

Konferencja

WSPÓLNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

– jak zwiększyć obecność i skuteczność CSR w UE

Filharmonia Bałtycka w Gdańsku
5 / 9 / 2011

ORGANIZATORZY



PARTNER GŁÓWNY



PARTNER BRANŻOWY



PARTNER



PARTNERZY WSPIERAJĄCY



PARTNERZY SESJI



PARTNERZY MEDIALNI





Konferencja

WSPÓLNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

– jak zwiększyć obecność i skuteczność CSR w UE

PANEL „KONSUMENT”

Ku optymalizacji warunków zaistnienia odpowiedzialnej konsumpcji

PRZESŁANIE

W istocie rzeczy chodzi o to, aby zasoby odnawialne zużywać wolniej niż je wytwarzać, a nieodnawialne – zużywając tak wolno jak to możliwe - starać się zastąpić substytutami, najlepiej substytutami odnawialnymi.
Chodzi także o to, by proces produkcji integrować z odpowiedzialną dystrybucją i odpowiedzialnymi wzorami konsumpcji – służącymi rozwojowi człowieka, jego zdrowiu, rozwojowi kulturowemu i poszanowaniu ludzkiej godności.

Wyzwaniem współczesności jest więc uświadomienie producentom, handlowcom i konsumentom, że są ogniwami tego samego łańcucha, który wspólnie muszą uczynić zrównoważonym i odpowiedzialnym.

ORGANIZATORZY



PARTNER GŁÓWNY



PARTNER BRANŻOWY



PARTNER



PARTNERZY WSPIERAJĄCY



PARTNERZY SESJI



PARTNERZY MEDIALNI



CO BIZNES POWINIEN?

- Uświadomić sobie, że konsumowanie odpowiedzialne jest ogniwem wieloelementowego łańcucha działań skutkujących powstaniem produktu, dostawą, konsumpcją i zagospodarowaniem odpadów. Oznacza to wielość interesariuszy i potrzebę ich współdziałania.
- Wiedzieć, że szczególny obowiązek ciąży na firmach sektora handlu i sektora produkcji. Ich współdziałanie prowadzi do wspólnej redukcji kosztów i kreacji gamy produktów spełniających kryteria racjonalności ekonomicznej i społecznej.
- Konkurując – kooperować ku dobru wspólnemu osiąganemu dzięki społecznej odpowiedzialności i zrównoważonym strategiom rozwoju firm i społeczeństw.
- Kreować i wspierać strategie biznesowe skutkujące optymalną społecznie i zarazem zyskową ofertą produktową, wiążąc je z działaniami edukacyjno-informacyjnymi wobec konsumenta. Tutaj nieocenioną pomoc niosą NGOs.

ORGANIZATORZY**PARTNER GŁÓWNY****PARTNER BRANŻOWY****PARTNER****PARTNERZY WSPIERAJĄCY****PARTNERZY SESJI****PARTNERZY MEDIALNI**



CO KONSUMENT Z TEGO MA?

- Chodzi o to, by każdy z nas swoje spożycie budował w sposób odpowiedzialny wobec otoczenia, siebie samego i następców, stając się świadomym ogniwem odpowiedzialnego łańcucha życia produktu.
- Odpowiedzialność ta ma charakter wielokryterialny i realizuje się jako specyficzny sposób organizacji życia gospodarczego, polityki, prawa, zasad współżycia społecznego i świadomości społecznej. Jest optymalizacją współistnienia racjonalności zysku z racjonalnością przyjaznego korzystania ze środowiska naturalnego i kulturowego, zgodnego z zasadami etyki. Konsument jest więc systemowo bezpieczny w swej społecznej egzystencji, która zmierza ku dobrej przyszłości.

ORGANIZATORZY



PARTNER GŁÓWNY



PARTNER BRANŻOWY



PARTNER



PARTNERZY WSPIERAJĄCY



PARTNERZY SESJI



PARTNERZY MEDIALNI

