

Warszawa, 3 lutego 2025 r.

Inspirować, edukować i pokazywać zyski. Eksperti radzą, jak mówić o ESG

Mówienie o wymiernych korzyściach płynących z działań na rzecz środowiska i społeczeństwa jest kluczem do skutecznej komunikacji w obszarze ESG – przekonywali uczestnicy IV Kongresu ESG – Europa podczas panelu „Jak mówić o zrównoważonym rozwoju, by nas słuchano?”. Zgodnie podkreślali, że w kształtowaniu postaw fundamentalną rolę odgrywa edukacja, a najlepszym sposobem na zmianę nawyków innych jest dzielenie się z nimi wiedzą i doświadczeniem.

Wątkiem przewodnim wydarzenia organizowanego przez Fundację im. XBW Ignacego Krasickiego i Instytut ESG były zmiany cywilizacyjne zachodzące na świecie. Przedsiębiorstwa uwzględniają w swoich działaniach czynniki ESG (Environmental, Social, Governance), które odnoszą się do trzech kluczowych elementów oceny działalności: wpływu na środowisko, relacji ze społeczeństwem oraz sposobu zarządzania.

Rektor Szkoły Głównej Handlowej, prof. Piotr Wachowiak, podkreślił, że zrozumienie problematyki ESG zapewni przyszłym pokoleniom spokojne życie na naszej planecie. – *Edukacja na ten temat musi zaczynać się już od szkoły podstawowej. Powinniśmy używać prostego, dostosowanego do odbiorcy języka. Jeżeli chcemy zachęcić innych do zainteresowania się tymi zagadnieniami, należy je przedstawiać w sposób interesujący – opowiadać historie, a nie przekazywać suche fakty i odwoływać się do konkretnych przykładów, które mają większą moc przekonywania* – powiedział prof. Piotr Wachowiak.

Wiele osób postrzega zmiany wprowadzane przez ESG jako dodatkowy ciężar, dlatego edukacja towarzysząca wprowadzaniem regulacji jest niezwykle istotna – przyznała **Martyna Zastawna, międzynarodowa ekspertka ds. zrównoważonego rozwoju i założycielka woshwosh**. Zwróciła uwagę na siłę wpływu, jaką mają bliskie relacje. – *Badania pokazują, że ponad 90 proc. z nas zaczyna wprowadzać zmiany ekologiczne pod wpływem namów znajomych i przyjaciół. Jeśli sami podejmujemy ekologiczne wyzwania i wprowadzamy proekologiczne nawyki, warto dzielić się tym z innymi. Zachęcajmy rodzinę, przyjaciół czy współpracowników do takich działań, opowiadając o korzyściach, jakie płyną z tych zmian. Właśnie w ten sposób mamy największą szansę na efekt kuli śnieżnej* – mówiła Martyna Zastawna.

Beata Dziekanowska, Institutional Affairs and Corporate Communication Manager w Ferrero Polska, przekonywała, że skuteczna komunikacja o zrównoważonym rozwoju musi obejmować eksponowanie konkretnych korzyści. – *Niezmiernie ważne jest, aby uczyć o ESG od podstaw i pokazywać jego rzeczywiste skutki. Przedsiębiorcy, na których nakłada się obowiązek raportowania, mogą czuć się tym przytłoczeni. Jeśli jasno się im wyjaśni, że dzięki swoim działaniom mogą realnie zyskać, również finansowo, podejść do tego zupełnie inaczej* – podkreślała Beata Dziekanowska.

– *Kluczowe jest, by odbiorca masowy wiedział, że zmiany klimatyczne postępują w zastraszającym tempie, miał świadomość tego, z czego wynikają, i rozumiał, co może zrobić, by je powstrzymać. Należy mówić o tym w sposób prawdziwy, a także zniuansować przekaz, biorąc pod uwagę rosnącą polaryzację, która utrudnia dyskusję. Zamiast informować ogólnie o zmianach klimatycznych, lepiej wskazać konkretne zjawiska, takie jak skrócenie zimy o trzy tygodnie czy fakt, że śnieg stał się zjawiskiem „instagramowym”, a nie rzeczywistym*. – powiedział **Paweł Majcher, prezes Polskiego Radia**.

Z kolei **Zofia Dzik, prezeska Instytutu Humanites**, zauważyła, że komunikacja w obszarze ESG często przyjmuje zbyt technokratyczny język, nie uwzględniając przy tym emocjonalnej strony odbiorcy. Zwróciła również uwagę, że cały świat zmagają się z rosnącym populizmem, radykalizacją i polaryzacją, a szczególnie nośne są kontrowersyjne i skrajne opinie. Jej zdaniem zabrakło odpowiednich systemowych działań w odpowiedzi na dezinformację. – *Najtrudniejsze jest zmienianie nawyków, a nagle pojawia się dodatkowy obowiązek, jak sortowanie odpadów, potem dochodzi zaskoczenie w postaci nakrętki, której nie rozumiem. Nie było wystarczającej kampanii edukacyjnej, by wyjaśnić, dlaczego wprowadzono te zmiany* – mówiła Zofia Dzik, odnosząc się do unijnej dyrektywy Single Use Plastics, która nakłada obowiązek przytwierdzania plastikowych nakrętek do butelek lub kartonów.

Przed panelem **prezes Mediaboard Polska, Marcin Szczupak**, który był gościem specjalnym Kongresu, przedstawił raport *"ESG w mediach, czyli czy rzeczywistość kwestie społeczne i korporacyjne pozostają w cieniu środowiska?"*. Wynika z niego, że media poświęcają zrównoważonemu rozwojowi coraz więcej uwagi. W ubiegłym roku opublikowano blisko 94 tysiące materiałów dotyczących ESG, a według prognoz w 2025 roku liczba ta może sięgnąć nawet 150 tysięcy.

Marcin Szczupak podkreślił, że media coraz szerzej kształtują obraz zrównoważonego rozwoju. Jego zdaniem wynika to zarówno ze wzrostu poziomu wiedzy wśród odbiorców, jak i większej świadomości samych redakcji. Najwięcej publikacji o ESG koncentruje się na zagadnieniach związanych z klimatem. – *Publikacje przestały być jedynie wzmiankami. Coraz częściej wchodzi w głąb tematu, analizują jego strukturę i poświęcają więcej miejsca na szczegółowe wyjaśnienie kluczowych zagadnień* – powiedział prezes Mediaboard Polska.

GŁÓWNE REKOMENDACJE LIDERÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU – PANEL „JAK MÓWIĆ O ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJU, BY NAS SŁUCHANO?”:

- **Język komunikacji powinien być prosty i dostosowany do wieku odbiorców**
- **Zagadnienia należy przedstawiać w sposób angażujący i ciekawy**
- **Edukację warto rozpocząć od najmłodszych lat**
- **Największy wpływ na ludzi ma ich otoczenie – inspirujemy bliskich**
- **Przedsiębiorców do ESG najlepiej przekonać poprzez konkretne korzyści**
- **Należy operować przykładami, a nie abstrakcyjnymi pojęciami**
- **W dobie rosnącej polaryzacji kluczowa jest rzetelność i wyważenie przekazu**

Cała debata dostępna pod linkiem na kanale YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=EVXpiKyDJ68&list=PLDufSWwykNYSq_8yKqVvOVAEtHSa-eUdq&index=4

Podczas IV Kongresu ESG – Europa wręczono nagrody KOD ESG osobom, firmom i instytucjom, których strategię opierają się na idei zrównoważonego rozwoju, a ich praktyki są przykładem dla innych. Nagrodę KOD ESG w kategorii „Osobowość 2024” otrzymała **Maria Andrzejewska, dyrektorka generalna UNEP Grid Warszawa**, za zaangażowanie w zakresie ochrony, kształtowania i użytkowania środowiska i jego zasobów. Nagrodę w kategorii KOD „E”: środowisko dostała firma **DS Smith**, którą doceniono za kreowanie opakowań z myślą o zmieniającym się świecie. Nagrodę w kategorii KOD „S”: społeczeństwo wręczono firmie **Adamed Pharma** za podejmowane działania na rzecz przemian społecznych oraz zarządzania różnorodnością. W kategorii KOD „G”: ład korporacyjny doceniono **Grupę Żabka** za wypracowanie i stosowanie szeregu rozwiązań z zakresu kompleksowego zarządzania i nadzoru korporacyjnego. Nagrodę w kategorii KOD „Media” odebrała **Magdalena Krukowska**, dziennikarka Forbes, za rzetelne informowanie i tłumaczenie zawichości związanych z tematyką ESG.

Patronat honorowy nad IV Kongresem ESG – Europa objęli: Patronat polskiej prezydencji w Radzie UE, Minister Rozwoju i Technologii, Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Minister Infrastruktury,



Ministerstwo Klimatu i Środowiska, Rzecznik Praw Obywatelskich, Przedstawicielstwo Komisji Europejskiej w Polsce, JM Rektor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Marszałek Województwa Mazowieckiego Adam Struzik

Patronat: Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, Polska Agencja Inwestycji i Handlu, AICPA-CIMA

Partnerzy merytoryczni: Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Instytut Staszica, Instytut Biznesu, Krajowa Izba Gospodarcza, Szkoła ESG, Fundacja Moc Pomocy, Instytut Spraw Obywatelskich, ESG PRO, Our Future Foundation, Perspektywy Education Foundation, UNEP GRID Warszawa, PRME Chapter Poland, Instytut Humanites, Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”, Warsaw Enterprise Institute, Związek Pracodawców Kłasy Polskie, Polityka Insight, Instytut Studiów Wschodnich, Olimpiady Specjalne

Partnerzy główni: AMS, LIDL, PKO BP

Partnerzy: Ayming Polska, Ferrero, Francusko-Polska Izba Gospodarcza CCIFP, HOLCIM, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, Nextbike Polska

Partnerzy badawczy: Mediaboard Polska, Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna

Partnerzy medialni: Dziennik Gazeta Prawna, ESG.pl, oESG.pl, Green-news.pl, Obserwator Gospodarczy, PAP Biznes, Polskie Radio, Naszemiasto.pl, StrefaBiznesu.pl, Press, RaportCSR.pl, Raport ESG, Super Biznes, Tygodnik Spraw Obywatelskich, Wprost, Wyborcza.biz, FXMAG

Więcej informacji na stronie: <https://oesg.pl/4-kongres-esg/>

IV Kongres ESG – Liderzy Zrównoważonego Rozwoju – Europa, który odbył się **29 stycznia 2025 r.** w Warszawie, to platforma dialogu dla europejskich liderów zrównoważonego rozwoju – przedstawicieli administracji państwowej, świata biznesu, NGO, środowisk naukowych, ekspertów i mediów. Głównymi organizatorami są: Fundacja im. XBW Ignacego Krasickiego i Instytut ESG. Wątkiem przewodnim IV Kongresu ESG – Europa były zmiany cywilizacyjne zachodzące na świecie i roli UE w tych historycznych przemianach.