

Сеопфатен опис на ESG стандардите, конкретно прилагоден за индустријата за процесирање на храна и пијалоци. Овој опис ги опфаќа клучните аспекти, важноста и практичната примена.

ESG е кратенка за **Environmental (Животна средина), Social (Општество) и Governance (Управување)**. Тоа е рамка која им помага на инвеститорите, потрошувачите, вработените и другите засегнати страни да ги оценат перформансите на една компанија не само преку финансиските резултати, туку и преку нејзиното влијание врз околината, општеството и начинот на кој е водена.

Вовед: Што е ESG и зошто е клучен за овој сектор?

За индустријата за храна и пијалоци, ESG не е само тренд, туку **фундаментален дел од деловниот модел**. Оваа индустрија е директно зависна од природните ресурси (вода, почва), човечкиот труд (од фармите до фабриките) и довербата на потрошувачите, што ја прави исклучително подложна на ESG ризици и можности.

E - Компонента: Животна средина (Environmental)

Оваа компонента се фокусира на тоа како компанијата управува со своето влијание врз природната средина. За производителите на храна и пијалоци, клучни теми се:

1. Управување со водите:

- **Опис:** Индустријата е еден од најголемите потрошувачи на вода (како состојка, за чистење, за ладење). ESG пристапот бара мерење, намалување на потрошувачката, третман на отпадните води и одговорно користење, особено во региони со недостаток на вода.
- **Пример:** Инсталирање системи за рециклирање на водата за техничка употреба, поставување цели за намалување на потрошувачката на вода по тон производ.

2. Климатски промени и потрошувачка на енергија:

- **Опис:** Процесирањето (пастеризација, замрзнување, печење) е енергетски интензивно. Оваа тема опфаќа мерење и намалување на емисиите на стакленички гасови (директни од согорување горива и индиректни од потрошена струја), подобрување на енергетската ефикасност и транзиција кон обновливи извори на енергија. Ова е директно поврзано со **СВАМ** регулативата.
- **Пример:** Поставување соларни панели на покривите на фабриката, замена на старата опрема со нова, енергетски ефикасна опрема.

3. Одржливо пакување и управување со отпад:

- **Опис:** Амбалажата е критична точка поради огромното создавање отпад, особено пластика. Се бараат иновации во дизајнот на пакувањето за тоа да биде рециклибилно,

биоразградливо или направено од рециклирани материјали. Тука спаѓа и намалувањето на отпадот од храна (food waste) во текот на производството.

- **Пример:** Преминување од пластични во стаклени повратни шишиња, намалување на тежината на пластичната амбалажа, соработка со компании за рециклирање.
 - 4. **Одржливо снабдување со сировини и земјоделство:**
 - **Опис:** Влијанието на компанијата започнува од фармата. Ова вклучува соработка со земјоделци кои применуваат одржливи практики (регенеративно земјоделство), заштита на биодиверзитетот, намалување на употребата на пестициди и одговорно користење на земјиштето.
 - **Пример:** Склучување договори со локални фармери кои имаат органски сертификати, поддршка за проекти за пошумување.
-

S - Компонента: Општество (Social)

Оваа компонента го анализира односот на компанијата со нејзините вработени, потрошувачи и пошироката заедница.

1. **Безбедност и квалитет на производите:**
 - **Опис:** Ова е апсолутен приоритет. Вклучува ригорозни системи за контрола на квалитетот (како HACCP), следливост на состојките и целосна транспарентност во врска со безбедноста на производите.
 - **Пример:** Имплементација на блокчејн технологија за следливост на производот од нива до трпеза.
 2. **Здравје и нутритивни вредности за потрошувачите:**
 - **Опис:** Потрошувачите сè повеќе бараат поздрави опции. Ова се однесува на напорите на компанијата да го подобри нутритивниот профил на своите производи – намалување на шеќер, сол и нездрави масти, збогатување со витамини и минерали и нудење на поздрави алтернативи.
 - **Пример:** Реформулација на рецепти за пијалоци со цел намалување на содржината на шеќер за 30%.
 3. **Работнички права и услови за работа:**
 - **Опис:** Опфаќа обезбедување безбедна и здрава работна средина, фер плати, почитување на работничките права, еднакви можности за сите и строго спротивставување на принудна или детска работа, особено во синцирот на набавка на сировини (на пр. кај сезонските работници).
 - **Пример:** Редовни ревизии на условите за работа кај клучните добавувачи на сировини.
 4. **Етичко набавување и односи со заедницата:**
 - **Опис:** Се однесува на тоа како компанијата влијае на локалните заедници каде што работи. Вклучува поддршка на локални добавувачи, фер-трејд (fair trade) практики за сировини како кафе или какао и инвестирање во локални социјални проекти.
 - **Пример:** Компанија за кафе обезбедува дел од профитот за изградба на училишта во регионите од каде што го набавува кафето.
-

G - Компонента: Управување (Governance)

Оваа компонента се однесува на тоа како компанијата е водена, контролирана и како се донесуваат одлуките.

1. Корпоративно управување и транспарентност:

- **Опис:** Вклучува јасна структура на управување, надзор на ESG темите од страна на одборот на директори, силни антикорупциски политики и транспарентно известување за деловните практики.
- **Пример:** Формирање на посебен одбор или комитет за одржливост кој директно одговара на главниот извршен директор.

2. Транспарентност на синцирот на набавка:

- **Опис:** Можноста да се следат суровините и производите низ целиот синцир на вредност. Ова ја зголемува довербата кај потрошувачите и помага во управувањето со ризици (на пр. контаминација на храна).
- **Пример:** Јавно објавување на листата на клучни добавувачи од прв ред (Tier 1 suppliers).

3. Управување со ризици:

- **Опис:** Интегрирање на ESG факторите во целокупната стратегија за управување со ризици. Како компанијата се подготвува за ризици како што се климатските промени (на пр. суши кои влијаат на родот), промени во регулативата или промени во преференциите на потрошувачите.
- **Пример:** Спроведување на сценарио анализи за тоа како недостатокот на вода би влијаел на производството и цената на производите.

4. Етички маркетинг и етикетање:

- **Опис:** Обезбедување дека сите маркетинг тврдења (на пр. „природно“, „здорово“, „еко“) се точни, поткрепени со докази и не ги доведуваат потрошувачите во заблуда. Јасно и прецизно етикетање на производите.
- **Пример:** Добивање на официјален „органичен“ сертификат пред производот да се етикета како таков.

Клучни рамки за известување:

За да ги мерат и комуницираат своите ESG перформанси, компаниите најчесто користат меѓународно признати стандарди како:

- **GRI (Global Reporting Initiative):** Најраспространета рамка за известување за одржливост.
- **SASB (Sustainability Accounting Standards Board):** Се фокусира на финансиски материјални ESG информации и има специфичен стандард за индустријата за храна и пијалоци.
- **CDP (Carbon Disclosure Project):** Глобална платформа за известување за влијанието врз климата, водите и шумите.

Спроведувањето на силна ESG стратегија повеќе не е прашање на избор, туку на деловна неопходност која носи долгорочна вредност, ја зголемува отпорноста на компанијата и ја гради довербата кај сите засегнати страни.