



Francusko-Polska Izba Gospodarcza

VI EDYCJA BADANIA

GRUDZIEŃ 2021

CSR W PRAKTYCE
BAROMETR FRANCUSKO-POLSKIEJ IZBY
GOSPODARCZEJ



CSR W PRAKTYCE - BAROMETR FRANCUSKO-POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ

Już po raz szósty oddajemy w Państwa ręce raport z badania **CSR w praktyce - barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej**, który pokazuje w jaki sposób firmy w Polsce realizują działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Cieszę się, że po raz kolejny w badaniu wzięła udział rekordowa liczba podmiotów (blisko 100), gdyż dzięki temu możemy prześledzić ewolucję działań w zakresie CSR, a także zaobserwować trendy i tematy, które cieszą się największym zainteresowaniem biznesu.

Tegoroczna edycja poszerzona była o kilka pytań związanych ze **zmianami klimatycznymi** i ich wpływem na prowadzenie biznesu. Widzimy bowiem, że jest to obszar, który bardzo szybko stał się priorytetowy dla wielu przedsiębiorstw. Niezależnie od branży środowisko biznesu włącza się w działania na rzecz ochrony klimatu niejednokrotnie wyprzedzając w swoich planach założenia i wytyczne przyjęte przez rząd, czy Komisję Europejską. Skala problemu i poważne konsekwencje, które dotkną nie tylko poszczególne regiony, ale całe społeczeństwa, gospodarkę i biznes, skłaniają do natychmiastowego działania. Dlatego też zdecydowaliśmy się na głębszą analizę tego jakie zagrożenia dostrzegają przedsiębiorcy, a także jakie działania już są przez nich podejmowane.

Integralną częścią raportu *CSR w praktyce - barometr CCIFP* są również wyniki badania przeprowadzonego przez **HAVAS MEDIA GROUP POLSKA na grupie ponad 1000 konsumentów**. Dzięki niemu możemy zobaczyć jak na tematy związane ze zrównoważonym rozwojem patrzą klienci i czy ich wizja świata jest zbieżna z tym co robią przedsiębiorstwa.

Dziękuję firmom, które wzięły udział w ankiecie, a także wszystkim partnerom i patronom medialnym tego przedsięwzięcia. Jestem przekonany, że nasze coroczne badanie nie tylko pokazuje bieżący poziom CSR w Polsce, ale również pomaga kolejnym przedsiębiorstwom w rozwijaniu swojego biznesu w sposób zrównoważony i odpowiedzialny.

MARIUSZ KIELICH

Kierownik ds. Komunikacji i PR

W badaniu wzięły udział 93 firmy.

Wielkość organizacji:

MŚP - 41%

Duże (powyżej 250 pracowników) - **58%**

Pochodzenie kapitału:

Firmy z kapitałem francuskim - **66%**

Inny kapitał - 34%



KLUCZOWE WNIOSKI



- Najczęstszym powodem angażowania się firm w działania CSR jest chęć **wzmocnienia wizerunku (72%) oraz odgórna polityka firmy (60%)**.
- Już blisko **2/3 firm** posiada strategię CSR.
- Co piąta firma wydaje na działania CSR **powyżej 100 000 PLN** rocznie.
- **37% firm nie mierzy** wyników związanych z działaniami CSR.
- Najczęściej firmy podejmują **działania na rzecz swoich pracowników (88%)**, a najrzadziej wobec dostawców i partnerów (65%).
- **2/3 konsumentów** nie zna pojęcia CSR.



- **45% konsumentów unika** kupowania produktów firm, które mają negatywny wpływ na społeczeństwo lub środowisko. Przed pandemią podobną deklarację wyrażało 55% konsumentów.
- Winą za globalne ocieplenie oraz zmiany klimatu, konsumenci obarczają przede wszystkim **kraje rozwinięte oraz duże firmy i korporacje**. Równocześnie oczekują od nich podejmowania działań mających na celu rozwiązanie tego problemu.
- **2/3 firm uważa, że zjawiska wynikające ze zmian klimatu już teraz wpływają na ich organizację**, a 72% podejmuje działania mające na celu walkę z globalnym ociepleniem.

CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU CSR?



KTÓRE CZYNNIKI NAJBARDZIEJ WPŁYWAJĄ NA ROZWÓJ CSR W POLSCE? *

	2021	2020	2019
Oczekiwania ze strony pracowników / dostawców / klientów / społeczności lokalnych	62%	67%	71%
Dzielenie się dobrymi praktykami przez firmy i organizacje	49%	63%	66%
Konieczność dostosowania się do wymogów europejskich np. obowiązek raportowania danych pozafinansowych	43%	41%	25%
Szerzenie wiedzy na temat CSR przez media	38%	43%	54%
Szerzenie wiedzy na temat CSR przez organizacje	31%	28%	46%
Wprowadzanie rozwiązań legislacyjnych ułatwiających rozwój CSR	30%	25%	bd
Inicjowanie projektów wspierających rozwój CSR w Polsce przez administrację rządową i samorządową	15%	8%	bd
Dostępność funduszy unijnych / innych	13%	7%	7%

* Możliwy był wybór trzech odpowiedzi



KTÓRE CZYNNIKI NAJCZĘŚCIEJ HAMUJĄ ROZWÓJ CSR W POLSCE? *

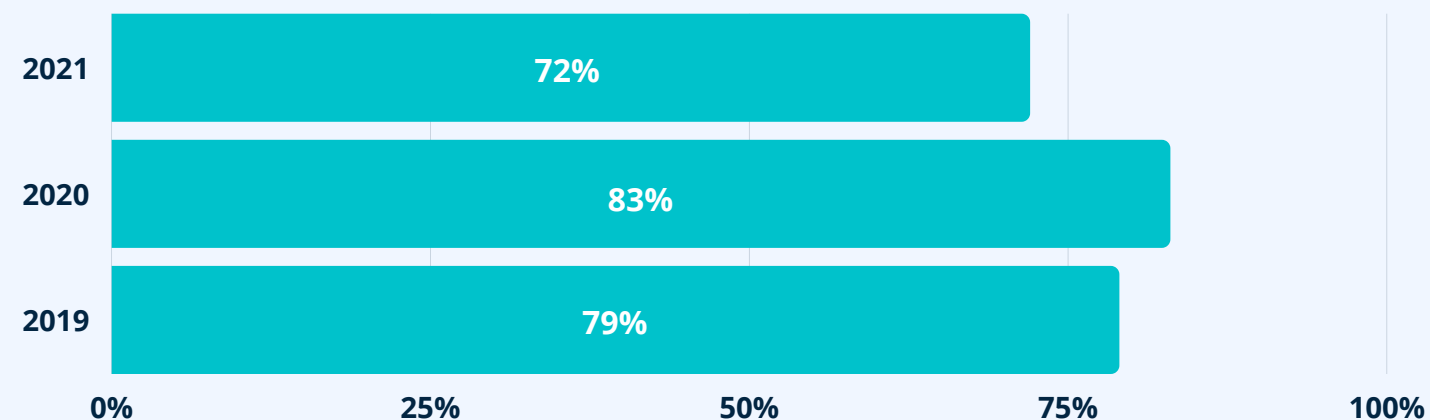
	2021	2020	2019
Budżet firmy nie przewiduje specjalnych środków na CSR	58%	56%	63%
Brak wystarczającej wiedzy na temat CSR	57%	51%	64%
Brak zaangażowania i zrozumienia wśród pracowników / dostawców / klientów / społeczności lokalnych	43%	45%	45%
Brak osób / działu odpowiedzialnego za CSR	42%	41%	48%
Niechęć zarządu wynikająca z braku zaufania w skuteczność działań CSR	38%	44%	39%
Przepisy prawne	16%	16%	4%
Inne: niewystarczające działania państwa; niedopasowane prawo / infrastruktura; energetyka oparta na węglu; COVID	5%	bd	bd

* Możliwy był wybór trzech odpowiedzi

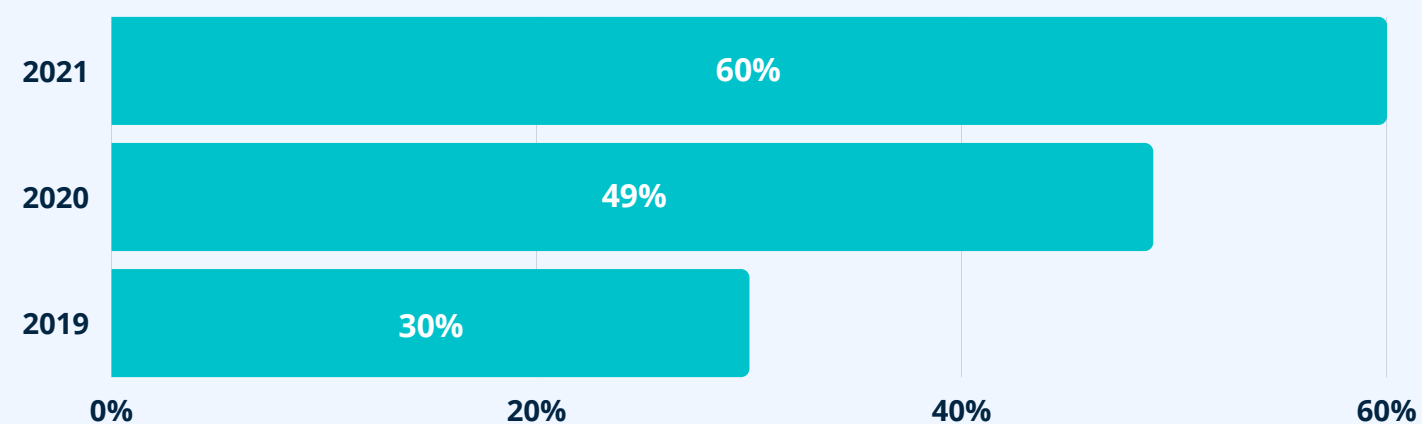
DLACZEGO FIRMY ANGAŻUJĄ SIĘ W CSR?



Wzmocnienie wizerunku organizacji



Odgórna polityka w całej grupie na poziomie międzynarodowym



Potrzeba prowadzenia firmy w sposób zrównoważony, z myślą o środowisku i społeczeństwie

Pozyskanie klientów i ich zaufania

Zyskanie zaufania i zaangażowania pracowników

Polepszenie relacji ze społecznością lokalną

Zdobycie przewagi nad konkurencją

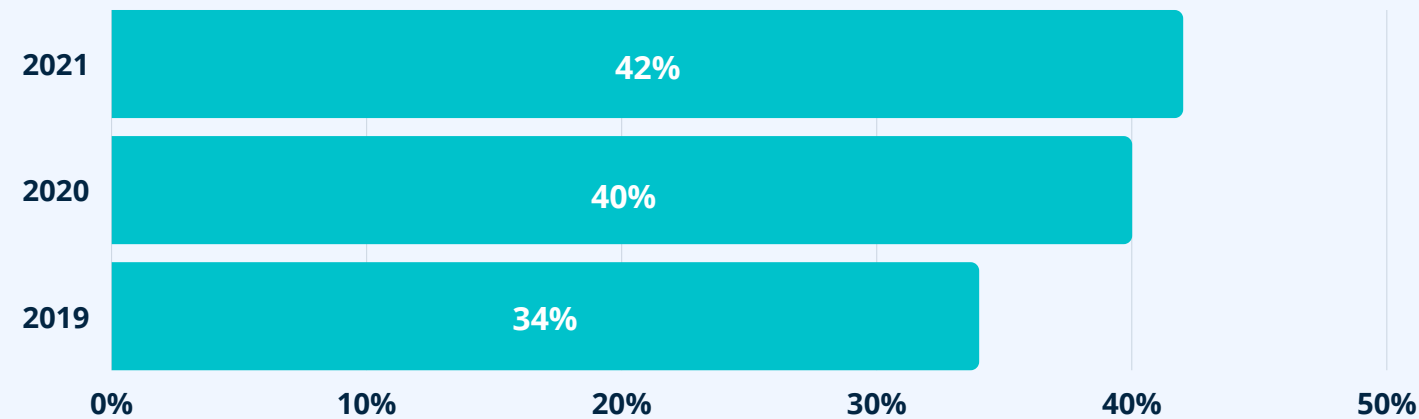
Naciski i / lub wymogi zewnętrzne (klienci / dostawcy / kontrahenci)

	2021	2020	2019
Potrzeba prowadzenia firmy w sposób zrównoważony, z myślą o środowisku i społeczeństwie	52%	48%	52%
Pozyskanie klientów i ich zaufania	45%	47%	32%
Zyskanie zaufania i zaangażowania pracowników	41%	37%	43%
Polepszenie relacji ze społecznością lokalną	35%	20%	20%
Zdobycie przewagi nad konkurencją	30%	21%	18%
Naciski i / lub wymogi zewnętrzne (klienci / dostawcy / kontrahenci)	25%	29%	16%

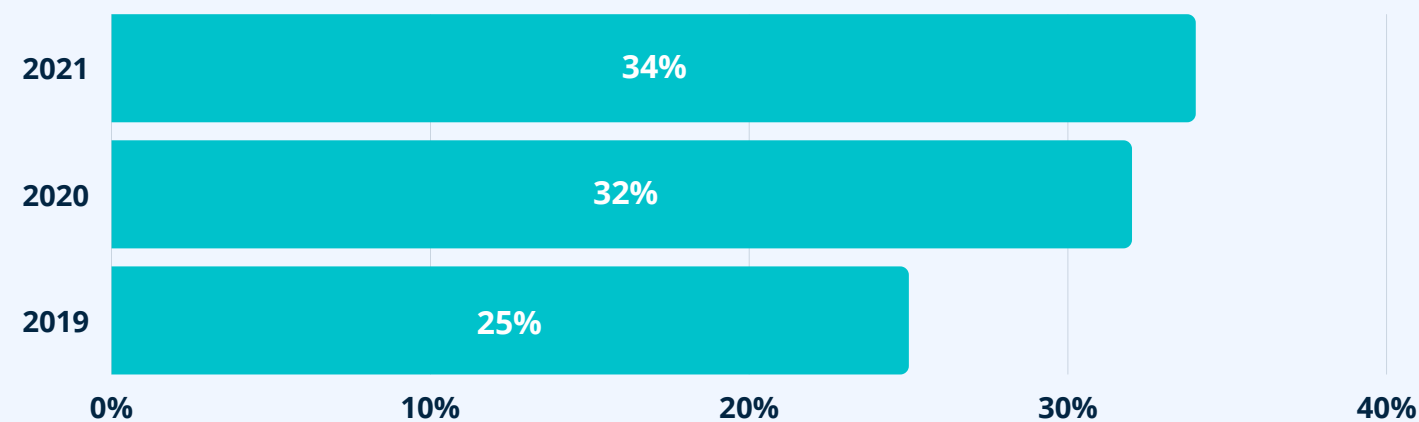
JAKI JEST POZIOM ŚWIADOMOŚCI NA TEMAT CSR WŚRÓD POLSKICH KONSUMENTÓW?



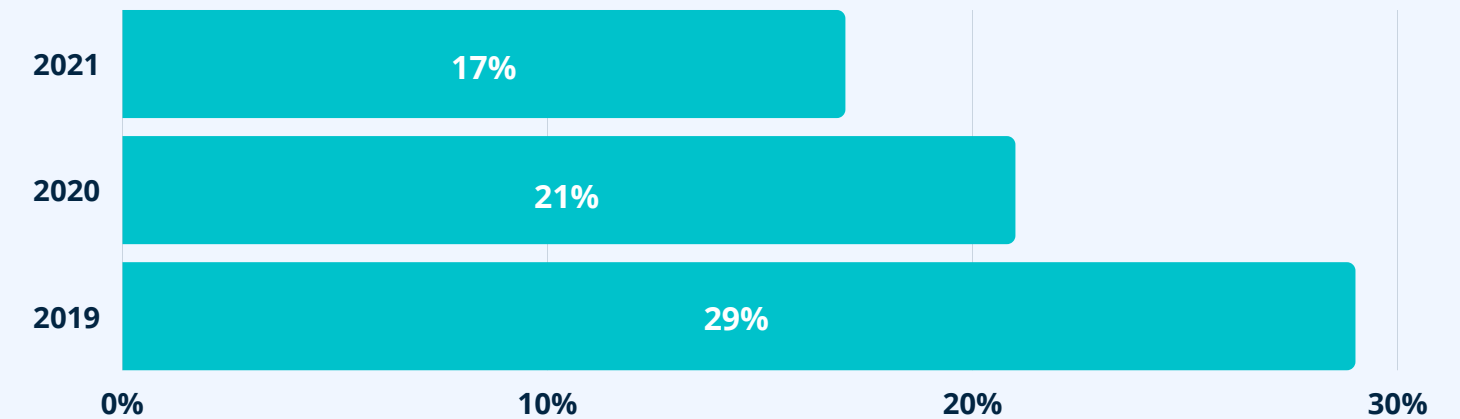
Nie znają pojęcia CSR, ale **dostrzegają działania odpowiedzialnego biznesu** i mają większe zaufanie do firmy



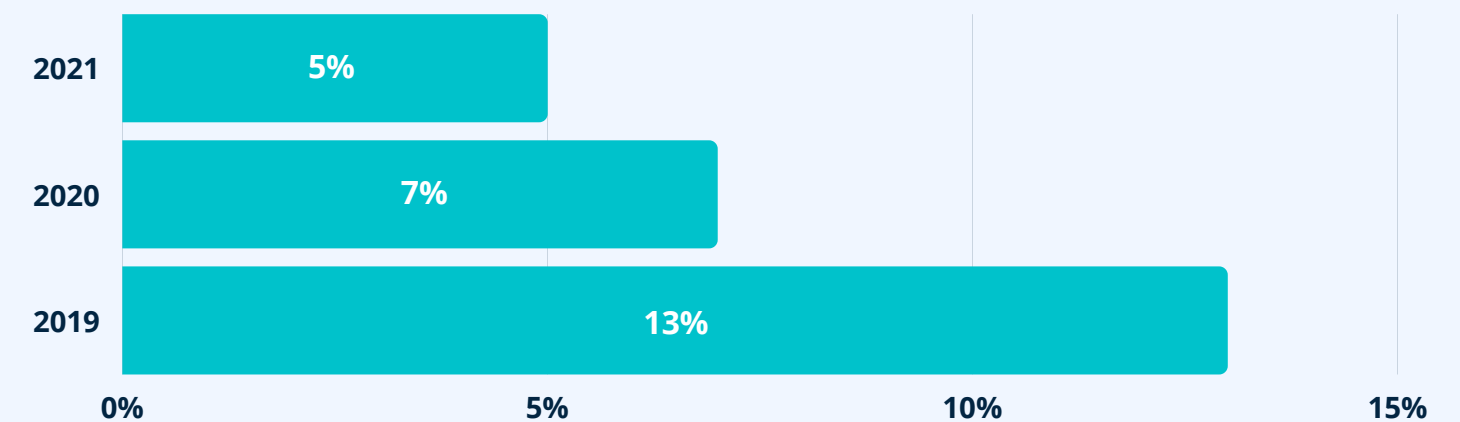
Znają pojęcie CSR, ale **ich kryterium wyboru produktu / usługi jest podyktowane innymi przesłankami**



Nie znają pojęcia CSR, a ich **kryterium wyboru produktu / usługi jest podyktowane innymi przesłankami**



Wiedzą czym jest CSR i **jest to dla nich istotny czynnik przy wyborze produktu / usługi**



ZARZĄDZANIE CSR W FIRMACH



CZY W FIRMIE ISTNIEJE STRATEGIA CSR?

	2021	2020	2019
Istnieje długofalowa strategia CSR	45%	41%	36%
Nie ma strategii CSR, działania są doraźne w zależności od potrzeb i możliwości firmy	33%	40%	46%
Istnieje roczny / dwuletni plan działań CSR	19%	13%	16%
Brak odpowiedzi / inne	2%	bd	bd



CZY ZARZĄD / DYREKCJA SĄ ZAANGAŻOWANI W PLANOWANIE STRATEGII CSR?

	2021	2020	2019
Tak	73%	80%	82%
Nie	16%	15%	18%
Brak odpowiedzi	11%	5%	bd

CSR staje się coraz częściej obszarem świadomie zarządzanym. **Widać pozytywny trend we wdrażaniu długofalowych strategii (z 36% w 2019 do 45% w tym roku)** i raportowaniu (już ponad 63% respondentów wydaje raporty, w 2019 było 45%). Na polskim rynku czuć **“boom ESG”**, stymulowany nie tylko przez globalne korporacje, ale przede wszystkim regulacje unijne. Firmy porządkują i wyznaczają kierunki swoich działań społecznych i ekologicznych, a także informują swoich interesariuszy o wynikach pozafinansowych.

PAULINA KOSZEWSKA, Menedżerka CSR, PwC Polska



ZARZĄDZANIE CSR W FIRMACH



KTO W PAŃSTWA FIRMIE JEST ODPOWIEDZIALNY ZA REALIZOWANIE DZIAŁAŃ CSR?

	2021	2020	2019
Zarząd / dyrekcja	56%	57%	46%
Dział PR	28%	27%	16%
Dział HR	33%	27%	20%
Dział Marketingu	29%	25%	18%
Nie ma przypisanego konkretnego działu	13%	24%	20%
Dział CSR	25%	17%	30%
Fundacja działająca przy firmie	11%	13%	11%
Inne: wszystkie działy / pracownicy; bezpieczeństwo; ochrona środowiska; techniczny; compliance	13%	bd	bd



W JAKI SPOSÓB W FIRMIE SĄ FINANSOWANE DZIAŁANIA CSR?

	2021	2020	2019
Finansowanie działań CSR odbywa się w ramach budżetu innych działów (marketing / PR / HR)	32%	29%	11%
Środki finansowe są przyznawane doraźnie w zależności od potrzeb	29%	32%	34%
Firma przyznaje oddzielny budżet na działania CSR	18%	27%	27%
Nie ma budżetu	6%	11%	21%
Inne	4%	1%	5%

ZARZĄDZANIE CSR W FIRMACH



JAKI JEST W FIRMIE ROCZNY BUDŻET PRZEZNACZONY NA DZIAŁANIA CSR?

	2021	2020	2019
Od 10 000 do 100 000 PLN	34%	24%	29%
Brak danych	30%	39%	41%
Od 100 000 do 1 000 000 PLN	17%	12%	14%
Do 10 000 PLN	14%	16%	9%
Powyżej 1 000 000 PLN	4%	9%	7%



JAKIE PAŃSTWA FIRMA ODNOSI KORZYŚCI Z PROWADZONYCH DZIAŁAŃ CSR?

	2021	2020	2019
Firma odnotowuje wyniki inne niż finansowe	38%	44%	29%
Firma nie mierzy wyników związanych z działaniami CSR	37%	28%	39%
Trudno powiedzieć / oszacować	35%	41%	36%
Firma odnotowuje mierzalne wyniki finansowe związane z działaniami CSR	12%	4%	16%
Firma nie odnotowała żadnych wyników / korzyści	4%	1%	4%

ZARZĄDZANIE CSR W FIRMACH



CZY FIRMA RAPORTUJE DZIAŁANIA CSR I JEŚLI TAK, TO W JAKI SPOSÓB?

	2021	2020	2019
Firma raportuje według własnych wytycznych np. opracowanych w centrali firmy	34%	31%	25%
Firma raportuje CSR według jednego z globalnych standardów / norm (GRI, ISO 26000, etc.), dodatkowo przeprowadza audyt zewnętrzny	18%	13%	13%
Firma nie raportuje, nie ma takiej potrzeby	18%	27%	34%
Firma nie raportuje, ale zamierza w najbliższym czasie	12%	5%	14%
Firma raportuje CSR według jednego z globalnych standardów / norm. Nie przeprowadza audytu	11%	9%	7%
Firma nie raportuje, nie ma takich możliwości	6%	13%	7%



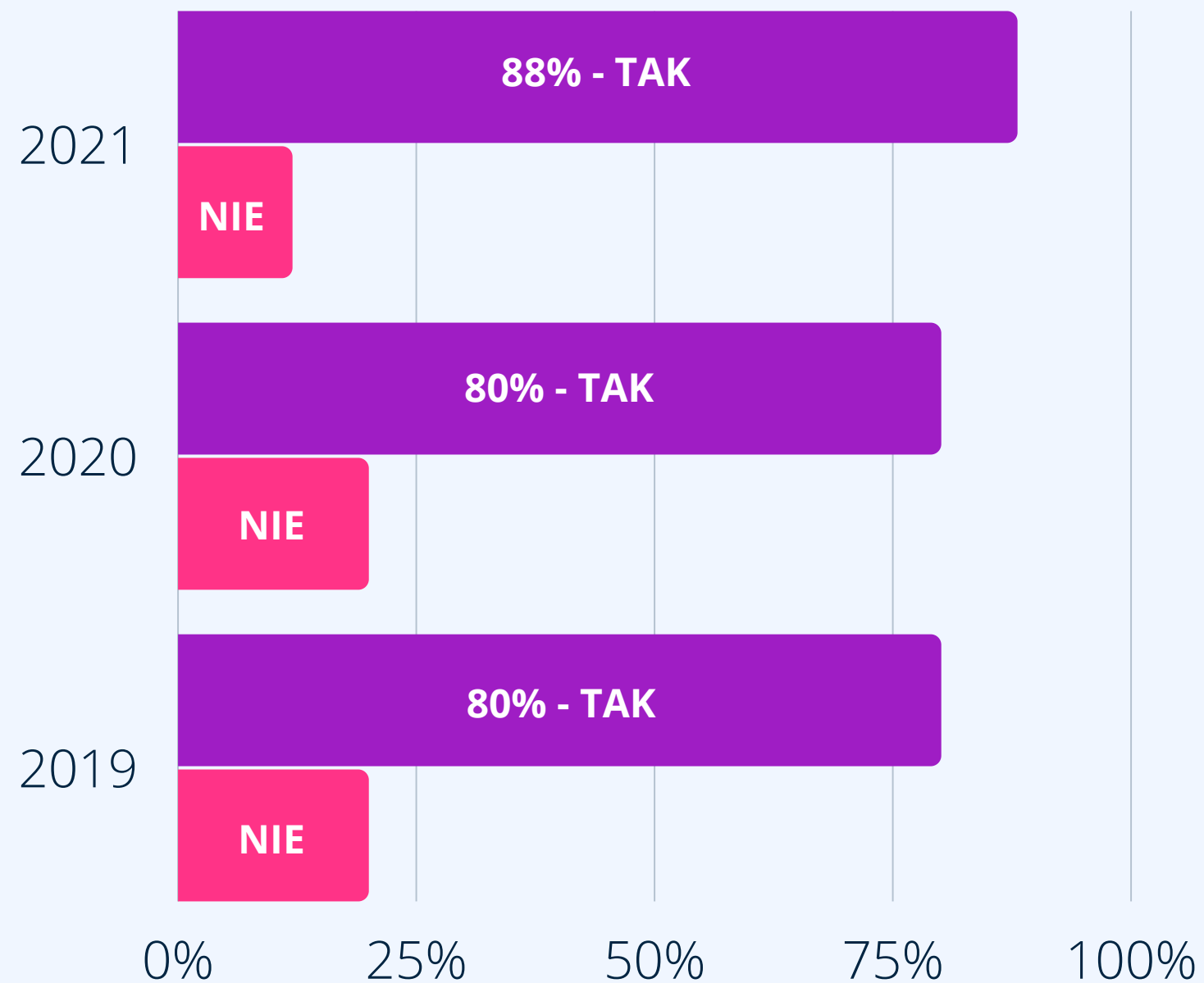
W JAKI SPOSÓB FIRMA PROWADZI KOMUNIKACJĘ DZIAŁAŃ CSR?

	2021	2020	2019
Media społecznościowe	71%	65%	57%
Kanały komunikacji wewnętrznej (intranet, magazyn firmowy, etc.)	70%	60%	65%
Firmowa strona internetowa	68%	71%	55%
Media (prasa, tv, radio, internet)	48%	49%	50%
Spotkania / konferencje / targi	33%	37%	36%
Newsletter	29%	37%	30%
Publikacja i dystrybucja Raportu CSR wśród Interesariuszy	29%	21%	27%
Nie komunikujemy	14%	16%	18%

DZIAŁANIA FIRM - PRACOWNICY



CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA CSR DLA PRACOWNIKÓW?



Działania dotyczące miejsca pracy nie tylko dynamicznie rosną, ale wciąż są najpopularniejszą formą aktywności CSR. **88 proc. respondentów przyznało, że wdraża inicjatywy skierowane do pracowników.** To o 8 proc. więcej niż rok temu, i częściej niż dobre praktyki, których odbiorcami są inni klienci czy społeczności lokalne. Na organizację przyjaznego, odpowiedzialnego miejsca pracy składa się oczywiście wiele czynników. **Kluczowe pozostają jednak wartości organizacji i spójność między nimi a rzeczywistością.**

MARZENA STRZELCZAK,
Prezeska, Dyrektorka Generalna
Forum Odpowiedzialnego Biznesu



DZIAŁANIA FIRM - PRACOWNICY



JAKIE AKTUALNIE DZIAŁANIA CSR DLA PRACOWNIKÓW REALIZUJE PAŃSTWA FIRMA?

	2021	2020	2019
Dodatkowe świadczenia socjalne dla pracowników	93%	90%	87%
Dbłość o rozwój pracowników	88%	88%	82%
Wprowadzenie kodeksu etycznego i możliwość zgłaszania naruszenia zasad etyki przez pracowników	80%	80%	71%
Wprowadzenie narzędzi do komunikacji wewnętrznej	78%	77%	76%
Prowadzenie polityki różnorodności	74%	72%	62%
Badania satysfakcji pracowników	73%	62%	71%
Udogodnienia pozwalające na godzenie pracy z życiem osobistym	72%	68%	67%
Wolontariat pracowniczy	40%	47%	49%

Na uwagę i refleksję zasługuje **pytanie o wolontariat pracowniczy**. Zdawałoby się, że taka forma zaangażowania to już standard w naszych firmach, a jednak patrząc na wyniki z trzech ostatnich lat **uwidacznia się negatywny trend (z 49% w 2019 do 40% w tym roku)**. Być może wynika to z sytuacji pandemicznej - pracy zdalnej, procedur bezpieczeństwa w firmach i w NGO-sach. Tym bardziej w najbliższym czasie powinniśmy szukać przestrzeni i możliwości na inne formy, w tym cyfrowe, zaangażowania naszych pracowników w wolontariat.

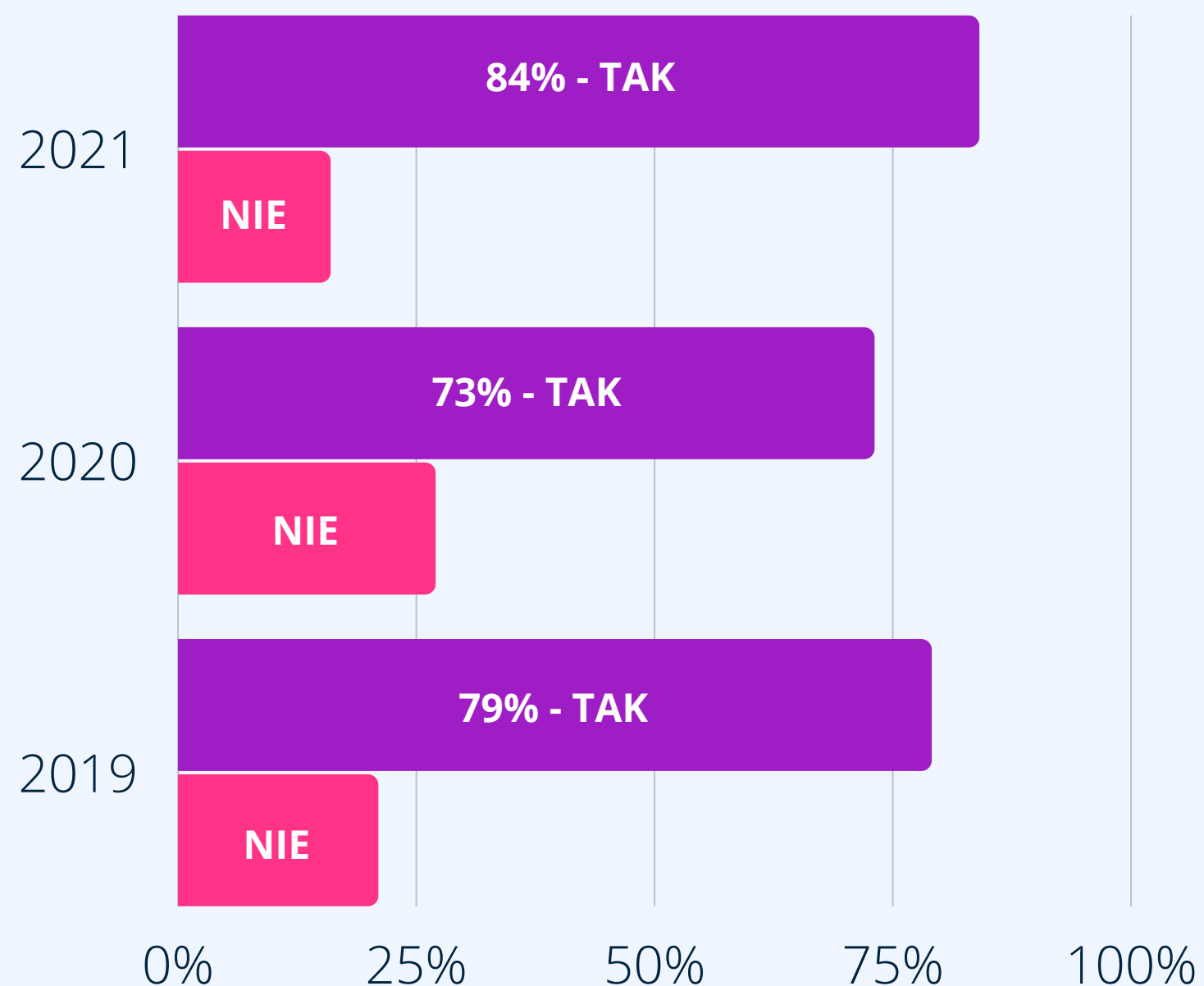
PAULINA KOSZEWSKA,
Menedżerka CSR, PwC Polska



DZIAŁANIA FIRM - SPOŁECZNOŚCI LOKALNE



CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA CSR DLA SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH I W OBSZARZE EKOLOGII?



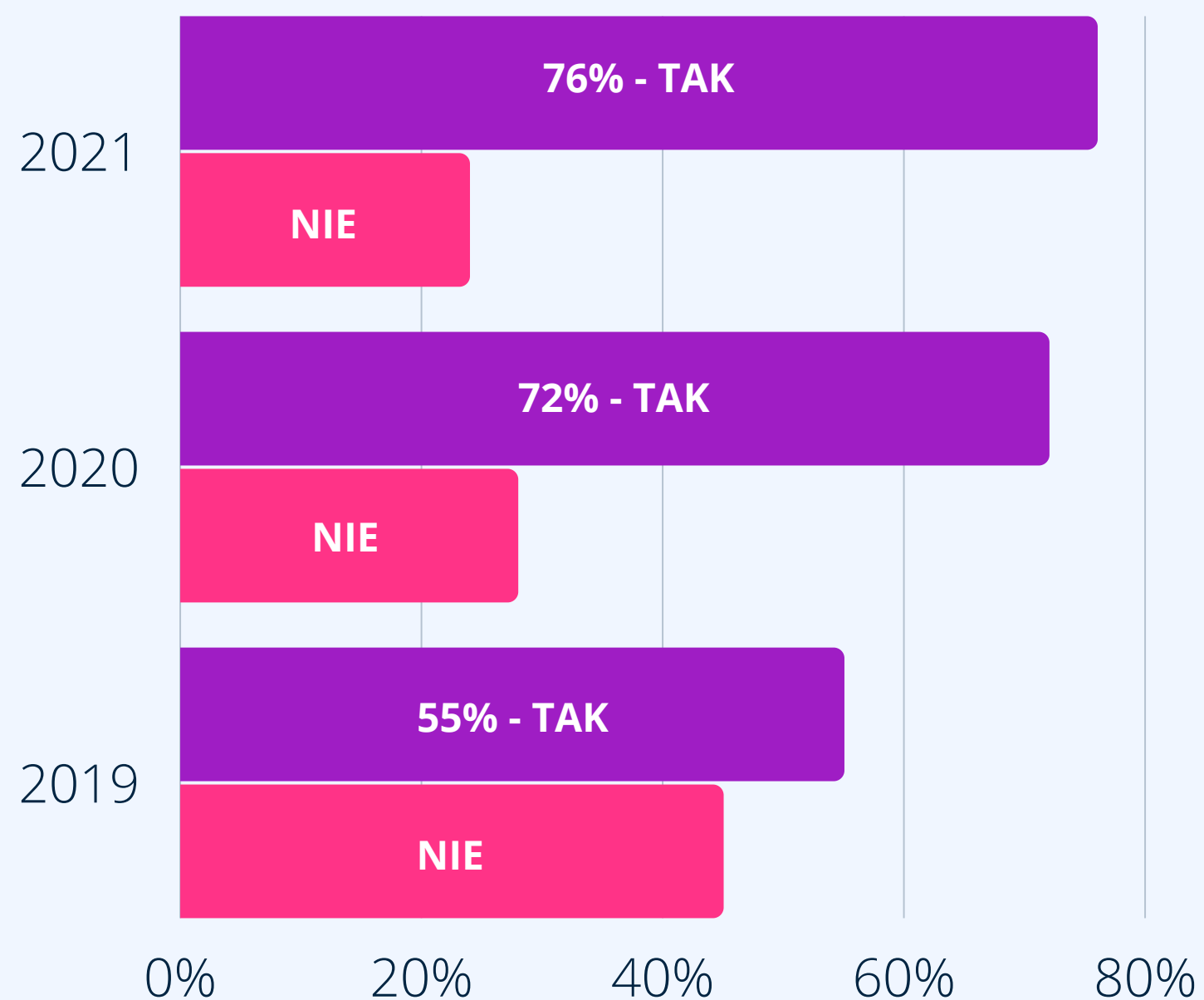
JAKIE AKTUALNIE DZIAŁANIA CSR DLA SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH REALIZUJE PAŃSTWA FIRMA?

	2021	2020	2019
Ograniczanie zużycia surowców	82%	83%	82%
Prowadzenie działań w zakresie ochrony klimatu	67%	62%	50%
Wsparcie finansowe i rzeczowe dla lokalnych stowarzyszeń, szkół, fundacji, organizacji	64%	70%	84%
Prowadzenie kampanii informacyjno-edukacyjnych, dzielenie się wiedzą, udzielanie wsparcia merytorycznego	64%	68%	73%
Zaangażowanie w rozwój gospodarczy regionu (zatrudnianie lokalnych pracowników, kupowanie u lokalnych dostawców, współpraca z lokalnymi uczelniami, współpraca z władzami lokalnymi)	56%	57%	59%
Działania w zakresie bioróżnorodności	36%	25%	25%
Prowadzenie dialogu ze społecznością w celu zbierania opinii i badania jej potrzeb.	25%	30%	41%

DZIAŁANIA FIRM - KLIENCI



CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA CSR DLA KLIENTÓW?



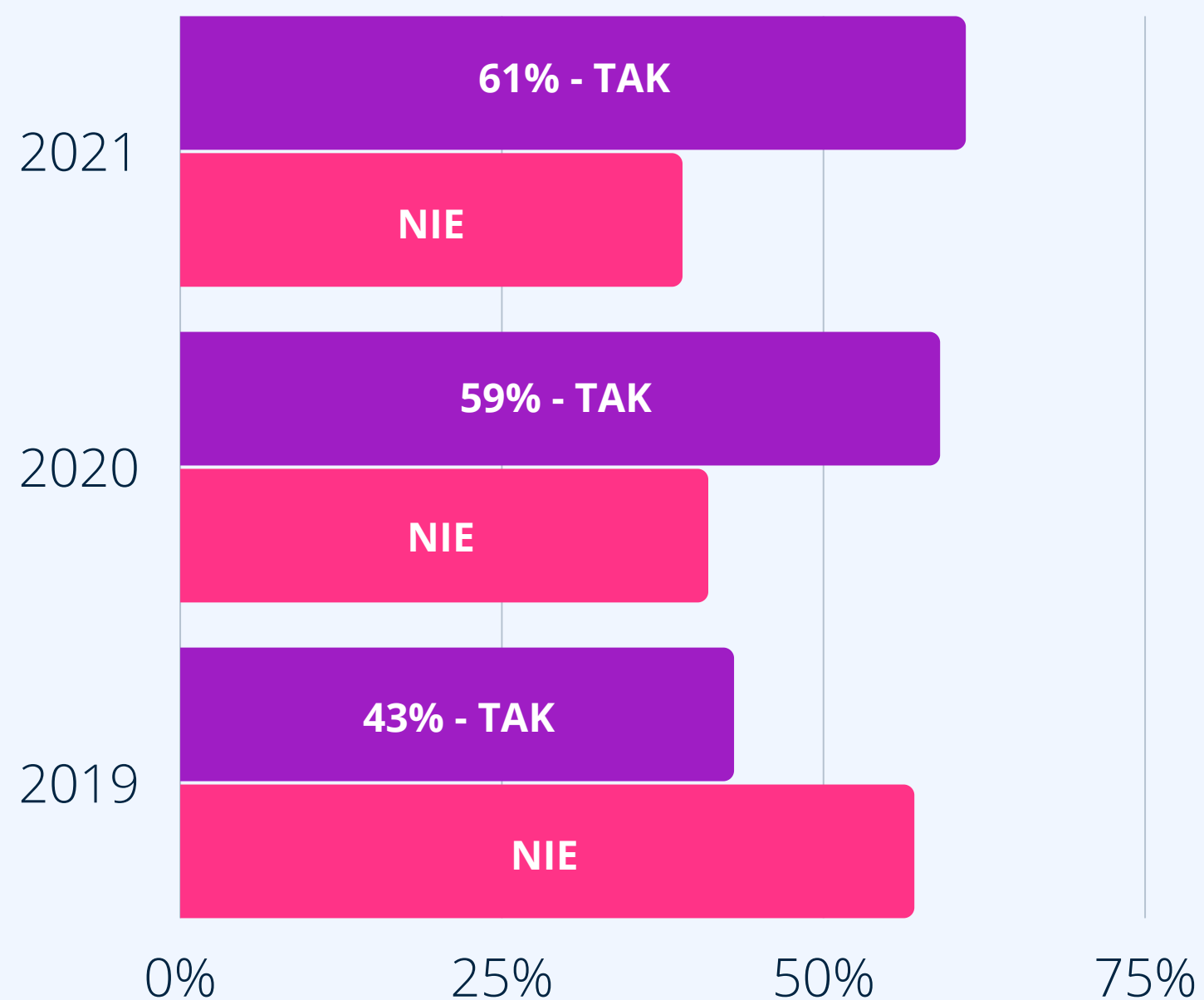
JAKIE AKTUALNIE DZIAŁANIA CSR DLA KLIENTÓW REALIZUJE PAŃSTWA FIRMA?

	2021	2020	2019
Komunikowanie się z Klientami poprzez różne kanały (internet, media, spotkania, eventy, magazyny firmowe)	77%	74%	74%
Transparentność - rzetelne i zrozumiałe informowanie o działalności firmy	75%	65%	77%
Organizowanie kampanii społecznych, ekologicznych, edukacyjnych dla Klientów	61%	80%	52%
Wdrażanie systemów usprawniających obsługę Klienta (infolinia, blog, aplikacje mobilne, rzecznik praw klienta)	56%	46%	48%
Badania satysfakcji Klientów	49%	54%	35%
Ułatwione procedury reklamacji / zwrotów	41%	24%	23%
Dopasowanie oferty / miejsca sprzedaży do grup defaworyzowanych, np. osób z niepełnosprawnościami, w trudnej sytuacji życiowej, etc.	31%	20%	19%

DZIAŁANIA FIRM – DOSTAWCY / PARTNERZY



CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA CSR DLA DOSTAWCOW / PARTNERÓW BIZNESOWYCH?



JAKIE AKTUALNIE DZIAŁANIA CSR DLA DOSTAWCOW / PARTNERÓW BIZNESOWYCH REALIZUJE PAŃSTWA FIRMA?

	2021	2020	2019
Wdrożenie kryteriów / kodeksów współpracy	65%	66%	88%
Prowadzenie aktywnej komunikacji z dostawcami / partnerami (np. spotkania indywidualne, badanie satysfakcji, sesje dialogowe, etc.)	59%	61%	63%
Prowadzenie akcji edukacyjnych / szkoleń dla dostawców / partnerów biznesowych	41%	48%	50%
Wdrożenie systemu ewaluacyjnego / audytu oceniającego przestrzeganie kryteriów / kodeksów współpracy	43%	41%	25%

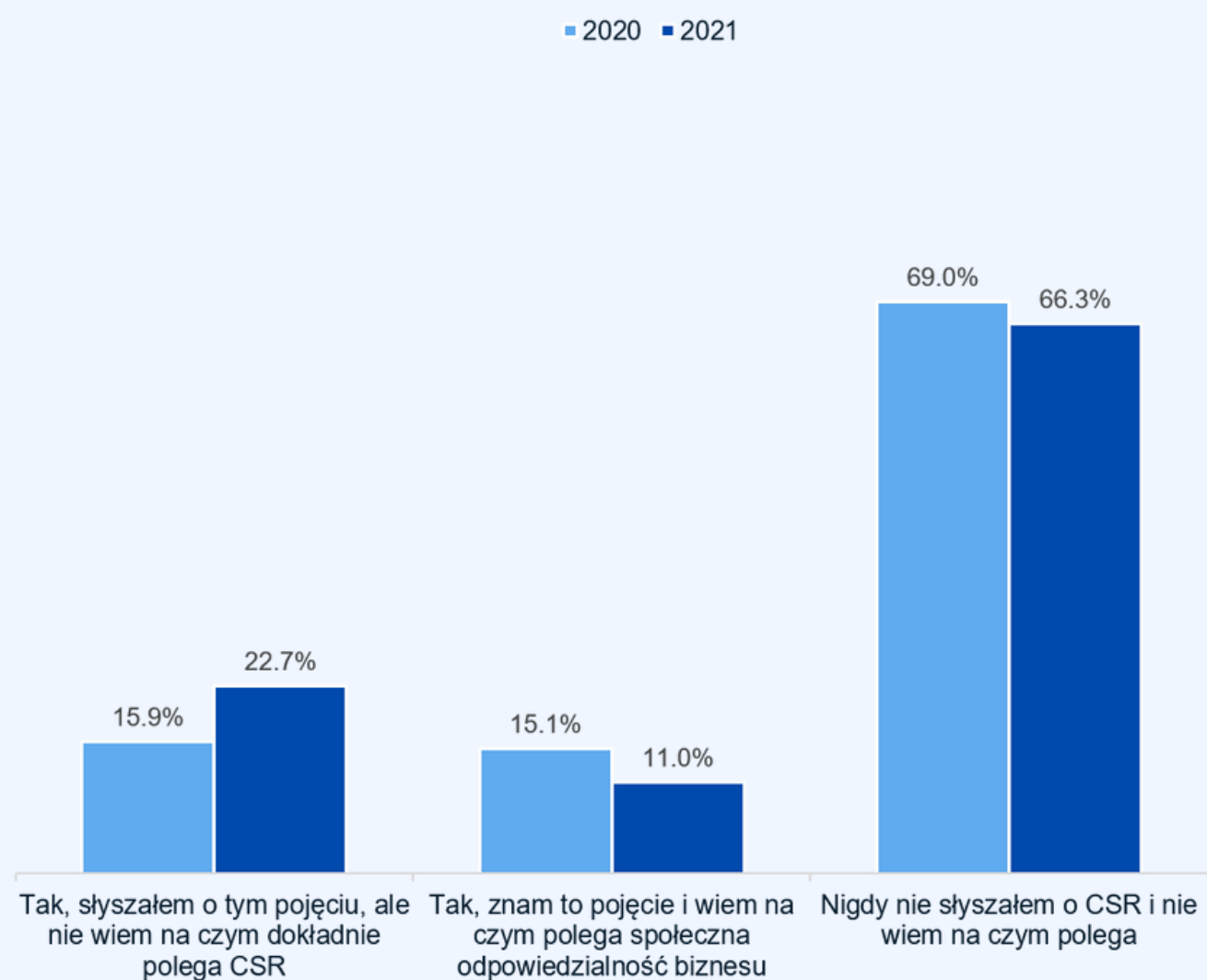
CSR, A KONSUMENTY

- Zeszłoroczne wyniki badania dot. świadomości konsumentów oraz ich oczekiwań w zakresie działań CSRowych w Polsce różniły się znacząco od wyników z poprzednich lat. Ubiegłoroczne badanie realizowane było w szczycie II fali pandemii COVID-19. Był to również okres, kiedy po raz pierwszy zetknęliśmy się z tym jak epidemia koronawirusa może naprawdę wyglądać. W tym roku widać wyraźne odbicie się wyników i większe zainteresowanie tematami środowiskowymi wśród konsumentów. Nie wróciły one jeszcze do poziomu osiąganego w latach 2017 – 2019, ale możemy zauważyć mniejszy wpływ pandemii na odpowiedzi.
- W tym roku, poza standardowymi wskaźnikami, analizowano również podejście konsumentów do zmian klimatu oraz roli jaką w tym zakresie odgrywają firmy i korporacje. Winą za globalne ocieplenie oraz zmiany klimatu, konsumenci obarczają przede wszystkim kraje rozwinięte oraz duże firmy i korporacje. W mniejszym zakresie wskazują na samo społeczeństwo czy siebie. W najmniejszym zaś na przyczyny naturalne. Konsumenci oczekują również, że to właśnie kraje rozwinięte i firmy będą angażować się najbardziej w walkę ze zmianami klimatu i przeciwdziałanie skutkom globalnego ocieplenia. Sami konsumenci również są skłonni wspierać marki, które takie działania podejmują – blisko połowa badanych byłaby skłonna kupować produkty marek walczących ze zmianami klimatu, a blisko ¼ - byłaby gotowa zapłacić za produkty takich marek więcej.

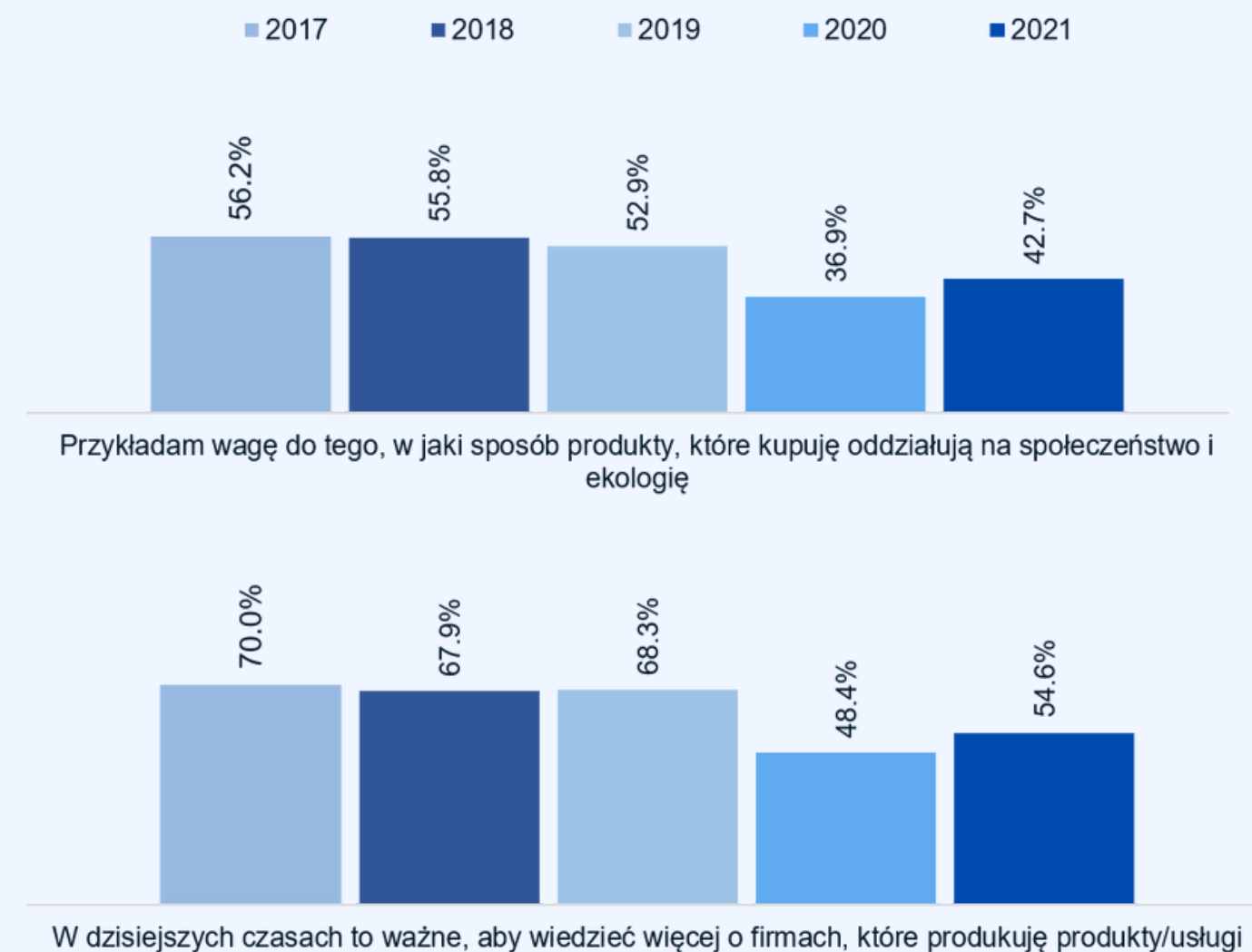
CSR, A KONSUMENTY



CZY KIEDYKOLWIEK SPOTKAŁEŚ SIĘ Z POJĘCIEM CSR – SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU?



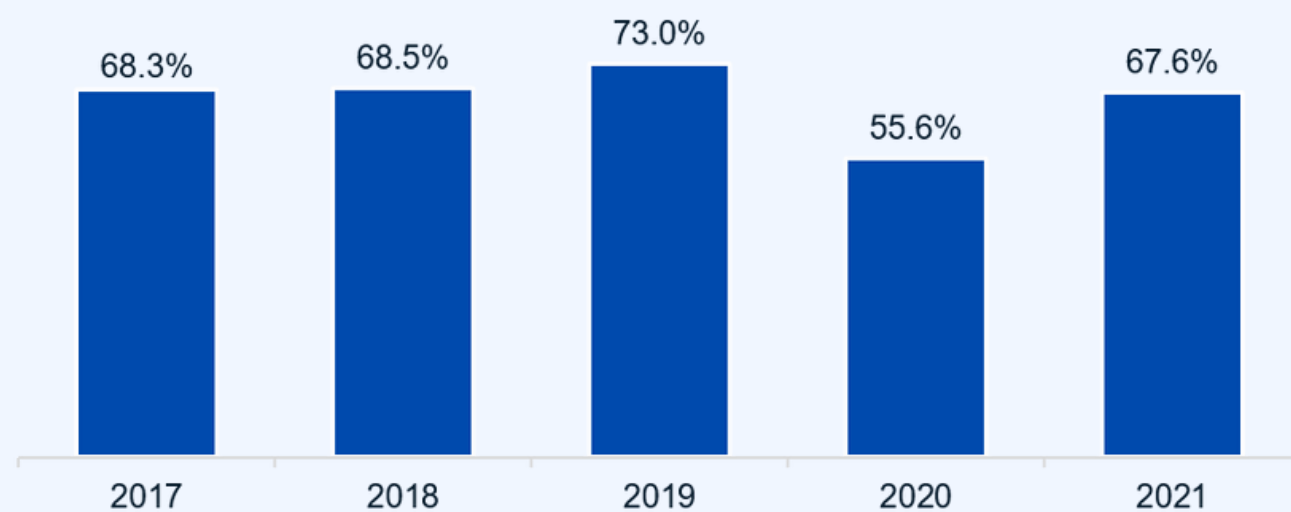
NA ILE ZGADZASZ SIĘ Z PONIŻSZYMI STWIERDZENIAMI... Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej





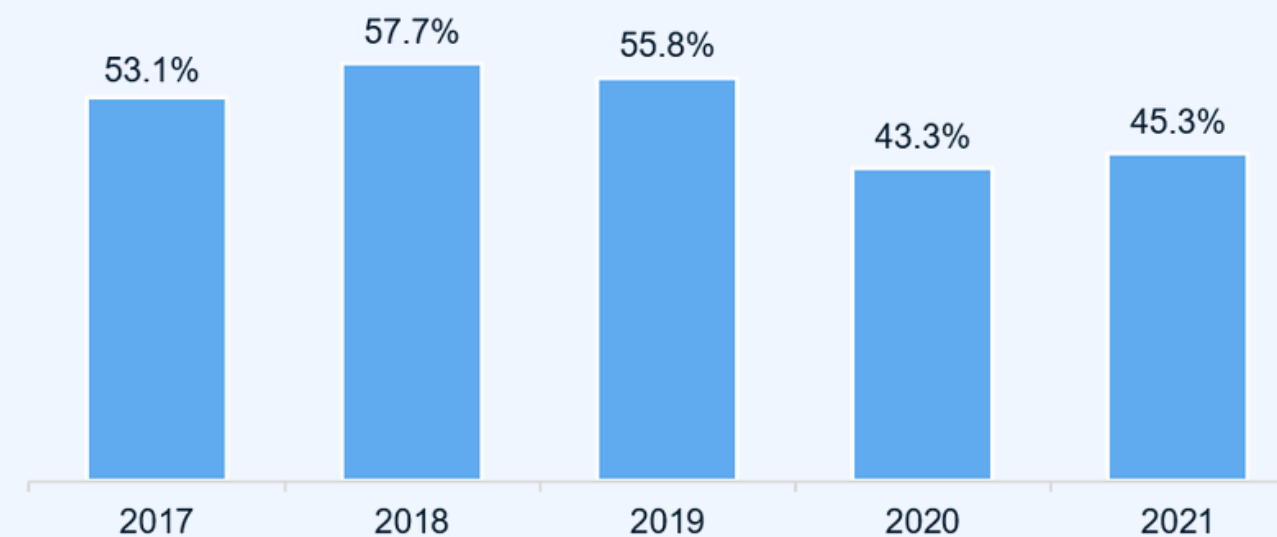
FIRMY SĄ ETYCZNIE ZOBOWIĄZANE DO TEGO, ABY DZIAŁAĆ BEZ SZKODY DLA OTOCZENIA

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej



UNIKAM KUPOWANIA PRODUKTÓW FIRM, KTÓRE MAJĄ NEGATYWNY WPŁYW NA SPOŁECZEŃSTWO LUB ŚRODOWISKO

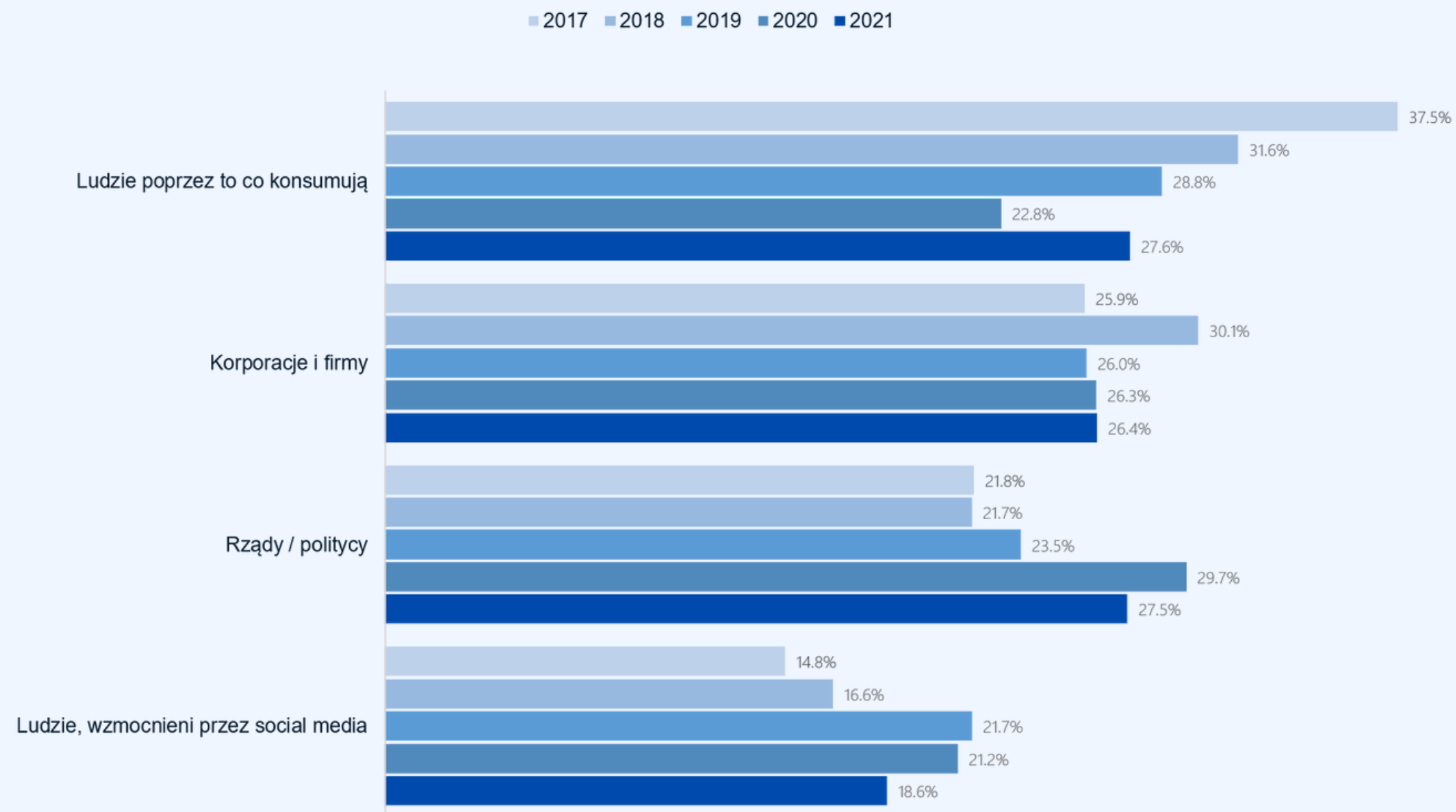
Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej



CSR, A KONSUMENTY



KTO TWOIM ZDANIEM BĘDZIE MIAŁ NAJWIĘKSZY WPŁYW NA ZMIANY NA ŚWIECIE?

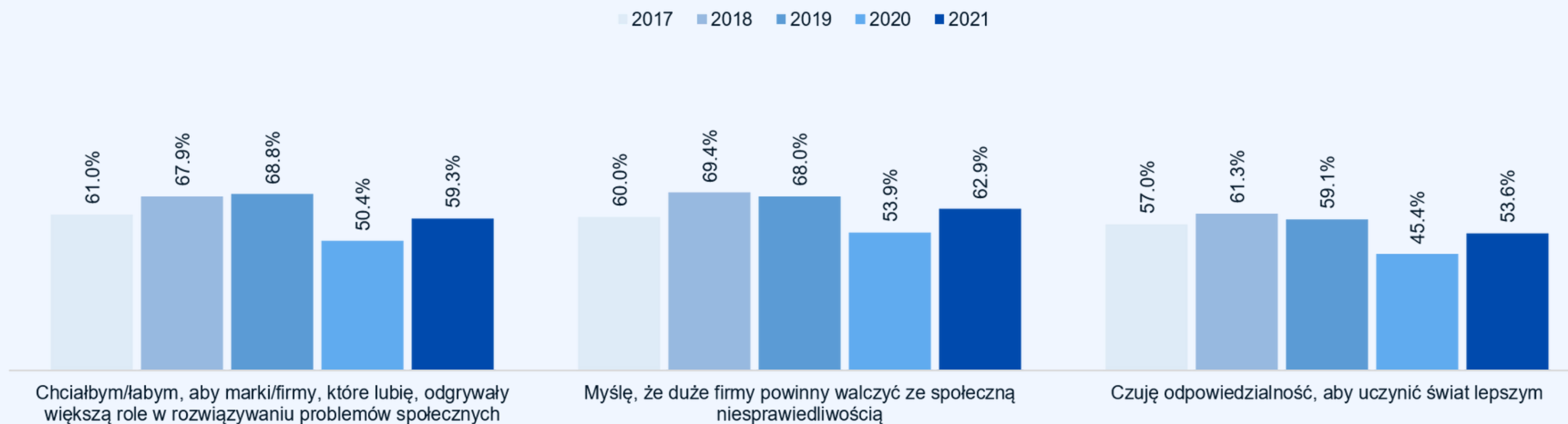


CSR, A KONSUMENTY



NA ILE ZGADZASZ SIĘ Z PONIŻSZYMI STWIERDZENIAMI...

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

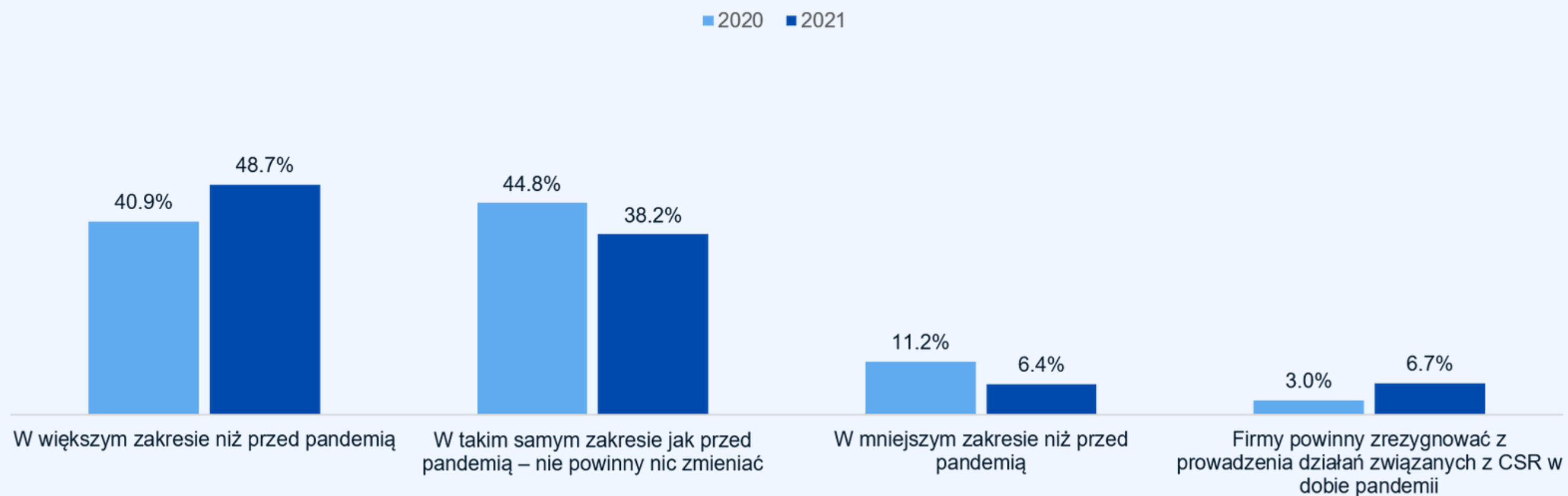


CSR, A KONSUMENTY



CZY TWOIM ZDANIEM, W DOBIE PANDEMII, FIRMY POWINNY PROWADZIĆ DZIAŁANIA ZWIĄZANE ZE SPOŁECZNĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ BIZNESU?

% RS, którzy znają pojęcie CSRu

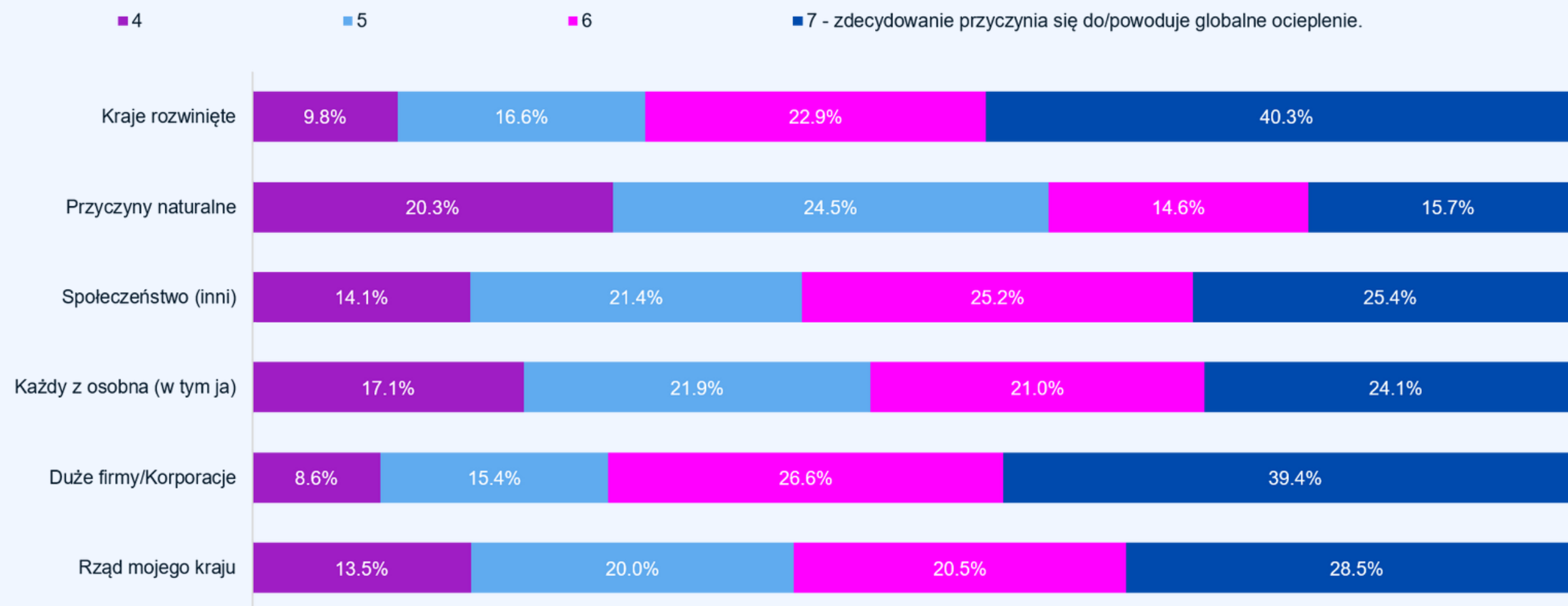


CSR, A KONSUMENTY



JAK MYŚLISZ, KTO JEST ODPOWIEDZIALNY ZA GLOBALNE OCIEPLENIE ORAZ ZMIANY KLIMATU NA ŚWIECIE?

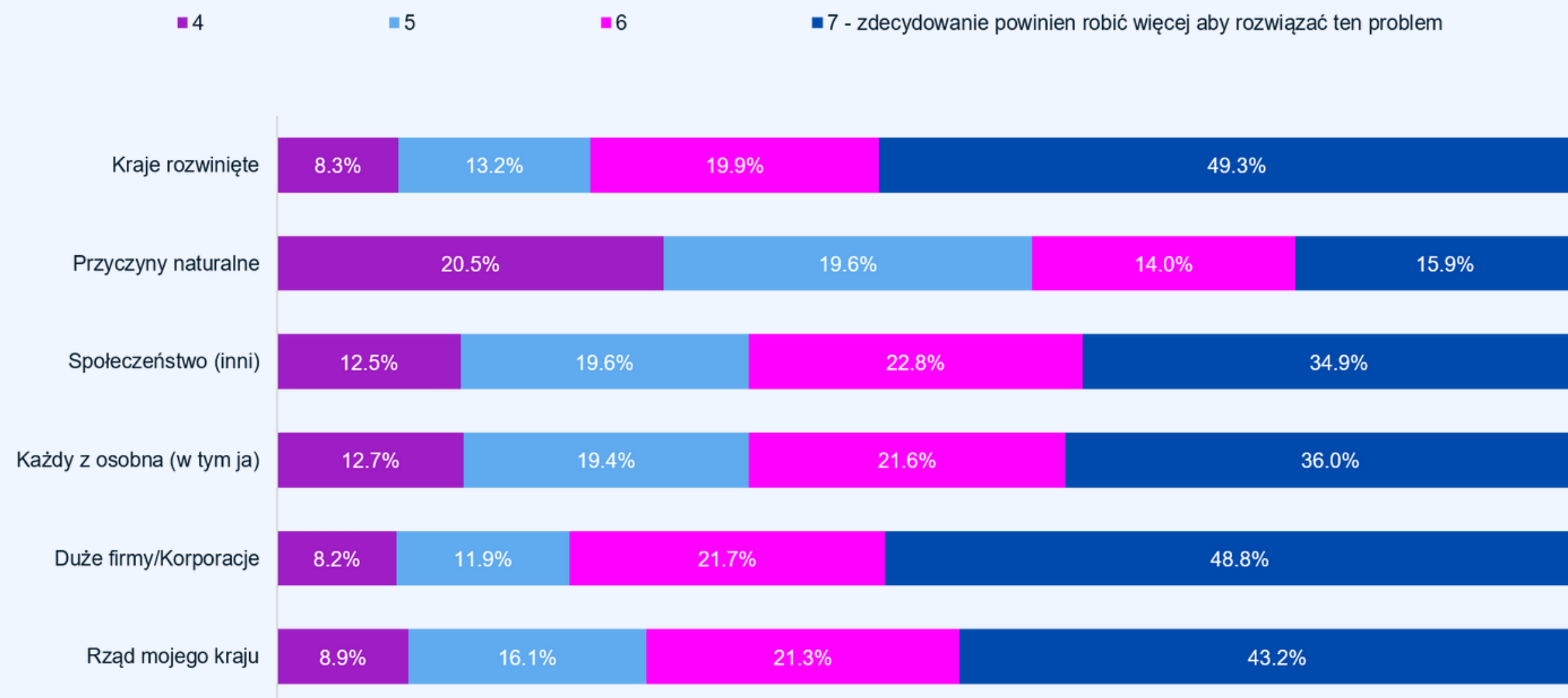
Pokazane odpowiedzi 4-7, w skali 1-7, gdzie 1 oznacza "zdecydowanie nie przyczynia się do/nie powoduje globalnego ocieplenia"



CSR, A KONSUMENTY



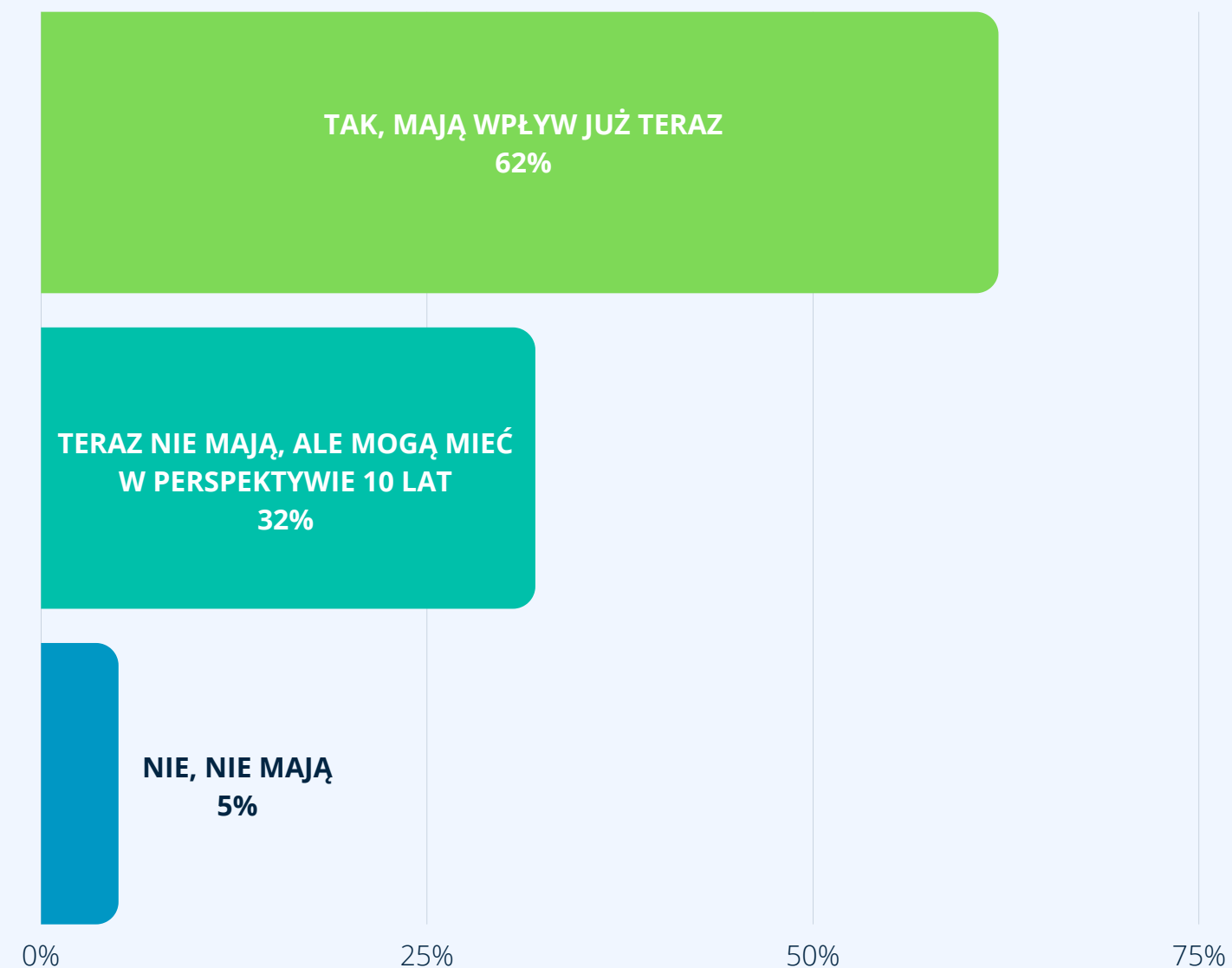
KTO POWINIEN ROBIĆ WIĘCEJ ABY ROZWIĄZAĆ PROBLEM GLOBALNEGO OCIEPLENIA I NEGATYWNYCH ZMIAN KLIMATU?
Pokazane odpowiedzi 4-7, w skali 1-7, gdzie 1 oznacza "zdecydowanie nie przyczynia się do/nie powoduje globalnego ocieplenia"



BIZNES WOBEC ZMIAN KLIMATU



CZY ZJAWISKA WYNIKAJĄCE ZE ZMIAN KLIMATU MAJĄ WPŁYW NA PAŃSTWA ORGANIZACJĘ?



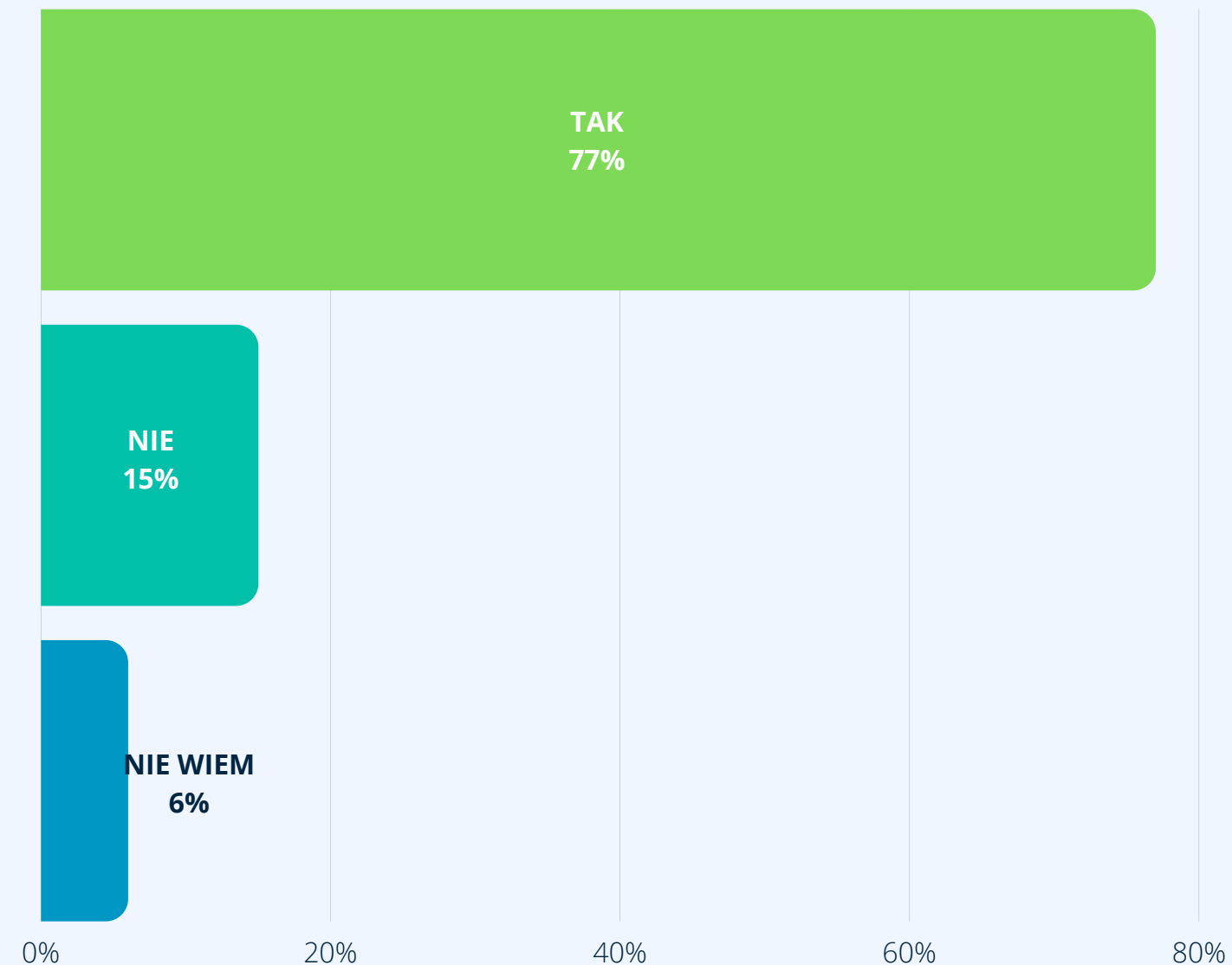
KTO POWINIEN ZAJĄĆ SIĘ WALKĄ ZE ZMIANAMI KLIMATU?



BIZNES WOBEC ZMIAN KLIMATU



CZY PAŃSTWA FIRMA PODEJMUJE DZIAŁANIA MAJĄCE NA CELU WALKĘ ZE ZMIANAMI KLIMATU?



JAKIE TO DZIAŁANIA?

Poprawa efektywności energetycznej w organizacji (energooszczędne oświetlenie, procedury oszczędzania energii, wymiana sprzętów na bardziej efektywne energetycznie, etc.)

2021

86%

Optimalizacja transportu (wymiana floty samochodowej, zmniejszenie częstotliwości podróży służbowych, zachęty do korzystania z transportu publicznego, etc.)

78%

Działania edukacyjne skierowane do klientów / pracowników / partnerów

75%

Zakup energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych

56%

Wdrażanie rozwiązań w obszarze gospodarki o obiegu zamkniętym

47%

Inwestycje infrastrukturalne mające na celu ograniczenie emisji gazów cieplarnianych (np. Modernizacja parku maszynowego)

38%

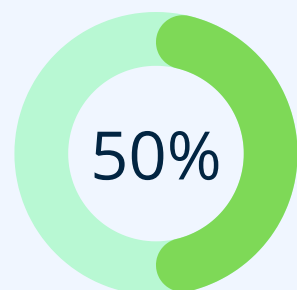
Inne: zrównoważone pozyskiwanie surowców i ich przetwarzanie; finansowanie zielonej energii

8%

BIZNES WOBEC ZMIAN KLIMATU

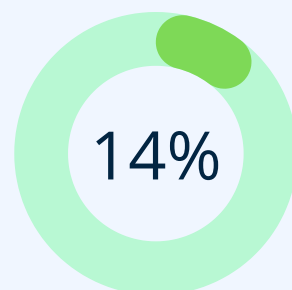
W KTÓRYM ROKU CHCĄ PAŃSTWO OSIĄGNAĆ NEUTRALNOŚĆ KLIMATYCZNĄ?

do 2030 włącznie



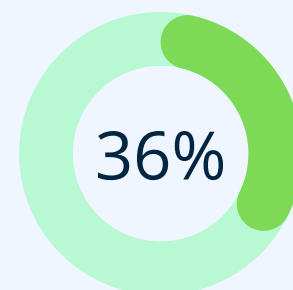
firm, które mają wyznaczone cele

2031 - 2040



firm, które mają wyznaczone cele

2041 - 2050



firm, które mają wyznaczone cele

43% BADANYCH FIRM LICZY ŚLAD WĘGLOWY ORGANIZACJI

59% MA WYZNACZONE CELE DOTYCZĄCE REDUKCJI ŚLADU WĘGLOWEGO NA POZIOMIE GLOBALNYM, A

30% RÓWNIEŻ LOKALNIE

Powodem do niepokoju jest **słabnący trend związany z zaangażowaniem zarządów i dyrekcji w kwestie strategii ESG/CSR w organizacji**. W wielu spółkach nadal nie analizuje się ich wpływu na klimat. Brakuje wiedzy i działań związanych z obliczaniem śladu węglowego oraz ustalenia wymiernych celów redukcyjnych GHG. Nie ulega wątpliwości, że w najbliższych latach zarządzanie oddziaływaniem na klimat będzie aspektem, który powinien być na liście najwyżej postawionych priorytetów nie tylko w działach ESG/CSR, czy też ochrony środowiska, ale także wśród najwyższego kierownictwa.

MIKOŁAJ POTOCKI, Manager
Działu Zrównoważonego Rozwoju,
Bureau Veritas Polska Sp. z o.o.



CSR W PRAKTYCE - BAROMETR FRANCUSKO-POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ

PARTNERZY BADANIA

