*****.

***** <https://eko-logicznie.com/teoria/czym-sa-offsety-weglowe-i-czy-nalezysz-z-nich-korzystac/>, dostęp dnia 30.07.2025

*****²⁵https://ghgprotocol.org/sites/default/files/ghgp/standards_supporting/Diagram%20of%20scopes%20and%20emissions%20across%20the%20value%20chain.pdf, dostęp dnia 30.07.2025



Załączniki

Kodeks dobrych praktyk dla partnerów i kontrahentów wydarzeń zrównoważonych

Jako organizator wydarzeń zobowiązujemy się do realizacji zasad zrównoważonego rozwoju w duchu ESG (Environmental, Social, Governance). Jesteśmy świadomi, że sposób funkcjonowania naszego łańcucha wartości ma znaczący wpływ na to, jak nasze działania oddziałują na środowisko i otoczenie społeczne. Dlatego oczekujemy, że wszyscy nasi partnerzy, dostawcy, kontrahenci i wykonawcy będą wspierać te same wartości i przestrzegać niniejszego kodeksu.

a. Zasady ogólne

Partnerzy i kontrahenci są zobowiązani do:

- respektowania celów zrównoważonego rozwoju, ze szczególnym naciskiem na SDG 11, 12, 13, 8 i 10,
- działania z poszanowaniem środowiska naturalnego, społeczności lokalnych oraz standardów etycznych,
- wspierania organizatora w redukcji wpływu środowiskowego wydarzenia.

b. Wpływ środowiskowy

Transport i lokalizacja

- Preferowane są rozwiązania niskoemisyjne – dostawy realizowane zbiorczo, korzystanie z transportu rowerowego lub elektrycznego, unikanie lotów krajowych oraz w miarę możliwości korzystanie z połączeń kolejowych na długich dystansach.
- W przypadku obsługi na miejscu – mile widziana jest gotowość do udziału w organizowanym transporcie zbiorowym dla załogi i sprzętu.

Odpady i materiały

- Zakaz stosowania jednorazowych naczyń i innych elementów jednorazowego użytku z plastiku (chyba że istnieją istotne ograniczenia uniemożliwiające zastosowanie naczyń, pojemników i innych sprzętów wielorazowego użytku).
- Obowiązek segregacji odpadów zgodnie z lokalnym systemem i wykorzystania wielorazowych lub wypożyczanych elementów (meble, dekoracje, sprzęt).
- Gadżety, drukowane materiały i opakowania powinny być ograniczone do niezbędnego minimum, wykonane z materiałów z recyklingu lub w pełni biodegradowalnych (z certyfikatem FSC, bez plastiku).

Emisje

- Kontrahenci powinni na życzenie udzielać danych potrzebnych do obliczenia emisji GHG (np. zużycie paliwa, rodzaj transportu, pochodzenie energii).
- Mile widziana współpraca z organizatorem przy stosowaniu narzędzi takich jak kalkulator emisji eventu.

c. Wpływ społeczny

Równość, różnorodność i dostępność

- Wszyscy zatrudniani pracownicy i współpracownicy powinni być traktowani równo, bez względu na płeć, wiek, orientację, niepełnosprawność czy pochodzenie.
- W zespołach obsługujących wydarzenie rekomendowane jest zachowanie równowagi płci (50/50) oraz zatrudnianie osób z różnych grup społecznych.
- Mile widziane doświadczenie w zapewnianiu dostępności językowej (tłumaczenia PJM, napisy, materiały uproszczone).

Warunki pracy

- W miarę możliwości zapewnienie ciepłych posiłków bazujących na diecie roślinnej z wyłączeniem głównych alergenów osobom pracującym przy wydarzeniu (hostessy, technicy, personel sprzątający). Ważne szczególnie w przypadku zmian przekraczających 8 godzin oraz na obiektach, które nie zapewniają na miejscu możliwości zakupu ciepłego posiłku (np. hale wystawiennicze za miastem w trakcie przygotowywania eventu).

- Szacunek dla czasu pracy – dążenie do tworzenia racjonalnych grafików i zapewnienie przestrzeni do odpoczynku.

Catering

- Preferowany catering roślinny, sezonowy i lokalny, z ograniczeniem produktów wysokoemisyjnych (np. czerwonego mięsa), z wyłączeniem głównych alergenów.
- Ograniczenie marnowania żywności – gotowość do współpracy z bankami żywności lub umożliwienie gościom zabrania jedzenia w ramach obowiązujących prawnie zasad sanitarnych.
- Oferowanie napojów w wielorazowych szklankach, butelkach lub dzbankach, dostęp do wody pitnej bez plastiku.

d. Zarządzanie i transparenca

- Otwartość na współpracę i konsultacje z organizatorem w zakresie zrównoważonych praktyk.

- Uczciwość w komunikacji i fakturowaniu, unikanie greenwashingu.
- Gotowość do udziału w ewaluacji działań po wydarzeniu, w tym przekazanie danych niezbędnych do raportowania emisji i wpływu społecznego.

e. Zaakceptowanie zasad

Podpisanie Kodeksu dobrych praktyk dla partnerów i kontrahentów wydarzeń zrównoważonych oznacza jego akceptację. Jako twórca kodeksu zdajemy sobie sprawę z faktu, że wprowadzenie wielu z zapisanych w Kodeksie zasad wymaga wypracowania nowych procedur oraz edukacji zespołów. Zobowiązujemy się do niesienia pomocy w zakresie udzielania niezbędnych informacji oraz wyjaśnień co do któregośkolwiek z punktów Kodeksu. Będziemy wspierać naszych partnerów i kontrahentów we wdrażaniu niniejszego Kodeksu. Jednocześnie informujemy, że w przypadku stwierdzenia rażącego naruszenia zasad opisanych w Kodeksie, zastrzegamy sobie prawo do odstąpienia od współpracy.

Twórzmy wspólnie wydarzenia, które zbliżają, inspirują oraz mają minimalny negatywny wpływ na środowisko i zwiększają korzyści społeczne.

Podpisy stron Kodeksu

GDANSK 
CONVENTION
BUREAU