Warszawa, 18.04.2023 r.

**UNICEF Polska podczas Europejskiego Kongresu Gospodarczego ogłosi wyniki najnowszego badania na temat możliwości partnerskiej współpracy NGO i biznesu**

**W jaki sposób prowadzić partnerskie działania na rzecz zrównoważonego rozwoju? Jak połączyć cele biznesu i doświadczenie organizacji humanitarnej o globalnym zasięgu? Podczas największego wydarzenia biznesowego w Europie Centralnej – XV edycji Europejskiego Kongresu Gospodarczego, UNICEF Polska odpowie na te pytania. Będzie to również okazja do zaprezentowania wyników badania przeprowadzonego w kwietniu, które potwierdza, że większość działań z obszaru ESG leży także w rękach przedstawicieli marketingu. Ponad 75 proc. z nich wskazuje, że w tym roku kluczowym tematem, który wymaga szczególnej uwagi są skutki kryzysu klimatycznego. Natomiast blisko 60 proc. potwierdza, że działania muszą zostać podjęte także w kwestii dalszego wspierania rodzin ukraińskich oraz wzmacniania pozycji dziewcząt w społeczeństwie.**

Przedstawiciele UNICEF Polska, globalnej organizacji, posiadającej prawie 80-letnie doświadczenie w pomaganiu, będą uczestniczyć w dwóch panelach podczas tegorocznego Europejskiego Kongresu Gospodarczego. Zarazem organizacja będzie kontynuowała swoją pionierską kampanię, która przełamała stereotyp myślenia o współpracy organizacji NGO z biznesem i przyczyniła się do rozpoczęcia dyskusji w branży. W tym roku do dialogu zostali zaproszeni marketerzy, ponieważ, jak wynika z badania zrealizowanego przez Shortlist Consulting, na zlecenie UNICEF Polska, w firmach w **60 proc.** to właśnie działy marketingu są aktywnie włączane w realizację celów ESG i CSR.

– *Podczas wydarzenia poświęconego ważnym tematom gospodarczym i społecznym, nie może zabraknąć tematów związanych z pomaganiem i trzecim sektorem. Świat biznesu pomagał, pomaga i będzie pomagać. To, że firmy chcą to robić jest pewne. Jednak w obliczu tak wielu wyzwań, warto dyskutować o najskuteczniejszych sposobach pomocy. Jest tak wiele obszarów do zagospodarowania. To nie tylko kwestie klimatyczne, ale także tocząca się wojna na Ukrainie czy stale rosnący problem zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży. Europejski Kongres Gospodarczy jest doskonałą przestrzenią do dyskusji na tematy ważne i wymagające wypracowania długofalowych rozwiązań* – powiedziała **Renata Bem, Dyrektor Generalna UNICEF Polska**.

**Badanie wśród marketerów**

Strategie biznesowe kształtują codzienność biznesu. Mają one realny wpływ zarówno na jego rozwój, zmiany w otoczeniu, ale także kształtowanie postaw społecznych. W przeprowadzonym badaniu marketerzy wskazali trzy obszary, które powinny zostać objęte szczególnym wsparciem w 2023 r. Są to skutki kryzysu klimatycznego (77,8 proc.), wsparcie dla ukraińskich dzieci i ich rodzin (62,2 proc.), wzmocnienie pozycji społecznej kobiet i dziewcząt (60 proc.). Więcej wyników badania zaprezentowanych zostanie podczas Europejskiego Kongresu Gospodarczego.

**Przestrzeń do zapoczątkowania dyskusji**

Prelegentką podczas EKG będzie Renata Bem, Dyrektor Generalna UNICEF Polska, która weźmie udział w dwóch panelach: „Trzeci sektor (26.04., godz. 9.30 – 11.00) oraz „Pomagamy skutecznie” (26.04., godz. 11.30 – 13.00). Poranny panel będzie dotyczył m.in. roli organizacji pozarządowych w społeczeństwie i metod ich skutecznego wspierania. Natomiast drugi będzie poświęcony niesieniu mądrej i profesjonalnej pomocy.

Podczas kongresu na stoisku UNICEF Polska (nr 76), zlokalizowanym w części wystawienniczej Europejskiego Kongresu Gospodarczego, będzie dostępny przewodnik „NGO i biznes. Partnerstwo czy jednostronna korzyść?”, dodatkowo poszerzony o wyniki badania środowiska marketerów.

**Akcja UNICEF dla biznesu:**

Kampania „NGO dla biznesu” przygotowana przez UNICEF Polska jest unikalną inicjatywą w skali Polski i świata. Organizacja chce dzięki niej przedefiniować standardy współpracy sektora NGO i biznesu, podkreślając, że beneficjentami są obie strony takich działań. Pierwsza odsłona, zorganizowana w 2022 r. opierała się na warsztatach UNICEF Polska z przedstawicielami zaangażowanych społecznie firm, takich jak: Credit Agricole Bank Polska, Digital Care Group, FEYENALLY, Glovo, Grupy LUX MED, Kaufland Polska, Kubota, Legimi, PAGEN, PayU oraz x-kom. Ich celem było zdiagnozowanie istniejących i potencjalnych obszarów współpracy biznesu i organizacji charytatywnych oraz korzyści, jakie mogą z niej wynikać dla obu stron. Szczegółowe wnioski i wytyczne do współpracy pomiędzy firmami i organizacjami społecznymi zostały zebrane w postaci przewodnika „NGO i Biznes – Partnerstwo czy jednostronna korzyść?”. Jednym z elementów zeszłorocznej kampanii UNICEF dla Biznesu był także cykl podcastów, których gospodarzem był Jarosław Kuźniar. W tym roku UNICEF Polska zaprosił do dyskusji marketerów z największych polskich firm, jednocześnie, przeprowadzając wśród nich badanie o ich potrzebach związanych ze współpracą z sektorem NGO.

**Więcej o UNICEF Polska:**

UNICEF od blisko 80 lat ratuje życie dzieci, broni ich praw i pomaga im wykorzystać potencjał, jaki posiadają. Nigdy się nie poddajemy! Pracujemy w najtrudniejszych miejscach na świecie, aby dotrzeć do najbardziej pokrzywdzonych dzieci. W ponad 190 krajach i terytoriach pracujemy #dlakazdegodziecka, aby budować lepszy świat dla wszystkich. Przed, w trakcie i po kryzysach humanitarnych jesteśmy na miejscu, niosąc ratującą życie pomoc i nadzieję dzieciom i ich rodzinom. Realizujemy nie tylko działania pomocowe, ale także edukacyjne. Wierzymy, że edukacja to jedna z najbardziej skutecznych form zmieniania świata. W Polsce pracujemy ze szkołami i samorządami, aby prawa dziecka były zawsze przestrzegane, a głos młodych ludzi słyszany i respektowany. Jesteśmy apolityczni i bezstronni, ale nigdy nie pozostajemy obojętni, gdy chodzi o obronę praw dzieci i zabezpieczenie ich życia i przyszłości. Więcej informacji na unicef.pl.

**Kontakt dla mediów:**

**Jan Bratkowski**

Rzecznik Prasowy

UNICEF Polska | ul. Rolna 175 D, Warszawa  
Tel.: 509 224 588