



Na osobach tworzących biznes spoczywa odpowiedzialność na wielu płaszczyznach – za pracowników, partnerów handlowych, satysfakcję klienta. KRISPOL idzie dalej i do strategii CSR dodaje działania proekologiczne. Troska o przyszłe pokolenia ma w tym momencie wymiar lokalny, ale producent zamierza stworzyć internetową ścieżkę edukacyjną i uczyć dobrych nawyków, między innymi w social mediach. Pierwszy krok w tym kierunku to sadzenie lasu z pracownikami w ramach akcji Sztafeta pokoleń

Huragan Stulecia, który przeszedł przez Polskę 2 lata temu, spowodował kolosalne straty w ekosystemie. Lasy Państwowe oszacowały zniszczenia na 10 mln m³ powalonych i połamanych drzew. Nawałnica dotknęła także Wrześnię, gdzie swoje zakłady produkcyjne ma KRISPOL. W minioną sobotę pracownicy, wraz z przedstawicielami Zarządu, posadzili wspólnie las. To pierwszy krok na drodze do budowania firmy o „zielonym sercu”.

– W KRISPOL często organizujemy wydarzenia, w których biorą udział całe rodziny. Lubimy spędzać razem czas. Największą wartością tej akcji jest edukacja naszych dzieci, bo to dla nich ten las sadzimy. Mamy świadomość, że nasza planeta wymaga przede wszystkim zmiany myślenia, a małe kroki w codziennym życiu, mogą wygenerować wielkie zmiany w przyszłości. Chcemy wyrabiać dobre nawyki i przekazać je następnym pokoleniom — skomentowała **Katarzyna Kozłowska**, Marketing Manager firmy KRISPOL.

W trakcie sobotniego spotkania życie otrzymało 2000 sadzonek. KRISPOL zapowiada, że akcja na stałe wpisała się w firmowy kalendarz i zostanie powtórzona na wiosnę.

– Rozpoczynamy kampanię wewnętrzną pod hasłem „KRISPOL firma o zielonym sercu”. W cyklu przygotowanych działań będziemy starali się zmieniać świadomość współpracowników oraz fanów naszych profili w mediach społecznościowych. Wszystkie firmy zachęcamy do podjęcia tematu szeroko pojętej ekologii i zrównoważonego rozwoju, razem pozytywnie wpłyniemy na nasze otoczenie — mówi Katarzyna Kozłowska, Marketing Manager KRISPOL.



KRISPOL

[press box](#)