

TISKOVÁ ZPRÁVA

Udržitelnost je trend, který už nelze ignorovat. Může firmám přinést i vyšší zisk

PRAHA, 18. října 2021 – Doby, kdy byla udržitelnost podnikání vnímána jen jako jakýsi bonus, jsou už dávno pryč. Stále více lidí i firem si uvědomuje, že zdroje nejsou neomezené. Prosazuje se trend cirkulární ekonomiky, která zdůrazňuje mnohonásobné využití produktů, a stojí tak v ostrém kontrastu k lineárním ekonomickým procesům ve stylu „vytěžit – vyrobit – vyhodit“. Firmy si mnohem více uvědomují nutnost udržitelnosti také proto, že toto téma jako důležité dnes vnímají jejich akcionáři, zaměstnanci i zákazníci.

Čerstvý průzkum mezi respondenty z 65 zemí světa provedený vzdělávací společností Get Smarter¹ ukázal, že investice do udržitelnosti vůbec nemusí být pro firmy jen nákladovou položkou. Může také přinést značné výhody oproti konkurenci.

Téměř 80 % spotřebitelů uvádí, že udržitelnost je pro ně důležitá, a 60 % je dokonce ochotných změnit své nákupní návyky, aby se snížil dopad na životní prostředí. Většina navíc opravdu volí svůj životní styl s ohledem na udržitelnost – v letošním průzkumu to uvedlo 63 % respondentů, což je 10% nárůst oproti roku 2020. Projevuje se to na mnoha úrovních jejich rozhodování: prověřování udržitelnosti investic, recyklace, vyhýbání se jednorázovým plastům, nákup sezónních produktů atd.

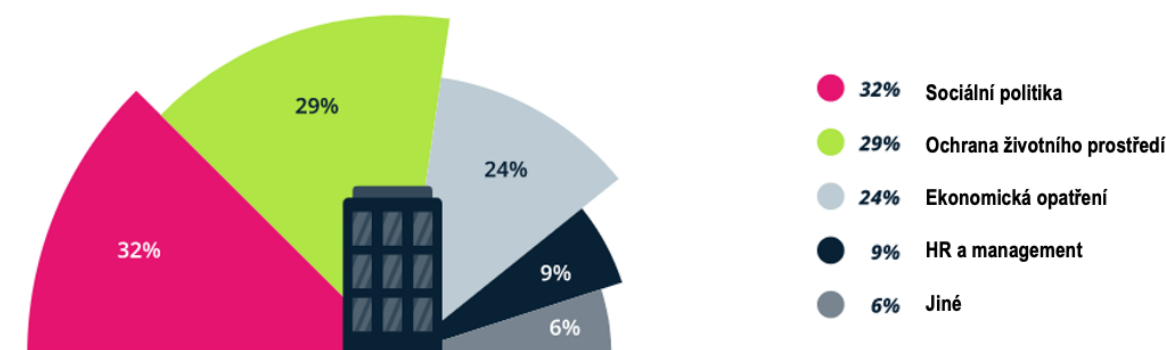
Plýtvání se zdroji, neopravitelné a zbytečně vyhazované produkty s krátkou životností přestávají být akceptovatelné zejména pro starší a movitější klienty, kteří chtějí u svých oblíbených značek vidět důraz na udržitelnost a péči o životní prostředí. „Všichni bychom měli převzít odpovědnost za ochranu naší společné budoucnosti tím, že přijmeme udržitelná opatření hned teď,“ burcuje Jaap van't Ooster, výkonný ředitel společnosti Canon ve střední Evropě.

Není na co čekat

Udržitelnost si lidé často spojují především s ochranou životního prostředí. Jedná se nicméně pouze o jednu z důležitých součástí uvažování o dopadech fungování firem na společnosti a planetu. Podle odborníků je nutné dívat se na problém komplexněji a obohacovat strategie firem o politiku environmentálního zdraví, sociální rovnosti a ekonomické vitality. Jedině tak mohou vzniknout prosperující, zdravé a rozmanité komunity nejen pro v rámci této generace, ale i těch dalších.

¹ Sustainability Report 2021, <https://www.getsmarter.com/blog/sustainability-report/#what-is-sustainability>

Dobrou zprávou je, že si mnoho firem již uvědomilo důležitost komplexního udržitelného přístupu ke svému podnikání a mění se zevnitř i navenek v mnoha ohledech (viz obrázek níže). Ještě lepší je, že se jim to vyplácí, což ke změně přístupu inspiruje další a další. Podle výzkumu Deutsche Bank, který vyhodnotil závěry 56 akademických studií, firmy s udržitelným přístupem k životnímu prostředí, sociální politice i interní správě a řízení (ESG) mají prokazatelně nižší náklady na vlastní financování. Navíc 89 % studií ukazuje, že společnosti s vysokým ESG hodnocením mají lepší tržní výsledky ve středním (3 až 5 let) a dlouhodobém (5 až 10 let) horizontu.²



Současné priority podniků v rámci udržitelnosti dle Sustainability Report 2021.

Za nejpalčivější problém současnosti respondenti výše zmiňovaného průzkumu jednoznačně označili klimatické změny, které nás dnes reálně začínají ohrožovat, a zdůraznili nutnost boje proti nim. Rok 2019 byl druhým nejteplejším v historii a 6,7 milionu lidí bylo nuceně přesídleno ze svých domovů kvůli přírodním katastrofám spojeným se změnou klimatu.³

Nelze nabízet univerzální řešení platná pro všechny společnosti, každá musí začít u sebe a jít do hloubky svých výrobních, distribučních i servisních řetězců. „Cirkulární ekonomika by měla být začleněna do dlouhodobých strategií všech společností. Věřím, že každá společnost a organizace je povinná řídit se nejen finančními výsledky, ale také jasným souborem zásad a hodnot,“ říká Jaap van't Ooster. „Potřebujeme bezodkladná a komplexní řešení omezující plýtvání – a to jak v jednotlivých domácnostech, tak na celém trhu. Zákazníci chápou, že kvalitní produkt je trvanlivý, opravitelný, lze jej recyklovat a znovu použít,“ dodává šéf středoevropského Canonu.

² McKinsey: How organizing for sustainability can benefit the bottom line, <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Sustainability/Our%20Insights/Profits%20with%20purpose/Profits%20with%20Purpose.ashx>

³ Data Světové meteorologické organizace, <https://public.wmo.int/en/media/press-release/multi-agency-report-highlights-increasing-signs-and-impacts-of-climate-change>

Chcete konkrétní příklad z kancelářského prostředí? V celosvětovém měřítku už je dnes zavedenou praxí rozebírat použitá kancelářská zařízení a znovu využívat ty díly, které zůstaly nepoškozené. Podíl původních součástí u takto repasovaných multifunkcí dosahuje až 80 %, a výhodou je i postupné zmenšování závislosti na dodávkách z Asie. To je pozitivem v dnešní situaci plné logistických omezení, ale právě i s ohledem na životní prostředí.

Myslete globálně, začněte lokálně

Většina respondentů (66 %) zmiňovaného průzkumu se domnívá, že zajištění udržitelného rozvoje je společnou odpovědností vlád, nevládních organizací, neziskových organizací, firem i jednotlivců.

Z této myšlenky vychází například i projekt Kopírka hledá kancelář, který Canon ve spolupráci s partnerskými firmami pořádá už čtvrtým rokem v České republice. Nedává smysl, aby kvalitní a plně funkční přístroje končily ve šrotu a nemohly sloužit ještě několik dalších let. Smyslem projektu je proto najít uplatnění pro použité, ale stále spolehlivé kancelářské vybavení, které by jinak kvůli obměně firemní tiskové flotily bylo odsouzeno k recyklaci. Tím zároveň Canon naplňuje závazek udržitelnějšího provozu společnosti.

Canon v rámci snahy o minimalizaci negativních externalit své činnosti nabízí třeba i tiskové papíry snižující uhlíkovou stopu či dlouhodobě zmenšuje balení, v nichž jsou produkty přepravovány. Na palety se jich tak vejde více a dochází k zefektivnění logistiky a dalšímu snížení uhlíkové zátěže. Dalším příkladem je i moderní technologie produkčního digitálního tisku, v němž je Canon jedním z globálních lídrů. Ten je oproti ofsetovým tiskárnám méně náročný na spotřebu vody i provozních chemikálií.

„Chceme najít rovnováhu mezi obchodem, digitalizací, umělou inteligencí, prodejem a pozitivním dopadem na klima a společnost,“ říká Jaap van 't Ooster. Podle jeho názoru je v rámci tohoto tématu dnes nejvíce potřeba spolupráce mezi spotřebiteli, podnikateli, výrobci a vládami. „Všichni bychom měli převzít odpovědnost za ochranu naší společné budoucnosti tím, že přijmeme a budeme dodržovat udržitelná opatření hned teď!“ uzavírá van 't Ooster.

Komunikaci s médii zajišťuje:

Martin Tesař

My.cz

m: +420 739 482 734

e: canon@my.cz

e: martin.tesar@my.cz

O společnosti Canon Europe

Canon Europe je strategickou centrálou pro region EMEA společnosti Canon Inc., předního světového dodavatele technologií a služeb pro digitální zpracování obrazu. Canon působí přibližně ve 120 zemích, ve kterých zaměstnává zhruba 13,5 tisíce lidí. Na celosvětových příjmech společnosti se Canon Europe podílí přibližně jednou čtvrtinou.

Společnost Canon Inc. byla založena v roce 1937. Od té doby díky neustálým inovacím svých produktů a řešení stojí v oblasti zpracování obrazu na světové špičce. Neustále investuje do správných oblastí a využívá příležitostí k růstu – od fotoaparátů přes komerční tiskárny a firemní konzultační služby až po zdravotnické technologie.

Podniková filosofie společnosti Canon nese název Kyosei, což nejlépe vystihuje překlad „Společně žít a pracovat pro obecné blaho“. Společnost Canon Europe usiluje v rámci regionu EMEA (Evropa, Střední východ a Afrika) o udržitelný

růst podnikání se zaměřením na snižování vlastního dopadu na životní prostředí. Stejně tak dbá na to, aby tento dopad minimalizovali i její zákazníci při využívání produktů a služeb Canon.

Canon je průkopníkem, který přispívá ke zlepšování neustále se vyvíjejícího světa zobrazovací techniky. Svými technologiemi a inovativním duchem Canon posouvá hranice možného a pomáhá tak lidem podívat se na svět z nové perspektivy. Vnášíme do života kreativitu, snímek za snímek. Protože jen pokud se dokážeme na svět správně podívat, můžeme jej změnit k lepšímu.

Další informace o společnosti Canon Europe a Canon CZ jsou k dispozici na www.canon-europe.com a www.canon.cz.