

- ПУБЛИКУВАЙ ОБЯВА
- ЦЕНИ И УСЛУГИ
- НОВИНИ
- МЕНИДЖЪНТ**
- Лидерство и управление
- Законодателна уредба
- Назначаване и освобождаване
- Мотивация и развитие
- Бизнес етикет
- Мениджъри в действие
- КЗ
- Новият брой
- Архив
- КЗ Конференции
- Печатно издание (PDF)
- БЮЛЕТЕНИ

KARIERI.bg предлага абонамент за регулярни електронни бюлетени

**HR бюлетин** - с новините и най-новите статии от рубрика Мениджмънт

**Кариерен компас** - с новините и нашите съвети за кариерно развитие

Абонирам се

Начало > За работодатели > Мениджмънт > Зелени крачки в офиса

## Зелени крачки в офиса

Компаниите влагат ентузиазъм и изобретателност във все повече екоинициативи

Ирина Станева  
05/09/2008 14:10

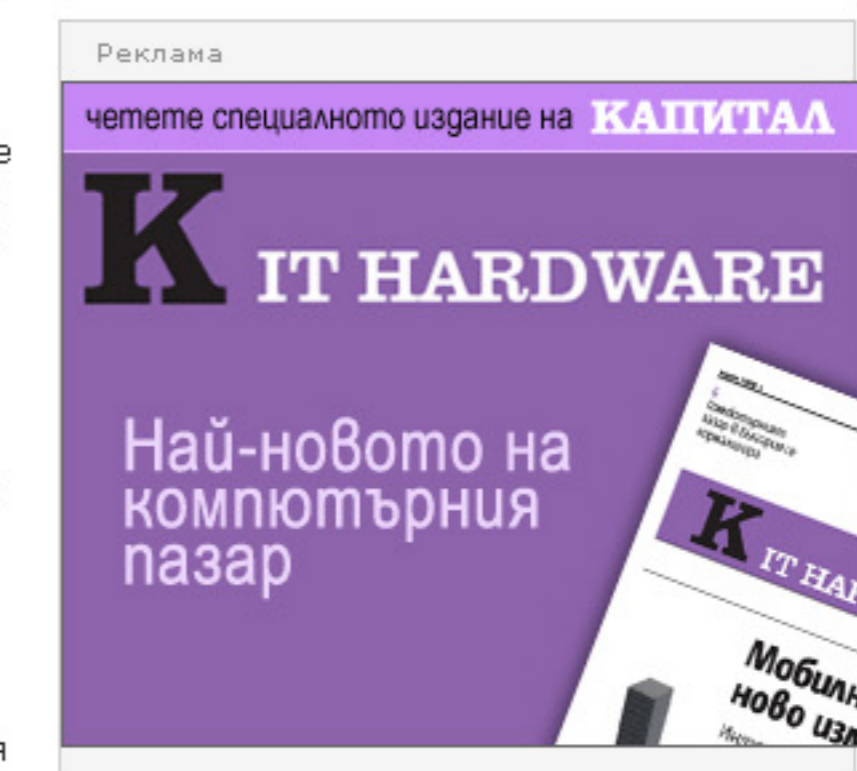
Увеличаване Смаляване Печат Изпращане на статия



Не бъди дърво – трябва ли да приетиш този мейл? Това е въпросът, с който наричаната лисица Зорка напомня на служителите на холдинговата компания Publicis/MARC Group да пестят хартия. Зорка е основен герой в екопрограмата на компанията и с шеговитите си послания насърчава служителите да участват в зелените инициативи в офиса.

### Още по темата

- Да се хванем за зелено ... в офиса
- Климентина Рашева: Бизнесът може да печели от грижата за природата
- Засади дърво - задръж талант
- Урок по екология
- Екошерифи с нисия



Всичко тръгва от няколко ентузиаста от PR агенцията на холдинга – Publicis Consultants/MARC. Те си поставят за цел да измислят инициатива, която да мотивира и стимулира колегите им да бъдат активни. Така стигат до зелената идея. С нея искат да развият екокултура, която да доведе до реална промяна на поведението. Инициативата на Publicis Consultants/MARC стартира по време на тим билдинг на групата през май тази година под мотото

### "Дръж се естествено"

Авторите на идеята най-напред поставят кошчета за разделно събиране на отпадъците в офиса. Следват засаждане на смърчове на Витоша, размяна на мейли с екосъвети, създаване на стикери на кампанията с героинята Зорка, която бди над всичко, което се случва в офисите на холдинга – от пестенето на вода и електроенергия до правилното разделяне на боклука. Образът на лисицата става неразделна част от корпоративната сигнатура на всяко електронно писмо.

Екодейностите на Publicis Consultants/MARC вече имат своите последователи в рамките на групата. За осмия си рожден ден компанията за събитийн мениджмънт Eventis подарява на колегите си от останалите агенции в холдинга торби от плат за многократно употреба. Целта на екипа е да накара колегите си да се откажат от ползването на найлонови торбички. "Следващото предизвикателство, което обмисляме, е конкурс за най-зелен офис", посочва PR мениджърът Ралица Жикова.

### Зелен пламък в очите

Уебкомпанията "Маг студио" започва своята зелена кампания след смяната на офиса преди година. Днес сайтът на компанията има специална подстраница "Зелена политика". По думите на финансовия мениджър Олга Апостолова от самото начало колегите ѝ са били много активни в предложенията си за зелени инициативи. Въпреки това първоначално идеите се приемали трудно. "Вкъщи човек гаси лампите и спира водата, защото по този начин намалява разходите си. В компанията обаче нищо не излиза от джоба му и е много трудно да му се обясни, че това вече е въпрос на самосъзнание, а не само на отговорност към обществото и природата", обяснява Апостолова.

Първата стъпка от зелените инициативи на "Маг студио" е поставянето на кошчета за разделно събиране на отпадъците. Само два месеца по-късно екипът напълно забравя за пластмасовите чаши – в офиса се ползват само стъклени. Екоекипът на Publicis/MARC Group също насърчава служителите да си носят собствена чаша, когато отиват за кафе до близкото заведение или ползват машината в кухнята.

Изключването на компютрите и мониторите, употребата на енергоспестяващи крушки и намаляването на температурата на климатичите също са задължителна част от зелените порядки. Сериозна стъпка в тази посока е направил екипът на Британския съвет в България, който през 2007-2008 г. за първи път участва в състезанието за спестяване на енергия в офис сгради чрез промяна на поведението Energy Trophy+. То се провежда по програмата "Интелигентна енергия за Европа" на Европейската комисия. Инициативите на Британския съвет са в две посоки – спестяване на енергия в сградата им в София и информиране на курсистите и посетителите за значението на енергийната ефективност. Подобни вътрешни инициативи съществуват и в офисите на Британския съвет по света – мрежа от "зелени ентузиаста" там подпомага разпространението на осъзнато отношение към околната среда в офиса.

### Расте и зеленее

Зеленият екип на Publicis/MARC Group провокира въображението на колегите си за опазване не само на ресурсите, а и на природата. Конкурсът "Моята лятна екомисия" стимулира служителите на творческия директор да пренесат зелените идеи в личния си живот и да свършат нещо полезно по време на летния отпуск. Желеещите да участват имат свободата сами да изберат своята лятна мисия – да засадят дърво, да почистят плажа или да заложат на нещо друго по свои избор. Единственото изискване е личната инициатива да бъде документирана в история и снимки.

Екоинициативите на "Маг студио" и на Publicis/MARC Group не остават само вътрешни. Освен че ангажират служителите си и техните приятели, двете компании полагат усилия да запалят за зелената идея и своите клиенти. Publicis Consultants/MARC например се опитва да ги накара да отпечатват рекламни материали на рециклирана хартия – нещо, което екипът на "Маг студио" прави от ноември 2007 г. с визитките си. Миналата година уебкомпанията е поднесла коледните подаръци на служителите си в кутийки, направени от рециклиран картон.

Типичен пример за разширяване обхвата на зелените инициативи е проектът на сдружение "Горичка" за календар за 2008 г., който е произведен от 100% рециклирана хартия. Негов дизайнер е творческият директор на "Маг студио" Георги Линков, а изработката му е изцяло спонсорирана от Американската агенция за международно развитие (USAID), Британския съвет и "Екобулпак". "Маг студио" и Publicis Consultants/MARC подкрепят инициативата, като подаряват екокалендарите на клиенти, служители и приятели. Приходите от продажбите на календара отиват за засаждането на дървета. Двете компании вече са участвали в залесяванията, които "Горичка" организира два пъти годишно.

### До всяко зелено същество – още едно

Положителният пример на служителите с екосъзнание заразява и останалите. "На всеки от нас му е по-лесно да върши нещата, както е свикнал. Трябва малко стимул и някой колега да го подсети да си хвърля пластмасовата чашка в контейнера за пластмасови отпадъци", разсъждава Ралица Жикова. Тя разказва, че някои от колегите ѝ са събирали боклука отделно по собствено желание още преди появата на цветните кошчета в офиса. Колко обаче са хората, които пренасят зелените практики извън офиса? Наблюденията на HR специалистката на "Маг студио" Нона Костадинова са, че голяма част от колегите ѝ популяризират зелените идеи сред приятелите си. До момента компанията все още не е направила анкета, за да оцени влиянието на екоинициативите сред служителите си. "Стараем се да се фокусираме върху цялостни идеи, а не върху отделни инициативи. Няма никакъв смисъл цяла година да пиеш вода от пластмасови чаши и после един път в годината да отидеш да изчистиш парка", категорична е Костадинова.

Реализирането на подобни екопрограми се оказва трудоемка задача, която изисква промяна на нагласите у много служители. И резултатите невинаги са успешни. Такъв е случаят със замената на хартиените кърпи за ръце с памучни в санитарните помещения на "Маг студио". "Идеята ни за хавлиените кърпи не просъществува дълго, защото сме много хора и не е особено хигиенично", признава Олга Апостолова. Единствените забележки относно другите екопромени били от страна на чистачките в офиса. За тях повече стъклени чаши означава повече работа, а разделното изхвърляне на боклука – допълнителна разходка до цветните контейнери на съседната улица.

Подобен е и опитът на Publicis/MARC Group. Освен да даде допълнителни указания на служителите си, компанията трябвало специално да поръча поставянето на контейнери за различни видове отпадъци близо до офиса. Логистичните трудности обаче не спират холдинга да реализира идеите си и да ги умножава – служителите на Publicis/MARC Group планират да залесят градинките край новия си офис. Така зелените им идеи ще стигнат до повече хора.

Първите стъпки в екоинициативите винаги са трудни, а първите опити – невинаги успешни. Малките зелени крачки на много компании обаче вече се превръщат в големи екопътеки благодарение на енергията, която служителите им влагат в тях. Тогава идеите заживяват собствен живот със собствени герои като еколисицата Зорка.



"Хавайката" е един от експонатите в изложбата-търг на произведения от отпадъци, изработени от служители на Publicis/MARC Group. Събраните средства са предоставени на дом "Майка и дете" в Габрово  
**Фотограф:** Publicis/MARC Group

Още от тази рубрика

- Урок по екология
- Засади дърво - задръж талант

### ФОРУМ КАРИЕРИ

#1 аз  
20/10/2008 14:03  
от **kastag** [Напирайте този коментар за неуместен?](#)

тук

**Блогът за икономедиа**  
на Георги Ангелов и Светла Костадинова  
ikonomika.org

Реклами от Google

### ДАЙТЕ МНЕНИЕ ПО ТЕМАТА

Автор:

Заглавие:

Съобщение:

[Правила за участие във форума](#)  
 [Предимства за участие във форума с регистрация](#)  
 [Регистрация](#)  
 Кирилица:  РНО