

Warszawa, 28.05.2026 r.

Informacja prasowa

Jak walczyć z greenwashingiem? POR i Akademia ESG wraz z 14 firmami wspólnie wypracowują branżowe standardy komunikacji środowiskowej i ESG

Do wejścia w życie polskich przepisów wdrażających dyrektywę anty greenwashingu zostały cztery miesiące, a polski rynek wciąż nie ma wspólnego rozumienia, co wolno powiedzieć o ekologicznym charakterze produktu, usługi i firmy. Polska Organizacja Reklamodawców i Akademia ESG prowadzą wspólny projekt, w którym 14 organizacji z różnych branż wypracowuje branżowe standardy komunikacji środowiskowej i ESG.

Stawka: kary do 10 proc. rocznego obrotu

Komunikacja środowiskowa nie jest już wyłącznie elementem wizerunku marki. Od 27 września 2026 r. Zaczną w pełni obowiązywać przepisy wdrażające dyrektywę Empowering Consumers (EmpCo, 2024/825), a UOKiK będzie mógł badać przekazy kierowane do konsumentów pod kątem wprowadzania w błąd. Za nieuczciwe praktyki rynkowe, w tym za nieuzasadniony zielony marketing, polskie prawo przewiduje **karę pieniężną do 10 proc. rocznego obrotu firmy oraz do 2 mln zł dla osoby zarządzającej**, która w ramach sprawowania swojej funkcji umyślnie dopuściła do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów.

Skala problemu jest mierzalna. Z analiz Komisji Europejskiej wynika, że ok. 53 proc. „zielonych” deklaracji marketingowych badanych w UE jest niejasnych lub mylących, a około 40 proc. nie ma rzetelnego uzasadnienia. To te dane stały się jednym z punktów wyjścia dla dyrektywy EmpCo i jej krajowej implementacji.

*– Dziś w firmach jedno hasło reklamowe trafia na biurka czterech działów: marketingu, ESG, prawnego i compliance. Każdy z nich rozumie ten sam przekaz inaczej i każdy widzi w nim inne ryzyko. To wyzwanie dla całego rynku, który uczy się zasad komunikacji od nowa. Naszym celem jest dać firmom wspólny punkt odniesienia, żeby nie zaczynały dyskusji o każdym słowie od początku – mówi **Przemysław Chimczak-Bratkowski**, prezes Akademii ESG.*

Praktycy z różnych branż przy jednym stole

Projekt opiera się na pracy praktyków rynku. W grupie roboczej POR uczestniczą osoby zajmujące się komunikacją, marketingiem, ESG, compliance i kwestiami prawnymi w organizacjach z różnych sektorów. W pracach biorą udział firmy członkowskie POR i Akademii ESG, a wśród nich takie organizacje jak **Danone, Skanska, Wedel, Lyreco, L'Oréal, czy Dr. Oetker Polska**.

Celem regularnych spotkań grupy jest wymiana doświadczeń, identyfikacja najczęstszych ryzyk komunikacyjnych oraz analiza konkretnych problemów, z którymi mierzą się firmy w codziennej praktyce. Punktem wyjścia jest świadomość, że ryzyka komunikacyjne wyglądają inaczej w każdej branży – zależą od produktu, łańcucha dostaw oraz tego, jak firma styka się z konsumentem.

*- Pomysł na projekt zrodził się z bardzo praktycznej potrzeby. Sama szukałam odpowiedzi, jak w odpowiedzialny i zgodny z nowymi regulacjami sposób prowadzić komunikację środowiskową i szybko okazało się, że podobne wyzwania pojawiają się dziś w wielu firmach. Dlatego chcemy wspólnie wypracować praktyczne rozwiązania, które pomogą firmom budować cały proces tworzenia, weryfikacji i zatwierdzania komunikacji zgodnie z wymogami EmpCo. Bardzo ważna jest dla nas wymiana doświadczeń i spojrzenie na te wyzwania z perspektywy różnych branż – mówi **Anna Imielińska**, Sustainability & ESG Manager w Dr. Oetker Polska, inicjatorka i koordynatorka projektu realizowanego w ramach grupy ESG POR.*

Efekt prac będzie praktyczny przewodnik dla polskiego rynku: **Branżowe standardy komunikacji środowiskowej i ESG**. Publikacja planowana jest na koniec 2026 r.

Merytoryczne wsparcie projektu zapewnia Akademia ESG, która wnosi doświadczenie z prowadzenia największej w Polsce bazy wiedzy o zrównoważonym rozwoju oraz licznych szkoleń i projektów doradczych z zakresu greenwashingu, odpowiedzialnej komunikacji i regulacji ESG

Możliwość dołączenia do grupy roboczej

Inicjatywa pozostaje otwarta dla kolejnych organizacji. Do współpracy zaproszone są wszystkie firmy mierzące się z wyzwaniami odpowiedzialnej komunikacji, które chcą w zamkniętym gronie porozmawiać o swoich wątpliwościach oraz wnieść własną perspektywę branżową do prac nad praktycznymi standardami komunikacji bez greenwashingu.

Do projektu mogą przystąpić członkowie Polskiej Organizacji Reklamodawców oraz Akademii ESG.

Kontakt dla mediów i organizacji zainteresowanych przystąpieniem do projektu:

Polska Organizacja Reklamodawców

info@por.org.pl

Przemysław Chimczak-Bratkowski, prezes Akademii ESG

p.chimczak@akademiaesg.pl | 503 550 513

Anna Imielińska, Sustainability & ESG Manager w Dr. Oetker Polska, inicjatorka i koordynatorka projektu w ramach grupy ESG POR

Anna.Imielinska@oetker.com | 532 441 205

Inicjatorzy projektu

Polska Organizacja Reklamodawców (POR) – Polska Organizacja Reklamodawców jest jedyną organizacją reprezentującą wiodących reklamodawców na polskim rynku. Skupia ponad 50 firm, działając na rzecz tworzenia efektywnego, przejrzystego i odpowiedzialnego środowiska reklamowego, które budzi zaufanie opinii publicznej, partnerów biznesowych oraz ustawodawców. Więcej informacji na [stronie www.por.org.pl](http://www.por.org.pl) oraz na [LinkedIn](#).

Akademia ESG – to największa w Polsce baza wiedzy o zrównoważonym rozwoju. Wspiera firmy w rozwoju kompetencji ESG i świadomej komunikacji bez greenwashingu. Partnerzy Akademii zyskują dostęp do wiedzy, portalu o ogólnopolskim zasięgu i relacji biznesowych skupionych wokół zrównoważonego rozwoju.

www.akademiaesg.pl