

RAPORT

Koszty i wyzwania

ESG



Raport został przygotowany przez Polskie Stowarzyszenie ESG we współpracy z Instytutem Badań Rynkowych i Społecznych IBRiS oraz firmą badawczą Quality Watch.



PARTNERZY:



PARTNERZY MEDIALNI:



Spis treści:

1.

Wprowadzenie..... str. 3

2.

CZĘŚĆ 1. ESG w dużych przedsiębiorstwach w Polsce..... str. 12

3.

CZĘŚĆ 2. Postrzeganie, znajomość i waga problematyki ESG wśród firm..... str. 38

4.

Partnerzy Raportu..... str. 54



**Wdrażając idee ESG, podkreślasz zaangażowanie
w chęć dokonania zmian na lepsze
w otaczającym nas świecie.**



Wprowadzenie

- To jest różnica podwórka - czy rodzinne podwórko jest polskie, czy z Europy Zachodniej czy ze Stanów, bo tam świadomość znaczenia ESG jest dużo większa. Zachodnie zarządy rozumieją to wyzwanie, a nasze je znają, ale zupełnie go nie czują - w tak lapidarny sposób trafnie podsumowała stan wprowadzania raportowania ESG do Polski jedna z wielkich firm z branży budowlanej.

Raport Polskiego Stowarzyszenia ESG, który oddajemy w Państwa ręce, przynosi fascynujący wgląd w sam środek prac nad wprowadzaniem do firm nowego rodzaju raportowania i otwiera oczy na zupełnie nowe pole wyzwań i szans. Raport został przygotowany wspólnie z Instytutem Badań Rynkowych i Społecznych IBRiS oraz firmą badawczą Quality Watch, które przeprowadziły ankiety oraz pogłębione wywiady wśród 170 podmiotów, międzynarodowych korporacji i firm zatrudniających od 150 do 500 osób.

– Liderzy polskich firm wciąż nie mają wystarczających informacji i argumentów, by wdrażać w firmie standardy ESG jako efektywne narzędzie zarządzania firmą. Zainicjowanie dyskusji na temat stanu faktycznego oraz wyzwań, z jakimi mierzą się przedsiębiorcy, którzy już wdrażają lub będą wdrażać strategię ESG oraz wypracowanie konkretnych rozwiązań jest konieczne – podkreśla Marta Biernacka-Miernik, członek zarządu Polskiego Stowarzyszenia ESG.

Stan zaawansowania w firmach jest skrajnie różny, od zera do wielu lat doświadczeń. Wielkie firmy, czy to giełdowe, czy międzynarodowe, wprowadzają raportowanie

ESG już od dawna, pod wieloma nazwami, ale ponad połowa pytanym polskich firm zatrudniających od 150 do 500 pracowników (53 proc.), nawet nie słyszała o ESG, a strategię zrównoważonego rozwoju opracowało dopiero 20 proc. z nich. Badanie polskiego podwórka omawiamy w drugiej części raportu.

Przedstawiciele firm zaangażowanych już w temat opowiadają w raporcie, jakim wyzwaniem jest zebranie danych o zużyciu energii w organizacji, która np. działa w 15 krajach a w samej Polsce ma siedem spółek albo tylko w naszym kraju zatrudnia... 80 tys. osób, inna z kolei firma mierzyła się z wyzwaniem odnalezienia papierowych faktur w szafach jednego ze staroświeckich zakładów. Dane pokazywane potem w pięknych, dopracowanych graficznie raportach pochodzą z samego serca żywych firm. Zbieranie danych o emisjach, zużyciu wody, zatrudnianiu kobiet, płacach, ryzykach dla biznesu, wykrycie, która działalność firmy emituje najwięcej dwutlenku węgla (w firmach transportowych to oczywiście samochody, ale w firmach budowlanych to... wytwórnie bitumiczne), wymaga na początku małej rewolucji, a przekonanie co do tego, czy warto zająć się tematem – wkracza do firm w przeróżny sposób. Widać jednak, jak wielką rolę mają ludzie, pojedyncze decyzje, które uruchamiają kaskadę zmian i popychają firmy ku przyszłości. W pewnej międzynarodowej firmie budowlanej, że coś nowego nadchodzi, zauważył wiceprezes. Inne firmy wyczytały nową potrzebę rynku w pytaniach klientów i widać tu potężną moc zapytań ofertowych, które są w stanie wprowadzać zmiany do odpornych na wpływy ponadnarodowych przedsiębiorstw. Bo firmy wskazują właśnie na zapytania ofertowe, pytania rekrutowanych osób oraz wymagania banków i inwestorów.

- Nasi potencjalni pracownicy bardzo zwracają uwagę na kwestie związane ze środowiskiem, często pytają o to w czasie rekrutacji.

Te tematy stają się coraz ważniejsze dla młodego pokolenia – pisze wielka firma z branży odzieżowej.

- Coraz częściej w zapytaniach ofertowych pojawiają się kwestie, jak my podchodzimy do zagadnień środowiskowych. Tego wymaga rynek, to staje się standardem, więc nie możemy tego nie zauważać – argumentuje deweloper. Wreszcie firma z branży motoryzacyjnej zauważa ogromny potencjał czysto biznesowy. - Raportując te kwestie mamy zapewnienie ze strony klientów, globalnych graczy z branży motoryzacyjnej czy AGD, że idziemy w tym samym kierunku – mówi firma. Dodatkowo, wgląd w stan firmy daje instytucjom finansowym cenny obraz jej kondycji – a jeśli uznają daną firmę za bezpiecznego klienta, mogą jej udzielić – i to się już dzieje – kredytów na korzystniejszych warunkach. Jedną z wielkich firm z branży transportowo-logistycznej dostała ogromny kredyt, którego niska marża jest uzależniona od realizacji zadań z zakresu środowiskowego (E), społecznego (S) i ładu korporacyjnego (G). A te zadania oceniane są co roku.

- Trudno dziś mówić o wyborze między ekonomicznym wzrostem a zrównoważonym rozwojem. Co więcej, zrównoważony rozwój ma realny wpływ na biznes, a raportowanie ESG może przynieść firmom wymierne korzyści. Decydując się na przeprowadzenie badań, chcieliśmy dowiedzieć się, jak na kwestie związane z ESG zapatrują się polskie firmy i jak przygotowują się do tego, co nieuniknione – mówi Joanna Dargiewicz-Rożek, członek zarządu Polskiego Stowarzyszenia ESG.

Firmy zaś już dostrzegają ryzyko, że część ich podwykonawców po prostu wypadnie z rynku. Jeśli inwestor będzie wymagał od dewelopera wskazania śladu węglowego, to on ten ślad węglowy będzie musiał zebrać, także od licznych poddostawców. Podobnie w branży

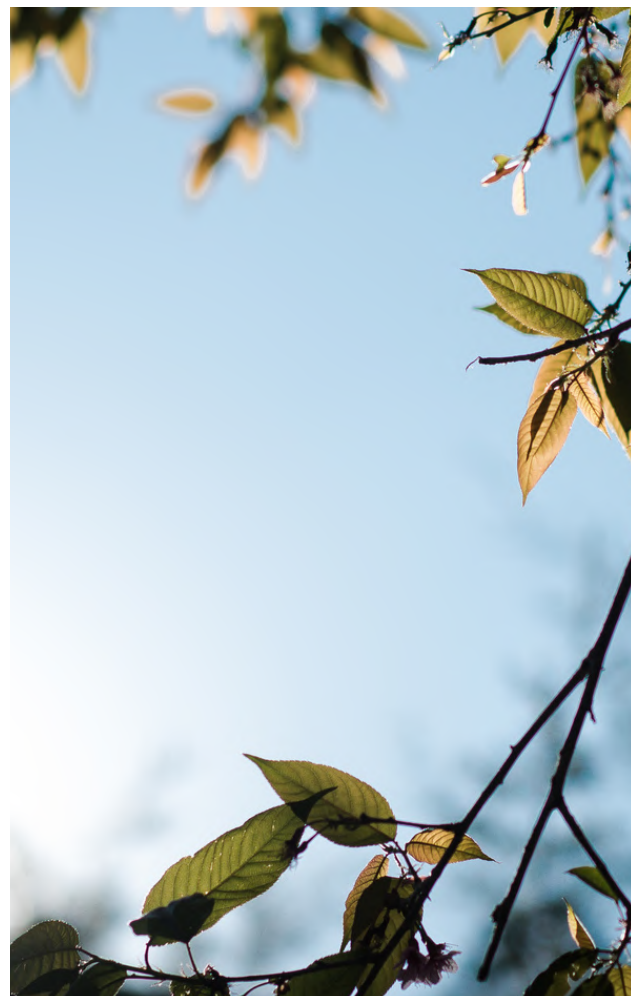
spożywczej czy odzieżowej. - Ktoś, kto nie będzie mógł tego zapewnić, po prostu na naszej budowie nie będzie pracował – zauważa ekspert z branży budowlanej.

- Nie sztuka zbierać dane, ale sztuką jest mieć dobre jakościowo dane – trafnie zauważa osoba odpowiedzialna za raportowanie ESG w spółce giełdowej. Pełna automatyzacja raportu, by dane zbierały się same, jest jeszcze pieśnią przyszłości, zbieranie informacji wymaga zaangażowania pracowników nawet w globalnych firmach IT, choć oczywiście, bez porównania mniejszego niż w firmach przetwórstwa spożywczego, które powstały na bazie starych polskich zakładów, z których niektóre jeszcze dziś są opalane węglem, a faktury są w wersji papierowej. O tym, jak wielkim wyzwaniem jest zebranie wszystkich niezbędnych informacji, wskazuje nawet czas – firmy pracują nad raportem nawet pół roku, od października do marca. Rysują się tu dwa rodzaje trudności – troska o jakość danych oraz – wyzwanie organizacyjne, czyli zebranie danych w spółkach, które działają na wielu rynkach i polach lub odwrotnie, gdy mniejsza firma potrzebuje wydobyć dane od globalnych graczy, którzy dostarczają jej części. A firmy budowlane czy sieci handlowe mierzą się z wyzwaniem zebrania danych od licznych małych podwykonawców. - Na średniej wielkości budowie potrafi się przewinąć 30-40 podmiotów. Mamy w portfolio kilkadziesiąt budów, więc gdy to pomnożyć... - zauważa manager ds. ESG. Zdarzają się też wyzwania mocno specyficzne dla branży. „Przeliczenie drzew na naszych inwestycjach to jest syzyfowa praca i angażuje mnóstwo osób” – słychać w firmie budowlanej. Problem, którego branża usług czy transportu mogłaby nawet nie przewidzieć.

Kolejną trudnością są koszty, zarówno samego przygotowania raportu, jak i wprowadzenia niezbędnych zmian. Raportowanie to

dodatkowa praca dla wielu osób w firmie, inwestycje pomagające ograniczać emisje, zmiany organizacyjne czy wreszcie – wysoki rachunek wystawiany przez firmy konsultingowe. Jak sobie ułożyć współpracę z firmą doradczą i jak ją wybrać, z kosztownej wielkiej czwórki, czy mniejszą, tańszą, ale branżową, to kolejne pytanie.

Wprowadzenie ESG przypomina nieco metodę kija i marchewki. Zmiany wymuszają wymagania klientów lub przepisów prawa, ale nagrodą są zyski oraz szybkie zmniejszenie wydatków, jak w pewnej fabryce na Mazurach, gdzie wprowadzenie mierzenia zużycia energii przez wszystkie urządzenia w fabryce szybko przyniosło niższe rachunki za prąd. - Wszyscy myślą, że raportowanie ESG podnosi koszty, ale w strategii pięcioletniej może się ono okazać świetnym zyskiem – zauważył manager tego zakładu.



Co mówią doświadczeni gracze?

Obecnie raportowaniem ESG zajmują się tylko najwięksi gracze w Polsce, gracze giełdowi lub spółki działające na płaszczyźnie międzynarodowej. Dlatego ich doświadczenia są dla kolejnych firm – bezcenne. – ESG to temat, którego dziś nie da się już ignorować czy odkładać na później. Dlatego tak bardzo zależało nam, aby powstało forum wymiany myśli. Co cieszy, bardziej zaawansowani w tym temacie nie tylko skupiają się na zasadach raportowania, ale dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem z tymi, którzy dopiero zaczynają – zauważa Joanna Dargiewicz, członek zarządu Polskiego Stowarzyszenie ESG.

Badacze z Instytutu Ibris przeprowadzili więc 13 pogłębionych wywiadów z firmami doświadczonymi już w zmaganiach z ESG, zapytali o motywacje do rozpoczęcia raportowania, gdy było to jeszcze dobrowolne, o to, jak wyglądał proces raportowania, czy sięgali po wsparcie zewnętrzne, jak zorganizowali sobie to niełatwe przecież zbieranie danych. Okazuje się, że z usług doradczych najczęściej korzystały firmy... pochodzące z Polski, te z centralą na Zachodzie mogły uczyć się od bardziej doświadczonej organizacji-matki.

Wreszcie, najciekawszym chyba fragmentem raportu jest ten o wyzwaniach i jak sobie z nim firmy radziły. To cenne wieści z pierwszej ręki, bo część firm już raportuje te obszary od lat, pod różnymi nazwami zresztą, jak raport odpowiedzialnego biznesu czy zrównoważonego rozwoju, a kilka firm zacznie to robić od 2024 r. i jest w trakcie przygotowań.

O swoich doświadczeniach opowiedziały firmy z branży produkcyjnej, handlowej, finansowej, budowlanej, transportowej, energetycznej i IT. Dzięki takiemu zróżnicowaniu raport podaje specyficzne dla branż problemy, jak wytwórnie bitumiczne emitujące najwięcej dwutlenku węgla czy mapowanie bardzo licznych dostawców i podwykonawców, z czym mierzy się handel i produkcja żywności. Raport podpowiada też, że w skład stałego zestawu zagadnień środowiska wchodzi oczywiście ślad węglowy, czy zużycie energii i wody, ale też polityka związana z odpadami czy transfer energetyczny, jak inwestycje w panele. W kwestiach społecznych raportowane są nie tylko akcje charytatywne, jak w starym dobrym CSR, ale też – przestrzeganie praw pracowniczych, rozwój zawodowy, nakłady na szkolenia, bhp i troska o kulturę pracy, czy unikanie mobbingu. Wreszcie, ciekawymi aspektami ładu korporacyjnego są np. polityki zarządzania firmą i związane z tym – kodeks etyki, regulacje antykorupcyjne, kanały dla sygnalistów.

Firmy podkreślały w wypowiedziach, że ESG im się opłacił, choć nie ukrywają wysiłku włożonego w raport. Ta praca pomogła im stworzyć długofalowe strategie, daje dostęp do tańszego dofinansowania, przynosi kontrolę i oszczędności zasobów firmy, pozwala unikać ryzyk inwestycyjnych przez unikanie np. niewiarygodnych firm czy pomysłów biznesowych ryzykownych dla wizerunku firmy lub środowiska. Stabilna zrównoważona firma łatwiej też pozyskuje pracowników i młodych konsumentów, a można odnieść wrażenie, że wymagania właśnie wchodzących dopiero na rynek konsumentów, bardziej wrażliwych na ochronę przyrody czy atmosferę w firmie, są pewnego rodzaju postrachem dla polskich firm, to nowa jakość, po której nie wiadomo, czego się spodziewać. Rzetelne podejście do ESG pozwala też na unikanie

greenwashingu, a to ryzyko przerobienia ESG na narzędzie PR - dostrzega większość dużych firm.

Co dalej z normami ESG? Firmy cieszą się na wejście w życie europejskiego standardu CSRD, choć też dość jednomyślnie postrzegają polski rynek jako mało przygotowany do raportowania ESG. Chodzi nie tylko o organizację, ale też o to, czy firmy czują i dostrzegają taką potrzebę. Może nawet głównie o to. Niski poziom troski o środowisko to zresztą problem nie tylko Polski, ale też Azji, wielkiego poddostawcy świata. - W Polsce mamy jeszcze trochę inną świadomość niż firmy, które są już na wysokim poziomie gospodarczym. A my mamy łańcuchy dostaw w miejscach, gdzie ta świadomość ekologiczna jest w powijakach - zauważyła jedna z firm. Jednak zmiany powoli promieniają, ponieważ poddostawcy uczą się od swoich odbiorców i zmiany w Europie stopniowo wprowadzają też zmiany w krajach dostawców, w Bangladeszu czy Pakistanie.

Co sprzyja raportowaniu? Dojrzałość firm, centrala umocowana na Zachodzie, czy to Europy, czy w USA, ale także poszczególni ludzie - zaangażowani managerowie, którzy albo wprowadzają ESG do firmy, albo zdobywają dla niego uznanie zarządu i kolejnych osób w firmie. Managerom, zauważa raport, przydałoby się usieciwienie, powstanie organizacji zawodowych dla specjalistów ESG, z danej branży czy cross-sektorowych, a także platforma wiedzy o szkoleniach, webinarach, wymiana doświadczeń. Raport rekomenduje stymulowanie powstawania branżowych przewodników po obszarze raportowania ESG. Gdy firmy czują się już ważnymi graczami rynku, częścią większej całości, rośnie ich przekonanie do dbania nie tylko o aspekt zysku w działalności firmy, co nie oznacza, podkreślają wszyscy - że zysk się nie liczy.

Dla wprowadzania ESG znaczenie ma kultura organizacyjna, a ta w Polsce często jest hierarchiczna, zauważa raport, jego autorzy podpowiadają więc, że kluczowe jest pokazanie wymiernych, finansowych korzyści z raportowania, zysków, inaczej liderom wciąż będzie brakowało argumentów, by wdrażać te standardy.

Jak patrzą na ESG polskie firmy?

Jaka jest świadomość problematyki ESG w polskich firmach - opisuje druga część raportu. Obraz, który płynie z badania 150 firm średnich i dużych, zatrudniających ponad 250 pracowników, jest taki, że jeśli ująć to optymistycznie - specjaliści od ESG będą mieli wiele pracy. 53 proc. firm polskich nie zna pojęcia ESG, tylko 14 proc. zna temat dobrze, a 32 proc. - słyszało kiedyś o raportowaniu niefinansowym. Najmniejsza świadomość jest w przemyśle i budownictwie (odpowiednio 62 i 57 proc. firm z tych branż zupełnie nie zna tematu), relatywnie najlepiej jest - znowu w budownictwie i w usługach - odpowiednio 18 i 15 proc. zna to zagadnienie doskonale.

Nawet w grupie firm, która słyszała o ESG, czyli łącznie 46 proc. ankietowanych, raporty przygotowuje jedynie 28 proc., najwięcej w budownictwie (33 proc.), może z powodu wymagań inwestorów, a najmniej - w przemyśle (13 proc.). Także w budownictwie najwyższy odsetek badanych (29 proc.) potwierdził, że ich firma zamierza wdrażać elementy ESG, gdy tylko 22 proc. spodziewa się tego w branży usługowej, a w przemyśle... nikt tego nie zadeklarował. Najczęściej wskazywano na inwestycje związane z oszczędzaniem energii, termomodernizacją, czy ochroną pracowników przed mobbingiem.

Firmy polskie raczej nie dostrzegają potencjału raportowania pozafinansowego, 52 proc. badanych spodziewa się, że rola ESG w małych i średnich firmach pozostanie na niezmiennym poziomie, a tylko jedna trzecia (31 proc.), że będzie rosła.

Niewiele firm polskich zna tematykę ESG, więc i niewiele, bo tylko co piąta firma, opracowała strategię zrównoważonego rozwoju, najwięcej w firmach handlowych (25 proc.) i dużych (24 proc.). Z tego elitarnego grona 20 proc., blisko połowa opracowała tę strategię samodzielnie (47 proc.), reszta wspierała się usługami kancelarii prawnych, firm doradczych, a nawet uczelni.

Co trzecia polska firma, która wdrożyła zasady ESG, zdecydowała się na to z powodu dostrzeganych szans na rozwój i dla lepszego postrzegania przez klientów oraz z troski o wizerunek. Ważne są oczekiwania kontrahentów w łańcuchu dostaw (30 proc.) i wymogi inwestorów (26 proc.). 42 proc. firm budowlanych spotkało się z wymogiem przedstawienia kontrahentom sprawozdania nt. śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju, w innych branżach jest to zdecydowanie rzadszy warunek współpracy. Drugim takim źródłem nacisku okazały się – instytucje finansowe przyznające granty czy fundusze UE (33 proc.), najrzadziej w polskiej praktyce spotykano się z pytaniami o ESG ze strony kredytodawców.

Polskie firmy nie dostrzegają potencjału ESG, niespecjalnie się szkolą i nie zamierzają wprowadzać wiedzy do firmy za pomocą specjalistów, to przypomina nieco samonakręcający się mechanizm. Jedynie 10 proc. badanych wzięło udział w jakimś szkoleniu na ten temat, połowa firm (49 proc.) nie będzie się szkolić w przyszłości. Jedynie 22 proc. firm ma specjalistę zajmującego się

tematyką ESG, z pozostałej większości – jedynie 15 proc. chce takiego pracownika zatrudnić. Firmy nie szukają więc wiedzy same, a odpowiedzialność za dostosowanie własnej organizacji do zasad ESG przerzucają nieco na zewnątrz, oczekują bowiem, że wsparcia udzielą im instytucje publiczne, jak rząd (41 proc.), organizacje branżowe (34 proc.) czy urzędy marszałkowskie i wojewódzkie (30 proc.) oraz... kontrahenci (19 proc.).

Bardzo wysoko są za to oceniane koszty wdrażania ESG. Większość firm nie potrafi ich wprawdzie oszacować (85 proc.), ale połowa z tych, którzy potrafią, spodziewa się, że ten proces będzie wymagał poświęcenia... 15 proc. przychodów, głównie z powodu inwestycji, ale też zmiany struktury firmy.

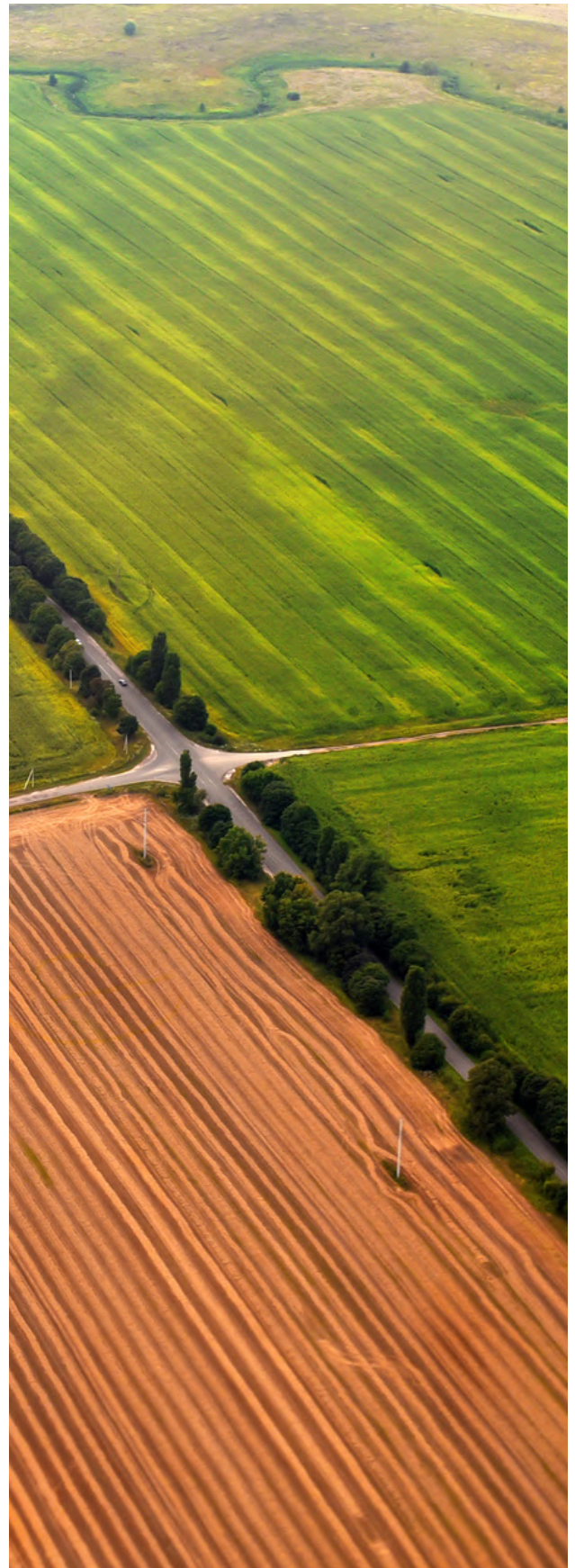
Widać też dużą niepewność co do tego, jakie skutki ESG przyniesie w dostępie do finansowania, 55 proc. badanych trudno było się ustosunkować do tego, a 31 proc. spodziewa się, że w niedalekiej przyszłości faktycznie zdobycie finansowania może zależeć od raportowania śladu węglowego. Raport zauważa, że ocena unijnej dyrektywy dotyczącej wdrożenia zasad ESG jest neutralna, większość firm oczekuje, że nic się nie zmieni, lub negatywna – ponad 36 proc. postrzega ją jako zagrożenie, bo firmy nie mają kapitału na takie zmiany bądź mogą one zagrozić rentowności, zwłaszcza dla branży przemysłowej. Podobnie nie wiedzą, czego się spodziewać po współpracy z korporacjami, czy sprawozdania na temat śladu węglowego będą warunkiem zdobywania nowych kontraktów. Oczekują tego głównie firmy budowlane i przemysłowe – głównie dzięki specyfice branży, generują największy ślad węglowy, który może wpływać także na raporty kontrahentów.

Zaskakująco sporo firm usługowych patrzy

jednak na ESG jak na szansę, widzą tu możliwości wizerunkowe, by klienci postrzegali firmę jako odpowiedzialną społecznie, a usługi i budownictwo dostrzega potencjał ewolucji biznesu na nowocześniejszy i bardziej zielony.

Czy geopolityka wpływa na wdrażanie ESG? Teoretycznie tak, bo zakłócenia na świecie wpływają na polską gospodarkę, ale firmy podają bardzo ogólne argumenty – po prostu sytuacja jest trudna, więc boją się wygenerowania nowych kosztów (34 proc.), zwłaszcza w budownictwie. Zaskakująco, firmy przemysłowe są tym razem najczęściej skłonne do wprowadzania elementów ESG, może dlatego, że akurat w tych branżach redukcja śladu węglowego są zarazem i najważniejsze – i najbardziej kosztowne.

Podsumowując wyniki badania, nikt nie żałuje wdrożenia ESG, korzyści przychodzą dość szybko, jednak firmy niechętnie godzą się z koniecznością zmian, więc ciężko im się przekonać do rozpoczęcia tej drogi. Stąd ten spory sceptycyzm, który widać w badaniach, a także niepewność co do tego, czego oczekiwać od przyszłości. Firmy boją się niepewności, boją się kosztów, które trudno dziś policzyć i oczekują wsparcia z zewnątrz, trochę jakby zakładały, że skoro to podmioty publiczne wprowadzają przepisy o ESG, to niech teraz pomogą firmom je poznać. Najsilniejszymi motorami zmian będą wymagania kontrahentów czy instytucji finansowych, także tych decydujących o grantach, niebagatelną rolę odgrywa także dzisiejszy kryzys energetyczny i chęć oszczędzenia na wydatkach na energię.



ESG w dużych organizacjach

Wnioski płynące z badania jakościowego



ESG w dużych organizacjach w Polsce

Wnioski płynące z badania jakościowego

1. Informacje o badaniu

W badaniu wzięli udział przedstawiciele następujących firm:

FIRMY POLSKIE:



POLSKIE ODDZIAŁY FIRM ZAGRANICZNYCH:



1.1 Cele Badania

Sprawdzenie, jakie podejście mają duże organizacje (zobowiązane już do raportowania lub takie, które zostaną objęte tym obowiązkiem) do zagadnień z obszaru ESG, w tym w szczególności zbadanie:

- ✓ Poziomu znajomości oraz świadomości obszaru w firmie
- ✓ Podejścia do raportowania niefinansowego, a w szczególności do raportów ESG oraz doświadczeń w tym zakresie
- ✓ Motywacji i postrzegania korzyści związanych z raportowaniem ESG
- ✓ Barrier i obszarów satysfakcji związanych z raportowaniem ESG
- ✓ Podejścia do zbliżającej się zmiany standardu raportowania
- ✓ Stosowania kryteriów ESG w relacjach biznesowych (łańcuch dostawców)
- ✓ Wpływu sytuacji geopolitycznej na działania z obszaru ESG

1.2 Metodologia i próba

Badanie miało charakter jakościowy i składało się z 13 pogłębionych wywiadów – 10 wywiadów indywidualnych, 2 diad oraz 1 triady. Respondentami były osoby, które w zakresie swoich obowiązków miały lub będą miały w najbliższej przyszłości – tworzenie raportów ESG.

Część firm w trakcie badania była już objęta obowiązkiem raportowania, część zacznie to robić po zmianie regulacji, a więc w 2024 r. Biorące udział w badaniu organizacje reprezentowały następujące branże: produkcyjną, handlową, finansową, budowlaną, transportową, technologiczną oraz energetyczną.



WYNIKI BADANIA

2. Charakterystyka organizacji biorących udział w badaniu

2.1 Znaczenie obszaru ESG w badanych organizacjach

Każda z organizacji biorących udział w badaniu miała świadomość znaczenia obszaru ESG oraz doświadczenie niefinansowego raportowania, choć niekoniecznie nazywanego Raportem ESG. Były to raporty zrównoważonego rozwoju, raporty CSR czy oświadczenia niefinansowe.

Większą świadomością znaczenia obszaru ESG wykazywali się członkowie zarządu oraz kadra menedżerska, rzadziej pracownicy niższego szczebla. W części organizacji to osoba odpowiedzialna za obszar ESG dbała o poziom tej świadomości, czasem także wśród członków zarządu.

„[Obowiązek] nie dotyczy nas, ale raportujemy. W 2021 r. pierwszy raz opublikowaliśmy raport ESG, ale za 2020 opublikowaliśmy raport wpływu społeczno-ekonomicznego, co jest działaniem niestandardowym w Polsce i bardzo niewiele firm takie opracowanie zrobiło.”

Polska firma z branży budowlanej

Poziom świadomości znaczenia obszaru ESG w organizacjach ma różny poziom. Co jej sprzyja?

Przywiązywanie wagi do zagadnień ESG przez zarząd – przykład z góry.

Przykład firmy matki, zwykle pochodzącej z zagranicy, która miała tradycję niefinansowego raportowania, często też szersze spojrzenie na prowadzenie biznesu.

Członkostwo w międzynarodowych organizacjach i zrzeszeniach branżowych zapewniające transfer szerszego spojrzenia na prowadzony biznes.

Obecność na giełdzie.

Budowaniu świadomości obszaru ESG w organizacjach sprzyjają następujące działania:

WEWNĘTRZNE:

✓ Edukacja

Edukacja w postaci szkoleń, warsztatów z zewnętrznymi konsultantami, treści zamieszczanych w komunikacji wewnętrznej – zarówno dla zarządu, jak i pracowników poszczególnych działów.

✓ Promocja

Wewnętrzna promocja raportu ESG.

✓ Delegowanie zadań

Delegowanie części działań związanych ze zbieraniem danych niefinansowych do poszczególnych działów i włączanie w ich zbieranie możliwie szerokiego kręgu pracowników – zaangażowanie pracowników w tworzenie raportu, czyli edukacja przez doświadczenie.

✓ Monitoring

Monitorowanie wybranych wskaźników w cyklu miesięcznym dla każdej z wchodzących w skład organizacji spółek – jej pracownicy lepiej rozumieją proces zbierania danych i mogą śledzić zmieniającą się wartość wskaźnika, to także przykład edukacji przez doświadczenie.

✓ Angażowanie pracowników

Włączanie pracowników różnych działów w tworzenie strategii ESG, kodeksu etyki itp.

ZEWNĘTRZNE:

✓ Prawo

Zmiana regulacji prawnych, świadomość zbliżającej się konieczności raportowania.

✓ Interesariusze

Oczekiwania ze strony interesariuszy (inwestorów, klientów biznesowych, instytucji finansowych, pracowników, konsumentów).

Firmy będące oddziałami firm zagranicznych w budowaniu świadomości znaczenia obszaru ESG mogą liczyć na transfer doświadczenia i dobrych praktyk z firmy matki (wspólne platformy internetowe, spotkania o sustainability). Przykład? Jedna z firm produkcyjnych po przekroczeniu limitu emisji CO² zwracała się do regionu z pytaniem o strategię. Firma-matka jest w takich sytuacjach doświadczonym doradcą znającym branżę i rozumiejącym sytuację firmy córki.

Mamy długoletnią strategię ESG. Proces jej tworzenia zaczyna się od strategii globalnej i później jest to kaskadowane na poszczególne kraje. Każdy element łańcucha dostaw, czy to jest fabryka, czy logistyka jest w stanie określić, w jaki sposób będzie kontrybuował do tej globalnej strategii. W rocznym cyklu budowania planów dla danego elementu łańcucha dostaw ustala się już konkretne cele i miary.

Polski oddział zagranicznej firmy, spółka giełdowa

Polskie firmy nie mają tak łatwego dostępu do dobrych praktyk. Bardzo ważnym edukatorem są osoby odpowiedzialne za obszar ESG i proces raportowania. To one poszukują wiedzy i przekazują ją na wewnętrznych spotkaniach, także z zarządem.

2.2 Specyfika firm w zależności od ich pochodzenia

Potrzeba szukania wiedzy i dobrych praktyk jest charakterystyczna dla polskich firm. Uczestnictwo w branżowych, międzynarodowych konferencjach czy obserwacja międzynarodowej konkurencji to sposoby na zdobycie przydatnych informacji, które następnie przekazywane są w organizacji. Osoba zajmująca się obszarem ESG jest w polskiej firmie bardzo ważnym edukatorem.

Jesteśmy dużą firmą, ale w przypadku ESG mówimy o różnicy podwórka. Ma znaczenie, czy maczynie podwórko jest polskie, czy ma korzenie w Europie Zachodniej lub Stanach Zjednoczonych. Tam świadomość jest dużo większa. Przeciwnie niż w Europie Wschodniej. Oba zarządy wiedzą, że ESG jest ważne, tylko te z zagranicznym rodowodem w 100 proc. to rozumieją, a te z polskim wiedzą i słyszą, ale nie czują tego.

Przedstawiciel polskiej firmy

Firmy pochodzące z USA mają wyjątkowo wysoką świadomość w obszarze ESG. Być może ma to związek z ugruntowaną, wyższą w porównaniu z rynkiem europejskim kulturą pracy.

Działania ESG przekładają się na to, jak zbudowany jest produkt, który sprzedajemy, jak zbudowana jest narracja, którą przekazujemy naszym partnerom, i to przenika do całej naszej działalności. To są pewne wartości, które towarzyszą nam w naszych politykach wewnętrznych. Determinują to, jak zatrudniamy, jak się zachowujemy, jak jest urządzone nasze biuro, czego nie sprzedajemy, kiedy mówimy „stop” kontraktowi.

Przedstawiciel polskiego oddziału zagranicznej firmy

2.3 Motywacje firm do raportowania

Tylko część uczestników badania była zobowiązana do sporządzania Raportów ESG ze względu na wymogi prawne. Większość przygotowywała raporty niefinansowe pomimo braku takiego obowiązku.

Co motywuje firmy do raportowania niefinansowego?

✓ **TRENDY RYNKU**

Potrzeba nadążania za trendami rynku – transparentność w zakresie obszaru ESG jest uznawana przez duże organizacje biznesowe za rynkowy/branżowy standard.

✓ **CHARAKTER PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI**

Świadomość konieczności równoważenia negatywnego wpływu przede wszystkim na środowisko naturalne.

✓ **DBAŁOŚĆ O WIZERUNEK FIRMY**

Budowanie wewnętrznego i zewnętrznego wizerunku firmy zgodnie z jej kodeksem etycznym.

✓ **UŻYTECZNOŚĆ W PROCESIE PLANOWANIA**

Pomoc w określeniu długoterminowej strategii firmy łączącej cele biznesowe z niefinansowymi.

✓ **POCZUCIE ODPOWIEDZIALNOŚCI**

Raportowanie wynika z poczucia odpowiedzialności firmy jako aktora lokalnej i globalnej społeczności („obywatel korporacyjny”).

✓ **ODPOWIEDŹ NA WYMAGANIA INSTYTUCJI FINANSOWYCH I INWESTORÓW**

Raportowanie ułatwia dostęp do instrumentów finansowych oraz poprawia pozycję spółek w oczach inwestorów.

✓ **WYMAGANIA ZE STRONY INTERESARIUSZY**

Odbiorców, dostawców, instytucji finansujących.

✓ **WYMAGANIA ZE STRONY KLIENTÓW KOŃCOWYCH – KONSUMENTÓW**



Jedna z polskich firm produkcyjnych jako jedyna w branży przygotowuje raporty niefinansowe. Bodźcem było nawiązanie współpracy (zawiązanie spółki) z dużym zagranicznym inwestorem, który wymagał takiego raportowania. Inwestor stał się dla firmy przewodnikiem w obszarze ESG – przekazał jej dużo wiedzy i dobrych praktyk.

2.3 Motywacje firm do raportowania

Raportujemy jako jedyni w branży, uważając, że jest to dobry sposób na transparentną komunikację. W 2017 r. pojawił się inwestor z Tajlandii, który to u nas wprowadził. (...) To jest gigant w Azji, (...) a więc partner, od którego można się wiele nauczyć. Prężnie porusza się w tematyce ESG i raportowania.

Polska firma produkcyjna

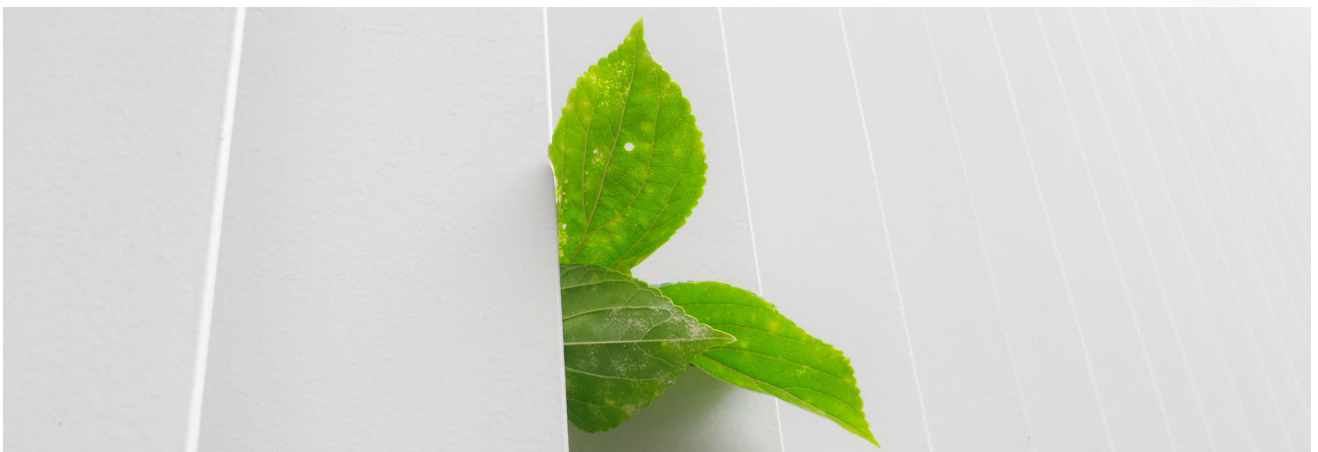
Motywacje w kontekście branży:

Wysoka świadomość negatywnego wpływu na środowisko naturalne w branżach: budowlanej, transportowej i produkcyjnej przekłada się na przywiązywanie szczególnej wagi do zamieszczania w raporcie informacji odnoszących się do wpływu na środowisko – literka E jest na pierwszym miejscu. Problem w tym, że polskie prawodawstwo nie wspomaga poszczególnych branż w tych dążeniach. Modelowe przykłady wsparcia pochodzą ze Skandynawii, Francji czy Włoch. Te kraje wdrożyły politykę dekarbonizacji budownictwa.

Bardzo silny związek wizerunkowy z dbałością o środowisko naturalne w przypadku branż: energetycznej OZE oraz spożywczej – produkcji i handlu artykułami spożywczymi stanowi dodatkową motywacją dla firm z tych sektorów. Przedsiębiorstwa czują, że są niejako zobowiązane do angażowania się w kwestie środowiskowe.

Jako prywatna i zielona spółka energetyczna uważamy, że powinniśmy być liderem w wielu obszarach. Zmierzamy nie tylko w kierunku zeroemisyjnym, całe otoczenie jest dla nas bardzo ważne.

Polska firma energetyczna

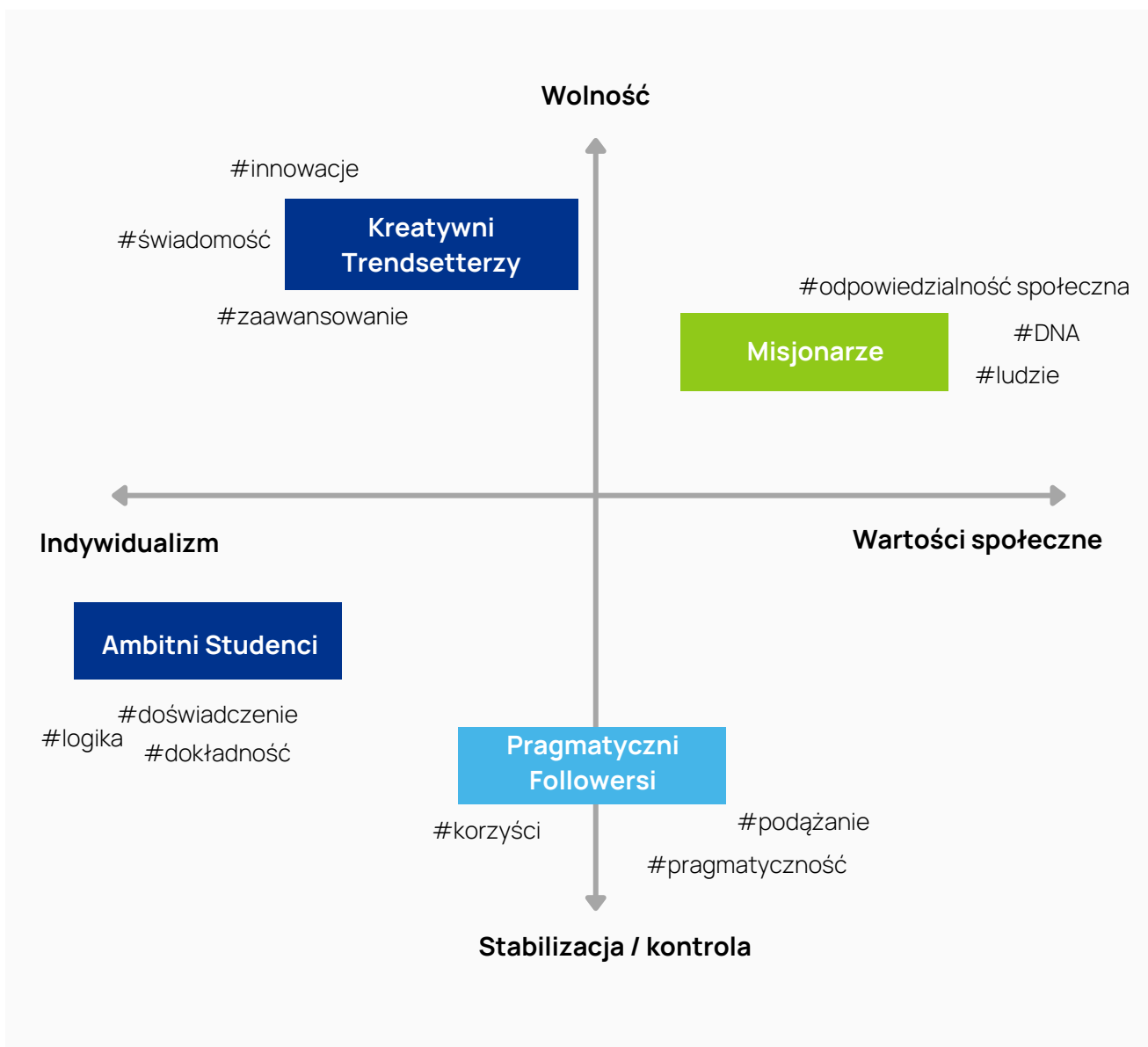


2.4 Typologia firm na bazie pogłębionej analizy wartości i motywacji w obszarze ESG

Analizując wielowymiarowe podejście do ESG w firmach, których reprezentanci brali udział w badaniu, warto zwrócić uwagę na głębsze motywy i wartości, które przyświecają podejmowanym działaniom i wyznaczają kierunki rozwoju w badanym obszarze. Jak się okazuje, to właśnie różnicuje badane firmy, wskazując na silny związek podejścia do ESG z kulturą organizacji, jej tożsamością oraz DNA.

Zrealizowane wywiady pozwoliły zarysować różnice w podejściu do ESG na poziomie meta. W niniejszej analizie odwołujemy się do klasyfikacji aspiracji i wartości z koncepcji archetypów, której podwaliny stworzył Carl Gustaw Jung, a którą Margaret Mark i Carol S. Pearson rozwinęły i przystosowały do zarządzania firmami oraz markami, do pogłębionych analiz potrzeb i wartości grup targetowych, pracowniczych, etc.

Wykorzystujemy tę teorię w wersji okrojonej – nie wchodzimy w archetypy, a jedynie odwołujemy się do aspiracji i wartości jako kluczowych cech różnicujących badane firmy w kontekście podejścia do ESG.



2.4.1 Podejście w organizacji do ESG a metawartości

2.4.1.1 Kreatywni Trendsetterzy



W podejściu do ESG w organizacji dominują wyraźnie cechy pozycjonujące firmy w obszarze wolności, „wychodzenia przed szereg”. Kreatywni Trendsetterzy to indywidualiści, którzy nie oglądają się na resztę – są dumni ze swojej innowacyjności, inni mogą się od nich uczyć.

Kreatywni Trendsetterzy – charakterystyka:

- Tworzą nową wartość w obszarze ESG (np. jedna z firm wprowadziła zdrowie do kategorii ESG).
- Chcą czuć się innowatorami, stawiają na innowacje.
- Chcą kreować własne podejście do ESG.
- Mają wysoką świadomość sfery ESG – jej wpływu na biznes.
- W podejściu do ESG szukają dowodów na skuteczność podejmowanych działań (np. dążenie do ujemnego śladu węglowego – dowód na działanie zgodne z ideą ESG).

Kreatywni Trendsetterzy to potencjalni edukatorzy dla innych firm, które wdrażają lub dopiero zaczną wdrażać ideę ESG. Korzyścią z bycia liderem – edukatorem będzie podniesienie rangi i prestiżu firmy. Warto wykorzystać potencjał Kreatywnych Trendsetterów w dalszych planach upowszechniania idei ESG w firmach działających w Polsce (np. programy edukacyjne typu step-by-step z udziałem firm reprezentujących postawę Kreatywnego Trendsettera) – idealny partner do działań edukacyjnych.

2.4.1.2 Misjonarze



Wartości społeczne i budowanie nowej wartości (człowiek i jego dobro w centrum uwagi) dominują zarówno w podejściu do ESG, jak również w kulturze firmy jako organizacji. To przykład firm – obywateli korporacyjnych.

Misjonarze – charakterystyka:

- Mają poczucie odpowiedzialności wobec zatrudnionych i konsumentów.
- Relacyjni.
- Innowacyjni w działaniach społecznych.
- Podkreślają znaczenie ESG w kontekście dostarczania ludziom dobra.
- Idea ESG jest widoczna nie tylko „na sztandarach” firmy, ale również w codziennych drobnych aktywnościach (np. świadomość znaczenia ESG jest ważnym kryterium w procesie rekrutacji).

Ambitni Misjonarze mogą stać się inspiracją dla firm B2C i przykładem, jak wkomponować ESG w tożsamość firmy i jej aktywność biznesową. Mogą wyznaczać standardy w podnoszeniu świadomości znaczenia ESG wewnątrz firmy.

2.4.1.3 Pragmatyczni Followersi



Pragmatyczni Followersi to firmy, w których podejście do ESG jest wyznaczone zarówno przez potrzebę kontroli i konkretnych korzyści, jak również przez świadomość konieczności odpowiadania na potrzeby rynku (potrzebę wdrażania idei ESG). Są otwarci i obserwują innych, szukają dobrych praktyk.

Pragmatyczni Followersi – charakterystyka:

- Dojrzewają, powoli i uważnie rozwijają ideę ESG.
- Chętnie uczą się, obserwują inne firmy.
- Mają potrzebę kontrolowania zależności pomiędzy działaniami w ramach idei ESG, a stabilnością firmy, jej pozycją na rynku i rozwojem.
- Wdrażając ideę ESG, oczekują konkretnych korzyści np. uzyskania zewnętrznego finansowania.

Istotnym wsparciem dla Pragmatycznych Followersów będzie dostarczenie im dobrych praktyk (dopasowanych do potrzeb ich branży), informacji o korzyściach z wdrożenia idei ESG. Potrzeba również działań wzmacniających internalizację samej idei ESG, aby zintensyfikować i przyspieszyć działania wdrożeniowe.

2.4.1.4 Przykładni studenci



W podejściu do ESG w firmie dominują cechy skupione wokół indywidualizmu (uczenie się, dążenie do sukcesów i udoskonaleń we wdrażaniu idei ESG poprzez własne doświadczenie) oraz potrzeby stabilizacji w organizacji.

Przykładni studenci – charakterystyka:

- Działania są wdrażane precyzyjnie.
- Chcą dokładnie zrozumieć.
- Cieszą się na standardy.
- Poszukują, są w procesie uczenia, chcą być najlepsi.
- Planują uzyskanie certyfikatów.
- Dbają o balans pomiędzy biznesem, a ESG.

Przykładni Studenci, tworząc dobre praktyki oparte na własnym doświadczeniu, mogą stać się inspiracją dla firm rozpoczynających przygodę z ESG. Mogą być źródłem wiedzy szczególnie dla Pragmatycznych Followersów.

3. Przebieg procesu raportowania w badanych firmach

3.1 Wsparcie zewnętrzne

Większość organizacji korzysta lub korzystała ze wsparcia zewnętrznych firm. W przypadku uczestników badania częściej były to małe, wyspecjalizowane firmy doradcze czy nawet konsultant-ekspert niż firmy z Wielkiej Czwórki.

Motywacją wyboru firmy był jej poziom kompetencji, a w szczególności znajomość nadchodzących zmian w regulacjach dotyczących raportowania ESG.

Dosyć często występował zwyczaj zatrudniania zewnętrznego doradcy tylko przy pierwszym lub pierwszych raportach. Jego zadaniem było stworzenie procedur, z których następnie organizacja korzystała już samodzielnie.

Zewnętrzny doradca zwykle wspierał proces powstawania raportu, pomagał go koordynować. Wśród badanych firm nie wystąpiło zjawisko outsoursingu całego procesu.

Wsparcie zewnętrzne a pochodzenie firmy:

Polskie firmy najczęściej korzystają ze wsparcia wyspecjalizowanych firm z lokalnego rynku, poszukują także doradców-specjalistów. Unikając ponoszenia zbyt wysokich kosztów, po wypracowaniu schematów gromadzenia danych, rezygnują często z usług zewnętrznej firmy/doradcy.

Firmy z główną siedzibą za granicą mogą liczyć na dodatkowe wsparcie w postaci edukacji i dobrych praktyk od firmy matki.

To jest bardzo aktywna Grupa, na bieżąco pracujemy z Grupą. To jest dla nas gigantyczne wsparcie merytoryczne. Lokalnie sukces zawdzięczamy też temu, że ten grupowy mindset jest elementem unburdeningu top managementu. Top management jest uczony, że to [raportowanie ESG] jest dla nas ważne. Dużo trudniej jest zrobić to oddolnie, takie wsparcie wiele ułatwia.

Polski oddział zagranicznej firmy

3.2 Organizacja pracy

Każda z organizacji ma dział lub osobę odpowiedzialną za cały obszar ESG, w tym za tworzenie raportu. Liczebność działu jest różna, waha się od 1 do 24 osób.

Obszar ESG/CSR z reguły jest reprezentowany przez dział/osobę w centralnych strukturach firmy. W dwóch przypadkach jest to osoba w zarządzie firmy. Ten sam pracownik bywa także odpowiedzialny za fundację korporacyjną.

W proces tworzenia raportu z reguły włączane są osoby na stanowiskach menedżerskich z każdego z pionów firmy – zbieranie i przekazywanie danych jest ich dodatkowym obowiązkiem.

Proces przygotowywania raportu zwykle trwa ok. 6 miesięcy i rozpoczyna się pod koniec roku – między październikiem a grudniem. Gotowe raporty publikowane są zwykle w marcu-kwietniu.

Firmy, które mają zautomatyzowany proces zbierania i przesyłania danych prowadzą ten proces praktycznie przez cały rok – taki schemat funkcjonował jednak w nielicznych firmach.

Pierwszy raport to był najdłuższy proces. Pracę poprzedzał warsztat dla menadżerów i dla osób wytypowanych przez menadżerów, które miały dostarczać dane. Cała jesień upłynęła nam na zastanawianiu się, jakie najistotniejsze rzeczy wydarzyły się w różnych obszarach i w całej firmie, o czym powinniśmy napisać, w jaki sposób to ująć. Szkic treści trafia do wszystkich zainteresowanych w firmie, w ten sposób weryfikujemy, czy wszystko się zgadza.

Polska spółka giełdowa



Stopień automatyzacji procesu zbierania danych w badanych firmach jest bardzo zróżnicowany – wśród uczestników badania znalazły się organizacje bazujące na:

- wpiętych do segregatora rachunkach (polska firma produkcyjna),
- wpisywanych do plików excelowych danych (polska spółka giełdowa),
- bieżącym przekazywaniu informacji drogą elektroniczną (polski oddział firmy technologicznej oraz polski oddział firmy produkcyjnej).

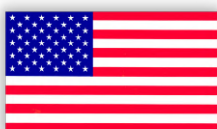
Ten ostatni sposób jest standardem, który organizacje chcą w niedalekiej przyszłości uzyskać.

Organizacja raportowania a pochodzenie firm:



Potrzeba szukania wiedzy, dobrych praktyk jest charakterystyczna dla polskich firm.

Uczestnictwo w branżowych/międzynarodowych konferencjach czy obserwacja międzynarodowej konkurencji to sposoby na zdobycie przydatnych informacji, które potem przekazywane będą organizacji. Osoba zajmująca się obszarem ESG w firmie jest w polskiej firmie bardzo ważnym edukatorem.



Firmy pochodzące z amerykańskiego rynku korzystają z najbardziej zaawansowanych, zautomatyzowanych systemów zbierania danych potrzebnych do raportów.

Automatyzacja procesu w ich wykonaniu wyznacza standard, do którego dążą pozostali uczestnicy badania.

„My jesteśmy dużą firmą, tylko to jest różnica podwórka - czy matczyne podwórko jest polskie, czy z Europy Zachodniej czy ze Stanów, bo tam świadomość jest dużo większa. W Europie Wschodniej - świadomość zarządów jest dużo niższa. Oba zarządy wiedzą [że ESG jest ważne], tylko tamte zarządy w 100% to rozumieją. Nasze wiedzą i słyszą, ale nie czują tego.”

Polska firma

„Działania ESG przekładają się na to jak zbudowany jest produkt, który sprzedajemy, jak zbudowana jest narracja, którą przekazujemy naszym partnerom i to po prostu przenika do całej naszej działalności i to są pewne wartości, które towarzyszą nam w naszych politykach wewnętrznych, jak zatrudniamy, jak się zachowujemy, jak jest urządzone nasze biuro, czego nie sprzedajemy, kiedy mówimy stop jakiemuś kontraktowi.”

Polski oddział zagranicznej firmy

Organizacje, których dotyczy obowiązek raportowania ESG nie notują opóźnień w dostarczeniu raportu - muszą wywiązywać się z nałożonego na nie obowiązku.

Organizacje, które sporządzają raporty niefinansowe, mimo że takiemu obowiązkowi nie podlegają, wskazywały następujące czynniki, które mogą wpłynąć na przedłużenie procesu sporządzania raportu:

- problemy zasobowe związane z personelem (urlopy, nieobecności, decyzja, kto ma fizycznie zbierać dane w organizacji),
- problemy z dostępem do informacji i danych,
- czas potrzebny na akceptację raportu przez zarząd.

W randze członka zarządu mamy dyrektora operacyjnego, który jest moim szefem i odpowiada za sustainability jako całość. W ramach tego mamy mój departament, który zajmuje się zbieraniem danych i raportowaniem oraz departament wsparcia transformacji energetycznej. U mnie jest cały aspekt ESG, raportowanie, edukacja pracowników, klientów, ocena ryzyka ESG klientów oraz współpraca z klientami, także w zakresie ich edukacji.

Polski oddział zagranicznej firmy

Niektóre organizacje mają w swoich strukturach koordynatorów, którzy są odpowiedzialni za zbieranie danych w poszczególnych spółkach, pionach firmy lub są specjalistami z zakresu każdego z obszarów ESG. Jako element schematu zbierania danych w niektórych organizacjach pojawiają się ankiety rozsyłane do interesariuszy – dane zbierane z zewnątrz firmy.

Część respondentów przeprowadza także badanie wewnątrz organizacji z udziałem menedżerów pionów/spółek czy członków zarządu (ankiety, rozmowy). Raport stworzony w poprzednim roku pełni ważną rolę w procesie powstawania kolejnego. Niektóre z organizacji zapraszają swoich interesariuszy do rozmowy na temat jego zawartości, proszą o wskazanie szczególnie istotnych elementów oraz informacji, które warto dodać.

Raportowanie a rodzaj firmy:

Każdy rok wydawania raportu niefinansowego znacznie poprawia przygotowanie do raportowania w kolejnym roku. Spośród polskich firm biorących udział w badaniu szczególnie dobrze przygotowany proces organizacji pracy i zbierania danych mają spółki giełdowe, które już od kilku lat zobowiązane są do niefinansowego raportowania.

Z wyjątkowo trudnym wyzwaniem związanym ze zbieraniem i agregacją danych mierzą się firmy, których biznes jest zróżnicowany, które mają w swojej grupie spółki prowadzące różnorodne działania. Różnorodność, która miała na celu czuwanie nad całym procesem powstawania produktu (żywnościowego), jest wyzwaniem z punktu widzenia raportowania niefinansowego.

3.3 Wyzwania związane z raportowaniem

Jako główne wyzwania związane z raportowaniem ESG firmy wskazują:

✓ Niska świadomość kadr zarządzających organizacją

W największym stopniu dotyczy to polskich firm nie będących spółkami giełdowymi, w najmniejszym polskich oddziałów zagranicznych firm, które mają osobę odpowiedzialną za ESG wysoko w strukturach zarządczych.

✓ Obarczanie pracowników dodatkowym obowiązkiem

„Czynnik ludzki” bywa wąskim gardłem procesu raportowania – niechęć do podejmowania dodatkowych zadań, nieobecność, nieterminowość.

✓ Konieczność gromadzenia nowych danych

Wyjście poza schemat oraz wypracowanie nowych sposobów postępowania, to szczególnie trudne wyzwania przy raportowaniu.

✓ Kwestia jakości uzyskiwanych danych

Wyzwaniem może być uzyskanie danych odpowiednio precyzyjnych, wskazujących dokładnie to, co powinny. Ten problem pojawia się szczególnie w przypadku firm o rozbudowanej i zróżnicowanej strukturze (jak np. w polskiej firmie produkcyjnej mającej część inwestycyjną, transportową i związaną ze zdrowiem).

✓ Nieprecyzyjne wymagania

Wyzwaniem są wymagania, które pozostawiają miejsce do interpretacji, np. niejasności dotyczące zakresu, w jakim dane mają być ujawniane.

✓ Konieczność weryfikacji spływających danych

Proces czasochłonny, czasem trudny do przeprowadzenia. Związany z poprzednim wyzwaniem – nieprecyzyjnymi wymaganiami, a także z brakiem ujednoczonego formatu danych.

✓ **Trudność w uzyskaniu potrzebnych danych od kontrahentów**

Szczególnie trudny proces w przypadku firm z branży budowlanej współpracującej z wieloma podmiotami: dostawcami i podwykonawcami o różnym poziomie świadomości ESG.

✓ **Brak zautomatyzowanego systemu gromadzenia danych**

Skrajnymi przykładami mogą być: firma technologiczna, w której dane przekazywane są automatycznie i zbierane przez cały rok niemal bez wysiłku pracowników oraz polska firma produkcyjna, która gromadzi dane w formie dokumentów w segregatorze.

✓ **Pozyskiwane dane mają bardzo różnorodny format**

To bolączka firm z branży budowlanej, ale także niektórych firm produkcyjnych, które w swojej strukturze mają podmioty odpowiedzialne za zróżnicowane działania (bezpośrednia produkcja, przetwórstwo, inwestycje, logistyka i transport).

✓ **Brak danych z rynku**

Trudność w dotarciu do danych podmiotów współpracujących z organizacją, które powinny być ujawnione. Szczególnie trudno jest dotrzeć do danych z rynków, na których świadomość ESG jest generalnie niższa – przykładem mogą być dane z rynku azjatyckiego.

✓ **Konieczność akceptacji raportu przez zarząd, uzyskania od niego informacji zwrotnej – proces jest czasochłonny**

To wyzwanie pojawiło się głównie w tych firmach polskich, których zarządy nie miały wysokiego stopnia świadomości ESG, w których respondenci dopiero rozpoczynali proces edukacji wewnętrznej skierowanej także do zarządu.

✓ **Brak doświadczonych audytorów, którzy mogliby dostarczać wartościowej, spójnej dla różnych organizacji, informacji zwrotnej, pozwalającej na doskonalenie raportowania**

Organizacje biorące udział w badaniu nie zawsze decydowały się na audyt swoich raportów – jest to proces czasochłonny i kosztochłonny.

✓ **Stworzenie raportu, który jest ciekawy, atrakcyjny w odbiorze i nie jest zbyt obszerny**

Respondenci określali objętość swoich raportów w przedziale 70-200 stron. W przypadku zróżnicowanej działalności, objętość raportu automatycznie rośnie, wyzwaniem jest znalezienie dla niego atrakcyjnej formy (być może interaktywnej).

Na pewno kwestie związane z pozyskaniem niektórych danych i z ich weryfikacją są dużym wyzwaniem. Tematyka tych danych jest bardzo szeroka i wymaga zaangażowania bardzo wielu działów, osób. Wyzwaniem jest, żeby to wszystko zebrać, zwalidować, żeby pytając o A zawsze dostać odpowiedź na temat A.

Polska firma handlowa

Wyzwania a branża

Brak danych	Niejednolity format i nierówna jakość danych	Trudne do uzyskania dane od kontrahentów
Firmy prowadzące biznes np. na rynkach azjatyckich (produkcja, handel)	Firmy prowadzące różnorodną działalność, np. produkcyjno-budowlano-deweloperska lub produkcyjno-inwestycyjno-weterynaryjna	Firmy współpracujące z wieloma dostawcami i podwykonawcami (budownictwo)

3.4 Czynniki ułatwiające raportowanie

- ✓ Doświadczenie, schematy postępowania, rutyna.
- ✓ Stały zespół nadzorujący i koordynujący proces raportowania.
- ✓ Wysoki poziom świadomości w organizacji, rozumienie głębszego znaczenia procesu raportowania związanego z wizją i misją zrównoważonej firmy.
- ✓ Wytyczne branżowych organizacji, które pomagają zrozumieć nowe wymagania, zmiany w zakresie raportowania ESG w kontekście branży, w której działa organizacja (może to być np. Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych).
- ✓ Satysfakcja wynikająca z pozytywnego feedbacku od interesariuszy zewnętrznych i wewnętrznych, pozytywna opinia raportu przez środowisko (branża, środowisko naukowe).

Pojawił się pomysł przydatnego wsparcia w postaci „wywiadowni ESG” – organizacji, która gromadziłaby dane źródłowe dotyczące kwestii ESG przydatne biznesowi, także w podziale na poszczególne branże. Takie rozwiązanie usprawniłoby proces tworzenia raportu ESG i zwiększyło stopień porównywalności powstających raportów.



3.5 Raportowanie – kwestie środowiskowe

Ten element raportowania był uznawany za najbardziej wymagający z trzech powodów:

► **Oczekiwań interesariuszy**

Obecnie największy nacisk kładziony jest na kwestie środowiskowe. Interesariusze, zarówno inwestorzy, kontrahenci, jak i konsumenci oraz pracownicy firmy, mają najwięcej pytań i wymagań dotyczących tego obszaru.

► **Wzrost świadomości**

Wiele organizacji uświadamia sobie, jak istotnym zagadnieniem jest wpływ, jaki ich działalność wywiera na środowisko, szczególnie w kontekście katastrofy klimatycznej.

► **Częstotliwość zmian**

Właśnie w tym obszarze zmiany dotyczące wskaźników, kwestii, które powinny być raportowane są najczęstsze. W porównaniu z tematami z zakresu E, kwestie obejmowane przez dwie pozostałe części raportu (social i governance) są dość stałe, niezmiennie.

Wyjątkiem od tej zasady są firmy, które nie prowadzą produkcji i tym samym ich wpływ na środowisko jest mniejszy (np. firmy finansowe czy technologiczne, te ostatnie są w stanie uzyskać negatywny ślad węglowy dzięki realizacji prośrodowiskowych działań).

To, że mamy teraz takie ambitne cele i dużo czasu poświęcamy E wynika z tego, że wiemy, że jesteśmy dużymi emitentami CO² w biznesie, który przyczynia się do 20 proc. światowej emisji. Nie możemy tego pominąć i nieprawdą jest, że nic nie możemy zrobić.

Polski oddział zagranicznej firmy

Do stałego zestawu zagadnień poruszanych przez badane organizacje w części raportu dotyczącej środowiska należą:

- Ślad węglowy i działania zmierzające do jego zmniejszenia (modernizacje, odchodzenie od węgla jako źródła energii, wyrównywanie śladu węglowego za pomocą innych działań). W tym obszarze najtrudniejsze jest wyliczenie śladu węglowego, szczególnie jego 3. zakresu (emisje gazów cieplarnianych, na które organizacja może wpływać, ale których nie kontroluje).
- Kontrola zużycia energii i wody.
- Polityka związana z odpadami – zrównoważone zarządzanie wykorzystywanymi przez firmy materiałami.
- Wykorzystywanie przetworzonych materiałów.
- Działania edukacyjne, partnerstwa, członkostwo w prośrodowiskowych organizacjach (np. WWF, SBTi – Science Based Targets Initiative).
- Działania zmierzające do transferu energetycznego – zwiększanie poziomu wykorzystania źródeł energii odnawialnej (inwestycje w energię wiatrową, panele, farmy fotowoltaiczne).

Przykładami specyficznymi dla branży tematów pojawiających się w części "E" raportu mogą być np.:

Sektor finansowy	Sektor transportowy	Sektor budowlany / energetyczny
Informacja o charakterze działalności finansowanych podmiotów.	Zużycie paliwa we flocie własnej i emisja CO ² .	Współpraca z nadzorem przyrodniczym pomagającym dbać o zachowanie dobrego stanu środowiska i bioróżnorodność w miejscach inwestycji.

Przykład uniwersalny pochodzący z sektora handlowego: powołanie specjalnej spółki zajmującej się przetwarzaniem lub utylizacją odpadów, działającej jako część organizacji.

Jedna ze spółek giełdowych z branży finansowej już teraz nie finansuje sektora energetyki węglowej oraz producentów tytoniu, realizując swoje założenia odpowiedzialnego biznesu. Równocześnie minimalizuje ryzyko własnych inwestycji.

3.6 Raportowanie – kwestie społeczne

Do stałego zestawu zagadnień, poruszanych przez badane organizacje w części raportu dotyczącej działań społecznych należą:

- ▶ Działania charytatywne, sponsoring, aktywność fundacji – w raporcie za 2022 r. będą to także działania związane ze wspieraniem Ukrainy i Ukraińców, włączanie się w akcje prowadzone przez inne podmioty, np. Szlachetna Paczka, WOŚP.
- ▶ Różnego rodzaju działania podejmowane wobec lokalnej społeczności (edukacyjne, prozdrowotne, socjalne). Lokalna społeczność jest definiowana jako mieszkańcy terenów, na których firma ma swoje obiekty, to określenie może więc obejmować aktywność w różnych lokalizacjach. Działania edukacyjne dotyczą zwykle tematyki, która ma związek z działalnością organizacji lub są bardziej ogólne, dotyczą np. edukacji klimatycznej.
- ▶ Przestrzeganie praw pracowniczych.
- ▶ Szkolenia, rozwój zawodowy, ścieżki rozwoju kariery, wynagrodzenia.
- ▶ BHP – temat szczególnie ważny w branżach budowlanej i produkcyjnej.
- ▶ Polityki różnorodności, antydyskryminacyjne, stworzenie kanału informowania o nieprawidłowościach.
- ▶ Inwestycje mające na celu poprawę funkcjonowania społeczeństwa, wspieranie przedsiębiorczych jednostek (np. start-upy, nowoczesne technologie, stypendia dla uzdolnionej młodzieży).
- ▶ W ten zakres wchodzi także działania zmierzające do budowania pożądanej kultury pracy – są to działania wspierające dialog, informację zwrotną.

3.7 Raportowanie – ład korporacyjny

Do stałego zestawu zagadnień poruszanych przez badane organizacje w części raportu dotyczącej ładu korporacyjnego należą:

- ▶ Procedury, polityki, dokumenty związane z zarządzaniem.
- ▶ Kodeks etyki, regulacje antykorupcyjne.
- ▶ Kwestie związane z relacjami z klientami, łańcuchem dostaw, jakością produktów – tu mieszczą się takie tematy jak weryfikacja kontrahentów czy określone wymagania wobec nich.
- ▶ Dodatkowe regulacje, np. Regulacja Odpowiedzialnej Sprzedaży – kodeks wskazujący, jak powinny być konstruowane, oferowane, sprzedawane i reklamowane produkty dla klientów indywidualnych (branża finansowa).
- ▶ Kwestie związane z zachowaniem bezpieczeństwa informacji.
- ▶ Kanał dla sygnalistów – ten element bywał zaliczany do sekcji społecznej lub ładu korporacyjnego.
- ▶ Zarządzanie ryzykiem – przede wszystkim środowiskowym, ale także identyfikacja ryzyk o innym charakterze.
- ▶ Tematy wymagane ze względu na członkostwo w organizacjach branżowych, krajowych lub międzynarodowych, np. MAR dla spółek giełdowych.

3.8 Raportowanie – dodatkowe elementy

Niektóre organizacje biorące udział w badaniu raportowały elementy dodatkowe:

BRANŻA TRANSPORTOWA

Wpływ ekonomiczny, czyli wszystko to, co jest związane z łańcuchem dostaw (przeszkolenie dostawców z dotyczącego ich pracy kodeksu etycznego oraz sposób, w jaki zarządzają oni swoimi tematami środowiskowymi i społecznymi), a także poszukiwanie nowych rozwiązań (jak planować trasy bardziej efektywnie, nowe rozwiązania technologiczne).

BRANŻA PRODUKCYJNA

Dodatkowy element Health & Safety – jaki negatywny wpływ może mieć produkt, który dana spółka wytwarza, jakie działania są podejmowane w celu jego ograniczenia (inwestycje, ich wyniki).

3.9 Raportowanie – korzyści i satysfakcje

Korzyści związane z raportowaniem ESG w opinii badanych podmiotów bezpośrednio przekładają się na sferę finansową prowadzonej działalności. Organizacja, która nie tylko skupia się na zysku, ale robi to w sposób zrównoważony, zgodny ze standardami ESG czerpie następujące korzyści z takiego postępowania:

- ✓ Może tworzyć długofalowe strategie ponieważ dba o środowisko, w którym działa, i zasoby, które wykorzystuje oraz monitoruje swoją działalność za pomocą raportów.
- ✓ Może dopracować schematy, standardy postępowania, które – jak wskazują raporty – nie są wystarczająco efektywne.
- ✓ Ma dostęp do finansowania, ponieważ spełnia standardy instytucji finansowych.
- ✓ Łatwiej jej nawiązać współpracę z innymi podmiotami, gdyż spełnia ich standardy ESG.
- ✓ Może nie nawiązywać współpracy z podmiotami nieprzestrzegającymi standardów ESG i tym samym uniknąć ryzyka inwestycyjnego. Takie firmy mogą być narażone na utratę finansowania, są niepewnym partnerem biznesowym.
- ✓ Łatwiej jej pozyskać pracowników, ponieważ znaczenie kwestii zrównoważonego biznesu jest coraz większe, szczególnie w oczach pokolenia wchodzącego na rynek pracy.
- ✓ Łatwiej jej utrzymać pracowników, ponieważ odpowiedzialny pracodawca jest dla nich bardziej atrakcyjny i wiarygodny.
- ✓ Łatwiej jej zdobyć/utrzymać konsumentów. W oczach tej grupy interesariuszy znaczenie pozafinansowej działalności firmy jest coraz większe.

Raport nie jest efektem końcowym. To dopiero początek, narzędzie do pracy na kolejny rok, wytyczne. Jeżeli wydam raport na 2023 rok, to powinnam wiedzieć, co robię w 2023 i 2024 roku, a więc w ciągu kolejnych dwóch lat. Raport jest po prostu narzędziem, sprawdzianem.

Polska firma produkcyjna

Jeśli spółka jest etyczna, jeśli chroni prawa człowieka, to pracownicy mogą czuć się bezpiecznie. Co więcej, mają poczucie, że pracują w firmie, która patrzy szeroko, z której mogą być dumni, w której robią coś dla wyższego celu. Pamiętajmy, że młode pokolenie patrzy już nie tylko na wysokość pensji, potrzebuje też misji, poczucia, że można zrobić więcej.

Polska spółka giełdowa

Nie rozumiem, dlaczego to jest tak nazywane [raportowanie niefinansowe]. Nie można tego oddzielić, bo jedno wiąże się z drugim. ESG ma duży wpływ albo potencjalnie może mieć duży wpływ na podejmowanie decyzji przez konsumentów oraz inwestorów.

Polski oddział zagranicznej firmy

Satysfakcje związane z raportem ESG w pierwszej kolejności odnoszą się do jego przydatności, a w drugiej do formy.

Dobry, satysfakcjonujący raport jest więc:

- Konkretny – bez wchodzenia w sferę greenwashingu, ograniczony do istotnych faktów.
- Dostarczający wartościowej diagnozy.
- Atrakcyjny graficznie.
- Przejrzysty, łatwy do nawigowania.
- Komunikatywny, napisany przystępnym językiem.
- Zwięzły, niezbyt obszerny – to bardzo subiektywne kryterium, raport przejrzysty i wzbogacony o elementy graficzne może liczyć więcej stron. „Zwięzłość” dotyczy długości zamieszczonych tekstów.
- Adekwatny do potrzeb interesariuszy – przekłada się na sferę biznesową.
- Czytany i komentowany przez pracowników – przykładą się do budowania wewnętrznego wizerunku firmy oraz zwiększania świadomości znaczenia obszaru ESG.
- Czytany przez potencjalnych pracowników – buduje wizerunek organizacji jako pracodawcy.



3.10 Raportowanie – wizja przyszłości

W zgodnej opinii respondentów nadchodzące zmiany w formacie raportowania będą wyzwaniem dla wszystkich podmiotów. Te, które już prowadzą raportowanie niefinansowe, korzystając z wypracowanych wcześniej schematów, będą miały łatwiejsze zadanie. Dodatkowo firmy te na bieżąco śledzą regulacje i do pewnego stopnia wiedzą, jakiego rodzaju zmian mogą się spodziewać.

Znając już proces tworzenia raportu niefinansowego, organizacje wiedzą, że poprzeczka została zawieszona dość wysoko i dostosowanie się do nowych wymagań będzie się wiązało z wysiłkiem z ich strony, koniecznością uczenia się.

Organizacje te w większym ujednoczeniu i doprecyzowaniu wymagań widzą konkretne korzyści. Dzięki zmianom wytyczne dotyczące sporządzania raportów będą jaśniejsze, a ich wyniki bardziej porównywalne. Planowany standard może być także odpowiedzią na zjawisko greenwashingu.

Równocześnie jednak respondenci dość jednomyślnie postrzegają polski rynek jako nieprzygotowany do przejścia na format CSRD. Firmom, które do tej pory nie sporządzały raportów niefinansowych trudno będzie strącić z jeszcze wyższego pułapu bardziej zaawansowanych standardów – badanie wykazało, jak duże jest znaczenie rutyny oraz schematów postępowania w procesie raportowania ESG.

Uczestnicy badania mają więc obawy, co do możliwości uzyskania wymaganych danych od swoich podwykonawców – szczególnie mocno wybrzmiało to w branży budowlanej, która współpracuje z dziesiątkami małych firm nienawykłych do raportowania niefinansowego.

Cała branża będzie miała z tym ogromny problem. Dopóki nie będzie rozwiązań informatycznych i świadomości u podwykonawców, to zawsze będzie wyzwanie. Wielu podwykonawców nie musi zbierać takich danych, bo czasem są to firmy kilkunastoosobowe, spółki z o.o., jednoosobowe działalności gospodarcze. To jest największe wyzwanie, które przed nami stoi.

Polska firma budowlana

Nie ma takich związków czy organizacji, które w jasny sposób mówiłyby, jak się tym zająć, jak to zrobić. Brakuje doradztwa. Każdy sam otwiera drzwi i to jest trudne. Firmy doradcze, które działają w różnych branżach mają dużą rolę do odegrania. Analizując raporty zdobywają wiedzę, wytyczają nowe ścieżki i pokazują, w jaki sposób te elementy wdrażać. Zrozumienie tego wszystkiego jest trudne.

Polska spółka giełdowa

Respondenci zgłosili szereg oczekiwań i propozycji wobec nowego standardu i sposobu jego wprowadzania:



- ✓ Wprowadzenie wskaźników branżowych, pozwalających na rzetelne porównanie firm prowadzących działalność w tym samym sektorze.
- ✓ Zredukowanie częstotliwości obowiązkowych audytów – nie powinny być prowadzone co roku, ponieważ jest to proces czasochłonny i kosztowny.
- ✓ Prowadzenie edukacji na temat nadchodzących zmian.
- ✓ Wykształcenie audytorów, którzy będą mogli udzielać wartościowej informacji zwrotnej, co przyspieszy proces uczenia się prawidłowego przygotowania raportu.
- ✓ Wprowadzenie możliwości pilotażu – raportu na próbę.
- ✓ Dodanie systemowego wsparcia ze strony rządu (np. ścieżki edukacyjne dla nowych specjalistów, podstawowa edukacja na temat ESG w szkołach) oraz rodzaju rządowej taksonomii, polegającej na premiowaniu zrównoważonych firm.
- ✓ Zaangażowanie organizacji pozarządowych w edukację – kształcenie specjalistów, którzy będą wkrótce potrzebni na rynku, a których obecnie jest niewielu i dostęp do ich usług jest bardzo kosztowny.



3.11 Raportowanie – łańcuchy dostaw

Uczestnicy badania planują kontrolować swoich dostawców pod kątem zgodności ich działania ze standardami ESG, ale w większości przypadków jeszcze nie podjęli działań w tym kierunku. Mapowanie dostawców pod tym kątem jest raczej w sferze planów.

Działania, które są podejmowane przybierają najczęściej formę kodeksów i zobowiązań, jakie dostawcy podpisują podejmując współpracę z organizacją (kodeks postępowania dla podwykonawców i dostawców, kodeks dobrych praktyk). Wymagania dotyczące sfery ESG pojawiają się także w przetargach.

Kilka organizacji prowadzi audyt swoich dostawców (jakościowy, społeczny i środowiskowy) i ma zwyczaj premiowania tych, którzy spełniają najwyższe standardy – otrzymują premię motywacyjną. Jednocześnie respondenci deklarują, że nie podejmują współpracy z dostawcami, którzy w rażący sposób nie przestrzegają praw pracowniczych czy praw człowieka.

4. Sfera ESG – wpływ sytuacji geopolitycznej

Obecna sytuacja geopolityczna wywiera wpływ na działalność biznesową firm oraz na sferę ESG. Respondenci nie wskazali jednak przykładów wpływu, który hamowałby podejmowanie działań z tej sfery lub powodowałby redukcję środków na zaplanowane działania.

W kontekście wojny w Ukrainie widać, że sfera ESG firm pozwala na bieżąco reagować na pojawiające się potrzeby poprzez przesuwanie akcentów działań – np. wsparcie ukraińskich pracowników firm oraz ich rodzin czy tworzenie zbiórek charytatywnych przeznaczonych na ten właśnie cel.

W kontekście kryzysu energetycznego reakcją firm było przyspieszenie inwestycji w niezależne źródła energii. Proces ten zwykle już trwał, a obecna sytuacja stanowiła jedynie bodziec do jego przyspieszenia. Można sobie jednak wyobrazić negatywny scenariusz, w którym zielona energia będzie na rynku niedostępna – taka sytuacja na pewno ograniczy działalność tych firm, które ją kupują. Na razie jednak żaden z rozmówców nie wskazał przykładu rezygnacji z realizacji działań ze sfery ESG w związku z sytuacją geopolityczną.



5. Wnioski i rekomendacje

5.1 ESG a dojrzałość firm

Raportowanie ESG ma związek z dojrzałością firm. Mówimy tu o organizacjach, które patrzą na swój biznes nie tylko z punktu widzenia wypracowanego zysku, które w swoim środowisku czują się „obywatelem korporacyjnym”, rozumieją znaczenie angażowania się w realizację działań ze sfery ESG. Takiemu podejściu sprzyja bycie częścią globalnej organizacji, czyli włączenie w większą całość, która takie standardy ma już wdrożone, a także podejście zarządu czy właściciela stanowiące o DNA firmy. Ich odgórny przykład ma duży wpływ na budowanie świadomości i wagi działań niefinansowych organizacji.

Ogromne znaczenie dla standardów raportowania niefinansowego ma także historia, lokalizacja i kultura organizacyjna firm. W USA myślenie w kategoriach „sustainability” w odniesieniu do dużych korporacji, szczególnie w przemyśle, pojawiło się już w latach 60. XX w. Po ponad pół wieku praktykowania tej idei (a także walki o nią przez liczne organizacje NGO) amerykańskie, brytyjskie oraz zachodnioeuropejskie firmy mają już nie tylko wypracowane, sprawdzone, ale i wewnętrznie zinternalizowane standardy postępowania w dziedzinie ESG.

Zderzone w ciągu ostatnich kilkunastu lat z ideą ESG oraz zrównoważonego rozwoju polskie firmy muszą nie tylko przyswajać wiedzę oraz umiejętności działania i raportowania na tym polu, ale także niejednokrotnie same siebie przekonać do słuszności tej idei choćby z punktu widzenia potencjalnych zysków finansowych lub poprzez naturalne dążenie do unikania strat – np. braku kredytowania, wykluczenia z kontraktów w przypadku niespełniania warunków ESG. Ten etap „przekonania do idei w dużych przedsiębiorstwach w Polsce – jak wykazało nasze badanie – został już osiągnięty.

5.2 ESG a zaangażowanie menagerów

Badanie pokazało również, że osoby zaangażowane, z poczuciem misji, które zawiadują działami ESG i koordynują proces raportowania niefinansowego, to bardzo istotny element procesu ESG w firmie. To one edukują, wspierają, podnoszą standardy, podpatrują dobre praktyki, przenoszą doświadczenie z poprzedniego miejsca pracy. Co więcej, wskazują korzyści z dodatkowego wysiłku, jakim jest sporządzanie raportu. Szukają też sposobu na zwiększenie zaangażowania pracowników w proces, prowadzą dla nich warsztaty i szkolenia, które mają sprawić, że raportowanie nie będzie tylko dodatkowym obowiązkiem.

Ich działanie ma szczególne znaczenie w przypadku polskich firm, które nie mogą skorzystać ze wsparcia bardziej doświadczonej organizacji-matki. Możliwość tę mają za to i chętnie wykorzystują polskie oddziały zagranicznych firm.

W świetle powyższego, warto rozważyć ideę, w której stowarzyszenia, a także organizacje polskie i globalne zajmujące się w kraju tematyką ESG roztaczają specjalną opiekę nad koordynatorami ESG w firmach będących faktycznymi pionierami w tej dziedzinie poprzez:

- Stworzenie dla nich zawodowych stowarzyszeń, cyklicznych spotkań oraz seminariów branżowych i cross sektorowych, upowszechnienie wiedzy o bezpłatnych webinarach poświęconych aspektom ESG (oferowanych obecnie np. przez Deloitte, PwC itp.)
- Stworzenie internetowych platform z zasobami informacyjnymi w dziedzinie ESG, najważniejszych przepisów prawnych wraz z ich aktualizacjami, przykładami raportowania i wskaźnikowania ESG, a także banku dobrych praktyk w poszczególnych branżach.
- Kształcenie audytorów raportowania niefinansowego, co było postulowane przez uczestników badania: powinni oni udzielać wartościowej informacji zwrotnej na temat przygotowywanego raportu koordynatorom ESG, co przyspieszy proces uczenia się i spełniania właściwych standardów.
- Opracowanie obiektywnych wskaźników rozwoju i poziomu realizacji ESG w danej firmie (umożliwiających porównania wewnętrzne i międzybranżowe przedsiębiorstw).

Wzmacnianie sfery ESG oraz budowanie jej świadomości w polskich firmach może się więc odbywać przez sieciowanie i edukowanie osób odpowiedzialnych w firmach za obszar ESG – są oni naturalnymi nauczycielami swoich organizacji. Nasza rekomendacja dotyczy kierowania działań właśnie do nich jako najlepszego kanału dotarcia do całej organizacji łącznie z jej zarządem.

5.3 Edukacja i podnoszenie świadomości działań

Badanie wskazało, że organizacje, szczególnie polskie, które nie mają wsparcia zagranicznej centrali, potrzebują przewodnika nie tylko po nowych regulacjach, ale także w procesie tworzenia raportów niefinansowych w ich branży. Dlatego druga rekomendacja dotyczy stymulowania powstawania branżowych przewodników po obszarze ESG i procesie raportowania, sieciowania organizacji o podobnych profilach, a jeśli to możliwe, to także ułatwienia transferu dobrych praktyk z innych rynków.

Kolejna rekomendacja dotyczy włączenia się trzeciego sektora w edukację podnoszącą świadomość znaczenia działań z obszaru ESG. Elastyczność, jaką wykazały się badane firmy w obliczu nagromadzenia wielu kryzysów, a także dostosowanie działań z tego właśnie obszaru do potrzeb chwili oraz relatywnie większa niezależność energetyczna, którą zapoczątkowała transformacja energetyczna, to dobre przykłady wykorzystania tego obszaru z korzyścią dla firmy i jej otoczenia.

5.4 ESG a kultura organizacyjna

Wspomniano już, że internalizacja reguł ESG w firmie w dużym stopniu jest zależna od typu kultury organizacyjnej, a także stopnia hierarchizacji struktury przedsiębiorstwa. W wielu przypadkach, szczególnie w Polsce, mamy do czynienia z tradycyjną strukturą hierarchiczną firmy, w której głos zarządu, prezesa, właściciela ma decydujące znaczenie.

Dlatego tak ważne jest, by to osoby kierujące firmami dostrzegły bezpośrednie korzyści z wdrażania standardów ESG:

- Ułatwienia lub warunki w pozyskiwaniu finansowania, możliwości rozwoju finansowego, świadomość znaczenia wskaźnika ESG przy rozpatrywaniu wniosków kredytowych.
- Warunek uzyskania dofinansowania ze źródeł i organizacji państwowych, takich jak np. Polski Fundusz Rozwoju.
- Warunek uczestnictwa w przetargach branżowych.
- Zyskiwanie przychylności w oczach konsumentów – szczególnie młodszego pokolenia wyczulonego na kwestie ESG, zwiększanie wśród nich popytu na produkty.
- Budowanie pozytywnego wizerunku marki „zielonej” (zero waste, GOZ), a co za tym idzie innowacyjnej, nowoczesnej, topowej i modnej.

Badanie pokazało, że obecni liderzy polskich firm (szczególnie tych nieobecnych na giełdzie) wciąż nie mają w powyższych zakresach wystarczająco dużo konkretnych informacji i argumentów, by wdrażać w firmie standardy ESG jako efektywne narzędzie zarządzania firmą. A to jest pierwszy krok, a zarazem warunek kaskadowej internalizacji standardów ESG wśród kadry kierowniczej i szeregowych pracowników firmy.



QUALITY WATCH
CUSTOMER EXPERIENCE COMPANY

Postrzeganie, znajomość i waga problematyki ESG wśród firm.

Badanie ankietowe przeprowadzone na próbie
150 firm wraz z firmą badawczą Quality Watch.



WPROWADZENIE

1. Cele projektu

Głównym celem badania było określenie poziomu znajomości i świadomości problematyki ESG wśród polskich firm. Szczegółowe zagadnienia poruszane w badaniu to:

01. Czy firma opracowała strategię zrównoważonego rozwoju?
02. Jeśli nie, to czy zamierza ją opracować i wdrożyć?
03. Czy firma spotkała się już z wymogiem przedstawienia kontrahentom sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju?
04. Czy firma ma świadomość, że od tego będzie uzależnione w niedalekiej przyszłości pozyskanie finansowania na inwestycje?
05. Czy firma ma świadomość, że od tego będzie zależeć współpraca z korporacjami?

2. Metodologia

Badanie zostało przeprowadzone na kwotowej próbie przedsiębiorstw w podziale na wielkość zatrudnienia oraz branżę. Kwoty do badania zostały ustalone w oparciu o dane GUS zebrane w publikacji „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych” w 2019 r. (GUS, 2021). Szczegółowy podział na kwoty został przedstawiony w tabeli 1.

LICZBA ZATRUDNIONYCH	Handel	Budownictwo	Przemysł	Usługi	RAZEM
50-249	20	14	9	47	90
250 i więcej	13	9	6	32	60

Tabela 1. Kwoty wykorzystane w badaniu: podział względem liczby zatrudnionych oraz branży.

Ankieta zawierała pytania dotyczące ogólnej znajomości pojęcia oraz problematyki ESG, wdrażania rozwiązań związanych z zagadnieniem, a także przyszłości zrównoważonego rozwoju w strategii firm.

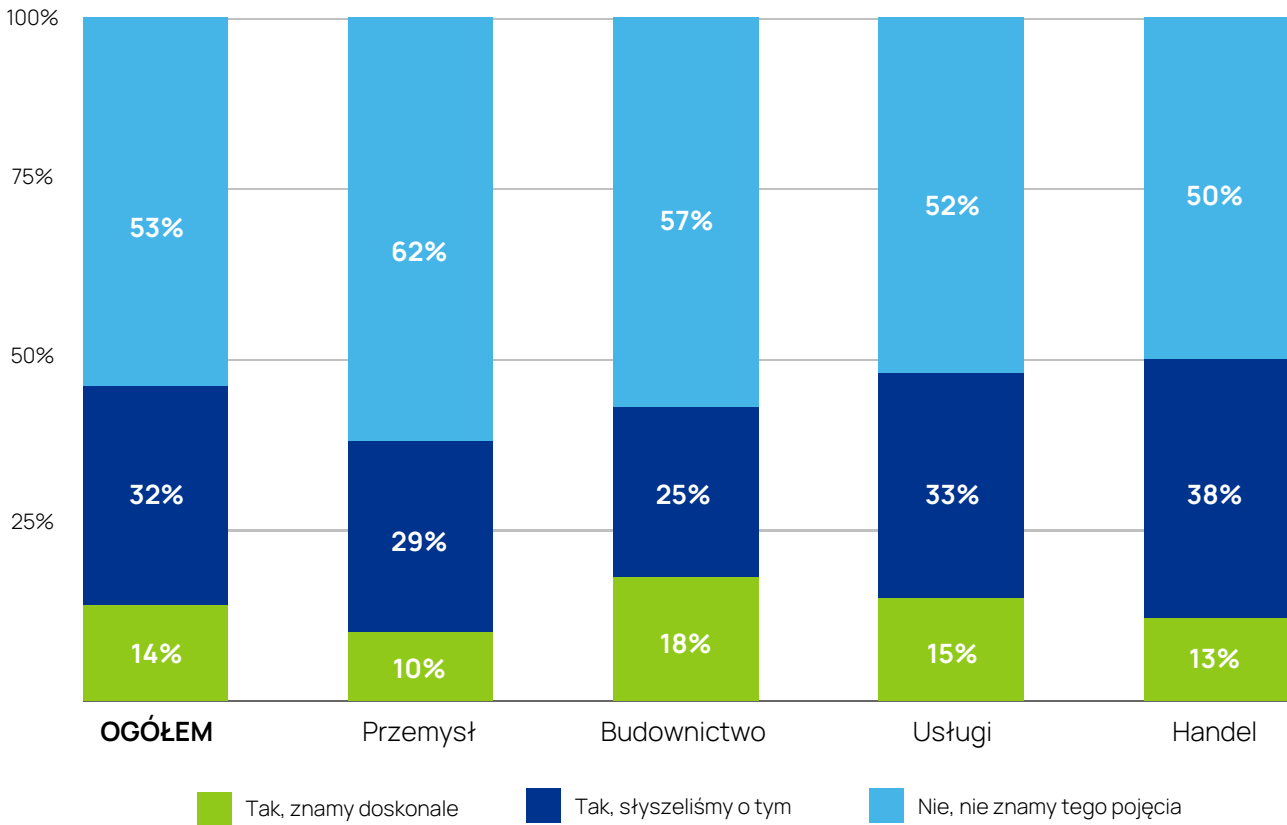
Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI i przy wykorzystaniu ankiet internetowych, zrealizowanych na wyspecjalizowanej platformie badawczej.

WYNIKI

1. Ogólny poziom znajomości pojęcia ESG

Pierwszy blok pytań dotyczył ogólnego poziomu znajomości pojęcia ESG. W ponad połowie badanych firm nie było ono znane respondentom (wykres 1). Biorąc pod uwagę branże, najniższy poziom znajomości pojęcia ESG zarejestrowano w przedsiębiorstwach reprezentujących przemysł, a najwyższy w przedsiębiorstwach handlowych.

Wykres 1. Ogólny poziom znajomości pojęcia ESG w badanych firmach.



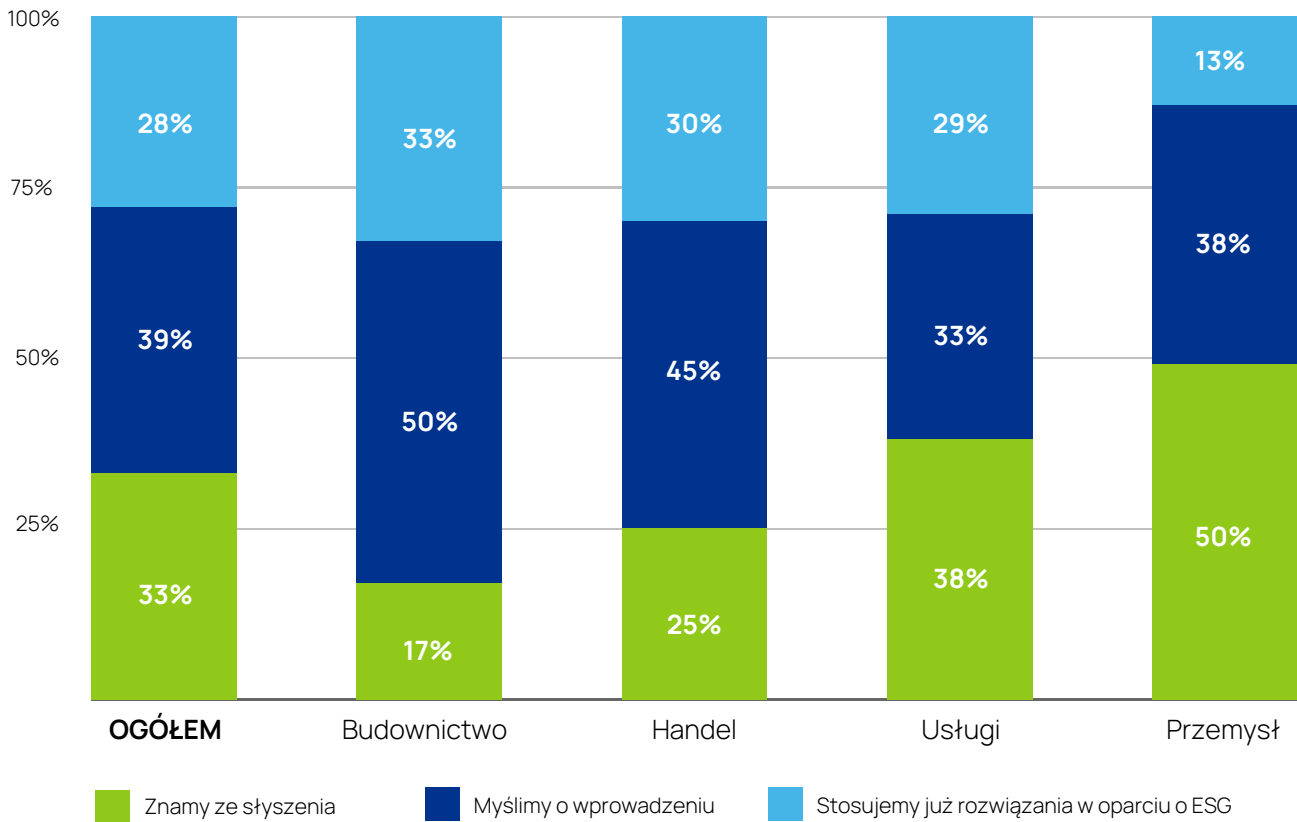
Pytanie: „Czy w firmie spotkali się już Państwo ze skrótem ESG, oznaczającym czynniki pozafinansowe wpływające na ocenę przedsiębiorstwa składające się z komponentów: Środowiskowych (E), Społecznej odpowiedzialności (S) oraz Ładu korporacyjnego (G)?”
 Ogółem: N=176, Przemysł: N=21, Budownictwo: N=28, Handel: N=40, Usługi: N=87



Aż 53% badanych podmiotów nie miało styczności z pojęciem ESG!

Respondenci, którzy wykazali się znajomością pojęcia ESG, zostali zapytani o jego rozumienie w firmie (wykres 2). W tej grupie 28 proc. badanych wskazało, że ich firmy już stosują rozwiązania z zakresu ESG. Najwyższy odsetek wskazań został odnotowany w przedsiębiorstwach budowlanych (33 proc.), a najniższy w firmach reprezentujących przemysł (13 proc.). Analogicznie kształtował się odsetek wskazań, jeśli chodzi o intencję wprowadzenia takich rozwiązań.

Wykres 2. Rozumienie pojęcia ESG dla respondentów, którzy wskazali znajomość tego pojęcia.



Pytanie: „Jakie jest rozumienie tego pojęcia w firmie?”
 Ogółem: N=82, Przemysł: N=8, Budownictwo: N=12, Handel: N=20, Usługi: N=42

Na pytanie o świadomość ESG w całej firmie, respondenci wskazali, że jest ona na ogół niska (30 proc.) lub średnia (61 proc.). Jedynie nieco ponad 8 proc. badanych stwierdziło, że znajomość problematyki ESG jest wysoka, a edukacją z zakresu tego zagadnienia objęta jest większość pracowników.

tylko tylu respondentów stwierdziło, że znajomość problematyki ESG w ich organizacji jest wysoka, również wśród pracowników.



Branża budowlana chce wdrażać strategię ESG! Taką potrzebę wskazało 29% respondentów.

Wśród badanych deklarujących wdrażanie ESG w ich przedsiębiorstwach każdy z obszarów wskazał zbliżony odsetek, a więc: Environment (47 proc.), Social (44 proc.) oraz Governance (50 proc.). Wydaje się zatem, iż w tych przedsiębiorstwach, które zamierzają wdrożyć ESG, będzie to realizowane we wszystkich trzech wymiarach.

Zapytani o konkretne działania inwestycyjne wynikające z wdrażania strategii ESG (pytanie otwarte), badani wymieniali najczęściej inwestycje związane z oszczędzaniem energii, termomodernizacją, ogólnie pojętymi działaniami proekologicznymi, budowaniem kodeksu etycznego firmy czy działaniami antymobbingowymi.

03. Strategie wdrażania ESG w badanych firmach

Wśród badanych firm jedynie ok. 20 proc. opracowało strategię zrównoważonego rozwoju. Co ciekawe, najwyższy odsetek (25 proc.) został odnotowany wśród firm z branży handlowej, a także w firmach zatrudniających powyżej 250 osób (24 proc.).



Tylko co czwarty ankietowany (25 proc. wskazań) reprezentujący firmy, w których do tej pory nie opracowano strategii wdrażania ESG wyraził zamiar opracowania takiej strategii. Co więcej, 30 proc. zamierza zrobić to samodzielnie, a pozostałe przedsiębiorstwa chcą skorzystać z pomocy instytucji zewnętrznych. Do najczęściej wymienianych należą firmy doradcze oraz kancelarie prawne.

47%

Wśród firm, które opracowały strategię zrównoważonego rozwoju, 47 proc. dokonało tego samodzielnie. Pozostałe firmy, które nie opracowywały strategii samodzielnie, korzystały ze zbliżoną częstością zarówno z usług kancelarii prawnych, firm doradczych czy uczelni.

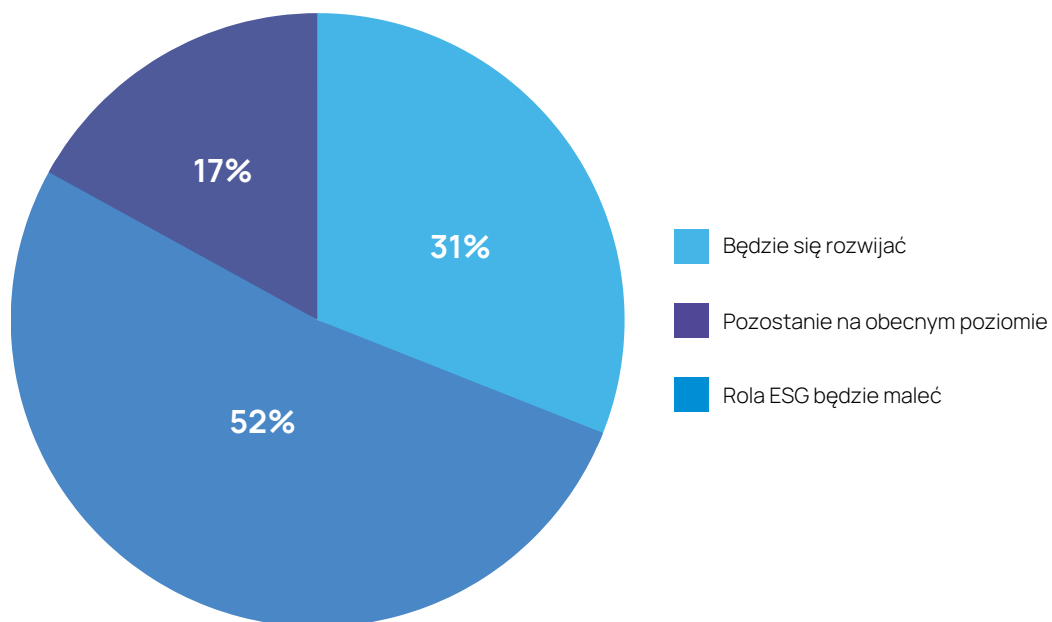
Wśród przedsiębiorstw, które opracowały strategię zrównoważonego rozwoju, 47 proc. dokonało tego samodzielnie. Pozostałe firmy korzystały zarówno z usług kancelarii prawnych, jak i firm doradczych czy uczelni. Wśród tych, które samodzielnie opracowały strategię wdrażania zasad ESG, nieco ponad 29 proc. już zdążyło wdrożyć opracowaną strategię, 50 proc. jest w trakcie jej wdrażania, a pozostałe 21 proc. do tej pory tego nie zrobiło.

02. Rozwój i wdrażanie ESG

W dalszej części badania respondenci zostali zapoznani z pojęciem ESG, które zostało określone jako „szereg czynników pozafinansowych, które pomogą firmom raportować swoje działania niezwiązane z czysto ekonomicznymi wskaźnikami rozwoju”. Odnosząc się do tak zdefiniowanego zagadnienia, badani zostali poproszeni o ocenę przyszłości ESG w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw.

Jak wynika z danych przedstawionych na wykresie 3, większość badanych twierdzi, iż rola ESG pozostanie na niezmiennym poziomie, a 31 proc. uważa, że będzie rosła. Uwzględniając podział na wielkość przedsiębiorstw mierzoną liczbą zatrudnionych, brak jest istotnych różnic w rozkładzie odpowiedzi względem wartości dla badanej grupy. W podziale na branże przedstawiciele budownictwa i przemysłu częściej byli skłonni wskazywać, że rola ESG pozostanie na niezmiennym poziomie.

Wykres 3. Ocena przyszłości rozwoju ESG w sektorze MŚP.

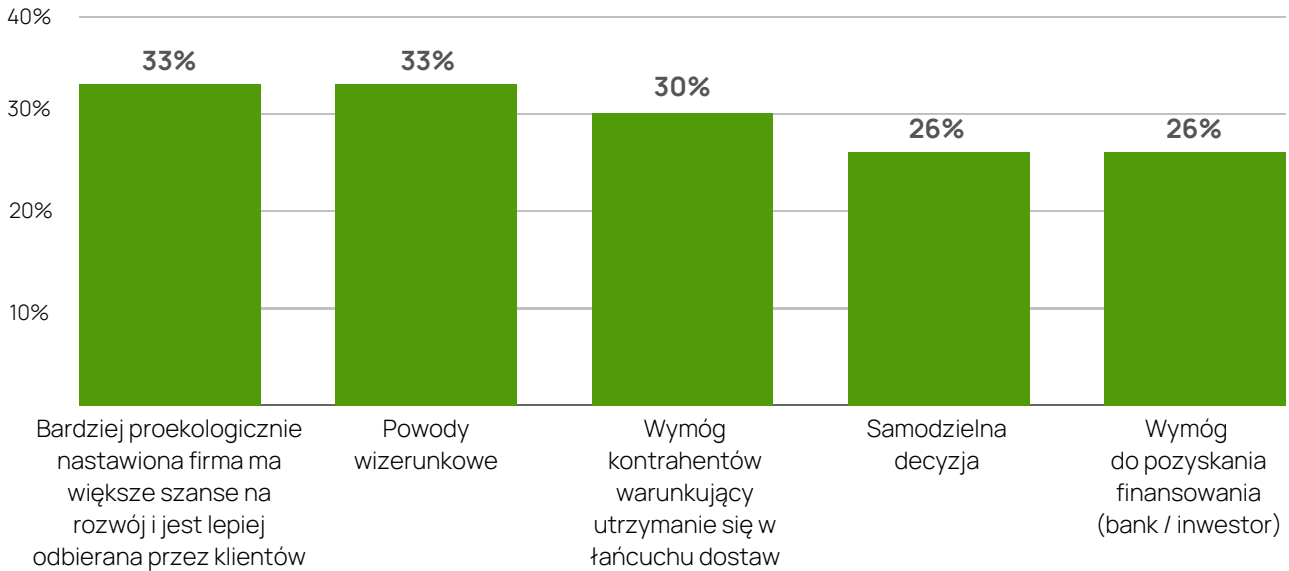


Pytanie: „Jak oceniają Państwo w firmie przyszłość tak zdefiniowanego ESG w rozwoju w sektorze MŚP?”
N=176

Jednocześnie nieco ponad 24 proc. badanych stwierdziło, że ich firma zamierza wdrażać elementy ESG. Najwyższy odsetek deklarowanych wdrożeń zarejestrowano w branży budowlanej (blisko 29 proc.), a najniższy w branży usługowej (22 proc.). Co ciekawe, żadna z firm z branży przemysłowej nie deklarowała planu wdrożenia jakichkolwiek elementów ESG.

Podmioty gospodarcze, które zdecydowały się na wdrożenie zasad ESG (wykres 4), jako główne powody podają względy wizerunkowe oraz przekonanie, że bardziej proekologiczne firmy mają większe szanse na rozwój. Pozostałe motywacje osiągnęły jedynie nieco niższy odsetek wskazań.

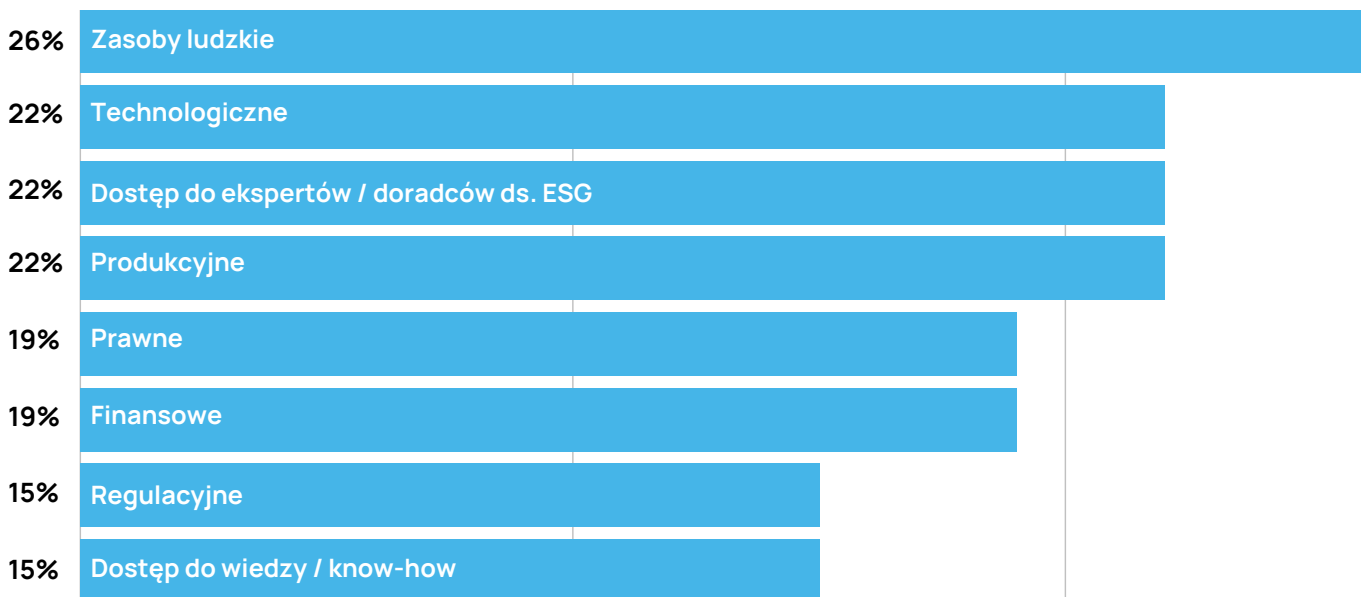
Wykres 4. Powody wdrożenia zasad ESG w badanych firmach.



Pytanie: „Jeśli Pana(i) firma zdecydowała się na wdrożenie zasad ESG, to z jakiego powodu?”
N=27

Firmy, które wdrożyły zasady ESG, jako największe bariery postrzegają czynnik zasobów ludzkich, a w następnej kolejności czynniki technologiczne, produkcyjne oraz dostęp do doradców (wykres 5). Relatywnie najmniejszym problemem w opinii badanych jest dostęp do wiedzy (know-how).

Wykres 5. Bariery we wprowadzaniu strategii ESG.



Pytanie: „Jakie są Pana(i) zdaniem największe bariery we wprowadzeniu strategii ESG?”
N=27

04. Oczekiwania kontrahentów w zakresie zrównoważonego rozwoju

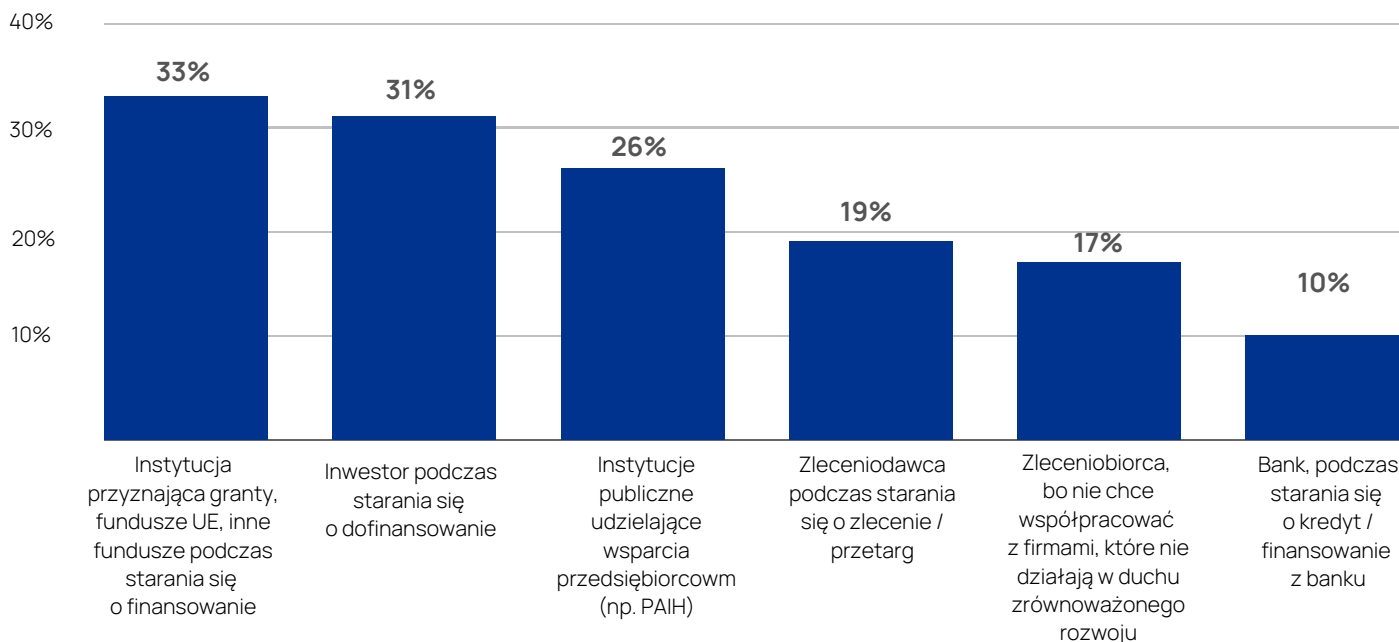
24%

Wśród badanych niespełna 24 proc. ankietowanych firm spotkało się z wymogiem przedstawienia kontrahentom sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju.

Najczęściej, bo w 42 proc. przypadków, dotyczyło to firm z branży budowlanej, a najrzadziej (14 proc.) firm z branży przemysłowej. Jednocześnie brak było istotnych różnic ze względu na wielkość firmy.

Najczęściej, bo w 33 proc., przypadków było to związane z wymogami instytucji przyznających granty lub fundusze UE (wykres 6). Nieco mniejszy odsetek ankietowanych wskazał wymagania inwestorów podczas starania się o dofinansowanie (31 proc.). Najmniejszy odsetek badanych zwrócił uwagę na wymagania instytucji bankowych podczas starania się o kredyt lub finansowanie.

Wykres 6. Okoliczności wymagania przez kontrahentów sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju.



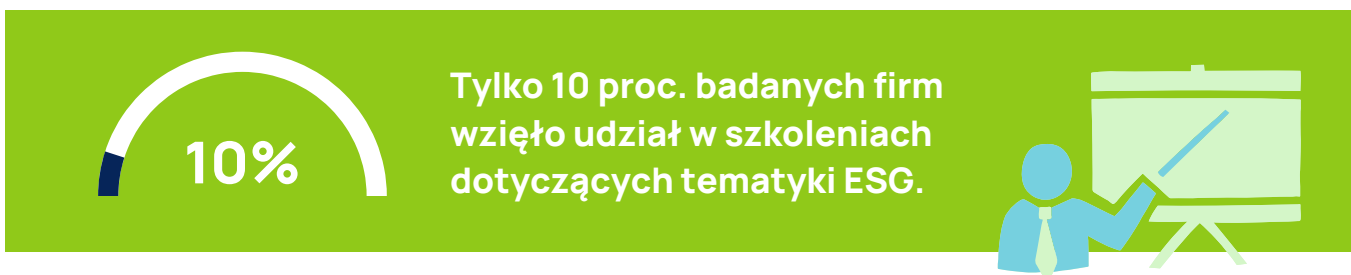
Pytanie: „W jakich okolicznościach i kto wymagał przedstawienia sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju?” N=42,

Jednocześnie nieco ponad 24 proc. badanych stwierdziło, że ich firma zamierza wdrażać elementy ESG. Najwyższy odsetek deklarowanych wdrożeń zarejestrowano w branży budowlanej (blisko 29 proc.), a najniższy w branży usługowej (22 proc.). Co ciekawe, żadna z firm pochodząca z branży przemysłowej nie deklarowała planu wdrożenia jakichkolwiek elementów ESG.

05. Problematyka ESG w firmie

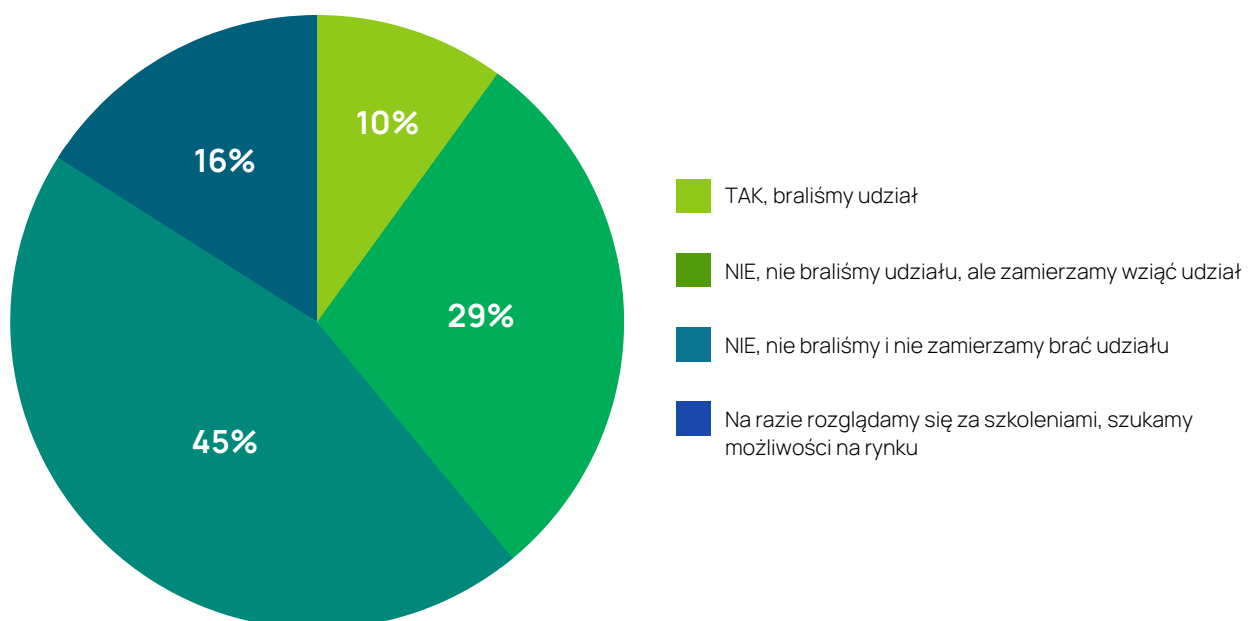
Ankieta zawierała także zestaw pytań dotyczących tego, czy i w jaki sposób firmy podejmują problematykę ESG. Dotyczy to głównie kwestii organizacyjnych związanych z oddelegowaniem osoby, która będzie zajmowała się tym zagadnieniem, a także problematyką szkoleń.

Jedynie 10 proc. badanych firm brało udział w szkoleniach poświęconych problematyce ESG. Dodatkowo 29 proc. deklarowało, że w przyszłości ich firma zamierza wziąć udział w takim szkoleniu. Co drugi pytany (49 proc.) wskazywał, że jego firma nie zamierza tego robić. Tak duży odsetek może wynikać z braku potrzeby (strategia ESG została lub będzie wdrożona) lub zainteresowania tą problematyką.



Dodatkowe pytanie dotyczyło tego, jaka była tematyka szkolenia oraz przez kogo zostało ono zorganizowane. Respondenci wskazywali, że były to głównie szkolenia z zakresu ESG lub zrównoważonego rozwoju, organizowane przez firmy konsultingowe (np. EY) lub audytorskie.

Wykres 7. Udział w szkoleniach dotyczących ESG.



Pytanie: „Czy Pana(i) firma brała udział lub zamierza wziąć udział w szkoleniach dotyczących zagadnień ESG, zrównoważonego rozwoju, śladu węglowego?”

N=176

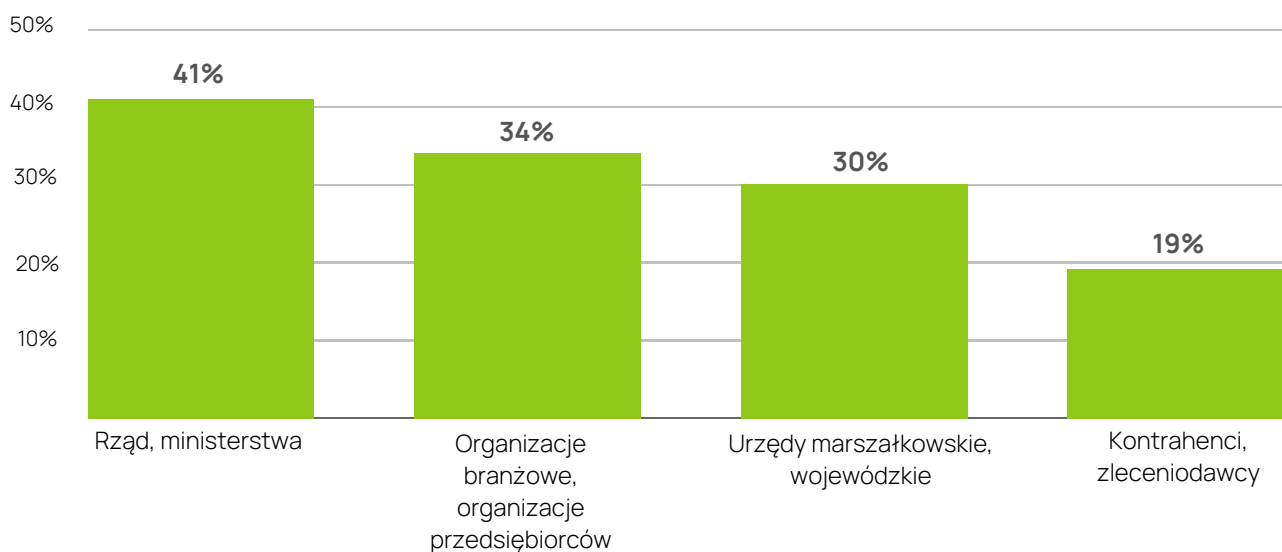
W 22 proc. badanych firm jest osoba zajmująca się tematyką zrównoważonego rozwoju lub ESG. Najniższy odsetek wskazań odnotowano w firmach z branży przemysłowej. W przypadku wielkości firmy mierzonej liczbą zatrudnionych nie zauważono istotnych różnic. Osoby zajmujące się tą problematyką są najczęściej zatrudnione na stanowiskach kierowniczych lub managerskich. Jedynie w kilku przypadkach było to stanowisko utworzone specjalnie do tego celu.

W firmach, w których nie było do tej pory osoby odpowiedzialnej za problematykę ESG jedynie 15 proc. badanych wskazało, że zamierza powołać osobę odpowiedzialną za ten obszar.

15%

Jeśli chodzi o oczekiwania w zakresie wsparcia w procesie dostosowywania firm do zasad ESG, to respondenci najczęściej wskazywali instytucje rządowe oraz organizacje branżowe (wykres 8).

Wykres 8. Oczekiwania respondentów co do wsparcia w procesie dostosowywania firm do zasad ESG.



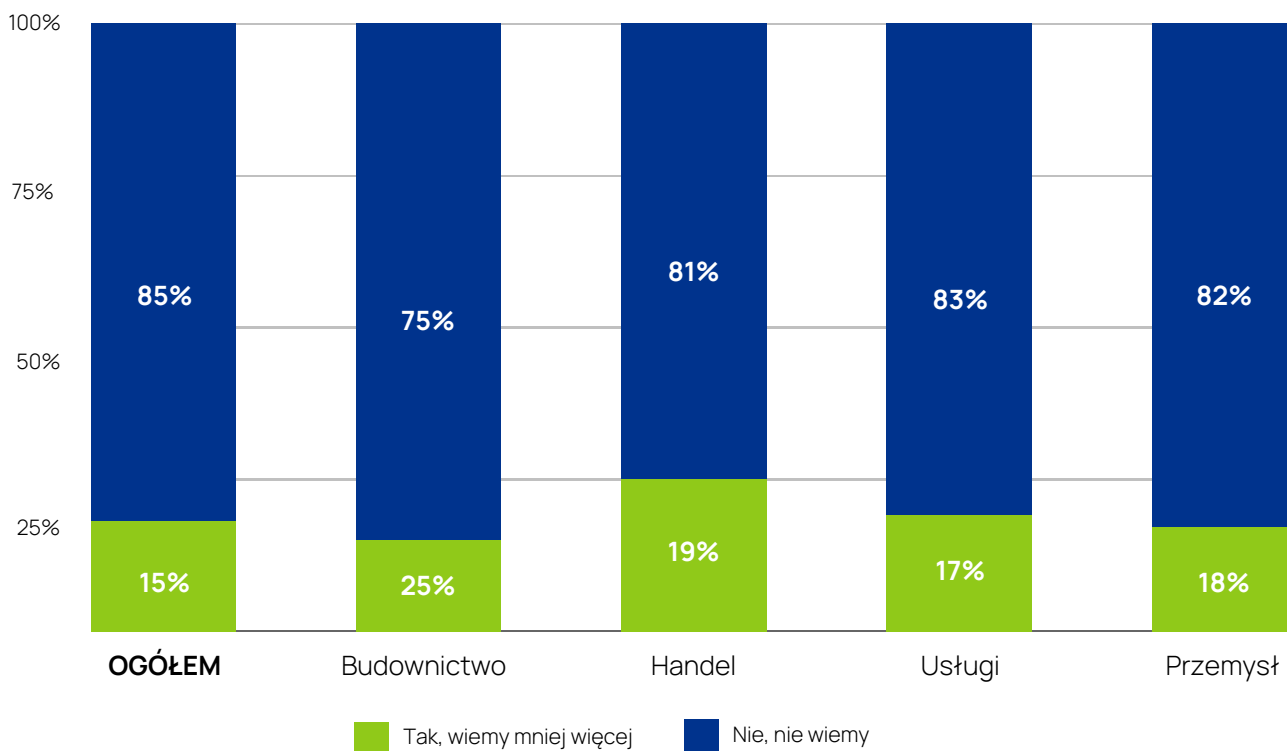
Pytanie: „Od kogo oczekujecie Państwo wsparcia w procesie dostosowywania firm do zasad ESG?”
N=176

06. Koszty wprowadzenia ESG

Przedstawiciele firm zostali zapytani o znajomość kosztów związanych z dostosowaniem się do wymogów ESG. Zdecydowana większość badanych nie jest w stanie ich oszacować (wykres 9). Najwyższy odsetek wskazań twierdzących został odnotowany wśród badanych reprezentujących firmy z branży budowlanej, a najniższy wśród przedsiębiorstw z branży handlowej.

Wśród respondentów, którzy potrafili określić koszty dostosowania się do wymogów ESG, blisko połowa wskazała, że proces ten będzie wymagał poświęcenia ok. 15 proc. przychodów. Respondenci najczęściej wskazywali inwestycje jako element ESG, który pochłonie największą część budżetu (42 proc.). Pozostałe elementy, czyli zmiany struktury firmy oraz wdrożenia, otrzymały odpowiednio 30 proc. i 33 proc. wskazań.

Wykres 9. Znajomość szacunkowych kosztów dostosowania firmy do zasad ESG w zbiorowości badanych.



Pytanie: „Czy na tę chwilę Pana(i) firma wie już, jakie będzie musiała ponieść koszty, aby dostosować się do wymogów ESG, a będąc w łańcuchach dostaw do wymogów zlecniodawców?”

N=176

07. Ogólny stosunek do problematyki ESG

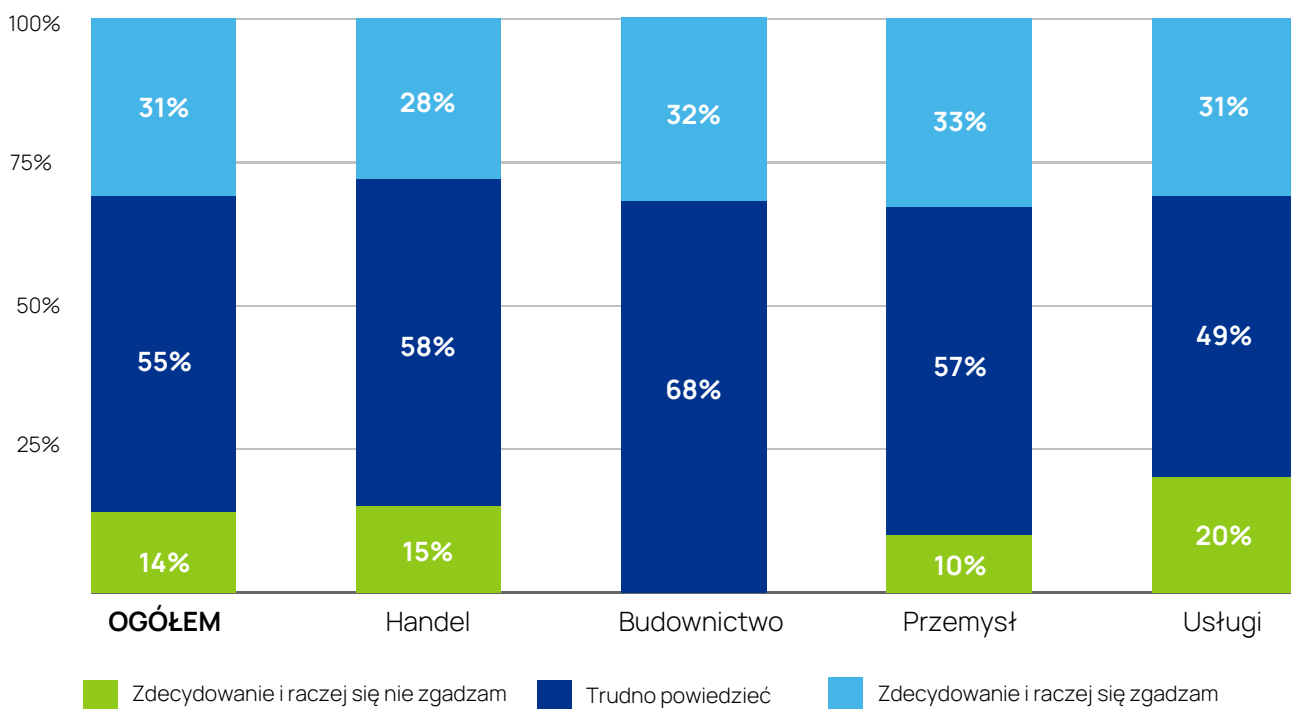
Ostatnim elementem badania było przedstawienie respondentom zestawu pytań mających na celu określenie ich ogólnego stosunku do zagadnienia ESG w kontekście uwarunkowań instytucjonalnych oraz najbliższej przyszłości.

Niezależnie od reprezentowanej branży, większości badanych trudno było się ustosunkować do stwierdzenia, czy w niedalekiej przyszłości pozyskanie finansowania będzie uzależnione od sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju (wykres 10). Co ważne, zbliżony odsetek badanych (ok. 1/3) zgodził się z tym stwierdzeniem. Brak było istotnych różnic ze względu na wielkość firmy.

Uzasadniając swoją opinię w pytaniu otwartym, respondenci często wskazywali, że jest to nieunikniona konieczność zmian z uwagi na katastrofę klimatyczną, a także ze względu na politykę Unii Europejskiej.

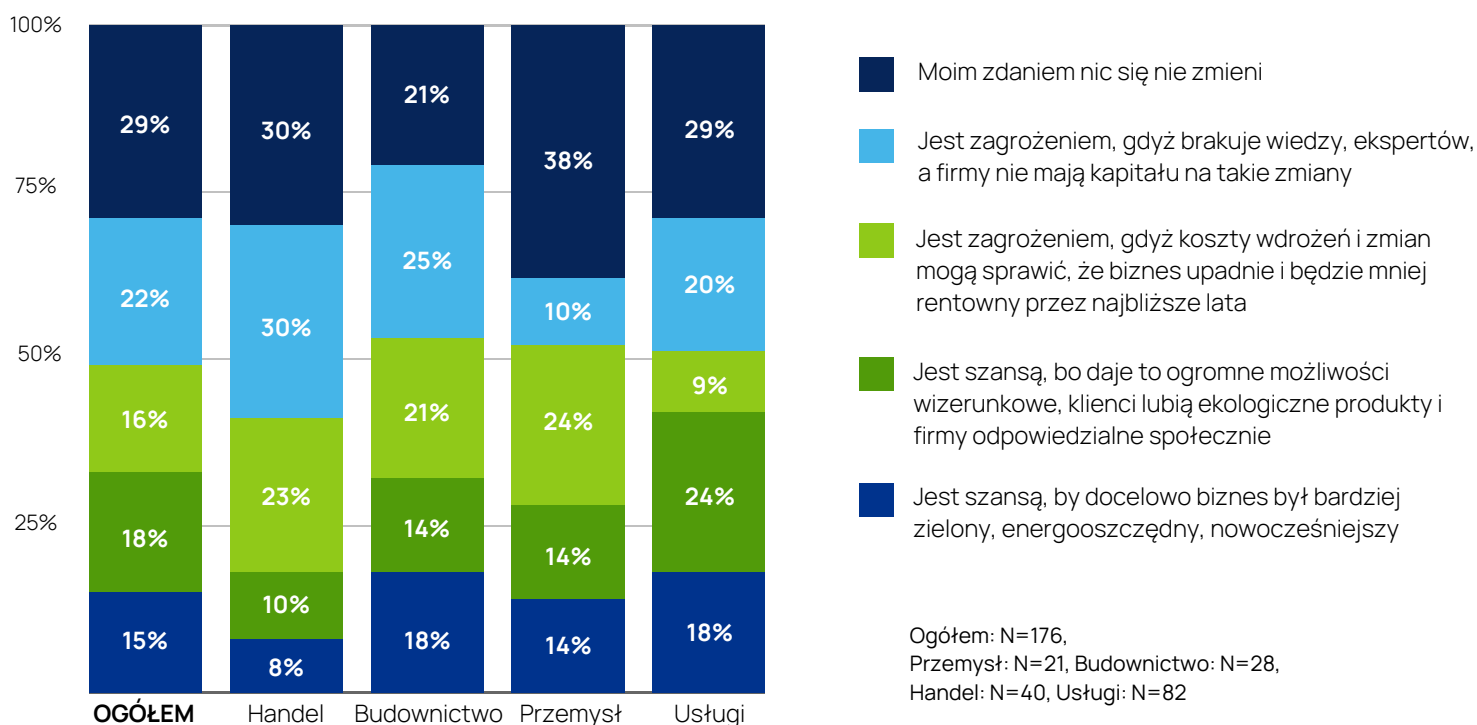
Respondenci zostali także poproszeni o ocenę nowej dyrektywy unijnej dotyczącej wdrożenia zasad ESG (wykres 11). Badani najczęściej wskazywali, że dyrektywa nie przyniesie zmian, to była najpopularniejsza odpowiedź wśród przedstawicieli branży przemysłowej. Firmy z tego sektora najczęściej przyznawały też, że dyrektywa stanowi zagrożenie dla ich rentowności.

Wykres 10. Stosunek badanych do stwierdzenia: „W niedalekiej przyszłości pozyskanie finansowania z banków i od inwestorów instytucjonalnych oraz prywatnych na inwestycje będzie uzależnione od sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju”.



Ogółem: N=176, Przemysł: N=21, Budownictwo: N=28, Handel: N=40, Usługi: N=82

Wykres 11. Stosunek badanych do stwierdzenia: „Jak Pan(i) ocenia nową dyrektywę unijną dotyczącą wdrożenia zasad ESG i wymuszone przez tę dyrektywę zmiany?”

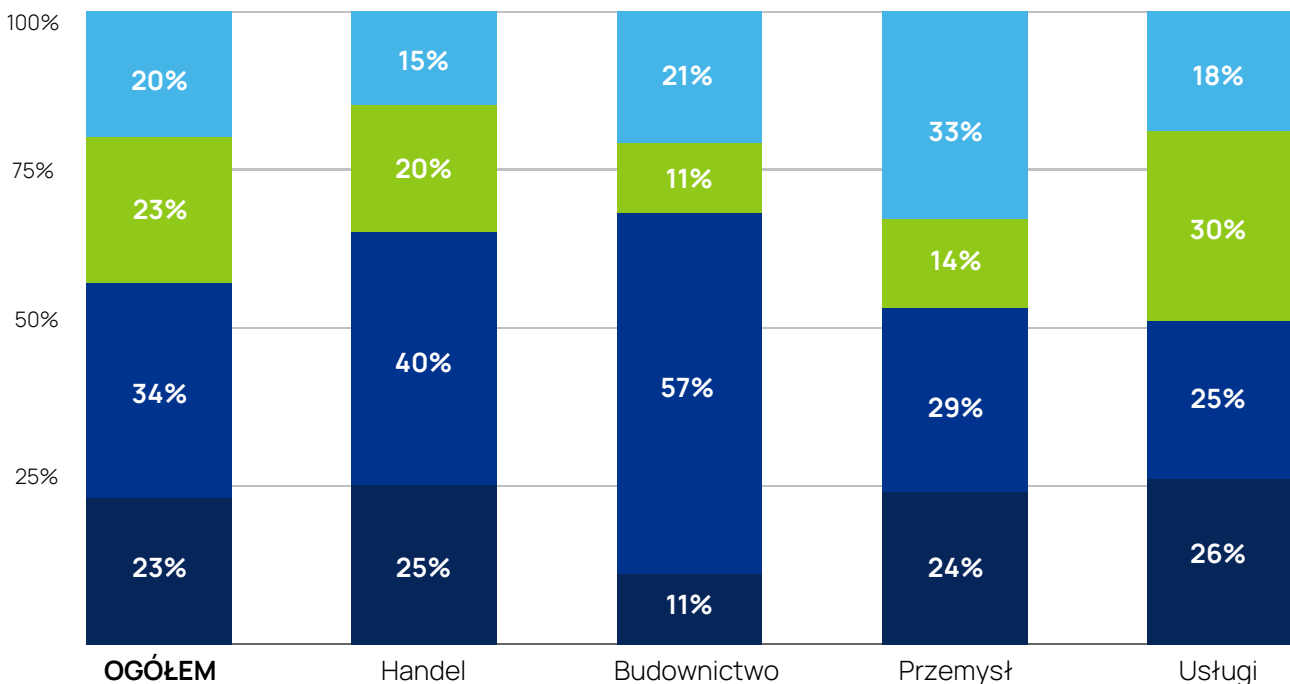


Ogółem: N=176, Przemysł: N=21, Budownictwo: N=28, Handel: N=40, Usługi: N=82

Zbliżony odsetek respondentów postrzegali dyrektywę jako szansę i zagrożenie. Jako zagrożenie wskazywali dyrektywę respondenci z branży handlowej i budowlanej, jako szansę – przedstawiciele branży usługowej.

Badani zostali także poproszeni o ocenę stopnia, w jakim obecna sytuacja geopolityczna i gospodarcza wpływa na wdrażanie elementów związanych ze zrównoważonym rozwojem (wykres 12). Największy odsetek respondentów wskazał, że sytuacja jest trudna i wprowadzanie elementów ESG będzie generowało dodatkowe koszty (34 proc.). Odsetek ten jest zdecydowanie najwyższy wśród firm z branży budowlanej. Firmy przemysłowe, mimo trudnej sytuacji geopolitycznej oraz ekonomicznej, najczęściej są skłonne wprowadzać elementy ESG. Sytuacja ta może mieć związek z faktem, iż właśnie w tych branżach zrównoważony rozwój i redukcja śladu węglowego mają największe znaczenie i jednocześnie są najbardziej kosztowne w implementacji.

Wykres 12. Stosunek badanych do stwierdzenia: „Czy obecna sytuacja geopolityczna, gospodarcza, związana ze wzrostem kosztów ma wpływ na wdrażanie elementów związanych ze zrównoważonym rozwojem?”

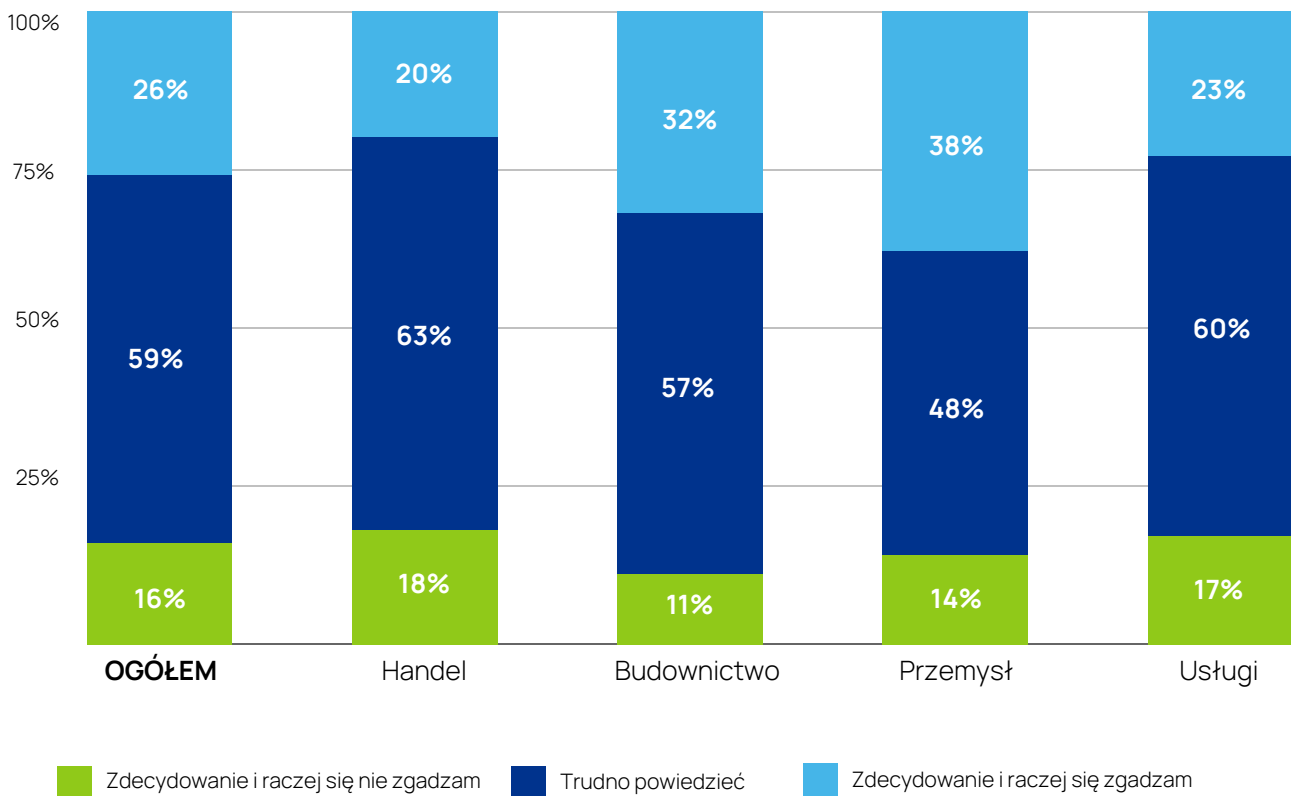


- Nie, wszystko idzie zgodnie z planem, będziemy i tak wdrażać elementy ESG
- Planowaliśmy nowe inwestycje, w świetle obecnej sytuacji rynkowej musimy przesunąć je w czasie
- Tak, to dodatkowe koszty i tak sytuacja jest trudna
- Tak, koszty mocno rosną, rynek jest nieprzewidywalny, ESG tylko nas dobieje

Ogółem: N=176, Przemysł: N=21, Budownictwo: N=28, Handel: N=40, Usługi: N=82

W badaniu zawarto także pytanie o to, czy w przyszłości współpraca z korporacjami będzie uzależniona od sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju (wykres 13). Co do zasady, respondenci mieli problem z określeniem, na ile kwestia ta będzie problematyczna. Świadczy o tym wysoki odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć”, zarówno ogółem, jak i w podziale na branże. Co ciekawe, respondenci reprezentujący firmy z branży budowlanej oraz przemysłowej byli tymi, którzy najczęściej zgadzali się z tym stwierdzeniem. Być może wynika to ze specyfiki tych branż oraz faktu, że są one najbardziej energochłonne, a tym samym mogą generować większy ślad węglowy niż firmy z pozostałych sektorów.

Wykres 13. Stosunek badanych do stwierdzenia: „W niedalekiej przyszłości współpraca z korporacjami będzie uzależniona od sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju”.



Ogółem: N=176, Przemysł: N=21, Budownictwo: N=28, Handel: N=40, Usługi: N=82

PODSUMOWANIE

W zbiorowości badanych firm poziom znajomości pojęcia ESG jest raczej niski: ponad 53 proc. firm nigdy nie słyszało o tym pojęciu, a jedynie 14 proc. zna to pojęcie doskonale. Obserwacja ta jest zbieżna z faktem, iż wśród tych przedstawicieli firm, którzy znali pojęcie ESG, jedynie 28 proc. stosuje te rozwiązania, a 39 proc. myśli o ich wprowadzeniu.

Ponad połowa badanych twierdzi, że w najbliższej przyszłości rola ESG pozostanie na niezmiennym poziomie, 31 proc. twierdzi, że będzie rosła, a 17 proc., że będzie maleć. Jedynie 24 proc. badanych stwierdziło, że ich firma zamierza wdrażać elementy ESG głównie pod postacią szeroko pojętych działań proekologicznych, m.in. termomodernizacji czy oszczędzania energii. Warto zauważyć, że część badanych wskazała także działania z innego obszaru, tj. rozwiązania antymobbingowe czy wprowadzenie kodeksu etycznego.

Jedynie ok. 20 proc. badanych firm opracowało strategię zrównoważonego rozwoju. Wśród tych, które do tej pory tego nie zrobiły jedynie 25 proc. zamierza taką strategię opracować, z czego 30 proc. zamierza zrobić to samodzielnie, a pozostali planują skorzystać z pomocy podmiotów zewnętrznych (najczęściej są to firmy konsultingowe czy kancelarie prawne).

Najważniejszymi barierami we wprowadzaniu strategii ESG są zasoby ludzkie (26 proc. wskazań), technologia, dostęp do ekspertów oraz produkcja (po 22 proc. wskazań).

W całej badanej zbiorowości, niespełna 24 proc. ankietowanych wskazało, że ich firmy spotkały się z wymogiem przedstawienia kontrahentom sprawozdania dotyczącego śladu węglowego oraz zrównoważonego rozwoju. Najczęściej było to związane z wymogami instytucji przyznających granty lub fundusze unijne.

Tylko w 22 proc. badanych firm jest osoba delegowana do zajmowania się tematyką zrównoważonego rozwoju lub ESG. Są to najczęściej osoby zatrudnione na stanowiskach kierowniczych lub managerskich. Spośród firm, które nie mają takiej osoby jedynie 15 proc. wskazało, że zamierza powołać kogoś na takie stanowisko.

Jedynie 10 proc. badanych firm brało udział w szkoleniach poświęconych problematyce ESG. Warto zauważyć, że dużo wyższy odsetek badanych stwierdził, że nie zamierza uczestniczyć w takich szkoleniach (49 proc.).



Wyniki raportu „Koszty i wyzwania ESG” wskazują na potrzebę wsparcia przedsiębiorców w zakresie zielonej transformacji. Przedstawiciele biznesu nie posiadają wystarczającej wiedzy o ESG lub ryzykach jej braku w dłuższej perspektywie. Jednocześnie jako największą barierę w raportowaniu realizacji strategii zrównoważonego rozwoju firmy postrzegają brak odpowiednich zasobów ludzkich. Co zaskakujące jednak, blisko połowa nie uczestniczyła w szkoleniach o ESG i nie planuje z nich skorzystać ani zapewnić ich swoim pracownikom. To ważny sygnał i wyzwanie przed partnerami społecznymi i publicznymi, jak Łukasiewicz czy Polskie Stowarzyszenie ESG, wobec których przedsiębiorcy mają największe oczekiwania, w odpowiednim dopasowaniu form i zakresu wsparcia dla MŚP w Polsce.

Dominika Bagińska-Chyłek, Orgmasz – Łukasiewicz

Ankietowanym trudno było oszacować koszty związane z dostosowaniem się do wymogów ESG. Ci, którzy potrafili to zrobić wskazywali, że proces wdrażania ESG będzie wymagał poświęcenia maksymalnie 15 proc. przychodów (blisko 50 proc. wskazań).

Respondenci mieli duży problem z ustosunkowaniem się do tego, czy w najbliższej przyszłości pozyskanie źródeł finansowania będzie uzależnione od sprawozdania dotyczącego śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju. 31 proc. badanych zgodziło się z tak sformułowanym stwierdzeniem.

Ocena unijnej dyrektywy dotyczącej wdrożenia zasad ESG jest neutralna (nie zmieni się nic) lub negatywna (dyrektywa jest zagrożeniem ze względu na brak kapitału i spadek rentowności). Neutralne nastawienie deklarowało 29 proc. badanych, a negatywne 38 proc. Pozytywnie jest ona postrzegana przez 33 proc. badanych.

W ocenie respondentów obecna sytuacja geopolityczna i gospodarcza ma duży wpływ na wdrażanie elementów związanych z ESG. W całej zbiorowości badanych jedynie 20 proc. wskazało, że wszystko idzie zgodnie z planem i obecna sytuacja nie wpłynie na proces wdrożeniowy. Pozostałe firmy deklarują przesunięcie tych inwestycji w czasie (23 proc.) oraz wskazują, że inwestycje te są dodatkowymi kosztami (34 proc.), a nawet stwierdzają, że implementacja tych rozwiązań może być dla firmy zabójcza (23 proc.).

Podsumowując wyniki badania, należy stwierdzić, iż większość firm jest sceptyczna, co do przyszłości rozwiązań opartych na ESG. Pozostałe firmy wprowadzają te rozwiązania lub też są zdecydowanie im przeciwnie, głównie ze względu na ich kosztochłonność, a co za tym idzie rentowność.

Warto zauważyć, iż w opinii badanych jedynie czynniki zewnętrzne mogą wpłynąć na decyzję firmy odnośnie wprowadzenia zasad ESG. Do czynników tych można zaliczyć wymagania kontrahentów czy instytucji przyznających granty. Część firm upatruje w ESG oszczędności, głównie w aspekcie energetycznym.



Partnerzy
Raportu

Partner strategiczny Raportu "Koszty i wyzwania ESG"

Polska Agencja Inwestycji i Handlu





Przygotowanie do Raportowania Zintegrowanego w Banku Gospodarstwa Krajowego

Każdy proces w organizacji należy w jakiś sposób ustandaryzować. Podobnie jest z procesem raportowania finansowego i niefinansowego.



Do tej pory Bank Gospodarstwa Krajowego publikował oddzielnie raport finansowy wraz ze Sprawozdaniem Zarządu z działalności oraz oddzielnie raport CSR. Zarząd BGK podjął decyzję o integracji tego procesu i publikacji od 2022 roku jednego dokumentu łączącego w sobie obydwie te raporty. Jako standard, według którego budujemy swój raport wybraliśmy The International Integrated Reporting Framework, który w ostatnich latach zyskał na popularności zarówno w Polsce, jak i za granicą.

Na początku ułożyliśmy proces raportowania. Został wybrany doradca - praktyk z wieloletnim doświadczeniem, który pomógł nam:

- przygotować i przyjąć harmonogram prac,
- ustalić kolejność i sposób zbierania danych,
- wybrać wskaźniki, które nasza organizacja będzie gotowa raportować za ten rok i kolejne lata,
- podzielić obowiązki w ramach zespołu osób odpowiedzialnych za raportowanie.

Cały proces raportowania można podzielić na kilka najważniejszych etapów. To pozwala osiągnąć nam cel główny, czyli terminowe wydanie raportu i zaspokojenie potrzeb informacyjnych szeroko pojętych interesariuszy banku. Tym samym realizujemy swoją strategię biznesową, której jednym z podstawowych filarów jest zrównoważony rozwój.

Nasze prace przygotowawcze rozpoczęliśmy od przeprowadzenia monitoringu legislacji, analizy obowiązków prawnych i przeglądu dobrych praktyk. Zidentyfikowaliśmy funkcjonujące na rynku standardy i wybraliśmy te, które najbardziej pasują do naszej działalności. Przeprowadziliśmy tzw. analizę luk kwestii, które jako organizacja powinniśmy zacząć monitorować i uzupełnić w raporcie. Sprawdziliśmy również zakres raportowania tzw. peersów, czyli spółek porównywalnych. W naszym wypadku były to europejskie banki rozwoju, ale także branża bankowa w Polsce.

Powołaliśmy zespół roboczy do przygotowania raportu, który odbył wiele szkoleń z zakresu raportowania zintegrowanego.

Około 30 osób bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w ten proces ukończyło kurs „Fundamentals of Integrated Reporting Certificate Program” przygotowany przez American Institut of CPAs.

Ustalone kamienie milowe to:

- prace przygotowawcze
- ustalenie zakresu raportu, zgodnie z ustawą o rachunkowości oraz standardem GRI2021
- zbieranie danych
- sporządzenie raportu
- wewnętrzna weryfikacja raportu oraz zewnętrzna atestacja
- publikacja i komunikacja dotycząca raportu
- informacja zwrotna

W 2021 roku w banku ogłosiliśmy nową strategię, która kładzie nacisk właśnie na zrównoważony rozwój społeczny i gospodarczy. Jej filarami biznesowymi są m.in.: zrównoważony rozwój, zaangażowanie społeczne i współpraca międzynarodowa. Nie mamy oddzielnej strategii ESG, ponieważ jest ona wbudowana w naszą strategię biznesową. Prowadzimy w BGK projekt „Zrównoważony rozwój”, który ma kluczowe znaczenie dla przyszłości organizacji.

W BGK publikujemy raporty niefinansowe od 2019 roku, dzięki czemu z roku na rok doskonalimy swój proces. Ważna dla nas jest ewaluacja całego procesu za poprzedni rok

oraz wybór dodatkowych wskaźników, o które chcemy rozszerzyć naszą sprawozdawczość w przyszłości. W 2021 roku udało nam się wprowadzić do raportu zrównoważonego rozwoju powiązania programów modelu biznesowego BGK z celami zrównoważonego rozwoju SDGs. Rozszerzyliśmy odniesienia do kwestii klimatycznych oraz rozpoczęliśmy mierzenie śladu węglowego w zakresie 1,2 i częściowo 3.

Jako jedyny w Polsce bank rozwoju chcemy być liderem programów na rzecz zrównoważonego rozwoju, a tym samym wzorem dla innych organizacji tego typu w naszym regionie.

Celem naszego raportu jest szersza komunikacja naszych działań ESG, tłumaczenie naszego modelu biznesowego w jasny i zrozumiały sposób, dzięki czemu bank dotrze do szerszego grona inwestorów. Dążymy również do pozyskania ratingu ESG, a w przyszłości chcemy emitować zielone lub zrównoważone obligacje. Ważną grupą odbiorców naszego raportu będą zatem agencje ratingowe, krajowi i zagraniczni inwestorzy oraz aktualni i potencjalni pracownicy banku.

Jednym z bardzo ważnych etapów w przygotowaniu raportu zintegrowanego jest przygotowanie mapy interesariuszy organizacji. Ten proces zrealizowaliśmy na warsztatach z kadrą zarządzającą banku. Następnie zgodnie z GRI 2021, istotne jest określenie szeroko rozumianego wpływu na otoczenie organizacji. Jest to wpływ nie tylko na otoczenie ekonomiczne, ale również na środowisko naturalne oraz społeczne, ze szczególnym uwzględnieniem przestrzegania praw człowieka. W tym celu należy określić wszystkie rodzaje prowadzonych działalności, a także relacje z partnerami biznesowymi, dostawcami, kontrahentami itp. Należy je przeanalizować je pod kątem wpływu zewnętrznego, a także pod kątem procesów wewnętrznych i wpływu na pracowników organizacji.

Dobłą praktyką jest włączenie w ten etap kluczowych interesariuszy organizacji, którzy pomagają określić, co organizacja robi dobrze, a jakie procesy powinna udoskonalić, bądź zwiększyć swój wpływ na otoczenie w jakimś konkretnym aspekcie. Te zewnętrzne konsultacje powinny być cykliczne a ich efekty mierzalne. Zgodnie ze standardem AA1000 SES dialog z interesariuszami polega na:

- włączeniu, czyli angażowaniu interesariuszy w dyskusję i wypracowywanie rozwiązań dotyczących istotnych na nich tematów,
- istotności, czyli koncentracji na zagadnieniach, które są ważne dla organizacji i interesariuszy,
- odpowiadaniu, czyli reagowanie na potrzeby i oczekiwania zgłaszane podczas dialogu.

Jesteśmy już po dwóch panelach dialogowych z naszymi kluczowymi interesariuszami. Kolejny etap dialogu w BGK będzie przeprowadzony z interesariuszami wewnętrznymi banku, czyli pracownikami, Radą Nadzorczą, Zarządem oraz Fundacjami, które realizują dużą część filaru społecznego.

Najtrudniejszy etap zbierania danych

Najbardziej czasochłonnym i najtrudniejszym etapem w przygotowywaniu raportu jest zbieranie danych. Etap ten oczywiście zależy od wielkości i poziomu skomplikowania organizacji, a także branży, w której działa spółka. Bardzo pomocne są tu specjalne systemy informatyczne, które pomagają gromadzić dane w jednym miejscu. Dodatkowo pomagają te dane strukturyzować i porównywać. Są one bowiem często rozproszone pomiędzy różnymi jednostkami w organizacji, takimi jak działy administracji, logistyki (np. emisje CO₂), czy dział HR, który zajmuje się kwestiami pracowniczymi.

Jak usprawnić proces?

Jak najszybciej należy zidentyfikować właściciela danych, na których nam zależy. Następnie ustalić z nim zakres potrzebnych danych, terminy przekazywania wraz z materiałami źródłowymi, których potem będzie od nas oczekiwał audytor raportu. Cały proces powinien być możliwie jak najbardziej zautomatyzowany, co pozwoli sprawdzać kompletność i porównywalność zebranych danych.



IBRiS to Top Marka 2022 – najsilniejszy brand na polskim rynku badawczym!



IBRiS to znana i doceniana marka badawcza, kreująca nowe trendy na rynku. W ciągu zaledwie ośmiu lat staliśmy się jednym z największych w Polsce ośrodków badań marketingowych i społecznych wykonywanych na zamówienie podmiotów prywatnych sektora komercyjnego, podmiotów publicznych, jednostek samorządu terytorialnego, mediów tradycyjnych oraz internetowych, jak również agend rządowych i podmiotów unijnych. Potwierdzeniem silnej pozycji IBRiS w branży badawczej jest 1. miejsce w prestiżowym rankingu TOP MARKA 2022, tworzonym nieprzerwanie od 15 lat przez Magazyn „Press”.



Marcin Duma, Prezes Zarządu IBRiS



Przez ponad 8 lat działalności IBRiS wykonaliśmy dziesiątki projektów związanych z ESG dla podmiotów prywatnych i państwowych różnej wielkości. IBRiS to przede wszystkim zespół ludzi zaangażowanych, również społecznie, co w połączeniu z profesjonalizmem i doświadczeniem daje możliwość tworzenia i prowadzenia najbardziej wymagających badań.

IBRiS jest twórcą pierwszego w Polsce medium o cechach think tanku zbudowanego w oparciu o bazę własnych badań społecznych i politycznych.

Za cel stawiamy sobie podniesienie jakości debaty w zakresie opisu rzeczywistości społecznej w Polsce. Przedstawiamy wyniki badań opinii publicznej wraz z pogłębionymi wnioskami, analizami i rekomendacjami dla instytucji państwa, podmiotów prywatnych, samorządów i organizacji społecznych.



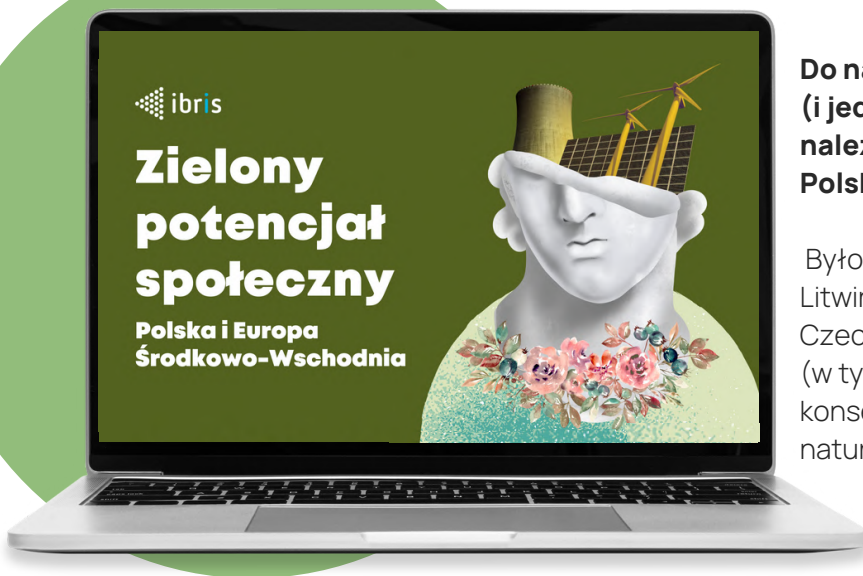
więcej informacji:

www.forumibris.pl



W IBRiS rozumiemy specyficzne potrzeby partnerów, takie jak:

- eksploracja kluczowych nierozwiązanych potrzeb społeczności lokalnych (w celu ukierunkowania działań CSR);
- relacje podmiotów ze społecznościami lokalnymi;
- badania interesariuszy/klientów podmiotów w obszarze ochrony zdrowia i bezpieczeństwa oraz poszanowania praw człowieka, określenie kluczowych zagrożeń (w tym pandemicznych), identyfikacja ról podmiotów w przeciwdziałaniu tym zagrożeniom;
- kwestie związane z odpowiedzialną konsumpcją – diagnoza problemów i wyzwań organizacji w tym zakresie;
- świadomości proekologicznej Polaków oraz interesariuszy/klientów – definicja obszarów wymagających edukacji i stworzenia modelu łańcucha korzyści związanych z aktywnym wcielaniem w życie transformacji energetycznej, zasad GOZ, zielonej konsumpcji;
- badania instytucjonalne – np. badania eksperckie w instytucjach kulturalnych definiujące zakres potrzeb i niezbędnych działań.



Do największych projektów tego typu (i jednych z największych w Polsce) zaliczyć należy raport pt. „Zielony potencjał społeczny. Polska i Europa Środkowo-Wschodnia”.

Było to przekrojowe studium postaw Polaków, Litwinów, Łotyszy, Estończyków, Niemców, Czechów i Słowaków wobec zmian klimatycznych (w tym racjonalnych i emocjonalnych), konsekwencji i zagrożeń dla środowiska naturalnego.

badania IBRiS dla firm w obszarze

ESG

Projektem o zasięgu ponadnarodowym było współautorstwo modułu poświęconemu klimatowi i ESG w European Social Survey Round 8 oraz analiza danych międzynarodowych – „Climate change and energy, including: attitudes, perceptions and policy preferences”.

Istotne raporty przygotowane przez IBRiS to również:

„Diagnoza stanu wiedzy na temat ESG i poziomu przygotowania dużych przedsiębiorstw w Polsce do wprowadzania taksonomii UE” **na zlecenie EY** oraz „Zmiany klimatu a produkcja żywności: czy Polacy są skłonni odejść od konsumpcji mięsa - badanie świadomości Polaków” **na zlecenie Upfield**.

pełne portfolio projektów na stronie ibris.pl





Quality Watch to firma doradczo-badawcza. Pracujemy dla biznesu, sektora publicznego i świata nauki, zarówno przy projektach w Polsce, jak i za granicą.

Dostarczamy pełen zakres badań marketingowych i społecznych. Nasze doświadczenie pozwala na mądre łączenie technik ilościowych i jakościowych. Projekty są realizowane przez doświadczoną kadrę zarówno na etapie planowania, realizacji, jak rekomendacji oraz wdrożeń.

Branże:



O nas:





Jesteśmy firmą doradczą, która pomaga badać otoczenie i rynek, podejmować trafne działania biznesowe. Realizujemy badania z zakresu potrzeb klienta, jakości obsługi, satysfakcji, analizy konkurencji, benchmarków produktu, obsługi i cen, a także badania opinii i postaw społecznych. Dostarczamy rozwiązania w zakresie customer experience management (CEM), employee experience (EE).

Piotr Szawiec
Dyrektor Zarządzający Quality Watch

Przykłady wykorzystywanych metod:

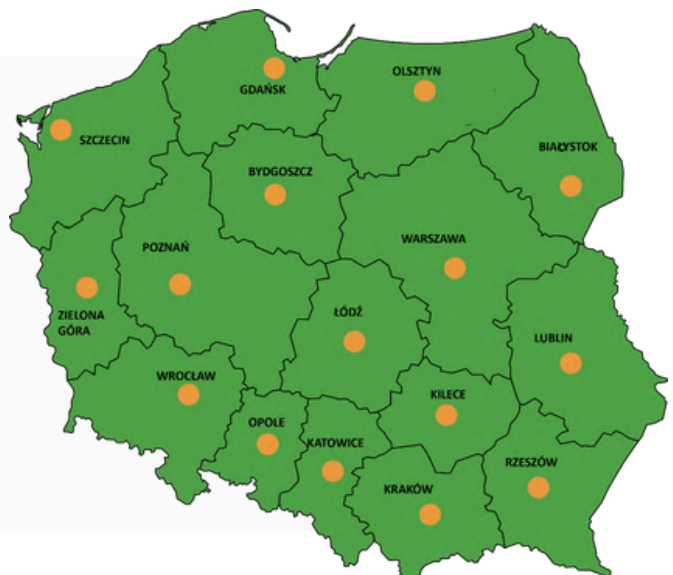
	<p>Budujemy doświadczenia</p> <ul style="list-style-type: none"> #customer experience #customer journey map #voice of customer #NPS #employee experience 		<p>Monitorujemy jakość</p> <ul style="list-style-type: none"> #Mystery Shopper #Mystery Caller #action plan #certyfikaty jakości #upraszczanie dokumentów
<p>Projektujemy usługi</p> <ul style="list-style-type: none"> #design thinking #service design #co-creation #concept lab #NPD 		<p>Badamy rynek i opinię</p> <ul style="list-style-type: none"> #metody ilościowe #metody jakościowe #badanie wizerunku #badanie marki i produktu #badania opinii #panel internetowy 	

Dysponujemy liczną siecią audytorów do badań ilościowych.

16 ośrodków koordynacyjnych we wszystkich dużych miastach w Polsce, co pozwala planować i realizować badania terenowe.

Sieć ok. 3 000 audytorów/ ankieterów.

#badania ilościowe #CATI #CAPI #PAPI #PAPI
#badania jakościowe #IDI #FGI #obserwacje





Łukasiewicz

Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemśle ORGMASZ

Jesteśmy częścią Sieci Badawczej Łukasiewicz. Zapewniamy wsparcie w zakresie przygotowania i realizacji projektów badawczo-rozwojowych służących zielonej transformacji i osiągnięciu celów ESG.

4500

naukowców i ekspertów

12 000

zrealizowanych projektów

22 instytuty w 12 miastach w całej Polsce

100

lat doświadczenia



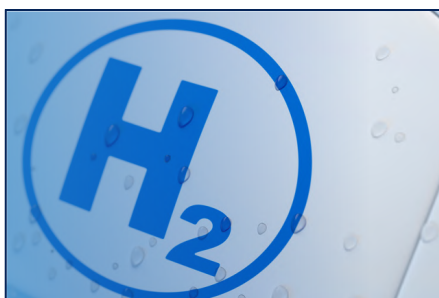
dr Grzegorz Malinowski, dyrektor instytutu Łukasiewicz - ORGMASZ



Czego powinien się obawiać akcjonariusz? Jeszcze kilka dekad temu najbardziej obawiał się, że przedsiębiorstwo stosuje jakieś niedozwolone praktyki rachunkowe. Aby temu zapobiec - upowszechniono audyt finansowy. Współcześnie jednak okazuje się, że największe ryzyka dla właściciela akcji tkwią gdzie indziej. Największe spadki wartości firmy odnotowują wówczas,

gdy świat obiegają informacje o takich zjawiskach jak: nieprzestrzeganie standardów ekologicznych, zatrudnianie dzieci, nieetyczne traktowanie pracowników, finansowanie niedozwolonych organizacji itp. W sukurs przychodzi jednak ESG. Raportowanie pozafinansowe staje się gwarancją tego, że inwestor nie będzie posiadał ekspozycji na niepożądane ryzyko.

PROJEKTY Z ZAKRESU ESG:



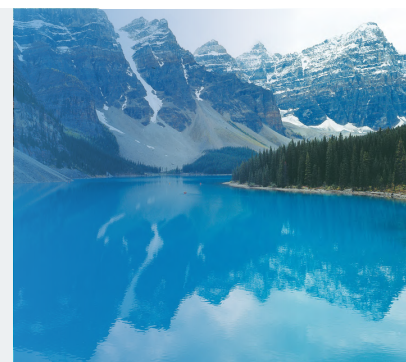
Bezpечny Wodór

BEZPIECZNY WODÓR

Projekt identyfikuje potrzeby z zakresu bezpieczeństwa technologii wodorowych. Przygotowana zostanie „Strategia bezpieczeństwa technologii wodorowych w Polsce na lata 2023-2030” na rzecz wyłaniającej się polskiej gospodarki wodorowej. Będzie miała charakter opracowania zawierającego jednolity program działań dla podmiotów gospodarczych oraz instytucji administracji publicznej na rzecz osiągnięcia pożądanego poziomu bezpieczeństwa technologii wodorowych w trzech obszarach: technologicznym (B+R), społecznym oraz komunikacyjnym.

Ethics By Design: RESPONSIBLE DEVELOPMENT OF TECHNOLOGY

W połowie 2022 roku zorganizowaliśmy międzynarodową, otwartą konferencję naukową on-line pt. „Ethics By Design: Responsible Development Of Technology”. Współorganizatorem wydarzenia był Uniwersytet Warszawski. Konferencja stała się platformą wiedzy, a także dyskusji na temat etycznego aspektu rozwoju technologicznego w kierunku wzmocnienia postaw na rzecz zrównoważonego rozwoju.





PLANET

Projekt PLANET jest nadchodzącą 24-miesięczną współpracą 5 ośrodków w ramach grantów EU-LAC. Celem projektu jest zwiększenie kooperacji pomiędzy Ameryką Płd. a Europą wobec postępujących zmian klimatycznych. Projekt ma na celu włączenie oraz promowanie podejść nauk społecznych oraz humanistycznych, budując więzi współpracy międzynarodowej między LAC a EU.

Projekt kontynuuje podejście kooperacyjne zrównoważonego rozwoju poprzez skanowanie problemów, określenie roli nauk humanistyczno-społecznych w zarządzaniu i ewaluowaniu sytuacji kryzysowej w regionach partnerstwa oraz utworzenie scenariuszy regionalnych, wspierających analizy problemów regionów, uwzględniając aspekty geograficzne, socjo-ekonomiczne, infrastrukturalne oraz sektorowe.

Ewaluacja programu szczepień przeciwko COVID-19. Perspektywa oceny technologii

Projekt koncentrował się na organizacyjnych, komunikacyjnych i społecznych aspektach programu. Badaliśmy, jak proces oceniany był przez odbiorców oraz organizatorów programu. Interesowały nas kwestie związane z logistyką i dystrybucją szczepionek, dostępnością punktów szczepień, jakością obsługi personelu medycznego podczas szczepienia, problemy związane z organizacją, rola sceptycyzmu antyszczepionkowego oraz sposoby przedstawiania programu w mediach.



Branżowe Punkty Kontaktowe (BPK)

Branżowe Punkty Kontaktowe stanowią element ekosystemu wsparcia dla uczelni, dużych przedsiębiorstw, małych i średnich firm, instytucji publicznych, organizacji pozarządowych, instytutów, fundacji itp. w ramach wzmocnienia udziału podmiotów z Polski w największym programie w historii UE - Horyzont Europa.

Branżowe Punkty Kontaktowe oferują m.in.:

- pomoc w wyborze i pozyskiwaniu krajowych i międzynarodowych partnerów do projektów europejskich;
- prowadzenie indywidualnych konsultacji na etapie przygotowania wniosku;
- szkolenia i warsztaty tematyczne związane z poszczególnymi konkursami Programu Horyzont Europa;
- reprezentowanie potencjału polskich podmiotów na arenie międzynarodowej, szczególnie w kontekście budowania agend badawczych w Programie Horyzont Europa.

british polish
chamber of commerce

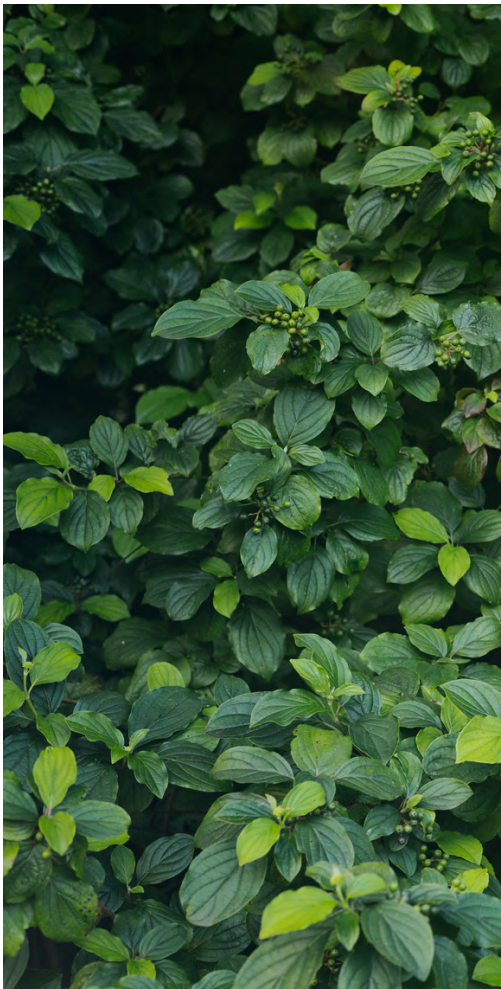


Brytyjsko-Polska Izba Handlowa (BPCC) powstała w 1992 i jest bilateralną izbą, która wspiera wzajemną wymianę gospodarczą między Wielką Brytanią i Polską. BPCC aktywnie kojarzy potencjalnych partnerów biznesowych i promuje najlepsze praktyki. Aktywnie wspieramy polskich i brytyjskich eksporterów oraz realizujemy program promocji polskich regionów.



We've been integrating British investors in Poland since 1992. Today as a bilateral chamber, we still support investors and we also reach out across Poland and the UK helping exporters find new clients in the UK and Poland respectively. Partnership, networking and building business relations between our two countries is at the heart of what we do.

We propagate best practice and promote active dialogue between the public and private sectors. And over the past decade we have been recognised as the best British chamber in continental Europe no fewer than four times by Council of British Chambers of Commerce in Continental Europe.



COP27

**Putting Growth on a
Green track - how to
run a sustainable,
profitable business**

**The BPCC's
Green Blog**

british polish
chamber
of commerce

”

COP27 is taking place in Egypt until 18 November. Like last year, this is an occasion for Michael Dembinski, the BPCC's chief advisor, to comment on each day's activities, decisions and themes, and to look at how business, government and individuals can play their part in stopping climate-change catastrophe.



Deutsch-Polnische
Industrie- und Handelskammer
Polsko-Niemiecka Izba
Przemysłowo-Handlowa

Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK Polska) z siedzibą w Warszawie, jest największą bilateralną izbą w Polsce.



ponad

1000

firm członkowskich

Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK Polska) posiada sieć prężnie działających biur regionalnych w Katowicach, Wrocławiu, Poznaniu i Gdańsku. Członkostwo w izbie to: zaproszenia na liczne spotkania biznesowe, dostęp do cennych informacji, możliwości promowania swojej firmy wśród pozostałych członków izby oraz liczne dodatkowe usługi.

60-osobowy zespół izby oferuje firmom z Niemiec i Polski:

- profesjonalne usługi doradcze,
- wspomaga wymianę informacji i doświadczeń,
- dba o rozwój stosunków między instytucjami i przedsiębiorstwami po obu stronach Odry.

od

27 lat

wspieramy polsko-
niemieckie stosunki
gospodarcze

Jednym z istotnych zagadnień, wokół których koncentrują się działania AHK Polska jest zrównoważony rozwój.

Izba we współpracy z wiodącymi koncernami niemieckimi w Polsce, jak również z innowacyjnymi małymi i średnimi przedsiębiorstwami organizuje wiele konferencji branżowych i szkoleń poświęconych transformacji energetycznej, odnawialnym źródłom energii jak również rozwojowi przemysłu 4.0.

5

biur regionalnych oraz
60-osobowy zespół jest
do Państwa dyspozycji

Dzięki wielu inicjatywom polsko-niemieckim i wyjazdom studyjnym AHK Polska przyczynia się do transferu wiedzy, umożliwiając również wymianę doświadczeń przedsiębiorców z obu krajów.



Francusko-Polska Izba Gospodarcza

Francusko-Polska Izba Gospodarcza (CCIFP) skupia blisko 400 firm z kapitałem francuskim oraz polskim i jest jedną z najaktywniejszych izb handlowych w Polsce.

Więcej informacji:

www.ccifp.pl

Głównym celem Izby jest współtworzenie jak najlepszych warunków dla inwestycji i rozwoju gospodarczego w Polsce, a także promocja najlepszych praktyk oraz rozwiązań biznesowych. Poprzez nasze działania i spotkania organizowane w różnych formułach łączymy firmy polskie i francuskie, pozwalając im na nawiązywanie nowych relacji biznesowych i handlowych.

Aktywnie wspieramy również firmy w rozwoju na rynkach zagranicznych, poprzez organizację misji handlowych i pomoc w budowaniu struktury handlowej w Polsce i we Francji. Francusko-Polska Izba Gospodarcza powstała w kwietniu 1994 roku z inicjatywy przedsiębiorców francuskich i należy do Związku Francuskich Izb Przemysłowo-Handlowych (CCIFI) zrzeszającego 126 izb francuskich w 95 krajach.

ESG w centrum działań firm z kapitałem francuskim w Polsce!

Od 2012 roku CCIFP angażuje się w projekty z zakresu ESG poprzez promocję projektów firm stowarzyszonych w Izbie, zachęcanie przedsiębiorców do dzielenia się dobrymi praktykami między sobą, a także do aktywnego komunikowania podejmowanych wyzwań.

CCIFP realizuje również własne projekty społecznej odpowiedzialności biznesu, jak choćby wprowadzenie zasad zero waste w organizacji biura, czy zainicjowanie Deklaracji Odpowiedzialnego Biznesu CCIFP, której sygnatariuszami jest już ponad 100 firm. Ponadto regularne spotkania Komitetu CSR, w którym udział biorą przedstawiciele firm stowarzyszonych, służą wymianie doświadczeń i zdobywaniu wiedzy w obszarze ESG.

Najważniejszym projektem CCIFP w obszarze promocji i upowszechniania wiedzy na temat działań ESG jest cykliczne badanie CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej. W tym roku, w grudniu opublikowane zostały wyniki badania już siódmej edycji.

Badanie pokazuje obszary, w które najczęściej angażują się firmy, a także dostarcza informacji o tym w jaki sposób temat ESG jest organizowany w ramach firmy, kto zarządza projektami, kto buduje strategię, jak prowadzone jest raportowanie, a także jakimi budżetami dysponują przedsiębiorstwa. Wyniki siódmej już edycji zostaną zaprezentowane na początku grudnia 2022 i będą dostępne m.in. na stronie internetowej CCIFP.



FUNDACJA
BIZNES BEZ BARIER



Fundacja Biznes Bez Barier to przede wszystkim innowator zmian społecznych, który główny nacisk kładzie na wdrażanie dostępności, czyli działania na rzecz osób ze szczególnymi potrzebami ukierunkowane na zapewnienie im dostępu do wszelkich dóbr i usług na równi z resztą społeczeństwa.

Fundacja Biznes Bez Barier promuje świat równych szans dla każdego, bez względu na wiek, chorobę czy rodzaj niepełnosprawności.



Promocja i wdrażanie szeroko rozumianej dostępności to nasze nadrzędne cele. Czynimy wiele, aby rozpowszechnić ją na wielką skalę. Uwzględniamy ją w każdym działaniu. Naszą największą wartością jest nasz zespół, na który w większości składają się osoby z niepełnosprawnościami. To dzięki nim wiemy, jakie obszary wymagają zmian. W pierwszej kolejności na myśl przychodzi zwykle dostępność architektoniczna, ale to nie ona jest największym wyzwaniem. Tak naprawdę dominujący problem to bariery wynikające ze stereotypów i braku świadomości tego, z jakimi problemami każdego dnia spotykają się osoby ze szczególnymi potrzebami.

Adrian Furman, założyciel Fundacji



Stawiamy na dostępność

#audyt dostępności #wnioski dotacyjne #rekrutacja OzN

Fundacja prowadzi działania we wszystkich obszarach związanych z dostępnością:

- architektonicznym, cyfrowym i informacyjno-komunikacyjnym.
- przeprowadza audyty dostępności,
- prowadzi szkolenia z wdrażania wymagań ustawy o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami oraz szkolenia z komunikacji z tymi osobami,
- opracowuje procedury przyjaznej obsługi osób ze szczególnymi potrzebami,
- tworzy strony internetowe spełniające standardy dostępności cyfrowej WCAG,
- pomaga w pozyskiwaniu grantów na projekty dostępnościowe.

więcej informacji:

www.biznesbezbarier.org



W maju br. Fundacja Biznes Bez Barrier, po spełnieniu szeregu wymagań związanych z posiadaniem zasobów organizacyjnych, kadrowych i narzędzi, została wpisana przez Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej wpisana na listę podmiotów dokonujących certyfikacji dostępności. Upoważnia to Fundację do przeprowadzenia procedury certyfikacyjnej u podmiotów, które będą o to wnioskować.

Certyfikację dostępności regulują akty prawne, natomiast, kompleksowo temat dostępności w Polsce ujmuje rządowy Program Dostępność Plus.

Zgodnie z założeniami Programu, wszystkie podmioty finansowane ze środków publicznych mają obowiązek zapewnienia dostępności we wszystkich obszarach: architektonicznym, cyfrowym i informacyjno-komunikacyjnym.

Podmioty komercyjne nie są do tego zobligowane, jednakże te, które zrobią to dobrowolnie, uzyskują poświadczenie swoich działań w postaci certyfikatu. Jego posiadanie, oprócz benefitu finansowego w postaci 5% redukcji wysokości wpłat na PFRON, może przynieść szereg innych korzyści.

Fundacja jest uprawniona do przyznawania certyfikatów w każdym z trzech obszarów:

- architektonicznym,
- cyfrowym,
- informacyjno-komunikacyjnym.



Adrian Furman



Będąc członkiem Rady Dostępności, wielokrotnie podejmowałem temat certyfikacji na zgromadzeniach. Mogę więc powiedzieć, że przyczyniłem się do tego, że Rada wypracowała odpowiednie regulacje oraz narzędzia, aby w efekcie certyfikacja mogła wejść w życie. Wiele lat systematycznych starań i wiara w to, że warto, zaowocowały i, mam nadzieję, że owocować będą nadal w postaci realnych przedsięwzięć na rzecz dostępności podejmowanych zarówno przez podmioty publiczne, jak i komercyjne. Oprócz korzyści finansowych mogą one uzyskać dla siebie wiele więcej - szansę na rozwój, podniesienie jakości produktów i usług, wzrost konkurencyjności, zwiększenie grona odbiorców czy też lepszy efekt wizerunkowy, ale tylko realne i praktyczne rozwiązania mają rację bytu.

PUDEŁKO DOSTĘPNOŚCI



więcej informacji



Jednym z ostatnich sztandarowych produktów Fundacji Biznes Bez Barrier jest Pudełko Dostępności - wyjątkowe i jedyne w Polsce, opracowane z myślą o poprawie codziennego funkcjonowania osób ze szczególnymi potrzebami i dedykowane komunikacji alternatywnej.

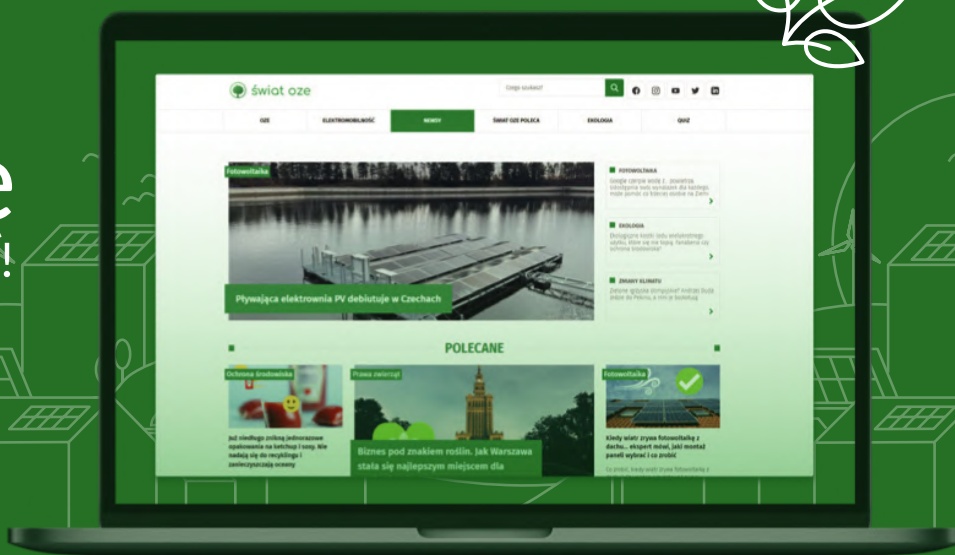
Składa się z narzędzi i materiałów, głównie kart z infografikami, dzięki którym komunikacja z osobami ze szczególnymi potrzebami stanie się prostsza i w pełni dostępna. Zapewne idealnie sprawdzi się w szpitalach, placówkach POZ oraz innych podmiotach medycznych i pozamedycznych.



świat oze



energię
mamy w naturze!



Chcesz podzielić się z nami informacją
o ciekawym wydarzeniu lub eko rozwiązaniu?

Pisz na adres: redakcja@swiatoze.pl

Chcesz wypromować swój produkt,
usługę czy firmę?

Pisz na adres: reklama@swiatoze.pl

Zapraszamy do współpracy!



swiatoze.pl



facebook.com/SwiatOZE



twitter.com/swiatoze



instagram.com/swiatoze



linkedin.com/company/67130525/



świat oze

portal informacyjno-edukacyjny



serwis skupiony na tematach związanych z OZE
elektromobilnością i szeroko rozumianą ekologią



najświeższe newsy o dotacjach, programach,
zmianach w prawie



śledzenie trendów i opis nowych technologii



opinie i oferty dotyczące fotowoltaiki



ciekawe wywiady z przedstawicielami branży

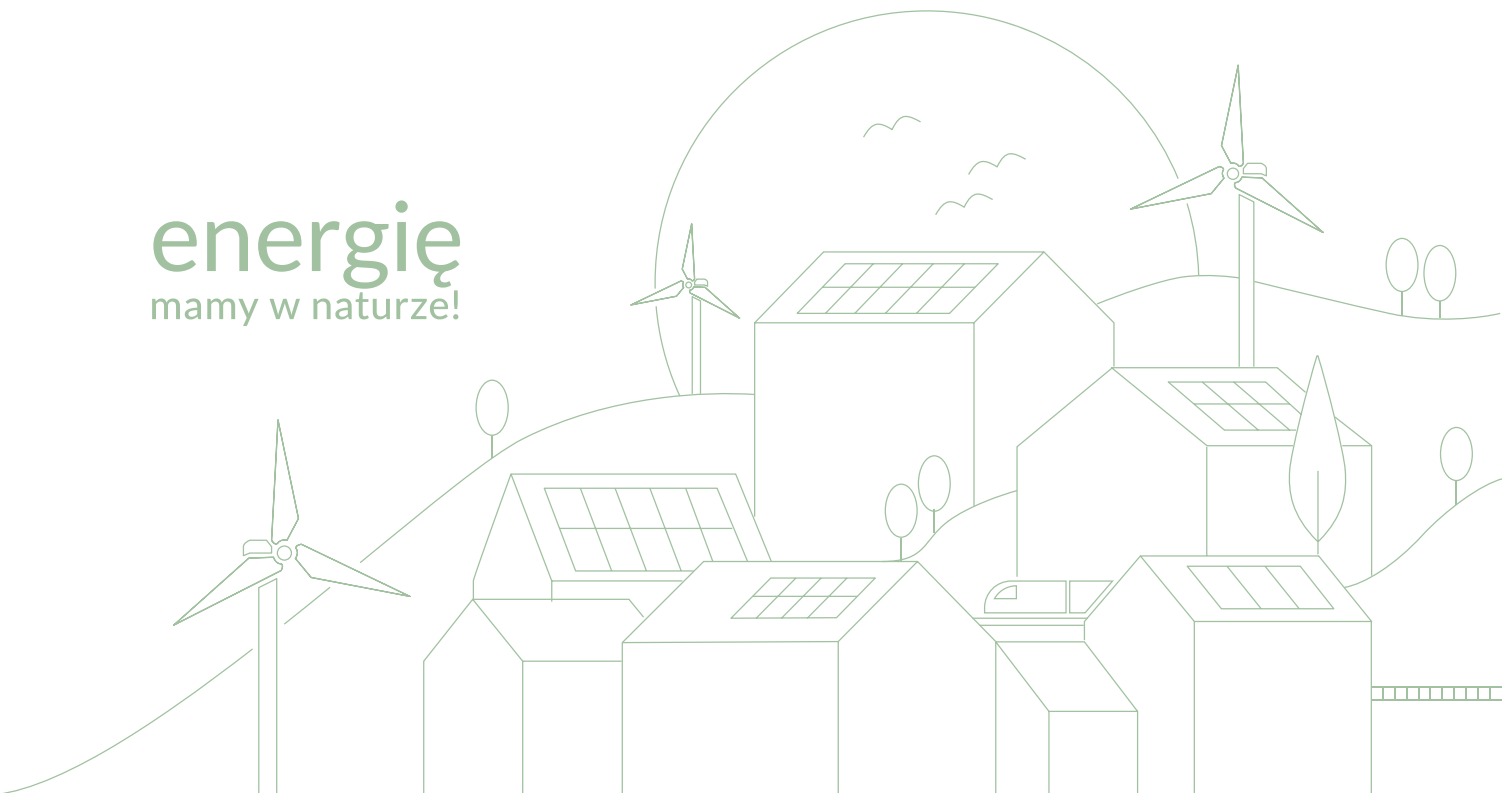


zaangażowani odbiorcy w kanałach social media



różnorodne formy współpracy reklamowej

energię
mamy w naturze!





Polskie Stowarzyszenie ESG
Czerska 8/10
00-732 Warszawa

KRS: 0000976358
NIP: 7011093859
REGON: 522372996