

ردیف	شاخص های ارزیابی برند سبز		امتیاز	جمع
	(خواهشمند است هر کدام از ردیف ها که برای شرکت جنابعالی شامل و دارا میباشد لطفا بصورت تیتروار و خلاصه توضیح بفرمایید در غیر اینصورت خالی بماند)			
1	 فعالیت موثر در تحقیق و توسعه (R&D) Research and Development دارا بودن گواهینامه های معتبر (HACCP) مدیریت تضمین کیفیت ، محیط زیست سهم بودجه پژوهش نسبت به بودجه تبلیغات و دوره های تخصصی برگزار شده در حوزه ارتقاء بهره وری میزان همکاری با مراکز پژوهشی ودانشگاهی و حمایت از مخترعین، نخبگان علمی و پایان نامه های تحصیلی ارائه مقالات علمی در کنفرانسهای علمی بین المللی درخصوص محیط زیست و توسعه پایدار پژوهش و توسعه یکپارچه زیست بوم فناوری های مربوطه با هوش مصنوعی (ابر روند و فناور نوظهور بعنوان یکی از شاخص های توسعه یافتگی در اقتصاد جهانی)	 چهارمین کنفرانس بین المللی برند سبز 4 th International Green Brand Conference	10	2
2	GRI (استاندارد گزارش دهی پایداری) محاسبه ردپای کربن و Carbon Saving و استاندارد ISO 14067 و نحوه مصرف منابع در چرخه عمر محصول LCA و محاسبه ردپای آب WFC		2	2
3	عضویت فعال در اتحادیه ، انجمن ها ،سندیکاها و کانونهای صنفی محیط زیستی دارا بودن نشان و یا جوایز معتبر در سطح ملی در سطح بین المللی		2 3	5
4	رعایت الزامات مدیریت زیست محیطی (ISO 14001) و سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه ای (OHSAS 18000) و سیستم مدیریت یکپارچه (IMS) و اجرای جامع مطالعات سیستم مدیریت محیط زیستی (EMP & EMS) و استاندارد GMP بکار گیری زیست سازگاری با هیدروژن به جهت پشتیبان از توسعه پایدار و پایداری بر ESG برای پایداری و موفقیت در عرصه بین المللی		4	4
5	اخذ تقدیر نامه ها و استانداردها از دستگاه متولی (اخذ گواهینامه های استقرار نظام ایمنی و بهداشت و محیط زیست) و توجه به ماده 123 قانون برنامه پنج ساله ششم و بند 5 سیاست های کلی کشور در بخش محیط زیست ابلاغی مقام معظم رهبری		4	4
6	میزان صادرات و تعداد اشتغال بکار در سازمان کسب صادر کننده ملی ممتاز و کسب جوایز معتبر بین المللی انجام طرح های توسعه ای قابل قبول در سازمان با رویکرد کارآفرینی سبز و ایجاد اشتغال پایدار		2 2 2 2	8
7	خلاقیت ، نوآوری و ثبت اختراع و دستاوردهای نوین و تکنولوژی و فناوری برای ارتقاء سیستم مدیریت کیفیت (نقش نوآوری در تولید در فرایند برند سازی و توجه به ملاحظات زیست محیطی) نوآوری در تولید و بسته بندی سبز بر پایه دانش (Knowledge based product)		5	5
8	فعالیت های بشردوستانه و داوطلبانه ، عام المنفعه و اقدامات موثر و هدفمند و نقش برند سبز در تبلیغات در راستای مسئولیت اجتماعی سازمانی (CSR (Corporate Social Responsibility)) فعالیت در توانمند سازی و ظرفیت سازی بچه های مناطق محروم و برگزاری رویداد های با محوریت خیریه ، مدرسه و ساختن مساجد و اماکن فرهنگی و کمک به کودکان کار و بیماریهای خاص و ... و رعایت ایزو 26000		6	6
9	استقرار نظام مدیریت سبز و کاهش میزان مصرف منابع (آب ، برق ، سوخت ، انرژی و پسماند) و استقرار ایزو 50001 و استاندارد (LEED) در صورت داشتن باشگاه، اماکن و هیات های ورزشی (ورزش سبز و پاک)		3	3
10	رویکرد دانش بنیان و استارتاپ و ایجاد کسب و کار مبتنی بر مزیت رقابتی با رویکرد حفظ محیط زیست (بانک سبز، بیمه سبز، فناور سبز ،محصول سبز، تولید سبز ، پروژه سبز ، معدن سبز، آب سبز ، بهره ور سبز ، بذر نوآور ، هتل سبز ، رستوران سبز و بیمارستان سبز)		3	3
11	حضور و حمایت از محافل ورزشی و آینده نگری داشتن باشگاه ورزشی و حمایتگری از صنعت ورزش و تولید کننده صنعت ورزشی (کفش ، پوشاک ، کفیوش ، چمن طبیعی و مصنوعی ، تجهیز کننده سالن های ورزشی و ...)		4	4
12	نگاه مدیران برای موفقیت در بازارهای جهانی و تسخیر حداکثری از سهم بازار		3	3
13	نقش پدافند غیر عامل در حوزه امنیت سازمانی		2	2

7	7	رعایت ضوابط و مقررات شیوه های برند سازی با رویکرد سبز در فرایند تولید ، عرضه ، صادرات و واردات و داشتن مشاور برند و خلاقیت و نوآوری در تبلیغات و اطلاع رسانی بر طبق مولفه های 17 گانه توسعه پایدار داشتن رنگ سازمانی مشخص ، طراحی لوگو و شعار سازمانی مرتبط با حوزه فعالیت تدوین برنامه ریزی استراتژیک برای مدیریت و توسعه برند سازمانی تدوین برنامه مستمر تحقیقات بازار مبتنی بر جایگاه برند و تحلیل وضعیت رقبای تجاری در ایجاد و توسعه برند و حرکت به سمت برند سبز بعنوان برند خلاق و متمایز با بقیه رقبا	14
11	4 3 4	تولید ، استفاده و حمایت از تولید و کالای ایرانی اجرای موفق پروژه های بزرگ ملی با استفاده از ظرفیت و تخصص دانش بومی و ملی بر طبق اسناد موجود پیاده سازی و انجام پروژه های شاخص زیست محیطی مرتبط با سیاست های ابلاغی اقتصاد مقاومتی بر طبق بند 24 مرتبط	15
4	4	پیاده سازی سیستم های ارتباط با مشتری و ایجاد باشگاه مشتریان و رضایت مندی مشتریان (CRM) و ایزو 10004	16
6	6	توجه و گسترش اقتصاد سبز (استفاده از انرژی های پاک ، مدیریت پسماندها ، مدیریت بازیافت ، بهینه سازی الگوی مصرف آب و ترویج مواد سوختی سازگار با محیط زیست و استفاده از حمل و نقل سبز و افزایش بهره وری و تعالی سازمانی) فرهنگ سازی و ترویج فناوریهای نوین مرتبط با هوش مصنوعی و آینده پژوهی در آن	17
3	3	نهادینه سازی اصل 50 قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (حفاظت از محیط زیست) در منشور سازمانی و ارتقاء و گسترش اخلاق و فرهنگ زیست محیطی مدیران و کارمندان سازمان	18
3	4	استقرار دفتر محیط زیست یا واحد (HSE (Health, Security, Environment و ارائه اظهار نامه زیست محیطی محصول (EPD) ، انجام مطالعات ارزیابی اثرات محیطی (EIA) و نقش و نصب کاتالیست و فیلتر در مسیر گازها و غبار خروجی از عملکرد تلاش برای انجام سند تعهدات ملی (NDC) در خصوص کاهش و حذف کربن و بروز رسانی برنامه سازگار ملی (NAPS) و استراتژی آب و هوایی بلند مدت (LTS)	19
6	5	سرمایه گذاری در حمل و نقل پاک و سبز با رویکرد سازگار با محیط زیست و توسعه پایدار (تولید خودرو برقی، هیبریدی ، موتورسیکلت و دوچرخه برقی) 1- مکان یابی سبز (Green Selection) ارزیابی اثرات محیط زیستی (EIA) (Environmental Impact Assessment) 2- تولید سبز (Green Production) رعایت استاندارد هوای پاک و استانداردهای بین المللی ، خانواده ایزو 14000 و ایزو 50001 3- زنجیره تامین سبز (Green Supply Chain) در واقع زنجیره تامین سبز حاصل پیوند اهداف اقتصادی با اهداف محیط زیستی سازمان می باشد 4- خودرو سبز (Green Car) (Eco – Labelling) iso 14022 iso 14040/14044 Euro IV. V (LCA) 5- خدمات سبز (Green Services) 6- اسقاط خودرو سبز (Green Dismantling) قانون خودروهای فرسوده (EU ELVs به شماره 53/2000 / IEC) اتحادیه اروپا 7- مدیریت پسماند سبز (Waste Management) اجتناب از تولید پسماند (Avoid) ، کاهش تولید پسماند (Reduce) ، استفاده مجدد از پسماند (Reuse) ، تفکیک و بازیافت پسماند (Recycle) ، بازیابی و استحصال پسماند (Recover) ، پردازش پسماند (Treat) ، دفع پسماند (Dispose) 8- اقتصاد دانش بنیان در صنعت خودرو با تمرکز به فناوریهای پاک در تولید (Industry4.0) و خودرو پاک	20
100	100		