Wyniki raportu „Barometr Bayer” nt. zrównoważonego rozwoju

**Kobiety liderkami zrównoważonej rewolucji. Młodzi doceniają, starsi realizują.**

**Warszawa, 14 października 2021** – Wiemy, że trzeba, oceniamy, że warto, ale do codziennego stosowania praktyk zrównoważonego rozwoju jeszcze droga daleka.

Bayer zaprezentował wyniki badania opinii społecznej „Barometr Bayer” poświęconego zrównoważonemu rozwojowi, biorąc pod uwagę kontekst środowiskowy, społeczny i ekonomiczny. Badanie, na zlecenie Bayer, przeprowadził instytut badawczy Kantar[[1]](#footnote-1). Patronat honorowy objął UN Global Compact Network Poland.

**„Ja” i zrównoważony rozwój**

Zdecydowana większość z nas (83 proc.) słyszała to pojęcie, blisko 70 proc. deklaruje zainteresowanie tematyką zrównoważonego rozwoju. Do postępowania w życiu codziennym zgodnie z jego zasadami motywuje nas:

* dbanie o środowisko (54 proc.),
* poglądy (41 proc.),
* przyszłość dzieci (37 proc.).

To kobiety są częściej propogatorkami zrównoważonego rozwoju – uważają, że jego zasady są światu bardzo potrzebne, dostrzegają też wiele osobistych korzyści. Dość zgodni z kolei jesteśmy (60 proc. badanych) w stwierdzeniu, że innowacje sprzyjają zrównoważonemu rozwojowi.

**Młodzi świadomi, ale praktyka po stronie starszych**

Wśród działań, które podejmujemy osobiście, najczęściej wymieniane jest:

* segregowanie śmieci (81 proc.),
* oszczędzanie energii elektrycznej (71 proc.),
* kupowanie produktów sezonowych, ograniczanie kupowania produktów, niemarnowanie żywności (po 68 proc.),
* rezygnacja z jednorazowych opakowań czy artykułów jednorazowego użytku (62 proc.)

Wyraźnie częściej działania tego typu podejmują osoby powyżej 56 roku życia.

„*Pewnym wyjaśnieniem tych wyników może być fakt, że młodzi ludzie (18-35 lat) dłużej mieszkają w domach rodzinnych i rzadziej podejmują decyzje dotyczące tego typu aktywności*.” – ocenia dr Izabella Anuszewska, socjolog z instytutu Kantar.

Zupełnie inaczej jest przypadku w działań na rzecz innych osób - udziału w inicjatywach charytatywnych, aktywności w mediach społecznościowych czy wsparcia finansowego na rzecz organizacji pozarządowych. Tutaj, mimo, że w perspektywie większości działań pozostają na niższym poziomie, wyraźnie widać większe zaangażowanie młodego pokolenia.

Okres pandemii, być może za sprawą dłuższego czasu spędzanego w domach, zwiększył intensywność działań zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Respondenci deklarowali częstsze podejmowanie działań zarówno z obszaru ochrony środowiska (segregowanie odpadów / recykling, oszczędzanie energii), jak i związanych z nawykami zakupowo-żywieniowymi (ograniczanie zakupów, niemarnowanie żywności).

„*Wyniki „Barometru Bayer” pokazują, że choć ludzie wiedzą, że trzeba działać, to do realnej zmiany zachowań potrzeba jeszcze motywacji. Tymczasem ostatnie raporty klimatyczne pokazują, że nie ma już czasu, zmiana musi dokonać się teraz*” – mówi Kamil Wyszkowski, Dyrektor Wykonawczy UN Global Compact Network Poland.

**Kto powinien działać?**

Raport daje prostą odpowiedź na tak postawione pytanie: wszyscy. Niemalże w równym stopniu do działania wzywamy władze lokalne i państwowe, organizacje międzynarodowe, naukowców i ekspertów, korporacje międzynarodowe. Ale, co najważniejsze, wśród tych gremiów wymieniani są wszyscy obywatele.

„*W budowanie bardziej zrównoważonego świata w kontekście środowiskowym, ekonomicznym oraz społecznym powinniśmy być zaangażowani wszyscy – każdy z nas osobiście i w każdym z obszarów, w których ma wpływ”.* – mówi Markus Baltzer, Prezes Bayer Sp. z o.o. - *Bayer jest tu bardzo aktywny. Naszym celem jest osiągnięcie zerowej emisji gazów cieplarnianych netto w całym łańcuchu wartości do 2050 r. Nasza firma przechodzi na technologie neutralne dla klimatu, takie jak energia geotermalna; mamy również ambicję korzystania z 100% energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych. Do działań włączają się pracownicy – przykładem jest konkurs Cleanup Challenge: nasze zespoły z Polski, Czech, Słowacji i Węgier rywalizują w sprzątaniu środowiska.*

**Firmy mogą więcej**

W przypadku firm raport pokazuje na ogromne pole do działania. Segregowanie odpadów wskazuje 59 proc. respondentów i jest to najwyższe wskazanie. Inne działania na rzecz środowiska – takie, jak wprowadzanie ekologicznych artykułów higienicznych, ograniczanie zużycia wody czy prądu, likwidacja jednorazowych naczyń - stosuje się w mniejszej liczbie firm.

**Polska a inne państwa regionu**

Badanie „Barometr Bayer” zrealizowano, oprócz Polski, w innych państwach regionu – w Czechach, na Słowacji i Węgrzech[[2]](#footnote-2). Respondentów różnicuje kilka ciekawych wyników.

Najbardziej zainteresowani zrównoważonym rozwojem są Węgrzy (78 proc.), najmniej – Czesi (57 proc.). Różnią nas ponadto motywacje: o ile we wszystkich krajach na pierwszym miejscu jest dbałość o środowisko, o tyle jedynie w Polsce jako kolejny argument wymieniane są własne poglądy - respondenci w pozostałych krajach zgodnie wymienili przyszłość dzieci.

Kto jest promotorem zrównoważonego rozwoju? Tu badani ze wszystkich czterech państw są zgodni: kobiety!

**O Bayer**

Bayer to międzynarodowe przedsiębiorstwo, którego działalność skupia się na obszarach nauk life science, jakimi są ochrona zdrowia i produkcja żywności. Jego produkty i usługi są opracowane z myślą o korzyściach dla ludzi, wspierając przy tym wysiłki zmierzające do przezwyciężenia głównych wyzwań stojących przed rosnącą i starzejącą się populacją na świecie. Bayer działa w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju, a dzięki swej działalności przyczynia się do wprowadzania pozytywnych zmian. Jednocześnie Grupa dąży do zwiększania rentowności i kreowania wartości poprzez innowacje i rozwój. Marka Bayer na całym świecie jest synonimem zaufania, niezawodności i jakości. W roku podatkowym 2020 Grupa zatrudniała około 100 000 osób, a wartość jej sprzedaży wyniosła 41,4 mld euro. Inwestycje w badania i rozwój wyniosły 4,9 mld euro. Dalsze informacje: [www.bayer.com](http://www.bayer.com).

Kontakt:

**/// Monika Lechowska-Wróbel**, Head of Communications in CEE, Bayer Sp. z o.o., e-mail: monika.lechowska[@bayer.com](mailto:izabella.dessoulavy-gladysz@bayer.com)

Biuro prasowe Bayer:

**Aleksandra Stasiak,** Omega Communication, tel. 602 115 401

E-mail: [astasiak@communication.pl](mailto:astasiak@communication.pl)

**Oświadczenia dotyczące przyszłości**

Niniejszy komunikat prasowy może zawierać oświadczenia dotyczące przyszłości oparte na bieżących założeniach i prognozach kierownictwa firmy Bayer. Istnieje wiele znanych oraz nieznanych rodzajów ryzyka, niewiadomych oraz innych czynników, które mogą prowadzić do znaczących różnic pomiędzy rzeczywiście osiągniętymi w przyszłości wynikami, sytuacją finansową firmy oraz tempem jej rozwoju a przedstawionymi w niniejszym dokumencie szacunkami. Czynniki te obejmują elementy omówione w publicznie dostępnych sprawozdaniach firmy Bayer, które są dostępne na stronie internetowej spółki pod adresem [www.bayer.com](http://www.bayer.com). Spółka nie ponosi żadnej odpowiedzialności za aktualizacje tych stwierdzeń dotyczących przyszłości ani za dostosowanie ich do przyszłych sytuacji lub zdarzeń.

1. *Barometr Bayer – badanie przeprowadził instytut Kantar, sierpień 2021, próba ogólnopolska, reprezentatywna dla osób w wieku 18+, liczebność próby: N=1000* [↑](#footnote-ref-1)
2. *Barometr Bayer – badanie przeprowadził instytut Kantar, sierpień 2021, próba ogólnokrajowa w Czechach, na Słowacji i Węgrzech, reprezentatywna dla osób w wieku 18+, liczebność prób: N=500* [↑](#footnote-ref-2)