

ממשקי עירייה – עסקים בקידום קיימות עירונית

סיכום מפגש עמיתים – מובילי אקלים וקיימות בערים החברות ב"אמנת האקלים" ותכנית "ברית ערים לאיכות חיים וסביבה" של פורום ה-15 – 14.7.2022

משתתפים:

יעלה אבנון - עיריית הרצליה	אלון טננבאום - עיריית הרצליה
אורן קריב - עיריית הרצליה	דניס בלמקר - עיריית הרצליה
תמיר זורח - עיריית הרצליה	ענת ברוק גורפונג - עיריית רעננה
אורן תבור - היחידה הסביבתית בשרון	עירית גולן אנגלקו- נתניה
שרית סלע - עיריית נתניה	ימית הונקמן פרץ - עיריית אשדוד
טלי קפלן פיניש - עיריית ראשון לציון	איילת אריאלי - עיריית תל אביב-יפו
גיא דקניט - עיריית תל אביב-יפו	רונית איבגי - עיריית באר שבע
אסף אדמון - היחידה הסביבתית אילת-אילות	גבי גרינשטיין - עיריית בת ים
מירב קוברגרו - עיריית חיפה	נורית מירון - עיריית חיפה
שירה גורלי - עיריית חיפה	אלון גונן - עיריית חדרה
תמי קצנבורג נבנצל - עיריית כפר סבא	שלומית קיטרו - עיריית כפר סבא
שירן כהן רביע - עיריית רמת גן	עומר בן נון שטרן - עיריית רמת גן
מאיה קרבטרי - פורום ה-15	הדס בר המלי - פורום ה-15
עידית הוד - יועצת פורום ה-15	

פתיחה – פורום ה-15:

להלן קישור למצגת הפתיחה שהוצגה במפגש.

- המגזר העסקי בעיר יכול להיות שותף לקידום קיימות עירונית. לשיתוף פעולה בין העירייה למגזר העסקי יכולות להיות תועלות רבות.
- העסקים והחברות הפועלות בעיר מהווים לא פעם חלק מ"הבעיה" כייצרנים של פליטות, זיהומי ומפגעים סביבתיים שונים ולכן הם יכולים ואולי אף צריכים להיות חלק מהפתרון.
- בשנים האחרונות יש עלייה בעניין/עיסוק של המגזר העסקי, לרבות התעשייה, בנושאי הקיימות ושינויי האקלים. לצד זאת עיריות רבות בעולם מזהות את הצורך והיתרונות ברתומת הסקטור העסקי/פרטי לטובת הקידום של מדיניות אקלים עירונית.
- ראשית, עסקים יכולים "להרוויח" ממעבר להתנהלות יותר מקיימת בעסק.
- בנוסף, המגזר העסקי הוא בעל יכולות, מומחיות ומשאבים שמאפשרים לו לשמש כגורם מוביל בקידום עשייה מקיימת, לשמש כ"בטא-סייט" לבחינת היבטי אקלים ולקידום יוזמות. שיתוף פעולה מוצלח בינו לבין העירייה יכול לעזור לקדם מטרות משותפות שיטיבו לא רק עם העסק אבל גם עם תושבי ויוממי העיר.
- קיימות כבר דוגמאות רבות לעיריות שכבר פועלות מול המגזר העסקי ([פינקס](#), [סינסנטי](#), [מינכן](#) ועוד), וכן פורסמו מספר מדריכים והמלצות לעיריות בעניין עבודה עם המגזר העסקי בנושאי קיימות ואקלים, כדוגמת המדריך שפרסם ארגון ה-[C40](#) ופרויקטים נוספים. קיימות גם יוזמות שמאגדות עיריות שבוחרות לפעול יחד עם המגזר העסקי במטרה לעמוד ביעדי אקלים עירוניים או בנושאי אדפטציה שונים.
- גם בארץ כבר ניתן לראות התחלת פעילות בתחום – נציג חלק מהעשייה הזו במפגש זה.
- מיפוי ראשוני של הפעילות של עיריות בתחום זה מעלה מגוון רחב של ערוצי פעולה. לשם הנוחות, יצרנו עבורכם סיווג מוצע של ערוצי הפעולה הקיימים (וערוצים נוספים שאנו ממליצים לבחון):



- הפעילות מול המגזר העסקי בישראל בנושאי קיימות כרוכה באתגרים וחסמים, בהם:
 - קיים פער מובנה בין המגזר העסקי לעירייה במניעים לפעילות – בעוד העירייה פועלת לצמצום צריכה ועידוד צריכה מקיימת בקרב התושבים המגזר העסקי פועל בראש ובראשונה להגדלת הרווח וכפועל יוצא שואף דווקא להגדיל את הצריכה.
 - רמה גבוהה של ריכוזיות שלטונית בישראל, וכפועל יוצא שליטה מצומצמת עד אפסית של העירייה בתחומים עיקריים – הן בנושאי סביבה וקיימות והן בהיבטים נוספים שמהם נגזר מרחב פעולה מצומצם (למשל ביכולת להציע תמריצים – תעריפי ארנונה, רישוי עסקים ועוד).
 - הרשות המקומית כפופה למגבלות משפטיות יותר מחמירות ביחס לעסקים, כחלק מהמגזר הציבורי. מגבלות אלה יכולות להשפיע על היכולת של העירייה לשלב היבטי קיימות בעבודתה, למשל שילוב קריטריוני איכות במכרזים.
 - מחסור במנגנונים מוסדרים ליצירת שיתופי פעולה חוצי מגזרים, בדגש על PPP (Private-Public-Partnerships).

תו "נקי מחד פעמי" – עיריית הרצליה:

להלן קישור למצגת שהוצגה במפגש.

- במסגרת מאמציה להפחתת ייצור הפסולת בתחומה ובמעבר לצריכת משאבים מקיימת יותר, השיקה עיריית הרצליה מספר מהלכים עירוניים להם ממשקים עם המגזר העסקי בעיר.
- "עיר ללא פלסטיק":
 - לאור סקר פסולת בחופים שקיימה העירייה בשיתוף עם עמותת צלול ב-2018, ממנו עלה ש-70% מהפסולת בחופים הורכבה ממוצרים חד פעמיים, הוחלט למקד פעילות בצמצום השימוש בחד פעמי בעיר.

- בשלב ראשון הושק קמפיין "עיר ללא פלסטיק" - התחילו ממשרדי העירייה, לאחר מכן עברו לקמפיין עירוני נרחב, כולל במערכת החינוך.
- בהמשך, התרחב הקמפיין גם לחופי הים וכלל גם תיקון של חוקי העזר העירוניים בדבר האיסור של הכנסה ומכירה של חד פעמי בחופים.
- החלו להפעיל שת"פים עם עסקים תוך התמקדות באזור החוף (מועדון הגלישה גזיבו).
- הופעל פיילוט בשיתוף עמותת צלול במסגרתו עובדים באזור התעשייה בהרצליה קיבלו משלוחי אוכל בצהריים בכלים רב-פעמיים והחזירו אותם למחרת. בפיילוט השתתפו עובדי חברת Solaredge, מסעדת גוטה וחברת re-feel בעיר.
- תו "נקי מחד פעמי" - תו עירוני לעסקים:
 - התו ניתן לעסק שעומד ברשימת קריטריונים הנוגעים לשימוש בחד פעמי, וניתן בשתי רמות, (בהתאם למספר הקריטריונים בהם עומד העסק) - תו זהב ותו כסף.
 - במסגרת גיבוש הפרויקט, בוצעה חשיבה רבה על השאלה במה להתמקד, והוחלט להתמקד בצמצום השימוש בכלים חד-פעמיים.
 - מתבצע פיילוט עם חברת כתר, שמפעילה בין היתר מיזם לאיסוף ומחזור מוצרי פלסטיק בשיתוף עם רשויות מקומיות במסגרתו מפעילה החברה נידת איסוף של מוצרי פלסטיק, מחזור המוצרים והשבתם למרחב הציבורי בעיר בצורת מוצרים חדשים דוגמת כיסאות וספסלים.
 - גיוס העסקים מתבצע באמצעות קמפיין הסברה, והעירייה בתקשורת עם עסקים נוספים לגבי הצטרפותם.
 - האתגרים העיקריים שעולים מהפעילות עד כה הינם:
 - רתימה של עסקים להצטרפות לתו - איך להגיע לעסקים ליצירת קשר ראשוני ואיך ליצור אצלם עניין להצטרף לתו.
 - אלטרנטיבות לחד פעמי הקיימות בשוק אשר אינן מספיק טובות ולא מספקות מענה לצרכים של העובדים בעסקים.
 - הוכחת הכדאיות הכלכלית של המהלך אל מול המשך השימוש בחד"פ, מאתגר בעיקר בעסקים קטנים אשר רכישה של כלים ומדיח ותפעולו מקשה על העניין.
 - העדר תימרוץ כלכלי וחקיקת עזר מלווה אשר תאפשר להציע לעסקים שמצטרפים הנחה בארנונה או כל תמרוץ שיעודד אותם לעמוד בדרישות התו.
 - דיווח ומעקב אחר עמידה בתנאי התו מצריכה שעות עבודה ואולי אף כוח אדם ייעודי בעירייה אשר לא קיים. בנוסף, אכיפה של דרישות התו יוצרת צורך בפקוח והתנהלות לא נעימה אל מול העסקים.

"פורום עסקים ירוק" – עיריית נתניה:

להלו קישור למצגת שהוצגה במפגש.

- עיריית נתניה רואה בעסקים בעיר גורמים משמעותיים במרקם העירוני ושותפים חשובים בהתמודדות עם שינוי האקלים. על-מנת לרתום את המגזר העסקי לתהליכים עירוניים בעלי ערך סביבתי החליטה העירייה לייסד "פורום עסקים ירוק", בהובלה משותפת של האגף לאיכות הסביבה והאגף לפיתוח עסקי וכחלק היישום תכנית האקלים העירונית.
- בשלב ראשון, בוצעה סקירה של מודלים ופרויקטים אפשריים מהעולם. מתוך המודלים שנסקרו, הוחלט לאמץ מודל שפועל בארה"ב בשם 2030 Districts, המבוסס על שותפויות מסוג PPP- Private-Public Partnerships בין מגזר פרטי לציבורי. כדי להתאים את המודל למאפיינים ולצרכים של עיריית נתניה והעסקים בנתניה, בוצעו במודל מספר התאמות. מטרת המיזם היא ללוות את העסקים בקידום מהלכים מקיימים, להנגיש ידע, לקדם שיח על אתגרים משותפים, ליצור תשתית לרתימה של עסקים נוספים ולבנות שותפויות ציבוריות-פרטיות.
- בשלב שני, בוצע מיפוי של אזורים מתאימים לפעילות וזוהו שני אזורים תעשייה ומסחר מרכזיים.
- בשלב השלישי, בוצעה פנייה לעסקים הפועלים במרחבים אלה.

- בשלב הרביעי התחילה העבודה מול העסקים, המתבצעת בשני מסלולים – מסלול פרטני (עבודה ייעודית מול כל עסק ועסק) ומסלול משותף – מפגשים שוטפים של פורום העסקים.
- במסלול המשותף, מתקיימים מפגשים עיתיים של פורום העסקים בתדירות של כאחת לחודשיים. כל מפגש מתארח באחד העסקים החברים, וכולל תכנים רלוונטיים ושימושיים, לצד תכנים מעוררי השראה.
- במסלול הפרטני, מתבצע ליווי פרטני של כל עסק ועסק. בנוסף, מפרסמת העירייה ניוולטר ייעודי לחברי הפורום, מספקת מענה ליוזמות סביבתיות, מסייעת בממשקים עם גורמי העירייה השונים ובחיבור בין חברות עסקיות שונות בעיר.
- חברי הפורום החליטו להתמקד בשני נושאים מרכזיים: קידום פתרונות תחבורתיים וניהול המשאבים סביבתי בתחום הפסולת.
- מתוך העבודה שכבר החלה עולים מספר אתגרים:
 - העדר מידע מסודר ופרטי קשר של החברות בעיר מקשים על מיפוי העסקים וזיהוי השותפים הפוטנציאליים.
 - העדר מינהלת עסקים עירונית בעלת ערוצי תקשורת יעילים אל החברות העסקיות.
 - הצורך בליווי שוטף ורציף על מנת להשאיר רלוונטיים עבור העסקים וליצור המשכיות.
 - רתימת גורמים נוספים בעירייה למאמץ המשותף.
 - קונספט חדשני ולא מוכר בארץ – מקשה על מלאכת הרתימה של עסקים ועל הנעה לפעולה.
 - לרוב הצלחה תלויה בקיומו של גורם בתוך חברה בעל חיבור לנושא, שמניע מבפנים.
- תכניות להמשך:
 - הרחבת הפורום וביסוסו כגורם עירוני משמעותי.
 - בניית מאגר המלצות לרכש ירוק על מנת לעודד את העסקים לעבור לצריכה מקיימת יותר של משאבים אשר תסייע, בין היתר, לחיזוק הכלכלה המקומית והטמעת התנהלות מקיימת בתוך העסקים.
 - בניית מאגר "סל" של טכנולוגיות ירוקות רלוונטיות שיהיה מותאם לצרכי העסקים החברים בפורום.
 - בניית מאגר כלים והמלצות על עמותות וגופים הפועלים בתחום ירוק העסקים.
 - יצירת שיתופי פעולה נוספים של המגזר העסקי עם עמותות וגורמים ממשלתיים במטרה לבסס את פעילות הפורום ולוודא שהרשות לא תהיה הגורם המניע הבלעדי.

עסקים וחדשנות סביבתית – עיריית תל אביב-יפו:

- בעיריית ת"א-יפו הוחלט לשים דגש על מקומם של העסקים במרקם החיים העירוני ולהשקיע משאבים בפיתוח אקלים עירוני מוכוון עסקים (עוד לפני שאלת הקיימות והאקלים), ובכלל זה:
 - גיוס מנהלות/י "קשרי עסקים" אזוריות, המשמשות אוזן קשבת לעסקים ומסייעות במתן פתרונות מיידיים - פונקציה אשר הוכיח יעילות בתקופת הקורונה ולאחריה. הפעולה הזאת הגיעה מתוך ההבנה שהעסקים, ובעיקר עסקי הרחוב, הם חלק ממה ש"עושה את העיר".
 - הקמת מנהלת עסקים אשר פועלת יותר ברמה האסטרטגית ופחות בשטח.
 - בתוך התאגיד העירוני "עיר עולם ותיירות" הוקם גוף ייעודי שעובד מול תעשיית הטק.
- בהתמקדות בסוגיות של עבודה עם עסקים בהיבטי אקלים וקיימות, זיהו את הצורך להתאים את העבודה עם העסקים למאפייניהם השונים – גודל העסק ופעילותו, סקטור, פוטנציאל ייצור "אימפקט". לדוגמא: חוזקה של עסקי הרחוב הקטנים היא הקשר ההדוק עם הקהילה, חוזקה של חברות גדולות היא עתירות המשאבים, הידע והעובדים.
- לפני מספר שנים, יזמה העירייה "תו ירוק לעסקים" בעיר. לצד החסמים והאתגרים הרבים, הפרויקט זכה להצלחה במדדים רבים, וגויסו הרבה עסקים. אולם, הפרויקט גם העלה שאלות רבות – האם זה מקומנו כעירייה לייצר תו איכות? האם זה מוצדק להעמיס על העסקים דרישות נוספות, בנוסף לדרישות הרגילות לרישוי עסק, בשעה שחלקם מתמודדים עם אתגרי הישרדות יומיומיים? לאור זאת, הוחלט לפתח ערוצי פעילות נוספים, לצד התווים.

- עברו למודל עבודה ב-3 מעגלי פעולה - (מודל העבודה מול המגזר העסקי מתמשק עם יעדיה ומטרותיה של תכנית האקלים העירונית):
 1. עבודה מול עסקי רחוב (קטנים ובינוניים) - לאור ניסיון העבר שהעלה אתגרים בעבודה מול העסקים באמצעות התו הירוק ולאור העבודה שהשם של התו קיבל משמעות חלופית בתקופת הקורונה, הוחלט לפעול מול עסקי הרחוב מתוך מסגור חדש. בכלל זה שואפת העירייה לייצר סל כלים עבור עסקים בכדי לסייע למעבר להתנהלות מקיימת יותר, להציע הדרכות והכשרות יחד עם תמריץ וחיבור של העסק לקהילה - לחזק את החוזקה. באמצעות יצירת שיתופי פעולה יזומים מושכים את התושבים לעסקים ספציפיים ומקדמים את האג'נדה העירונית.
 2. מרחבים עסקיים - מרחב עירוני שבו מתנהלת פעילות עסקים - נמלים, קניון. אזור רחב שיש לו השפעה סביבתית משמעותית (תחבורה, פסולת, אנרגיה). העבודה של העירייה בתחום זה תהיה בניסיון לספק מענים סביבתיים לאתגרים שנוצרים מתפעול של מרחבים אלה.
 3. חברות גדולות - מעוניינים לרתום את המגזר הזה לשותפויות עם העיריה במטרה לקדם ביחד יוזמות לטובת העיר והסביבה. עבודה זו נעשית, בין היתר, מתוקף החברות של עיריית ת"א-יפו בארגון C40, עוקבים אחר יוזמת ה- CBCA המשותפת ל- C40, CDP וה- WBCSD.

דיון:

- תו ירוק לעסקים:
 - השקה ובעיקר תחזוקה של תווי איכות (כדוגמת תו ירוק) כרוכים בהשקעה רבה – הן מצד העסקים והן מצד העירייה, ולכן זה קשה ליישם. לעומת זאת, שיטת הפעולה החלופית שמתרכזת ביצירת פלטפורמות שמנגישות ידע וכלים עבור עסקים שמבקשים לייעל את צריכת המשאבים שלהם ולעבור להתנהלות סביבתית יותר היא בעלת פוטנציאל היתכנות גבוה.
 - קיים תו איכות ירוק בינלאומי למגזר המלונאות שכדאי להכיר - green key.
 - אתגר – האם ניתן תו ירוק לעסק שליבת הפעילות העסקית שלו אנטי-סביבתית?
 - וולונטריות מול חיוב: האם יש עדיפות לדרישות וולונטריות או לשילוב הדרישות הסביבתיות ברישיון העסק?

בדיון עלה שעדיף לרתום את העסקים באופן פוזיטיבי, שמעורר רצון לשיתוף פעולה, במקום לעורר אנטגוניזם. יש חשיבות בכך שהתו הירוק יישאר בבחינת beyond compliance. לצד זאת, מאחר שמדובר בדרישות וולונטריות, יש לוודא ישימותן, בראי רגולציה לאומית, תשתית זמינה (כמו מתקני קצה למחזור) ועוד.
- מול אילו עסקים כדאי לעבוד? האם עדיף לפנות רק לעסקים קטנים או גם לתאגידים גדולים? האם פונים לסניפים מקומיים של חברות שהן חלק מרשת ארצית/עולמית? (לדוגמא: קופות חולים, רשתות מזון). לכל סוג עסק יתרון מסוג אחר:
 - עסקים קטנים: עסקים קטנים ברחוב הם בעלי תרומה ישירה לכלכלה העירונית, וחלק מהדנ"א העירוני – הם מחזקים את הרחוב העירוני, וגם בעלי ההשפעה הפחותה על הסביבה, ביחס לתאגידים גדולים.
 - סניפים מקומיים של רשת ארצית: לעתים החברות ברשת סניפים מייצרת תחרות בין סניפים, שניתן לרתום לטובת הפעילות שהעירייה מציעה.
 - חברות בין-לאומיות גדולות: לחברות כאלה לעתים קרובות יש חזון, מדיניות או אג'נדה סביבתית, ולעתים אפילו וכוח אדם ייעודי שעוסק בנושאים האלה. במצב כזה, לעתים יותר קל לרתום את העסק ולהתחבר לערוץ פעילות קיים בחברה.
- איך רותמים את העסקים לשותפות עם העירייה:
 - אתגרים:
 - מאוד קשה לרתום עסקים למהלכים וולונטריים, גם אם כבר יש להם עיסוק מקדים בנושא, ואפילו אם יש היבט ברור של כדאיות כלכלית.

- גם לאחר הרתימה, יש קושי בשימור העסקים בתהליך – גם עסקים שבהתחלה הראו עניין בתהליך לעתים מאבדים עניין במהלכו, לעיתים על רקע תסכול מקצב או כיוון הפעילות.
 - הצלחות:
- ליווי אישי ותמיכה השוטפת מסייעים ברתימה ובשימור של עסקים.
- הצגת ההצלחות כבר משלב ראשון, גם אם הן קטנות, מסייעת בגיוס ורתימה לטובת המהלכים הגדולים יותר.
- חשוב לזהות את והצרכים הכי "כואבים" של העסקים ולהתחבר אליהם בשיח ובעשייה. זה לא פשוט, אבל עוזר מאוד לרתום אותם.
- כדי להצליח, צריך לדבר את השפה העסקית ולהתחבר לאינטרסים של המגזר העסקי.

• היבטי לוגיסטיקה:

- בעיריית נתניה – בוחנים את הנושא של משלוחי מזון משותפים במתמחי תעסוקה.
- בעיריית ת"א-יפו – זהו אתגר משמעותי בעיר צפופה מרובת עסקים, שרק הולך ומתגבר על רקע עבודות התשתית הנרחבות המבוצעות בצירים מרכזיים רחבי העיר. הנושא מטופל ברזולוציה של מרחבי עסקים האזוריים, שם מבצעים פיילוטים של הקמת מרכזי חלוקה לוגיסטיים.

- תפקידו של התכנון העירוני ב"יירוק עסקים" - התייחסות עיריית רמת גן: בעבר נעשה ניסיון לקדם תו לעסקים שבחן היבטי סביבה ונגישות. כיום פועלים בערוץ אחר – חיזוק הקשר בין התכנון לרישוי העסק, בחינת השפעה של העסק על סביבתו, בדגש על המרחב הציבורי. בימים אלה מקדמים הנחיות תכנוניות למרכזים מסחריים ואזורי תעשייה חדשים ומתחדשים שמטרתן להניח תשתיות טובה יותר להתנהלות מקיימת, כלומר להקל על העסקים הפועלים במרכזים אלה להתנהל בצורה מקיימת יותר. במקרים בהם מדובר בתשתית קיימת, ובמיוחד במקומות בהם העסק אינו הבעלים של המבנה אלא שוכר אותו, יש צורך באמצעים אחרים.
