



JAK WPLEŚĆ WARTOŚCI ESG W KOMUNIKACJĘ I KULTURĘ ORGANIZACJI?

**INSPIRACJE I DOBRE
PRAKTYKI DLA FIRM**



Każda firma ma własny zakres działań, sposób zarządzania, indywidualne budżety oraz dobraną do swoich projektów kadrę. Obok tych podstawowych elementów jest jednak coś jeszcze. Wartości, sposób ich komunikacji oraz cała kultura organizacyjna – czyli niematerialne, ale równie ważne aspekty funkcjonowania biznesu. Dziś przyjrzymy się, jak spójnie i rzetelnie mówić o tym, że firma działa w duchu ESG.

CZYM JEST ESG I CZY DOTYCZY TYLKO GIGANTÓW?

ESG to strategia opierająca się na trzech filarach: ochronie środowiska, społecznej odpowiedzialności biznesu oraz łańdże korporacyjnym. W dużym skrócie to podejście, które określa standardy działania firmy w odniesieniu do planety i jej mieszkańców.

W słowie „ESG” każda z liter ma swoje znaczenie:



Kryteria środowiskowe
(Environmental)

sprawdzają, jak firma wypełnia swoje obowiązki względem planety, np. dbając o zmniejszenie liczby zużywanego papieru lub ograniczając emisję CO₂ w produkcji.



Kryteria społeczne
(Social)

badają, jak firma zarządza relacjami z pracownikami, dostawcami, klientami i społecznościami, w których działa, np. promując różnorodność lub dbając o benefity dla pracowników.



Sposób zarządzania
(Governance)

definiuje zbiór zasad i najlepszych praktyk, a także szereg procesów, które określają sposób zarządzania i kontroli w danej organizacji, np. wprowadzając etyczne zarządzanie lub organizując regularne audyty zewnętrzne.

Dzięki szerokiemu spektrum, dyrektywy związane z ESG (czy to wdrażane dobrowolnie, czy też w związku z obowiązującymi przepisami) starają się chronić to, co najważniejsze – naturalne zasoby ziemi oraz zasoby ludzkie.

Choć raportowanie ESG dotyczy obecnie największych przedsiębiorstw, to **mniejsze biznesy mogą również śmiało korzystać z przewag, jakie zapewnia takie podejście.**

Przykłady ESG z życia wzięte

Możesz mieć pewność, że działasz zgodnie z wytycznymi ESG (nawet, gdy robisz to na małą skalę!), jeśli w firmie np. segregujecie odpady, macie elektroniczny obieg dokumentów, angażujecie się w wolontariat pracowniczy, a także działacie transparentnie, wdrażacie politykę antykorupcyjną, promujecie różnorodność w zarządzie czy zapewniacie pracownikom dostęp do benefitów prozdrowotnych.

Dróg do realizacji misji ESG jest naprawdę sporo, stąd warto zastanowić się, nie tylko jak to robić, ale także jak o tym mówić!

JAK KOMUNIKOWAĆ WARTOŚCI ESG?

Twoja firma aktywnie działa w obszarach ESG? **Czas, aby wszyscy – zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji – dowiedzieli się o tym.** Zebraliśmy kilka prostych zasad komunikacji, które pozwolą pokazać, jakie wartości są bliskie Twojemu biznesowi:

Działaj rzetelnie

Stawiaj na fakty, nie naciągane tezy, pokazuj przy tym liczby i konkretne zmiany w biznesie, które przynosi podejście bliskie standardom ESG.

PRZYKŁAD: Dzięki wprowadzeniu zasad oszczędzania papieru i zastosowaniu elektronicznego obiegu dokumentów zużywamy o 70% mniej papieru niż rok wcześniej.



Stawiaj na autentyczność

Nie traktuj ESG jako działań typowo marketingowych, **dziel się prawdziwymi i autentycznymi historiami, które zainspirują** Twoich pracowników, podwykonawców czy klientów.

PRZYKŁAD: Naszym celem jest wprowadzenie parytetów płci. W tym momencie mamy już 25% kobiet w zarządzie i strukturach firmy. Do końca roku chcemy osiągnąć wynik 35%. To długofalowe wyzwanie, ale już dziś widzimy jego pozytywne skutki, w tym m.in. zwiększenie innowacyjności naszego biznesu.

Bądź transparentny

Nie bój się pokazywać, jakie działania wprowadzacie w ramach ESG. Nawet z pozoru niewielkie lub rozciągnięte w czasie kroki w dłuższej perspektywie są realną zmianą.

PRZYKŁAD: W zeszłym roku naszym priorytetem stało się konsekwentne wdrażanie OZE. Zamontowaliśmy 20 paneli fotowoltaicznych, w tym roku planujemy podwoić tę wartość, co pozwoli obniżyć koszty energii o 60%.



Dbaj o spójność działań

Jeżeli promujesz standardy ESG, **spraw, by cała filozofia firmy opierała się na tych trzech filarach** (środowisko, społeczna odpowiedzialność i ład korporacyjny), **a nie jedynie na wybranych elementach**, np. samo oszczędzanie energii, ale bez dbania o dobrostan pracowników.

PRZYKŁAD: W każdym roku chcemy wprowadzać trzy nowe elementy strategii ESG. W 2026 roku będą to: ograniczenie o 20% emisji CO2 (cel środowiskowy), warsztaty mindfulness dla pracowników (społeczna odpowiedzialność) oraz opracowanie ścisłej polityki antykorupcyjnej (ład korporacyjny).



Unikaj washingu

Dbaj o to, aby Twoja firma nie była kolejnym podmiotem, który promuje się poprzez washing związany z ESG. Jak? **Stawiaj na konkretne dane, unikaj sloganów marketingowych, a także pokazuj wprost różne obszary pracy nad ESG** (case study, udane i nieudane elementy).

PRZYKŁAD: Nasza firma zwiększyła udział OZE w okresie roku o 20%. Poparciem tej tezy jest niezależny audyt, który zleciliśmy w ostatnim miesiącu. Jego wyniki są dostępne dla każdego na naszej stronie.



Chcesz dowiedzieć się więcej?

Sprawdź koniecznie, [jak wprowadzić ESG do firmy](#).

„NASZA KULTURA ORGANIZACJI OBEJMUJE ESG” – NAJWAŻNIEJSZE KANAŁY KOMUNIKACJI

Dbać o wartości ESG w firmie, to jedno, ale umiejętnie je promować – to drugie. Poniżej przedstawiamy kilka sposobów, jak poinformować różnych interesariuszy firmy (wewnętrznych i tych z zewnątrz) o jej działaniach.



Strona i firmowy blog

Nie masz obowiązku, ale i tak realizujesz strategię ESG? Doskonale. Pochwal się tym na stronie firmy, tworząc osobną zakładkę „ESG”. Zrównoważone podejście do różnych aspektów działania biznesu to także idealny temat na wpisy w ramach firmowego bloga. Spraw, by Twoje działania były zapamiętane na dłużej.

Webinary

Ciekawym sposobem na zainteresowanie różnych grup interesariuszy firmy jej działaniami na rzecz ESG jest zaproszenie na bezpłatne webinary. To podczas takich spotkań użytkownicy mogą zorientować się, na jakich wartościach zależy Twojej firmie. To pozwoli im podjąć jeszcze lepsze decyzje w przyszłości, np. dołączenie do Twojego zespołu czy zakup produktów.

Raporty ESG

Jeżeli z powodzeniem realizujesz strategię ESG, być może warto wykonać zewnętrzny raport na ten temat. Audyt w takim zakresie będzie doskonałą podstawą do stworzenia pliku dotyczącego ESG, którym możesz dzielić się z interesariuszami na swojej stronie.



Media społecznościowe

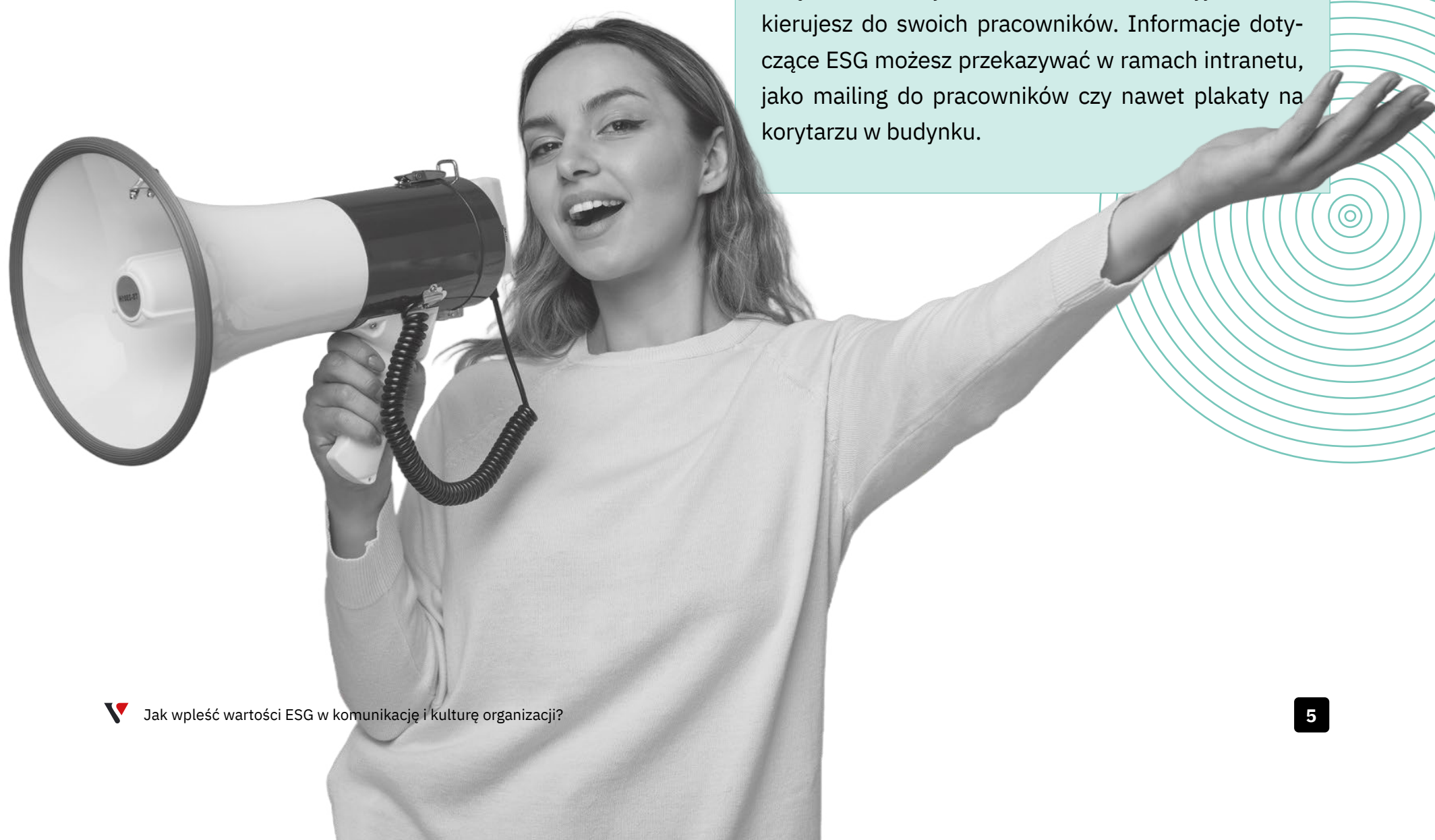
Jeśli tworzysz wpisy o ESG na firmowego bloga, nie zapomnij promować ich także na swoich social mediach. To pozwoli przedstawić Twoją firmę w innym świetle i skieruje uwagę odbiorców np. na Twoje działania proekologiczne. SM cechują się krótkimi, ale treściwymi komentarzami, podkreślanie realnych liczb i wyników. Świetnie sprawdzą się tu również infografiki i krótkie formy wideo.

PR i media

Pamiętaj, aby komunikować realizowane wartości ESG jak najszerzej. Świetnym narzędziem do tego będą wszelkie przekazy medialne (artykuły sponzorowane, notki PR, lokowania treści). Możesz oddelegować jedną osobę, która będzie ekspertem ds. ESG w Twojej firmie i to ona będzie udzielała w mediach wypowiedzi na ten temat.

Komunikacja wewnętrzna

Ostatnia, ale nie mniej ważna, jest komunikacja wewnętrzna. To wszystkie działania informacyjne, które kierujesz do swoich pracowników. Informacje dotyczące ESG możesz przekazywać w ramach intranetu, jako mailing do pracowników czy nawet plakaty na korytarzu w budynku.



WYZWANIA I KORZYŚCI DLA MAŁYCH FIRM. CZY ESG SIĘ OPŁACA?

Nie masz pewności, czy temat ESG jest odpowiedni dla Twojego biznesu? Poznaj koniecznie dane z naszego raportu **ESG: korzyści i wyzwania w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach**. To pozwoli Ci dowiedzieć się, jakie są potencjalne trudności związane z wprowadzaniem takiej strategii w firmie oraz które zalety najczęściej wymieniają przedstawiciele sektora MŚP.



Aż 35% badanych w powyższym raporcie dotyczącym ESG stwierdziło, że **takie działania poprawiają wizerunek ich firmy**.

Wśród innych zalet pojawia się także zwiększenie atrakcyjności dla inwestorów czy łatwiejszy dostęp do finansowania. ESG staje się więc wizytówką zdrowych, rozwijających się biznesów.

ESG – W PRAKTYCE NAJLEPIEJ

ESG to nie tylko liczby wynikające z ograniczenia emisji CO2 czy dbanie o różnorodność w firmie. **To także podejście promujące energię życiową i zachęcające do aktywnego stylu życia.** Te założenia możesz realizować m.in. przez udostępnienie pracownikom programów sportowych.

W VanityStyle przygotowaliśmy ofertę dla każdego biznesu – także z sektora MŚP.

Skontaktuj się z nami i sprawdź,
jaką wartość przyniesie to Twojej firmie!

