



## ESG u Srbiji: Zašto je važno kome dajete svoj novac? (Transkript TV priloga)

Koliko često smo svesni toga kome dajemo novac kada kupujemo omiljene proizvode ili plaćamo usluge? (*mamac koji bi privukao građane da poslušaju*)

Naši svakodnevni izbori često utiču na društvo, životnu sredinu i posredno kreiraju našu budućnost. U Srbiji, standardi društveno odgovornog poslovanja – poznati kao ESG – tek ulaze u svest potrošača, ali poslovanje kompanija već dugo utiče na opšti kvalitet života građana.

ESG je termin koji se odnosi na skup standarda koji usmeravaju korporativne politike kako bi bile u skladu sa konceptima održivog razvoja u oblastima životne sredine, društvene odgovornosti i korporativnog upravljanja.

**SINK: Mihael Blažević, Bloomberg Adria analitičar tržišta**

Kako potrošači mogu efikasno proceniti da li kompanije zaista primenjuju ESG standarde ili samo koriste greenwashing tehnike za poboljšanje imidža?

Najčešća oznaka je ESG label ili ESG standard, što u zadnje vreme najčešće vidimo na čokoladi, gde proizvođači naglašuju da čokolada, odnosno kakaovac nije proizveden u zemljama koje koriste dečiji rad. No pitanje je da li je to tako, u zadnje vreme videli smo čak istraživanja da zapravo većina proizvođača kakaovaca u obali Bjelokosti ili Gani, koji su najveći proizvođači kakaovca koriste na žalost dečiji rad. Zapravo možemo reći da je to dio greenwashing-a. No treba reći da ESG standard poboljšava poslovanje pogotovo u EU, jer u Aziji i SAD- u ESG gotovo da i ne postoji, a pogotovo pobedom gospodina Trampa, taj ESG standard u SAD- u iako je sada porastao, mislim da će se smanjiti.

### OFF

Samo 12% ispitanika čulo je za ESG standarde, ali i uprkos lošoj ekonomskoj situaciji i realnom padu kupovne moći, 78% građana Srbije pre bi izabralo da kupuje u prodavnicima društveno odgovorne kompanije, čak i ukoliko su u toj prodavnici cene nešto više, pokazuje Istraživanje koje je sproveo Smart Colectiv sa Ipsos Strategic Marketingom.

Pitali smo građane da li bi pre kupili proizvod kompanije koja poštuje ESG standarde ili im to nije presudan faktor pri kupovini.

## ANKETA

1. Bitno mi je da nije samo markentiški trik to etičko poslovanje, već da postoji neki provereni dokaz da je to zaista tačno.
2. Ako kompanija izađe sa studiom koja je proverena, i ako znam da stvarno stoji iza toga - onda da.
3. Na primer Eucerin, koji jedini prihvata svoji staru ambalažu i oni vam daju vaučer od 100 dinara. Nisu bitni 100 dinara, bitno je smanjeno zagađenje, briga o otpadu, reciklaža i zato su mi oni preferentni - preferiram njih.
4. Prvenstveno gledam kvalitet i odnos cene i kvaliteta.

## OFF

Od 50 najvećih kompanija u Srbiji, samo 21 on njih objavljuje godišnji izveštaj o održivosti na srpskom jeziku, ostali izveštaji su uglavnom na engleskom ili su uvršteni u godišnje ili finansijske izveštaje. Jedna od njih je kompanija **Hemofarm** prema analizi istraživanja o izveštavanju o održivosti projekta ESG Srbija.

### SINK: Dušan Stojaković, menadžer održivog razvoja u Hemofarmu

Kupci sve više vole odgovorne brendove, moram da kažem da u Srbiji još uvek nije svanulo to jutro ESG svesti, ali će ono neminovno doći. Tako što će se sve više i više širiti razumevanje koncepta, gde mi nastojimo na našim primerima kako to mi odgovorno radimo da pokažemo da je uvek moguće biti bolji. Uvek je moguće biti odgovoran komšija. Doći će to jutro buđenje kolektivne ESG svesti gde će opstanak biti moguć samo za brendove koji su odgovorni.

## OFF

Samo 16% građana veruje da kompanije u Srbiji posluju odgovorno, a 21% ispitanika tvrdi da je dovoljno upoznato sa održivim poslovanjem kompanija, pokazuju podaci istraživanja Platforme za Agendu 2030 u Srbiji - Održivi razvoj za sve iz 2023. Globalno, investicije u ESG fondove porasle su na 51 milijardu dolara u 2023. godini. Dok specifični podaci za Srbiju nisu dostupni, domaće kompanije sve više ulažu u usklađivanje sa ESG standardima kako bi ostale konkurentne na evropskom tržištu.

### SINK: Žana Karavezić, Udruženje potrošača "Prosperitet"

Kada je reč o sprovođenju ESG standarda, potrošači su ipak nepoverljivi prema kompanijama, zbog čega je to?

Nepoverljivi su pre svega zbog nedostatka transparentnosti, zato što kompanije ne dostavljaju jasne dokaze šta oni tačno rade da doprinesu zaštiti životne sredine. Potrebno je da budu transparentnije, otvorenije da omoguće kontrolu svojih aktivnosti nezavisnim organizacijama. Vi u Srbiji imate trgovinske lance koji promovišu zelene kese, kao ekološki prihvatljivije rešenje, ali i potrošači nemaju dovoljno jasne dokaze koliko su one ustvari reciklabirne, koliko su biorazgradive, niti ima podataka o njihovom uticaju na zaštitu životne sredine.

## **STAND UP**

Građani Srbije su, iako često nesvesni samog termina, intuitivno spremni da daju prednost kompanijama koje posluju odgovorno. Međutim, s jedne strane imamo volju potrošača, a s druge – nepoverenje koje prati korporativnu praksu. ESG u Srbiji je još uvek u razvoja, ipak, svaki korak – bilo to povećana transparentnost ili ulaganje u bezbednost zaposlenih – približava nas društvu u kojem je odgovorno poslovanje norma, a ne izuzetak.

**Milica Alimpić**

**Mentorka: Vesna Damjanić, Bloomberg Adria TV**

**VREME**



POWERED BY:

**DELTA  
HOLDING**

Telekom Srbija