

6ÈME ÉDITION
DÉCEMBRE 2021

LA RSE EN PRATIQUE - BAROMÈTRE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANCE POLOGNE



LA RSE EN PRATIQUE - BAROMÈTRE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANCE POLOGNE

Pour la sixième fois maintenant, nous vous présentons le rapport *la RSE en pratique - Baromètre de la Chambre de Commerce et d'Industrie France Pologne*, qui montre

comment les entreprises en Pologne mettent en œuvre des activités de responsabilité sociétale. Je suis heureux qu'une fois de plus, un nombre record d'entités (près de 100) ait participé à l'enquête, car elle nous permet de retracer l'évolution des activités relevant de la RSE, ainsi que d'observer les tendances et les sujets qui intéressent le plus les entreprises.

L'édition de cette année a été élargie par des questions liées aux changements climatiques et à son impact sur les entreprises. On constate que c'est un domaine qui est très vite devenu une priorité pour de nombreuses entreprises. Quel que soit le secteur, le monde des affaires s'engage dans des activités de protection du climat, anticipant souvent dans ses plans les orientations proposées par le gouvernement ou la Commission européenne. L'ampleur du problème et ses graves conséquences, qui toucheront non seulement des régions particulières, mais des sociétés et des économies entières, exigent une action immédiate. Nous avons donc décidé de mener une analyse plus approfondie des menaces que les entrepreneurs perçoivent, ainsi que des mesures qu'ils prennent déjà.

Les résultats d'une enquête menée par HAVAS MEDIA GROUP POLSKA auprès d'un groupe de plus de 1000 consommateurs font également partie intégrante du rapport *RSE en pratique - baromètre de la CCIFP*. Grâce à celle-ci, nous pouvons voir comment les consommateurs perçoivent les questions liées au développement durable et si leur vision du monde coïncide avec les actions mises en place par les entreprises.

Je tiens à sincèrement remercier les entreprises qui ont participé à l'enquête, ainsi que tous les partenaires et patrons médias de ce projet. Je suis convaincu que notre enquête annuelle ne fait pas que montrer le niveau actuel de la RSE en Pologne, mais qu'elle aide aussi davantage d'entreprises à développer leurs activités de manière durable et responsable.

Mariusz Kielich
Responsable Communication et RP

93 entreprises ont participé à l'enquête.

Taille de l'organisation :
PME - 41%
Grande (plus de 250 employés) - 58%

Origine du capital :
Sociétés à capitaux français - 66%
Autres capitaux - 34%



PRINCIPALES CONCLUSIONS

— “

- Raisons les plus courantes pour lesquelles les entreprises s'engagent dans des activités de la RSE sont: **l'amélioration de leur image (72%) et une politique d'entreprise centralisée (60%).**
- Près de 2/3 des entreprises ont déjà une stratégie en matière de la RSE.
- Une entreprise sur cinq consacre plus de 100 000 PLN par an aux activités liées à la RSE.
- 37% des entreprises ne mesurent pas de résultats liés aux activités de la RSE.
- Entreprises entreprennent le plus souvent des **actions en faveur de leurs employés (88%),** et le moins souvent en faveur de leurs fournisseurs et partenaires (65%).
- **2/3 des consommateurs ne connaissent pas** le terme CSR

— “

- **45 % des consommateurs évitent d'acheter** des produits d'entreprises qui ont un impact négatif sur la société ou l'environnement. Avant la pandémie, 55 % des consommateurs déclaraient de même.
- Consommateurs accusent principalement les **pays développés et les grands groupes d'être** responsables du réchauffement et changement climatique. Parallèlement, ils attendent d'eux qu'ils prennent des mesures pour résoudre le problème.
- **2/3 des entreprises estiment que le changement climatique affecte déjà leur** organisation et 72% prennent des mesures pour lutter contre le réchauffement climatique.

QU'EST-CE QUI FAVORISE ET QU'EST-CE QUI NUIT AU DÉVELOPPEMENT DE LA RSE ?



QUELS FACTEURS ONT LE PLUS GRAND IMPACT SUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA RSE EN POLOGNE ?*

	2021	2020	2019
Attentes de la part du personnel/ des fournisseurs / clients / collectivités locales	62%	67%	71%
Partage de bonnes pratiques par les grandes entreprises ayant de l'expérience dans le domaine de la RSE	49%	63%	66%
Nécessité de s'adapter aux contraintes européennes, p.ex. de faire un reporting extra-financier	43%	41%	25%
Diffusion d'informations sur la RSE par les médias	38%	43%	54%
Diffusion d'informations sur la RSE par les organisations	31%	28%	46%
Introduction des solutions législatives facilitant le développement de la RSE	30%	25%	-
Lancement de projets de soutien au développement de la RSE en Pologne par le gouvernement et l'administration locale	15%	8%	-
Disponibilité de fonds européens / autres	13%	7%	7%

* Choix de trois réponses possible



QUELS FACTEURS FREINENT LE PLUS LE DÉVELOPPEMENT DE LA RSE EN POLOGNE ?*

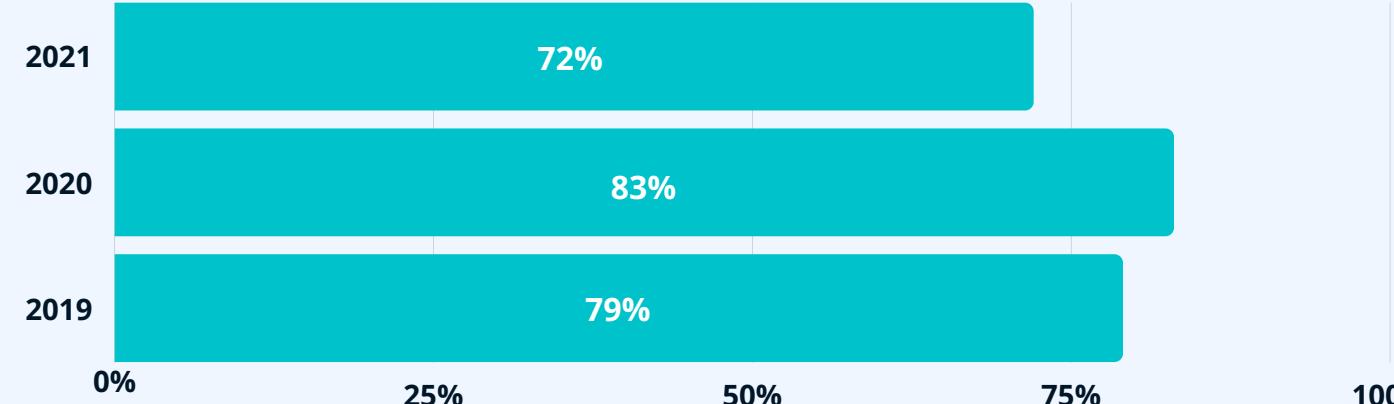
	2021	2020	2019
Budget de la société ne prévoit pas de fonds spéciaux dédiés à la RSE	58%	56%	63%
Connaissance insuffisante de la RSE	57%	51%	64%
Pas d'implication et de compréhension de la part du personnel/ des fournisseurs / clients / collectivités locales	43%	45%	45%
Il n'y a pas de personnes / de service en charge de la RSE	42%	41%	48%
Directoire se montrent réticents envers l'efficacité des actions RSE	38%	44%	39%
Régulations	16%	16%	4%
Autres : action insuffisante de l'État ; législation / infrastructure inadaptée ; énergie basée sur le charbon ; COVID	5%	-	-

* Choix de trois réponses possible

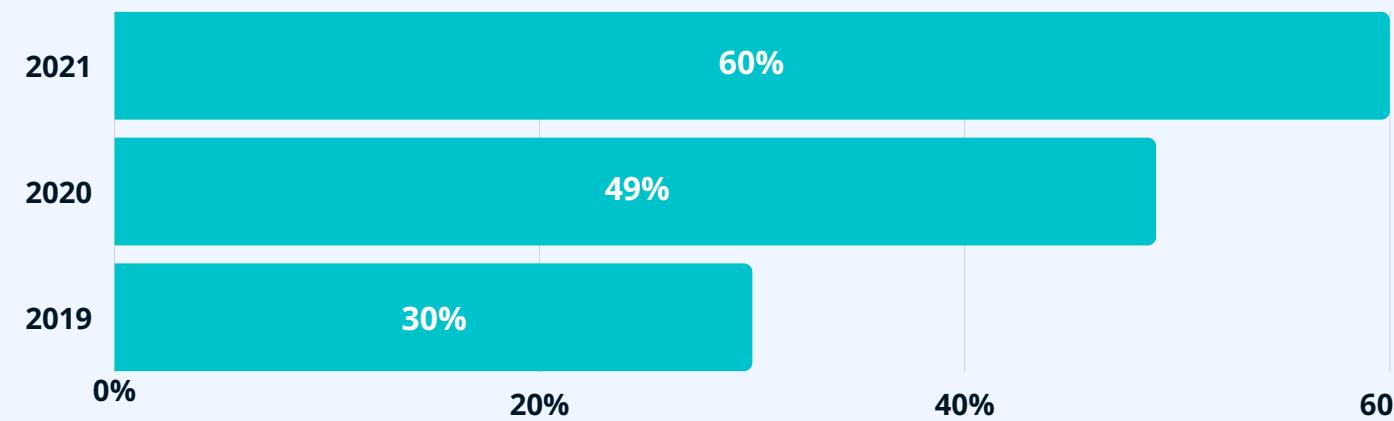
QUELLES SONT LES PRINCIPALES RAISONS POUR LESQUELLES LES ENTREPRISES DÉCIDENT DE METTRE EN PLACE DES ACTIONS RSE ?

— “

Pour renforcer l'image de l'organisation



Politique centralisée au niveau international pour l'ensemble du groupe



— “

Besoin de gérer l'entreprise de manière durable, dans le respect de l'environnement et de la société

Pour gagner la confiance et l'implication des clients

Pour gagner la confiance et l'implication des clients

Pour améliorer les relations avec la communauté locale

Pour prendre l'avantage sur les compétiteurs

Pression et / ou contraintes externes (clients /fournisseurs / partenaires commerciaux)

2021 2020 2019

52% 48% 52%

45% 47% 32%

41% 37% 43%

35% 20% 20%

30% 21% 18%

25% 29% 16%

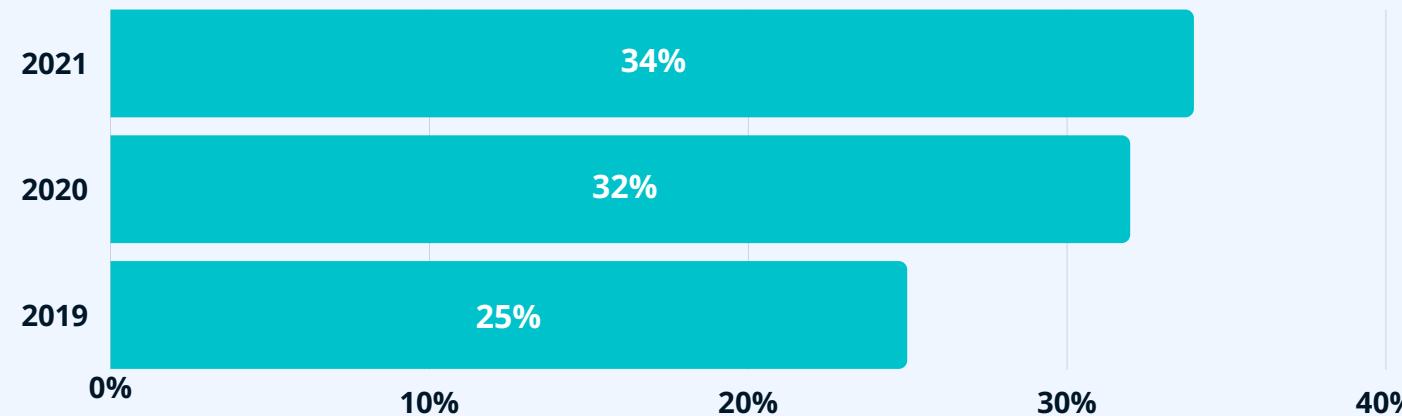
QUEL EST LE NIVEAU DE CONNAISSANCE EN MATIÈRE DE RSE PARMI LES CONSOMMATEURS POLONAIS ?

“

Ils ne connaissent pas la notion de RSE, mais ils remarquent
les actions responsables des entreprises et font plus confiance
à la société

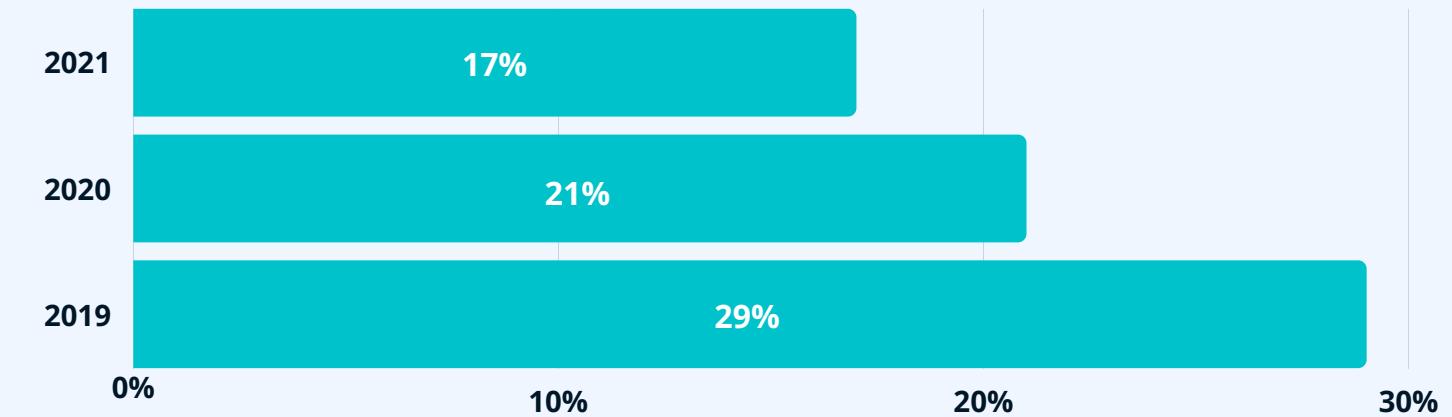


Ils savent ce qu'est la RSE mais cela n'est pas important pour eux lors du choix du produit / du service

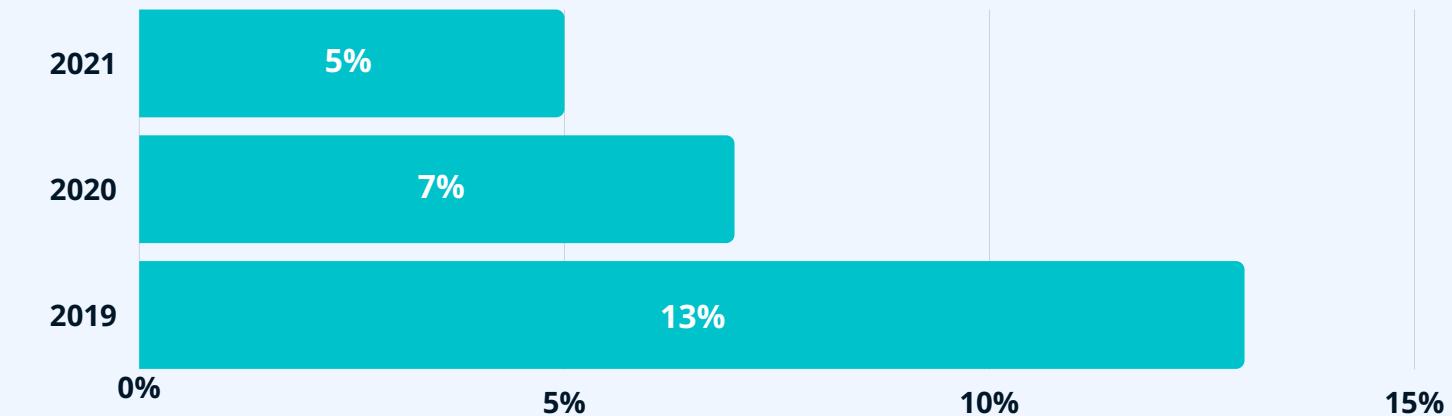


“

Ils ne connaissent pas la notion de RSE et leurs critères de choix du produit / du service sont motivés par d'autres facteurs



Ils savent ce qu'est la RSE et cela constitue pour eux un facteur important lors du choix du produit / du service



GESTION DE LA RSE DANS LES ENTREPRISES

“

VOTRE SOCIÉTÉ DISPOSE-T-ELLE D'UNE STRATÉGIE RSE ?

	2021	2020	2019
Il existe une stratégie RSE à long terme	45%	41%	36%
Il n'y a pas de stratégie RSE, les actions sont menées au cas par cas en réponse aux besoins et possibilités de l'entreprise	33%	40%	46%
Il existe un plan des actions RSE	19%	13%	16%
Sans réponse / autres	2%	-	-

“

EST-CE QUE LA DIRECTION / LE BUREAU DE L'ENTREPRISE EST IMPLIQUÉ DANS LA CREATION DE LA STRATEGIE RSE ?

	2021	2020	2019
Oui	73%	80%	82%
Non	16%	15%	18%
Sans réponse	11%	5%	-

La RSE devient de plus en plus un domaine géré consciemment. La tendance est positive en ce qui concerne la mise en œuvre de

stratégies à long terme (de 36% en 2019 à 45% cette année) et le reporting (déjà plus de 63% des répondants émettent des rapports, en 2019 ils étaient 45%). Le marché polonais ressent le « boom ESG », stimulé non seulement par les entreprises mondiales, mais surtout par les réglementations européennes. Les entreprises organisent et fixent des orientations pour leurs activités sociales et environnementales, et informent leurs parties prenantes sur les performances non financières.

PAULINA KOSZEWSKA, Coordinatrice RSE, PwC Polska

LA RSE EN PRATIQUE - BAROMÈTRE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANCE POLOGNE



GESTION DE LA RSE DANS LES ENTREPRISES

“

AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE, QUI EST RESPONSABLE DE LA MISE EN ŒUVRE DES ACTIONS RSE ?

	2021	2020	2019
Directoire / Direction	56%	57%	46%
Département RP	28%	27%	16%
Département RH	33%	27%	20%
Département Marketing	29%	25%	18%
Un tel déparement n'existe pas	13%	24%	20%
Département RSE	25%	17%	30%
Fondation d'entreprise	11%	13%	11%
Autres : tous les départements / employés ; sécurité ; environnement ; technique ; compliance	13%	-	-

“

COMMENT VOTRE SOCIÉTÉ FINANCE LES ACTIVITÉS RSE ?

	2021	2020	2019
Entreprise affecte un budget global à l'ensemble des activités marketing, RP et RSE	32%	29%	11%
Fonds sont attribués au cas par cas, en fonction des besoins	29%	32%	34%
Entreprise affecte un budget à part aux activités RSE	18%	27%	27%
Il n'y a pas de budget	6%	11%	21%
Autres	4%	1%	5%

GESTION DE LA RSE DANS LES ENTREPRISES

— “

QUEL EST LE BUDGET ANNUEL RSE DE VOTRE SOCIÉTÉ ?

	2021	2020	2019
De 10 000 à 100 000 PLN	34%	24%	29%
Non communiqué	30%	39%	41%
De 100 000 à 1 000 000 PLN	17%	12%	14%
Jusqu'à 10 000 PLN	14%	16%	9%
Plus de 1 000 000 PLN	4%	9%	7%

— “

EST-CE QUE VOTRE SOCIÉTÉ A RÉALISÉ DES PROFITS GRÂCE AUX ACTIONS RSE ?

	2021	2020	2019
Entreprise constate des résultats autres que financiers	38%	44%	29%
Entreprise ne mesure pas les résultats liés aux actions RSE	37%	28%	39%
Difficile à évaluer	35%	41%	36%
Entreprise constate des résultats financiers mesurables liés aux actions RSE	12%	4%	16%
Entreprise n'a constaté aucun résultat	4%	1%	4%

GESTION DE LA RSE DANS LES ENTREPRISES

— “

EST-CE QUE VOTRE SOCIÉTÉ FAIT UN REPORTING SUR LES ACTIVITÉS RSE ET SI OUI, DE QUELLE MANIÈRE ?

	2021	2020	2019
Entreprise fait un reporting selon son propre standard interne, p.ex. élaboré au siège de l'entreprise	34%	31%	25%
Entreprise fait un reporting RSE conformément à l'un des standards/à l'une des normes certifiées, p.ex. GRI , en effectuant en plus un audit externe	18%	13%	13%
Entreprise ne fait pas de reporting, elle n'en a pas besoin	18%	27%	34%
Entreprise ne fait pas de reporting, mais elle a l'intention de le faire prochainement	12%	5%	14%
Entreprise fait un reporting RSE conformément à l'un des standards/à l'une des normes certifiées; elle n'effectue pas d'audit	11%	9%	7%
Entreprise ne fait pas de reporting, elle n'en a pas la possibilité	6%	13%	7%

— “

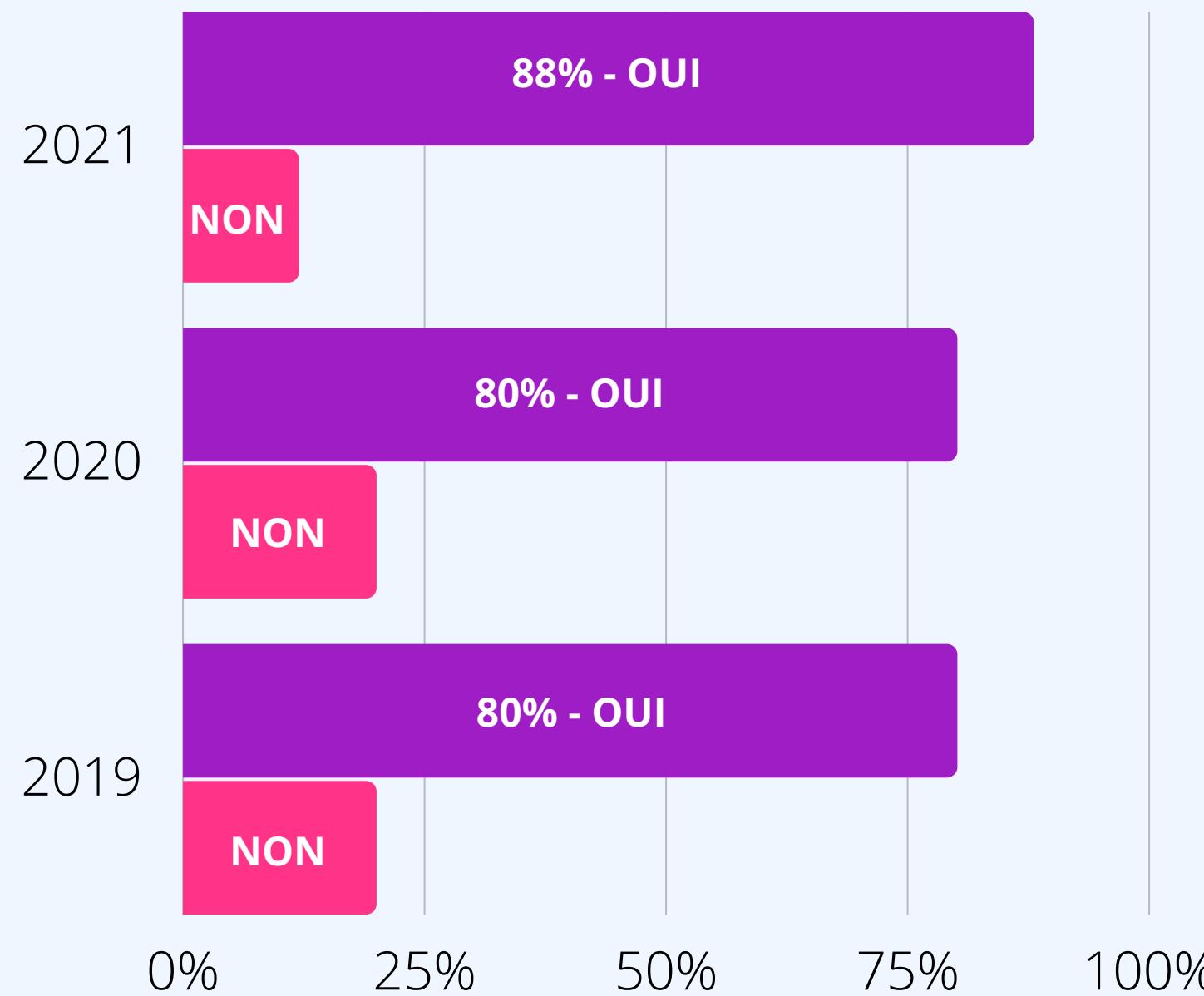
COMMENT VOTRE SOCIÉTÉ COMMUNIQUE SES ACTIVITÉS RSE ?

	2021	2020	2019
Médias sociaux	71%	65%	57%
Communication interne : intranet, magazine de l'entreprise, etc	70%	60%	65%
Site Internet de l'entreprise	68%	71%	55%
Médias (presse, tv, radio, Internet)	48%	49%	50%
Réunions / conférences / salons	33%	37%	36%
Newsletter	29%	37%	30%
Publication du Rapport RSE et sa distribution parmi les parties prenantes	29%	21%	27%
Nous ne communiquons pas	14%	16%	18%

ACTIVITÉS D'ENTREPRISES - EMPLOYÉS

— “

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE-T-ELLE ACTUELLEMENT DES ACTIONS RSE POUR SES CLIENTS ?



Non seulement les activités sur le lieu de travail connaissent une croissance rapide, mais elles restent la forme la plus populaire d'activité de RSE.

88 % des répondants ont admis qu'ils mettent en œuvre des initiatives destinées aux

employés. C'est 8% de plus qu'il y a un an, et plus souvent que les bonnes pratiques dont les destinataires sont d'autres clients ou des communautés locales. L'organisation d'un lieu de travail convivial et responsable comporte bien entendu de nombreux facteurs. La clé, cependant,

reste les valeurs de l'organisation et la cohérence entre celles-ci et la réalité.

MARZENA STRZELCZAK,
Présidente, Directrice Générale,
Forum du Business Responsable



ACTIVITÉS D'ENTREPRISES - EMPLOYÉS

“

QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES EMPLOYÉS ?

	2021	2020	2019
Prestations sociales additionnelles pour les employés	93%	90%	87%
Souci du développement du personnel	88%	88%	82%
Mise en place d'un code d'éthique et possibilité pour les employés de signaler les violations des principes de ce code	80%	80%	71%
Mise en place d'outils de communication interne	78%	77%	76%
Politique de diversité	74%	72%	62%
Étude de satisfaction des employés	73%	62%	71%
Facilités permettant de concilier le travail et la vie personnelle	72%	68%	67%
Volontariat d'entreprise	40%	47%	49%

La question du volontariat d'entreprise mérite attention et réflexion. Il semblerait que cette forme d'engagement soit déjà une norme dans nos entreprises, et pourtant en regardant les résultats des trois dernières années, une tendance **négative se dessine (de 49% en 2019 à 40% cette**

année). Cela peut être dû à la situation pandémique - télétravail, procédures de sécurité dans les entreprises et les ONG. D'autant plus nous devons, dans un avenir proche, rechercher l'espace et les opportunités pour d'autres formes, y compris numériques, d'engagement de nos employés dans le volontariat.

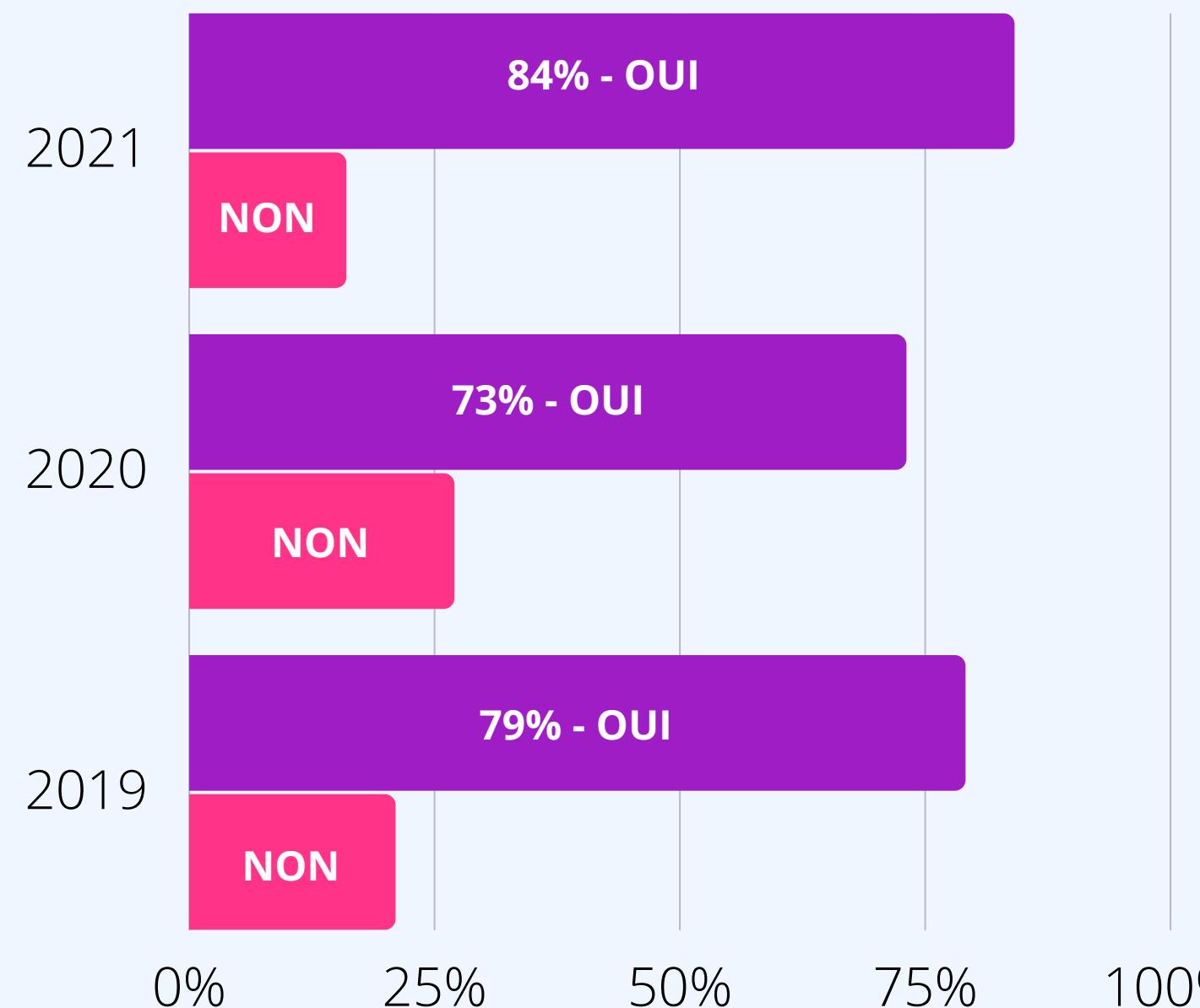
PAULINA KOSZEWSKA,
Coordinatrice RSE, PwC Polska



ACTIVITÉS D'ENTREPRISES - COLLECTIVITÉS LOCALES ET ENVIRONNEMENT

— “

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE-T-ELLE ACTUELLEMENT DES ACTIONS RSE EN FAVEUR DES COLLECTIVITÉS LOCALES ET DE L'ENVIRONNEMENT ?



— “

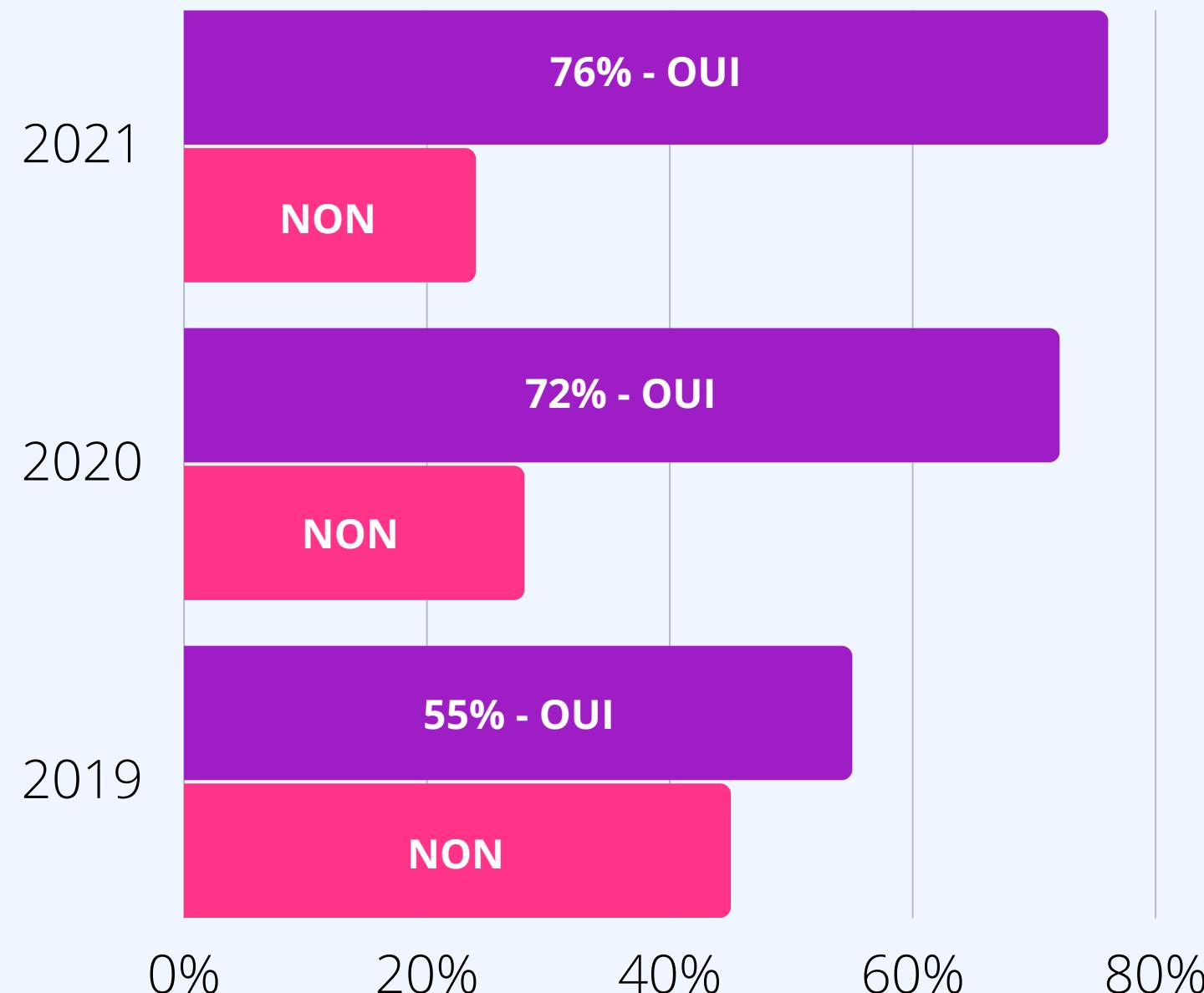
QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR LES COLLECTIVITÉS LOCALES ?

	2021	2020	2019
Réduction de la consommation de matières premières	82%	83%	82%
Actions en faveur de la lutte contre le changement climatique	67%	62%	50%
Implication financière et matérielle pour les organisations, écoles, fondations	64%	70%	84%
Animation de campagnes d'information et d'éducation - partager le savoir-faire, apporter un soutien éducatif aux organisations	64%	68%	73%
Implication dans le développement économique de la région (embauches de collaborateurs locaux, achats chez des fournisseurs locaux, coopération avec des écoles supérieures locales, coopération avec les autorités locales)	56%	57%	59%
Actions en faveur de la biodiversité	36%	25%	25%
Animation du dialogue avec la collectivité pour connaître ses opinions et besoins	25%	30%	41%

ACTIVITÉS D'ENTREPRISES - CLIENTS



VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE-T-ELLE ACTUELLEMENT DES ACTIONS RSE POUR SES CLIENTS ?



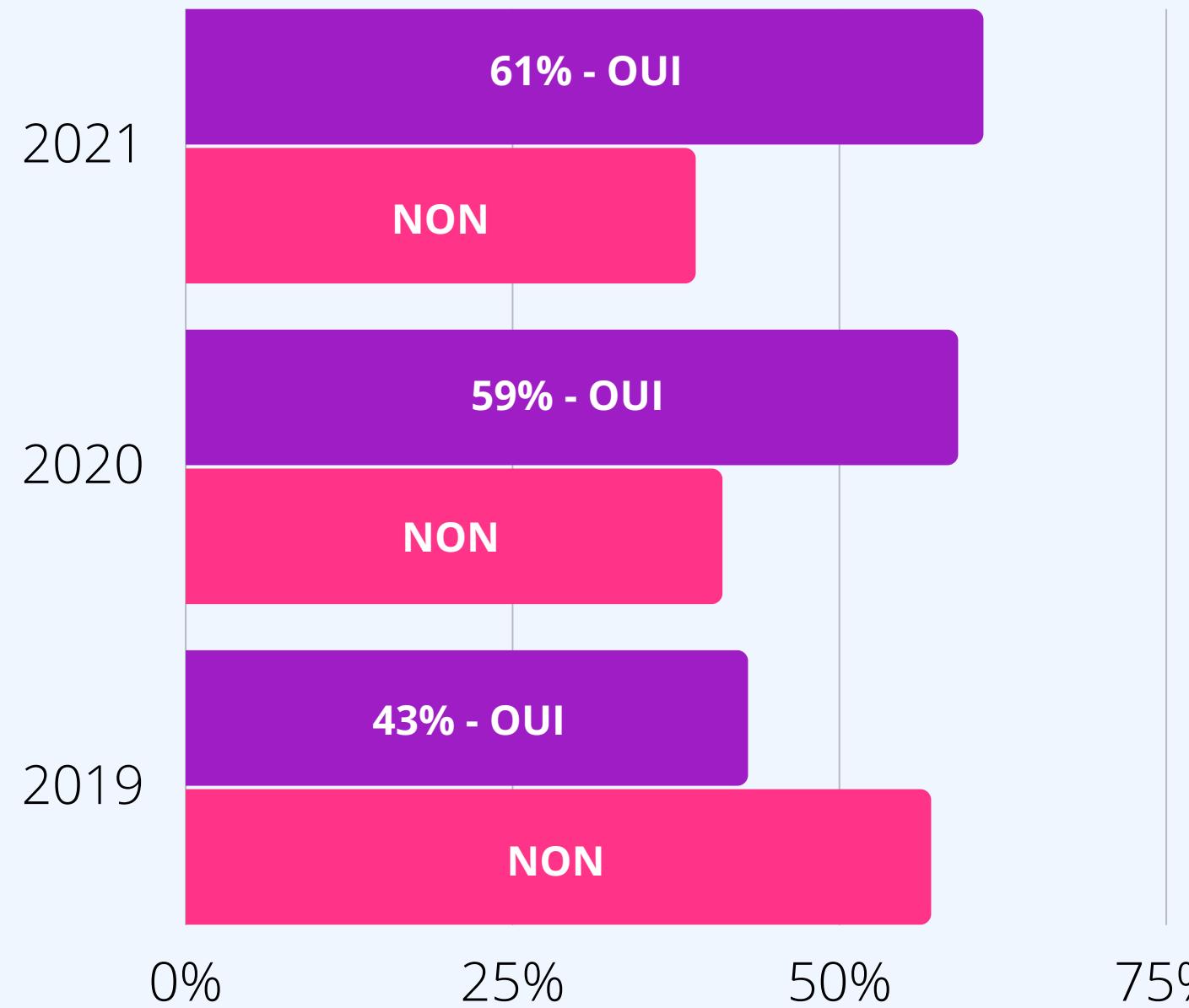
QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES CLIENTS ?

	2021	2020	2019
Communication avec les clients à l'aide de différents canaux (Internet, médias, réunions, évènements)	77%	74%	74%
Transparence - fournir des informations exactes sur l'activité de l'entreprise	75%	65%	77%
Organiser des campagnes sociales, écologiques et éducatives pour les clients	61%	80%	52%
Implémentation de systèmes facilitant le service client	56%	46%	48%
Études de satisfaction des clients	49%	54%	35%
Procédures simplifiées de réclamations / retours des produits	41%	24%	23%
Adaptation de l'offre / point de vente aux différents groupes défavorisés, p.ex. personnes handicapées ou en situation de précarité	31%	20%	19%

ACTIVITÉS D'ENTREPRISES - FOURNISSEURS / PARTENAIRES EN AFFAIRES

— “

VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE-T-ELLE ACTUELLEMENT DES ACTIONS RSE POUR SES FOURNISSEURS / PARTENAIRES EN AFFAIRES ?



— “

QUELLES SONT LES ACTIONS QUE VOTRE SOCIÉTÉ RÉALISE POUR SES FOURNISSEURS / PARTENAIRES EN AFFAIRES ?

	2021	2020	2019
Mise en œuvre de critères / codes éthiques de coopération	65%	66%	88%
Maintenance de communication active avec les fournisseurs / partenaires (p.ex. rencontres individuelles, études de satisfaction, séances de dialogue)	59%	61%	63%
Animation d'actions éducatives / de formations destinées aux fournisseurs / partenaires	41%	48%	50%
Mise en œuvre du système d'évaluation / audit du bon respect des procédures de coopération	43%	41%	25%



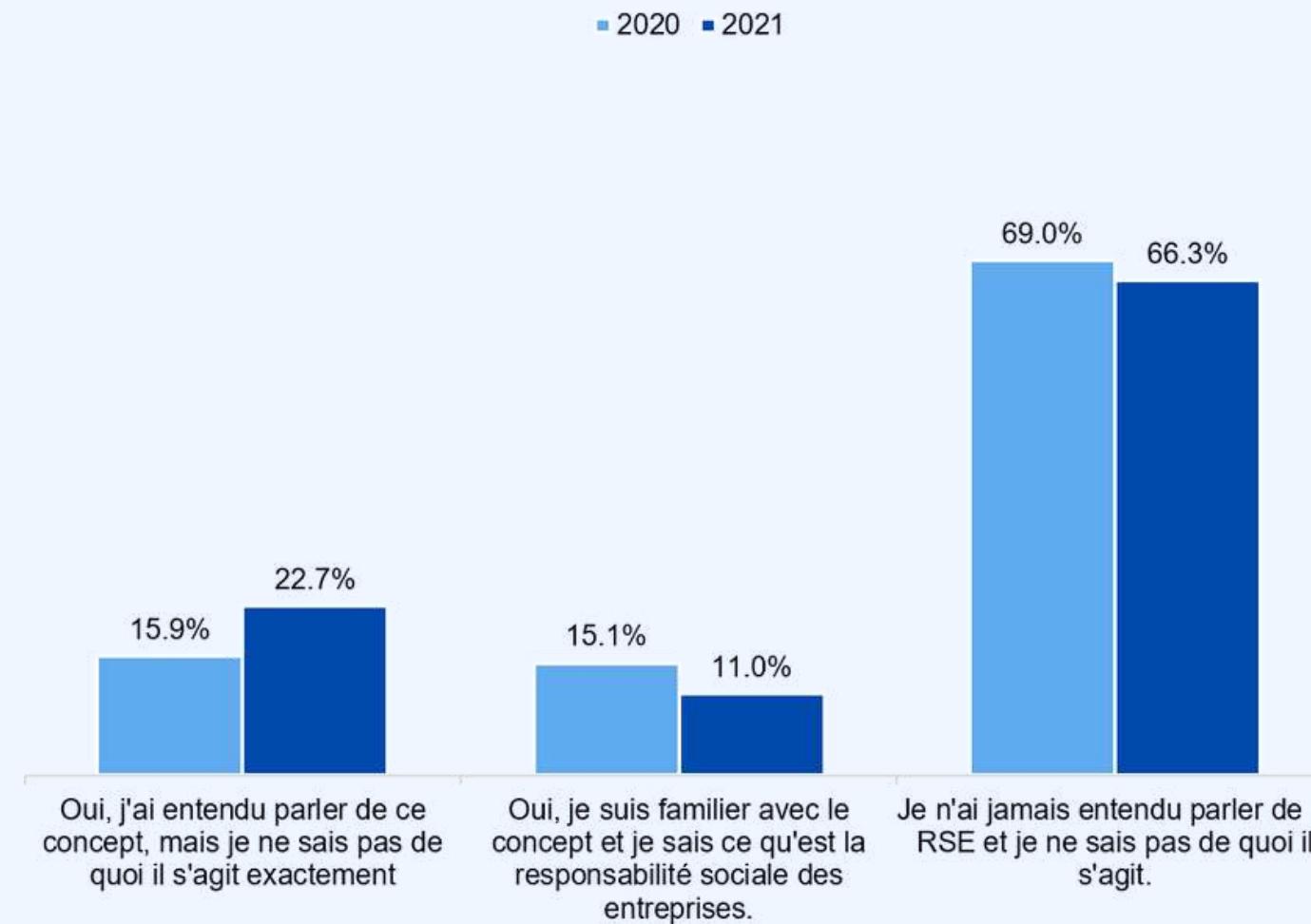
RSE ET LES CONSOMMATEURS

- Les résultats de l'enquête de l'année dernière sur la sensibilisation et les attentes des consommateurs concernant les activités de RSE en Pologne étaient différents de ceux des années précédentes. L'enquête de l'année dernière a été menée au plus fort passage de la deuxième vague de la pandémie du COVID-19. Cette période a également été le moment où nous avons eu un premier aperçu de ce à quoi une épidémie de coronavirus pourrait réellement ressembler. Cette année nous pouvons observer un net rebond des performances et un intérêt accru des consommateurs pour les sujets environnementaux. Ils n'ont pas encore retrouvé les niveaux atteints en 2017 - 2019, mais nous pouvons constater un moindre impact de la pandémie sur les réponses reçues.
- Cette année, outre les indicateurs standard, l'attitude des consommateurs vis-à-vis du changement climatique et le rôle joué par les entreprises et les sociétés ont également été analysés. Les consommateurs accusent surtout les pays développés et les grandes entreprises et sociétés d'être responsables du réchauffement de la planète et du changement climatique. Dans une moindre mesure, ils pointent du doigt la société elle-même ou eux-mêmes. Et dans la moindre mesure encore, ils accusent les causes naturelles. Les consommateurs attendent également des pays et des entreprises développés qu'ils soient les plus engagés dans la lutte contre le changement climatique et les effets du réchauffement de la planète. Les consommateurs eux-mêmes sont également prêts à soutenir les marques qui prennent de telles mesures : près de la moitié des personnes interrogées seraient prêtes à acheter des produits de marques qui luttent contre le changement climatique, et près d'un quart seraient prêtes à payer davantage pour des produits de ces marques.

RSE ET LES CONSOMMATEURS

— “

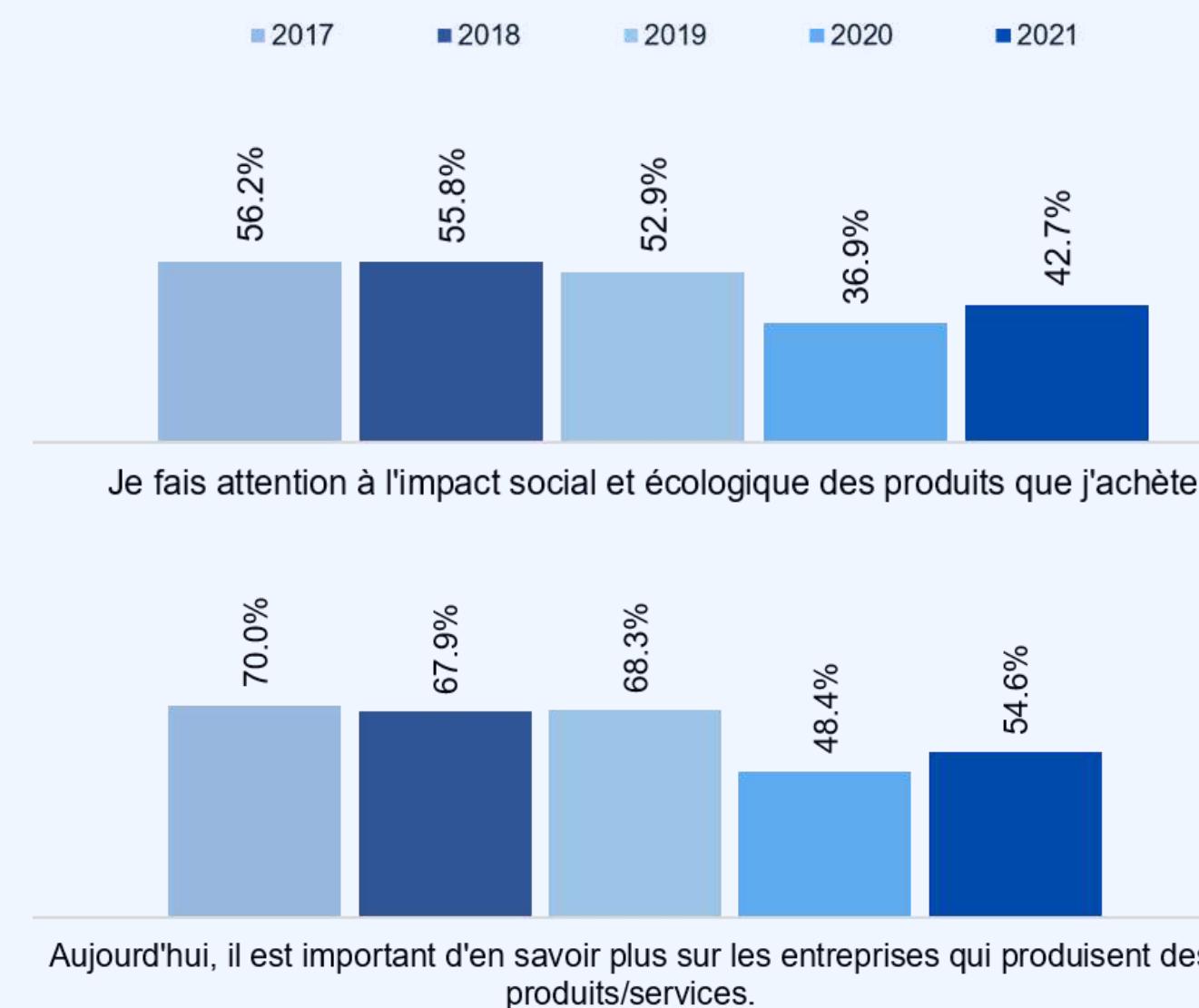
AVEZ-VOUS DÉJÀ RENCONTRÉ LE CONCEPT DE RSE - LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES ?



— “

DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS D'ACCORD AVEC LES DÉCLARATIONS SUIVANTES...

Somme des notes 4 et 5 sur une échelle de 5 points

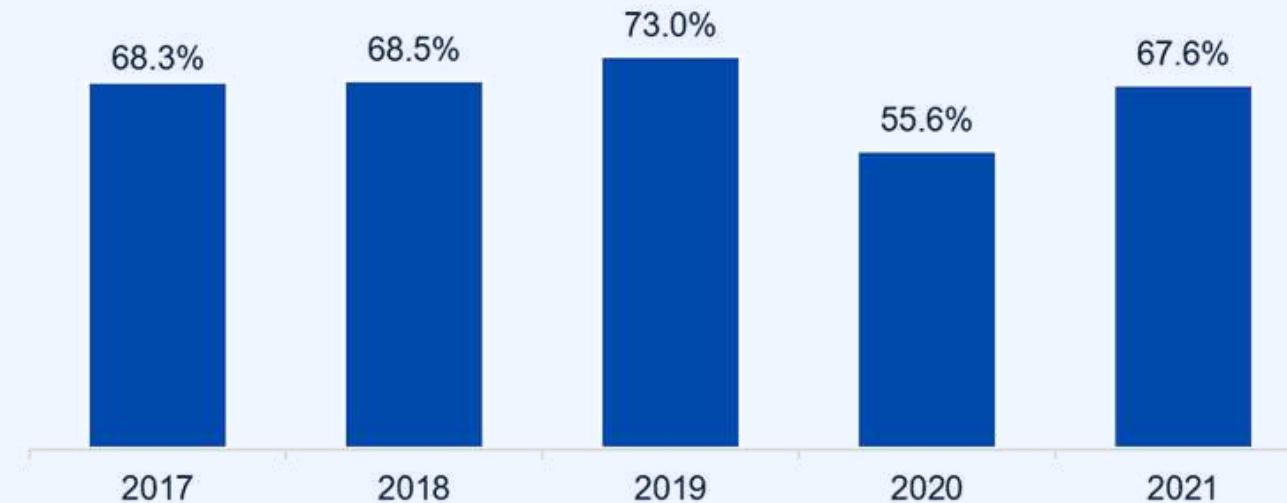


RSE ET LES CONSOMMATEURS

— “

**LES ENTREPRISES ONT L'OBLIGATION ÉTHIQUE D'AGIR
SANS NUIRE À L'ENVIRONNEMENT**

Somme des notes 4 et 5 sur une échelle de 5 points



— “

**J'ÉVITE D'ACHETER DES PRODUITS D'ENTREPRISES QUI ONT
UN IMPACT NÉGATIF SUR LA SOCIÉTÉ OU
L'ENVIRONNEMENT**

Somme des notes 4 et 5 sur une échelle de 5 points

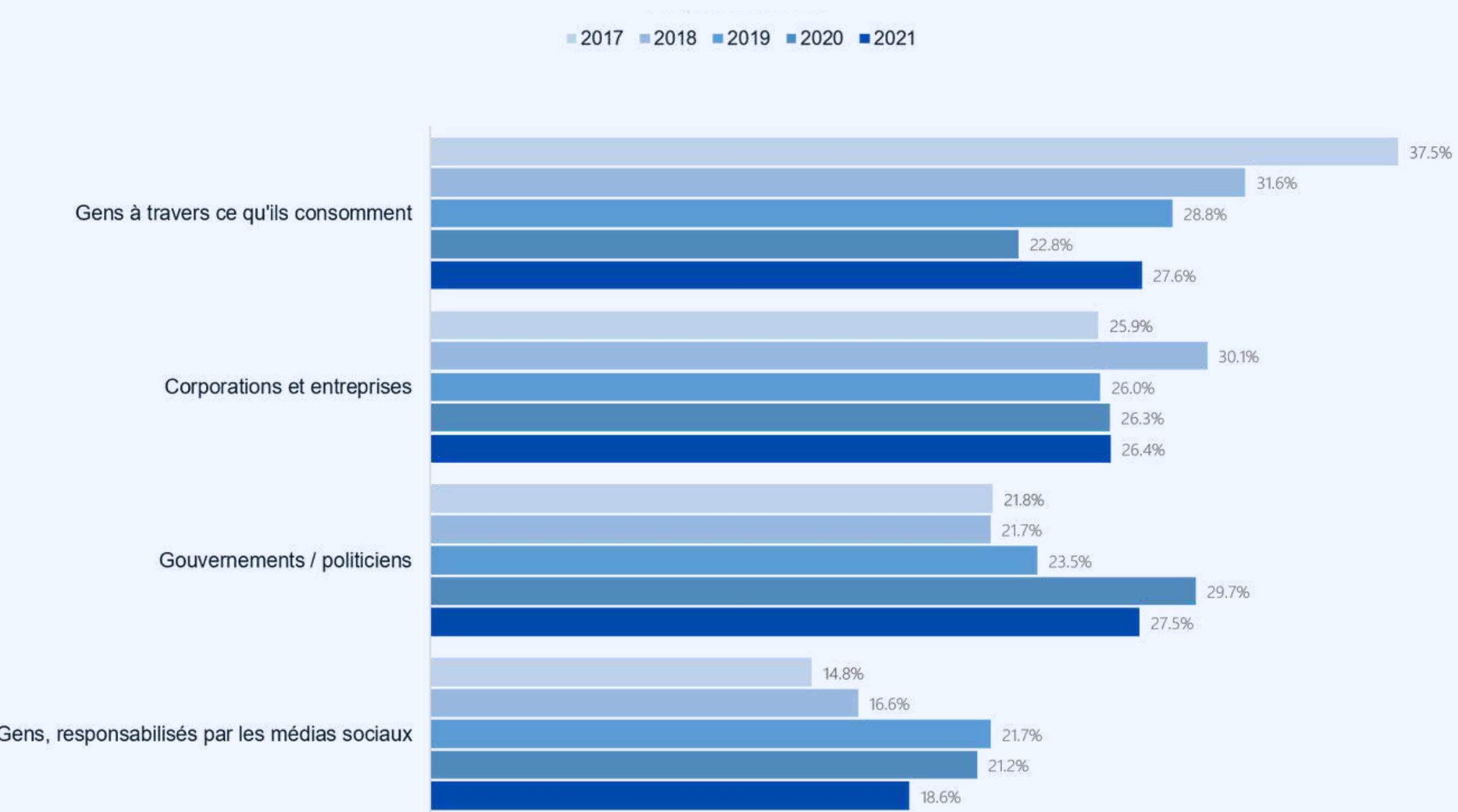


RSE ET LES CONSOMMATEURS

— “ —

— “ —

QUI, SELON VOUS, AURA LE PLUS GRAND IMPACT POUR LES CHANGEMENTS DANS LE MONDE ?



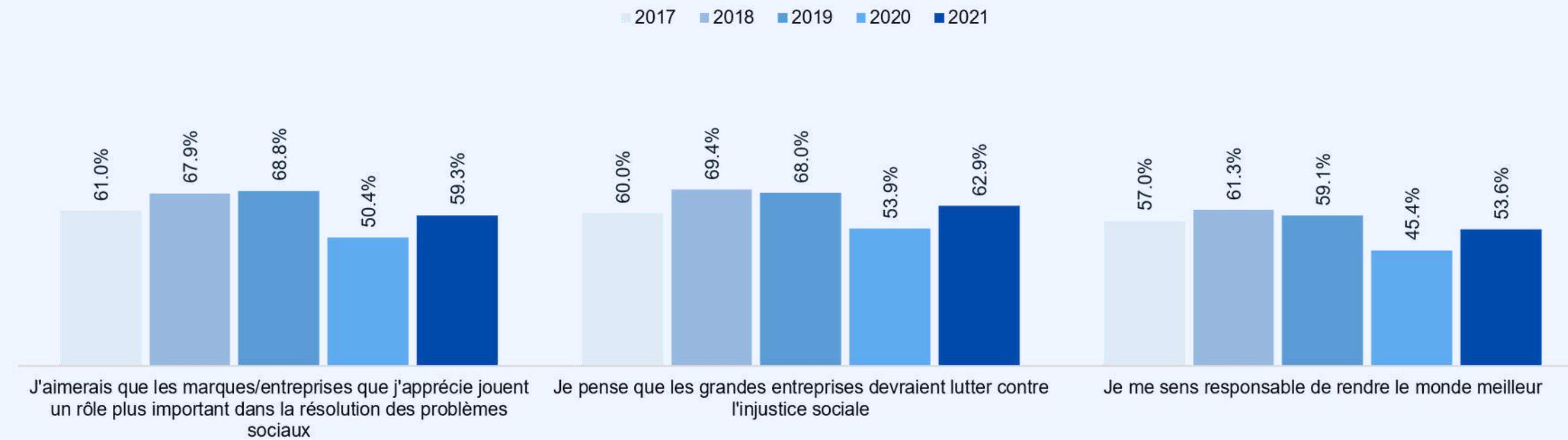
RSE ET LES CONSOMMATEURS

“

“

DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS D'ACCORD AVEC LES DÉCLARATIONS SUIVANTES...

Somme des notes 4 et 5 sur une échelle de 5 points

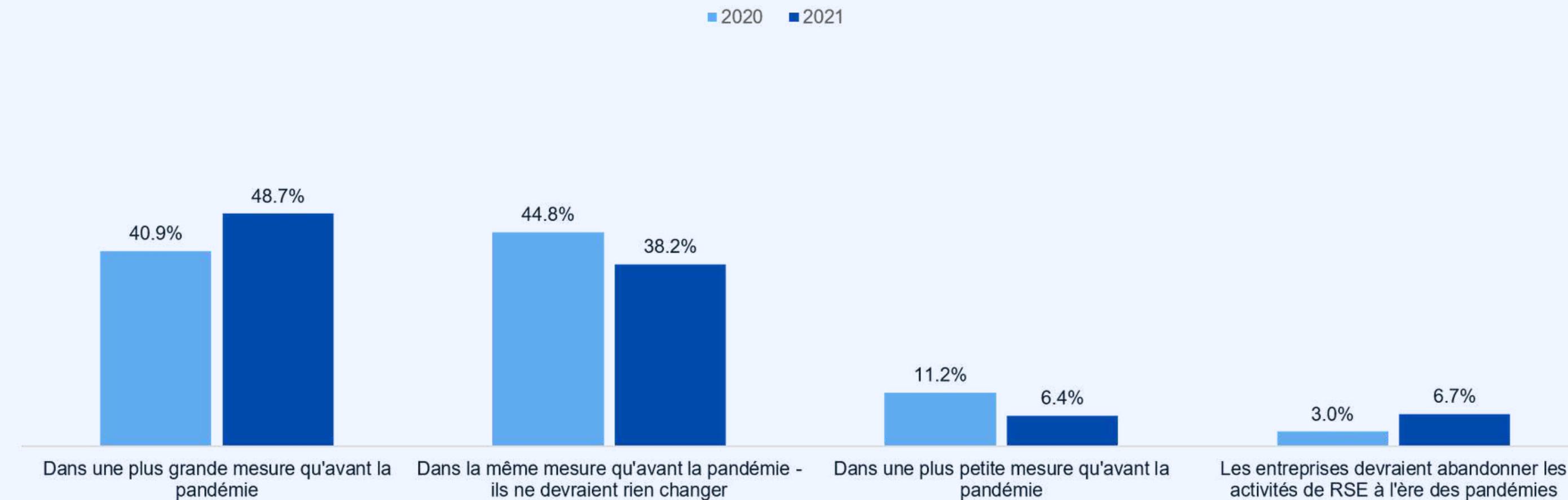


RSE ET LES CONSOMMATEURS

— “

— “

À VOTRE AVIS, À L'ÈRE DES PANDÉMIES, LES ENTREPRISES DOIVENT-ELLES MENER DES ACTIVITÉS DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ?
% des répondants qui connaissent le terme RSE

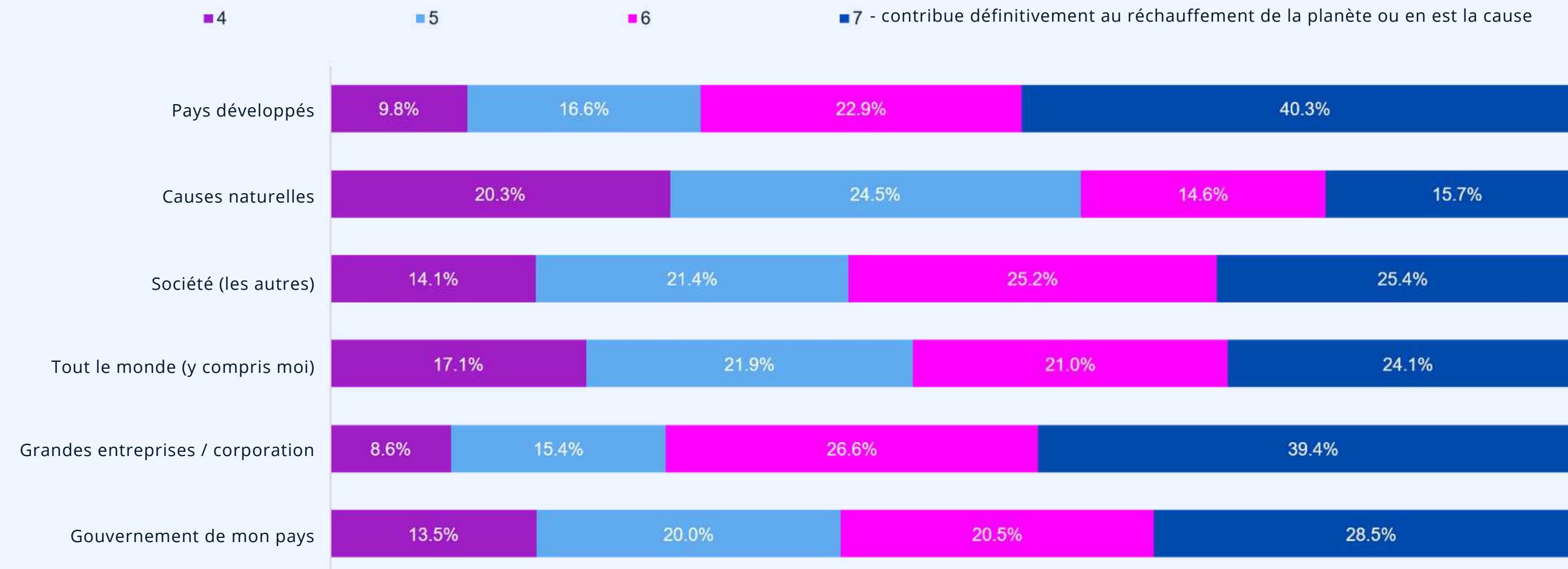


RSE ET LES CONSOMMATEURS

— “ — — “ —

SELON VOUS, QUI EST RESPONSABLE DU RÉCHAUFFEMENT ET DU CHANGEMENT CLIMATIQUE DANS LE MONDE ?

Réponses indiquées de 4 à 7, sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « ne contribue certainement pas au réchauffement climatique »

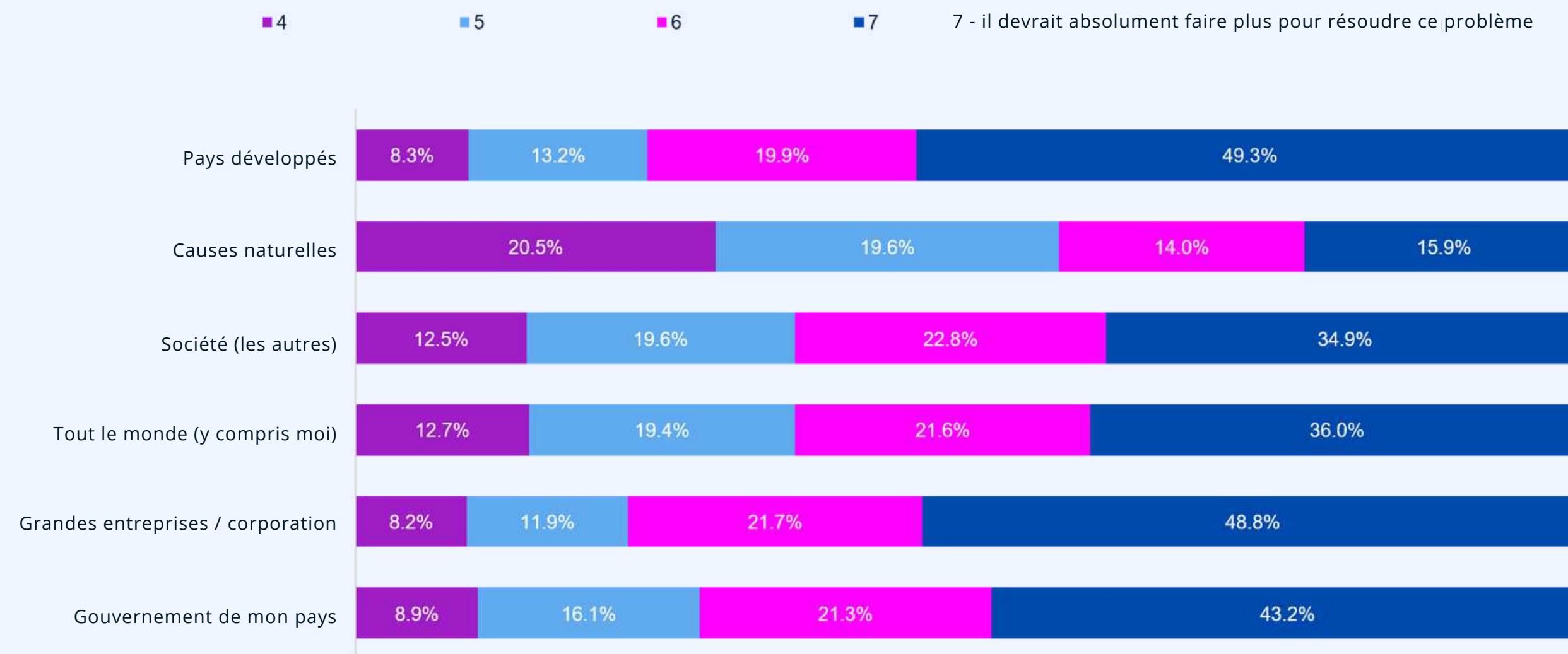


RSE ET LES CONSOMMATEURS

— “ — — “ —

QUI DEVRAIT AGIR DAVANTAGE POUR LUTTER CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT DE LA PLANÈTE ET LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES NÉGATIFS ?

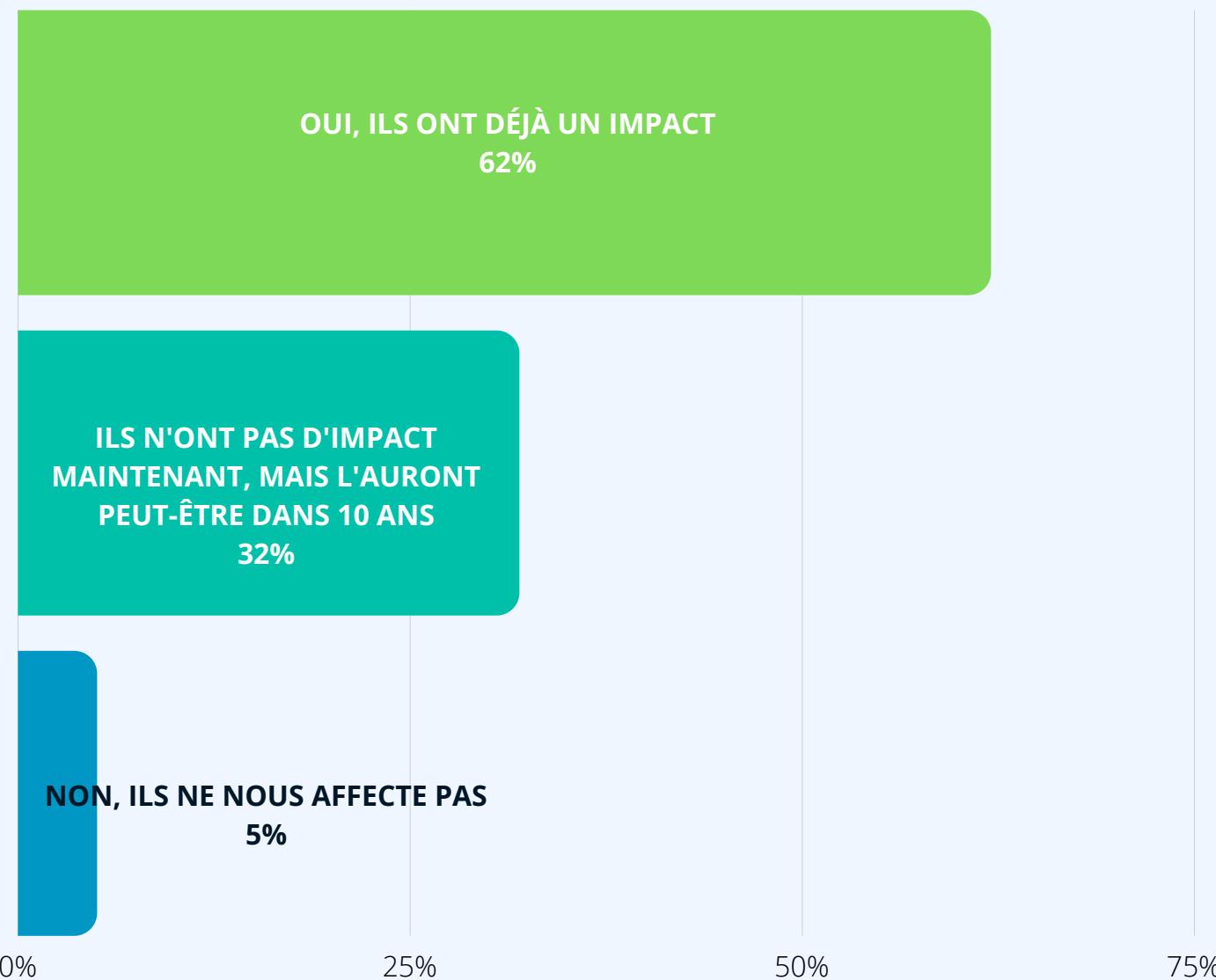
Réponses indiquées de 4 à 7, sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « 1 - ne devrait absolument rien faire pour résoudre ce problème »



ENTREPRISES FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE



SELON VOUS, LES PHÉNOMÈNES RÉSULTANT DU CHANGEMENT CLIMATIQUE AFFECTENT-ILS VOTRE ORGANISATION ?



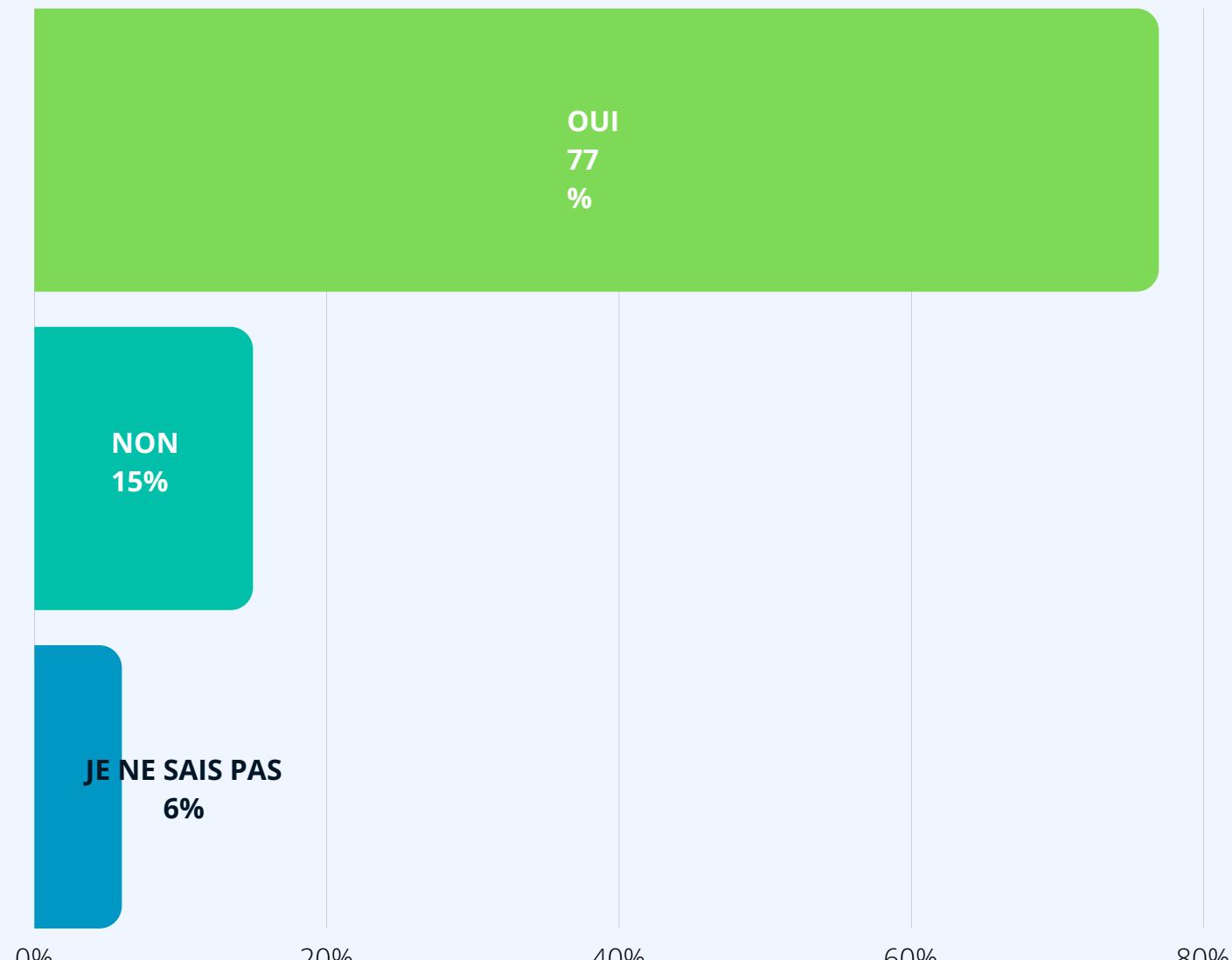
À VOTRE AVIS, QUI DEVRAIT AGIR CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ?

	2021
Gouvernements, hommes politiques	87%
Autorités locales	74%
Société / consommateurs	74%
Secteur énergétique	69%
Business / entreprises	69%
Secteur du transport	66%
Secteur agricole	66%
Organisations non gouvernementales	54%

ENTREPRISES FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE



VOTRE ENTREPRISE PREND-ELLE DES MESURES POUR LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE ?



QUELLES SONT CES MESURES ?

2021

87%

Amélioration de l'efficacité énergétique dans l'organisation

74%

Optimisation des transports (remplacement du parc automobile, réduction de la fréquence des déplacements professionnels, incitation à l'utilisation des transports publics, etc.)

74%

Actions éducatives visant les clients /employés / partenaires

69%

Achat d'électricité provenant de sources d'énergie renouvelables

69%

Mise en œuvre de solutions d'économie circulaire

66%

Investissements dans les infrastructures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre (par exemple, la modernisation du parc de machines)

66%

Autres : extraction durable des matières premières et leur transformation ; financement des énergies vertes

ENTREPRISES FACE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

— “

EN QUELLE ANNÉE SOUHAITEZ-VOUS ATTEINDRE LA NEUTRALITÉ CARBONE ?

jusqu'en 2030 inclus



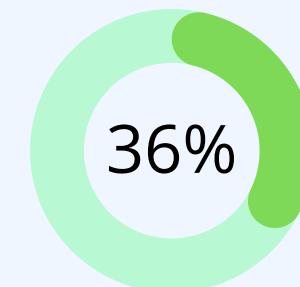
des entreprises ayant des objectifs fixés

2031 - 2040



des entreprises ayant des objectifs fixés

2041 - 2050



des entreprises ayant des objectifs fixés

43% DES ENTREPRISES INTERROGÉES CALCULENT L'EMPREINTE CARBONE DE LEUR ORGANISATION

59% ONT POUR OBJECTIF DE RÉDUIRE LEUR EMPREINTE CARBONE AU NIVEAU MONDIAL ET 30% AU NIVEAU LOCAL ÉGALEMENT

Il est inquiétant de constater que la participation des conseils d'administration et de la direction aux questions de stratégie ESG/RSE au sein de l'organisation tend à s'affaiblir. Dans de nombreuses entreprises, leur impact climatique n'est toujours pas analysé. Il y a un manque de connaissances et d'actions liées au calcul de l'empreinte carbone et à la fixation d'objectifs mesurables de réduction des GES. Il ne fait aucun doute que, dans les années à venir, la gestion de l'impact climatique sera un aspect qui devra figurer sur la liste des priorités absolues non seulement dans les départements ESG/RSE ou environnementaux, mais aussi parmi les cadres supérieurs.

MIKOŁAJ POTOCKI,
Business Unit Manager -
Développement durable, Bureau
Veritas Polska Sp. z o.o.



LA RSE EN PRATIQUE - BAROMÈTRE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANCE POLOGNE

PARTENAIRES



BIZON – BIZNES
ODPOWIEDZIALNY
I NOWOCZESNY
MUZO.FM



I M M O mediach
wiemy wszystko.

asBIZNESU



Partenaires stratégiques de la CCIFP

