

# Odpowiedzialność środowiskowa w reklamie zewnętrznej – standard, który właśnie się tworzy

Rynek reklamy zewnętrznej jest dziś w fazie przejściowej. Deklaracje ESG zyskują na znaczeniu, ale systemy pomiaru, redukcji i raportowania wpływu środowiskowego dopiero się kształtują. W obszarze OOH i DOOH nie istnieje jeszcze jednolity, rynkowy standard odpowiedzialności środowiskowej. Dlatego kluczowe są mierzenie, redukcja i dokumentowanie wpływu. Grupa RW rozwija w tym obszarze własne narzędzia i praktyki operacyjne, których celem jest przekładanie strategii ESG na mierzalne działania w przestrzeni publicznej.

## 1. POMIAR – FUNDAMENT ODPOWIEDZIALNOŚCI

Ślad węglowy kampanii outdoorowej powstaje przede wszystkim w czterech obszarach:

- zużycie energii,
- produkcja i logistyka materiałów,
- transport,
- cykl życia nośników.

W Grupie RW analizę śladu węglowego opieramy na metodologii GHG Protocol oraz na zasadach określonych w Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard. Wykorzystujemy przy tym dane produkcyjne i logistyczne dostawców.

W obliczeniach stosujemy model pełnego cyklu życia (*cradle-to-grave*), co oznacza, że uwzględniamy emisje gazów cieplarnianych (GHG) powstające na etapie:

- produkcji surowców,
- transportu,
- wytworzenia materiałów,
- montażu,
- użytkowania,
- demontażu i utylizacji.

Kalkulator środowiskowy Grupy RW został opracowany we współpracy z Bureau Veritas Polska, co umożliwi zachowanie spójności metodologicznej i powtarzalności obliczeń.

Takie podejście pozwala klientom uwzględnić aspekt środowiskowy już na etapie planowania kampanii.

## 2. REDUKCJA – ZANIM NASTĄPI KOMPENSACJA

Priorytetem jest ograniczanie emisji u źródła. Obejmuje to m.in.:

- dobór materiałów o niższym śladzie węglowym,
- optymalizację transportu i montażu,
- energooszczędne rozwiązania oświetleniowe,
- projektowanie kampanii z uwzględnieniem cyklu życia nośnika.

W realizacjach muralowych wykorzystujemy farby fotokatalityczne KNOxOUT z technologią CristalACTiV™. Zgod-

nie z deklaracją producenta w warunkach laboratoryjnych 1 m<sup>2</sup> powierzchni może rozkładać do 0,44 g NOx dziennie. Efekt w przestrzeni miejskiej uzależniony jest od czynników środowiskowych, takich jak: natężenie ruchu, nasłonecznienie czy wilgotność.

Technologia ta stanowi element strategii redukcji emisji i jest stosowana w ramach szerszego podejścia operacyjnego.

## 3. KOMPENSACJA – UZUPEŁNIENIE REDUKCJI, NIE JEJ SUBSTYTUT

Po maksymalnej możliwej redukcji pozostaje część emisji, których nie da się wyeliminować operacyjnie. Ich poziom wyliczamy przy użyciu kalkulatora opracowanego we współpracy z Bureau Veritas Polska. Dane obejmują pełny cykl życia kampanii. Wysokość kompensacji określana jest w tonach CO<sub>2</sub> i dokumentowana.

## 4. CYKL ŻYCIA MATERIAŁÓW – ODPOWIEDZIALNOŚĆ NIE KOŃCZY SIĘ WRAZ Z KAMPANIĄ

Odpowiedzialność polega na tym, by:

- minimalizować ilość odpadów,
- zwiększać poziom odzysku,
- wdrażać modele ponownego wykorzystania.

Grupa RW rozwija systemowe podejście do monitorowania poziomu odzysku materiałów oraz współpracuje z partnerami w zakresie recyklingu i upcyklingu. Przykładem jest projekt z Mobile Vikings, w którym banery z kampanii w 18 miastach zostały przetworzone w serię użytkowych toreb. Celem nie jest pojedyncza realizacja, lecz wypracowanie powtarzalnego modelu.

## NADZÓR I ROZWÓJ SYSTEMU ESG

Fundacja EcoEvolution pełni rolę partnera strategicznego Grupy RW w obszarze rozwoju działań środowiskowych i ESG.

W kolejnych etapach planujemy wdrożenie spójnego systemu zbierania, archiwizacji i analizy danych środowiskowych,

obejmującego:

- emisje,
- zużycie materiałów,
- poziom odzysku,
- działania kompensacyjne.

Torby i nerki uszyte z banerów po kampanii Mobile Vikings, zrealizowanej w 18 miastach.



Mural Jana Zumbacha, Warszawa, ul. Kazury 2E, zrealizowany przez Grupę RW z inicjatywy Fundacji Polskie Niebo, wykonany z użyciem farb fotokatalitycznych KNOxOUT.

Docelowo Fundacja EcoEvolution będzie wspierać proces weryfikacji danych środowiskowych oraz rozwój transparentnego systemu raportowania.

## NASZE CELE 2026-2028

- Redukcja emisji związanych z logistyką o 20%.
- Minimum 50% materiałów odzyskiwanych lub poddawanych upcyklingowi.
- 70% kampanii objętych kalkulacją śladu węglowego.
- Rozwój systemu raportowania danych środowiskowych.

Realizacja tych celów będzie monitorowana w ujęciu rocznym jako element długofalowej strategii ograniczania wpływu środowiskowego.

## KIERUNEK: ODPOWIEDZIALNY OUTDOOR

Skala kampanii i odpowiedzialność środowiskowa mogą funkcjonować równolegle, pod warunkiem oparcia działań na danych i procesach. Kluczowe jest przejście od deklaracji do danych.

W Grupie RW ESG stanowi element modelu operacyjnego i jest integrowane z procesami planowania oraz realizacji kampanii OOH i DOOH. Celem jest budowanie rynkowego standardu odpowiedzialności w OOH – opartego na pomiarze, redukcji, transparentności i długoterminowej strategii.

