Sierpień, 2023 r.

Informacja prasowa

**CSR w branży reklamowej. Jakie działania powinny podejmować firmy?**

**Corporate Social Responsibility - odgrywa coraz ważniejszą rolę w biznesie, w branży reklamowej również. Reklama ma znaczący wpływ na społeczeństwo, kształtuje przekazy i wpływa na kulturę masową. Istotne jest, aby podejmować odpowiedzialne działania, które przyczynią się do pozytywnych zmian społecznych, środowiskowych i ekonomicznych. A jakie to działania?**

Corporate Social Responsibility (CSR) to koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu, która zakłada, że poza samym celem osiągania zysku, firmy powinny brać pod uwagę także aspekty ekonomiczne swojej działalności i to jaki wpływ wywierają na społeczeństwo i środowisko.

**CSR to trend, który zdobywa w Polsce coraz większą popularność**

Jeszcze do niedawna Polacy nie znali pojęć CSR, czy ESG. Jak wynika z najnowszych badań[[1]](#footnote-1), obecnie ponad połowa konsumentów, gdy wybiera usługę lub produkt - bierze pod uwagę to, czy przedsiębiorstwo podejmuje działania z tego obszaru. O CSR najczęściej pytają osoby młode w wieku od 23 do 35 lat. Ponadto, Polacy są skłonni płacić więcej za produkty ekologiczne i przyjazne planecie, a przestrzeganie przez firmy zasad CSR jest ważne dla ponad 66% z nas.

 – *Trendy proekologiczne w reklamie widoczne są od dawna.* *Dane jasno pokazują, że mamy do czynienia ze świadomym konsumentem, który wie, czego chce i czego szuka. Wybiera towary produkowane z poszanowaniem środowiska naturalnego. Jeśli dana firma chce być postrzegana jako ekologiczna musi zadbać o wiele aspektów: od jakości produktów, po sposób wytwarzania i pakowania, a także zwracać uwagę na formę reklamowania i na to, z kim współpracuje.*– uważa Robert Dąbrowski, CEO Recevent.

**Reklama drukowana w sposób ekologiczny**

Firmy reklamowe powinny wybierać materiały, które nie mają negatywnego wpływu na środowisko, warto postawić na te biodegradowalne, nadające się do recyklingu lub pochodzące z odnawialnych źródeł energii.

Ważne jest, by zrezygnować z toksycznego druku solwentowego. W branży reklamowej, solwent jest często używany w procesach druku i produkcji reklam, ale jego stosowanie może prowadzić do negatywnych skutków dla zdrowia pracowników i otoczenia. Toksyczne działanie niektórych tuszy to realne zagrożenie dla osób, które mają bezpośredni kontakt z tymi substancjami podczas produkcji.

 – *Szukaliśmy odpowiedzi na pytanie, co jako branża reklamowa możemy zrobić. Odpowiedź zdawała się być prosta, choć wciąż mało popularna - zamieniliśmy solwent na tusze wodne. Te są nieszkodliwe dla środowiska, nie mają toksycznych rozpuszczalników, ale dają doskonałą trwałość wydruków. I co najważniejsze, nie stanowią zagrożenia dla zdrowia pracowników* – dodaje Dąbrowski.

Niestety nadal wiele firm stosuje greenwashing, czyli przedstawia swoje działania jako bardziej ekologiczne lub zrównoważone, niż są w rzeczywistości. Aż 50 proc. pracowników przyznaje, że ich firmy wykorzystywały greenwashing – tak wskazują badania Google Cloud.

**Jak jeszcze realizować działania z obszaru CSR?**

Zdaniem ekspertów konieczne jest posiadanie innowacyjnego parku maszynowego, oszczędzanie wody i energii, a także postawienie na odnawialne źródła energii takie jak np. fotowoltaika.

Ponadto firmy reklamowe mogą zachęcić pracowników do wspierania ich działań. Programy dla nich, w tym szeroko rozumiany employer branding, są niezwykle istotnym narzędziem w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Ważnym narzędziem CSR są kampanie społeczne – mogą się w nie angażować firmy reklamowe, ale nie tylko. Poprzez czynny udział w promowanie społecznie ważnych tematów, przedsiębiorstwa mogą wywierać pozytywny wpływ na społeczeństwo. Ważne, aby kampanie współgrały z wartościami firmy i niosły za sobą autentyczny przekaz.

CSR daje firmom możliwość angażowania się w społeczne i ekologiczne inicjatywy, co przyczynia się do budowania ich pozytywnego wizerunku i zaufania społecznego. Kampanie społeczne, programy dla pracowników, rezygnacja z toksycznych substancji w procesie produkcji, to tylko przykłady rozwiązań, które pozwalają firmom działać w odpowiedzialny i zrównoważony sposób.

Opis firmy:

RECEVENT to agencja reklamy zewnętrznej, która jest pionierem w branży i jednym z największych zleceniobiorców w zakresie outdooru w Polsce.

Realizuje kampanie reklamy zewnętrznej holistycznie – od analizy rynku i potrzeb klientów przez projektowanie komunikacji, produkcję billboardów i poligraficzną po aplikację reklam na nośniki. Realizacja zleceń in house (własna drukarnia wielkoformatowa, sieć monterów reklam, system do zarządzania kampaniami) pozwala sprawnie koordynować prowadzone kampanie oraz proponować klientom atrakcyjne ceny.

W zakres usług RECEVENT wchodzi: planowanie i zarządzanie kampaniami OOH, wynajem nośników, wielkoformatowy druk ekologiczny, wyklejanie tablic reklamowych, budowa sieci nośników outdoorowych, wyklejanie witryn, projektowanie graficzne.

1. UCE RESEARCH dla Gazety Wyborczej [↑](#footnote-ref-1)