Entrepreneurship Education

START DSP

Digital - Sustainable - Profitable



Ενότητα 6 (Μέρος 2)

Η δύναμη της στοχευμένης επικοινωνίας: Μοιραστείτε τον αντίκτυπό σας και εμπνεύστε δράση

www.startdsp.eu

This resource is licensed under CC BY 4.0

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Επισκόπηση Ενότητας 6

Αυτό το μάθημα διδάσκει στους επιχειρηματίες πώς να μετρούν, να παρουσιάζουν και να μετατρέπουν τους δείκτες βιωσιμότητας και κοινωνικού αντίκτυπου σε αυθεντικές ψηφιακές αφηγήσεις και παρουσιάσεις με σαφή σκοπό, οι οποίες θα βρουν απήχηση στους επενδυτές, τους πελάτες και τις κοινότητες. Συνδυάζοντας επιχειρηματική στρατηγική, περιβαλλοντική ευθύνη και ψηφιακή ευχέρεια, οι εκπαιδευόμενοι θα αποκτήσουν τις δεξιότητες για να προβάλλουν την αποστολή τους, να ξεχωρίσουν στον ανταγωνισμό και να εμπνεύσουν ουσιαστική δράση.

01 Εισαγωγή

02 **Ενότητα 1:** Αφήγηση, επικοινωνία και αφοσίωση πελατών ***(Μέρος 1)***

03 **Ενότητα 2:** Καθιστώντας ορατό το αντίκτυπο: Δεδομένα, αφήγηση ιστοριών και συμμόρφωση ***(Μέρος 2)***

04 Συμπέρασμα

05 Βιβλιογραφία

This resource is licensed under CC BY 4.0

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Ενότητα 6 (Μέρος 2) Διαδραστικά εκπαιδευτικά στοιχεία

46 Διαφάνειες

02 ασκήσεις

11 Βίντεο

01 Μελέτες περιπτώσεων

05 Ψηφιακά εργαλεία

03 Σετ εργαλείων & οδηγοί

05 Άρθρα & Εκθέσεις

03. Καθιστώντας ορατές τις επιπτώσεις: Δεδομένα, αφήγηση ιστοριών και συμμόρφωση

Αναπτύξτε τις δεξιότητες που απαιτούνται για την αποτελεσματική μέτρηση, αναφορά και επικοινωνία του κοινωνικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου, διασφαλίζοντας παράλληλα τη συμμόρφωση με τα πρότυπα της ΕΕ και αποφεύγοντας το «greenwashing».

Εισαγωγή

Κάνοντας την επίδραση ορατή: Δεδομένα, αφήγηση ιστοριών και συμμόρφωση

Το Κεφάλαιο 1 επικεντρώθηκε στη δημιουργία αυθεντικών αφηγήσεων και επικοινωνίας που συνάδει με την αποστολή· ***το Κεφάλαιο 2*** συνδέει την αφήγηση με μετρήσιμα αποτελέσματα.



Οι εκπαιδευόμενοι θα αποκτήσουν πλέον την ικανότητα να ποσοτικοποιούν τον αντίκτυπο, να διασφαλίζουν τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς και να υποστηρίζουν την αφήγησή τους με αξιόπιστα δεδομένα.

Όλες αυτές οι δεξιότητες μαζί αποτελούν ένα ολοκληρωμένο σύνολο εργαλείων που επιτρέπει στους επιχειρηματίες να επικοινωνούν τον σκοπό τους με ακεραιότητα και αυτοπεποίθηση.

Κύριοι τομείς εστίασης

01

Μέτρηση των σημαντικών παραμέτρων – Εργαλεία και πλαίσια για την αξιολόγηση του αντίκτυπου

02

Από τους δείκτες στη σημασία – Συμμόρφωση και περιβαλλοντικές δηλώσεις

03

Οπτικός αντίκτυπος – Επικοινωνία δεδομένων με σαφήνεια

Μετρώντας ό,τι έχει σημασία – Εργαλεία και πλαίσια μέτρησης του αντίκτυπου

Γιατί είναι σημαντική η μέτρηση του αντίκτυπου;

Στο πλαίσιο της βιώσιμης επιχειρηματικότητας, η μέτρηση του αντίκτυπου δεν είναι πλέον προαιρετική, αλλά θεμελιώδης. Οι επενδυτές, οι πελάτες και οι ρυθμιστικές αρχές αναμένουν όλο και περισσότερο από τις επιχειρήσεις να παρέχουν αξιόπιστα και διαφανή στοιχεία σχετικά με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδόσεις τους.



- Η μέτρηση του αντίκτυπου βοηθά τους επιχειρηματίες όχι μόνο να αποδείξουν τη λογοδοσία τους, αλλά και να βελτιώσουν τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων, να προσελκύσουν χρηματοδότηση και να ευθυγραμμίσουν τις δραστηριότητές τους με τους παγκόσμιους στόχους βιωσιμότητας *(ΟΟΣΑ, 2019).*

- Αυτή η ενότητα εισάγει τους μαθητές στα βασικά εργαλεία και πλαίσια που καθιστούν τον αντίκτυπο ορατό και αξιοποιήσιμο, παρέχοντας μια κοινή γλώσσα για την επικοινωνία του σκοπού και των επιδόσεων.

Χρήση παγκόσμιων πλαισίων για τη δομή της μέτρησης του αντίκτυπου

Για να διασφαλιστεί η συνάφεια και η συγκρισιμότητα, οι επιχειρήσεις πρέπει να βασίζουν τη μέτρηση του αντίκτυπού τους σε αναγνωρισμένα πλαίσια. Αυτή η ενότητα επικεντρώνεται σε τέσσερα βασικά εργαλεία *(κάντε κλικ στους τίτλους για να μεταβείτε στους σχετικούς συνδέσμους)*:

Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs)

Οι 17 παγκόσμιοι στόχοι των Ηνωμένων Εθνών προσφέρουν ένα κοινό όραμα για ένα καλύτερο μέλλον και μια βάση αναφοράς για την ευθυγράμμιση του αντίκτυπου με τις παγκόσμιες προτεραιότητες (UNDP, 2015)

Κριτήρια Περιβάλλοντος, Κοινωνίας και Διακυβέρνησης (ESG)

Τα κριτήρια ESG, που χρησιμοποιούνται ευρέως στον τομέα των επενδύσεων και της υποβολής εκθέσεων, συμβάλλουν στην αξιολόγηση του κινδύνου και της μακροπρόθεσμης αξίας πέρα από το απλό κέρδος (Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, 2020).

Πρότυπα της Παγκόσμιας Πρωτοβουλίας Αναφοράς (GRI)

Ως ένα από τα κορυφαία πλαίσια για την υποβολή εκθέσεων βιωσιμότητας, το GRI προσφέρει λεπτομερείς οδηγίες σχετικά με ουσιώδη θέματα και δείκτες απόδοσης σε όλους τους κλάδους (GRI, 2021).

Αξιολόγηση Αντίκτυπου B Corp

Σχεδιασμένο για επιχειρήσεις με αποστολή, αυτό το εργαλείο μετρά την απόδοση στους τομείς της διακυβέρνησης, των εργαζομένων, της κοινότητας, του περιβάλλοντος και των πελατών (B Lab, 2023).

Προσδιορισμός των παραμέτρων μέτρησης – Δείκτες Απόδοσης (KPIs) και Ουσιαστικότητα

Ένα κρίσιμο στοιχείο της μέτρησης των σημαντικών παραμέτρων είναι να γνωρίζετε τι έχει πραγματικά σημασία για την επιχείρησή σας, τους ενδιαφερόμενους φορείς και τον κλάδο σας. Ουσιαστικά, αυτό συνίσταται στη διεξαγωγή **αξιολογήσεων ουσιαστικότητας,** προκειμένου να προσδιοριστούν τα ζητήματα βιωσιμότητας που σχετίζονται περισσότερο με τις δραστηριότητες της επιχείρησης.



Αυτό περιλαμβάνει διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη, συγκριτική αξιολόγηση του κλάδου και εσωτερική ανασκόπηση. Μόλις καθοριστούν οι βασικοί τομείς, οι επιχειρήσεις μπορούν να ορίσουν **Βασικούς Δείκτες Απόδοσης (KPI)** που αντανακλούν τόσο τους οικονομικούς τους στόχους όσο και τον κοινωνικό ή περιβαλλοντικό τους αντίκτυπο.

Για παράδειγμα, μια νεοφυής επιχείρηση στον τομέα της κυκλικής μόδας μπορεί να παρακολουθεί τη μείωση των αποβλήτων ανά ένδυμα, ενώ μια εταιρεία πράσινης τεχνολογίας μπορεί να υποβάλλει εκθέσεις σχετικά με τις εκπομπές που αποφεύχθηκαν. Οι KPI πρέπει να είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι και ευθυγραμμισμένοι τόσο με την εσωτερική στρατηγική όσο και με τις εξωτερικές προσδοκίες *(AccountAbility, 2016).*

Συνδέοντας τη στρατηγική με τους δείκτες μέτρησης

Η μέτρηση είναι αποτελεσματική μόνο όταν υποστηρίζει καλύτερες ενέργειες. Οι εκπαιδευόμενοι θα εφαρμόσουν τις γνώσεις τους αντιστοιχίζοντας επιλεγμένους δείκτες απόδοσης (KPI) τόσο στα επιχειρησιακά αποτελέσματα όσο και στους στόχους επικοινωνίας.

Σύνδεση του αντίκτυπου με το επιχειρηματικό μοντέλο

Δημιουργία απλών πινάκων ελέγχου ή πινάκων αναφοράς

Ενσωμάτωση των δεικτών μέτρησης σε μορφές αφήγησης και αναφοράς

Αυτή η γέφυρα μεταξύ στρατηγικής και μέτρησης συμβάλλει στο να διασφαλιστεί ότι τα δεδομένα γίνονται **εργαλείο δράσης και επικοινωνίας**, και όχι απλώς μέσο συμμόρφωσης.

Δείκτες απόδοσης (KPI) για τον αντίκτυπο – Τι πρέπει να μετράτε;

*Ποια **αλλαγή** προσπαθείτε να **επιφέρετε;***

*Ποιοι **επηρεάζονται** από **τον αντίκτυπο** της επιχείρησής σας;*

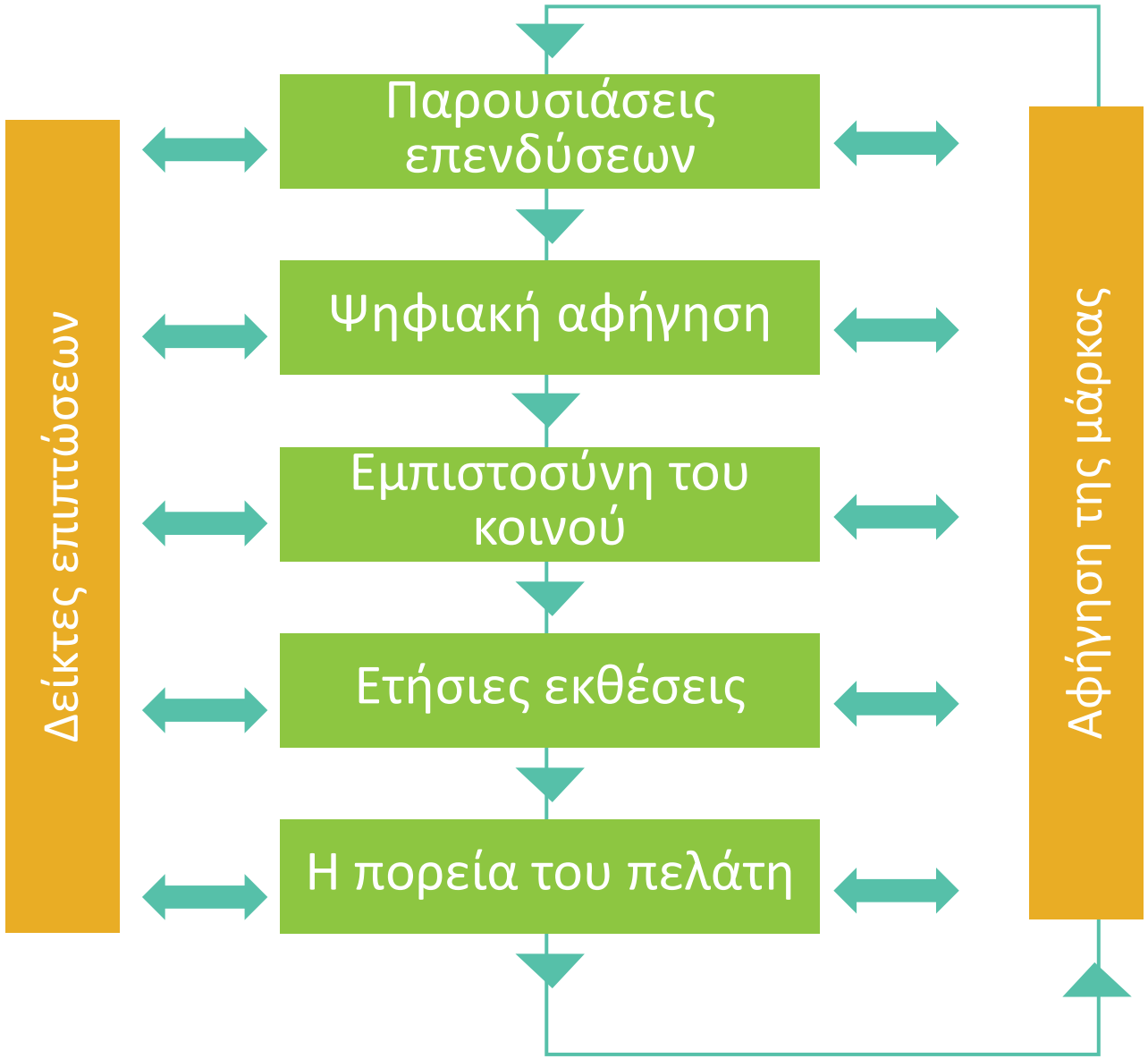
*Ποια **αποτελέσματα** θα **ενίσχυαν την εμπιστοσύνη** των ενδιαφερόμενων μερών;*

Λάβετε υπόψη αυτές τις τρεις βασικές ερωτήσεις για να επιλέξετε δείκτες απόδοσης (KPIs) που πληρούν τα κριτήρια SMART (Συγκεκριμένοι, Μετρήσιμοι, Εφικτοί, Σχετικοί, Χρονικά προσδιορισμένοι)

Συνδέοντας τους δείκτες μέτρησης με την ιστορία σας

Οι δείκτες προσδίδουν αξιοπιστία στην αποστολή σας. Όταν ενσωματώνονται στην αφήγηση της μάρκας σας, οι δείκτες απόδοσης (KPI) και τα δεδομένα δείχνουν στους ενδιαφερόμενους όχι μόνο τι επιδιώκετε να κάνετε, αλλά και τι επιτυγχάνετε στην πραγματικότητα.

Συνδέοντας τους δείκτες επιπτώσεων σας με ιστορίες αλλαγής, κάνετε την επικοινωνία σας τόσο τεκμηριωμένη όσο και συναισθηματικά συγκινητική, χτίζοντας εμπιστοσύνη και προωθώντας τη δράση.



Ανάπτυξη KPI και δημιουργία πινάκων ελέγχου

Η ανάπτυξη δεικτών απόδοσης (KPI) και η δημιουργία πινάκων ελέγχου περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των πιο σχετικών δεικτών απόδοσης (KPI) για τους επιχειρηματικούς σας στόχους και την απεικόνισή τους σε σαφείς, πρακτικούς πίνακες ελέγχου.

Αυτή η διαδικασία βοηθά τους επιχειρηματίες να παρακολουθούν τον αντίκτυπό τους, να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις και να επικοινωνούν αποτελεσματικά την απόδοση στους ενδιαφερόμενους μέσω προσιτών, βασισμένων σε δεδομένα οπτικών απεικονίσεων.



BizTech. (14 Σεπτεμβρίου 2021). *Ανάπτυξη KPI και δημιουργία πινάκων ελέγχου – Μετατρέποντας τα δεδομένα σε αντίκτυπο* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=afxOc3NUQCc

Πρόσθετες πηγές

(Κάντε κλικ στις εικόνες ή στους τίτλους για να δείτε τα βίντεο με τις οδηγίες)



«Πώς να δημιουργήσετε ένα ταμπλό KPI σε 10 λεπτά»

Αυτό το βίντεο καθοδηγεί τους μαθητές βήμα προς βήμα στη δημιουργία ενός απλού αλλά ισχυρού πίνακα ελέγχου KPI. Είναι ιδανικό για την πρακτική κατανόηση της γρήγορης και αποτελεσματικής επιλογής και οπτικοποίησης βασικών δεικτών. Επιπλέον, είναι χρήσιμο για την τακτική υποβολή εκθέσεων προς τους ενδιαφερόμενους ή για την παρουσίαση του αντίκτυπου.



«SDG Mapper»

Αυτό το βίντεο δείχνει πώς να χρησιμοποιήσετε το εργαλείο SDG Mapper για να αντιστοιχίσετε άμεσα έργα ή πρωτοβουλίες με τους σχετικούς Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs) του ΟΗΕ. Αποτελεί έναν εξαιρετικό πόρο για να μάθετε πώς να ενσωματώνετε τους παγκόσμιους στόχους στο δικό σας πλαίσιο επιπτώσεων και στην αφήγησή σας.



«Εκπαιδευτικό βίντεο για το Power BI για αρχάριους»

Αυτό το βίντεο διδάσκει στους μαθητές τα βασικά στοιχεία της δημιουργίας ενός πίνακα ελέγχου από το μηδέν, συμπεριλαμβανομένης της εισαγωγής δεδομένων, της δομής των οπτικών στοιχείων και του σχεδιασμού αναφορών. Είναι ιδανικό για την κατανόηση του τρόπου μετατροπής των δεικτών επιπτώσεων σε συναρπαστικές ψηφιακές παρουσιάσεις.

Δημιουργήστε τον χάρτη επιπτώσεων σας: Εφαρμόστε πλαίσια μέτρησης επιπτώσεων στη δική σας επιχειρηματική ιδέα, επιλέγοντας σχετικούς στόχους, καθορίζοντας δείκτες απόδοσης (KPIs) και εντοπίζοντας ευκαιρίες αναφοράς.

Οδηγίες

- ❑ **Επιλέξτε ένα πλαίσιο (SDGs, ESG, GRI ή B Corp)** που συνάδει με τον επιχειρηματικό σας σκοπό.
- ❑ **Προσδιορίστε 2–3 τομείς ουσιαστικού αντίκτυπου** που σχετίζονται με τη νεοφυή επιχείρηση ή το εγχείρημά σας.
- ❑ **Για κάθε τομέα, ορίστε τουλάχιστον έναν δείκτη απόδοσης (KPI)** που μπορείτε να μετρήσετε ή να αρχίσετε να παρακολουθείτε.
- ❑ **Απεικονίστε τον χάρτη επιπτώσεων σας** χρησιμοποιώντας ένα απλό πλέγμα ή καμβά με πέντε στήλες: Τομέας Επιπτώσεων, Σύνδεση με το Πλαίσιο, Δείκτης Απόδοσης (KPI), Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων, Κανάλι Αναφοράς (π.χ. παρουσίαση σε επενδυτές, ιστότοπος, έκθεση βιωσιμότητας)

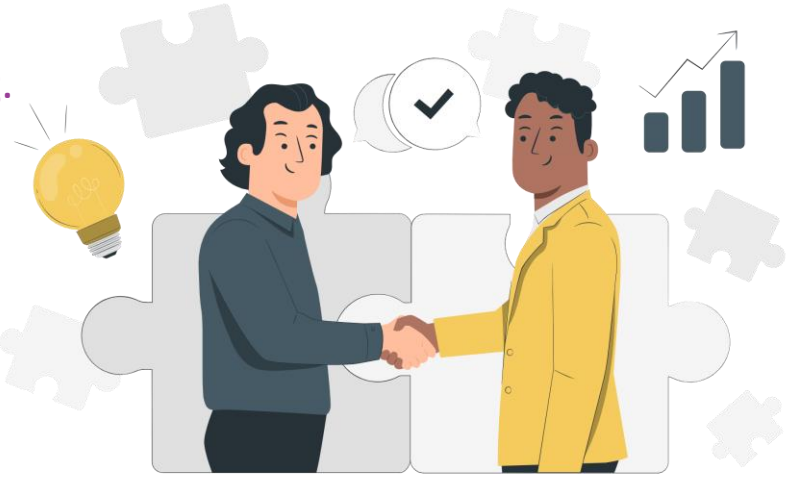
Ψηφιακά εργαλεία προς χρήση

- ❑ **Canva ή Miro για οπτική απεικόνιση →** https://www.canva.com/ & https://miro.com/
- ❑ **B Impact Assessment ή GRI Index για αναφορά →** https://bimpactassessment.net/ ή https://www.globalreporting.org/standards/
- ❑ **Εργαλείο SDG Compass για καθοδήγηση σχετικά με την ευθυγράμμιση** https://sdgcompass.org/

Από τους δείκτες στη σημασία – Συμμόρφωση και «πράσινοι» ισχυρισμοί

Γιατί η συμμόρφωση έχει σημασία στην επικοινωνία;

Σε ένα ρυθμιστικό περιβάλλον που εξελίσσεται ραγδαία, ο τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις επικοινωνούν τον περιβαλλοντικό και κοινωνικό τους αντίκτυπο είναι εξίσου σημαντικός με τον ίδιο τον αντίκτυπο. Όλο και περισσότερο, **οι παραπλανητικοί ισχυρισμοί, γνωστοί και ως «greenwashing», ενέχουν νομικούς, φήμης και οικονομικούς κινδύνους**.



Η συμμόρφωση με κανονισμούς της ΕΕ, όπως η **Οδηγία για την Εταιρική Αναφορά Βιωσιμότητας (CSRD)** και η επικείμενη **Οδηγία για τους Πράσινους Ισχυρισμούς,** διασφαλίζει ότι τα μηνύματά σας σχετικά με τη βιωσιμότητα είναι **διαφανή, επαληθεύσιμα και αξιόπιστα** *(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2023α).*

Οι επιχειρηματίες πρέπει να είναι σε θέση να μετατρέπουν τους δείκτες βιωσιμότητας σε επικοινωνία που πληροί τα νομικά πρότυπα και ενισχύει τη μακροπρόθεσμη ακεραιότητα της μάρκας.

Κανονισμοί της ΕΕ που διαμορφώνουν την επικοινωνία των επιπτώσεων

Οδηγία για την εταιρική αναφορά βιωσιμότητας (CSRD)

Το εν λόγω πλαίσιο της ΕΕ απαιτεί από τις εταιρείες να δημοσιοποιούν δομημένα και επαληθεύσιμα δεδομένα σχετικά με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδόσεις τους.

Εισάγει τα **Ευρωπαϊκά Πρότυπα Αναφοράς για τη Βιωσιμότητα (ESRS)**, τα οποία καθορίζουν συγκεκριμένες απαιτήσεις σχετικά με το τι πρέπει να αναφέρεται και με ποιον τρόπο *(EFRAG, 2023).*

Οδηγία για τους «πράσινους» ισχυρισμούς

Πρόταση κανονισμού που αποσκοπεί στην εξάλειψη ασαφών, παραπλανητικών ή μη επαληθεύσιμων περιβαλλοντικών ισχυρισμών στο μάρκετινγκ.

Ορίζει ότι όλοι οι «πράσινοι» ισχυρισμοί πρέπει να υποστηρίζονται από αναγνωρισμένα επιστημονικά στοιχεία και να κοινοποιούνται με σαφήνεια στους καταναλωτές *(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2023β).*

Τι είναι το «greenwashing»;

Η πράξη της παραπλάνησης των ενδιαφερόμενων μερών σχετικά με τις περιβαλλοντικές πρακτικές ή τα οφέλη ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας ή μιας εταιρείας. Μπορεί να είναι σκόπιμη ή ακούσια, και οι δύο μορφές ενέχουν κινδύνους.

Συνηθισμένοι τύποι «πράσινου ξεπλύματος»

Ασαφείς ισχυρισμοί → π.χ. «φιλικό προς το περιβάλλον» χωρίς αποδεικτικά στοιχεία

Άσχετοι ισχυρισμοί → π.χ. «χωρίς CFC», όταν τα CFC έχουν ήδη απαγορευτεί

Κατάχρηση εικόνων → Υπερβολική χρήση πράσινων εικόνων χωρίς ουσία

Κρυφές αντισταθμίσεις → Προώθηση ενός οφέλους, αγνοώντας ταυτόχρονα μια μεγαλύτερη βλάβη

Απουσία αποδεικτικών στοιχείων → Μη επαληθευμένες ή μη ανιχνεύσιμες δηλώσεις

Πώς να αποφύγετε το «greenwashing»

1. Χρησιμοποιήστε **σαφή,** συγκεκριμένη και επαληθεύσιμη **γλώσσα.**

2. **Υποστηρίξτε τους ισχυρισμούς σας με δεδομένα**, πιστοποιήσεις ή ελέγχους από τρίτους.

3. **Αναγνωρίστε** τους περιορισμούς και την πρόοδο — όχι την τελειότητα.

4. **Ευθυγραμμίστε** τις επικοινωνίες σας με τις απαιτήσεις της Οδηγίας της ΕΕ για τους Πράσινους Ισχυρισμούς.

Συμβουλή από επαγγελματία: ***Αν δεν μπορείτε να το αποδείξετε, μην το δημοσιεύετε.***



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Skagerak Energy

Η Skagerak Energi είναι μια νορβηγική εταιρεία ενέργειας που παράγει και διανέμει ανανεώσιμη ενέργεια, συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρικής ενέργειας και της θερμότητας.

https://www.skagerakenergi.no/frontpage/



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Skagerak Energy

Επικοινωνία για τη βιωσιμότητα: Η Skagerak Energy, μια ΜΜΕ στον τομέα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, καταδεικνύει πώς ο μετρήσιμος αντίκτυπος, η επαληθευμένη υποβολή εκθέσεων και η ευθυγράμμιση με τα πλαίσια της ΕΕ, όπως η Οδηγία για την Εταιρική Αναφορά Βιωσιμότητας (CSRD) και η Ταξινομία της ΕΕ, μπορούν να μετατρέψουν την επικοινωνία για τη βιωσιμότητα σε στρατηγικό πλεονέκτημα αντί για μειονέκτημα.

Αποκατάσταση της αξιοπιστίας: Αφού διερεύνησε πώς η παραπλανητική επικοινωνία για τη βιωσιμότητα μπορεί να υπονομεύσει την εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων, η Skagerak καταδεικνύει πόσο σημαντικό είναι να στραφεί η προσοχή σε πρακτικές που αποκαθιστούν την αξιοπιστία και τη λογοδοσία.

Ο αντίκτυπος του «greenwashing»: Το «greenwashing», όπως παρατηρείται σε εταιρικά σκάνδαλα μεγάλης εμβέλειας, καταδεικνύει τους κινδύνους της υπερβολής των περιβαλλοντικών επιτευγμάτων ή της απόκρυψης αρνητικών επιπτώσεων. Αντίθετα, ένας αυξανόμενος αριθμός ευρωπαϊκών ΜΜΕ, όπως η Skagerak, αποδεικνύει ότι η διαφανής, τεκμηριωμένη με δεδομένα επικοινωνία όχι μόνο ενισχύει τη συμμόρφωση, αλλά και βελτιώνει τη φήμη της μάρκας και την εμπιστοσύνη των επενδυτών.

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Skagerak Energy



Η δανική ΜΜΕ ***Skagerak Energy*** δραστηριοποιείται στον τομέα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της καινοτομίας στα έξυπνα δίκτυα, αποδεικνύοντας πώς η διαφανής, βασισμένη σε δεδομένα επικοινωνία μπορεί να αντικαταστήσει τους κινδύνους του «greenwashing» με αξιοπιστία.

Η εταιρεία παρέχει λύσεις καθαρής ενέργειας σε ολόκληρη τη Σκανδιναβία και τη Βόρεια Ευρώπη, βασίζοντας την επικοινωνία της σε επαληθεύσιμα δεδομένα απόδοσης και όχι σε διαφημιστικούς ισχυρισμούς.



01

Πρακτικές στρατηγικής επικοινωνίας

Ευθυγράμμιση με το πλαίσιο της ΕΕ: Οι εκθέσεις ακολουθούν τα **πρότυπα GRI**, **την ταξινομία της ΕΕ** και τις κατευθυντήριες γραμμές **της CSRD,** προκειμένου να διασφαλίζεται η συγκρισιμότητα και η συμμόρφωση.

Διαφάνεια δεδομένων: Δημοσιεύει ετήσιες εκθέσεις βιωσιμότητας με στοιχεία που έχουν επαληθευτεί από τρίτους σχετικά με τη μείωση των εκπομπών CO_2, την αύξηση της δυναμικότητας ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και την αποκατάσταση της βιοποικιλότητας.

Διπλή ουσιώδης σημασία: Γνωστοποιεί τόσο τον τρόπο με τον οποίο τα ζητήματα βιωσιμότητας επηρεάζουν την επιχείρηση, όσο και τον τρόπο με τον οποίο οι δραστηριότητές της επηρεάζουν την κοινωνία και το περιβάλλον.

Συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών: Χρησιμοποιεί πίνακες ελέγχου, δημόσιες πύλες δεδομένων και ενημερώσεις προς την κοινότητα για τη διατήρηση της λογοδοσίας και της σαφήνειας.



02

Αντίκτυπος

100 % ανανεώσιμη ηλεκτρική ενέργεια στις δραστηριότητες· αποφυγή εκπομπών 1,2 εκατομμυρίων τόνων CO_2 ετησίως· έλεγχος του 97 % των προμηθευτών ως προς τη συμμόρφωση με περιβαλλοντικά και ηθικά πρότυπα· έργα βιοποικιλότητας που συγχρηματοδοτούνται από το πρόγραμμα LIFE της ΕΕ.

03

Διδάγματα για τους επιχειρηματίες

→Αντικαταστήστε τις διαφημιστικές υπερβολές με μετρήσιμα στοιχεία.

→Ευθυγραμμίστε την αναφορά επιπτώσεων με τα πλαίσια της ΕΕ για να ενισχύσετε την εμπιστοσύνη και τη συμμόρφωση.

→Τα διαφανή δεδομένα χτίζουν μακροπρόθεσμη αξιοπιστία απέναντι σε επενδυτές, ρυθμιστικές αρχές και κοινότητες.

Δραστηριότητα: Πραγματικά *«πράσινο» ή απλώς «πράσινο για τα μάτια»;*

Στόχος: Να εξασκηθούν οι συμμετέχοντες στην εφαρμογή της ύλης του μαθήματος, μετατρέποντας έναν ασαφή ή επικίνδυνο ισχυρισμό σχετικά με τη βιωσιμότητα σε μια σαφή, μετρήσιμη και σύμφωνη με τους κανονισμούς δήλωση επιπτώσεων.

- **Βήμα 1:** Παρουσιάστε έναν ασαφή ισχυρισμό.
- **Βήμα 2:** Σε ζεύγη ή μικρές ομάδες, ζητήστε από τους μαθητές να → εντοπίσουν γιατί ο ισχυρισμός είναι ασαφής ή αμφίβολος και να ξαναγράψουν τη δήλωση ώστε να γίνει → συγκεκριμένη, μετρήσιμη, επαληθεύσιμη και κατάλληλη για το κοινό.
- **Βήμα 3:** Κάθε ομάδα παρουσιάζει μία αναδιατυπωμένη δήλωση.

Διευκολύνετε μια συζήτηση:

- Ποιοι βελτιωμένοι ισχυρισμοί ξεχώρισαν και γιατί;
- Θα πληρούσαν οι αναθεωρημένες δηλώσεις τις απαιτήσεις της Οδηγίας για τις Πράσινες Δηλώσεις;

Δημιουργία αξιόπιστων και συμμορφούμενων μηνυμάτων

Γιατί έχει σημασία

Καθώς οι καταναλωτές και οι ρυθμιστικές αρχές απαιτούν μεγαλύτερη λογοδοσία, οι επιχειρήσεις πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι ανακοινώσεις τους σχετικά με τη βιωσιμότητα είναι σαφείς, αξιόπιστες και σύμφωνες με τη νομοθεσία.

Απαραίτητες είναι οι πρακτικές δεξιότητες επικοινωνίας που πληρούν τα νομικά πλαίσια, όπως η Οδηγία της ΕΕ για τους Πράσινους Ισχυρισμούς και η Οδηγία για την Εταιρική Αναφορά Βιωσιμότητας (CSRD).

Η διαμόρφωση διαφανών ισχυρισμών που στηρίζονται σε δεδομένα όχι μόνο μειώνει τους κινδύνους για τη φήμη και τους νομικούς κινδύνους, αλλά και ενισχύει την εμπιστοσύνη των ενδιαφερόμενων μερών.

Ευθυγραμμίζοντας την επικοινωνία με μετρήσιμους δείκτες και διεθνείς προσδοκίες αναφοράς, όπως αυτές που περιγράφονται από το Διεθνές Συμβούλιο Προτύπων Βιωσιμότητας (ISSB), οι επιχειρηματίες μπορούν να επικοινωνούν την αποστολή τους με ακεραιότητα και αντίκτυπο *(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2023· Ίδρυμα IFRS, 2023).*

Μετατρέποντας τον σκοπό σε απόδειξη

Πώς;

Συντάξτε **ισχυρισμούς βασισμένους σε αποδεικτικά στοιχεία** που συνδέονται με μετρήσιμους δείκτες απόδοσης (KPI).

Διαμορφώστε τις επικοινωνίες σχετικά με τον αντίκτυπο για διαφορετικές μορφές. **Ιστοσελίδες →** Αφήγηση της ιστορίας της μάρκας με γεγονότα. **Εκθέσεις βιωσιμότητας →** δομημένη, λεπτομερής γνωστοποίηση. **Συσκευασίες προϊόντων →** Συνοπτικοί ισχυρισμοί + επαλήθευση από τρίτους.

Συμβουλή: Χρησιμοποιήστε τον **κατάλογο ελέγχου ευθυγράμμισης του ISSB** για να επαληθεύσετε τη σαφήνεια και τη συνέπεια σε όλα τα κανάλια επικοινωνίας.

Επικοινωνία με σαφήνεια και συμμόρφωση: Η σαφής, ειλικρινής και προσιτή γλώσσα χτίζει εμπιστοσύνη και εξασφαλίζει νομική συμμόρφωση με τους εξελισσόμενους κανονισμούς της ΕΕ.

Χρησιμοποιήστε απλή γλώσσα

- Η επικοινωνία σχετικά με τη βιωσιμότητα πρέπει να είναι κατανοητή από όλους τους ενδιαφερόμενους, από τους καταναλωτές έως τους επενδυτές.

Αποφύγετε ασαφείς λέξεις-κλειδιά ή τεχνική ορολογία.

Παράδειγμα:

Κακή πρακτική → «Δεσμευόμαστε να "επιτύχουμε συνέργειες για τη μείωση των εκπομπών άνθρακα"».

Καλή πρακτική → «Αντισταθμίζουμε το 100% των εκπομπών από τις μεταφορές μας μέσω πιστοποιημένων πιστώσεων ανανεώσιμης ενέργειας».

Γιατί έχει σημασία → Οι σαφείς δηλώσεις μειώνουν τον κίνδυνο παρερμηνείας και κατηγοριών για «πράσινο πλύσιμο».

Πλαίσια και εργαλεία

- Εφαρμόστε έναν κατάλογο ελέγχου συμμόρφωσης πριν από τη δημοσίευση οποιουδήποτε «πράσινου» ισχυρισμού.

Πριν δημοσιοποιήσετε έναν ισχυρισμό, σε συσκευασίες, ιστοσελίδες, εκθέσεις ή παρουσιάσεις προς επενδυτές, επαληθεύστε τον με βάση αξιόπιστα πλαίσια και εργαλεία, όπως:

- → Οδηγός της EFRAG για τη διπλή ουσιώδη σημασία
- → Απαιτήσεις της ΕΕ για την τεκμηρίωση των περιβαλλοντικών ισχυρισμών
- → Εσωτερικός έλεγχος ή επαλήθευση από τρίτους

SOS→ Εάν το μήνυμά σας σχετικά με τη βιωσιμότητα δεν είναι σαφές, συγκεκριμένο και επαληθεύσιμο, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως «πράσινο πλύσιμο» σύμφωνα με **τη νομοθεσία της ΕΕ**.

Πρόσθετες πηγές

(Κάντε κλικ στις εικόνες ή στους τίτλους για να δείτε τα βίντεο)



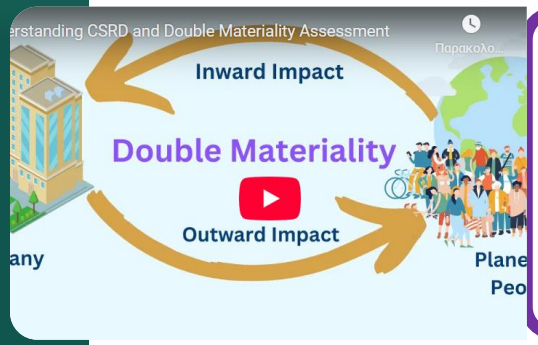
«Οδηγία της ΕΕ για τους περιβαλλοντικούς ισχυρισμούς»

Αυτό το βίντεο-podcast παρέχει μια επίσημη επισκόπηση της προτεινόμενης Οδηγίας της ΕΕ για τους Πράσινους Ισχυρισμούς, εξηγώντας τους νομικούς στόχους της, τις απαιτήσεις για επαληθεύσιμους περιβαλλοντικούς ισχυρισμούς και τον τρόπο με τον οποίο καταπολεμά το «greenwashing».



«Εσωτερικός έλεγχος και επαλήθευση από τρίτους»

Αυτό το βίντεο εξηγεί εν συντομία τη σημασία της διασφάλισης από τρίτους στην υποβολή εκθέσεων βιωσιμότητας, υπογραμμίζοντας πώς η εξωτερική επικύρωση ενισχύει την εμπιστοσύνη των ενδιαφερόμενων μερών και μειώνει την ευθύνη.



«Κατανόηση της CSRD και της αξιολόγησης της διπλής ουσιαστικότητας»

Αυτό το βίντεο εξηγεί πώς η CSRD της ΕΕ ενσωματώνει τη διπλή ουσιώδη σημασία στην υποβολή εκθέσεων βιωσιμότητας, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να προσδιορίσουν τι έχει σημασία τόσο για τα ενδιαφερόμενα μέρη όσο και για την εταιρική απόδοση.

Οπτική επίδραση – Η επικοινωνία των δεδομένων με σαφήνεια

Η αποτελεσματική επικοινωνία των επιδόσεων στον τομέα της βιωσιμότητας δεν βασίζεται μόνο σε ακριβή δεδομένα, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο τα δεδομένα αυτά παρουσιάζονται σε διαφορετικά ακροατήρια.

Η μετατροπή σύνθετων πληροφοριών, όπως οι δείκτες απόδοσης (KPI), οι δείκτες ESG και τα ευρήματα σχετικά με τη σημαντικότητα, σε σαφή και ελκυστικά οπτικά στοιχεία βελτιώνει την κατανόηση των ενδιαφερομένων μερών και προάγει τη διαφάνεια. Η στρατηγική οπτικοποίηση δεδομένων υποστηρίζει τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων, ενισχύει την εμπιστοσύνη και βελτιώνει την προσβασιμότητα σε διάφορες πλατφόρμες και ακροατήρια *(Knaflic, 2015).*



Χρησιμοποιώντας εργαλεία όπως **το Canva**, **το Power BI**, **το Flourish** και **το Tableau**, οι εκπαιδευόμενοι εξερευνούν τεχνικές για το σχεδιασμό ενημερωτικών γραφικών, εκθέσεων και διαδραστικών πινάκων ελέγχου που συμμορφώνονται με πρότυπα αναφοράς όπως το **CSRD** και **το GRI**. Δίνεται έμφαση στη σαφήνεια, στη ροή της αφήγησης και στην οπτική ακεραιότητα, ώστε να διασφαλίζεται ότι τα δεδομένα βιωσιμότητας επικοινωνούνται με ηθικό, ακριβή και αποτελεσματικό τρόπο.

Αφήγηση δεδομένων για αντίκτυπο

Δομή της αφήγησης

Η παρουσίαση δεδομένων βιωσιμότητας μέσω της αφήγησης συμβάλλει στη μετατροπή αφηρημένων δεικτών σε ουσιαστικά δομημένες αφηγήσεις που δημιουργούν σύνδεση με τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Αντί να κατακλύζει το κοινό με ακατέργαστους αριθμούς, η αφήγηση με δεδομένα ενσωματώνει το πλαίσιο, την ερμηνεία και τον οπτικό σχεδιασμό για να αποκαλύψει τη σημασία που κρύβεται πίσω από τους αριθμούς.

Για παράδειγμα, η παρουσίαση ενός δείκτη μείωσης των εκπομπών άνθρακα στο πλαίσιο ενός χρονοδιαγράμματος κλιματικών δεσμεύσεων ή η σύνδεση δεδομένων σχετικά με τη χρήση νερού με τις επιπτώσεις της ξηρασίας σε περιφερειακό επίπεδο προσδίδει στα δεδομένα συναισθηματική και στρατηγική σημασία.

Αφήγηση με δεδομένα για μέγιστο αντίκτυπο

Σχεδιαστική σκέψη

Μια καλά δομημένη αφήγηση δεδομένων ξεκινά με ένα σαφές μήνυμα, το οποίο υποστηρίζεται από σχετικά στοιχεία δεδομένων και οπτικά στοιχεία, όπως διαγράμματα, ενημερωτικά γραφικά και χρονοδιαγράμματα.

Η προσεκτική επιλογή των δεδομένων εξασφαλίζει την ευθυγράμμιση με τις προτεραιότητες του κοινού, είτε πρόκειται για ρυθμιστικές αρχές, επενδυτές είτε για ενδιαφερόμενους φορείς της κοινότητας.

Οι παραπλανητικές οπτικές τεχνικές, όπως οι παραποιημένοι άξονες ή η επιλεκτική παράλειψη, μπορούν να υπονομεύσουν την εμπιστοσύνη, καθιστώντας την ηθική οπτικοποίηση απαραίτητη για μια αξιόπιστη επικοινωνία *(Knaflic, 2015).*

Εφαρμόζοντας τις αρχές της αφηγηματικής δομής και του σχεδιαστικού τρόπου σκέψης, οι μαθητές μπορούν να χρησιμοποιούν τα δεδομένα όχι μόνο για να ενημερώνουν, αλλά και για να εμπνέουν δράση, να ενισχύουν τη λογοδοσία και να μεταφέρουν την πρόοδο και τις προκλήσεις μιας πορείας προς τη βιωσιμότητα.

Ψηφιακά εργαλεία και πλατφόρμες *(κάντε κλικ στους τίτλους για να μεταβείτε στους ιστότοπους)*



Πλατφόρμες σχεδιασμού

Canva και Adobe Express
Παρέχουν διαισθητικές διεπαφές για τη δημιουργία γραφημάτων, οπτικού υλικού για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και επώνυμου περιεχομένου που επικοινωνεί οπτικά τα επιτεύγματα στον τομέα της βιωσιμότητας.



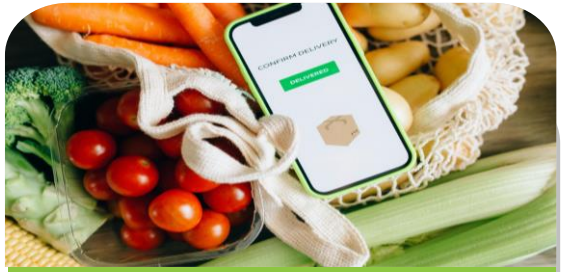
Ιδανικές για

Αυτά τα εργαλεία είναι ιδανικά για μικρές ομάδες ή επιχειρηματίες που βρίσκονται στα πρώτα στάδια της πορείας τους **και** χρειάζονται **προσιτές λύσεις χωρίς τεχνικά εμπόδια** για την οπτικοποίηση του περιβαλλοντικού ή κοινωνικού αντίκτυπου.



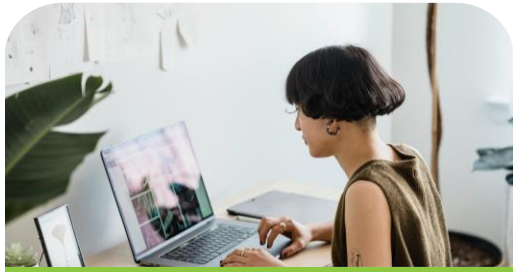
Πλατφόρμες διαδραστικής οπτικοποίησης

Flourish, Power BI και Tableau
Πρόκειται για πιο προηγμένες, διαδραστικές απεικονίσεις και πλατφόρμες.



Δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες

Επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν **πίνακες ελέγχου, διαγράμματα και μικροιστότοπους βασισμένους σε δεδομένα,** οι οποίοι ενσωματώνουν μετρήσεις σε πραγματικό χρόνο και υποστηρίζουν τη λήψη αποφάσεων.



Είναι ιδιαίτερα χρήσιμες κατά την προετοιμασία οπτικού περιεχομένου για ενδιαφερόμενα μέρη, όπως επενδυτές, ρυθμιστικές αρχές ή το ευρύτερο κοινό. Υποστηρίζουν επίσης λειτουργίες εξαγωγής που συμμορφώνονται με πλαίσια αναφοράς όπως τα πρότυπα **CSRD**, **GRI** ή **ISSB**.

Εργαλεία & Πλατφόρμες: Βίντεο Masterclass

(Κάντε κλικ στις εικόνες ή στους τίτλους για να δείτε τα βίντεο)



«Canva»

Αυτό το σεμινάριο παρουσιάζει τα βασικά στοιχεία της δημιουργίας ελκυστικού οπτικού υλικού και είναι ιδανικό για τη δημιουργία infographics και υλικού για βιώσιμη αφήγηση.



«Adobe Express»

Αυτό το σεμινάριο παρουσιάζει προηγμένες τεχνικές σχεδιασμού για τη δημιουργία επαγγελματικής εικόνας μάρκας και οπτικής επικοινωνίας.



«Flourish»

Αυτό το σεμινάριο προσφέρει έναν ολοκληρωμένο οδηγό για τη δημιουργία διαδραστικών πινάκων ελέγχου και την οπτικοποίηση δεδομένων KPI.

Εργαλεία & Πλατφόρμες: Βίντεο Masterclass

(Κάντε κλικ στις εικόνες ή στους τίτλους για να δείτε τα βίντεο)



«Tableau»

Ένα ολοκληρωμένο εκπαιδευτικό σεμινάριο που καθοδηγεί τους χρήστες από την εγκατάσταση έως τη δημιουργία της πρώτης τους οπτικοποίησης χρησιμοποιώντας το Tableau, ένα ισχυρό εργαλείο για τη μετατροπή δεικτών βιωσιμότητας σε διαδραστικούς πίνακες ελέγχου και εμπεριστατωμένες οπτικές αφηγήσεις.

Η επιλογή της κατάλληλης πλατφόρμας εξαρτάται από το κοινό, την πολυπλοκότητα των δεδομένων και το επίπεδο διαδραστικότητας που απαιτείται.

Ανεξάρτητα από το εργαλείο, οι οπτικοποιήσεις πρέπει να δίνουν προτεραιότητα στη σαφήνεια, τη συνέπεια και την ηθική παρουσίαση, διασφαλίζοντας ότι τα δεδομένα ενισχύουν και δεν παραποιούν την ιστορία που αφηγείται *(Knaflic, 2015).*

Συμμόρφωση και ακεραιότητα

Η σαφής και υπεύθυνη οπτική επικοινωνία αποτελεί κεντρικό στοιχείο της αποτελεσματικής υποβολής εκθέσεων βιωσιμότητας. Η εναρμόνιση με πλαίσια όπως **η Οδηγία για την Εταιρική Αναφορά Βιωσιμότητας (CSRD)** και η **Παγκόσμια Πρωτοβουλία Αναφοράς (GRI)** διασφαλίζει ότι οι οπτικές μορφές υποστηρίζουν την τυποποίηση και τη συγκρισιμότητα μεταξύ των γνωστοποιήσεων.

Τα πλαίσια αυτά καθορίζουν τις προσδοκίες σχετικά με τον τρόπο αναφοράς των μη χρηματοοικονομικών πληροφοριών, με έμφαση στη διαφάνεια, τη δομή και τη συνάφεια για τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Οι ηθικές πρακτικές οπτικοποίησης ενισχύουν την ακεραιότητα των αναφερόμενων δεδομένων. Αυτό περιλαμβάνει την κατάλληλη χρήση της κλίμακας, την ακριβή επισήμανση και τη προσεκτική επιλογή χρωμάτων, ώστε να αποφεύγεται η οπτική παραμόρφωση.



Συμμόρφωση και ακεραιότητα

Οι παραπλανητικές απεικονίσεις, όπως οι περικομμένοι άξονες, οι υπερβολικές αναλογίες ή η παράλειψη βασικών στοιχείων του πλαισίου, μπορούν να υπονομεύσουν την αξιοπιστία και να οδηγήσουν σε εσφαλμένη ερμηνεία.

Οι συνεπείς σχεδιαστικές συμβάσεις συμβάλλουν στη διατήρηση της σαφήνειας και της ουδετερότητας της παρουσίασης των δεδομένων.

Όταν οι οπτικοποιήσεις δημιουργούνται με ακεραιότητα, συμβάλλουν στη διαμόρφωση ενός περιβάλλοντος αναφοράς που προάγει τη λογοδοσία, ενισχύει την εμπιστοσύνη και επιτρέπει την τεκμηριωμένη αξιολόγηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων μιας εταιρείας *(Knaflic, 2015).*



Ολοκλήρωση της Ενότητας 6, Τμήμα 2

Στο Κεφάλαιο 2 έχει καταδειχθεί ότι η ανάδειξη του αντίκτυπου απαιτεί κάτι περισσότερο από τη συλλογή δεδομένων βιωσιμότητας· απαιτεί στρατηγική ευθυγράμμιση, ηθική επικοινωνία και γνώση του κανονιστικού πλαισίου.

Με την ενσωμάτωση αναγνωρισμένων πλαισίων, όπως οι **Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs)**, **τα Πρότυπα GRI**, **η Οδηγία για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSRD)** και **τα κριτήρια ESG**, οι επιχειρήσεις μπορούν να διασφαλίσουν ότι οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδόσεις τους είναι τόσο μετρήσιμες όσο και αξιόπιστες.

Η μετατροπή των δεικτών σε ουσιαστικά μηνύματα και σαφείς οπτικές μορφές ενισχύει τη διαφάνεια, ενισχύει την εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων μερών και προστατεύει από το «greenwashing».

Καθώς οι προσδοκίες για τη βιωσιμότητα συνεχίζουν να αυξάνονται, η ικανότητα αποτελεσματικής μέτρησης, αναφοράς και επικοινωνίας του αντίκτυπου καθίσταται βασική ικανότητα για τις επιχειρήσεις που επιδιώκουν να ηγηθούν με σκοπό και ανθεκτικότητα.

Περαιτέρω ανάγνωση

- **PwC. (2023).** ***CSRD: Τι πρέπει να γνωρίζουν οι εταιρείες*****.** Μια πρακτική επισκόπηση της Οδηγίας για την Εταιρική Αειφορία (CSRD), στην οποία περιγράφεται ποιες εταιρείες επηρεάζονται, τι πρέπει να αναφέρουν και πώς να προετοιμαστούν για τη συμμόρφωση. Χρήσιμο για την κατανόηση του πεδίου εφαρμογής, του χρονοδιαγράμματος και των βασικών προκλήσεων της εφαρμογής της CSRD.
  https://www.pwc.com/gx/en/services/sustainability/publications/csrd-what-companies-need-to-know.html

- **EFRAG. (2022).** ***Προς ένα ευρωπαϊκό πρότυπο αναφοράς βιωσιμότητας: Τεχνική ενημέρωση σχετικά με την ανάπτυξη των ESRS*****.** Το παρόν τεχνικό έγγραφο περιγράφει λεπτομερώς την πρόοδο της EFRAG στην ανάπτυξη των Ευρωπαϊκών Προτύπων Αναφοράς Βιωσιμότητας (ESRS) για την υποστήριξη της συμμόρφωσης με την CSRD. Προσφέρει πληροφορίες σχετικά με την ουσιώδη σημασία, τις γνωστοποιήσεις και τον συντονισμό των ενδιαφερόμενων μερών σύμφωνα με τη νομοθεσία της ΕΕ.
  https://www.efrag.org/lab6

- **KPMG. (2023).** ***Πλοήγηση στην Οδηγία της ΕΕ για τις Πράσινες Δηλώσεις*****.** Ένας συνοπτικός οδηγός για την Οδηγία της ΕΕ για τις Πράσινες Δηλώσεις, ο οποίος εξηγεί τι πρέπει να κάνουν οι εταιρείες για να τεκμηριώσουν τις περιβαλλοντικές δηλώσεις τους και να αποφύγουν κυρώσεις. Επισημαίνει βασικούς τομείς κινδύνου και προσφέρει συστάσεις για τη διαμόρφωση στρατηγικών επικοινωνίας βιωσιμότητας που συμμορφώνονται με τη νομοθεσία.
  https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2023/04/navigating-the-eu-green-claims-directive.html

04

Συμπέρασμα

Ολοκλήρωση της Ενότητας 6
Από την εμπλοκή στη λογοδοσία

Αυτές οι δύο ενότητες, από κοινού, υπογραμμίζουν το πλήρες φάσμα της στοχευμένης επικοινωνίας, από την αφήγηση ιστοριών με συναισθηματική απήχηση που προσελκύει τους πελάτες και δημιουργεί κοινότητα, έως τα αξιόπιστα, βασισμένα σε δεδομένα μηνύματα που πληρούν τα νομικά και ηθικά πρότυπα.

Οι εκπαιδευόμενοι αναπτύσσουν την ικανότητα να διατυπώνουν την αποστολή της επιχείρησής τους με σαφήνεια και αυθεντικότητα, ενώ παράλληλα στηρίζουν τους ισχυρισμούς τους σχετικά με τον αντίκτυπο σε μετρήσιμα στοιχεία που συνάδουν με τα πλαίσια της ΕΕ, όπως η CSRD και η Οδηγία για τους Πράσινους Ισχυρισμούς.

Συνδυάζοντας τη στρατηγική αφήγησης, τη ψηφιακή δημιουργικότητα και την ευαισθητοποίηση σε θέματα συμμόρφωσης, οι επιχειρηματίες αποκτούν τη δυνατότητα να επικοινωνούν με τρόπους που εμπνέουν δράση, καλλιεργούν εμπιστοσύνη και αντέχουν στον έλεγχο σε μια αγορά που γίνεται ολοένα και πιο διαφανής.

05

Βιβλιογραφία

Βιβλιογραφία

1. **Adobe Express. (χ.η.).** *Σεμινάριο Adobe Express για επαγγελματίες του δημιουργικού τομέα* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ZudEBjDQxEA
2. **Alex The Analyst.** (χ.η.). *Μάθετε το Tableau σε λιγότερο από 2 ώρες – Πίνακες ελέγχου, σχέσεις…* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=j8FSP8XuFyk
3. **B Lab. (χ.η.).** *Αξιολόγηση B Impact*. https://bimpactassessment.net/
4. **B Corporation. (χ.η.).** *Oddbox: Προφίλ πιστοποιημένης εταιρείας B Corporation*. https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/oddbox/
5. **Canva. (χ.χ.).** *Εκπαιδευτικό σεμινάριο Canva για αρχάριους: Ένα δωρεάν μάθημα 2 ωρών* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=LInmf5BXLBA
6. **Coder's Gyan.** (2024). *ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ σεμινάριο Power BI: πρόγραμμα για αρχάριους έως επαγγελματίες (2024)* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Dk25lwdTKow
7. **ECOALF. (χ.η.-α).** *Ανακύκλωση των ωκεανών*. https://ecoalf.com/en/pages/upcycling-the-oceans
8. **ECOALF. (χ.η.-β).** *Η ιστορία μας*. https://ecoalf.com/en/pages/about
9. **Ίδρυμα ECOALF.** (χ.η.). *Πριν από μια δεκαετία, το Ίδρυμα ECOALF δημιουργήθηκε με ένα όνειρο*. https://ecoalf.com/en/pages/fundacion-ecoalf
10. **EFRAG. (2022).** *Προς ένα ευρωπαϊκό πρότυπο αναφοράς βιωσιμότητας: Τεχνική ενημέρωση σχετικά με την ανάπτυξη του ESRS*. https://www.efrag.org/lab6

Βιβλιογραφία

11. **Ευρωπαϊκή Πλατφόρμα Ενδιαφερομένων για την Κυκλική Οικονομία.** (10 Οκτωβρίου 2019). *ECOALF: Το πρόγραμμα «Upcycling the Oceans» συλλέγει θαλάσσια απορρίμματα και τα μετατρέπει σε νήματα υψηλής ποιότητας*. https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/good-practices/ecoalf-upcycling-oceans-project-collects-marine-trash-and-turns-it-quality-yarn

12. **Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2023).** *Πρόταση οδηγίας σχετικά με την τεκμηρίωση και τη γνωστοποίηση ρητών περιβαλλοντικών ισχυρισμών (Οδηγία για τους «πράσινους» ισχυρισμούς)*. https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-directive-green-claims_en

13. **Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2023).** *Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης*. https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals_en

14. **Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2024).** *Ταξινομία της ΕΕ για βιώσιμες δραστηριότητες*. https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en

15. **Flourish. (χ.χ.).** *Μετατρέποντας τους αριθμούς σε αφήγηση – Συμβουλές οπτικοποίησης δεδομένων από το Flourish* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=IlMg3kvPlVc

16. **Fondazione Carta Etica Packaging.** (χ.χ.). *Η ιστορία της RePack*. https://fondazionecartaeticapackaging.org/storie-di-etica/the-story-of-repack/

Βιβλιογραφία

17. **Global Reporting Initiative. (2021).** *Πρότυπα GRI*. https://www.globalreporting.org/standards/

18. **IFAC. (14 Νοεμβρίου 2022).** *Βιωσιμότητα στη σύνταξη εκθέσεων και στη διασφάλιση* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=NsmMZ_fTdeA

19. **Ίδρυμα IFRS. (2023).** *Πρότυπα γνωστοποίησης βιωσιμότητας IFRS*. https://www.ifrs.org/sustainability/

20. **Knaflic, C. N. (2015).** *Αφήγηση ιστοριών με δεδομένα: Οδηγός οπτικοποίησης δεδομένων για επαγγελματίες του επιχειρηματικού τομέα*. Wiley.

21. **KPMG. (2023).** *Πλοήγηση στην Οδηγία της ΕΕ για τις Πράσινες Δηλώσεις*. https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2023/04/navigating-the-eu-green-claims-directive.html

22. **PwC. (2023).** *CSRD: Τι πρέπει να γνωρίζουν οι εταιρείες*. https://www.pwc.com/gx/en/services/sustainability/publications/csrd-what-companies-need-to-know.html

23. **Skagerak Energi. (2024).** *Έκθεση βιωσιμότητας 2024*. https://www.skagerakenergi.no/sustainability
24. **Socialsuite. (χ.η.).** *Πώς να διεξάγετε μια διπλή αξιολόγηση ουσιωδών θεμάτων | Διπλή αξιολόγηση ουσιωδών θεμάτων σύμφωνα με την CSRD και το ESRS* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=FnpW7ujrMlM

25. **The Sustainability Story.** (4 Οκτωβρίου 2023). *S5E7 – Η οδηγία της ΕΕ για τις περιβαλλοντικές δηλώσεις: Αντιμετώπιση του «greenwashing»* [Βίντεο]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=hOdNFtL7BZo

Entrepreneurship Education
START DSP
Digital - Sustainable - Profitable



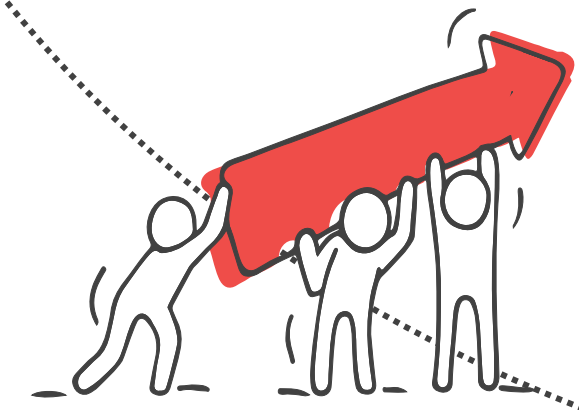
Έχετε ολοκληρώσει...
Ενότητα 6 (μέρος 2)

Ενότητα 2: Καθιστώντας ορατό το αντίκτυπο:
Δεδομένα, αφήγηση ιστοριών και συμμόρφωση

Ενότητα 7

Ενότητα 1: Δημιουργία μιας αφήγησης με σκοπό

Ενότητα 2: Επικοινωνήστε με θάρρος και παρουσιάστε το σχέδιό σας με αυθεντικό τρόπο





EPIC STAYS is licensed under CC BY-SA 4.0

Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.