



„Firmy se díky zodpovědnému přístupu k ESG připravují na budoucí tržní změny a budují svou konkurenceschopnost. To je odměněno i přístupem k levnějšímu financování, tzv. zeleným investicím,“ přidává další z faktorů motivace Eva Bučová, předsedkyně udržitelného výboru ING.

Dobrym příkladem by mohl být také internetový obchod Bezedná miska, kterého se report ESG zatím netýká, přesto vedení firmy bere přístup k udržitelnosti velmi vážně. „Naše planeta není bezedná, musíme si v podnikání počínat tak, abychom brali ohled i na to, jaký má naše podnikání vliv na okolí, životní prostředí a naši budoucnost. V Bezedné misce si to dobře uvědomujeme. Důraz klademe na oblast životního prostředí, zejména na hospodářství s obaly a odpady, ale i na dopravu.“ Tomáš Andrejsek, spoluzakladatel a jednatel společnosti.

Průzkum se věnoval také otázce dodavatelsko-odběratelského řetězce. Jako kritérium pro výběr dodavatele udržitelnost uvádí zatím jen 51 % dotazovaných. „Potřeba řídit svůj byznys v souladu s ESG principy se přenesla také na menší firmy v dodavatelských řetězcích. Již dlouhodobě pracujeme s kodexem IWAY, který kromě pracovních a sociálních podmínek sleduje také odpovědné nakládání s odpady, vodou

a cíle obnovitelných zdrojů energie. My jako reportující firma si do své kalkulace klimatické stopy připočítáváme i klimatickou stopu dodavatelského řetězce. Proto upřednostňujeme ty dodavatele, kteří podnikají zodpovědně jak vůči společnosti, tak životnímu prostředí,“ prorazuje Eva Malá Beluská, manažerka IKEA pro rozvoj podnikání a transformaci.

Největším oříškem pro firmy se zdá být komunikace udržitelnosti, a to jak směrem k veřejnosti, tak i k vlastním zaměstnancům. Firmy se mnohdy neúmyslně dopouštějí tzv. greenwashingu – zjednodušeně klamání spotřebitele o ekologické prospěšnosti produktu nebo služby. A Vladimír Víšek z iniciativy No Greenwashing k tomu dodává: „Vidíme narůstající zájem firem řešit téma greenwashingu, což je skvělá zpráva. Některé firmy zjišťují obecné informace o jeho předcházení, jiné za námi přicházejí s velmi specifickými dotazy na míru jejich podnikání.“

Jak již bylo zmíněno, průzkum realizovala Změna k lepšímu ve spolupráci s Omnicom Media Group a partnery ACCA, APRA, Asociace malých a středních živnostníků ČR, COCUMA, Česká asociace startupů kvalifikovaných k investici, Druhá ekonomická transformace, Fakta o klimatu, Institut cirkulární ekonomiky, JIC, Red Button, Urb. •