

GREENWASHING – DLACZEGO TAK NIEBEZPIECZNY DLA FIRM?

Czym jest greenwashing?

Termin „greenwashing” został po raz pierwszy użyty przez Jaya Westervelda w 1986 roku, w opisie stosowanej przez hotele praktyki namawiania gości do rzadszej wymiany zużytych ręczników, rzekomo w celu ochrony środowiska. W praktyce chodziło o zmniejszenie wydatków ponoszonych przez hotele.

Greenwashing to rozpowszechnianie fałszywych lub wprowadzających w błąd informacji dotyczących strategii, celów, motywacji i działań firmy w zakresie ochrony środowiska. W ten sposób zostają wprowadzeni w błąd, co do ekologicznego charakteru towarów, usług lub całych przedsiębiorstw, zarówno konsumenci, jak i inne podmioty biznesowe.

Skandal z testami emisji Volkswagena może być jednym z najbardziej rażących przykładów agresywnego greenwashingu. Przy czym należy pamiętać, że greenwashing nie zawsze jest świadomym działaniem. Zdarza się często, że jest on efektem braku staranności lub po prostu niewiedzy.

Greenwashing jest bardzo dużym ryzykiem dla firm.

Każda firma powinna upewnić się, że nie podważa zaufania klientów i kontrahentów poprzez greenwashing czyli wprowadzające w błąd twierdzenia, jakoby była firmą przyjazną dla środowiska.

Firma, której będzie zarzucany greenwashing, naraża się na konsekwencje prawne i utratę zaufania kontrahentów i odbiorców jej produktów bądź usług.

Jak uniknąć greenwashingu?

Chociaż nie jest łatwo uniknąć greenwashingu, organizacja może podjąć pewne kroki, aby zmniejszyć ryzyko roszczeń związanych z greenwashingiem. Poniżej prezentujemy niektóre z nich:

1. Edukacja

Należy rozpocząć działania od przygotowania i wdrożenia programów podnoszenia kwalifikacji zarządu i pracowników w zakresie podstaw ESG czyli społecznej odpowiedzialności biznesu i ryzyka greenwashingu.

2. Promowanie autentyczności

Jeśli w firmie są wprowadzane rzeczywiste ulepszenia mające na celu bycie bardziej zrównoważonym i świadomym ekologicznie, można to wykorzystać do promowania firmy poprzez dostarczanie klientom dokładnych raportów i promowanie najważniejszych wydarzeń na platformach

Kontakt:

wroclaw@explico.com.pl

Zobacz inne:

www.explico.com.pl

społecznościowych, które potwierdzają, w jaki sposób firma przyczynia się do tworzenia zrównoważonego i ekologicznego biznesu.

3. Przejrzystość w komunikacji

Równie ważne jest dostarczanie jasnych wyjaśnień, w jaki sposób kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem są uwzględniane w strategiach inwestycyjnych firmy.

W razie dalszych pytań, pozostajemy do Państwa dyspozycji.

**Niniejszy Newsletter nie stanowi porady prawnej ani podatkowej*