

 RZECZPOSPOLITA

 PARKIET



Biznes

odpowiedzialny
w Polsce

Korzyści dla firm, gospodarki i społeczeństwa

20 MARCA 2019

Patronat honorowy:



Patronat:



Partnerzy:



Patronat honorowy:



Patronat:



Partnerzy:



Nie ma ucieczki od odpowiedzialności



ANITA BŁASZCZAK

Eksperti uczestniczący przed rokiem w naszej debacie o pierwszych doświadczeniach z raportowaniem niefinansowym przewidywali, że polskie spółki powinny sprostać nowym obowiązkom. Okazało się, że mieli rację – w podsumowaniach raportów opublikowanych w 2018 r. dominują pozytywne oceny. Swoją drogą trudno się dziwić, że spółki całkiem dobrze poradziły sobie z nowym obowiązkiem – rozszerzone raportowanie niefinansowe było jedną z niewielu regulacji, której wprowadzenie poprzedzono tak dobrze zorganizowaną i skoordynowaną kampanią informacyjno-edukacyjną.

Spółki miały więc solidne wsparcie doradcze. Co prawda nie rozwiązało ono wszystkich problemów z przygotowaniem raportów, zwłaszcza w firmach, gdzie CSR był dotychczas tylko jednym z elementów aktywności piarowo-marketingowej. One nie bardzo miały co opisywać. Z czasem będą musiały to podejście zmienić. Bo zmienia się świat i nasze nastawienie jako konsumentów, pracowników czy inwestorów, którzy widzą, że informacje niefinansowe wpływają na wyceny firm. Tę zmianę pokazują też badania społeczne. Już prawie sześciu na dziesięciu Polaków deklaruje, że unika kupowania produktów firm, które mają negatywny wpływ na społeczeństwo lub środowisko naturalne. Podobna grupa ankietowanych pracowników zapewnia, że zwraca uwagę na przestrzeganie przez firmy zasad CSR.

Tegoroczny Edelman Trust Barometer potwierdził, jak duże znaczenie przykładamy do roli biznesu. Aż 75 proc. ankietowanych na świecie uważa swojego pracodawcę za godnego zaufania. Ogólnie zaufanie do biznesu deklaruje nieco mniej, bo 56 proc. badanych, ale i tak jest to dużo lepszy wynik niż w przypadku rządów (48 proc.) czy mediów (47 proc.). Duże zaufanie przekłada się jednak na duże oczekiwania – 76 proc. badanych twierdzi, że szefowie firm powinni przejąć inicjatywę w działaniach, zamiast czekać, co narzuci im rząd. Z kolei pracownicy oczekują, że ich pracodawcy aktywnie przyłączą się do nich w promowaniu kwestii społecznych. Wydaje się, że coraz więcej firm jest już świadomych tej odpowiedzialności, choć niepokojąco wygląda wynik ubiegłorocznego badania Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej. Aż 37 proc. firm wskazało w nim, że rozwój CSR w Polsce jest hamowany przez niechęć dyrekcji/zarządu wynikającą z braku wymiernych wyników finansowych.

Poważne podejście do raportowania niefinansowego powinno tę niechęć usunąć, tym bardziej że mamy też pozytywny przykład. To prawie dwudziestka top menedżerów, którzy tworzą Radę Odpowiedzialnego Przywództwa, rozumiejąc, że odpowiedzialność społeczna biznesu to jego postawa, a nie dodatek. ☹

SPIS TREŚCI

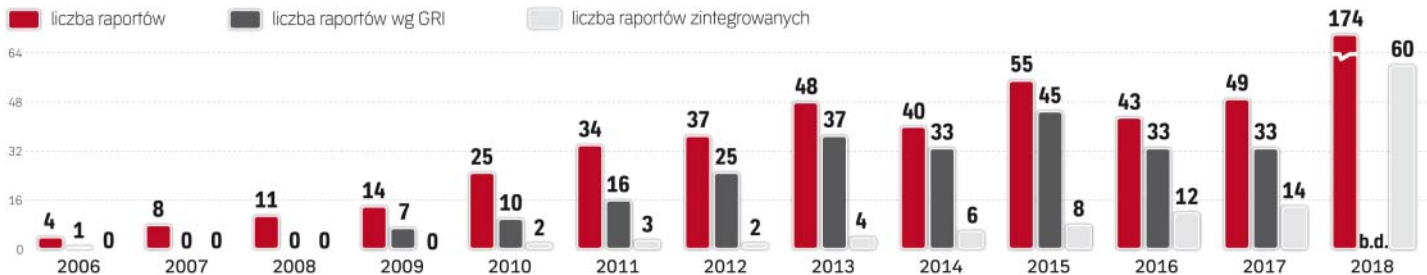
- **DUŻE SPÓŁKI ZDAŁY PIERWSZY SPRAWDZIAN Z ODPOWIEDZIALNOŚCI** ♦4-6
- **MINISTERSTWO FINANSÓW CHCE WSPIERAĆ FIRMY W PODNOSZENIU JAKOŚCI RAPORTÓW POZAFINANSOWYCH** ♦7
- **BILANS I SPOJRZENIE W PRZYSZŁOŚĆ – RAPORTOWANIE NIEFINANSOWE PO ROKU – DEBATA** ♦8-10
- **UNIJNA DYREKTYWA I JEJ WPŁYW NA WIĘKSZĄ TRANSPARENTNOŚĆ FIRM** ♦11
- **USTAWODAWCA PRACUJE NAD PRZEPISAMI ZWIĄZANYMI ZE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM** ♦12
- **BIZNES W SŁUSZNEJ SPRAWIE – CI, KTÓRZY STAWIAJĄ NA BYCIE LEPSZYM, ZYSKUJĄ CORAZ WIĘCEJ** ♦13
- **NOWOCZESNY BIZNES CORAZ LEPIEJ DBA O RESPEKTOWANIE PRAW CZŁOWIEKA – DEBATA** ♦14-15
- **RAPORTOWANIE INFORMACJI NIEFINANSOWYCH W OBSZARZE PRAW CZŁOWIEKA NADAL STANOWI WYZWANIE DLA FIRM** ♦16-17
- **RÓWNOŚĆ PŁCI NA RYNKU PRACY NIE JEST TEMATEM ELITARNYM** ♦18
- **RADA ODPOWIEDZIALNEGO PRZYWÓDZTWA – SZEFOWIE FIRM PRZEJMUJĄ INICJATYWĘ** ♦19
- **ODPOWIEDZIALNOŚĆ ŚRODOWISKOWA FIRM I KONSUMENTÓW – DEBATA** ♦20-22
- **O MODZIE NA EKOLOGIĘ DECYDUJĄ NIE TYLKO PRODUCENCI, ALE I KLIENCI** ♦23
- **KRYZYS WODNY – FANABERIA HYDROLOGÓW CZY PRAWDZIWE ZAGROŻENIE** ♦24
- **INWESTYCJE BUDOWLANE NIE MUSZĄ BYĆ OBCIĄŻENIEM DLA ŚRODOWISKA – ROZMOWA** ♦25
- **KLIMAT NA AGENDZIE RZĄDÓW** ♦26
- **ROZWÓJ TYLKO W PARZE Z BEZPIECZEŃSTWEM** ♦27
- **INNOWACYJNA EKONOMIA CYRKULARNA – DLA LUDZI, PLANETY, GOSPODARKI** ♦28
- **WYZWANIA DLA MIAST I PROGRAM SZKOŁA LIDERÓW – ROZMOWA** ♦29
- **RESPECT INDEX – INWESTORZY PATRZĄ NIE TYLKO NA ZYSKI** ♦30
- **ODPOWIEDZIALNYM FIRMOM ŁATWIEJ O KLIENTÓW I PRACOWNIKÓW** ♦31

RZECZPOSPOLITA

Publikacja bezpłatna do prenumeraty dziennika „Rzeczpospolita”
i Gazety Giełdy i Inwestorów „Parkiet”
20 marca 2019

Redaktorzy prowadzący: Anna Sochocka, Anita Błaszczak, Krzysztof Krubski
Redakcja techniczna: Piotr Tomkiewicz

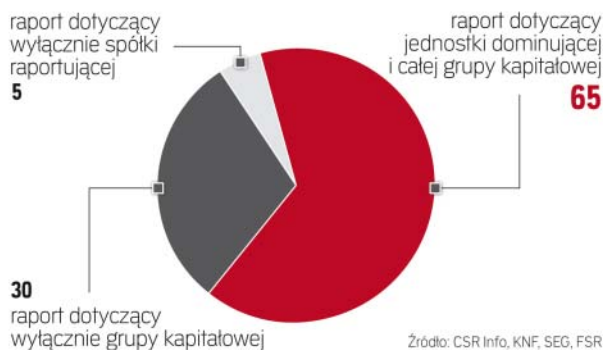
Gdzie jesteśmy? Raportowanie niefinansowe w Polsce 2015-2018



167 spółek giełdowych

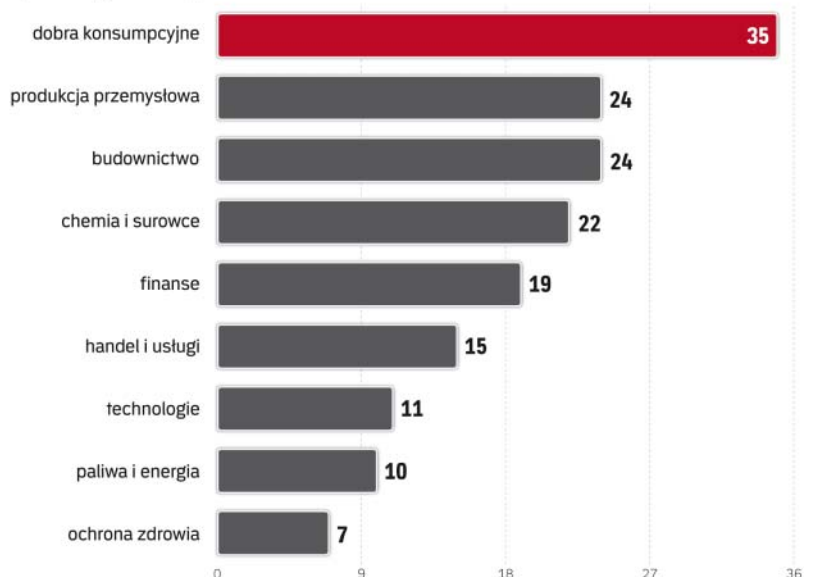
podlegało obowiązkowi poszerzonego raportowania niefinansowego w 2018 r. (za 2017 r.)

Raporty niefinansowe spółek giełdowych za 2017 r.



Źródło: CSR Info, KNF, SEG, FSR

Raporty niefinansowe spółek giełdowych według sektorów spółki objęte obowiązkiem



Podsumowanie pierwszego roku obowiązkowego raportowania niefinansowego

Duże spółki zdały pierwszy sprawdzian z odpowiedzialności

ANITA BŁASZCZAK

Jeszcze do niedawna w Polsce ukazywało się co roku kilkadziesiąt raportów, gdzie swoją społeczną i filantropijną działalność prezentowały firmy dbających o wizerunek społecznie odpowiedzialnych przedsiębiorstw. Rekordowy był 2015 r., gdy pojawiło się 55 takich publikacji. Ten rekord został pobity ponadtrzykrotnie w ubiegłym roku, gdy – jak wynika z danych Komisji Nadzoru Finansowego – liczba raportów wyrzuciła do 174.

Był to oczekiwany efekt nowych obowiązków, które na duże spółki nałożyła unijna dyrektywa 2014/95/UE w sprawie ujawniania informacji niefinansowych wdrożona poprzez zmianę ustawy o rachunkowości. Jak firmy poradziły sobie z tym wyzwaniem?

Zdaniem wielu ekspertów zaangażowanych w kwestię raportowania niefinansowego – całkiem dobrze, nawet jeśli spora część raportów dowiodła, że podejście do społecznej odpowiedzialności biznesu jest jeszcze powierzchowne.

Zwiększanie świadomości

Pozytywną ocenę pierwszego roku nowych obowiązków przynosi ogłoszony 11 marca raport Ministerstwa Finansów, który przedstawia wyniki analizy 123 raportów przeprowadzonej przez zespół 21 ekspertów – przedstawicieli instytucji i organizacji zaangażowanych w kwestię raportowania niefinansowego.

Według niego jakość przeanalizowanych raportów jest w większości przypadków co najmniej zadowalająca. Członkowie zespołu

ekspertów, którzy 11 marca uczestniczyli w konferencji Ministerstwa Finansów podsumowującej pierwszy rok raportowania rozszerzonych informacji niefinansowych, nieraz mówili o swoim pozytywnym zaskoczeniu, że tak dużo spółek stawiało czoła nowym obowiązkom. Tym bardziej że większość z nich sporządziła raport niefinansowy po raz pierwszy. Część tych spółek – jak zaznaczała Anna Siejda z Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju – przygotowała bardzo dobre publikacje, potwierdzając, że prowadzą prężne

działania z zakresu społecznego i środowiskowego.

Zdaniem Moniki Marcinkowskiej z Komitetu Standardów Rachunkowości przy MF widać pozytywny efekt wprowadzenia obowiązku rozszerzonego raportowania kwestii niefinansowych – wywołał on potrzebę bycia odpowiedzialnym, skłaniając spółki do działań CSR. Niektóre raporty dowodzą, że opisywane tam polityki środowiskowe, dotyczące praw człowieka czy przeciwdziałania korupcji, pojawiły się w firmie stosunkowo niedawno. – Bardzo mnie to cieszy, gdyż samo pogłębienie świadomości tych zagadnień jest świetnym efektem – zaznacza ekspertka KSR.

Czas na strategiczne podejście

Na pozytywny efekt nowego obowiązku zwraca też uwagę w rozmowie z „Rz” Rafał Mrówka, profesor w Katedrze Teorii Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, który kończy teraz wraz z zespołem prace nad podsumowaniem wyników analizy raportów ok. 160 spółek. – Wprowadzenie obowiązku raportowania finansowego to bardzo pozytywne zjawisko, które w wielu firmach powinno zmienić podejście do biznesu. Tym bardziej że raporty trzeba będzie sporządzać co roku – twierdzi.

Przyznaje jednak, że wnioski z analizy przygotowanej przez zespół jego katedry wraz z Centrum Badań nad Odpowiedzialnym Biznesem SGH nie napawają zbyt optymizmem. W wielu raportach widać przestarzałe, bardzo powierzchowne podejście do CSR, jako do przedsięwzięć prowadzonych obok podstawowej działalności spółki, które nie są związane z jej strategią czy modelem biznesowym – tym, w jaki sposób firma zarabia pieniądze.

Według prof. Mrówki właśnie z braku strategicznego podejścia do CSR wynika nie najlepsza jakość informacyjna części raportów – nawet tych bardzo obszernych i profesjonalnie opracowanych przez zewnętrzne agencje PR przy spełnieniu wymogów ustawy. Kwestie formalne są spełnione, ale brakuje konkretnych pokazujących faktyczne zaangażowanie firmy w CSR. Choć nie brakuje pozytywnych przykładów, to większość spółek po macoszemu traktuje zwłaszcza obszar praw człowieka i przeciwdziałania korupcji. Często

ograniczają się do jednego zdania – że przypadków korupcji nie stwierdzono. – Widać, że polskie firmy nie do końca są świadome znaczenia obszaru praw człowieka, być może dlatego, że z reguły działają głównie na polskim rynku – dodaje ekspert z SGH.

Informacja cenotwórcza

Na słabe strony części raportów, w tym formalne błędy – nierzadko wynikające z braku doświadczenia – zwracali też uwagę eksperci uczestniczący w konferencji MF. Zdaniem Ewy Sowińskiej z Krajowej Rady Biegłych Rewidentów choć raporty niefinansowe są ogromnym źródłem cennych informacji o spółkach, to nierzadko za mało jest tam precyzyjnych danych, a za dużo ogólników. Jak podkreślano podczas debaty, tylko niespełna 40 proc. analizowanych raportów zawierało jasną informację, jakie niefinansowe KPI zarząd stosuje do swoich celów strategicznych i operacyjnych. Wiele spółek ograniczało się do opisu polityki w danym obszarze bez dodania opisu ich rezultatów. To samo dotyczyło istotnych ryzyk.

Mówiąc o słabych stronach ubiegłorocznych publikacji, eksperci wskazywali też na brak przejrzystości w raportach łącznych jednostek i grup kapitałowych, gdzie informacje dotyczące jednych i drugich były niekiedy pomieszane. Zwracali jednocześnie uwagę, że nie brakuje przykładów dobrych praktyk – które zajmują zresztą dużą część raportu Ministerstwa Finansów.

Jak podkreślała Ewa Wojciechowska z Forum Odpowiedzialnego Biznesu, wartość raportowania finansowego będzie najlepiej widoczna z perspektywy czasu. Tę opinię podzieliła w rozmowie z „Rzeczpospolitą” Lilianna Anam, menedżer zarządzająca CSRIInfo. Według niej dopiero raporty z 2019 r. opublikowane w przyszłym roku w pełni uwzględnią wnioski z pierwszego roku obowiązkowych publikacji. Z czasem powinien się też zwiększać wpływ raportowania niefinansowego na bardziej odpowiedzialne podejście do prowadzenia biznesu.

Szczególnie, że – jak przypominała podczas konferencji MF Agnieszka Burak z Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego – nie jest to kwestia chwilowej mody na ochronę środowiska czy poszanowanie praw człowieka. To proces, który się zaczął i którego nie da się powstrzymać, a wymagania dotyczące

podmiotów publicznych będą się zwiększać. Zdaniem ekspertki z UKNF informacje niefinansowe, szczególnie te dotyczące działań podejmowanych przez spółki na rynkach lokalnych i globalnych, będą wkrótce ważną informacją cenotwórczą, na podstawie której inwestorzy podejmują decyzje.

Inwestor zaczyna pytać

Jak przewiduje Piotr Biernacki, prezes Fundacji Standardów Raportowania i wiceprezes Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych, zainteresowanie inwestorów raportami będzie rosło również dzięki dostępności danych niefinansowych. Już zresztą widać ten trend – co potwierdzają spółki, komentując swoje wrażenia z pierwszego roku obowiązkowego raportowania.

Magdalena Kaźmierczak, koordynator ds. CSR w grupie CCC, która w 2018 r. po raz pierwszy sporządziła raport niefinansowy, przyznaje, że inwestorzy i analitycy często dopytują o dane niezwiązane z sytuacją finansową spółki. – Raport stanowi znakomite uzupełnienie wiedzy na temat wskaźników niefinansowych, ale także kierunku, w którym grupa chce się rozwijać – twierdzi Kaźmierczak.

– Dla naszych odbiorców raport niefinansowy jest możliwością łatwego dotarcia do wielu informacji na temat grupy, które dotychczas nie były publikowane. Widzimy, że dane zamieszczone w raporcie w wielu przypadkach są inspiracją

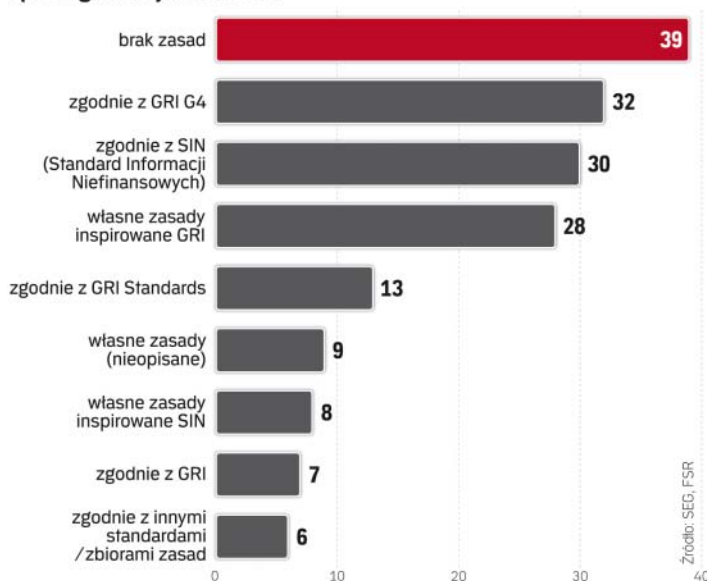
do zadawania pogłębionych pytań – zarówno przez dziennikarzy, jak i analityków. To dla nas rodzaj recenzji i sygnał, że taka publikacja jest rynkowi potrzebna – podkreśla Aleksandra Małozieć, menedżer ds. komunikacji korporacyjnej giełdowej Śnieżki, która w ubiegłorocznym konkursie Raportu Społeczne Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte została wyróżniona za udany debiut na polu raportowania niefinansowego.

Jak jednak wynika z raportu CSRIInfo i Instytutu Monitorowania Mediów, który podsumowuje publikacje związane z tą tematyką w prasie i w internecie, w ubiegłym roku wzrosła co prawda liczba wzmianek o samych raportach niefinansowych, ale łączna liczba nawiązań do tego raportowania spadła. O ile w 2017 r. – w szczytowej kampanii informacyjno-edukacyjnej – z kluczowym udziałem Ministerstwa Finansów – ukazało się prawie 3,7 tys. wzmianek, o tyle w minionym roku już prawie o tysiąc mniej. Jednak i tak łączny rezultat 5476 publikacji, które w ciągu dwóch lat dotarły do prawie 30 mln osób, wygląda nieźle.

Świadomość pracownika

Spółki zwracają też uwagę na znaczenie raportów w komunikacji wewnętrznej z pracownikami, w której starały się ich zainteresować dodatkowymi informacjami o firmie. Magdalena Kaźmierczak z CCC podkreśla, że jest to element

Standardy i zbiory zasad wykorzystane w raportach niefinansowych spółek giełdowych w 2018 r.



budowania kultury organizacyjnej firmy i budowania zaufania do niej wśród pracowników i kandydatów do pracy. – Komunikacja wewnętrzna opublikowanego raportu pozwoliła na zwiększenie świadomości i zwrócenie uwagi pracowników na obszary związane ze zrównoważonym rozwojem wewnątrz firmy, wartości CCC oraz realizowane cele – dodaje Kaźmierczak.

Aleksandra Małozieć podkreśla, że przeprowadzona za pośrednictwem mediów wewnętrznych akcja informacyjna pozwoliła dotrzeć z informacją o raporcie do wszystkich pracowników Śnieżki. Według niej feedback z ich strony był bardzo pozytywny, tym bardziej że raport dawał możliwość zobaczenia siebie i swojego działu w perspektywie całej firmy. – Nie bez znaczenia był też podkreślany przez nas fakt, jak liczny zespół pracowników przygotowywał to wydawnictwo – dodaje.

Również Olga Zomer, rzecznik Cyfrowego Polsatu, który w ubiegłym roku też po raz pierwszy przygotował raport niefinansowy, twierdzi, że firma chętnie wykorzystywała publikację w komunikacji z pracownikami – tym bardziej że cały rozdział był poświęcony sprawom pracowniczym. Starła się jednak dotrzeć z publikacją nie tylko do pracowników, ale do jak najszerszej grupy odbiorców, wykorzystując np. konkretne fragmenty przy wydarzeniach nawiązujących do danej tematyki. – Odbiór raportu przez czytelników był bardzo pozytywny – jesteśmy bardzo dużą grupą, działamy w wielu obszarach, podejmujemy wiele inicjatyw, a raport jest miejscem, w którym możemy opisać je zbiorczo, do którego łatwo jest sięgnąć, gdzie zaprezentowane są liczne dane liczbowe i zestawienia – twierdzi Olga Zomer.

Inne spojrzenie na firmę

Zdaniem Magdaleny Kaźmierczak sporządzenie w ubiegłym roku raportu niefinansowego pozwoliło w CCC spojrzeć bardziej świadomie na zarządzanie grupą w sposób odpowiedzialny, co firma traktuje obecnie jako istotny aspekt swojej działalności i dalszego rozwoju. – Praca nad raportem ukazała obszary, które wymagają wzmocnienia działań, przyjęcia wskaźników efektywności oraz monitoringu założonych celów. Jednym z kluczowych efektów jest bardziej szczegółowy monitoring kwestii środowiskowych i przyjęcie w 2018 r. strategii środowiskowej Grupy CCC

„Clean Footprint” – twierdzi koordynatorka ds. CSR w grupie CCC.

Jak podkreśla Malwina Frydrychowicz, menedżer ds. komunikacji i CSR w Amice, która również po raz pierwszy sporządziła w ubiegłym roku raport niefinansowy spółki i grupy kapitałowej, ta publikacja jest nie tylko wypełnieniem obowiązków, ale także wyrazem transparentności firmy oraz chęci prowadzenia dialogu z jej interesariuszami. – Raport ten jest dla nas wyjątkowy, ponieważ stanowi manifest tego, co jest dla nas najważniejsze w prowadzeniu działalności biznesowej – twierdzi Frydrychowicz, przypominając, że Amica ma opracowaną strategię zrównoważonego rozwoju. Na tej podstawie określa plan działań oraz listę inicjatyw na dany rok dotyczących zarządzania miejscem pracy, przeciwdziałania nadużyciom, inwestowania w kapitał społeczny i środowiskowy oraz komunikowania się z interesariuszami. – Podsumowanie naszych rocznych działań oraz opisanie ich w raporcie niefinansowym upewniło nas tylko, że kierunek strategii jest właściwy – zaznacza ekspertka Amiki.

Aleksandra Małozieć zaznacza, że wszystkie dane opublikowane w raporcie Śnieżki były już wcześniej zbierane i analizowane w spółce, nie było więc „nowości” na poziomie ujawnień. Jednak fakt, że informacje z tak wielu obszarów działalności grupy zostały na potrzeby sprawozdania niefinansowego zebrane w jednym miejscu, po-

REKORD W RAPORTACH NIEFINANSOWYCH

Niewiele firm skorzystało ze zwolnienia z publikacji

■ Jak wynika z danych Komisji Nadzoru Finansowego, w ubiegłym roku łącznie 96 emitentów miało obowiązek raportowania niefinansowego na poziomie jednostki, a 152 emitentów miało ten obowiązek na poziomie grupy kapitałowej. Daje to sumę 248 raportów niefinansowych. Choć spółki wywiązały się z obowiązku, to raportów opublikowano mniej (174), gdyż 60 emitentów wybrało możliwość przedstawienia łącznego oświadczenia/sprawozdania niefinansowego jednostki i grupy, natomiast siedemka emitentów skorzystała ze zwolnienia, o którym mowa w art. 49b ust. 11 ustawy o rachunkowości. ©©

zwoił na uzyskanie ich pełniejszego, przekrojowego obrazu. To z kolei stało się motywatorem np. do rozmowy ze spółkami zagranicznymi Śnieżki nad wypracowaniem wspólnej metodologii dla wszystkich prezentowanych danych.

Koszt doświadczenia

Spółki nie kryją, że przygotowanie raportów niefinansowych wiąże się ze sporym wysiłkiem. Podczas konferencji w MF Piotr Biernacki zwracał też uwagę na związane z tym koszty. Pokazują to wstępne rezultaty badania, które prowadzi teraz SEG i FSR. Według danych z ok. 70 spółek połowa z nich skorzystała z zewnętrznego wsparcia przy pracy nad raportem, a co trzecia ocenia, że koszty jego przygotowania przekraczają 50 proc. kosztów raportu finansowego.

Jak przyznaje Olga Zomer, przygotowanie pierwszego raportu

niefinansowego Cyfrowego Polsatu stanowiło spory wysiłek dla organizacji, m.in. z racji wielkości grupy kapitałowej (raportowanie objęło jej trzy największe spółki: Cyfrowy Polsat, Polkomtel i telewizję Polsat). Praca nad raportem, w którą było zaangażowanych wiele osób z różnych szczebli i obszarów działalności grupy, była czasochłonna i wymagała uporządkowania wielu kwestii. – Jednocześnie stanowiła bardzo cenne doświadczenie – pozwoliła pogłębić niektóre tematy, inne wyeksponować, a jeszcze innymi zainspirować firmę – zaznacza rzeczniczka Cyfrowego Polsatu.

Zdaniem Marzeny Strzelczak, dyrektorki generalnej FOB, jego rola raportowania niefinansowego będzie rosła, gdyż zmienia się społeczne nastawienie do biznesu – Polacy coraz częściej dostrzegają, że ma on wpływ na otoczenie. A spółki są już tego świadome.

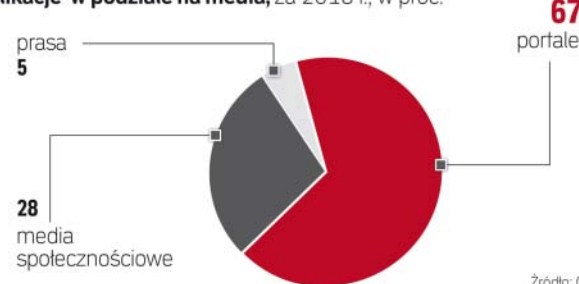
– Podzielamy pogląd, że biznes powinien przynosić szeroko pojęte korzyści wszystkim interesariuszom, społecznościom lokalnym i środowisku. Tylko w ten sposób firma zapewnia sobie i otoczeniu, w którym się znajduje, zrównoważony rozwój i stabilizację – twierdzi Beata Górniak, dyrektor departamentu zarządzania zasobami ludzkimi w spółce PKP Energetyka, która wprowadziła kwestie pozafinansowej oceny przedsiębiorstwa (ESG) do poziomu strategicznego. Teraz przymierza się do prezentacji efektów strategii ESG w formie raportu niefinansowego. – Raportowanie niefinansowe jest jednym z narzędzi komunikacji nie tylko z naszym inwestorem, ale również z innymi interesariuszami. Z prowadzonego z nimi dialogu wiemy, że istotne są dla nich nie tylko wyniki finansowe, ale również wskaźniki BHP czy wyniki zaangażowania pracowników. Dlatego mierzymy je i stanowią one składową celów stawianych przed naszym zarządem – zaznacza Beata Górniak. ©©

Media o raportowaniu niefinansowym

liczba publikacji według użytych tam terminów



Publikacje w podziale na media, za 2018 r., w proc.



Źródło: CSR Info, IMM

Ministerstwo Finansów podjęło się realizacji projektu na temat raportowania niefinansowego w Polsce

Wsparcie dla podnoszenia jakości raportów



JOANNA DADACZ

dyrektor Departamentu Rachunkowości i Rewizji Finansowej
w Ministerstwie Finansów

W 2018 r. w całej Unii Europejskiej pojawiły się pierwsze obowiązkowe raporty niefinansowe (wymagane dyrektywą ws. ujawniania informacji niefinansowych) sporządzone za 2017 r. przez największe spółki i grupy kapitałowe. Komisja Europejska rozpoczęła prace nad podsumowaniem wdrożenia tej dyrektywy na poziomie unijnym i prawdopodobnie w połowie tego roku opublikuje pierwsze dane i wnioski dotyczące nowej obowiązkowej sprawozdawczości.

Opracowanie raportu

Ministerstwo Finansów również podjęło działania związane z oceną zastosowania nowych wymogów i podjęło się realizacji projektu na temat raportowania niefinansowego w Polsce. Głównym celem tego projektu była analiza jak największej liczby raportów niefinansowych sporządzonych obowiązkowo po raz pierwszy za 2017 r. i opracowanie Raportu na temat wypełnienia przez spółki obowiązku raportowania rozszerzonych informacji niefinansowych. Raport został zaprezentowany na konferencji Ministerstwa Finansów 11 marca br. i wraz z aneksem dostępny jest na stronie internetowej ministerstwa (w zakładce: Rachunkowość/Raportowanie niefinansowe).

W realizacji tego projektu ministerstwo otrzymało wsparcie ze strony wielu instytucji zaangażowanych w kwestie dotyczące raportowania

niefinansowego, tj. Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju, Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego, Komitetu Standardów Rachunkowości, Polskiej Izby Biegłych Rewidentów, Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych, Fundacji Standardów Raportowania, Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Instytutu Audytorów Wewnętrznych IIA Polska.

Dzięki temu możliwe było stworzenie zespołu złożonego z 21 ekspertów, który przeanalizował 123 oświadczenia lub odrębne sprawozdania na temat informacji niefinansowych, co daje aż 63 proc. łącznej liczby raportów i wiązało się z analizą łącznie prawie 6 tysięcy stron oświadczeń/sprawozdań i wypełnieniem do każdego karty oceny raportu niefinansowego opracowanej w ramach zespołu ekspertów. Na podstawie przeprowadzonych analiz opracowano raport pt. „Raportowanie rozszerzonych informacji niefinansowych za 2017 r. zgodnie z ustawą o rachunkowości – pierwsze doświadczenia i dobre praktyki”.

Przykłady dobrych praktyk i uwag krytycznych

Największą zaletą Raportu jest zawarcie w nim wielu przykładów dobrych praktyk, które mogą być pomocne dla spółek, które jeszcze czują się niepewnie w tym obszarze sprawozdawczym. Wybrane przykłady dobrych praktyk dotyczyły nie tylko kwestii nieuregulowanych przepisami, ale także spełnienia wymogów ustawowych. Wynika to z faktu, że nie wszystkie przeanalizowane raporty spełniały poszczególne wymogi ustawy – a więc tu także była przestrzeń do udzielenia wskazówek i pokazania, na co jednostki powinny zwrócić uwagę, stosując się do danego wymogu ujawnień. Niemniej jednak należy podkreślić, że w wielu raportach można było znaleźć przykłady dobrych praktyk – i tylko ze względu na kwestie techniczne (tj. objętość raportu) nie wszystkie przykłady można było ująć w Raporcie.

W Raporcie znalazły się również uniwersalne przykłady uwag krytycznych, które także mają walor edukacyjny. Raport jest dość obszerny, ale mamy nadzieję, że będzie on użyteczny przede wszystkim dla sporządzających obowiązkowo raporty niefinansowe, a dodatkowo także użytkownicy informacji niefinansowych znajdą w nim interesujące ich kwestie.

W Raporcie starano się podkreślić także pewne ogólne potrzeby użytkowników informacji niefinansowych, m.in. potrzebę przejrzystości, kompletności danych, gdy mamy do czynienia z raportem łącznym (tj. za jednostkę i grupę), potrzebę pewnej spójności informacji, czyli aby opis polityki był powiązany z dokumentami, które by ją uwiarygadniały, celami polityki, opisem działań i – co bardzo ważne – z opisem rezultatów. Należy zaznaczyć, iż przeprowadzona analiza nie miała na celu wybrania konkretnych raportów jako przykładów dobrych praktyk – nie był to bowiem konkurs na najlepszy raport niefinansowy.

Inne istotne założenia dotyczące Raportu polegały na tym, że analizowano spełnienie wymogów sprawozdawczych, a nie kwestię wiarygodności ujawnionych informacji niefinansowych, która wymagałaby przeprowadzenia odpowiedniej procedury weryfikacji. Ponadto podanie przykładów dobrych praktyk nie oznacza, że dany raport w całości jest przykładem dobrej praktyki, a wskazane przykłady nie są jedynymi dobrymi praktykami występującymi na rynku, gdyż nie wszystkie raporty zostały objęte analizą.

Podstawa do dalszego podnoszenia jakości

W naszej ocenie jakość przeanalizowanych raportów niefinansowych jest w większości przypadków co najmniej zadowalająca, co pozwala wnioskować, iż w pierwszym roku sprawozdawczym spółki dobrze poradziły sobie z nowym obowiąz-

kiem. Oczywiście wskazaliśmy w Raporcie także te kwestie, które powinny być poprawione, natomiast wiele z analizowanych raportów już dziś stanowi dobrą podstawę do dalszego podnoszenia jakości sprawozdawczości niefinansowej.

W zasadzie trudno jest określić słabe i mocne strony raportów – często to, co było bardzo dobrze zaportowane w jednych raportach, w innych wypadło gorzej. Raczej możemy wskazać obszary, w których ogólnie większość raportów wypadła dobrze i bardzo dobrze – to obszar spraw pracowniczych oraz ochrony środowiska. W obszarze pracowniczym i środowiskowym w zdecydowanej większości spółki i grupy nie miały problemów z opisaniem polityk, dokumentów, celów, działań oraz mierników i wskaźników, które by pokazywały rezultaty tych polityk. W tych obszarach ujawniane informacje były z reguły najbardziej spójne i przejrzyste. Natomiast poprawy wymaga jeszcze sprawozdawczość dotycząca ochrony praw człowieka.

W wyniku analizy potwierdziła się także słuszność wyboru jednej z opcji przy implementacji dyrektywy ws. informacji niefinansowych do przepisów krajowych, tj. opcji dotyczącej umożliwienia jednostkom sporządzenia informacji niefinansowych w formie odrębnego sprawozdania. Spośród analizowanych 123 raportów aż 73 miały właśnie taką formę, co oznacza, że spółki licznie skorzystały z tej możliwości.

Dodatkowo ważnym wnioskiem z Raportu MF jest stwierdzenie, iż niezależnie od dotychczasowego doświadczenia w dobrowolnym raportowaniu informacji niefinansowych oraz stosowanych często od wielu lat określonych standardów międzynarodowych – każda spółka przygotowująca oświadczenie lub sprawozdanie niefinansowe powinna zwrócić jednak uwagę na treść wymogów ustawowych i sprawdzić, czy zawartość jej raportu odpowiada tym wymogom. Mamy nadzieję, że Raport będzie taką dodatkową pomocą w tym zakresie dla sporządzających. ©

Firmy nie będą mogły spocząć na laurach, bo Unia Europejska szykuje zmiany

Raportowanie niefinansowe po roku



Ocena dokonań i analiza zbliżających się kolejnych zmian – to cele uczestników debaty

KRZYSZTOF KRUBSKI

Raporty stanowiły wyzwanie dla dużych firm. Debata „Raportowanie niefinansowe – bilans pierwszego roku i lekcje na przyszłość” była podsumowaniem doświadczeń i próbą oceny działania nowego systemu sprawozdawczości.

Jak polskie firmy poradziły sobie z nowym obowiązkiem, jak wypadamy na tle Europy? Słabe i mocne strony raportów, rola audytorów. Inwestorzy wobec poszerzonego raportowania niefinansowego – czy doceniają nowe źródło informacji o spółkach? Jak zwiększyć zainteresowanie raportami? Znaczenie poszerzonego raportowania dla firm – czy i jakie zmiany wprowadził nowy obowiązek?

To główne pytania, na które odpowiadali uczestnicy debaty.

Dobra baza do analizy

– W ramach realizowanego przez Ministerstwo Finansów projektu „Raportowanie niefinansowe” chcieliśmy przeanalizować jak najwięcej raportów niefinansowych sporządzonych przez firmy. Do ich analizy powstał w naszym ministerstwie specjalny zespół, w skład którego weszli też przed-

stawiciele Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju, UKNF, Polskiej Izby Biegłych Rewidentów, Stowarzyszenia Księgowych w Polsce, Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych, Fundacji Standardów Raportowania, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Komitetu Standardów Rachunkowości oraz Instytutu Audytorów Wewnętrznych – mówiła Joanna Dadacz, dyrektor Departamentu Rachunkowości i Rewizji Finansowej Ministerstwa Finansów.

Zdaniem dyr. Dadacz dzięki temu możliwa była analiza dużej liczby dokumentów – 123 raportów niefinansowych, czyli ok. 63 proc. wszystkich raportów obowiązkowo sporządzonych przez emitentów.

– Nasza ocena tych raportów jest pozytywna, firmy poradziły sobie z nowym obowiązkiem zupełnie dobrze – oceniła dyr. Dadacz.

Tadeusz Joniewicz z Forum Odpowiedzialnego Biznesu ocenił, iż dla firm, które debiutowały, było to ogromne zadanie, a firmy z doświadczeniem w tej dziedzinie miały do wykonania mniejszą pracę. Ale i u nich widać zmiany – kiedyś starały się przede wszystkim, by ich raporty były zgodne z ustawą, teraz skupiły się na poprawie jakości sprawozdania. – Chodziło im o to, by było ono coraz bardziej atrakcyjne dla inwestorów – ocenił menedżer projektów FOB.

A jak wyglądało przygotowywanie raportu w przedsiębiorstwach, szczególnie w tych, które w tej dziedzinie nie miały dużych doświadczeń?

– Nie przypadkiem tytuł naszego debiutanckiego raportu brzmiał „Poznajmy się lepiej”. Zależało nam na tym, aby po raz pierwszy tak szczegółowo pokazać firmę od środka. Dla nas to było duże wyzwanie, ponieważ jesteśmy firmą kreatywną, atmosfera jest u nas bliższa artystom, aniżeli mnożeniu wskaźników. Ale okazało się, że raport odegrał bardzo ważną rolę – uświadomił każdemu z nas, jakie znaczenie mają nasze biznesowe decyzje dla społeczeństwa, dla środowiska, dla zrównoważonego rozwoju – mówiła Anna Miazga, koordynator ds. CSR LPP SA.

Jej zdaniem po publikacji raportu zainteresowanie inwestorów było spore, ale najbardziej cieszyło zainteresowanie klientów.

– Na końcu raportu podaliśmy adres, pod którym można się z nami kontaktować, przysyłać pytania czy prośby o wyjaśnienia. Dostawaliśmy e-maile dotyczące np. jakości obsługi, pytania czy w lakierze do paznokci, który sprzedajemy, jest olej palmowy. Reakcja klientów bardzo nas ucieszyła, bo pokazywała, że tematyka CSR jest dla nich ważna. Raport jest sporządzony zgodnie z profesjonalnymi standardami i nie jest to

łatwa lektura. Dlatego z myślą o naszych klientach w social mediach umieszczamy na bieżąco niektóre informacje o naszej działalności CSR w bardziej przystępnej formie, np. dotyczące środowiska czy łańcucha dostaw – podkreślała Anna Miazga.

Powstawanie raportów wzbudziło zainteresowanie załogi. – Przy pisaniu drugiego raportu, koledzy sami szukali przykładów dobrych działań, które mogłyby się przydać w sprawozdaniu. Przyszli do mnie pytając „Wszystkie nasze wieszaki idą do recyklingu. Czy możemy napisać o tym w naszym następnym raporcie?” – wspominała Anna Miazga.

Konsumenci i inwestorzy

Czy tego typu raporty mogą wzbudzić zainteresowanie konsumentów, np. klientów firm które je ogłaszają? – pytała prowadząca debatę red. Anita Błaszczak.

Elżbieta Szadzińska, wiceszefowa Federacji Konsumentów, uważała, że wśród konsumentów wiedza o tej sprawie nie jest powszechna, ale dorobiliśmy się już sporej grupy klientów, którzy poszukując informacji, wchodzą na strony firm i tam znajdują raporty.

– Dla naszej federacji sprawozdania te są ważnym źródłem informacji. Szczególnie szukamy tam da-

– bilans i spojrzenie w przyszłość

nych dotyczących zrównoważonego rozwoju, ponieważ zakłada on również zrównoważoną produkcję i konsumpcję. Od lat udzielaliśmy rocznie po kilkadziesiąt tysięcy porad prawnych i dzięki temu mamy sporą wiedzę, jak wygląda w praktyce np. załatwianie reklamacji czy obsługa posprzedażowa. Możemy więc porównać, jak się ma praktyka do deklaracji firm zawartych w ich raportach – mówiła Elżbieta Szadzińska.

– Przez lata staraliśmy się zainteresować inwestorów raportami niefinansowymi, ale mieliśmy kłopot ze znalezieniem odpowiednio przygotowanych analityków. Nagle jesienią 2018 roku pojawiły się w Polsce czołowe zachodnie fundusze inwestorskie, które albo miały już gotowe grupy analityków albo je przygotowywały. Dlaczego tak się stało? Ponieważ przez lata nie było danych, nikt się tym nie interesował, gdy pojawił się w Polsce obowiązek raportowania, musiały pojawić się dane, a za nimi fachowcy od ich interpretowania – wspominał Piotr Biernacki, prezes Fundacji Standardów Raportowania i wiceprezes Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych.

Okazało się, że spora część analityków od dawna brała pod uwagę ryzyka niefinansowe, analizując czy warto inwestować w spółki. Dane te nie były zgromadzone w jednym raporcie, tak jak to jest teraz, ale znajdowały się różnych w dokumentach firm.

– Jako stowarzyszenie i fundacja przeprowadziliśmy badania wykinkowe. Z Agencją Poszanowania Energii sprawdzaliśmy jak spółki raportują sprawę zużycia energii i paliw, a z fundacją La Strada jak się odnoszą do kwestii praw człowieka. Wyniki nie były oszalamiające, niektóre spółki sobie z tym zagadnieniami poradziły, ale na ok. 150 raportów 26 spółek nie zauważyło, że zużywają energię i paliwa. W kilkunastu raportach w ogóle nie padało słowo „człowiek”, a przecież odniesienie się do praw człowieka jest obowiązkiem sporządzającego raport – podkreślił prezes Biernacki.

Oceńił poziom raportów jako bardzo różnicowany – od takich, które są bardzo dobre, do takich które nawet nie wypełniają zaleceń ustawy. – Trzeba jednak przypomnieć, że przygotowano 150 raportów, ale dla około 120 spółek była

to pierwsza przygoda z tego typu raportowaniem – mówił Biernacki.

Porównania i długi oddech

Czy da się porównać polskie raporty z podobnymi dokumentami przygotowywanymi przez kraje naszego regionu?

Zdaniem Rafała Rudzkiego, starszego menedżera w zespole ds. zrównoważonego rozwoju w Deloitte, za wcześniej na rozbudowane porównania. Ale już można powiedzieć, że autorzy tych polskich raportów, które oparte są na międzynarodowych standardach, prezentują dobrą jakość, a na tle naszego regionu ich autorzy radzą sobie nieźle. Rudzki uważa, że rewolucja w zakresie przejrzystości firm właśnie się w Polsce dzieje. Dwa lata temu raportów było kilkadziesiąt, teraz powinno ich już być kilkaset.

Ewa Sowińska, zastępca prezesa Krajowej Rady Biegłych Rewidentów, uznała raporty za źródło cennych informacji dla rewidentów. Pozwalają one im spojrzeć na firmę w dłuższej perspektywie, której raporty finansowe nie dają. Jej zdaniem w sprawie raportów niefinan-

sowych zrobiono ukłon w stronę firm, dając im dużo dowolności w przygotowywaniu sprawozdań i była to dobra decyzja. – Choć my sami jako eksperci musieliśmy się spotkać kilka razy, by wypracować wspólny język, wspólną nomenklaturę dla właściwej oceny tak różnorodnych raportów – przyznała prezes Sowińska.

W jej ocenie są w niektórych raportach zagadnienia niezbyt dobrze opracowane, ale te sprawy, które są naprawdę ważne zwykle zostały dobrze przedstawione i są dla rewidentów źródłem wielu ciekawych danych. Oceniała te sprawozdania jako ważny krok na drodze do raportowania zintegrowanego.

O tym, jak ważne już teraz jest raportowanie niefinansowe, świadczy przykład. – Miałam dać rekomendację osobie do rady nadzorczej i bardzo podkreślałam jej kompetencje właśnie w raportowaniu niefinansowym. Firma rekruterska słysząc to dwa razy mnie pytała czemu to dla mnie takie ważne, bo się ode mnie – jako od rewidenta – spodziewała skupienia się na kompetencjach kandydata w raportowaniu finansowym – opowiedziała prezes Sowińska.



” Możliwa była analiza dużej liczby dokumentów – 123 raportów, czyli ok. 63 proc. wszystkich obowiązkowo sporządzonych przez emitentów. Nasza ocena tych dokumentów jest pozytywna.

JOANNA DADACZ

dyrektor Departamentu Rachunkowości i Rewizji Finansowej w Ministerstwie Finansów



” Kiedyś firmy starały się przede wszystkim, by ich raporty były zgodne z ustawą, teraz skupiły się na poprawie jakości sprawozdania. Chodziło im o to, by było ono coraz bardziej atrakcyjne dla inwestorów.

TOMASZ JONIEWICZ

menedżer projektów Forum Odpowiedzialnego Biznesu



” Zależało nam na tym, aby po raz pierwszy tak szczegółowo pokazać firmę od środka. Dla nas to było duże wyzwanie, ponieważ jesteśmy firmą kreatywną, atmosfera jest u nas bliższa artyzmowi aniżeli mnożeniu wskaźników.

ANNA MIAZGA

koordynator ds. CSR LPP SA



” Dla naszej federacji sprawozdania są ważnym źródłem informacji. Szczególnie szukamy tam informacji dotyczących zrównoważonego rozwoju, ponieważ zakłada on również zrównoważoną produkcję i konsumpcję.

ELŻBIETA SZADZIŃSKA

wiceprezes Federacji Konsumentów

Pomoc dla biznesu

Przedstawicielka ministerstwa inwestycji przedstawiła, w jaki sposób resort pomaga firmom, szczególnie średnim i małym.

– Do naszego zespołu – oprócz przedstawicieli ministerstw, urzędów centralnych, przedsiębiorców i ich organizacji – zaprosiliśmy organizacje pozarządowe, które działają w różnych obszarach społeczno-gospodarczych, upowszechniając potrzebę zmian w kierunku zrównoważonego rozwoju. W pracach ukierunkowanych dla przedsiębiorców podejmujemy trzy wątki. Pierwszy: jak zmieniać naszą gospodarkę, by była ona środowiskowo zrównoważona. Podkreślamy rolę transformacji w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego, której poświęcamy wiele uwagi. W opracowaniu jest zestaw rekomendacji, który pozwoli przedsiębiorcom ocenić cykl życia ich produktów pod kątem wpływu środowiskowego. Celem jest zwiększenie efektywności zużycia zasobów i optymalizacja ich wykorzystania na potrzeby powtórnego zastosowania. Drugi wątek wiąże się z wyzwaniem społecznym rynku pracy. Przedsiębiorcy nie do końca dostrzegają istotę ochrony praw człowieka w kontekście prowadzonej przez nich działalności biznesowej. Obszar ten często jest wiązany z prawami pracowniczymi. Staramy się pokazać, że to różne obszary. Coraz większy udział cudzoziemców na polskim rynku pracy jest jednym z wyzwań, które wymaga od pracodawców nowego podejścia związanego z zarządzaniem różnorodnością. Trzeci obszar to szeroko pojęte innowacje w kierunku przemysłu 4.0, cyfryzacji i robotyzacji – mówiła Dominika Wierzbowska, naczelnik Wydziału CSR i współpracy z organizacjami pozarządowymi Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju.

Podkreśliła, że założeniem prac jest wypracowanie praktycznych instrumentów wsparcia dla przedsiębiorców. Aby osiągnąć cele dla obszaru innowacje resort podjął współpracę z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju.

– Kluczową grupą docelową prowadzonych przez nas działań są małe i średnie przedsiębiorstwa, które staramy się zainspirować do bardziej kompleksowego myślenia o swoim biznesie, nie tylko w kategorii zysków ekonomicznych, ale także oddziaływania społecznego i środowiskowego – mówiła Dominika Wierzbowska.

– Wytyczne, które Komisja Europejska wydała w sprawie raportowania niefinansowego, to bardzo przyjazny dla firm dokument. Gdy



” W kilkunastu raportach w ogóle nie padało słowo „człowiek”, a przecież odniesienie się do praw człowieka jest obowiązkiem sporządzającego sprawozdanie.

PIOTR BIERNACKI

prezes Fundacji Standardów Raportowania i wiceprezes Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych



” Firmom dano dużo dowolności w przygotowywaniu sprawozdań, była to dobra decyzja. My jako eksperci musieliśmy się spotkać kilka razy, by wypracować nomenklaturę dla właściwej oceny różnorodnych raportów.

EWA SOWIŃSKA

zastępca prezesa Krajowej Rady Biegłych Rewidentów

spółki mnie pytają, jak się nauczyć dobrego raportowania, to odsyłam do tych wytycznych oraz do informacji zamieszczonych na stronie internetowej Ministerstwa Finansów. Od chwili, gdy te informacje w formie pytań i odpowiedzi pojawiły się na stronie resortu, na 95 procent zadawanych mi pytań odpowiadam „Proszę zajrzeć na stronę resortu – tam znajdziecie odpowiedź” – twierdzi wiceprezes Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych.



” Autorzy tych polskich raportów, które oparte są na międzynarodowych standardach, prezentują dobrą jakość, a na tle naszego regionu ich autorzy radzą sobie dobrze.

RAFAŁ RUDZKI

starszy menedżer w zespole ds. zrównoważonego rozwoju w Deloitte



” Kluczową grupą naszych działań są małe i średnie przedsiębiorstwa, które staramy się inspirować do myślenia o biznesie nie tylko w kategorii zysków ekonomicznych, ale także oddziaływania społecznego.

DOMINKA WIERZBOWSKA

naczelnik Wydziału CSR w Ministerstwie Inwestycji i Rozwoju

Wygląda na to, że wkrótce pojawią się nowe wytyczne w sprawie raportowania zagadnień związanych ze zmianami klimatu i pewnie będą dość obszerne, bo projekt ma ponad 30 stron.

Spojrzenie w przyszłość

– Dużo się dzieje i dużo się będzie działo. Dla spółek wiadomości nie są dobre, ponieważ nie będą

one mogły skupić się na doskonaleniu tworzenia raportów, bowiem zmieniają się przepisy i trzeba będzie spełnić nowe wymogi – twierdził prezes Biernacki.

Jesienią 2018 r. dyrekcja generalna Komisji Europejskiej ds. rynków finansowych zorganizowała spotkanie dotyczące kolejnych zmian. – Przekonywałem tam, żeby dać firmom co najmniej trzy pełne cykle raportowania, potem ocenić te dokumenty i dopiero na podstawie tej analizy wprowadzać kolejne zmiany – wspominał Biernacki. Jego zdaniem jednak presja, którą odczuwa Komisja ze strony zewnętrznych interesariuszy, głównie ubezpieczycieli, rynków finansowych, instytucji pozarządowych, związków zawodowych, może spowodować szybkie zmiany. Presja ta wynika z przeświadczenia, iż skoro zostało podpisane porozumienie paryskie, powinno być ono bezwzględnie wykonane. – Nie dadzą firmom odpocząć – zapowiada prezes Fundacji Standardów Raportowania.

Komisja Europejska może zmienić wytyczne raportowania niefinansowego i to już w połowie roku. Jesienią 2018 r. grupa ekspertów już pracowała nad nowymi wytycznymi. – Rozporządzenia w sprawie zrównoważonych środowiskowo inwestycji jeszcze nie ma, a już trwają prace nad aktami wykonawczymi do niego. To pokazuje, jak silna jest presja na Komisję, by realizować porozumienie paryskie – podkreślał prezes Biernacki.

Są też konsultacje w sprawie ewentualnej zmiany unijnej dyrektywy. Postulaty dotyczą m.in. zmniejszenia liczby pracowników firm – z 500 do 250 – które będą miały obowiązek sporządzania raportów niefinansowych. Ta zmiana spowodowałaby, iż obowiązkiem tym zostanie objętych wielokrotnie więcej firm. Kolejny postulat dotyczy niektórych branż, np. deweloperów i zarządców nieruchomości – chodziłoby o większe niż do 250 osób obniżenie limitu zatrudnienia, a nawet jego zniesienie. Deweloper na stałe zatrudnia zwykle niewielką grupę osób, a budynki odpowiadają za emisję 35–40 proc. wszystkich gazów cieplarnianych. To więcej niż przemysł.

Zdaniem prezesa Sowińskiej międzynarodowa organizacja zrzeszająca profesjonalnych księgowych uważa, iż już wkrótce korzyści – np. w postaci niższego oprocentowania kredytów dla firm raportujących kwestie niefinansowe – będą już tak znaczące, iż nawet mniejsze przedsiębiorstwa podejmą się tego zadania. ©

Wdrożenie unijnej dyrektywy 2014/95/UE o raportowaniu informacji niefinansowych było jednym z najważniejszych wydarzeń w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu ostatnich dwóch lat

Firmy bardziej transparentne

EWA WOJCIECHOWICZ
TADEUSZ JONIEWICZ

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Gdy pojawiły się pierwsze informacje na temat dyrektywy, nie brakowało optymistycznych głosów. Eksperti CSR mieli nadzieję, że nowe obowiązki nałożone na duże firmy zaliczane do grona jednostek zainteresowania publicznego przyczynią się do większej liczby raportów społecznych i ich popularyzacji na polskim rynku. Zresztą cele przyświecające dyrektywie były podobne jak te przypisywane właśnie CSR-owym raportom firm, czyli zwiększenie transparentności w obszarze społecznej i środowiskowej działalności przedsiębiorstwa i umożliwienie porównywania danych w tym zakresie, wreszcie – poznania planów przedsiębiorstwa na przyszłość.

Niepotrzebne obawy

Szczegóły dotyczące implementacji dyrektywy w kraju (poprzez znowelizowaną ustawę o rachunkowości) nieco osłabiły te oczekiwania. Pojawiła się obawa, że ze względu na dużo krótszy czas, jaki firmy miały na przygotowanie obowiązkowych oświadczeń czy sprawozdań, zrezygnują już one z prac nad raportami społecznymi (wydawany mieliby zazwyczaj nieco później). Na szczęście nie doszło do tego i do konkursu „Raporty społeczne”, organizowanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Deloitte, zgłoszono w 2018 r. rekordową liczbę 49 publikacji, przy czym aż 22 organizacje uczestniczyły w konkursie po raz pierwszy. Część firm przyznała, że przyjęcie dyrektywy miało wpływ na decyzję o opublikowaniu raportu społecznego. Pomógł zapewne fakt, że część potrzebnych danych już została zgromadzona.

Zwraca jednak uwagę to, że ze względu na obawę o prawidłowe przygotowanie wymaganych przez prawo dokumentów firmy duży nacisk położyły na kwestie formalne. Widać to na przykładzie pytań nadsyłanych do Ministerstwa Finansów. Spośród kilkudziesięciu zgło-



Obowiązek raportowania przyczynił się do **wzrostu transparentności działań firm**, także tych, które dotąd nie przywiązywały wagi do raportowania informacji niefinansowych

zonych wątpliwości zaledwie kilka dotyczyło merytorycznej zawartości publikacji. Pozostałe pytania dotyczyły się do kwestii relacji w sprawozdawczości między jednostką dominującą a spółkami w grupach, formy złożenia sprawozdania itp.

Trudne porównania, zbytnia ogólność

Ale jak polskie firmy poradziły sobie z nowym obowiązkiem? Na pytanie nie da się odpowiedzieć jednoznacznie. Co więcej, brak jest jednego zbioru wszystkich raportów niefinansowych. W pewnym stopniu – dla spółek giełdowych – taką bazę stanowi Elektroniczny System Przekazywania Informacji (ESPI), prowadzony przez Komisję Nadzoru Finansowego. Ale oczywiście nie jest to baza pełna. Pozostałych raportów można szukać na stronach internetowych tych jednostek, które objęte zostały nowym obowiązkiem. Dość duża elastyczność w zakresie struktury publika-

cji, jaką pozostawiono raportującym podmiotom, oraz wspomniany brak jednej bazy publikacji niestety uniemożliwiły realizację jednego z celów ujawniania danych niefinansowych: możliwości łatwego porównywania zgromadzonych danych.

Na pewno jednak firmy starały się podejść do tematu rzetelnie. Lektura raportów niefinansowych pokazuje, że w większości przypadków nałożone przez ustawodawcę wymogi zostały spełnione. Nie zawsze jednak raporty są łatwe w odbiorze, czasem brak im precyzji i przejrzystego układu. Zdarza się, że gdy poszukujemy opisu danej polityki i spis treści odsyła nas do konkretnej strony, to najwięcej informacji na ten temat i tak znajdujemy rozrzuconych po innych częściach sprawozdania czy oświadczenia. Nieraz – pomimo nagłówków nawiązujących do kolejnych fragmentów ustawy – przedstawione informacje są na tyle ogólne, że nie czerpiemy z nich praktycznie żadnej wiedzy.

Optymistyczna przyszłość

Cieszą jednak przykłady firm, które solidnie odrobiły pracę domową. W ich raportach znajdziemy m.in. dane za miniony okres, porównania do poprzednich wyników i cele wyznaczone na przyszłość, poznamy procedury należytej staranności czy konkretnie opisane łańcuchy dostaw.

Można więc powiedzieć, że obowiązek raportowania przyczynił się do wzrostu transparentności działań firm, także tych, które dotąd nie przywiązywały wagi do raportowania informacji niefinansowych. Zmobilizował także do uporządkowania i mierzenia tych kwestii w organizacjach. Pozwala to z optymizmem patrzeć w przyszłość: zapewne wnioski z pierwszego roku raportowania zostały już wyciągnięte, większość wątpliwości wyjaśniona, a procesy w firmach, wdrożone na potrzeby zbierania danych – ulepszone. Pozostaje tylko czekać na efekty. ☺

Unijny ustawodawca pracuje obecnie nad przepisami związanymi ze zrównoważonym rozwojem gospodarki

Miliardy dla zrównoważonego biznesu

PIOTR BIERNACKI

prezes zarządu Fundacji Standardów
Raportowania i wiceprezes Zarządu
Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych

Ich wpływ na wszystkie spółki, a także na instytucje finansowe i w konsekwencji na konsumentów, będzie miał fundamentalny charakter i doprowadzi do przekształceń wielu relacji ekonomicznych. Niestety, wciąż niewiele się w Polsce mówi o nadchodzących regulacjach i mam wrażenie, że rozumienie ich konsekwencji jest jeszcze płytkie. W efekcie przedstawiciele polskiego biznesu w niewielkim stopniu uczestniczą w pracach legislacyjnych, co może prowadzić do tradycyjnego zaskoczenia, że „znów Bruksela coś nam narzuca”.

Źródła zmian

Zmiany mają dwa źródła. Jednym jest porozumienie paryskie, które ma doprowadzić do powstrzymania negatywnych zmian klimatycznych i niedopuszczenia do podwyższenia średnich temperatur na świecie o więcej niż 2 st. C (optymalnie o mniej niż 1,5 st. C) w stosunku do okresu sprzed epoki przemysłowej. Unia Europejska poważnie potraktowała zobowiązanie i poza szeregiem przepisów dotyczących m.in. zwiększenia efektywności energetycznej czy też wprowadzenia zasad gospodarki o obiegu zamkniętym przygotowuje pakiet regulacji, które zmobilizują prywatne rynki finansowe do finansowania przemian gospodarczych kwotami rzędu od 180 do 270 mld euro rocznie. To gigantyczne środki, które będą dostępne dla każdej spółki przekształcającej swoją działalność tak, by emitować mniej gazów cieplarnianych.

Drugim źródłem są same instytucje finansowe: fundusze inwestycyjne, banki i ubezpieczyciele. To ci ostatni jako pierwsi zdali sobie sprawę z tego, że szkodliwe zmiany klimatu w kolejnych latach zagrażą wręcz kontynuacji ich działalności. Fundusze inwestycyjne i banki są z kolei pod przymoc-

ną presją konsumentów. W wielu krajach Europy Zachodniej już nawet 80 proc. pieniędzy wpłacanych na lokaty bankowe lub do funduszy przez klientów detalicznych trafia do produktów inwestycyjnych i oszczędnościowych, które kierują te środki na działalność nieszkodzącą środowisku. Brakowało dotychczas standardów, które określałyby, co jest szkodliwe, a co nie, więc instytucje finansowe oczekują od Unii Europejskiej ustalenia jednolitych zasad, na przykład na wzór dobrze funkcjonującego w przypadku produktów konsumenckich systemu Eco Label.

Obowiązki firm

Część zmian już obowiązuje. Od ubiegłego roku duże spółki giełdowe muszą sporządzać roczne raporty na temat informacji niefinansowych, w których opisują swoje podejście i efekty działań w odniesieniu do zagadnień środowiskowych, społecznych, pracowniczych, praw człowieka i przeciwdziałania korupcji. Obecnie Komisja Europejska przedstawiła projekt nowych wytycznych, które definiują, jak spółki powinny raportować kwestie zmian klimatu. Dokument KE przewiduje, że spółki powinny m.in. raportować powodowane przez siebie emisje gazów cieplarnianych – nie tylko te, które powstają w wyniku działalności operacyjnej spółki, ale też wszystkie emisje wytworzone w łańcuchu dostaw oraz te, które powstają w efekcie użytkowania produktu przez konsumenta i na etapie jego przetwarzania jako odpadu po zakończeniu cyklu życia.

W ramach identyfikacji ryzyka spółki powinny przeprowadzić tzw. analizy scenariuszowe, czyli zbadać, jak w krótkim, średnim i długim horyzoncie czasowym odporny jest ich model biznesowy w sytuacji, gdy globalne temperatury wzrosną o mniej lub więcej niż o 2 st. C. To zadanie będzie trudniejsze niż raportowanie emisji gazów cieplarnianych, bo dostępnych jest kilka standardów przeprowadzania analiz scenarius-

zowym, część z nich jest w trakcie opracowywania lub modyfikacji, ale żaden nie zdobył jeszcze dominującej pozycji uznawanej przez większość graczy rynkowych. Problemem dla spółek notowanych na GPW będzie też niezwykle skromna liczba doświadczonych ekspertów, którzy w Polsce potrafią takie analizy przeprowadzić. Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych współpracuje obecnie z istotną ich częścią, więc spółki członkowskie uzyskają w odpowiednim czasie wsparcie edukacyjne i konsultacyjne.

Kolejnym z proponowanych w projekcie wytycznych wymogów będzie raportowanie, którzy członkowie zarządu i rady nadzorczej dysponują wiedzą i kompetencjami w zakresie zagadnień klimatycznych i jak te umiejętności są wykorzystywane w bieżącym zarządzaniu i nadzorowaniu spółki. To zadanie dość podobne do ćwiczenia, które emitenci odbyli już przy komponowaniu komitetów audytu rady nadzorczej. Tym razem będzie ono o tyle trudniejsze, że o ile stosunkowo łatwo jest znaleźć członka rady nadzorczej, który ma kompetencje w zakresie finansów i sprawozdawczości finansowej, o tyle specjalistów biegłych w sprawach zmian klimatu jest jak na lekarstwo.

Krok w dobrą stronę

Mam zaszczyt reprezentować środowisko spółek giełdowych w unijnych pracach legislacyjnych nad wytycznymi i podróżując pomiędzy Brukselą a Warszawą nieustannie wpadam w dwie zgoła odmienne rzeczywistości. Nowe propozycje Komisji w Polsce są przyjmowane z niedowierzaniem, zdziwieniem, a czasem wręcz szokiem. Tymczasem dla spółek francuskich, niemieckich, włoskich czy hiszpańskich są one zrozumiałym krokiem we właściwą stronę. Spółki te na spotkaniach konsultacyjnych zwykle są reprezentowane przez np. wiceprezesa ds. zrównoważonego rozwoju lub dyrektora ds. zagadnień klimatycznych. W wielu obszarach polskie firmy są na światowym poziomie, a innowa-

cją nawet wyprzedzają swoich konkurentów, ale w zakresie sustainability lub resilience mamy dużo do nadrobienia.

Najpoważniejszą nadchodzącą zmianą będzie unijne rozporządzenie ustanawiające ramy zrównoważonego finansowania i wynikająca z niego taksonomia określająca, jaka działalność gospodarcza jest zrównoważona środowiskowo, a jaka nie. Bezpośrednio dotknie ono wszystkich instytucji, które finansują działalność gospodarczą, czyli banków, funduszy inwestycyjnych i ubezpieczycieli. Będą one musiały publikować informacje o tym, jaki odsetek środków kierują na działalność zrównoważoną środowiskowo. Żeby to zrobić, będą oczekiwały od finansowanych podmiotów, oczywiście już na etapie np. składania wniosku kredytowego, przekazania odpowiednich informacji. Każda firma ubiegająca się o kredyt w banku lub starająca się uplasować emisję akcji lub obligacji będzie musiała umieć wykazać, jaki charakter ma prowadzona przez nią działalność lub konkretny projekt, na który pozyskuje finansowanie. Rozporządzenie dotknie więc nie tylko największych spółek giełdowych (jak to jest w przypadku raportowania informacji niefinansowych i zagadnień zmian klimatu), ale każdego, kto prowadzi jakąkolwiek działalność gospodarczą.

Zmiany nadchodzą szybko. W ostatnich dniach zakończyły się lub zbliżają się do finału w odniesieniu do kilku projektów legislacyjnych procesy trilogu, czyli negocjacji i porozumienia Parlamentu, Rady i Komisji dotyczące ostatecznej treści aktów prawnych. Przed nami kilka tygodni na procedury formalne i przepisy zostaną opublikowane. Już teraz spółki powinny rozpocząć przygotowania do ich stosowania, bo wymaga to intensywnych, co najmniej wielomiesięcznych prac. Skutki niedopasowania będą poważniejsze niż ew. sankcje nadzorcze, bo mogą oznaczać odcięcie od finansowania. Jednocześnie nowe przepisy skanalizują gigantyczne środki, z których spółki będą mogły finansować swój zrównoważony rozwój, zmniejszając negatywny wpływ na zmiany klimatu. ©©

Firmy, które prócz wyników finansowych stawiają na bycie lepszym dla otaczającego je świata, zyskują coraz więcej

Biznes w słusznej sprawie

AGNIESZKA BEMOWSKA

Obecnie poziom zaufania dla przedsiębiorstw jest taki sam, jaki osiągają organizacje pożytku publicznego, a według globalnego badania Edelman Trust Barometer 2019 aż 56 proc. społeczeństwa darzy zaufaniem firmy z sektora prywatnego.

Zmiana podejścia

Jeszcze kilka lat temu społeczna odpowiedzialność biznesu kojarzona była w Polsce wyłącznie z ocieplającymi wizerunek jednorazowymi akcjami lub wymysłami korporacji. Obecnie podejście to się zmienia, a społeczeństwo coraz częściej oczekuje, że to właśnie osoby zarządzające przedsiębiorstwami mogą wpłynąć pozytywnie na problemy społeczne. Według Edelman Trust Barometer 2019 aż 76 proc. badanych z całego świata uważa, że inicjatywę we wprowadzaniu takich zmian powinni przejąć prywatni przedsiębiorcy, nie czekając na działania rządzących.

Zauważamy, że powoli także biznes bierze odpowiedzialność za niezbędne zmiany społeczne, zaraz obok organizacji pożytku publicznego czy rządów. Na przestrzeni ostatnich kilku lat wyraźnie widać, że firmy, także w Polsce, coraz lepiej rozumieją ideę społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) i coraz lepiej ją wypełniają, budując kapitał zaufania wśród społeczeństwa. Przedsiębiorstwa są częścią większego otoczenia, a sposób ich funkcjonowania ma bardzo często przełożenie na środowisko naturalne czy społeczności lokalne – bez udziału biznesu nie da się wprowadzić koniecznych zmian – zauważa Izabela Walczewska-Schneyder, członek zarządu Benefit Systems, firmy będącej twórcą popularnych kart sportowych MultiSport.

W krajach zachodnich, gdzie CSR ma znacznie dłuższą tradycję, tworzą się porozumienia firm, które wierzą, że biznes może dzia-

łać w słusznej sprawie. Przykładem jest powstały w USA B Corp, czyli ruch firm określanych mianem najlepszych dla świata, które społeczną odpowiedzialność wpisały w swój model biznesowy. Dla tych organizacji równie ważny jak zysk jest sposób prowadzenia biznesu. Obecnie do grona firm B Corp należy ponad 2600 przedsiębiorstw z całego świata, które działają w 150 branżach.

Certyfikaty B Corp to świadectwa wydawane firmom za całokształt ich działalności na rzecz środowiska i społeczeństwa. Przyznawane są w wyniku całocisowej oceny obejmującej ład

uczestnikom tego procesu i jako pośrednik na rynku benefitów pozapłacowych od lat wcielamy te założenia w życie. Nasz sztyndarowy produkt jest narzędziem ułatwiającym podejmowanie aktywności fizycznej, a tym samym produktem wspierającym zdrowie i samopoczucie jego użytkowników oraz adresującym istotną kwestię społeczną. Społeczne zaangażowanie Benefit Systems to zasługa przede wszystkim założyciela firmy, ale także całego zespołu, który pracuje nad rozwiązaniami, które wpisują się w tę filozofię. Dzięki temu z powodzeniem dołączyliśmy do grona spółek z certyfikatem B

młode pokolenie (Y). Raport Deloitte „Millenials 2018” potwierdza, że dziś mniej niż połowa przedstawicieli pokolenia Y uważa, że przedsiębiorstwa postępują etycznie (48 proc., spadek o 17 pp. w 2018 r. w porównaniu z 2017 r.) i że działają one na rzecz poprawy sytuacji społecznej (47 proc., spadek o 15 pp.). Z drugiej strony firma badawcza Nielsen na podstawie badań ankietowych „Global Corporate Sustainability Report” zauważyła, że aż 73 proc. milenialsów jest w stanie zapłacić więcej za marki znane z tego, że są odpowiedzialne społecznie. Wśród firm B Corp znajdują się

” Jeszcze 20 lat temu trudno byłoby sobie wyobrazić, że dla przedsiębiorstw równoważnym celem obok zysku będzie pozytywny wpływ na problemy i potrzeby współczesnego świata

korporacyjny, warunki pracownicze, kontakty ze społeczeństwem, wpływ działalności na środowisko naturalne czy wreszcie tworzenie korzyści dla klientów i partnerów – mówi Nathan Gilbert, dyrektor wykonawczy B Lab Europe, organizacji przyznającej certyfikat B Corp.

B Corp wkracza do Polski

Otrzymanie certyfikatu B Corp nie jest jednak proste i wymaga uzyskania odpowiedniej punktacji w szczegółowej analizie. Każde przedsiębiorstwo ubiegające się o certyfikację musi przedstawić dokumenty, które poświadczą rezultaty prowadzonych inicjatyw oraz ich długofalowy charakter w ramach strategii biznesowej firmy. Obecnie jedyną polską firmą wyróżnioną tytułem B Corp, a zarazem pierwszą spółką giełdową w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, jest Benefit Systems.

W Benefit Systems wierzymy, że biznes można robić inaczej, przynosząc korzyści wszystkim

Corp i cieszymy się z zaufania, jakim obdarzają nas nasi klienci, partnerzy oraz użytkownicy – wyjaśnia Izabela Walczewska-Schneyder.

O zwiększonym zainteresowaniu przynależności do ruchu B Corp i firm odpowiedzialnych społecznie świadczy fakt, że od początku 2018 r. certyfikat uzyskało ponad 300 przedsiębiorstw. Około 600 firm na terenie Europy jest obecnie w trakcie procesu certyfikacji.

Autentyczność ma znaczenie

Według barometru Edelmiana 67 proc. ludzi jest skłonnych spróbować produktów i usług, które cieszą się dobrą reputacją. Respondenci zaznaczają jednak, że jeśli nie ufają firmie stojącej za produktem, szybko zrezygnują z jej usług. Dlatego tak ważne jest budowanie społecznej odpowiedzialności biznesu zakorzenionej w DNA firmy. Na autentyczność działań prowadzonych przez firmy szczególnie wyczulone jest

marki wyjątkowo doceniane przez młode pokolenie: Warby Parker, Patagonia and New Belgium Brewing Company czy Ben & Jerry's – producent lodów sprzedawanych także w Polsce.

Społeczna odpowiedzialność firmy jest także jednym z kluczowych motywatorów w wyborze miejsca pracy. Wyniki badania Edelman Trust Barometer 2019 potwierdzają, że aż 25 proc. respondentów nie podjęłoby pracy u pracodawcy, który w swojej działalności nie realizuje wyższego, społecznego celu.

Tendencje rynkowe potwierdzają, że dziś to właśnie społeczna odpowiedzialność biznesu jest jednym z głównych argumentów budowania przewagi konkurencyjnej. Jeszcze 20 lat temu trudno byłoby sobie wyobrazić, że dla przedsiębiorstw równoważnym celem, obok zysku, będzie pozytywny wpływ na problemy i potrzeby współczesnego świata. Dziś zgodnie z ideą społecznej odpowiedzialności biznesu działa coraz więcej firm także w Polsce – zaznacza Izabela Walczewska-Schneyder. ©

Warto stworzyć taką atmosferę, by cudzoziemcy pracujący w Polsce czuli się bezpieczni

Nowoczesny biznes coraz lepiej dba o respektowanie praw człowieka

KRZYSZTOF KRUBSKI

Co o ochronie praw człowieka mówi polskie prawo, jak ta ochrona wygląda z punktu widzenia pracodawcy i konsumenta, gdy coraz więcej polskich firm ma poddostawców za granicą, a wśród pracowników rośnie udział imigrantów zarobkowych z zagranicy – o tym dyskutowali uczestnicy debaty „Rzeczpospolitej”, zwracając uwagę, że pomimo rosnącej liczby dobrych praktyk wciąż jest w tej dziedzinie jeszcze sporo do zrobienia.

– „Krajowy plan działania na rzecz wdrażania wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka na lata 2017–2020” jest realizowany zgodnie z harmonogramami. Zrealizowano wiele projektów, m.in. przyjęto program Dostępność+, którego celem jest podniesienie jakości życia i zapewnienie niezależności obywatelom, w tym osobom starszym i osobom z ograniczeniami sprawności; znowelizo-

wano ustawę o związkach zawodowych, tak aby osoby samozatrudnione i pracujące na innej podstawie niż stosunek pracy mogły tworzyć związki zawodowe i do nich przystępować – wyliczała Agnieszka Wielowieyska, ambasador tytularny z Departamentu Narodów Zjednoczonych i Praw Człowieka MSZ.

Ambasady przygotowały „Mapy ryzyka i zagrożeń dla praw człowieka” w krajach akredytacji. – Należy podkreślić dużą wagę szkoleń w zakresie biznesu i praw człowieka. MSZ wprowadziło obowiązkowe szkolenia dla wszystkich osób wyjeżdżających na placówki zagraniczne – mówiła ambasador Wielowieyska.

– Widzę znaczną poprawę, przynajmniej gdy mówimy o administracji publicznej i rozumieniu przez nią roli, jaką ma do odegrania – oceniła Beata Faracik, prezeska Polskiego Instytutu Praw Człowieka i Biznesu. – Dostrzegam większe zaangażowanie kilku resortów w koordynowane przeze mnie

prace grupy roboczej ds. osób świadczących pracę, dotyczące wprowadzenia do kodeksu karnego definicji pracy przymusowej, zwiększenia ochrony ofiar tego zjawiska i przeciwdziałania mu.

W jej ocenie, jeśli chodzi o sektor prywatny, to duże firmy, szczególnie te z centralami za granicą, radzą sobie lepiej niż kiedyś. Dla firm średnich i małych to wciąż „teren nieodkryty”.

Firmy i konsumenci

Monika Kulik, członek zarządu Forum Odpowiedzialnego Biznesu i ekspert ds. społecznej odpowiedzialności biznesu Orange Polska, jest zdania, że przestrzeganie praw człowieka jest podstawowym elementem etycznego i odpowiedzialnego biznesu.

– Jednak trudności sprawia nam sama „pojemność” tego określenia, która stwarza pole do różnych interpretacji. Jeśli spojrzymy na raporty „Odpowiedzialny biznes

w Polsce. Dobre praktyki”, obszar praw człowieka, jako jeden z siedmiu obszarów normy ISO 26 000, jest najmniej popularną kategorią wśród firm. Do tej pory zgłoszono w niej 84 praktyki (<http://odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki/>). Dotyczą one głównie zarządzania różnorodnością, równouprawnienia, polityk antydyskryminacyjnych czy antymobbingowych – podała Monika Kulik.

Jej zdaniem szerokie spojrzenie na prawa człowieka pokazuje, że dotyczą one wszystkich obszarów i poziomów zarządzania firmą, stanowiąc element ograniczenia ryzyka, tworzenia przewagi konkurencyjnej, budowania wysokiej kultury organizacyjnej, dobrych relacji z partnerami biznesowymi i otoczeniem społecznym.

Anna Wicha, dyrektor generalny Adecco Poland, uważa, że firma robi wszystko, by pracownikom, którzy są przez tę firmę zatrudniani, zagwarantować dostęp do godnej pracy, wykonywanej w oparciu o klarowną umowę, oraz adekwat-



„Należy podkreślić dużą wagę szkoleń z zagadnień biznesu i praw człowieka. MSZ wprowadziło obowiązkowe szkolenia dla wszystkich osób wyjeżdżających na placówki zagraniczne.

AGNIESZKA WIELOWIEYSKA
ambasador tytularny
z Departamentu Narodów Zjednoczonych
i Praw Człowieka MSZ



„Dostrzegam większe zaangażowanie kilku resortów w koordynowane przeze mnie prace grupy roboczej ds. osób świadczących pracę, dotyczące m.in. wprowadzenia do kodeksu karnego definicji pracy przymusowej i opracowania poradnika dla firm.

BEATA FARACIK, prezeska Polskiego
Instytutu Praw Człowieka i Biznesu



„Szerokie spojrzenie na prawa człowieka pokazuje, że dotyczą one wszystkich poziomów zarządzania firmą, stanowiąc element dobrych relacji z partnerami biznesowymi i otoczeniem społecznym.

MONIKA KULIK
ekspert ds. społecznej odpowiedzialności
biznesu Orange Polska, zarząd FOB



„Adecco funkcjonuje w 60 krajach, staramy się wszędzie zachowywać wysokie standardy. Dbamy też o to, aby zapewniać naszym pracownikom rozwój, a nie tylko zatrudnienie.

ANNA WICHA
dyrektor generalny
Adecco Poland



Uczestnicy debaty o ochronie środowiska

ne, godziwe wynagrodzenie. – Każdemu z naszych pracowników zapewniamy odpowiednie warunki bezpieczeństwa i higieny pracy. Na każdym etapie – od rekrutacji przez okres pracy po ewentualne zakończenie współpracy – stosujemy politykę przeciwdziałania jakiegokolwiek formom dyskryminacji – mówiła dyr. Wicha.

Jej zdaniem w Polsce otoczenie prawne sprzyja ochronie praw pracownika wynikających bezpośrednio z praw człowieka. W 2004

r. została wprowadzona ustawa o pracy tymczasowej, która reguluje wszystkie aspekty prawne zgodnie z dyrektywą europejską. W takiej sytuacji, jeśli tylko agencja chce w sposób prawidłowy działać na polskim rynku, ma do tego stworzone odpowiednie możliwości.

– Adecco funkcjonuje w 60 krajach, staramy się wszędzie zachowywać wysokie standardy. Dbamy też o to, aby zapewniać naszym pracownikom rozwój, a nie tylko

zatrudnienie – deklarowała dyr. Wicha.

Nie tylko jakość i cena

– Coraz częściej przedsiębiorcy są pytani nie tylko o to, czy ich wyrób jest dobry, czy spełnia standardy, ale i o to, czy w firmie przestrzegane są prawa człowieka. Dla polskich przedsiębiorców pytanie o te kwestie może nadal wydawać się trochę abstrakcyjne, ale ma ono mocne uzasadnienie zarówno w prawie międzynarodowym, jak i w praktyce firm, które w Polsce kupują wyroby i usługi. Sprawa jest więc coraz ważniejsza dla polskich producentów, a także dla pośredników w handlu m.in. z krajami azjatyckimi. Muszą oni wykazać, że dołożyli należytej staranności w ocenie nie tylko swoich fabryk, ale i podwykonawców oraz poddostawców – uważa Danuta Kędzierska, audytor wiodący standardów odpowiedzialności społecznej, TÜV Rheinland Polska.

Według niej skomplikowana struktura łańcuchów dostaw utrudnia jednoznaczne stwierdzenie, skąd pochodzi dany produkt, przez kogo i gdzie został wyprodukowany. Dlatego tak dużą wagę przywiązuje się do narzędzi, które pozwalają m.in. zidentyfikować, czy nie dochodzi do nieuprawnionego zlecenia produkcji innym podmiotom.

– Z moich obserwacji wynika, że pomimo to, iż polscy przedsiębiorcy często posługują się narzędziami zarządzania, które wymagają od

nich szacowania ryzyka, to ocena ryzyka związanego z prawami człowieka jest pomijana w praktyce biznesowej. Rolą standardów, na podstawie których prowadzone są audyty socjalne, jest m.in. zobligowanie przedsiębiorców do przeprowadzenia takiej oceny i przygotowania planów minimalizacji ryzyka, a naszą rolą jako audytorów jest sprawdzenie, z jakim skutkiem te plany zostały wdrożone – mówiła Danuta Kędzierska.

Prof. Witold Klaus, prezes Stowarzyszenia Interwencji Prawnej, ocenia, że polskie prawo nie do końca jest dostosowane do tego, by cudzoziemcom w naszym kraju zapewnić bezpieczeństwo. Jeśli wszystko układa się dobrze, nie ma problemu.

– Kiedy jednak problem się pojawia, np. dochodzi do wykorzystania przez pracodawcę, często my, Polacy, przysmykamy oczy, cudzoziemiec zwykle pozostawiony jest sam sobie, a i droga prawna może się okazać nieefektywna. Dlaczego nieefektywna? Bo cudzoziemiec nie ma w Polsce stałego miejsca pobytu, nie zna naszego prawa, nie mówi po polsku, często nie dysponuje zbyt dużymi środkami finansowymi itp. To w praktyce utrudnia, a często wręcz uniemożliwia, mu dochodzenie swoich praw przed sądem – ocenia prof. Klaus.

Jeego zdaniem całe społeczeństwo powinno stworzyć taką atmosferę, żeby cudzoziemcy pracujący w naszym kraju czuli się bezpiecznie i żeby byli przekonani, iż ich prawa są przestrzegane. ©



Coraz częściej przedsiębiorcy są pytani nie tylko o to, czy ich wyrób jest dobry, czy spełnia standardy, ale i o to, czy w firmie przestrzegane są prawa człowieka.

DANUTA KĘDZIESKA
audytor wiodący Standardów
Odpowiedzialności Społecznej,
TÜV Rheinland Polska



Całe społeczeństwo powinno stworzyć taką atmosferę, żeby cudzoziemcy pracujący w naszym kraju czuli się bezpiecznie i byli przekonani, że ich prawa są przestrzegane.

PROF. WITOLD KLAUS
prezes
Stowarzyszenia Interwencji Prawnej

Od przyjęcia przez ONZ Wytycznych dot. biznesu i praw człowieka w 2011 r. minęło już osiem lat, ale raportowanie informacji niefinansowych w obszarze praw człowieka nadal stanowi wyzwanie dla firm

„Z głową” czy na pokaz?

Rodzaje wskaźników w raportach



Źródło: Valuing Respect project. Polski Instytut Praw Człowieka i Biznesu oraz Shift

**BEATA FARACIK
AGATA MĘŻYŃSKA**

Osiem lat od przyjęcia przez ONZ Wytycznych dot. biznesu i praw człowieka poziom zrozumienia, czym są prawa człowieka i jak działania firmy wpływają na ich realizację, jest bardzo zróżnicowany. Znajduje to odzwierciedlenie w raportach niefinansowych firm.

Perelki vs. brak świadomości

Uogólniając, duże firmy, szczególnie te z centralami za granicą, częściej podejmują działania, które zdają się świadczyć o lepszym zrozumieniu tego, co oznacza poszanowanie praw człowieka w praktyce. Dla większości firm średnich i małych to jednak wciąż terra incognita. Co prawda „nie nazwa czyni różę”, niemniej szanse na działanie w sposób zapewniający poszanowanie praw człowieka są większe, jeśli firmy znają te prawa i zdiagnozowały ryzyko negatywnego wpływu działalności przedsiębiorstwa na możliwość korzystania z nich. Ważne też, by podjęły działania zaradcze lub naprawcze i wdrożyły mechanizmy skargowe, umożliwiające bezpieczne zgłoszenie nieprawidłowości na poziomie firmy, zanim trafią do mediów lub sądu.

Oczywiście zdarzają się „perelki”. Niektóre z firm podeszły do nowych wymagań w sposób uporządkowany, sięgnęły po „Ramy sprawozdawczości zgodnej z Wy-

tycznymi ONZ dot. biznesu i praw człowieka”. Zaczęły „mapować” – także z pomocą ekspertów naszego instytutu – w jakich obszarach działalności, na jakim etapie łańcucha wartości i w odniesieniu do jakich grup interesariuszy mają istotny wpływ na możliwość korzystania z praw człowieka. Zaczęły identyfikować i wdrażać działania pozwalające skutecznie zapobiegać potencjalnemu negatywnemu oddziaływaniu, a jeśli takie już zaistnieje – minimalizować je, jak również podjęły próbę analizy skuteczności podjętych działań. Niektórym podmiotom pomogło to uwzględnić kontekst firmy w ich pracy nad polityką praw człowieka i osadzonymi w niej procedurami.

Jednak większości raportujących wydaje się brakować świadomości, że sam fakt przeprowadzenia np. szkoleń z zakresu przeciwdziałania dyskryminacji czy mobbingowi nie wystarczy, by zapobiec przypadkom naruszenia praw człowieka. Nie sprawią one, że określony problem zniknie. Konieczne jest podjęcie dodatkowych działań, które faktycznie sprawią, że równe traktowanie i różnorodność staną się integralną składową DNA kultury firmy, a jej pracownicy zmienią swoje postawy i przyzwyczajenia, zakwestionują stereotypy.

Trudne prawa człowieka

Niestety, raporty niefinansowe firm za rok 2017 wyraźnie pokazały, że firmy mają znaczne trudności z raportowaniem swojej działalno-

ści pod kątem jej wpływu na poszanowanie praw człowieka. Badania zrealizowane przez Polski Instytut Praw Człowieka i Biznesu w ramach międzynarodowego, opartego na współpracy projektu Valuing Respect Project, prowadzonego przez Shift (<http://pihrb.org/the-valuing-respect-project/>) objęły 107 dużych spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie (GPW). Sto z nich stanowiły spółki o największej kapitalizacji na GPW na koniec 2017 r. Dodatkowo uwzględnione zostało siedem spółek o niższej kapitalizacji, ale będących sygnatariuszami UN Global Compact lub Karty różnorodności, lub notowanych na Respect Index, lub wreszcie w całości lub częściowo będących pod kontrolą Skarbu Państwa. Spółki te uwzględniono, by sprawdzić, czy firmy podkreślające swoje przywiązanie do określonych wartości i praw wykażą się bardziej świadomym i zaawansowanym raportowaniem w obszarze praw człowieka. Oczywiście także w grupie 100 spółek o największej kapitalizacji były firmy zaangażowane w daną inicjatywę. Łącznie w analizowanej puli spółek w skład Respect Index wchodziło łącznie 27 proc. z analizowanych spółek, Kartę różnorodności sygnowało 16 proc., a członkiem inicjatywy UN Global Compact było 15 proc. firm. Co czwarta z analizowanych spółek należała do Skarbu Państwa (w makrosektorze energetyki – ponad 90 proc.).

Niestety, poza kilkoma wyjątkami raporty tych firm nie odbiegają poziomem od pozostałych rapor-

tów. Także w tak istotnych z punktu widzenia praw człowieka aspektach jak sprawnie funkcjonujący mechanizm zgłaszania nieprawidłowości i naruszeń praw człowieka.

Wciąż za mało

Należy odnotować fakt, że raportowanie finansowego podjęło się także kilka firm, które nie miały takiego obowiązku – ustawa o rachunkowości wymaga bowiem raportowania informacji niefinansowych jedynie od firm, które spełniają łącznie dwa kryteria (finansowy i liczby pracowników). Obowiązkiem tym objętych było zaledwie 77 proc. spółek objętych analizą, a informacje niefinansowe – na różnym poziomie jakości – raportowało 79 proc. spółek. Tak więc 2 proc. (3) spółek z analizowanej puli zdecydowało się mimo braku obowiązku upublicznić informacje niefinansowe, w tym jedna z nich – w formie pełnego raportu niefinansowego. Wydaje się jednak, że wśród największych firm giełdowych powinno się to zdarzać częściej.

Co więcej, zaledwie co dziesiąty analizowany podmiot miał odrębną politykę praw człowieka lub też poziom raportowania wskazywał na to, że zobowiązania wynikające z deklaracji złożonej przy przystąpieniu do UN Global Compact są traktowane poważnie. Tylko 7 proc. raportujących wskazało – choćby w ograniczonym zakresie – na najistotniejsze kwestie z obszaru praw człowieka (tzw. salient human

rights issues), czyli te obszary, w których może wywrzeć największy negatywny wpływ na korzystanie przez ludzi z tych praw. 64 proc. analizowanych firm podkreślało, że prawa człowieka są ujęte w innych dokumentach, np. Kodeksie etycznym, Kodeksie dla dostawców, Polityce Różnorodności. Niestety, niezdający sobie nieraz sprawy, że np. zakres etyki uwarunkowanej kulturowo i powszechnych praw człowieka nie musi być tożsamy, a wsparcie dla różnorodności nie zawsze wyczerpuje wymogi równego traktowania. Wiele firm wspomina o posiadaniu mechanizmów zgłaszania nieprawidłowości w obszarze praw człowieka – nie podaje jednak żadnych danych świadczących o tym, że są to efektywne procedury, a nie tylko zapisy na papierze na potrzeby audytów.

Dane, ale bez porównania

Największą słabością raportów niefinansowych jest brak informacji o efektach i skuteczności podjętych działań, komentarza dotyczącego działań planowanych, a nierazko też brak skali porównawczej np. w postaci danych za poprzedni okres. Firmy często ograniczają się do opisu status quo na dzień 31 grudnia 2017. Czytamy: „zrealizowano x szkoleń z zakresu BHP i przeciwdziałania dyskryminacji”, „różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn wynosi x procent”. Jednak bez punktu odniesienia, choćby do innego okresu, informacje te niewiele mówią. Owszem, przeszkolono określoną liczbę pracowników, ale czy zaowocowało to mniejszą liczbą wypadków, czy zaowocowało zmniejszeniem różnic w wynagrodzeniach? Zazwyczaj brak informacji, czy szkolenia przyniosły oczekiwany skutek, jakie działania firma podjęła i zamierza nadal podejmować, by go osiągnąć. Bez danych o efektywności działań skąd firma wie, czy warto je kontynuować w kolejnych okresach? A może czas sięgnąć po inne narzędzia? W raportach informacji o tym, czy firma zadaje sobie pytania na temat efektywności podejmowanych działań i wydatkowanych na nie środków finansowych i dedykowania czasu pracowników, zwykle nie znajdziemy.

Działanie – skutek

Gdy spojrzymy na raportowanie przez pryzmat łańcucha kausalnego, zauważymy, że w raportach

dominują wskaźniki typu rezultat (Output, blisko 39 proc. wszystkich wskaźników), np. liczba przeszkolonych pracowników, liczba wypadków. Wciąż dużo, choć niemal dwa razy mniej, jest tych dotyczących wkładu (Input) – 21 proc., np. środki finansowe przeznaczone na organizowanie szkoleń, czas i zasoby ludzkie dedykowane na opracowanie polityki. Podobna ilość wskaźników – 19 proc. – odnosi się do działań (Activity), takich jak np. liczba przeprowadzonych szkoleń. Natomiast liczba wskaźników dotyczących efektywności i skuteczności podjętych działań jest uderzająco skromna. Dotyczy to konkretnych praktyk i zmian w postawach (Practice/Behaviour) – 7,7 proc., skutków dla ludzi (Outcome for people), takich jak mniejsza liczba osób objętych zwolnieniami dzięki działaniom firmy, czy wreszcie skutków dla biznesu (Outcome for business), jak np. mniejsza liczba dni straconych w wyniku wypadków, niższy koszt odszkodowań czy wydatków związanych z postępowaniami przed sądem pracy, zwiększenie atrakcyjności jako pracodawcy na rynku pracy.

Znaczące jest także, że tylko wskaźniki typu rezultat (Output) były w większości danymi liczbowymi. Pozostałe wskaźniki – nawet typu wkład czy aktywność – w odniesieniu do których łatwo podać

wartość liczbową, rzadko były podawane w tej formie. Czy dlatego, że napisanie, że w firmie liczącej kilka tysięcy pracowników przeprowadzono dwa szkolenia dla 20 osób z przeciwdziałania dyskryminacji, nie brzmiałoby już tak dobrze jak informacja, że szkolenia takie się odbyły?

Konieczność zadawania pytań

Chciałoby się mieć nadzieję, że jest to tylko kwestia niepełnego raportowania. Tym bardziej że standardy sprawozdawczości, w tym GRI, czy wskaźniki wykorzystywane przez indeksy giełdowe – jak wykazały badania w projekcie – często nie skłaniają do pisania o skutkach podjętych przez firmy działań, nie zawierają także pytań o to, czy udało się doprowadzić do zmian w praktyce w zachowaniach pracowników i jakie były długoterminowe skutki (pozytywne/negatywne) dla ludzi i firmy.

Tylko jeśli firmy zaczną zadawać sobie takie pytania, raportowanie stanie się faktycznie elementem zarządzania należytą starannością w obszarze praw człowieka w firmie, a sam raport będzie swoistym podsumowaniem działań podjętych w określonym okresie w celu osiągnięcia określonego efektu.

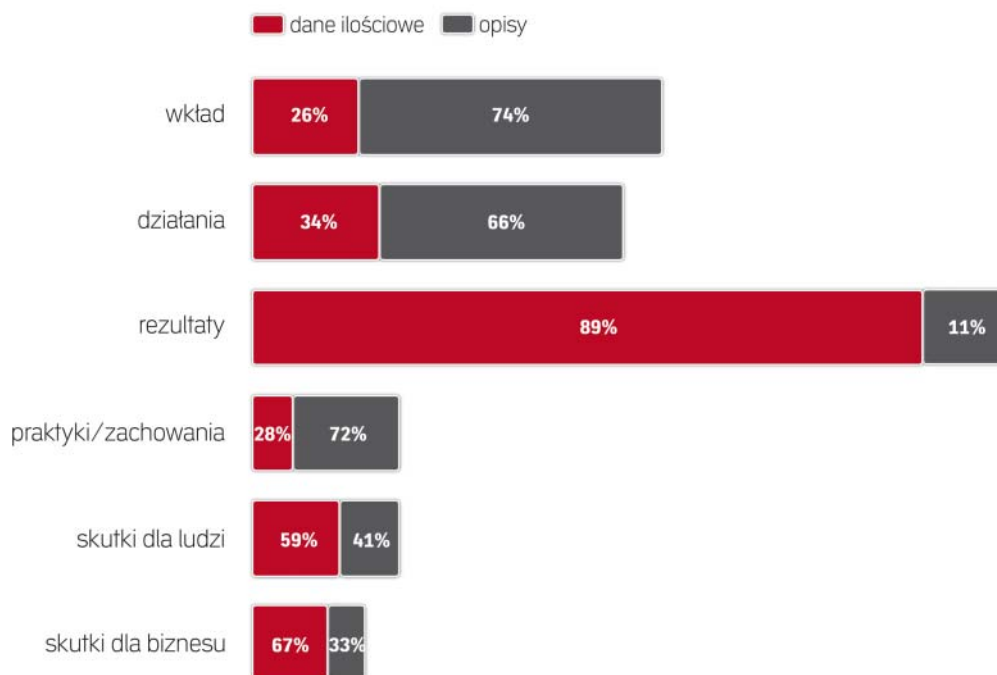
Będzie elementem strategicznego zarządzania firmą, a nie oderwanym od bieżących działań dokumentem „na pokaz”, jakim często jest teraz. Dziś najczęściej istotny jest tylko przekaz, że „coś robimy”, np. przeszkoliliśmy 100 osób, a nie to, czy przypadki np. nierównego traktowania wyeliminowano, a liczba przypadków mobbingu spadła.

Podsumowując – poziom raportowania w obszarze praw człowieka przez firmy w roku 2017 był niezadowalający. Wyraźnie też pokazał nadal niską świadomość, czym te prawa konkretnie są i jakie sfery działalności firmy obejmują. Przed nami jeszcze długa praca – przede wszystkim na poziomie budowania wiedzy i zrozumienia praw człowieka – zarówno wśród kadry zarządzającej, jak i szeregowych pracowników. Miarą jej skuteczności będzie m.in. poprawa sposobu mierzenia oraz ewaluacji wpływu i efektywności działań firm. Projekt Valuing Respect podejmuje te wyzwania – na jego kolejnych etapach planujemy we współpracy z firmami wypracować skuteczniejsze metody ewaluacji działań w obszarze praw człowieka. ©©

Beata Faracik jest współzałożycielką i prezeską Polskiego Instytutu Praw Człowieka i Biznesu

Agata Mężyńska – współpracownikiem Polskiego Instytutu Praw Człowieka i Biznesu

Udział wskaźników ilościowych: konkrety vs. opisy



100-lecie niepodległości, 100-lecie wywalczenia przez Polki praw wyborczych.

To świetna okazja do podsumowania tematu równości płci i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy

Równość płci na rynku pracy nie jest tematem elitarnym

MARZENA STRZELCZAK

dyrektorka generalna,

członkini zarządu

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Równość to wartość sama w sobie i element praw człowieka, stanowi więc podstawę etycznego, odpowiedzialnego biznesu. Firmy mają jednak także szereg innych powodów, by zadbać o równe traktowanie kobiet i mężczyzn. Dzięki różnorodnym zespołom mogą lepiej korzystać z potencjału pracowników i zarządzać ryzykiem, tworzyć bardziej innowacyjne produkty i usługi czy wreszcie liczyć na większą satysfakcję i lojalność pracowników. To przekłada się z kolei na większe zaangażowanie, dzięki czemu łatwiej ich pozyskiwać i zatrzymywać w organizacji. W obliczu zmian zachodzących na rynku pracy są to istotne czynniki wpływające na motywację pracowników.

Polskie warunki

Jak korzystamy z tego potencjału w Polsce w XXI wieku? Co pokazują statystyki? W Polsce kobiety, podobnie jak w większości krajów na świecie, stanowią większą część populacji. Są lepiej wykształcone niż pracujący mężczyźni i do poziomu średniego szczebla kierowniczego mają całkiem sporą, ponad 40 proc., reprezentację. Polska jest pod tym względem w absolutnej czołówce wśród krajów UE – jedynie na Litwie ten wskaźnik przekracza 50 proc. Polki są też całkiem przedsiębiorcze, zajmując pod tym względem 7. miejsce w Europie. Wśród założycieli start-upów, często najbardziej innowacyjnych przedsięwzięć biznesowych, przewyższają znacznie średnią europejską. Co więcej, stanowią blisko połowę absolwentów kierunków ścisłych w naszym kraju, co dobrze rokuje na przyszłość. Biorąc pod uwagę rozwój nowych tech-

KOBIETY W POLSCE

52 proc. populacji to kobiety
63 proc. kobiet pracuje
14,6 proc. luka zatrudnienia kobiet vs. mężczyzn (średnia dla UE to odpowiednio 66,4 proc. i 11,5 proc.)
43 proc. pracujących kobiet posiada wyższe wykształcenie (wśród mężczyzn ten odsetek wynosi 29 proc. najpowszechniejsze wykształcenie wśród pracujących mężczyzn to wykształcenie zawodowe)
47 proc. stanowisk kierowników średniego szczebla zajmują kobiety
6 proc. dorosłych kobiet w Polsce prowadzi własną działalność gospodarczą

nologii i obawy o to, czy będą one sprzyjały równości, czy wręcz przeciwnie – marginalizowały grupy narażone na dyskryminację – ważne jest, by w zawodach przyszłości nie zabrakło kobiet.

Rok 2018 pokazał także, że lokalna polityka to obszar, w którym reprezentacja kobiet w życiu publicznym jest stosunkowo wysoka. I choć ponad 40 proc. reprezentacja kobiet wśród kandydatów dotyczyła stanowisk radnych, a w walce o najwyższe stanowiska – prezydentów/prezydentek, burmistrzów, wójtów – kobiety stanowiły już tylko 18 proc., jest to i tak rekordowy wynik. W porównaniu z poprzednimi latami widać dużą zmianę – w 2006 r. kobiety czynnie zainteresowane lokalną polityką stanowiły zaledwie 29 proc. To o tyle ważne, że zgodnie z danymi Global Gender Gap Index obecność kobiet w życiu publicznym i polityce to obszar, w którym równość płci osiągnęliśmy w Polsce zaledwie w 20 proc.

Segregacja sektorowa

Tyle dobrych wiadomości. Niestety, są też złe. Statystyczne 4 na 10 kobiet w Polsce nie pracu-

23,9 proc. założycieli start-upów to kobiety (w UE to średnio 15,6 proc.)
44 proc. absolwentów kierunków ścisłych, technicznych i z zakresu technologii informatyczno-komunikacyjnych w Polsce to kobiety (najwyższy odsetek spośród krajów OECD, dla których średnia to 31 proc.)
41 proc. to odsetek, jaki stanowiły kobiety wśród kandydatek i kandydatów na stanowiska radnych w wyborach w 2018 r.
20,2 proc. składu zarządów największych spółek stanowią kobiety (średnia unijna wynosi 26,2 proc.)

je. Gdyby udało się zaktywizować Polki i dorównać do średniego poziomu krajów UE, PKB Polski mogłoby wzrosnąć nawet o 180 mld zł. Choć najpowszechniejszym wykształceniem pracujących kobiet w Polsce jest wykształcenie wyższe (wśród pracujących mężczyzn to wykształcenie zawodowe), kobiety częściej niż mężczyźni kończą kierunki humanistyczne, których rynek pracy nie wynagradza najlepiej. Podobnie jak na całym świecie, w Polsce zachodzi jawisko segregacji sektorowej. Branże sfeminizowane – edukacja, ochrona zdrowia, opieka, czyli zajęcia tradycyjnie łączone z kobietami – są niżej płatne. Nierówności płacowe dotyczą jednak praktycznie całego rynku pracy, przy czym są sektory takie jak bankowość i ubezpieczenia, w których różnice te sięgają blisko 40 proc. W porównaniu z unijną średnią, Polki rzadziej są też obecne na najwyższych stanowiskach – w radach nadzorczych i w zarządach firm giełdowych.

Systemowe wsparcie

Skoro równość płci i zarządzanie różnorodnością są nie tylko walką

z dyskryminacją, ale też sprzyjają lepszym wynikom finansowym, co robią pracodawcy w Polsce?

Przykłady wielu państw pokazują, w jaki sposób systemowo można wspierać równość płci. Niestety, rozwiązania administracyjne w Polsce nie sprzyjają aktywności zawodowej kobiet. W tej sytuacji wykorzystanie potencjału kobiet na rynku pracy w dużej mierze zależy od samych pracodawców. A ci faktycznie wspierają zmiany. Służą temu coraz powszechniejsze w biznesie strategie i polityki zarządzania różnorodnością, sieci kobiece i mentorin-gowe, szkolenia, debaty, a także badania i raporty dotyczące wyzwania biznesu dotyczące równości płci. Warto wspomnieć o inicjatywach liderów biznesu, takich jak np. HE for SHE czy Champions of Change czy projektach zachęcających kobiety do pracy w branży IT. Coraz częściej pracodawcy otwarci są także na elastyczny czas pracy i pracę zdalną. Nie do przecenienia jest także upowszechnianie wzorów kobiet, które z powodzeniem łączą życie rodzinne i karierę zawodową. To równie ważne jak tworzenie infrastruktury sprzyjającej aktywności kobiet, czyli np. żłobków i przedszkoli. Tradycyjny model ról społecznych, w Polsce wyjątkowo silny, jest również przeszkodą, z którą trudno samemu się uporać. Nie dziwi więc wyniki sondażu WO, według którego tylko 5 proc. Polek uważa się za feministki, choć te postulaty popiera większość z nich.

Równość płci na rynku pracy nie jest tematem elitarnym. Wiele złego przynosi sprowadzanie go wyłącznie do kwestii obecności kobiet na najwyższych stanowiskach. Kobiety są największą grupą społeczną doświadczającą dyskryminacji, a te nierówności dotyczące rynku pracy mają swoje konsekwencje dla każdego i każdej z nas. Łączą się z innymi sferami życia i utrudniają budowę nowoczesnego społeczeństwa. ©

Rada Odpowiedzialnego Przywództwa

Szefowie firm przejmują inicjatywę

ANITA BŁASZCZAK

W Polsce dopiero budzi się przekonanie, że odpowiedzialność społeczna firmy zaczyna się od zarządu, a zwłaszcza jej szefa. Od prawie roku tę ideę promuje Rada Odpowiedzialnego Przywództwa działająca przy Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Prezesi i wiceprezesi dziesięciu spółek, członkowie zarządów sześciu firm oraz cały zarząd FOB – w sumie prawie dwudziestka menedżerów z tak znanych firm jak Amica, ABC Czepczyński, BGŻ BNP Paribas, Carrefour, Deloitte, Jeronimo Martins Polska, Orange, Siemens czy Velux przyłączyła się do Rady Odpowiedzialnego Przywództwa. Ogłoszona w kwietniu 2018 r. inicjatywa Dominiki Bettman, prezeski FOB i Siemens Polska, skierowana do prezesów i członków zarządów firm członkowskich forum, jako swój cel wskazuje wprowadzenie do debaty publicznej głosów szefów firm, którzy przekonani są o korzyściach płynących z prowadzenia biznesu w sposób etyczny. I w ten sposób chce przenieść promocję społecznej odpowiedzialności biznesu z poziomu specjalistów na poziom top menedżerów polskich przedsiębiorstw.

specjalistów ds. CSR, marketingu czy PR. Jak dodaje, ROP to szczególne grono liderów, gotowych do refleksji nad zobowiązaniami i wyzwaniem współczesnego biznesu, zaangażowanych w zdefiniowanie na nowo standardów odpowiedzialnego biznesu.

Na rolę rady we wsparciu rozwoju CSR w Polsce zwraca też uwagę Jaromir Pelczarski, wiceprezes banku BGŻ BNP Paribas, który od pięciu lat jest partnerem FOB. Jak podkreśla, dołączenie do Rady Odpowiedzialnego Przywództwa było kolejnym krokiem, potwierdzającym strategiczne podejście banku do zarządzania odpowiedzialnością. – Jako BNP Paribas głęboko wierzymy, że tylko zaangażowani i odpowiedzialni liderzy są w stanie prowadzić organizację do zrównoważonego wzrostu, który przynosi korzyści zarówno dla organizacji, jak i otoczenia – dodaje Pelczarski.

– Zaangażowanie zarządu jest kluczowe, jeśli strategia firmy ma być spójna z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu. Gdy sam prezes albo właściciel firmy włącza się w działania CSR, pokazuje pracownikom, że jest to ważne dla całej firmy – twierdzi Artur Czepczyński, prezes i właściciel rodzinnej spółki ABC Czepczyński, który w CSR angażuje się nie tylko jako prezes dużej firmy, ale także

prywatnie. Od trzech lat realizuje na własny koszt projekt ABC Ekonomii, w którym przybliża podstawy ekonomii i finansów dzieciom ze szkół podstawowych i przedszkoli. Z podręczników i warsztatów ABC Ekonomii korzysta już ok. 200 szkół i przedszkoli w całej Polsce – w sumie 14 tys. dzieci.

Jak ocenia Artur Czepczyński, udział w takich projektach jak Rada Odpowiedzialnego Przywództwa daje również cenną możliwość spotkania się i wymiany doświadczeń i wiedzy z szefami innych biznesów. – Dzisiaj jest to jeszcze ważniejsze niż kiedyś, gdyż przy obecnym tempie zmian technologicznych, postępie globalizacji szef firmy stale musi słuchać rynku, śledzić nowe trendy – wyjaśnia prezes ABC Czepczyński.

Dekalog odpowiedzialnych firm

Konkretnym efektem działalności ROP ma być dziesięć rekomendacji Rady Odpowiedzialnego Przywództwa. – Liczę na to, że wypracowane dziesięć rekomendacji stanie się swoistym dekalogiem każdej odpowiedzialnej firmy – twierdzi Dominika Bettman.

Każda z rekomendacji będzie wynikiem tematycznego spotkania

ROP połączonego z prezentacją i dyskusją z zaproszonym z zewnątrz ekspertem. Do tej pory rada wypracowała i przyjęła dwie rekomendacje. Pierwsza dotyczy etyki, a konkretnie potrzeby etycznego postępowania i poszanowania praw człowieka, które nie może pozostać w sferze deklaracji. W drugiej deklaracji rada podjęła temat odpowiedzialności biznesu za środowisko naturalne, podkreślając m.in., że zaangażowanie firm na rzecz środowiska powinno wynikać z poczucia ich współodpowiedzialności za przyszłe pokolenia.

Jak zaznacza prezeska FOB, prace nad ostateczną wersją każdej z rekomendacji poprzedzały wnikliwe, niekiedy emocjonujące dyskusje. – Wskazuje to na dwie potrzeby: że istnieje potrzeba spotkań, rozmów, a co ważniejsze, punktowania ich tak praktycznymi rekomendacjami oraz że temat odpowiedzialnego biznesu jest tematem żywym, obecnym w życiu każdego z zarządzających organizacjami – twierdzi Dominika Bettman.

– Wierzę, że wspólnie wypracowane rekomendacje pozwolą wytyczyć kierunki wspierające rozwój odpowiedzialnego przywództwa w Polsce – dodaje wiceprezes BGŻ BNP Paribas. ©©

Inspiracja liderów

– Okazało się, że temat związany z budowaniem organizacji opartych na zasadach zrównoważonego rozwoju, na wartościach, jest bliski wielu liderom na co dzień zarządzających firmami, które są członkami Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Łączy nas widzenie świata poprzez pryzmat odpowiedzialności, chęć ciągłego rozwoju oraz dzielenie się doświadczeniami. Wzajemnie jesteśmy dla siebie inspiracją – podkreśla Dominika Bettman, która jest też prezeską Rady Odpowiedzialnego Przywództwa.

Marzena Strzelczak, dyrektorka generalna FOB i członkini ROP, uważa za ogromny sukces zaangażowanie osób zarządzających z prawie 20 dużych firm w temat, który do niedawna był domeną



Zaangażowanie zarządu jest kluczowe, jeśli strategia firmy ma być spójna z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu



ROBERT GARZINSKI (4)

Nadal trzeba edukować różne grupy społeczne – od dzieci do ważnych decydentów – uważają uczestnicy debaty

Zakazy bywają skuteczne, ale najlepiej jest, gdy społeczeństwo rozumie potrzebę proekologicznych zachowań

Odpowiedzialność środowiskowa firm i konsumentów

KRZYSZTOF KRUBSKI

Jak oceniać wpływ biznesu na środowisko? Jaka jest dzisiaj rola konsumentów? Uczestnicy debaty w „Rzeczpospolitej” zastanawiali się, które cele środowiskowe są największym wyzwaniem w świetle zadań stawianych przez ONZ. Czy gospodarka o obiegu zamkniętym to marzenie czy realny cel? Jakże są koszty zaniedbań w ochronie środowiska – chodzi o koszty finansowe, biznesowe i społeczne.

Wielkie wyzwania

– W Polsce największym wyzwaniem jest – niedostrzegany, niestety, zupełnie – kryzys wodny. Polska, a szczególnie Łódzkie, stepowie, choć mówi się głównie

o powodziach, np. sporo było niedawno w mediach o tzw. cofce na Bałtyku. Susza rolnicza jest już u nas właściwie co roku, powiększają się kłopoty ze studniami głębinowymi. Ponad 100 miast ma problemy z wodą. Infrastruktura doprowadzająca wodę jest w kiepskim stanie – wyliczał Kamil Wyszowski, dyrektor generalny Global Compact Poland. – Z powodu wzrostu temperatury sinice staną się stałym towarzyszem letnich urlopów nad Bałtykiem. Będzie ich coraz więcej, a w sierpniu i we wrześniu, kiedy morze jest już nagrzane, staną się stałym towarzyszem kąpiących się.

Bałtyk to morze zamknięte, tylko 3 proc. jego wód filtruje się przez cieśniny duńskie, więc jeśli o to morze nie zadamy, natura sama sobie nie poradzi. Gospodarka tlenowa już jest zaburzona, co szkodzi rybolowstwu, turystyce itp.

Ciekawa, ale i niepokojąca jest mapa temperaturowa NASA, która pokazuje lata 2100 i 2200. Widać na niej wyraźnie, że Polska będzie miała wtedy megaproblem.

Zdaniem dyr. Wyszowskiego kolejny wielki problem to jakość powietrza. Lasom w ubiegłych dziesięcioleciach zmieniono strukturę na gorszą, a w miastach zmniejsza się obszar zieleni, najczęściej ze względu na budowanie mieszkań. Wiele polskich miast nie ma planów zagospodarowania przestrzennego, co ułatwia intensywne budowanie. Powinno się na te wszystkie zagrożenia patrzeć z perspektywy sytuacji, jaką teraz tworzymy dla naszych wnuków, a to jest dla polityków bardzo trudne.

– Warto jednak dostrzec, że nastąpiła poprawa np. gospodarki ściekowej – w porównaniu z początkiem lat 90. jest lepiej. War-

szawska oczyszczalnia Czajka znacznie poprawiła jakość wody w Wiśle – uważa Kamil Wyszowski.

Potrzebny długi oddech

Deloitte przygotowało raport „Zamknięty obieg, otwarte możliwości” – pokazuje on wielomiliardowe korzyści z minimalnych oszczędności, dokonywanych w skali globalnej.

– Patrząc na sprawę z punktu widzenia makroekonomicznego, wydaje się to dość łatwe do osiągnięcia. Ale pamiętajmy, że większość oszczędności jest dokonywana w skali mikro, czyli w firmach. A tam nie jest to już takie proste. Budżety się robią na rok, dwa, co nie sprzyja myśleniu strategicznemu, tylko niewiele branż myśli na pięćdziesiąt lat naprzód, i to głównie dlatego, bo ich inwestycje długo

trwają. Oszczędności zwykle są osiągane właśnie poprzez kosztowne inwestycje, więc zmniejszają bieżące zyski. A w firmach zysk krótkookresowy bardzo często jest najważniejszy – uważa Julia Patorska, lider zespołu ds. analiz ekonomicznych w Deloitte.

Podkreślała, iż dużo surowców zużywamy, bo musimy, ale i sporo marnujemy. Gospodarka obiegu zamkniętego pozwoliłaby na oszczędności, które z kolei można by przeznaczyć na realizację pożytecznych dla społeczeństwa celów. Ale nadal często firmy – podobnie jak politycy – myślą krótkoterminowo, nastawiając się na uzyskiwanie zysków na bieżąco.

Współpraca z samorządami

Marcin Orłowski, prezes Veolia term, przekonywał, iż energetyka myśli długoterminowo. – Veolia to wprawdzie nie tylko energetyka, ale jeśli już o energetykę chodzi, to nasze analizy wybiegają 15 lat do przodu. Muszę sobie teraz wyobrazić, jak moja firma będzie wyglądała na początku lat 30., choćby z tego powodu, że po roku 2025 wejdą w życie nowe unijne przepisy dotyczące ochrony środowiska. Pracując z władzami miast, też stawiamy na długoterminowe partnerstwo. Po 19 latach umowy z miastem Jędrzejów na zarządzanie sieciami ciepłowniczymi zostaliśmy wybrani na kolejny dziesięcioletni okres dzięki skutecznie budowanemu zaufaniu wśród mieszkańców i lokalnych liderów.

Prezes podkreślił, że Veolia myśli o działaniu w gospodarce obiegu zamkniętego i to w trzech obszarach. Pierwszy to energetyka – aktualnie ponad 90 proc. działalności firmy w Polsce. Drugi – woda – warszawską oczyszczalnię ścieków Czajka budowała Veolia. Trzeci obszar to odpady. – Wierzę, że zamkniemy ten obieg właśnie dzięki przetwarzaniu odpadów, najpierw odzyskując surowce wtórne, a następnie stosując technologie termicznego przetwarzania odpadów w energię elektryczną i ciepło, które dostarczymy naszym klientom. Niezależniemy się w ten sposób od wahań cen surowców energetycznych takich jak węgiel czy gaz ziemny – mówił prezes Orłowski.

Działalność CSR-owa realizowana jest w Veolii przez Fundację Veolia Polska. – Dzięki niej inwestujemy w lokalne społeczności,

” Sporą grupę negacionistów ocieplenia klimatu da się przekonać z pomocą tabelki w Excelu, bo liczby do nich przemawiają bardziej niż słowa

podnosimy ich świadomość ekologiczną i angażujemy do działań na rzecz miasta i jego mieszkańców. Inwestujemy w liderów i społecznych działaczy. Uczymy postaw obywatelskich i brania odpowiedzialności za życie lokalnych społeczności, budujemy relacje zarówno z samorządami, jak i te sąsiadki. Dbamy też o bioróżnorodność, razem z naszymi pracownikami stawiamy pasieki przy naszych ciepłowniach. Mamy już dwie – w Zamościu i Lidzbarku Warmińskim – wyliczał prezes.

Veolia inwestuje w miejsca otwarte na dialog i rozmowę, a jednocześnie takie, w których jest obecna biznesowo. Wszystkie projekty realizuje w partnerstwie z urzędami miast. Dla firmy ważne jest, aby wspólnie z przedstawicielami różnych sektorów wypracować społeczne i środowiskowe programy, szyte na miarę miast i ich potrzeb.

Nie tylko finanse

Paweł Niziński, partner Goodbrand na Europie Środkowej



” Polska stepowieje. Susza rolnicza jest już u nas właściwie co roku. Powinno się na zagrożenia klimatyczne patrzeć z perspektywy sytuacji, jaką teraz tworzymy dla naszych wnuków, a to jest dla polityków bardzo trudne.

KAMIL WYSZKOWSKI
dyrektor generalny
Global Compact Poland

i Wschodnią i prezes firmy doradczej Better, od lat zajmuje się doradztwem w Polsce w sprawach zrównoważonego rozwoju. – Obserwujemy coraz powszechniejszą zmianę świadomości biznesu, coraz większa liczba menedżerów uważa, że prosta kontynuacja tego, co jest teraz, nie jest już możliwa, choć nadal nie jest to postawa dominująca. Gdy rozmawia się z firmami zachodniej i północnej Europy, one zdają sobie sprawę, że jeśli nie poprawimy sytuacji, nastąpi katastrofa klimatyczna – ocenił prezes Niziński.

Sam biznes się z tymi problemami nie upora, same samorządy też nie, dlatego konieczna jest współpraca międzysektorowa. Mamy jako ludzkość tylko dziesięć lat, żeby zatrzymać kaskadowe zmiany klimatu, ale podwyższenia średniej temperatury o półtora stopnia chyba nie da się uniknąć.

Jego zdaniem w Polsce świadomość skutków zanieczyszczenia środowiska sprowadza się głównie do smogu i plastiku. Wielką rolę w uświadamianiu Polaków, iż mamy do czynienia z globalnym zagrożeniem, mogą i powinny



” Większość oszczędności jest dokonywanych w skali mikro, czyli w firmach. A tam nie jest to takie proste. Oszczędności zwykle są osiągane poprzez kosztowne inwestycje, więc zmniejszają bieżące zyski przedsiębiorstw.

JULIA PATORSKA
lider zespołu ds. analiz ekonomicznych
w Deloitte

odegrać media. Potrzeba intensywnej edukacji, pokazywania przykładów dobrych praktyk.

Rośnie w kraju grupa firm, które myślą tak: „Jesteśmy znaną marką, więc powinniśmy mieć przesłanie”, z angielska purpose. Widać, że osoby odpowiedzialne za marki szukają nowych metod. – Wprowadzamy w Polsce B Corp, tak zwane benefit corporations, czyli firmy, które mocno stawiają właśnie na rozwiązywanie kwestii środowiskowych i społecznych. W Polsce jest dziś jedna taka firma, a na świecie w sumie jest ich prawie 3 tys. – powiedział prezes Niziński.

– Jako firma kładziemy duży nacisk na transparentne przekazywanie danych – również tych pozafinansowych. Zauważamy, że stało się to ważne także dla naszych inwestorów, którzy otwarcie deklarują, że decyzje biznesowe opierają w dużym stopniu na danych niefinansowych, a kwestie środowiskowe są dla nich kluczowe – uważa Katarzyna Byczkowska, dyrektor zarządzająca w BASF. – Staramy się zwiększyć pozytywny wpływ na społeczność, w których prowadzimy biznes, oraz zminimalizować negatywny wpływ na środowisko naturalne. Dlatego stworzyliśmy BASF Value-to-Society – podejście, które przekracza standardowe pomiary jakościowe i ilościowe. Dzięki niemu możemy zmierzyć i pokazać nasz finansowy i niefinansowy wpływ jako realną wartość w całym łańcuchu wartości. Zakres pomiaru obejmuje nasze



” Działalność CSR-owa realizowana jest przez Fundację Veolia Polska. Dzięki niej inwestujemy w lokalne społeczności, podnosimy ich świadomość ekologiczną i angażujemy do działań na rzecz miasta i jego mieszkańców.

MARCIN ORŁOWSKI
prezes Veolia term



„Obserwujemy coraz powszechniejszą zmianę świadomości biznesu, coraz większa liczba menedżerów uważa, że prosta kontynuacja tego, co jest teraz, nie jest już możliwa, choć nadal nie jest to postawa dominująca.

PAWEŁ NIZIŃSKI

partner Goodbrand na Europie Środkowej i Wschodniej, prezes firmy Better



„BASF obniżył emisję gazów cieplarnianych o 50 proc. w porównaniu z poziomem z 1990 r. przy dwukrotnym zwiększeniu produkcji. Staramy się zwiększyć pozytywny wpływ na społeczność, w których prowadzimy biznes

KATARZYNA BYCZKOWSKA

dyrektor zarządzająca w BASF



„Kiedyś, gdy audytorzy przyjeżdżali kontrolować firmę ubiegającą się o certyfikat, dominowało myślenie: „Oby nie znaleźli złego i jak najszybciej wyjechali”. Dziś szefowie firm pytają: „Jak możemy poprawić sytuację?”

MAREK KOŹMIK

audytor wiodący systemów zarządzania środowiskowego w TÜV Rheinland Polska



„Wszyscy jesteśmy konsumentami, więc i my możemy wywierać presję na firmy, by zmieniały się w pożądanym dla nas kierunku. Przykładem ruch Zero Waste, wegetarianizm, weganizm.

MARIA ANDRZEJEWSKA

dyrektor Centrum UNEP/GRID-Warszawa

produkty w całym cyklu ich życia – dodała.

Podaje, że BASF obniżył emisję gazów cieplarnianych o 50 proc. w wartościach bezwzględnych w porównaniu z poziomem z 1990 r. – przy jednoczesnym dwukrotnym zwiększeniu produkcji. Udało się to dzięki poprawie efektywności oraz uszczelnianiu instalacji. Firma chce dalej się rozwijać, ale bez zwiększania emisji CO₂. Aby to osiągnąć, potrzebne są nowe innowacyjne technologie. Standardowe rozwiązania się już wyczerpały.

Dlatego BASF myśli o szerszym zastosowaniu „zielonej” energii, nowych procesach syntezy bez uwalniania CO₂ oraz możliwości zawrócenia CO₂ w zamkniętym obiegu syntezy. Konsument nie zauważy większych zmian w produkcie końcowym, natomiast środowisko naturalne na tym zyska.

Szefowie pytają „Co mamy zmienić?”

Marek Koźmik, audytor wiodący systemów zarządzania środowiskowego w TÜV Rheinland Polska, uważa, że w ostatnich latach zmieniła się postawa firm. Kiedyś, gdy audytorzy przyjeżdżali kontrolować przedsiębiorstwo ubiegające się o certyfikat, dominowało myślenie „Oby nie znaleźli złego i jak najszybciej wyjechali”. Dziś szefowie firm pytają „Gdzie mamy słabe punkty, jak możemy poprawić sytuację?”.

Jeśli chodzi o popularność certyfikatów, to od roku liczba próśb o certyfikację ISO 14001 zaczęła spadać i w Polsce, i w Europie, choć rośnie w Chinach. – W naszym regionie szybko rośnie popularność ISO 50001, dotyczącego systemów zarządzania energią. W Europie w 2017 r. 82 proc. próśb o certyfikaty dotyczyło właśnie tego systemu. Sądzę, że spora część firm przerzuciła się z systemu zarządzania środowiskowego właśnie na zarządzanie energią, bo to jest teraz temat bardzo nośny, choćby z powodu wzrostu kosztów – uważa Marek Koźmik.

Jeśli chodzi o ogólną liczbę certyfikatów, nadal dominują sektory kojarzone z największą emisyjnością: przemysł ciężki, wyroby metalowe, tworzywa sztuczne, chemia, budownictwo. Unia Europejska podkreśla ostatnio, że właśnie budownictwo „produkuje” bardzo dużo odpadów i dlatego ich odzyskiwanie jest coraz ważniejsze.

Marek Koźmik podkreślił, iż przemysł musi nadal stawiać czoła ogromowi nowych przepisów. Jeśli nie ma w firmie sprawnego systemu śledzenia zmian w prawie, a potem dostosowywania się do nich, grozi im nawet zamknięcie zakładu.

W jaki sposób najsukceszniej można powodować zmiany, na których nam zależy? Nakazywać, zakazywać, edukować, przekonywać?

Zdaniem Marii Andrzejewskiej, dyrektora Centrum UNEP/GRID-Warszawa, zakazy się sprawdzają – przykładem torebki foliowej. Teraz w Kenii nie ma już na ulicach takich

torebek, a zakaz obowiązuje raptem od 2017 r. Taki jest efekt zagrożenia nie tylko potężną karą finansową, ale nawet więzieniem. – Ale zakaz to ostatnie narzędzie, którego powinno się używać. Dużo lepiej jest, gdy ludzie rozumieją, że pewne zachowania są groźne i nie do utrzymania w przyszłości. A w biznesie wielkie firmy mają wpływ na swoich dostawców i mogą skłaniać ich do proekologicznych zachowań – mówiła dyr. Andrzejewska. – Wszyscy jesteśmy konsumentami, więc i my możemy wywierać presję na firmy, by zmieniały się w pożądanym przez nas kierunku. Przykładem ruch Zero Waste, wegetarianizm, weganizm. Dzięki temu zmiany zachodzą u dostawców towarów i w sieciach handlowych.

Spore nadzieje dyr. Andrzejewska wiąże z proekologicznymi postawami młodzieży, z którą jej organizacja na co dzień współpracuje. Młodzi ludzie z warszawskiej Pragi-Północ, wspierani przez dorosłych, przygotowali znakomity program działający w środowisku Minecraft, popularnym bardzo m.in. wśród gimnazjalistów i licealistów.

Jest silna tendencja do widzenia spraw w oderwaniu od całości, dość zresztą zrozumiała. Przecież to, że w jakimś mieście dokucza smog, jest dla jego mieszkańców najważniejsze. – Ale smog jest to tylko cząsteczka globalnego zjawiska ocieplenia. Dobrze by było widzieć nie tylko lokalny kłopot, ale całość zagrożenia – uważa dyr. Andrzejewska.

Kogo i jak edukować

Przykładem, jak bardzo potrzebna jest edukacja dzieci i dorosłych, i to w tych najbardziej codziennych sprawach, jest segregacja śmieci. Wszyscy uczestnicy debaty interesują się tym, co się dzieje z posegregowanymi już śmieciami. Często idą owe worki do jednego auta i sporo mieszkańców na tej podstawie dochodzi do wniosku, że dzielenie śmieci nie ma sensu. Ale nie mają racji. Worki wyciągnięte z auta można łatwo posegregować, niektóre zaś śmieciarki są wielokomorowe, ale z zewnątrz tego nie widać.

Kto może zostać liderem zmian? Uczestnicy debaty byli zgodni, że młodzież, a nawet dzieci, bo dojrzewanie jest teraz bardzo szybkie. Zdaniem Kamila Wyszkowskiego trzeba też bardzo pracować z decydentami-negacionistami zmian klimatu. W polskim rządzie są takie osoby, niektóre wypowiedzi prezydenta kraju są bardzo sceptyczne, jeśli chodzi o udział człowieka w ociepleniu klimatu.

Wyszkowski uważa, iż sporą grupę negacionistów da się przekonać za pomocą tabelki w Excelu, bo liczby do nich przemawiają bardziej niż słowa. Jeżeli się im pokaże na liczbach właśnie korzyści z walki z ociepleniem klimatu, można ich skłonić do poparcia tych działań.

Sporą rolę mają też do odegrania samorządy. ©

Jak klient i producent mogą zmienić bieg historii, czyli kilka słów o zrównoważonej modzie i jej wpływie na środowisko

Każdy z nas decyduje o modzie na ekologię



ANNA MIAZGA

Koordynator ds. CSR w LPP

Branża odzieżowa skupia tak wiele różnych obszarów – sztukę, produkcję, logistykę, handel – że tylko przez pryzmat tego jednego sektora możemy dostrzec całą paletę wyzwań stojących przed współczesną gospodarką. To bardzo dobry punkt obserwacji i źródło wiedzy na temat zrównoważonego rozwoju. Nie tylko dla firm, ale także dla konsumentów.

Jeśli kupujemy odzież raz w miesiącu lub częściej – jak blisko połowa Polaków wg raportu KPMG „Rynek mody w Polsce” – w zasadzie decydujemy o kształcie przyszłych kolekcji. Jeśli na Instagramie polubimy sukienkę z brokatem, a inni zareagują podobnie – wspólnie decydujemy o tym, że takich ubrań będzie na rynku więcej. Być może nie każdy wie, że brokat łatwo się odkleja od ubrań i podczas prania dostaje się do wody. Dlatego taka sukienka może być modna, ale na pewno nie będzie ekologiczna. W przypadku branży odzieżowej tak prosty mechanizm jak reakcja w social mediach ma duży potencjał i może zadecydować o modzie na ekologię. Tylko skąd klient ma wiedzieć, co jest „zielone”?

Odpowiedzialność producenta

Dużą rolę w edukacji konsumentów odgrywają producenci. Gdy w LPP zastanawialiśmy się, co zrobić, by nasze podejście do mody było bardziej zrównoważone, doszliśmy do wniosku, że poza wdrożeniem ekologicznych prak-

tyk musimy się zmierzyć z naszym wpływem na świadomość klientów. Nie tylko zapewnić na rynku produkty z segmentu eko, ale też rzetelnie przedstawić klientowi możliwości wyboru.

Być może niewiele osób wie, że wpływ na wartość, jaką niesie ze sobą produkt, ma kilkanaście czy nawet kilkadziesiąt kwestii obejmujących m.in. to, jak pozyskano materiał, z którego produkt został uszyty, kto i w jakich warunkach łączył jego części, czy materiał transportowany był statkiem, koleją, a może samolotem, albo jaką odległość pokonał. Poza tym równie istotne jest, co się stało z kartonem, w którym dotarł do sklepu, oraz jak wykorzystany zostanie sam produkt, gdy przestanie być potrzebny klientowi. Zwykle nie są to pytania, które pojawiają się w głowach większości konsumentów podczas wyboru np. T-shirta. To odpowiedzialność producenta, który musi myśleć o swojej działalności przekrojowo. To on powinien mieć świadomość prognoz, że do 2050 r. to branża tekstylna może być głównym emitentem gazów

cieplarnianych. On też powinien zadbać o zmniejszenie światowego zużycia pestycydów wykorzystywanych do produkcji włókien z obecnych 18 proc.

Ekologiczna świadomość

Dlatego wprowadzając rozwiązania służące ochronie środowiska naturalnego, w LPP myślimy o wszystkich etapach produkcji, przez które przechodzi symboliczna koszulka, aby móc finalnie poinformować klienta, że właśnie ten produkt jest „zielony”.

Chcemy być Eco Aware – czyli świadomi potrzeby ochrony środowiska. Za tym pojęciem kryje się nie tylko linia ubrań, ale szereg innych działań, które są naszą odpowiedzią na wyzwania w zakresie ochrony środowiska. Chcemy, aby klient miał jasny przekaz na temat tego, co kupuje, dlatego wszystkie naturalne tkaniny oznaczamy w sklepie specjalnymi metkami. Z naszej strony to swego rodzaju dowód odpowiedzialności za całą drogę każdego produktu do klienta. Za

metką kryje się m.in. to, że wymagamy dbałości o środowisko od naszych dostawców i skrupulatnie to sprawdzamy. Korzystamy głównie z transportu morskiego (87 proc.), z kartonów, które do nas przyplyną, robimy nowe i przesyłamy nimi produkty marek Reserved i Mohito do klientów sklepów online. Zbieramy używane tekstylia i przedłużamy ich życie zgodnie z filozofią reuse.

Wyzwania dla przyszłości

Każdego dnia uczymy się czegoś nowego, bo przed nami jako branżą jeszcze wiele wyzwań, np. jak z idei reuse przejść do 100 proc. recyle. Dzisiaj nie ma technologii, która pozwala na pełen recykling wszystkich tekstyliów. Dla przykładu – w USA nadal 85 proc. odzieży zdatnej jeszcze do użytku kończy swój żywot na wysypiskach śmieci. Co zrobić, by zgodnie z dzisiejszymi przewidywaniami w 2050 r. nie być odpowiedzialnym za jedną czwartą światowej produkcji dwutlenku węgla? Jest jeszcze gros pytań, na które branża odzieżowa będzie musiała znaleźć odpowiedź.

Mimo że sektor nadal zмага się z wieloma wyzwaniami, sporo firm już dawno temu wykonało rachunek sumienia i ma świadomość odpowiedzialności, jaka na nich spoczywa. Dowodem na to jest choćby rozwijający się rynek oferujący tylko ekoprodukty czy wzrastająca liczba marek, które sukcesywnie poszerzają swoją ekologiczną ofertę. Ponadto jest to jedna z branż najszybciej reagujących na trendy – jak mało która potrafi błyskawicznie rozpoznawać nowe wyzwania i odpowiadać na nie, zmieniać się i dostosowywać do potrzeb swojego otoczenia. Kluczowy wpływ na te zmiany mają zarówno producenci, jak i klienci. Wszyscy razem jesteśmy odpowiedzialni za kreowanie mody na ekologię. Zmiany zaczynają się od małych rzeczy, nawet jednego lajka na Instagramie. ©©



♦ Za pojęciem **Eco Aware** kryje się nie tylko linia ubrań, ale szereg innych działań, które są odpowiedzią na wyzwania w zakresie ochrony środowiska

Trzeba ilnie przebudować polski system zarządzania bezpieczeństwem wodnym

Kryzys wodny w Polsce – niedostrzegane zagrożenie

KAMIL WYSZKOWSKI

dyrektor generalny
Global Compact Poland

Na początek kilka faktów, z którymi musimy się zmierzyć. W Polsce łączna objętość wody zmagazynowanej w zbiornikach retencyjnych stanowi niespełna 6 proc. objętości średniego rocznego odpływu rzek. Jest to jedynie połowa średniej wartości europejskiej oraz połowa wartości tego, co uważane jest za konieczne do zapewnienia strategicznego zasobu na wypadek katastrofy.

Jeśli przyjmiemy, że nasza wanna w łazience to Polska, zgromadzona w niej woda to wszystkie polskie rzeki, a odpływ to nasz kochany Bałtyk, to z pełnej wanny do Bałtyku trafi 94 proc. wody słodkiej. I bezpowrotnie ją tracimy, bo stanie się słona. Te 6 proc. wody, która została na dnie wanny, to nasze zdolności magazynowania wody słodkiej.

Dla porównania Hiszpanie, którzy magazynują 45 proc. wody, wciąż mają ogłoszony kryzys wodny. Wniosek? Niedobory wody w Polsce i postępujący kryzys wodny powinny być jednym z najważniejszych priorytetów dla rządzących, bo bez wody zagrożony będzie byt mieszkańców Polski a przy cyklicznych niedoborach wody zagrożone będą polskie lasy i polskie rolnictwo. Coraz częstsze będą susze i pożary lasów, a kornik drukarz dobierze się do wszystkich drzew o płytkim systemie korzeniowym, bo zwyczajnie zaczną usychać.

Polski step

Jeśli do tego czarnego scenariusza dodamy model wzrostu temperatur dla Polski i naszego regionu do 2100 roku opracowany przez NASA, to już się robi bardzo nieprzyjemnie. Temperatury będą rosnać, a wody będzie coraz mniej. To nie scenariusz filmu katastroficznego, który dotknie przyszłych pokoleń, ale rzeczywistość. Nie dostrzegamy jej, chociaż Polska już

stepowieje. Łódzkie jest jednym z najbardziej zagrożonych brakiem wody regionów, mamy ponad 60 miejscowości okresowo pozbawionych wody, a sceptykom polecam wycieczkę na Pojezierze Gnieźnieńskie, gdzie jeziora utraciły 30 proc. wody, a linia brzegowa cofnęła się o kilka, a w niektórych miejscach o kilkadziesiąt metrów.

Tymczasem w Polsce dominuje pogląd, że siedzimy na wodzie. Mamy przysłowiowy tysiąc jezior mazurskich i okresowe powodzie z wciąż żywą traumą powodzi z 1997 roku. Polacy myślą, że wody mamy zbyt dużo i że problemem jest jej

” Brak wody jest jednym z największych zagrożeń dla bezpieczeństwa światowego

nadmiar. Woda wydaje się nam być dana raz na zawsze i tylko czasem się irytujemy, gdy na skutek awarii wodociągów nie ma jej przez kilka godzin w kranie. Gdy nie ma jej przez kilka dni, zaczyna nas ogarniać bezradność i poczucie, że bez wody nie da się normalnie funkcjonować. A teraz wyobraźmy sobie, że zaczyna jej brakować stale i staje się droższa niż żywność, benzyna i prąd. Gdy zaczyna brakować żywności, na naszych oczach rozpadnie się świat, jaki znamy. Czy to scenariusz nierealny? Otóż nie. Jest on rzeczywistością, która dziś dotyka czterech na dziesięć osób zamieszkujących planetę Ziemia.

Brak wody jest też jednym z największych zagrożeń dla bezpieczeństwa światowego. Wojny o wodę już trwają, a migracje klimatyczne tylko te konflikty będą podsycać. Według analiz UNESCO do 2025 roku 1,8 miliarda ludzi będzie mieszkało na obszarach, gdzie wystąpią permanentne braki wody, a dwie trzecie światowej

populacji będzie narażone na okresowe braki wody. Brak wody wyklucza możliwość produkcji żywności, a to skutkuje migracjami. Według modelu NASA w 2100 roku do bram Europy zapuka nie kilkaset tysięcy zdesperowanych uchodźców klimatycznych, ale kilkanaście, a przy skrajnych scenariuszach – kilkadziesiąt milionów. Tej fali nie zatrzymamy.

Co te globalne procesy i analizy oznaczają w kontekście Polski? W Polsce od dziesięcioleci trwa kryzys wodny i powinien on być kluczowym wyzwaniem dla decydentów bez względu na opcję polityczną. Problem pomaga zrozumieć statystyka, którą przygotowuje Instytut Meteorologii i Gospodarki Wodnej. Na bazie danych z IMiGW system ONZ opracowuje swoje analizy także dla Polski. Wynika z nich, że polskie zasoby wodne można porównać do zasobów wodnych Egiptu. Z danych IMiGW wiemy, że w Polsce mamy 1600 m sześć. wody na mieszkańca, podczas gdy średnia dla Unii Europejskiej to 4700 m sześć., a we wspomnianej wyżej Hiszpanii jest to 2700 m sześć.

Mazury nie wystarczą

Skoro zasoby wodne w Polsce są w tak wielkim kryzysie i może jej zabraknąć w naszych kranach, trzeba podjąć szybkie działania zaradcze. Nie chodzi tylko o zakręcania kurka w kranie przy myciu zębów, wdrożenie programów oszczędzania wody w przemyśle czy budowanie budynków mieszkalnych z obowiązkową instalacją wody szarej. To wszystko warto zrobić, ale najpierw trzeba pilnie przebudować polski system zarządzania bezpieczeństwem wodnym.

Najlepiej skorzystać z doświadczeń tych krajów, które traktują kryzys wodny poważnie i wdrożyły środki zaradcze. Europejski przykład to Hiszpania, gdzie uruchomiono narodowy program magazynowania wody, traktując ją jako zasób strategiczny, bez którego Hiszpania nie przetrwa. Zbudowa-

no tam 1969 zbiorników retencyjnych, które magazynują 45 proc. wody. Są to tak zwane zbiorniki retencyjne mokre, które w okresie intensywnych opadów gromadzą wodę, by w okresie suszy ją stopniowo oddawać. Przy okazji stają się jeziorami, wokół których powstaje infrastruktura turystyczna, rozwija się ekosystem.

Tymczasem w Polsce mamy cud natury w postaci jezior mazurskich i zaledwie 69 zbiorników retencyjnych. Paląca jest potrzeba wdrożenia w Polsce modelu hiszpańskiego. Oznacza to pilne zbudowanie od 1000 do 1900 (w zależności od wielkości i lokalizacji) zbiorników retencyjnych mokrych. Przy mądrym zaplanowaniu tego procesu nie tylko zyska polskie bezpieczeństwo wodne, ale także ograniczymy ryzyko powodziowe, ryzyka związane z suszą rolniczą, poprawimy atrakcyjność turystyczną Polski i wzmocnimy kondycję lasów. Zbiornik retencyjny to sztuczne jezioro, które wcale nie musi być brzydkie i obetonowane. Może być znakomicie zaprojektowane i mądrze wkomponowane w otoczenie. W tym miejscu warto przypomnieć, że udział sektora turystycznego w polskim PKB to ok 6 proc.

Na zeszłorocznym kongresie geografów miałem szansę dyskutować o kryzysie wodnym w gronie najlepszych specjalistów zajmujących się tą tematyką. Większość snuła pesymistyczne scenariusze dla Polski. Powszechne było wrażenie, że nikt nie słucha naukowców, którzy od dziesięcioleci zwracają uwagę na problem bezpieczeństwa wodnego. Przypomniano, że kryzys związany z wycinką Puszczy Białowieskiej miał swoją praprzyczynę w kryzysie wodnym i suszy, która poważnie osłabiła także puszcze. Gdyby przy tej okazji udało się w Polsce porozmawiać o problemie kryzysu wodnego i w ramach porozumienia ponad podziałami politycznymi nim zarządzić, moglibyśmy spać spokojnie. Niestety tak się nie stało. Ale nie składamy broni i apelujemy dalej. Proszę trzymać kciuki, bo chcemy zdążyć przed katastrofą. ©

Inwestycje budowlane nie muszą być obciążeniem dla środowiska – mówi **Wojciech Trojanowski**, członek zarządu Strabag sp. z o.o.

Budować odpowiedzialnie

W: Dla coraz większej liczby firm społeczna odpowiedzialność biznesu to już nie tylko hasło, ale też nieodłączna część strategii firmy. Jak to wygląda w Strabag? Czym CSR jest dla państwa?

WOJCIECH TROJANOWSKI: Jedną z wartości koncernu Strabag jest „zrównoważony rozwój”, który jest podstawą wszystkich naszych działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Jesteśmy świadomi, że nasza działalność budowlana ma różnorodny i długotrwały wpływ na środowisko i ludzi, dlatego naszą odpowiedzialność upatrujemy w tym, aby następnym pokoleniom zapewnić godne środowisko życia. Działamy w oparciu o dziewięć wartości, które przekładają się realnie na nasze relacje z interesariuszami, pracownikami oraz organizacjami i społecznościami, które w miarę możliwości staramy się wspierać.

Działalność w branży budowlanej i choćby CSR-owy aspekt pozytywnego wpływu na środowisko to pozornie dwie wykluczające się kwestie. Jak w państwa przypadku udaje się to pogodzić?

Stały wzrost gospodarczy powoduje, że na świecie buduje się coraz więcej budynków i infrastruktury drogowej. Do tego celu używane są ogromne ilości surowców naturalnych, ale również proces budowlany związany jest ze znacznym zużyciem energii. Coraz większy problem dla środowiska stanowią odpady budowlane, które powinny w dużej mierze podlegać recyklingowi. Jednym z priorytetów Strabagu jest więc odpowiedzialność ekologiczna, którą realizujemy w ramach koncernowej polityki środowiskowej i energetycznej, wdrożyliśmy też System Zarządzania Środowiskowego ISO 14001:2015. W dużym skrócie – w ramach przygotowania i realizacji przedsięwzięć budowlanych dążymy do wykorzystania energii oraz surowców z poszanowaniem zasobów, zapobiegania zanieczyszczeniom, zmniejszenia emisji i ilości odpadów. Naszym priorytetem jest przestrzeganie w naszej działalności wszystkich istotnych dla środowiska wymagań prawnych. Prowadzimy regularne audyty środowiskowe na realizowanych przez nas kontraktach, a nasi pracownicy stale monitorują specyficzne dla danego projektu wymogi środowiskowe. I tak np. 20 proc. wartości każdego dużego projektu autostradowego to rozwiązania prośrodowiskowe, takie jak przejścia dla dużych i małych zwierząt, siatki zabezpieczające, ekrany akustyczne oraz bramownice dla nietoperzy.

To niejedyny przejaw proekologicznej działalności Strabagu.

Tak. Innym aspektem dbałości o środowisko jest używanie materiałów pochodzących



MAŁ. PRAS.

z recyklingu – i tak na przykład w Polsce blisko 30 proc. mieszanek asfaltowych produkowanych przez Strabag pochodzi z recyklingu. Wszystkie nasze wytwórnie masy bitumicznej mają uprawnienia do tego typu produkcji, aby sprostać rosnącym wyzwaniom ekologicznym. Ponadto stale pracujemy nad innowacyjnymi technologiami, które uwzględniają wtórne wykorzystanie materiałów. Odcinek tzw. trasy nowohuckiej, czyli fragment drogi ekspresowej S7 biegnącej przez Kraków, został wybudowany z wykorzystaniem 25 tysięcy zużytych opon, które posłużyły do wykonania górnej nawierzchni odcinka o dł. 4,5 km. Jeżeli chodzi o aspekt technologiczny całego procesu budowlanego, to dzięki innowacjom możemy oferować rozwiązania technologiczne i inżynierskie – np. w zakresie budowy szynowego transportu miejskiego, które w dużo mniejszym stopniu ingerują w środowisko naturalne. W przypadku obiektów kubaturowych proponujemy inwestorom rozwiązania energooszczędne, które są proekologiczne w całym cyklu życia produktu. I wreszcie innowacyjne projektowanie w BIM sprawia, że już na etapie przygotowania inwestycji możemy uniknąć wielu kolizji czy błędów, dzięki czemu ograniczamy zużycie surowców naturalnych i transport w procesie budowlanym. Mam świadomość, że branża budowlana kojarzy się z działaniami obciążającymi środowisko, ale robimy naprawdę wiele, aby te oddziaływania niwelować i ograniczać.

Tak Strabag działa na zewnątrz. A jakie projekty w ramach CSR wdrażają państwo wewnątrz organizacji?

Specyfika branży budowlanej sprawia, że dla Strabagu jako pracodawcy bezpieczeństwo pracy i dbałość o zdrowie pracowników są priorytetem. Mimo automatyzacji to również

nadal ciężka praca fizyczna i towarzyszące jej ryzyko. Naszym celem jest redukcja wypadków i zdarzeń niebezpiecznych poprzez szkolenia i edukowanie pracowników własnych i podwykonawców, inspekcje BHP, analizy wypadków i wdrożenie środków prewencyjnych. Jesteśmy sygnatariuszem porozumienia dla bezpieczeństwa w budownictwie, zrzeszającego generalnych wykonawców, w którego ramach prowadzimy wiele działań na rzecz poprawy bezpieczeństwa na budowach w Polsce.

W ramach działań prozdrowotnych wdrożyliśmy projekt „Zarządzanie zdrowiem w miejscu pracy”, który ma na celu promowanie zdrowego stylu życia. We wszystkich biurach i na wielu budowach dostępne są strefy, w których pracownicy mogą odpocząć, wykonać ćwiczenia na kręgosłup. Dzięki screeningom zdrowia organizowanym w biurach i na budowach w kilku przypadkach pracownicy zostali odpowiednio wcześniej skierowani na dalsze badania diagnostyczne, co pozwoliło uchronić ich przed poważnym zagrożeniem zdrowia, a nawet życia.

A czym kierujecie się państwo, wspierając zewnętrzne organizacje lub angażując w dodatkowe projekty?

Wychodzimy z założenia, że pomagamy, robiąc to, co potrafimy najlepiej, czyli budując. W wielu miejscach w Polsce, gdzie realizujemy nasze projekty budowlane, staramy się przy okazji zrobić coś dla lokalnych społeczności – np. naprawić drogę dojazdową do przedszkola czy ośrodka zdrowia lub wyrównać i utwardzić boisko po zimie. Największym naszym zaangażowaniem, jeżeli chodzi o prace budowlane, była trzyetapowa budowa ogromnego parkingu dla Ośrodka Szkolno-Wychowawczego dla Dzieci Niewidomych w Laskach. Od lat parking tonał w błocie, a jego budowa była poza zasięgiem finansowym Ośrodka. Kilka lat temu zorganizowaliśmy w Laskach wolontariat dla kadry menedżerskiej Strabag w Polsce, w ramach którego wykonywaliśmy prace remontowe. Wiedzieliśmy, że na pewno wrócimy tam z pomocą i w tym roku zakończymy finalnie budowę parkingu. Ale w Laskach pozostaniemy, ponieważ będziemy stale wspierać działającą tam szkołę muzyczną. Od kilku lat jesteśmy zaangażowani w program społeczno-edukacyjny „Autostrada do szkoły”, którego celem jest propagowanie wśród dzieci przestrzegania zasad bezpieczeństwa ruchu drogowego. W naszym zakresie jest modernizacja i oznakowanie przejść dla pieszych zlokalizowanych w pobliżu szkół. ☺

rozmawiała Anna Margo

Zrównoważony rozwój obejmujący kwestie związane ze środowiskiem, społeczeństwem i ładem korporacyjnym (ESG) coraz częściej stanowi jeden z głównych punktów na agendzie zarządów firm

Klimat na agendzie zarządów

**RAFAŁ RUDZKI
MARTA ORZĘCKA**

W obliczu wyzwań związanych ze zmianami klimatu coraz większego znaczenia nabiera kwestia, w jaki sposób firmy uwzględniają ryzyko zmian klimatu oraz w jaki sposób monitorują oraz raportują kwestie z nim związane.

ESG na korzyść firm

Trendy rynkowe, presja społeczna i inwestorska związana z transparentnością firmy w obszarze zrównoważonego rozwoju wymuszają na firmach chcących osiągnąć swoje cele biznesowe konieczność wdrożenia usystematyzowanego procesu zarządzania ryzykiem. Uwzględnianie aspektów społecznych, środowiskowych i z zakresu ładu korporacyjnego w ramach systemu zarządzania ryzykiem może usprawnić organizację, a także wspierać decyzje w zakresie efektywnego wykorzystywania zasobów. Istnieje coraz więcej dowodów wskazujących na to, że czynniki ESG mają wpływ na zwrot finansowy i stanowią okazję do osiągnięcia długofalowego wzrostu wartości firmy.

Wśród istotnych ryzyk niefinansowych trudno uniknąć odniesienia się do ryzyk związanych ze zmianami klimatu. Najnowszy „Global Risks Report” opublikowany przez Światowe Forum Ekonomiczne (The Global Risks Report 2019, 14th Edition, World Economic Forum, 2019) wśród najważniejszych pięciu zagrożeń pod względem prawdopodobieństwa ich wystąpienia wymienia aż trzy związane ze zmianami środowiskowymi – ekstremalne zjawiska pogodowe (np. powodzie czy burze), słabe dostosowanie się do zmian klimatycznych, katastrofy naturalne (np. trzęsienia ziemi, tsunami, erupcje wulkanów czy burze geomagnetyczne). Dlatego też coraz częściej spogląda się w kierunku przedstawicieli biznesu mających ogromny

wpływ na oddziaływanie na środowisko oraz zmiany klimatyczne. W obliczu rosnącej presji społecznej jednym z najważniejszych zadań zarządów firm staje się zdefiniowanie istotnych ryzyk oraz ustalenie procesu monitorowania i ujawniania danych w tym zakresie.

Nowe wytyczne w zakresie zmian klimatu

W czerwcu 2018 r. Komisja Europejska powołała grupę ekspertów – Technical Expert Group on Sustainable Finance – odpowiedzialną

ralne oraz narażonych na skutki zmian klimatu, ale także do wszystkich pozostałych spółek (zgodnie z projektem wytycznych „Report on Climate-related Disclosures”, Komisja Europejska, styczeń 2019).

Jedną z najważniejszych zmian uwzględnionych w ramach wytycznych jest kwestia raportowania emisji gazów cieplarnianych (w t eCO₂) w ramach trzech zakresów (Scope 1, 2 oraz 3). Zakres pierwszy (Scope 1) obejmuje emisje bezpośrednie pochodzące z procesów spalania paliw, które są w posiadaniu lub są kontrolowane przez organizację. Zakres drugi (Scope 2)

nie produktów i usług, a także związane m.in. z dojazdem pracowników do pracy czy emisje pochodzące z procesów organizacji kompostowania odpadów. Ujawnienie właśnie tych informacji może okazać się ogromnym wyzwaniem dla wielu organizacji.

Poza wytycznymi dotyczącymi ujawniania danych w zakresie emisji zalecenia grupy ekspertów obejmują również przedstawienie informacji na temat wyznaczonych celów redukcji emisji (o ile procent spółka chciałaby ograniczyć całkowite emisje w ciągu określonego czasu w stosunku do roku bazowego) oraz wskaźnika intensywności emisji (o ile procent spółka chciałaby ograniczyć emisje na jednostkę produktu lub przychodu w ciągu określonego czasu).

Ważny element wartości firmy

Kwestia minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko staje się jednym z najbardziej kluczowych aspektów funkcjonowania firm, szczególnie tych wywierających istotny wpływ na środowisko naturalne. Informacje dotyczące tego wpływu to cenna wiedza nie tylko dla konsumentów, klientów, ale przede wszystkim dla samej firmy.

Współpraca przy definiowaniu i aktualizowaniu mapy ryzyk oraz kluczowych interesariuszy, a także omawianie korzyści związanych z ujawnianiem danych niefinansowych m.in. w zakresie danych środowiskowych, to dobra okazja do zwiększenia wiedzy zarządu na temat tego, w jaki sposób ekonomiczne czynniki budowania wartości przedsiębiorstwa (wzrost przychodów, efektywność operacyjna, wartość marki, koszt kapitału, zarządzanie ryzykiem) są powiązane z czynnikami niefinansowymi, w tym dotyczącymi środowiskowej sfery działalności przedsiębiorstw. Innymi słowy, w jaki sposób dbałość o zrównoważony rozwój przekłada się na wynik biznesowy. ©

Rafał Rudzki jest starszym menedżerem, a Marta Orzęcka starszym konsultantem w zespole ds. zrównoważonego rozwoju w Deloitte



Istnieje coraz więcej dowodów wskazujących na to, że czynniki ESG stanowią okazję do osiągnięcia długofalowego wzrostu wartości firmy

m.in. za opracowanie nowych wytycznych dotyczących raportowania kwestii w zakresie zmian klimatycznych. Po sześciu miesiącach prac, w styczniu br., opublikowano projekt nowych wytycznych wskazujących sposób, w jaki spółki powinny raportować zagadnienia z zakresu zmian klimatu. Stanowią one uzupełnienie ogólnych wytycznych ujawniania danych pozafinansowych z 2017 r. i mają wejść w życie w czerwcu 2019 r. Zgodnie z zaleceniami grupy ekspertów nowe wytyczne kierowane są nie tylko do spółek wywierających istotny wpływ na środowisko natu-

roczne, ale także do wszystkich pozostałych spółek (zgodnie z projektem wytycznych „Report on Climate-related Disclosures”, Komisja Europejska, styczeń 2019). Jedną z najważniejszych zmian uwzględnionych w ramach wytycznych jest kwestia raportowania emisji gazów cieplarnianych (w t eCO₂) w ramach trzech zakresów (Scope 1, 2 oraz 3). Zakres pierwszy (Scope 1) obejmuje emisje bezpośrednie pochodzące z procesów spalania paliw, które są w posiadaniu lub są kontrolowane przez organizację. Zakres drugi (Scope 2)

Edukacja jest potrzebna zawsze. Szczególnie jeśli dotyczy ona rzeczywistości cyfrowej

Rozwój tylko w parze z bezpieczeństwem

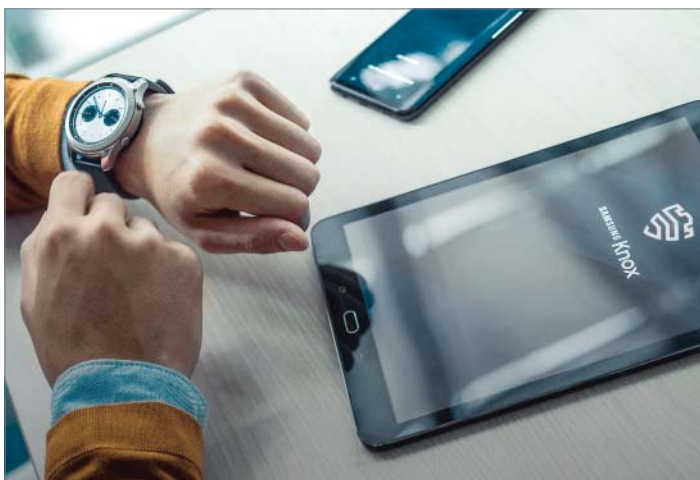
MAGDALENA OLBORSKA
CSV and Partnership Manager
w Samsung Electronics Polska

Rozwój nowoczesnych technologii, z którego korzysta Samsung, oferując klientom wciąż nowe rozwiązania, wiąże się z różnego rodzaju atutami w postaci udogodnień ułatwiających życie czy napędzających biznes. Jednak wraz z wprowadzaniem na rynek innowacyjnych rozwiązań konieczne są odpowiednie działania prewencyjne – od edukacji zaczynając, a na odpowiednich systemach bezpieczeństwa kończąc. Tego typu podejście wynika wprost z realizowaną przez firmę Samsung polityki prowadzenia zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu.

Czego Jaś się nie nauczy...

Prawda, zawarta w tym znanym powiedzeniu, jest tak naprawdę jedynie połowiczna, gdyż na edukację nigdy nie jest za późno. Szczególnie, jeśli dotyczy ona tak nowego wciąż dla wielu obszaru, jak rzeczywistość cyfrowa. Dlatego Samsung swoimi działaniami obejmuje szeroki wachlarz grup społecznych – od najmłodszych do seniorów.

Program „Mistrzowie kodowania” od 2013 roku rozwijał cyfrowe kompetencje najmłodszego pokolenia Polaków. Jego założenia obejmowały także uświadamianie dzieci w kwestii bezpieczeństwa w kontakcie z nowymi technologiami, a także pokazywanie dobrych nawyków i naukę myślenia przyczynowo-skutkowego. Od początku programu wzięło w nim udział ponad 1700 placówek, prawie 4 tys. nauczycieli i 100 tys. uczniów. Dzięki warsztatom rodzice mają szansę dowiedzieć się, w jaki sposób mogą swoje dzieci bezpiecznie wprowadzać w świat cyfrowy.



Samsung rozwija również własne rozwiązania, mające zabezpieczyć prywatność każdego użytkownika i dane wrażliwe, które zgromadził. Przykładem niech będzie ekosystem rozwiązań Samsung Knox

Owocem spotkań, konferencji i warsztatów organizowanych ramach tego programu są dwa poradniki: „Aktywności »Na start«” oraz „Rodzinny przewodnik po cyfrowym świecie”. Pierwsza publikacja ma na celu przekazanie dzieciom podstawowej wiedzy z zakresu programowania, podczas wspólnego spędzania czasu. Z kolei w drugiej rodzice znajdą niezbędne informacje dotyczące budowania zdrowych nawyków cyfrowych w rodzinie, sprzyjających świadomemu korzystaniu z nowych technologii oraz bezpieczeństwa.

Walcząc z cyfrowym wykluczeniem, Samsung nie pomija także seniorów. Podczas warsztatów technologicznych nie tylko edukuje w zakresie obsługi nowoczesnych urządzeń – jak smartfony czy tablety – ale także uświadamia w obszarze cyfrowego bezpieczeństwa.

Technologia na straży

Aby odpowiednio zadbać o swoje smartfony i dane na nich zgromadzone, warto przestrzegać kilku

cennych wskazówek. Firma Samsung odwołuje się do dekalogu mobilnego bezpieczeństwa – czyli dziesięciu cennych reguł, o których warto pamiętać. Wśród kilku najważniejszych znalazły się m.in. informacje o tym, aby pobierać aplikacje tylko z zaufanych źródeł, nie łączyć się z nieznanymi sieciami wi-fi i dbać o to, by system operacyjny telefonu miał zawsze najnowsze oprogramowanie.

Nie bagatelizując roli edukacji w obszarze cyberbezpieczeństwa, Samsung rozwija również własne rozwiązania, mające zabezpieczyć prywatność każdego użytkownika i dane wrażliwe, które zgromadził. Przykładem niech będzie ekosystem rozwiązań Samsung Knox. Jest to rozwiązanie „uszyte na miarę” dla sprzętu Samsung. Najprościej ujmując – jest to system oparty na wydzielonym środowisku pracy, odrębnym od „zwykłego” środowiska Androida. Platforma zapobiega włamaniom, złośliwemu oprogramowaniu czy innym zagrożeniom. Wszystkie dane przechowywane na urządzeniu wyposażonym w Knox są zaszyfrowane, a już w momencie uruchamiania smartfona Knox

weryfikuje również, czy żadne szkodliwe oprogramowanie nie próbuje przejąć kontroli nad urządzeniem.

Wesprzeć inicjatywy innych

W coraz bardziej zdigitalizowanym świecie cyberbezpieczeństwo stanowi jedną z priorytetowych kwestii. Samsung nie tylko rozwija więc własne rozwiązania chroniące przed cyberatakami, ale także wspomaga w tym innych. W tym celu powstał niedawno już drugi – po otwartym dwa lata temu Samsung Inkubator Rzeszów – Samsung Inkubator w Lublinie, w którym młode startupy mogą rozwijać swoje innowacyjne projekty związane z bezpieczeństwem cyfrowym. Jest to element szerszej strategii firmy Samsung, która zakłada wspieranie młodych przedsiębiorców z Polski Wschodniej. Partnerzy – Politechnika Lubelska i NASK – zapewniają inkubowanym w Lublinie startupom wsparcie merytoryczne i dzielą się najlepszymi praktykami z zakresu cyberbezpieczeństwa. Ponadto młodzi innowatorzy mogą liczyć na pomoc ze strony Samsung R&D Institute Poland, gdzie powstał specjalny zespół ds. bezpieczeństwa cybernetycznego, który zapewnia stały mentoring.

Bezpieczna przyszłość

Wszystkie podejmowane przez Samsung inicjatywy w zakresie bezpieczeństwa stanowią realizację dwóch kluczowych Celów Zrównoważonego Rozwoju, ustanowionych przez ONZ w 2015 roku podczas szczytu Agendy Zrównoważonego Rozwoju 2030. Chodzi oczywiście o Cel nr 4: dobra jakość edukacji oraz Cel nr 12: odpowiedzialna konsumpcja i produkcja. Do tego firma kieruje się też wytycznymi strategii na rzecz odpowiedzialnego rozwoju, ustanowionymi przez Ministerstwo Rozwoju w 2017 roku. Firma – jako ta dostarczająca rozwiązania oparte na nowoczesnych technologiach – chce bowiem mieć wpływ na przyszłość i robić wszystko, by ryśowała się ona w jasnych barwach. To zaś wymaga także odpowiedzialnego podejścia do wszystkich kwestii związanych z bezpieczeństwem w przestrzeni cyfrowej, która już dziś stanowi obszar, w którym spędzamy znaczną część naszego życia. ©

Zmiany w dominujących dziś wzorcach produkcji i konsumpcji wymagać będą kreatywnego podejścia biznesu

Innowacyjna ekonomia cyrkularna – dla ludzi, planety, gospodarki

MARIA ANDRZEJEWSKA
BARTŁOMIEJ KOZEK

Wyzwania środowiskowe i społeczne, z jakimi mierzymy się w ostatnich latach, stymulują innowacyjność, kreatywność i poszukiwanie nowych modeli biznesowych, pozwalających na ich minimalizację czy wręcz likwidację. Negatywne zmiany zachodzące w środowisku, będące następstwem nadmiernej, nierozważnej ingerencji człowieka, to krok w kierunku poważnego zaburzenia stabilności naturalnego systemu planety.

Słowo klucz – innowacja

W trakcie ostatniego posiedzenia Zgromadzenia ONZ ds. ochrony środowiska (UN Environment Assembly), które miało miejsce na początku marca 2019 r. w Nairobi (Kenia), szczególną uwagę poświęcono efektom rozwijającej się w sposób niezrównoważony konsumpcji i produkcji. Debatowano nad modelem gospodarki, w której produkt uboczny działalności jednej firmy staje się zasobem dla innej, i świata, w którym redukujemy odpady do możliwie najniższego poziomu, ograniczamy zanieczyszczenia związane z produkcją dóbr i ich konsumpcją, a problem marnowania żywności traci na aktualności.

Słowem kluczem są również szeroko rozumiane innowacje. Te, które oznaczają zmiany technologiczne, ale także zmianę sposobu myślenia. Hasłem przewodnim UNEA-4 było #SolveDifferent – promowanie innowacyjności, która uprości procesy i usunie bariery technologiczne, wpłynie na zmianę wzorców zachowań oraz modeli produkcji i konsumpcji, zmniejszy zapotrzebowanie na surowce naturalne i doprowadzi do pozytywnych zmian w modelach biznesowych.

Wydarzeniem towarzyszącym UNEA-4 było UN Science Policy Business Forum on the Environment (SPB Forum), promujące

współpracę nauki, biznesu, rządów, przedstawicieli instytucji finansowych i społeczeństwa. Dyskutowano o korzyściach z rozwijania zielonych inwestycji, stworzeniu dopasowanych do wyzwań współczesności modeli finansowania, akcentowaniu i umacnianiu roli nauki obywatelskiej, a także tworzeniu warunków do wspierania startupów angażujących się w opracowanie rozwiązań prośrodowiskowych i prospołecznych.

Wciąż mamy nadzieję, że uda nam się jak najbardziej ograniczyć negatywny wpływ człowieka na środowisko, że możliwe jest wyeliminowanie zanieczyszczeń, że wdrożenie zrównoważonego modelu konsumpcji i produkcji pozostaje w naszych rękach. Wykorzystywanie wiedzy naukowej oraz współpraca z biznesem na rzecz wcielania w życie innowacyjnych rozwiązań to kluczowy dla UN Environment kierunek działań. Kierunek, któremu Unia Europejska – w tym także Polska – powinna poświęcić szczególną uwagę.

Europejskie realia

Potwierdza to opublikowany na początku roku przez KE dokument „Towards a Sustainable Europe by 2030”, analizujący szansę na zrealizowanie przez UE przyjętych w roku 2015 na Zgromadzeniu Ogólnym ONZ 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs).

Komisja przywołuje w nim dane Eurostatu, wedle których realizacja Celu 9, poświęconego innowacyjności, przemysłowi oraz infrastrukturze, na tle pozostałych idzie Europie słabo. Eurostat odnotowuje np. to, że mało prawdopodobne będzie osiągnięcie przez UE w przyszłym roku zaplanowanego w strategii Europa 2020 celu 3 proc. PKB wydawanego na badania i rozwój.

Postępy w osiąganiu innego, kluczowego Celu 12, skupiającego się na zrównoważonej konsumpcji i produkcji, są lepsze (m.in. dzięki wzrostowi efektywności surowco-

wej czy udziału energetyki odnawialnej w ogólnym miksie energetycznym). Jak jednak odnotowuje przywoływana przez KE analiza przygotowana przez Fundację Bertelsmanna oraz Sustainable Development Solutions Network, cel ten jest drugim najsłabiej na dziś realizowanym przez państwa członkowskie UE.

Analiza osiągniętych przez Polskę wyników pokazuje, że również i przed nami wiele pracy. Niski poziom wydatków na B+R sprawia, że Cel 9 okazuje się jedną z naszych SDGsowych pięt achillesowych.

” Wykorzystywanie wiedzy naukowej oraz współpraca z biznesem na rzecz wcielania w życie innowacyjnych rozwiązań to kluczowy dla UN Environment kierunek działań

Wskaźniki odpowiedzialnej konsumpcji czy konsumpcji również nie umieszczają nas w gronie globalnych liderów.

Globalna debata

Zmiany w dominujących dziś wzorcach produkcji i konsumpcji wymagać będą kreatywnego podejścia oraz współpracy między biznesem, decydentami, środowiskiem naukowym oraz społeczeństwem. W stymulowaniu tej debaty istotną rolę odgrywa UN Environment oraz współpracujące z nią organizacje.

Program Narodów Zjednoczonych do spraw środowiska w zeszłym roku zwracał uwagę na negatywny wpływ zanieczyszczeń z tworzyw sztucznych na środowisko w ramach kampanii #BeatPlasticPollution.

Mamy nadzieję, że inspiracją dla Europy okażą się pomysły, promowane w tym roku przez agendę ONZ pod wspomnianym już ha-

słem #SolveDifferent – od najprostszych, jak przechodzenie na mniej mięsne diety, aż po wspólne działanie na rzecz oddzielania wzrostu naszego dobrobytu od negatywnego wpływu działalności gospodarczej na środowisko.

Partnerstwo dla przyszłości

W duchu tak zarysowanej współpracy działa również zainicjowane przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa w 2016 r. partnerstwo na rzecz realizacji środowiskowych

Celów Zrównoważonego Rozwoju „Razem dla środowiska”.

Międzysektorowa współpraca interesariuszy jest dla nas kluczowym elementem działania partnerstwa – niezależnie od tego, czy mówimy o edukacji dla zrównoważonego rozwoju, racjonalnej produkcji i konsumpcji produktów z tworzyw sztucznych czy wdrażaniu idei obiegu zamkniętego w kolejnych sektorach gospodarki.

Realizując w Polsce misję UN Environment, chcemy, by rok 2019 stał się rokiem gorących – ale zawsze merytorycznych – dyskusji na temat innowacji na rzecz zrównoważonej produkcji i konsumpcji. Debaty na ten temat toczyć będziemy z dotychczasowymi, jak również nowymi partnerami z biznesu, administracji publicznej czy środowisk naukowych. ©

Maria Andrzejewska jest dyrektorem Centrum UNEP/GRID-Warszawa, Bartłomiej Kozek jest specjalistą ds. zrównoważonego rozwoju w Centrum UNEP/GRID-Warszawa

O programie Szkoła Liderów Miast mówi **Izabela Rakuć-Kochaniak**, członek zarządu Fundacji Veolia Polska, dyrektor ds. CSR.

Współpraca jest nieodzowna

W: Jakie obecnie są największe wyzwania dla miast?

IZABELA RAKUĆ-KOCHANIAK: Polska Akademia Nauk przeprowadziła badania, które pokazują, że 122 z 255 polskich średnich miast są zagrożone marginalizacją i wieloma zjawiskami kryzysowymi. Głównym problemem jest spadek liczby ludności, zwłaszcza osób młodych, aktywnych zawodowo i wykształconych. Nie bez znaczenia są także problemy związane z rozwojem przedsiębiorczości, aktywnością społeczną mieszkańców, opieką nad starzejącymi się i pozostawionymi rodzicami oraz kwestie środowiskowe, takie jak niska emisja. Jednym słowem, przed miastami stoją wielkie wyzwania. Wiemy, że większe metropolie opracowują plany i strategię, ale mniejsze miasta często są pozostawione samym sobie i na własną rękę planują podstawowe działania rozwojowe, bez dostępu do profesjonalnych narzędzi.

Dlaczego jest to takie ważne?

Brak długoterminowych planów prowadzi do marnowania środków lub działań podejmowanych ad hoc. Obecni władze mają swoje priorytety podczas trwającej kadencji i dążą do ich realizacji. Po nich przychodzą jednak kolejni i zajmują się już obszarami, które są ważne dla nich. A dla prawidłowego rozwoju miasta niezbędna jest długoletnia i spójna polityka rozwojowa opracowana na 10 czy nawet 20 lat. Aby stworzyć taką strategię, ważne jest zaangażowanie wielu grup społecznych. Potrzeba współpracy lokalnych aktywistów, reprezentujących różne grupy mieszkańców.

Stąd właśnie pomysł na Szkołę Liderów Miast, która przygotowuje mieszkańców do współzrzedzenia, do diagnozowania lokalnych potrzeb społecznych i wspólnego wypracowywania skutecznych rozwiązań, w drodze dialogu społecznego i współpracy różnych grup mieszkańców.

Na czym polega Szkoła Liderów Miast?



MAŁE PRASY

W ramach projektu Szkoła Liderów Miast, realizowanego w partnerskiej współpracy z Fundacją Szkoła Liderów, pracujemy z grupą najbardziej zaangażowanych mieszkańców w danym mieście, uczymy ich przywództwa opartego na dialogu i współpracy. Dbamy o to, aby wśród uczestników projektu znaleźli się przedstawiciele wszystkich trzech sektorów – publicznego, pozarządowego i prywatnego, bo to od ich współpracy zależy lokalny rozwój. Projekt dotychczas realizowany był w Łodzi, Zgierzu i Pabianicach, a wcześniej w Elku i Legionowie. Z doświadczeń tych dwóch edycji wiemy, że najważniejsza jest edukacja w trzech obszarach kompetencji. Pierwszy to osobiste umiejętności leaderskie oraz uświadomienie własnego potencjału. Drugi obszar to umiejętności indywidualne i grupowe, czyli jak skutecznie komunikować swoje postulaty i jak prowadzić dialog, zwłaszcza w sytuacji konfliktu. Ostatni obszar to umiejętność dokładnej oceny sytuacji i stawiania trafnej diagnozy, a następnie wypracowanie skutecznych rozwiązań, służących dalszemu rozwojowi społecznemu oraz zapobiegających zagrożeniom związanym z wyzwaniami przyszłości.

Jak wygląda nauka w tej „szkole”?

Problematyka, o której wspominałam, jest omawiana podczas weekendowych zjazdów, w ramach których poza meryto-

ryczną wiedzą, jaką otrzymują uczestnicy projektu, mają oni także możliwość wymiany doświadczeń i budowania relacji. Zajęcia odbywają się zarówno w jednej dużej grupie, jak i w mniejszych z udziałem przedstawicieli poszczególnych miast. Taka formuła pozwala skupić się na konkretnych przykładach, poddać analizie sytuację miast, z których wywodzą się uczestnicy projektu, oraz wybrać te zagadnienia, które zdaniem liderów są najistotniejsze.

Oprócz merytorycznej wiedzy, w jaką wyposażamy uczestników projektu, równie ważnym elementem jest możliwość poznania siebie nawzajem oraz poznania obszarów zaangażowania poszczególnych osób, ponieważ tylko dzięki takiej wiedzy i relacjom można wspólnie planować i przeprowadzać długofalowe zmiany.

Jakimi problemami zajmowali się liderzy z Łodzi, Zgierza i Pabianic?

Zeszłoroczna edycja pokazała przede wszystkim różnorodność tematów, zagadnień, obszarów, a także sposobów wypracowania rozwiązań i dróg dochodzenia do kompromisów. Liderzy z Łodzi przygotowali się do przeprowadzenia panelu obywatelskiego. Zaoferowali Urzędowi Miasta Łodzi swoją pomoc i wsparcie dla takiego pomysłu. Chcą wzorem Krakowa, Lublina, Gdańska i innych polskich miast wspólnie z mieszkańcami w drodze deliberacji wypracować propo-

zycje rozwiązań lub pomysły na rozwój społeczny Łodzi. Grupa liderów ze Zgierza przygotowała długofalową Społeczną Wizję Miasta, chcąc w ten sposób zainspirować mieszkańców do angażowania się w bieżące sprawy miasta. Przywrócić ich wiarę w sprawczość i zachęcić do współdecydowania o tym, jaki kurs w procesie rozwoju obierze Zgierz. Liderzy z Pabianic przedstawili pomysł stworzenia Centrum Aktywności Lokalnej oraz zainicjowania kilku programów: Program „Spotkajmy się”, „Integracja międzypokoleniowa”, „Wypełnianie przestrzeni miejskiej”, „Dbam o swoje miasto” oraz „Atrakcyjne konsultacje społeczne”. Wykorzystują w ten sposób potencjał prężnie działających organizacji pozarządowych, które bez wątpienia stanowią silną stronę tego miasta.

Dlaczego Fundacja Veolia postanowiła zaangażować się w działania na rzecz mniejszych ośrodków miejskich?

Dla Fundacji Veolia Polska priorytetem jest rozwijanie współpracy międzysektorowej. Takiej, która będzie prowadzić do trwałej, pozytywnej zmiany, a więc zrównoważonego rozwoju miast. Aby to mogło się wydarzyć, potrzebujemy mądrego i nowoczesnego lokalnego przywództwa. Każda, nawet najmniejsza zmiana musi jednak mieć swojego lidera w środowisku lokalnym – takiego, który będzie chciał i umiał współpracować z przedstawicielami innych środowisk. Naszym celem jest znalezienie najsilniejszych liderów i wzmocnienie ich kompetencji przywódczych. Poprzez działania Fundacji Veolia Polska budujemy koalicję trzech sektorów: publicznego, prywatnego i pozarządowego, która daje szansę na szybszy rozwój lokalnych społeczności. ©

rozmawiała Anna Migdałska

OPINIA

PRZEMYSŁAW RADWAN ROHRENSCHEF
wiceprezes Fundacji Szkoła Liderów

Program ten jest unikatowy w wielu aspektach. Nie tylko tworzy podstawy do dialogu o mieście ponad podziałami oraz różnicami poglądów, ale także wzmacnia poczucie zaangażowania i wpływu uczestników na przyszłość miasta. Wyjątkowe w nim jest również to, że angażujemy biznes. Nie tylko

poprzez fakt, że w programie biorą udział jego przedstawiciele, ale także dlatego, że możemy go w pełni realizować dzięki biznesowi, który angażuje się w kształcenie miejskich liderów w modelu, który nie polega na realizowaniu usług i potrzeb, ale w modelu, w którym zachodzi wspólna wymiana wiedzy i doświadczeń. Cieszymy się, że takie projekty są możliwe dzięki strategii odpowiedzialnego biznesu Grupy Veolia Polska. ©

Wskaźnik grupujący spółki społecznie odpowiedzialne radzi sobie lepiej niż szeroki rynek

Inwestorzy patrzą nie tylko na zyski



Zaufanie jest fundamentem rynku kapitałowego

KATARZYNA KUCHARCZYK

Interes, który nic poza pieniędzmi nie przynosi, jest złym interesem" – mawiał Henry Ford. Na zachodnich rynkach do społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) przywiązuje się dużą wagę już od dłuższego czasu. W Polsce jest o niej głośno dopiero od kilku lat. W promocji idei CSR pomogło stworzenie przez warszawską giełdę indeksu Respect. Spółki, które wchodziły w jego skład, mają powody do dumy, ale zarazem muszą się liczyć z koniecznością podejmowania dodatkowego wysiłku. Praktyka pokazuje, że to gra warta świeczki: stopa zwrotu z Respect Index w ostatnich latach mocno wygrywa z innymi wskaźnikami giełdowymi.

Inwestycja w przyszłość

Wśród spółek wchodzących w skład Respect Index znajdziemy zarówno mniejsze przedsiębiorstwa, jak i krajowych gigantów. Reprezentantami tej ostatniej grupy są Orange Polska czy Tauron.

Podczas spotkań z inwestorami mówimy o funkcjonowaniu firmy na rynku w całym jej kontekście, nie zatrzymując się na wskaźnikach

finansowych. Zależy nam, aby inwestorzy rozumieli, jaki jest nasz model biznesowy, łańcuch wartości, jakie są warunki, w których działamy, i jak odpowiadamy na wyzwania społeczne czy ekonomiczne – mówi Maciej Nowochoński, członek zarządu Orange Polska. Dodaje, że w ostatnich latach inwestorzy coraz bardziej interesują się inwestycjami społecznie odpowiedzialnymi, choć skala nie jest jeszcze duża. Istnieje kilka tzw. funduszy etycznych, które kwalifikują spółki pod tym względem. – Mam na myśli Respect Index czy FTSE4Good, w których Orange Polska jest klasyfikowane – wskazuje.

Z kolei Tauron podkreśla, że nowym trendem, który daje się zauważyć w ciągu ostatnich dwóch lat, są aspekty związane z wielowymiarowym raportowaniem danych niefinansowych (ESG – environment, social, governance). Jest to szczególnie widoczne właśnie w przypadku zagranicznych inwestorów, którzy nie tylko biorą pod uwagę osiągnięcia przez spółki wyniki, ale także przywiązują dużą wagę do zagadnień związanych z ochroną środowiska, kwestiami społecznymi i ładem korporacyjnym. W przypadku spółek z branży energetycznej inwestorzy koncentrują się na zagadnieniach ESG oczekując precyzyjnych informacji

na temat emisji CO₂, pyłów, tlenków azotu, siarki, zużycia wody, recyklingu i wskaźników wypadkowości. Każda branża ma swoje specyficzne pole do popisu.

– Jako jedna z największych firm restauracyjnych w Europie koncentrujemy się na właściwym zarządzaniu produktem i promujemy dobre praktyki w zakresie nieumarowania żywności. Od 2017 r. przekazujemy nadwyżki generowane przez nasze lokale i magazyny organizacjom charytatywnym – mówi z kolei Adrian Wnęk z biura prasowego AmRestu.

W latach 90., kiedy pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu dopiero wkraczało do Polski, kojarzyło się ono raczej z doraźną filantropią firm, które wspomagały finansowo nagłe potrzeby społeczności lokalnych. Teraz coraz częściej społeczna odpowiedzialność przybiera formę działań nastawionych na rozwiązywanie systemowych współczesnych problemów.

– Strategia działania spółki niezmienne opiera się na idei wzajemnych korzyści „win-win”. W praktyce oznacza to m.in. wsparcie rozwoju infrastruktury sporto-

finansowych przez wszystkie spółki giełdowe. Jeszcze kilka lat temu kwestie niefinansowe raportowali nieliczni, i to głównie w ujęciu opisowym. Poruszanie tematu ryzyk niefinansowych czy podawanie wskaźników liczbowych było mało popularne.

– Mielśmy do czynienia z zakłętym kręgiem nieraportowania: spółki argumentowały, że nie tworzą raportów ESG, ponieważ nikt o nie nie interesują... Inwestorzy i analitycy odpowiadali, że nie biorą pod uwagę danych niefinansowych w procesach inwestycyjnych, ponieważ... nikt ich nie raportuje – komentuje Magdalena Raczek-Kołodziejka, wiceprezes SEG.

Dyrektywa unijna i idące za nią zmiany w ustawie o rachunkowości zmieniły jednak krajobraz raportowania niefinansowego w Polsce. Ponad 150 spółek giełdowych musiało w raportach za rok 2017 podać bardzo konkretne informacje na temat ryzyk, polityk, procedur i wskaźników w obszarach pracowniczym, społecznym, środowiskowym naturalnego, poszanowania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwa.

– Już po pierwszym sezonie raportów widać, że mamy przełom: zainteresowanie analityków i inwestorów tematem rośnie, zaczynają postrzegać informacje niefinansowe jako źródło ważnej wiedzy o firmie – podkreśla wiceprezes SEG.

Raport niefinansowy pozwala inwestorom przyjrzeć się spółce i jej procesom biznesowym z całkiem innej strony, a przez to lepiej zrozumieć trendy, które wpływają lub mogą wpłynąć na jej działalność. – To ważne szczególnie przy podejmowaniu decyzji o inwestycjach – podkreśla Nina Graboś, dyrektor działu komunikacji korporacyjnej w Agorze. Wtórzy jej Cezary Giza, dyrektor ds. relacji inwestorskich Eurocashu.

– Raporty z działalności niefinansowej stanowią ważną część naszego skonsolidowanego raportu rocznego. O szczegółach tych aktywności coraz częściej rozmawiamy na regularnych spotkaniach poświęconych strategii i bieżącej działalności grupy – mówi przedstawiciel Eurocashu. ©

„Zainteresowanie analityków i inwestorów tematem rośnie

– zaczynają postrzegać informacje niefinansowe jako źródło ważnej wiedzy o firmach

wej w Polsce – mówi Izabela Walczewska-Schneider, członek zarządu Benefit Systems. Z kolei Polski Bank Komórek Macierzystych realizuje politykę CSR za pośrednictwem programów wspierających dostęp do innowacyjnych terapii komórkami macierzystymi.

Raporty pod lupą

Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych od kilku lat bada co roku poziom ujawniania informacji nie-

67 proc. firm do zaangażowania w CSR skłania chęć wzmocnienia wizerunku

Odpowiedzialnym firmom łatwiej o klientów i pracowników

ANITA BŁASZCZAK

Już dwóch na trzech polskich pracowników twierdzi, że zwraca uwagę na przestrzeganie przez firmy zasad społecznej odpowiedzialności biznesu. Prawie siedmiu na dziesięciu ma to na względzie, rozważając nową ofertę pracy, a ponad jedna trzecia deklaruje nawet, że możliwość pracy w bardziej etycznej firmie mogłaby ich skłonić do zmiany zatrudnienia – z tym wynikiem Confidence Index – badania agencji rekrutacyjnej Michael Page wypadliśmy w ubiegłym roku najlepiej w Europie, bijąc nawet pracowników z bogatych państw Zachodu.

Rosnąca świadomość społeczną Polaków widać też w badaniach konsumenckich – w ubiegłorocznym sondażu agencji Havas Media prawie sześciu na dziesięciu ankietowanych stwierdziło, że unika kupowania produktów firm, które mają negatywny wpływ na społeczeństwo lub środowisko naturalne. Prawie tyle samo twierdzi, że zwraca uwagę na to, w jaki sposób kupowane przez nich produkty oddziałują na społeczeństwo i ekologię.

Kandydat doceni wartości

Nawet jeśli deklaracje w ankietach nie zawsze pokrywają się z praktyką, to odpowiedzi Polaków wyraźnie wskazują, że wizerunek odpowiedzialnej społecznie firmy może być dzisiaj istotną przewagą konkurencyjną. Nic więc dziwnego, że w badaniu CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej do 67 proc. wzrosła w ubiegłym roku grupa firm, które angażują się w CSR, by wzmocnić swój wizerunek. Choć część ekspertów krytykuje taką marketingowo-piarowską motywację, to zdaniem ekonomisty prof. Witolda Orłowskiego, CSR jest wartością, nawet jeśli realizujemy jego zasady pod przymusem albo z chęci.

Jak jednak wynika z obserwacji agencji rekrutacyjnych, motywacja

firm też zaczyna mieć znaczenie. Daria Woźniak, menedżer w Michael Page, twierdzi, że kandydaci, oceniając ofertę pracy, zwracają uwagę również na wartości, jakie reprezentuje przyszły pracodawca, – Zwłaszcza osoby aplikujące na wyższe szczeble w przedsiębiorstwie chcą mieć pewność, że stanowisko, które obejmą, pozwoli im podejmować moralne i uczciwe decyzje – dodaje. Zaznacza jednocześnie, że choć zaangażowanie w działania CSR zwiększa atrakcyjność pracodawcy, to z reguły nie wpływa na decyzję kandydata o przyjęciu lub odrzuceniu oferty.

– Podczas rozmowy rekrutacyjnej pytania o CSR firmy sporadycznie padają ze strony kandydatów. Natomiast potencjalni pracownicy, niezależnie od wieku, bardzo pozytywnie reagują na informacje o podejmowaniu przez pracodawcę tego typu aktywności – wyjaśnia ekspertka, dodając, że większą wagę do prospołecznych działań potencjalnego pracodawcy przy-

kładają osoby, które wcześniej pracowały w firmach wyróżniających się taką aktywnością. To zaś oznacza, że im więcej organizacji będzie włączać się w inicjatywy CSR, tym więcej pracowników będzie odczuwać potrzebę pracy w społecznie odpowiedzialnych firmach.

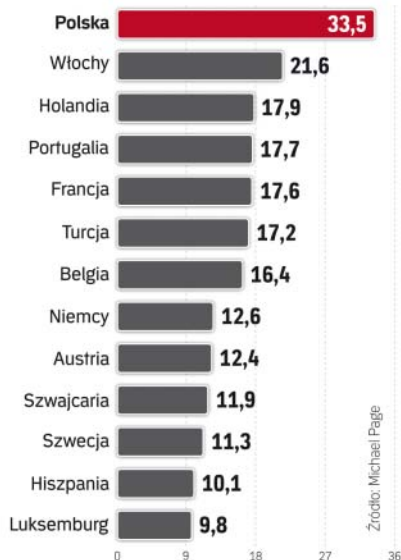
CSR ważny dla milenialsa

– Na zmianę podejścia do CSR wpływa przede wszystkim silna pozycja kandydatów na rynku pracy, których oczekiwania względem pracodawców są coraz wyższe – ocenia Piotr Dziedzic, dyrektor w Michael Page, który zwraca uwagę na znaczenie CSR dla polskich milenialsów, czyli 20- i 30-latków. Prawie 70 proc. z nich stwierdziło w Confidence Index, że przestrzeganie zasad CSR przez firmy jest dla nich ważne. To zjawisko dostrzega też Anna Piotrowska, dyrektor ds. rozwoju w firmie rekrutacyjnej Antal. Według niej specja-

liści i menedżerowie, coraz częściej reprezentujący młode pokolenia Y czy Z, są zainteresowani pracą, której wartość wykracza poza realizację celów biznesowych. – Dlatego też firmy, których działalność lub realizowane inicjatywy wpływają na świat, lokalne otoczenie czy wspierają potrzebujących, wywołują pozytywne emocje i wygrywają w walce o serca pracowników i potencjalnych kandydatów do pracy – twierdzi Piotrowska, dodając, że coraz więcej firm świadomie wykorzystuje inicjatywy CSR w budowaniu marki pracodawcy.

To zjawisko będzie się nasilać. Wskazują na to prognozy firmy doradczej Deloitte; w raporcie Global Human Capital Trends z 2018 r. zwraca uwagę na widoczną na świecie „gwałtowną popularyzację idei firmy odpowiedzialnej, z misją, która przyczynia się do pozytywnej zmiany społecznej”. Ten trend ma w najbliższych latach coraz mocniej wpływać na biznes, decydując coraz częściej o sukcesach albo porażkach firm. ©

Możliwość pracy w bardziej etycznej firmie mogłaby mnie skłonić do zmiany zatrudnienia
opinie pracowników w proc.



Dlaczego firmy angażują się w CSR
opinie firm w proc.

xxx 2017 ■ 2018



Skąd mogłeś wiedzieć?



RZECZPOSPOLITA

Najczęściej cytowane
medium od 14 lat.

Źródło: IMM.

aktualności na  rp.pl

| prenumerata.rp.pl
