



KOMPAS KLIMATYCZNY

Stowarzyszenie BORIS, świadome wyzwań związanych ze zmianą klimatu i ich wpływu na codzienne życie, zobowiązuje się do systemowego ograniczania swojego negatywnego oddziaływania na środowisko. Nasze działania koncentrują się wokół siedmiu głównych obszarów, w których możemy wprowadzać realne, mierzalne i trwałe zmiany.

1. Zarządzanie środowiskowe w organizacji

Biuro i zasoby

- Stosowanie pracy hybrydowej i systemu gorących biurek.
- Rezygnacja z indywidualnych koszy w pokojach na rzecz wspólnej segregacji.
- Zbieranie małych elektroodpadów i baterii.
- Zakupy mebli i sprzętu z drugiego obiegu.
- Przy zakupach do biura wtedy, gdy to możliwe, preferencja dla dostawców z sektora ekonomii społecznej i certyfikowanych (np. Fair Trade, certyfikaty EKO).
- Ograniczenie druku i zużycia papieru (np. digitalizacja dokumentów), drukowanie dwustronne, używanie makulatury np. do notatek.
- Zakup papieru do druku z certyfikatem FSC lub z drewna ze zrównoważonych upraw.
- Przekazywanie zużytego sprzętu elektronicznego do innych organizacji społecznych lub utylizacja.

Energia i woda

- Racjonalne gospodarowanie ciepłem w biurze, tj. zimą skręcanie kaloryferów przy wyjściu z pokoju, latem umiarkowane korzystanie z wentylatorów i tylko w pokoju, w którym osoba przebywa w danym momencie.
- Wyłączanie listew i urządzeń z prądu, gaszenie światła w pokojach i na korytarzach.
- Używanie trybu oszczędzania energii, zmniejszenie jasności ekranów w laptopach.
- Instalacja perlatorów i ograniczników spłukiwania.

2. Odpowiedzialność cyfrowa i cyfrowy minimalizm

- Edukacja pracowników nt. cyfrowego minimalizmu.
- Ograniczanie zapytań do AI i zużycia energii cyfrowej.
- Rezygnacja z nieczytanych newsletterów.
- Porządkowanie skrzynek mailowych i chmur danych.
- Wysyłanie linków zamiast załączników.
- Blokowanie reklam i skryptów.
- Ograniczanie otwartych kart przeglądarki i aplikacji w komputerze.
- Zielony UX/UI w projektach cyfrowych – zlecając nowe projekty cyfrowe, pytamy usługodawcę o takie rozwiązania.

3. Mobilność i podróże służbowe

- Branie pod uwagę celu spotkania przy planowaniu jego formy – spotkania online generalnie generują mniejszy ślad węglowy niż spotkania offline.
- Redukcja liczby wyjazdów i łączenie delegacji (odwiedzanie kilku miejsc podczas jednego przejazdu).
- Korzystanie z transportu publicznego, kiedy to rozsądne i możliwe.

- Promowanie pracy zdalnej jako rozwiązania przyjaznego dla klimatu.

4. Zrównoważone żywienie i zakupy spożywcze

- Używanie kranówki z filtrami zamiast wody butelkowanej.
- Dzielenie się nadwyżkami żywności w lodówce.
- Zakupy certyfikowanej żywności i napojów, jeśli budżet na to pozwala.
- Wybór cateringu od lokalnych dostawców i PES, w ekologicznych opakowaniach, w podstawowej wersji wegetariański.
- Gotowanie tylko tyle wody, ile potrzeba, zdejmowanie czajnika z podstawki.

5. Ekologiczna organizacja wydarzeń

- Wybór miejsca z dobrym dojazdem komunikacją publiczną, dostępnego dla osób z niepełnosprawnościami, zwracanie uwagi na standardy środowiskowe danego obiektu.
- Brak gadżetów lub ich zakup od podmiotów ekonomii społecznej.
- Stosowanie QR-kodów, prezentacji w PDF zamiast drukowanych materiałów/minimalizowanie drukowanych materiałów na wydarzeniach.
- Wybór cateringu zgodnego ze standardami żywieniowymi (punkt 4).

6. Zrównoważone projekty

- Budżetowanie z uwzględnieniem kosztów środowiskowych – świadomość, że ekologiczne zakupy mogą być droższe, przekonywanie grantodawców do tego, że warto ponieść wyższe koszty.
- Wykorzystywanie lokalnych zasobów i dostawców.
- Edukowanie beneficjentów naszych projektów, jak mogą sami minimalizować wpływ ich organizacji na klimat – dążymy do stworzenia katalogu ekologicznych wskaźników dla naszych grantobiorców.
- Elektroniczna komunikacja i dokumenty – stosujemy zawsze, gdy jest to możliwe.

7. Komunikacja zewnętrzna i wewnętrzna

- Informowanie wewnętrznie i zewnętrznie o naszych działaniach środowiskowych.
- Dzielenie się efektami, pomysłami i dobrymi praktykami przez stronę internetową, media społecznościowe i raporty.
- Uwzględnianie aspektu klimatycznego w materiałach promocyjnych i informacyjnych.
- Uczymy się i inspirujemy wzajemnie, organizując wewnętrzne wyzwania i kampanie klimatyczne.