**ZAŁĄCZNIK A: SZCZEGÓŁOWE KATEGORIE I PODKATEGORIE NAGRÓD**

Niniejszy dokument zawiera szczegółowy przewodnik po kategoriach i podkategoriach ECU Sustainability Awards 2025, w tym kryteria kwalifikowalności, przykłady i wskazówki, które pomogą wnioskodawcom wybrać właściwą podkategorię.

Jeśli nie masz pewności, którą podkategorię wybrać dla swojego projektu, ten załącznik pomoże Ci określić najlepszą opcję. Zawiera szczegółowe wyjaśnienia, przykłady i kluczowe pytania, które pomogą Ci w procesie podejmowania decyzji.

**Jeśli masz już jasność co do tego, która podkategoria najlepiej pasuje do Twojego projektu, nie musisz czytać tego załącznika**!

**KATEGORIA DETALIŚCI**

Definicja: Ta kategoria dotyczy firm, które sprzedają towary i usługi bezpośrednio konsumentom za pośrednictwem sklepów stacjonarnych, platform cyfrowych lub modeli wielokanałowych. Obejmuje ona firmy wszystkich rozmiarów i sektorów, od artykułów spożywczych i mody po elektronikę i wyspecjalizowany handel detaliczny, które integrują zrównoważony rozwój ze swoimi działaniami, łańcuchami dostaw i zaangażowaniem klientów.

Do uprawnionych firm należą:

• Sprzedawcy detaliczni prowadzący sklepy stacjonarne.

• Sprzedawcy detaliczni e-commerce i cyfrowi sprzedający online lub za pośrednictwem rynków.

• Sprzedawcy detaliczni wielokanałowi łączący doświadczenia w sklepie i cyfrowe

**1. Sustainable Leadership & Excellence**

Docenianie sprzedawców detalicznych integrujących zrównoważony rozwój z zarządzaniem korporacyjnym, operacjami i zaangażowaniem konsumentów.

✔ Najlepsze dla: sprzedawców detalicznych z długoterminową wizją zrównoważonego rozwoju w całej firmie.

✔ Kluczowe pytanie: Czy Twoja inicjatywa zasadniczo zmienia Twoją strategię biznesową i wyznacza nowy standard zrównoważonego rozwoju dla Twojej branży?

Przykłady:

✅ Zobowiązanie do korzystania ze źródeł odnawialnych na dużą skalę – międzynarodowa sieć detaliczna zobowiązuje się do pozyskiwania 100% energii odnawialnej dla wszystkich operacji sklepowych do 2030 r.

✅ Zmiana modelu biznesowego zorientowana na zrównoważony rozwój – sprzedawca detaliczny odzieży przechodzi na całkowicie cyrkularny model biznesowy.

✅ Zarządzanie zrównoważonym rozwojem kierowane przez pracowników – sieć spożywcza integruje cele ESG z przeglądami kadry kierowniczej i szkoleniami personelu.

✅ Rozliczanie śladu węglowego w handlu detalicznym – Sieć domów towarowych wdraża publiczny system śledzenia śladu węglowego, dostarczający dane o CO₂ w czasie rzeczywistym dla każdej transakcji oraz przyjazne dla klientów rekomendacje dotyczące zrównoważonego rozwoju.

**2. Commercial Initiatives**

Dla projektów zrównoważonego rozwoju zorientowanych na rynek, które kształtują zachowania konsumentów i zrównoważone nawyki zakupowe.

✔ Najlepsze dla: Sprzedawców detalicznych wprowadzających strategie produktów przyjaznych dla środowiska, programy lojalnościowe lub modele odsprzedaży.

✔ Pytanie kluczowe: Czy Twój projekt obejmuje bezpośrednie zaangażowanie konsumentów?

Przykłady:

✅ Zrównoważone programy lojalnościowe – Sieć supermarketów nagradza klientów za ekologiczne zakupy.

✅ Inicjatywy gospodarki o obiegu zamkniętym – Globalny sprzedawca detaliczny elektroniki uruchamia program wymiany i odnawiania używanego sprzętu.

✅ Doświadczenie zakupów bez odpadów – Marka kosmetyczna wprowadza stacje uzupełniania produktów do pielęgnacji osobistej.

✅ Edukacja konsumentów na temat zrównoważonych zakupów – Duży sprzedawca detaliczny odzieży tworzy w sklepie „Akademię zrównoważonego rozwoju”.

**3. Operational Improvements**

Do wewnętrznych transformacji zrównoważonego rozwoju w operacjach sklepowych, logistyce lub zarządzaniu łańcuchem dostaw.

✔ Najlepsze dla: Detalistów optymalizujących procesy wewnętrzne w celu zmniejszenia wpływu na środowisko.

✔ Kluczowe pytanie: Czy Twój projekt jest zrównoważony za kulisami, czy skierowany do konsumenta?

Przykłady:

✅ Efektywność energetyczna oparta na sztucznej inteligencji – Inteligentne systemy chłodnicze redukujące emisje o 20%.

✅ Logistyka neutralna pod względem emisji dwutlenku węgla – Flota detaliczna przechodząca na pojazdy elektryczne i lokalne zalesianie.

✅ Przejrzystość łańcucha dostaw i etyczne pozyskiwanie – Śledzenie produktów oparte na technologii blockchain w celu zapewnienia uczciwej zgodności z przepisami pracy.

✅ Centra dystrybucji bez odpadów – Przeprojektowane operacje magazynowe w celu wyeliminowania odpadów składowanych na wysypiskach.

**KATEGORIA FMCG**

Definicja: Ta kategoria dotyczy firm zajmujących się rozwojem, produkcją i/lub komercjalizacją dóbr konsumpcyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju. Obejmuje firmy z różnych branż dostarczające konsumentom często kupowane produkty.

Do uprawnionych firm należą:

• Producenci dostarczający towary do codziennego użytku konsumenckiego.

• Właściciele marek zarządzający rozwojem i komercjalizacją produktów.

• Podmioty odpowiedzialne za dystrybucję rynkową, zapewniające dostępność produktów.

**1. Sustainable Leadership & Excellence**

Rozpoznawanie firm wyznaczających branżowe wzorce poprzez korporacyjne strategie zrównoważonego rozwoju.

✔ Najlepsze dla: firm wpływających na branżowe praktyki zrównoważonego rozwoju.

✔ Kluczowe pytanie: Czy Twoja inicjatywa kształtuje branżę poza Twoją firmą?

Przykłady:

✅ Branżowe zobowiązanie do redukcji plastiku – firma produkująca napoje współpracuje w celu opracowania biodegradowalnych opakowań.

✅ Zaangażowanie dostawców FMCG w realizację celów klimatycznych – producent żywności wdraża zachęty do redukcji emisji.

✅ Integracja zrównoważonego rozwoju w strategii korporacyjnej – marka kosmetyków nakazuje raporty dotyczące wpływu na zrównoważony rozwój dla nowych produktów.

✅ Partnerstwo detaliczne w celu ograniczenia marnowania żywności – marka mleczarska wprowadza dynamiczne ceny oparte na sztucznej inteligencji.

**2. Commercial Initiatives**

W przypadku innowacji produktowych skierowanych do konsumentów, zrównoważonych opakowań lub inicjatyw marketingowych.

✔ Najlepsze dla: firm FMCG wprowadzających zrównoważone linie produktów lub kampanie zwiększające świadomość.

✔ Pytanie kluczowe: Czy Twój projekt jest powiązany z produktem lub działaniem konsumenta?

Przykłady:

✅ Innowacje w zakresie zrównoważonych produktów – firma produkująca napoje wprowadza w pełni nadające się do recyklingu nakrętki do butelek.

✅ Kampanie marketingowe na rzecz świadomości konsumentów – firma spożywcza uruchamia kampanię na temat zrównoważonego odżywiania.

✅ Rozwiązania w zakresie opakowań o obiegu zamkniętym – marka produktów do pielęgnacji ciała opracowuje modele opakowań wielokrotnego napełniania.

✅ Inicjatywy zmiany zachowań – firma FMCG wdraża program edukacji konsumentów skupiony na ograniczaniu odpadów domowych poprzez zaangażowanie cyfrowe i interaktywne narzędzia edukacyjne.

**3. Operational Improvements**

W przypadku inicjatyw zrównoważonego rozwoju skoncentrowanych na procesach produkcyjnych, łańcuchach dostaw lub efektywności wykorzystania zasobów.

✔ Najlepsze dla: firm FMCG redukujących emisje, odpady lub wykorzystanie zasobów.

✔ Kluczowe pytanie: Czy Twój projekt jest wewnętrznie skoncentrowany na efektywności i zrównoważonym rozwoju?

Przykłady:

✅ Energia odnawialna w produkcji – producent przechodzi na 100% energii odnawialnej we wszystkich zakładach produkcyjnych.

✅ Programy redukcji odpadów – firma wprowadza linie produkcyjne bez odpadów.

✅ Zrównoważone pozyskiwanie i identyfikowalność – wdrażanie systemów monitorowania dostawców opartych na sztucznej inteligencji.

✅ Efektywność wodna i energetyczna – producent żywności modernizuje sprzęt w celu zmniejszenia zużycia wody i energii.

**KATEGORIA DOSTAWCÓW ROZWIĄZAŃ**

Definicja: Ta kategoria dotyczy przedsiębiorstw, które opracowują i dostarczają rozwiązania wspierające sprzedawców detalicznych i firmy FMCG w osiąganiu celów zrównoważonego rozwoju. Rozwiązania te mogą usprawniać operacje, łańcuchy dostaw, zaangażowanie konsumentów lub praktyki gospodarki o obiegu zamkniętym.

Do kwalifikujących się przedsiębiorstw należą:

• Dostawcy technologii i infrastruktury (np. logistyka, efektywność energetyczna, gospodarka odpadami, cyfrowe narzędzia zrównoważonego rozwoju).

• Innowatorzy w zakresie opakowań i materiałów (np. zrównoważone alternatywy dla FMCG i opakowań detalicznych).

• Firmy zajmujące się recyklingiem i gospodarką o obiegu zamkniętym (np. redukcja odpadów, odzyskiwanie zasobów, systemy zamkniętego obiegu).

• Partnerzy konsultingowi i usługowi (np. strategie zrównoważonego rozwoju, certyfikaty, ramy zgodności).

**1. Sustainable Leadership & Excellence**

Rozpoznawanie dostawców rozwiązań, którzy tworzą branżowe ramy zrównoważonego rozwoju, skalowalne narzędzia lub pionierskie usługi, które wyznaczają nowe standardy dla firm z branży handlu detalicznego i dóbr konsumpcyjnych.

✔ Najlepsze dla: firm opracowujących branżowe narzędzia lub usługi zrównoważonego rozwoju.

✔ Kluczowe pytanie: Czy Twoja inicjatywa wpływa na wiele firm lub branż?

Przykłady:

✅ Pionierskie certyfikaty zrównoważonego rozwoju – firma opracowuje globalny system oceny zrównoważonego rozwoju dla dóbr konsumpcyjnych.

✅ Rzecznictwo polityki w całej branży – firma prowadzi regulacje dotyczące zrównoważonego rozwoju w łańcuchu dostaw.

✅ Edukacja na temat zrównoważonego rozwoju oparta na grach – interaktywna platforma uczy firmy zgodności ze zrównoważonym rozwojem.

✅ Technologia dla zrównoważonych operacji detalicznych – rozwiązanie oparte na chmurze optymalizujące zużycie energii w handlu detalicznym.

**2. Commercial Initiatives**

Rozwiązania zrównoważonego rozwoju zorientowane na rynek, które pomagają firmom z branży handlu detalicznego i dóbr konsumpcyjnych angażować konsumentów.

✔ Najlepsze dla: Dostawców rozwiązań pomagających firmom z branży handlu detalicznego i dóbr konsumpcyjnych zwiększać zrównoważony rozwój konsumentów.

✔ Kluczowe pytanie: Czy Twoje rozwiązanie bezpośrednio oddziałuje na klientów lub użytkowników końcowych?

Przykłady:

✅ Narzędzia do angażowania konsumentów oparte na sztucznej inteligencji – cyfrowa platforma zachęcająca do zrównoważonych zakupów.

✅ Programy sprzedaży zwrotnej i recyklingu – zautomatyzowane systemy depozytowe do recyklingu konsumenckiego.

✅ Rozwiązania dotyczące zrównoważonych opakowań – dostawca opracowujący opakowania roślinne dla branży dóbr konsumpcyjnych.

✅ Ekologiczne technologie detaliczne – inteligentne rozwiązania kasowe redukujące ilość odpadów papierowych i plastikowych.

**3. Operational Improvements**

Dla innowacji w łańcuchu dostaw, logistyce i infrastrukturze, które poprawiają zrównoważony rozwój w handlu detalicznym i FMCG.

✔ Najlepsze dla: Dostawców rozwiązań optymalizujących procesy zaplecza pod kątem zrównoważonego rozwoju.

✔ Pytanie kluczowe: Czy Twój projekt koncentruje się na operacjach biznesowych, a nie na bezpośredniej interakcji z konsumentem?

Przykłady:

✅ Rozwiązania neutralnego pod względem emisji dwutlenku węgla łańcucha dostaw – Optymalizacja logistyki oparta na sztucznej inteligencji w celu redukcji emisji.

✅ Technologie Waste-to-Value – Innowacje, które ponownie wykorzystują odpady produkcyjne FMCG.

✅ Oprogramowanie do efektywności energetycznej dla sprzedawców detalicznych – Prognozowanie popytu oparte na sztucznej inteligencji, zmniejszające zużycie energii.

✅ Etyczne pozyskiwanie oparte na technologii blockchain – Główny sprzedawca detaliczny artykułów gospodarstwa domowego współpracuje z dostawcami w celu wdrożenia technologii blockchain, zapewniając pełną przejrzystość praktyk pracowniczych i zrównoważony rozwój materiałów od źródła do sklepu

**Ostateczne wskazówki: Jak wybrać właściwą podkategorię**

Zadaj sobie następujące pytania:

• Czy Twoja inicjatywa koncentruje się przede wszystkim na zarządzaniu i przywództwie w całej firmie? → Wybierz Sustainable Leadership & Excellence.

• Czy Twoja inicjatywa bezpośrednio angażuje konsumentów w zrównoważony rozwój? → Wybierz Commercial Initiatives.

• Czy Twoja inicjatywa usprawnia procesy zakulisowe, takie jak łańcuch dostaw, logistyka lub produkcja? → Wybierz Operational Improvements.