**Real-time CSR AD 2023, czyli nadążyć za konsumentami**

**Specjaliści o aktualnych trendach w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu**

**CSR przeżywa swój renesans. Kolejny. To już nie tylko „dodatek” do codziennego funkcjonowania firmy, ale wymóg biznesowy XXI w. 83% respondentów deklaruje, że zrównoważony rozwój, w tym również działania CSR marki, ma znaczenie przy podejmowaniu przez nich decyzji zakupowych[[1]](#footnote-1). Z kolei wybuch wojny w Ukrainie dał początek jednemu z najważniejszych obecnie trendów w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu – real-time CSR. „Ostatnim” odkryciem employer brandingu jest, że podejmowane akcje charytatywne, czy pro-ekologiczne mogą być skutecznym narzędziem w walce   
o pracownika. Coraz więcej z nich rozlicza swoich pracodawców z działań poza-biznesowych, a zjawisko to przypieczętowane zostało przez dyrektywę CSRD, która zakłada obowiązek raportowania zagadnień ESG na wybrane podmioty działające na rynku. Czy CSR przechodzi kolejną ewolucję czy mamy już do czynienia z rewolucją? Odpowiedź na to pytanie poznamy podczas bezpłatnego webinaru Grupy Roboczej Public Relations IAB Polska, który odbędzie się 22 marca, o godzinie 11.**

Definicja sukcesu biznesowego wykroczyła poza rentowność, tempo wzrostu   
i rozpoznawalność brandu. Obecnie dla wszystkich, równie ważny jest obszar społecznej odpowiedzialności biznesu. Istnieją działania, które warto (a doświadczenia wielu firm pokazują, że nawet trzeba!) realizować, by wpisać się w oczekiwania różnych grup interesariuszy. Zaangażowanie pracowników prowadzi do wzrostu rentowności biznesu przeszło o 20% i 4x wzrostu przychodów[[2]](#footnote-2). Firmy muszą więc znaleźć wartość, która przyciągnie ludzi   
i ułatwi pozyskiwanie nowych talentów. Potwierdza to badanie Deloitte: „Milennial and Gen   
Z Survey” (2021), z którego wynika, że szczególnie młodsze generacje przykładają coraz większą wagę do kultury organizacyjnej i jej zaangażowania danej firmy w zrównoważony rozwój czy poprawę dobrostanu społeczeństwa i środowiska.

Istniejące już zjawisko zostało wsparte nowym trendem – real-time CSR, który wyłonił się   
z działań pomocowych biznesu organizowanych już w pierwszych dniach wojny w Ukrainie. Satysfakcja pracowników z pomocy udzielonej „tu i teraz”, obserwowanie, jak akcje, których byli organizatorami, dokonywały realnych zmian w rzeczywistości, wymusiły na firmach zmianę podejścia do prowadzeniach działań z obszaru CSR. Pracodawcy „odkryli”, że pożądanym „skutkiem ubocznym” odpowiedniej polityki CSR jest poprawa employer brandingowych wskaźników i zdobycie konkurencyjności na rynku pracy.

Dowodem na to, że CSR to biznesowy „must have” XXI jest również fakt, że społeczna odpowiedzialność biznesu dobrze zadomowiła się w już w „nowych” branżach. Przykładem jest gaming, który z łatwością angażuje, inspiruje i łączy ludzi na całym świecie. Użytkownicy nie szukają już wyłącznie „fajnej” i zajmującej rozgrywki, atrakcyjnej grafiki czy postaci, ale też możliwości nawiązania interakcji z innymi osobami: od rywalizacji poprzez wspólne sesje,   
a nawet tworzenie społeczności połączonych celem czy po prostu pasją do grania. Firma Huuuge Games z całkowicie cyfrowej branży, jaką jest gaming, angażuje pracowników   
i graczy na całym świecie, zmieniając nasze realne otoczenie i dbając przy tym o środowisko. Zasługą firmy jest m.in. sfinansowanie zasadzenie 15 tys. drzew w najbardziej zagrożonych wylesieniem miejscach świata, takich jak Brazylia, Burkina Faso czy Etiopia. Wirtualny świat dokonuje realnym zmian na lepsze!

Aktualnym trendom CSR i temu, co czeka społeczną odpowiedzialność biznesu w 2023 poświęcony będzie webinar Grupy Roboczej Public Relations IAB Polska pt. „Real-time CSR AD 2023: nadążyć za konsumentami".

**W wydarzeniu, które odbędzie się 22 marca, o godzinie 11, wezmą udział eksperci PR: Ewa Ziętek-Maciejczyk (PR&Marketing Director, Result Media), Bogna Wojciechowska (Communication Specialist w Huuuge Games) oraz dr Agnieszka Jagusiak (Marketing Manager w Lightscape). Spotkanie poprowadzi Joanna Berlińska (Head of PR&Communications, Founder w Lightscape).**

**Zapisów można dokonywać na stronie:** https://www.iab.org.pl/wydarzenia/real-time-csr-ad-2023/

1. EY Future Consumer Index z 2022 roku [↑](#footnote-ref-1)
2. Dane z raportu Gallupa za: https://www.hrcloud.com/blog/8-employee-engagement-statistics-you-need-to-know-in-2021#c [↑](#footnote-ref-2)