

A legjobb társadalmi hatású márkák

A rangos üzleti magazin, a Forbes 2025-ös „A legjobb társadalmi hatású márkák” felmérése azt vizsgálta, hogy a fogyasztók szerint a vállalatok mennyire veszik komolyan a társadalmi felelősségvállalást. A Forbes több mint 4,4 millió értékelést gyűjtött be 165 ezer válaszadótól, akik összesen 3.900 márkát értékelték. A Toyota és a Lexus egyaránt az élmezőnyben végzett.

Az elsőre bonyolultnak ható felmérés az igazságosságra törekedett és önkéntes véleményeket kért a válaszadóktól. A felmérésben szereplő cégek (akiket a válaszadók véletlenszerűen, önszántukból neveztek meg) semmilyen módon nem támogatták a felmérést végző céget. A résztvevők négy kulcsterület alapján értékelték. Megítélték, hogy mennyire tartják etikusnak és megbízhatónak az adott vállalatot, és állást foglaltak abban is, hogy a cég milyen módon áll ki a társadalmi ügyek mellett. Az értékelésnek része volt a fenntarthatóság is: mennyire környezetbarát gyakorlatokat folytat az értékelt cég, mennyire takarékosan termel és működik. S végül értékelték a vállalatok szerepét a jótékonyági tevékenységekben és a helyi közösségek segítésében.

Összesítésben a Toyota a tizenegyedik helyen végzett, de megsüvegezendő a kisebb és ezért kevesebb embert elérő Lexus huszonegyedik helye is. Ha pusztán az **autógyártókat** vesszük, akkor a **Toyota második**, a **Lexus a negyedik** – s talán fontos trendre hívja fel a figyelmet az a tény is, hogy az első ötből négy, míg az első nyolcból öt márka japán.

RANK ^	BRAND	BRAND CATEGORY	PARENT COMPANY	COUNTRY/TERRITORY
3	Subaru	Auto		Japan
11	Toyota	Auto		Japan
16	Mercedes-Benz	Auto	Mercedes-Benz Group	Germany
21	Lexus	Auto	Toyota Motor	Japan
25	Honda	Auto		Japan
45	Cadillac	Auto	General Motors	United States
65	BMW	Auto		Germany
69	Acura	Auto	Honda Motor	Japan

De mit is jelent a „jó” társadalmi hatás? Egy brand társadalmi hatását akkor tartják jónak az emberek, ha azt érzik, hogy a márka hiteles, és ha a márka fő értékei fontosak a fogyasztók, a vásárlók számára is. A válaszadók fontos szempontként jelölték még meg a cégek fenntarthatósági törekvéseit, illetve azt, hogy az adott vállalat átláthatóan működjön és kommunikáljon, illetve elszámoltatható legyen.

Mind a Toyota, mind a Lexus példát mutat abban, hogyan lehet a társadalmi felelősségvállalást és a fenntarthatóságot a vállalati működés szerves részévé tenni. Nyugodtan állíthatjuk, hogy tevékenységük túlmutat a PR-szlogenek szintjén, és valós, mérhető hatást gyakorol a közösségekre és a környezetre.

Lássunk néhány konkrét példát! A *Toyota Environmental Challenge 2050* célja a nulla CO₂-kibocsátás elérése a jármű teljes életciklusa során – ezt a stratégiát a Toyota Föld Kartájában rögzítették. A *Toyota Disaster Recovery Support* (TDRS) természeti katasztrófák esetén járműveket biztosít, támogatja az evakuálást és önkéntes koordinátorokat képez. 2020-ban például Japánban nyújtottak segítséget özönvízszerű esőzések után.

A Toyota partnere a *Serve the City* szervezetnek is: a cég európai munkatársai több ezer önkéntes tevékenységben vesznek részt, például ételosztásban hajléktalanok számára. A Toyota nem feledkezett meg az oktatásról sem: *Monozukuri* oktatási programjai keretében interaktív tudományos és technológiai műhelyeket szervez általános iskolásoknak, ahol a Toyota mérnökei oktatnak. A *Toyota Startup Accelerator* olyan program, amely olyan startupokat támogat, amelyek a fenntartható mobilitás fejlesztésére koncentrálnak. A Toyota finanszírozást és mentorálást biztosít, hogy elősegítsék a jövő technológiáinak fejlődését.

A Lexus is hasonlóan aktív, ha társadalmi szerepvállalásról van szó. A *Lexus Eco Challenge* program célja, hogy a középiskolásokat környezettudatos gondolkodásra és cselekvésre ösztönözze. Eddig több mint 33 ezer diák vett részt benne, és több mint ötmillió dollár ösztöndíjat osztottak ki nekik. Az *Accelerate Amazing* is a Lexus kezdeményezése, és a jövő vállalkozóit, újítóit támogatja mentorálással, forrásokkal és pénzdíjas startup versenyekkel.

A Lexus emellett partnere a *Cerebral Palsy Foundation*nek is. Az együttműködés során olyan egyedi járművet fejlesztettek ki, amely a mozgáskorlátozottsággal járó agyi károsodásban szenvedő gyermekek mobilitását javítja.

Fotók: *Toyota, Medium*

Infografika: *Forbes*

Forrás:

<https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/a-legjobb-tarsadalmi-hatasu-markak>