

Cel: zrównoważony rozwój BrandLab

Raport odpowiedzialności społecznej, środowiskowej i ekonomicznej.

Warszawa, maj 2021 r.

Od Partnerów:

Szanowni Państwo,

kolejny rok realizacji dziesięciu zasad programu UN Global Compact za nami. Rok 2020, choć tak nietypowy, nadal był rokiem, w którym nasza firma koncentrowała zobowiązania i decyzje biznesowe m.in. wokół dbałości o środowisko naturalne i społeczne, zmniejszenia ryzyka prowadzenia działalności oraz zwiększenia innowacyjności firmy. Jesteśmy dumni z faktu, że BrandLab PR od 2013 roku jest aktywnym członkiem UN Global Compact. Wierzymy, że nasze zaangażowanie pozwala nam zdobywać przewagę konkurencyjną na rosnącym rynku firm odpowiedzialnych.

W ciągu 11 lat istnienia zrealizowaliśmy średnioterminowe cele, które postawiliśmy przed sobą rozpoczynając działalność. BrandLab PR jest dziś średniej wielkości firmą doradztwa komunikacyjnego, która dzięki solidnemu zapleczu, doświadczeniu i know-how z powodzeniem konkuruje z liderami branży doradztwa komunikacyjnego w Polsce. Naszą siłą są wartości, jakimi kierujemy się w codziennym działaniu: jakość, uczciwość i efektywność. Całą swoją energię skupiamy na naszych klientach, specyfice ich funkcjonowania i stojących przed nimi wyzwaniach, również w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

W BrandLab PR spotykają się kompetencje i doświadczenia zdobywane w pracy dla przedstawicieli różnych sektorów gospodarki. W połączeniu ze skutecznością i codziennym zaangażowaniem wszystkich konsultantów wspieramy realizację celów wizerunkowych i biznesowych naszych klientów. Jednym z kluczowych zasobów organizacji są nasi pracownicy. Dzięki odpowiedzialności społecznej, pomimo wymagającego rynku, jesteśmy atrakcyjnym pracodawcą, który przyciąga i utrzymuje w organizacji talenty, minimalizując retencję.

Nasza odpowiedzialność przejawia się również w podejściu do budowania zespołów klienckich. Na czele każdego zespołu zawsze stoi doradca z min. kilkunastoletnim doświadczeniem w profesjonalnym doradztwie komunikacyjnym. To model doceniany przez naszych klientów, stanowiący jeden z wyróżników BrandLab PR. Miarą sukcesu jest dla nas niezmiennie długofalowa, wieloletnia współpraca z klientami – polskimi oraz międzynarodowymi organizacjami i markami oraz wspólne osiąganie założonych celów. Przejawem odpowiedzialności jest także nasze podejście do budowania relacji z mediami. Stawiamy na oparte o zaufanie, wartościowe partnerstwo, którego celem jest pomoc i wsparcie dziennikarzy w ich niełatwej i odpowiedzialnej pracy.

Nasze decyzje biznesowe uwzględniają zaangażowanie społeczne naszych klientów – chętnie angażujemy się w inicjatywy promujące społeczną odpowiedzialność przez firmy wspierające inicjatywę UN Global Compact, promujące realizację celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ czy podejmujące trud raportowania pozafinansowego. Współpracując z firmami społecznie odpowiedzialnymi, działającymi w branżach szczególnie wrażliwych, mających wpływ na jakość życia i zdrowie społeczeństwa, a także na środowisko naturalne – zyskujemy unikalne doświadczenia pracy z liderami zrównoważonego rozwoju, współuczestnicząc w realizowanych działaniach.

Niezmiennie potwierdzamy swoje nieustające poparcie dla inicjatywy UN Global Compact (UNGC). Pozostajemy zaangażowani w odpowiedzialne, zrównoważone praktyki biznesowe, które pomagają chronić zasoby naturalne i społeczne oraz pozytywnie wpływają na jakość życia społeczeństwa jako całości. Czujemy się zobowiązani do przestrzegania i promowania dziesięciu zasad Global Compact w odniesieniu do praw człowieka, praw pracowniczych, środowiska i przeciwdziałaniu korupcji, w długoterminowej perspektywie.

Partnerzy

Agnieszka Różycka

Barbara Wasyl

Hubert Archiciński

O BrandLab PR

BrandLab PR jest firmą doradztwa komunikacyjnego założoną w czerwcu 2009 roku przez Huberta Archicińskiego, Agnieszkę Różycką i Barbarę Wasyl, wieloletnich praktyków z zakresu komunikacji marketingowej i Public Relations, którzy od 20 lat skutecznie realizują kampanie komunikacyjne dla polskich i międzynarodowych firm.

Oferujemy Klientom wysokiej jakości usługę świadczoną przez konsultantów z wieloletnim doświadczeniem w pracy przy projektach komunikacyjnych i marketingowych. Ogromnie cieszy nas to, że model oparty o doświadczenia, know-how i bliską, codzienną współpracę z liderami organizacji i kluczowymi konsultantami jest doceniany przez naszych klientów, którzy korzystają z doradztwa i wsparcia komunikacyjnego BrandLab PR długofalowo. Średni czas trwania kontraktów to 6 lat.

Dla klientów pełniemy rolę równorzędnego partnera biznesowego, oferując oprócz media relations, kompleksowe strategiczne doradztwo komunikacyjne. Nasze doświadczenie pozwala nam na projektowanie strategii firm i marek w zakresie komunikacji zewnętrznej, wewnętrznej czy kryzysowej. W dobie coraz szerszego wdrażania przez firmy strategii CSR, wskazujemy klientom, w jaki sposób przełożyć odpowiedzialność społeczną, środowiskową i ekonomiczną na kapitał wizerunkowy. Stale monitorujemy rozwijające się technologie i zmiany w sposobach komunikacji z grupami docelowymi, by efektywnie je adaptować i włączać do programów realizowanych dla naszych klientów.

Partnerstwo jest jedną z podstawowych wartości dla naszej firmy. Partnerstwo z klientami, ale również z dziennikarzami. W dzisiejszym dynamicznie zmieniającym się otoczeniu doskonale znamy, rozumiemy i szanujemy codzienną pracę dziennikarzy. Dlatego współpracę opieramy przede wszystkim na zrozumieniu potrzeb zarówno dziennikarzy, jak i rynku mediów oraz rzetelności, by móc stanowić dla nich realne wsparcie. Nasza współpraca i relacje z dziennikarzami są transparentne, oparte na etyce i najwyższych standardach zawodu doradcy ds. komunikacji.

Nasze DNA

Dzięki specyfice funkcjonowania (doświadczenie zespołów, jakość, efektywność), rekomendacjom, oraz działalności zgodnie ze zrównoważonym rozwojem świadczymy kompleksowe, wysokiej jakości, efektywne usługi doradztwa komunikacyjnego.

Wyróżnia nas sposób budowania zespołów klienckich, na których czele stoi zawsze doradca z ponad 15-letnim doświadczeniem w profesjonalnych usługach Public Relations. Stawiamy na długofalowe partnerstwo z klientami i dziennikarzami.

Do działania napędzają nas efekty i sukcesy biznesowe naszych partnerów. Wierzymy, że oferowane przez BrandLab PR doradztwo przyczynia się do realizacji celów wizerunkowych, biznesowych oraz społecznych naszych klientów, a partnerstwo z dziennikarzami przynosi obopólne korzyści.

Nasze doświadczenie i zaangażowanie w budowę odpowiedzialnego biznesu chcemy przekształcić w szansę biznesową dla naszej organizacji. Dzięki rozwijaniu praktyki CSR i włączeniu do oferty BrandLab PR doradztwa w zakresie implementacji strategii CSR pomagamy naszym klientom budować ich odpowiedzialność społeczną, środowiskową i ekonomiczną.

Co oferujemy:

Komunikacja i Public Relations

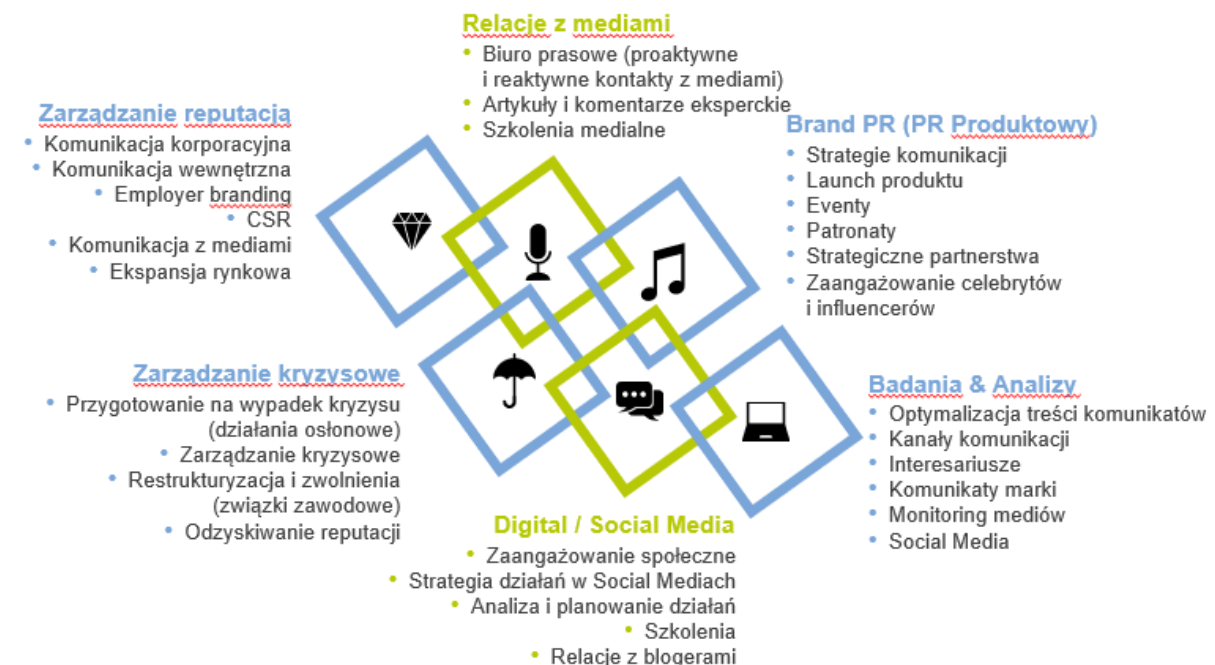
Jesteśmy ekspertami z zakresu komunikacji korporacyjnej, produktowej i wewnętrznej. Nasze doradztwo bardzo dobrze sprawdza się w przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowych, a social media nie mają przed nami tajemnic. Dobieramy odpowiednie przekazy i kanały komunikacji dopasowane do poziomu percepcji grup docelowych. To sprawia, że możemy oferować efektywne doradztwo komunikacyjne dopasowane do wielkości budżetów klientów, skorelowane z jego celami biznesowymi.

Od 11 lat BrandLab PR doradza klientom z branż:

- Ochrona zdrowia / Farmacja
- Budownictwo / Nieruchomości
- Żywność / FMCG
- Moda / Lifestyle / Uroda
- IT / ICT i telekomunikacja
- Motoryzacja
- Media / ATL / BTL
- Finanse
- Turystyka i region

Obszary kompetencji:

OBSZARY KOMPETENCJI



Realizacja 10 celów UN Global Compact

Politykę odpowiedzialności BrandLab PR oparliśmy o 10 zasad Global Compact. W ten sposób wypełniając nasze podstawowe obowiązki względem planety i ludzi, na których oddziałujemy prowadząc działalność biznesową, realizujemy strategię zmierzającą do osiągnięcia długoterminowego sukcesu ekonomicznego.

PRAWA CZŁOWIEKA

1. *Firmy powinny: przestrzegać i wspierać ochronę międzynarodowo uznanych praw człowieka oraz*
2. *eliminować wszelkie przypadki łamania praw człowieka przez firmę.*

BrandLab PR bezwzględnie zobowiązuje się do ochrony praw człowieka. Jako firmy, u której podstaw działalności jest profesjonalne doradztwo komunikacyjne i CSR, przestrzeganie praw człowieka jest naszym podstawowym zadaniem. Dlatego realizujemy działania komunikacyjne wyłącznie wówczas, gdy mamy pewność, że nie łamią ani nie wspierają łamania praw człowieka, a także promujemy i wspieramy prawa człowieka wśród naszych pracowników, i wszystkich osób, z którymi współpracujemy.

Wykonując naszą pracę, upewniamy się czy nie naruszamy praw i dóbr osobistych naszych pracowników, współpracowników, partnerów czy innego interesariusza firmy naszej i klienta. Tworzymy i utrzymujemy bezpieczne, czyste i zdrowe środowisko pracy, które zapewnia możliwość rozwoju zawodowego. Dzięki dodatkowym benefitom w postaci nieodpłatnego dla pracowników pakietu sportowego oraz ubezpieczenia medycznego dbamy o to, by nasi pracownicy mogli prowadzić zdrowy styl życia, wykonywać badania kontrolne w ramach prywatnej opieki medycznej oraz korzystać z szerokiego wachlarza zajęć sportowych – zgodnie ze swoimi preferencjami i potrzebami.

W BrandLab PR pracownicy są poinformowani o polityce poszanowania praw człowieka. Mają świadomość tego, że wszelkie naruszenia w tej dziedzinie są bezwzględnie eliminowane, łącznie z zakończeniem umowy o pracę.

Już od 6 lat realizujemy program „Otwartych Drzwi”, którego zadaniem jest nawiązanie dialogu na linii pracownik – Zarząd. Kultura organizacyjna naszej firmy nastawiona jest na wymianę poglądów i otwartość ze strony zarządzających. W codziennej pracy w myśl zasady „Otwartych Drzwi” promujemy bieżące zgłaszanie wszelkich spostrzeżeń, uwag i wniosków dotyczących przestrzegania praw człowieka w każdym wymiarze działań realizowanych przez BrandLab PR.

Specyficzną formą realizacji praw człowieka, wynikającą ze specyfiki naszej działalności biznesowej w obszarze ochrony zdrowia jest nasz duży merytoryczny i organizacyjny wkład w poprawę dostępu do wiarygodnych informacji nt. profilaktyki chorób, życia w chorobie i nowoczesnych terapii, realizowany poprzez pracę dla klientów z branży ochrony zdrowia, współpracę z towarzystwami naukowymi i organizacjami pacjenckimi.

Realizacja zobowiązań:

- W 2020 roku w BrandLab PR ponad 95% pracowników skorzystało z programu „Otwarte Drzwi”.

STANDARDY PRACY

3. *Firmy powinny: popierać wolność zrzeszania się i w praktyce uznawać prawo do zbiorowych negocjacji*
4. *wspierać eliminację wszelkich form niewolnictwa i pracy przymusowej*
5. *przyczyniać się do faktycznego zniesienia pracy dzieci oraz*
6. *przeciwdziałać dyskryminacji w sferze zatrudnienia.*

BrandLab PR dokłada wszelkich starań, by stać się najlepszym, pożądanym pracodawcą w branży doradztwa komunikacyjnego. Ludzie są dla nas bardzo ważni, to oni stanowią o sile firmy i jej sukcesie. W 2020 roku zatrudnialiśmy 15 osób, 100% pracowników BrandLab ma możliwość zatrudnienia w oparciu o umowę o pracę (95% stałych pracowników jest zatrudnionych w oparciu o tę formę zatrudnienia), w przypadkach indywidualnych umożliwiamy również współpracę w oparciu o umowę B2B.

BrandLab PR zapewnia równe szanse zatrudnienia wszystkim pracownikom i osobom ubiegającym się o zatrudnienie, bez względu na rasę, kolor skóry, religię, wyznanie, płeć, pochodzenie narodowe lub etniczne, wiek, stan cywilny, orientację seksualną, jakiegokolwiek utrudnienia lub niepełnosprawność. Podkreślamy otwartość w procesie rekrutacji.

Zróżnicowanie poglądów, opinii i doświadczeń to jedna z ważnych wartości dla naszej firmy. To właśnie różnorodność wewnątrz naszego zespołu gwarantuje skuteczną realizację naszych celów biznesowych

Wszyscy pracownicy i kontrahenci BrandLab PR są odpowiedzialni i zachęceni do budowania przyjaznej atmosfery w pracy, wykluczającej każdą formę dyskryminacji czy nękania. Wyeliminowaliśmy wszelkie uprzedzenia w kluczowych punktach rozwoju pracownika: od zatrudnienia po awanse. Wartości, takie jak szacunek, uczciwość i praca zespołowa są nieodłączną częścią kultury naszej organizacji.

Nasze zasady są przekazywane wszystkim pracownikom już na etapie prowadzenia rekrutacji. Nie tolerujemy żadnej formy dyskryminacji ani szykanowania przez nikogo wewnątrz organizacji, ale także w odniesieniu do naszych dostawców, partnerów czy współpracowników. Żaden pracownik nie jest zwolniony z wymogów tej polityki. Aby to zapewnić, w myśl zasady „Otwartych Drzwi” ustanowiliśmy procedury ułatwiające każdemu pracownikowi firmy, niezależnie od jego stażu pracy czy pełnionej funkcji – zgłaszanie wszelkich skarg, problemów i wniosków bezpośrednio Zarządowi firmy.

W BrandLab PR nie ma związków zawodowych. Specyfika wykonywanej pracy nie niesie ze sobą wysokiego ryzyka chorób czy wypadków z nią związanych, niemniej wszyscy nasi pracownicy przechodzą wymagane przez prawo wstępne i okresowe szkolenia BHP.

Zawód konsultanta ds. Public Relations znajduje się w czołówce najbardziej stresujących zawodów na świecie, dlatego staramy się, by nasi pracownicy zachowywali odpowiedni balans pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym. W szczególnych przypadkach pozwalamy pracownikom na czasową pracę zdalną. Dodatkowymi benefitami dla naszych pracowników są karty sportowe, które pozwalają na dbanie o formę fizyczną, i karty medyczne o zdrowie. Dzięki temu wydajność pracy jest większa, a pracownicy rzadziej przebywają na zwolnieniach lekarskich.

Realizacja zobowiązań

- W BrandLab PR pracuje więcej kobiet (87% kobiety – 13% mężczyźni).
- Pod względem płci Zarząd BrandLab PR jest reprezentowany w 77% przez kobiety i w 33% przez mężczyzn.
- Na wysokość wynagrodzenia nie mają wpływu wiek, płeć czy wyznanie, ale indywidualne doświadczenie i umiejętności.
- Zespół składa się w 100% z osób narodowości polskiej, różnorodnych pod względem wieku, religii, stanu cywilnego i innych preferencji.

OCHRONA ŚRODOWISKA

7. *Firmy powinny: wspierać zapobiegawcze podejście do problemów środowiska naturalnego*
8. *podejmować inicjatywy propagujące większą odpowiedzialność środowiskową oraz*
9. *wspierać rozwój i upowszechnianie technologii przyjaznych środowisku*

BrandLab PR stosuje proaktywne podejście do zarządzania relacjami i wpływem na środowisko fizyczne, społeczne i ekonomiczne, w którym działamy. Uznajemy swoje obowiązki w zakresie ochrony środowiska zgodnie z prawem krajowym. Naszym celem jest zintegrowanie trzech wymiarów zrównoważonego rozwoju – społecznego, gospodarczego i środowiskowego – we wszystkich aspektach naszej działalności z przekonaniem, że zaangażowanie na rzecz środowiska powinno być podstawą i integralną częścią operacji biznesowych.

Prowadzenie polityki odpowiedzialnego zarządzania zasobami w dużej mierze dotyczy kwestii ochrony środowiska naturalnego. Te działania przynoszą korzyści zarówno środowisku, jak i firmie dzięki zmniejszeniu kosztów operacyjnych. W BrandLab PR rozumiemy wpływ, jaki nasze działania wywierają na środowisko naturalne dlatego podejmujemy działania, które mają ten wpływ zminimalizować.

Firmy usługowe największy negatywny wpływ na środowisko wywierają poprzez transport i zużycie energii elektrycznej.

W roku 2020 zmniejszyliśmy swoją emisję gazów cieplarnianych wynikającą z transportu, szczególnie samochodami służbowymi i taksówkami. Zachęcamy naszych pracowników do korzystania z miejskich środków transportu – szczególnie metra, znajdującego się w bliskiej odległości od siedziby firmy. Nadal w dużym stopniu wykorzystujemy technologie umożliwiające kontakt z klientami na odległość. Pozwala to utrzymywać stałą, niską liczbę spotkań bezpośrednich.

Bezpośredni wpływ na środowisko:

- Zmniejszenie zużycia papieru o 40% vs. 2017
- Zmniejszenie zużycia energii elektrycznej o 2,5% vs. 2017
- Wzrost organizacji statusów oraz spotkań z klientami przy zastosowaniu nowych technologii – telekonferencje, video-konferencje o 95% vs. 2019
- Segregacja odpadów – utrzymanie segregacji odpadów na 4 frakcje. Zmniejszenie użycia papierów kuchennych o 15% vs. 2019
- Wykorzystanie materiałów biodegradowalnych lub poddających się w pełni recyklingowi przy produkcji materiałów promocyjnych dla naszych klientów – wzrost o 30% vs. 2019.
- Rezygnacja z zakupu gazet i magazynów. Korzystanie z wersji online.

W BrandLab PR prowadzimy politykę „minimalnego marnotrawstwa” i recyklingu, która jest niezbędna dla efektywnego kosztowo i wydajnego działania wszystkich naszych operacji. Nasi pracownicy i wszyscy, którzy pracują dla nas, powinni promować tę politykę, zachowując staranność podczas wykonywania obowiązków, wyłączając niepotrzebne oświetlenie i ogrzewanie, minimalizując drukowanie, promując gromadzenie i recykling papieru biurowego. Od kilku lat w firmowej kuchni nie używamy plastikowych sztućców i talerzy, korzystamy z wymiennych dystrybutorów wody mineralnej, zupełnie eliminując zakup wody w plastikowych butelkach. Jako firma zajmująca się komunikacją zrezygnowaliśmy z prenumeraty ogólnopolskich gazet codziennych oraz magazynów, wykupując prenumeraty online.

PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI

10. Firmy powinny przeciwdziałać korupcji we wszystkich jej formach, w tym łapówkarstwu i wymuszeniom.

Jedną z podstawowych wartości przestrzeganych przez BrandLab PR jest stosowanie przejrzystych praktyk biznesowych. Firma nigdy nie zaproponowała, ani nie otrzymała żadnych łapówek lub innych nieestosownych korzyści. Firma w pełni zgadza się z zapisami Kodeksów Etyki Zawodowej przygotowanymi przez Związek Firm Public Relations oraz Polskie Stowarzyszenie Public Relations. Każde zachowanie pracownika, które narusza kodeks postępowania w zakresie etyki lub też przepisy prawa jest zabronione.

W ramach wdrożonego Kodeksu Postępowania dodaliśmy zapis o przeciwdziałaniu korupcji i uwzględniliśmy wytyczne obowiązujące w związku z etyką postępowania oraz przeciwdziałania korupcji. Każdy z pracowników przeszedł wewnętrzne szkolenie z rozpoznawania działań korupcyjnych oraz przeciwdziałaniu korupcji wdrożonych w firmie. Każdy z pracowników ma obowiązek oraz możliwość zgłoszenia jakiegokolwiek próby korupcji w ramach zasady „Otwarte drzwi”. W 2020 roku nie odnotowaliśmy żadnych prób korupcji pracowników lub współpracowników Spółki.

Realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju

2020 to czwarty rok, w którym BrandLab realizuje Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Poniżej znajdują się cele, które realizujemy bezpośrednio i pośrednio poprzez inspirowanie i realizację działań dla naszych klientów.



Zadanie: Do 2030 roku utworzyć systemy zrównoważonej produkcji żywności oraz wdrożyć praktyki odpornego rolnictwa mające zwiększyć wydajność i produkcję, podtrzymywać ekosystemy, wzmocnić zdolność przystosowania się do zmian klimatycznych, ekstremalnych zjawisk pogodowych, suszy, powodzi i innych katastrof, a także mające stopniowo poprawiać jakość gleby i gruntów.

Od trzech lat wspólnie z Polskim Stowarzyszeniem Ochrony Roślin, skupiających producentów środków ochrony roślin, prowadzimy kampanie edukacyjne realizujące ten cel. Nasze działania skupiają się na wspieraniu Stowarzyszenia w promowaniu Zrównoważonego Rolnictwa, informowaniu społeczeństwa o bezpieczeństwie stosowania ochrony roślin dla żywności oraz edukowaniu rolników w zakresie bezpiecznego i odpowiedzialnego stosowania środków ochrony roślin.



Zadanie: Do 2030 roku obniżyć o 1/3 przedwczesną umieralność z powodu chorób niezakaźnych poprzez zapobieganie i leczenie oraz promowanie zdrowia psychicznego i dobrostanu.

BrandLab PR od wielu lat współpracuje z podmiotami działającymi w sektorze ochrony zdrowia, w tym z innowacyjnymi firmami przemysłu farmaceutycznego, towarzystwami naukowymi oraz organizacjami pożytku publicznego zajmującymi się ochroną zdrowia. Mamy więc unikalną możliwość współtworzenia i realizacji licznych kampanii informacyjnych i edukacyjnych wspierających promowanie profilaktyki oraz postaw prozdrowotnych. Naszym wkładem jest przede wszystkim wysoce efektywne podejście do komunikacji w tym zakresie.



Zadania: *Zakończyć dyskryminację we wszystkich formach wobec kobiet i dziewcząt na całym świecie. Zapewnić kobietom pełny i efektywny udział w procesach decyzyjnych na wszystkich szczeblach w życiu politycznym, ekonomicznym i publicznym oraz równe szanse w pełnieniu funkcji przywódczych.*

BrandLab PR jest organizacją zatrudniającą znacznie więcej kobiet niż mężczyzn. W zarządzie firmy są 2 kobiety i 1 mężczyzna. Wspólnie z naszym klientem – ADP Polska zwracamy uwagę na problem nierówności płac istniejący w polskich firmach. Poprzez media komunikujemy dysproporcje w zarobkach pomiędzy mężczyznami i kobietami piastującymi te same stanowiska.



Zadanie: *Chronić prawa pracownicze oraz promować bezpieczne środowisko pracy dla wszystkich, w tym dla pracowników, w tym pracowników - migrantów, w szczególności dla kobiet migrantek i osób mających niepewne zatrudnienie.*

Dbamy o prawa pracownicze, zapewniając komfortowe i bezpieczne środowisko pracy dla wszystkich. Większość pracowników jest zatrudniona na umowę o pracę, korzystając z pełni zagwarantowanych praw wynikających z tej formy zatrudniania. Wynagrodzenie za wykonywaną pracę jest powyżej średniej rynkowej, a dodatkowe benefity (karta sportowa i medyczna) i procedury sprawiają, że firma jest atrakcyjnym miejscem pracy.



Zadanie: Do 2030 roku zmniejszyć o połowę globalną ilość marnowanej żywności per capita w sprzedaży detalicznej i konsumpcji, zmniejszyć straty żywnościowe w procesie produkcji i dystrybucji, w tym straty powstałe podczas zbiorów.

W ramach naszej współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Ochrony Roślin realizujemy także działania, które promują odpowiedzialne zakupy, wybieranie produktów sezonowych oraz pokazujemy sposoby na to, jak obniżyć ilość marnowanej żywności.