**Rusza akcja „Świat na zakręcie: solidarni w biznesie”:**

**patriotyzm ekonomiczny sposobem na wyjście z kryzysu**

**Polskie firmy, które chcą wyjść z recesji, muszą grać do jednej bramki. – W obecnej sytuacji patriotyzm ekonomiczny to nie tylko miły gest, czy ładnie brzmiący slogan, ale biznesowa konieczność. Szczególnie że klienci będą coraz uważniej przyglądać się łańcuchowi dostaw w branży spożywczej – mówi Piotr Pietrzykowski, prezes zarządu Green Factory Logistics i pomysłodawca akcji „Świat na zakręcie: solidarni w biznesie”.**

W ostatnich tygodniach cały świat w ciągu zaledwie chwili znalazł się na przysłowiowym zakręcie. Zmieniły się nie tylko nasze codzienne zachowania, ale także sposób funkcjonowania biznesu. Dla wielu firm była to prawdziwa rewolucja, do której musiały natychmiast się dostosować. Od tego zależało ich przetrwanie. Jedną z kluczowych branż w tym łańcuchu była logistyka. To ona w dużej mierze pozwala na utrzymanie płynności w handlu i wpływa na kondycję innych podmiotów. Dlatego ten sektor nie może sobie pozwolić na żadne przestoje, czy pauzy. Szczególnie w przypadku transportu produktów świeżych, który wpływa także na bezpieczeństwo żywnościowe Polaków.

**Szybkie reagowanie ratuje polskich producentów żywności**

Ze względu na odgórne zmiany wynikające z nowych regulacji dotyczących funkcjonowania placówek handlowych i ograniczeń modelu sprzedaży sieci wielkopowierzchniowych, logistyka musiała błyskawicznie zmodyfikować sposób zarządzania wszystkimi operacjami. – *Nie da się ukryć, że sytuacja dla nas także była niespodziewana, ponieważ pandemia na skalę ogólnoświatową nie jest czymś łatwym do przewidzenia. Natomiast nasza działalność od zawsze jest oparta na umiejętności reagowania na przeróżne zmienne, stąd funkcjonowanie w oparciu o zmienne scenariusze jest niejako wpisane w nasze DNA. Jesteśmy na to przygotowani i zawsze to, co niespodziewane uwzględniamy, planując zakup nowych technologii, czy floty. Najważniejsze było dla nas, aby dzięki dopasowanym rozwiązaniom pomóc w prowadzeniu biznesu naszym partnerom, wśród których jest mnóstwo polskich, nierzadko rodzinnych firm. To od ciągłości dostaw w tych nieprzyjaznych warunkach zależała kondycja ich biznesu i możliwość utrzymania płynności finansowej. W naszej branży sprzęt jest bardzo ważny, ale najistotniejsza jest niezawodność i terminowość* – mówi **Piotr Pietrzykowski**, prezes zarządu Green Factory Logistics.

Najważniejszym priorytetem było zastosowanie najwyższych procedur bezpieczeństwa. W przypadku dostaw żywności to przede wszystkim stosowanie się do procedur IFS Logistics, czyli zachowanie restrykcyjnych wymagań higienicznych oraz dbanie o zachowanie ciągu chłodniczego i rygorystyczne kontrolowanie temperatury na każdym etapie dostawy. Bezpieczeństwo w rozumieniu łańcucha dostaw to też pełne zabezpieczenie zespołów pracowników. Jak to wygląda w obliczu stanu epidemicznego? Otóż najważniejsza jest redukcja możliwości zachorowania wśród pracowników i zachowanie ciągłości łańcucha dostaw. Oprócz środków dezynfekujących, maseczek, rękawiczek, pracy zdalnej stosowane są zasady dywersyfikacji pracowników na mniejsze, odizolowane zespoły oraz ograniczenie w zakresie kontaktów zawodowych.

To kompleksowe, ale przede wszystkim elastyczne podejście zdało egzamin. Mimo to przez nowe regulacje, m.in. krótsze godziny otwarć sklepów należących do sieci, ograniczona liczba klientów, czy zmieniony koszyk zakupowy konsumentów, który jest ściśle związany z nowym, zdalnym funkcjonowaniem, odbiły się na sytuacji finansowej logistyki oraz producentów świeżej żywności. Firmy próbują poradzić sobie z wyjściem z tej sytuacji, tnąc wewnętrzne koszty, czy starając się uzyskać pomoc z tzw. tarczy antykryzysowej. To jednak wciąż za mało. Straty poniesione w czasie epidemii będą odrabiane jeszcze wiele miesięcy po jej zakończeniu, bowiem jest to bardzo silny cios dla krajowej i światowej gospodarki.

**Polskie firmy dla polskich partnerów: wspólna akcja pokaże jak skutecznie się wspierać**

Jak zatem radzić sobie z przeciwnościami i odbudować kondycję biznesu? – *Odpowiedź jest bardzo prosta: musimy sobie wzajemnie pomagać. Polskie firmy muszą wspierać polskich partnerów. Wszyscy ponosimy te same koszty: tworzymy miejsca pracy, płacimy podatki, zapewniamy stabilność kontrahentom. Sami jesteśmy polską spółką logistyczną z całkowicie rodzimym kapitałem, która od 12 lat funkcjonuje na rynku. Stąd wiemy, że patriotyzm ekonomiczny nie jest tylko dobrze brzmiącym hasłem, ale w tej chwili przede wszystkim najrozsądniejszym wyjściem. Jesteśmy połączonymi ogniwami w tym samym łańcuchu dostaw. Żeby był on silny jako całość, każdy jego element musi być także w dobrej kondycji. Dlatego zapraszamy wszystkich polskich producentów do włączenia się w zainicjowaną przez nas akcję* ***„Świat na zakręcie: solidarni w biznesie****”, która ma mieć konkretny, praktyczny wymiar. Musimy być silni branżowo i razem stać na straży swoich interesów* – mówi Piotr Pietrzykowski.

Pomysłodawcy inicjatywy chcą zaprosić polskich producentów do szerokiej debaty na ten temat.

Jeszcze ściślejsza współpraca między polskimi firmami jest uzasadniona także zmieniającymi się nawykami konsumentów. W obliczu pandemii przekonali się, iż chociaż współpraca globalna daje wiele możliwości, nie jest odporna na czynniki zewnętrzne i niespodziewanie może się załamać. Jak przewidują eksperci, Polacy będą też ściślej przyglądać się łańcuchowi dostaw oraz sprawdzać, skąd pochodzą produkty, które potem znajdują się na ich stołach. – *Skończyły się czasy zaufania na wyrost. Teraz odbiorcy będą myśleć bardziej lokalnie, bo to co bliskie jest w ich odbiorze także lepiej znane, możliwe do weryfikacji, a przez to bezpieczniejsze. Uwzględnienie tego w strategiach jest biznesową koniecznością* – ocenia **Piotr Pietrzykowski**.

Informacje o akcji można znaleźć w mediach społecznościowych Green Factory Logistics (Facebook oraz LinkedIn). Firma będzie także regularnie informować polskie przedsiębiorstwa o kolejnych ustaleniach i rozwiązaniach w branżowych mailingach. Zainteresowani dołączeniem do inicjatywy mogą także pisać na adres e-mail: [solidarniwbiznesie@gfl.com.pl](mailto:solidarniwbiznesie@gfl.com.pl).