**Zrównoważony rozwój a branża spożywcza, czyli przykłady działań CSR w Polsce**

**Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce jest na tyle istotna, że co roku pojawiają się raporty CSR poszczególnych przedsiębiorstw. Udostępnianie raportów CSR i informowanie o przyjętej strategii zrównoważonego rozwoju to już obowiązek firmy zorientowanej na potrzeby klienta.**

Społeczna odpowiedzialność biznesu, powszechnie znana jako **CSR** (ang. Corporate Social Responsibility) to światowa tendencja obecna od wielu lat na rynku polskim. Jak pokazuje ostatnie 15 lat, koncepcja CSR ma ogromny wpływ na sposób organizacji i funkcjonowania polskich przedsiębiorstw, dla których podstawą budowania strategii jest **uwzględnianie potrzeb środowiskowych i społecznych**.

Dlaczego informowanie i raportowanie o działaniach CSR-owych powinno być swoistym standardem w każdym przedsiębiorstwie? Ponieważ mamy dziś do czynienia z zupełnie nowym modelem konsumenta, który jest świadomy i chce mieć pewność, że to, co kupuje zostało wyprodukowane z uwzględnieniem potrzeb środowiskowych i społecznych. Oprócz informacji na temat składu czy pochodzenia produktu klient chce dowiedzieć się więcej na temat:

l Sposobu produkcji,

l Strategii działań firmy,

l Założeń przedsiębiorstwa oraz sposobu ich realizacji.

Jak na potrzeby konsumenta odpowiadają największe firmy w Polsce? Jakie podejmują działania CSR, aby sprostać oczekiwaniom klienta, a tym samym udowodnić swoją odpowiedzialność i podkreślić świadomość ekologiczną?

Przyjrzyjmy się raportom dwóch największych przedsiębiorstw branży spożywczej w Polsce. Pierwsza z nich, firma Danone, działająca na rynku polskim od 25 lat, prowadzi strategię zrównoważonego rozwoju w oparciu o 4 filary: **zdrowie, ludzie, środowisko** i **zarządzanie**. Bierze pod uwagę swój wpływ na otoczenie na każdym etapie łańcucha produkcyjnego: od surowca, przez produkcję, transport i sprzedaż, po konsumpcję i recykling. Podstawą strategii CSR firmy Danone jest dbałość o podłoże pozyskiwania produktu, czyli naturalne i zrównoważone rolnictwo. Od współpracy z dostawcami, poprzez pracowników po klientów i kontrahentów – każdy musi **działać zgodnie ze standardami CSR**, a nawet te standardy podnosić. Danone oferuje nie tylko wysokiej jakości produkty. Wspiera prawidłowe żywienie w odpowiedzi na problemy takie jak otyłość, podejmuje walkę z niedożywieniem („Podziel się posiłkiem”), propaguje zdrowy tryb życia i stara dopasować się do potrzeb nowego modelu klienta.

Działania CSR podkreślane są przede wszystkim na **etapie tworzenia produktu**. Wówczas najlepiej widać pośredni i bezpośredni wpływ działania firmy na środowisko – na etapie produkcji, transportu i sprzedaży tworzy ślad węglowy w postaci gazów cieplarnianych. Firma Nestlé to kolejna duża firma zajmująca się produkcją towarów spożywczych. W swoich działaniach Nestlé realizuje strategię CSR na 5 najważniejszych obszarach: Ludzie, Produkty, Komunikacja, Środowisko Naturalne oraz Zaangażowanie Społeczne. Docenione jest za określone cele, spójne z założeniami biznesowymi. W ich przypadku raport CSR oparty jest o konkretne działania, takie jak m.in.:

l Program Zero Odpadów,

l Ochrona pszczół i motyli,

l Sadzenie drzew,

l Sprzątanie lasu,

l Zachęcanie do wspólnego budowania świadomości racjonalnego i zdrowego trybu życia.

Firma Nestle znalazła się w dziesiątce globalnych przedsiębiorstw, które osiągnęły najwyższy wynik w **raportowaniu swoich działań CSR**. Doceniona została przede wszystkim za przejrzystość w komunikowaniu społecznej odpowiedzialności oraz odpowiadanie na potrzeby środowiska naturalnego, społeczeństwa przy jednoczesnym uwzględnieniu celów ekonomicznych.

Społeczna odpowiedzialność biznesu to nie tylko podnoszenie wiarygodności firmy i wyróżnianie się na tle pozostałych. To przede wszystkim **działania** mające na celu uświadamianie konsumenta w kwestii ochrony środowiska, a tym samym budowanie nowej grupy docelowej – klientów świadomych ekologicznie. Rzeczywiste **przykłady CSR** firmy to najważniejsze dowody na jej społeczną odpowiedzialność. Udostępniane na stronach przedsiębiorstw raporty CSR, badania i statystyki dotyczące działań CSR pomagają nam, klientom w dokonywaniu wyboru przed zakupem produktu.