



CSR

Jakie działania podejmują dziś przedsiębiorcy, którzy chcą być odpowiedzialni społecznie? Najbliżej prawdy byłibyśmy, odpowiadając: różne. Różnorodność to w tym wypadku słowo klucz. Działania na rzecz lokalnej społeczności, działania proekologiczne, kampanie społeczne, programy dla pracowników, raporty społeczne, systemy zarządzania, wolontariat pracowniczy, zarządzanie łańcuchem dostaw czy znakowanie produktów to tylko niektóre narzędzia

społecznej odpowiedzialności biznesu, wykorzystywane przez przedsiębiorców. Na naszych łamach znajdą Państwo odpowiedź na pytanie, jakie działania wdrażają firmy, co im to daje i jakie trendy panują w obszarze CSR. Z zestawienia najciekawszych inicjatyw CSR dowiedzą się Państwo, jakie konkretne rozwiązania inicjują firmy i jakie z tego tytułu korzyści czerpie ich najbliższe otoczenie.

Zapraszamy do lektury.

WYRÓŻNIENIE

NAJCIEKAWSZE INICJATYWY
CSR 2023


OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Bank Millennium jest ogólnopolskim, nowoczesnym bankiem oferującym swoje usługi wszystkim segmentom rynku poprzez: sieć placówek, sieci indywidualnych doradców i bankowość elektroniczną. Bank stanowi centrum Grupy Banku Millennium, w skład której wchodzi: Millennium Leasing, Millennium Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych, Fundacja Banku Millennium, Millennium Goodie, Millen-

STRATEGIA CSR NA 2023

Filary strategii odpowiedzialności społecznej: rozwój i wsparcie pracowników – realizacja inicjatyw wspierających well-being pracowników oraz przyjazne środowisko pracy; promocja równouprawnienia i różnorodności – promowanie różnorodności i inkluzywności; wspieranie klientów w rozwoju ich biznesu i finansów – cyfryzacja procesów oraz wdrażanie nowoczesnych rozwiązań w zakresie bezpieczeństwa, finansów i technologii; bankowość bez barier. Wsparcie osób

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Kontynuacja działalności edukacyjnej: Finansowy Elementarz – budowanie świadomości finansowej najmłodszych, kolejne 10 tysięcy dzieci uczestniczyło w 2023 roku w warsztatach edukacyjnych. Edukacja dorosłych w zakresie finansów, cyberbezpieczeństwa i kwestii ekologicznych. Edukacja klientów detalicznych. Działania rozwojowe – realizacja kolejnej edycji programu rozwoju kompetencji

Bank Hipoteczny. Bank jest instytucją cyfrową, która swoje usługi świadczy od ponad 30 lat. Poza działalnością finansową Bank Millennium wspiera kulturę, będąc od ponad 15 lat sponsorem największego w Polsce Festiwalu Filmów Dokumentalnych Millennium Docs Against Gravity. Fundacja Banku istnieje już od 33 lat, wspiera projekty edukacji finansowej i wolontariatu pracowniczego.

o szczególnych potrzebach w korzystaniu z usług bankowych oraz usprawnianie procesów, oraz działania edukacyjne w zakresie bankowości cyfrowej; edukacja i bezpieczeństwo – wsparcie merytoryczne oraz kreowanie przestrzeni do wymiany doświadczeń, dobrych praktyk, inspiracji i wiedzy; działalność charytatywna i wsparcie kultury. Rozwój programów wolontariatu pracowniczego, rola mecenasa kultury, w szczególności sztuki filmowej.

menadżerskich MLeaders; okresowe badania satysfakcji oraz programy szkoleniowe dostępne dla pracowników. Obniżenie emisji własnej CO2. Przeprowadzenie programu ekowolontariatu Our People'23: Save the Planet, w którym pracownicy zrealizowali 26 ekoinicjatyw. Akcja budowała świadomość ekologiczną wśród zarówno zaangażowanych pracowników, jak i samych jej odbiorców akcji.



OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Bank Ochrony Środowiska to polski bank obecny na rynku finansowym od 1991 roku. Specjalizuje się w finansowaniu przedsięwzięć z zakresu ochrony środowiska. Oferuje także bankowość detaliczną, korporacyjną, inwestycyjną oraz inne usługi finansowe. Od ponad 30 lat jego misją jest edukacja i wspieranie projektów

STRATEGIA CSR NA 2023

Cele Strategii ESG banku są mierzalne i umożliwiają monitorowanie jej realizacji. Dlatego co roku przygotowuje Raport ESG, który pozwala te postępy oceniać. Poddaje się także

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

„Świat oczami młodych” to konkurs, w którym placówki edukacyjne i kulturalne mogą zdobyć granty na realizację murali o tematyce środowiskowej i ekologicznej. Murale mają aspekt edukacyjny – tematem ostatniej edycji konkursu były zagrożone gatunki roślin, zwierząt i grzybów w Polsce. Inicjatywa jest skierowana do szkół, uczelni, ośrodków kultury, bibliotek i innych placówek edukacyjnych i kulturalnych. W projektowanie murali często zaangażowane są całe placówki i społeczności lokalne.

związanych z ochroną środowiska. Kluczowe inicjatywy prospołeczne i proekologiczne realizuje poprzez programy Fundacji BOŚ, w tym m.in. „Świat oczami młodych”, „Tradycyjny sad”, „Postaw na Słońce”. Jednocześnie wdrażamy działania skierowane do naszych pracowników, np. „Sadzimy lasy” czy „Operacja Czysta Rzeka”.

niezależnym audytem. W 2021 roku po raz pierwszy bank uzyskał Rating ESG. W 2022 r. udało się poprawić jego wynik, aktualnie bank czeka na wyniki za rok 2023.

W latach 2022-2023 do konkursu zgłosiło się kilkaset placówek z całej Polski. W efekcie powstało: 702 projektów murali oraz 11 murali. Konkurs odpowiada na potrzebę zwiększania świadomości ekologicznej Polek i Polaków. To ważny krok w walce ze zmianami klimatu, które są jednym z największych wyzwań dla świata. Za pomocą atrakcyjnych i przystępnych form zachęca do zapoznania się z zagadnieniami zmian klimatu, ochrony środowiska, bioróżnorodności czy odnawialnych źródeł energii.



OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Wolontariat w ramach akcji Małe Kroki, Duży Wpływ

STRATEGIA CSR NA 2023

Działania CSR stanowią element firmowej strategii ESG, w której czynnik społeczny zajmuje ważne miejsce. Podstawą realizacji działań w tym obszarze jest program wolontariacki Małe Kroki, Duży Wpływ, który uruchomiono w ubiegłym roku, i w planach jest jego kontynuacja w kolejnych latach. W jego ramach po-

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

W 2023 r. w ramach akcji Małe Kroki, Duży Wpływ firma działała na terenie Warszawskiego Centrum Integracji Integracyjna Warszawa (do niedawna Towarzystwo Pomocy św. Brata Alberta), przygotowując tymczasowe domy dla osób w kryzysie bezdomności. Za-

dejmowany jest szereg działań na rzecz społeczności, co roku wybierający inny obszar, w który firma się angażuje, stosownie do potrzeb. Priorytetem firmy jest wsparcie najbardziej potrzebujących – poprzez pracę, środki materialne i czas, który poświęcamy na wolontariat.

kres prac obejmował malowanie domków, ułożenie chodnika, postawienie altanki z małą architekturą, zasadzenie roślinności, która stworzy przyjemne miejsce do odpoczynku. Kontynuacją działań są świąteczne upominki dla podopiecznych Centrum Integracji.



OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Program PODWÓJNE DZIAŁANIE powstał z myślą o tych pracownikach i współpracownikach, którzy angażują się charytatywnie w działania innych organizacji pożytku pu-

STRATEGIA CSR NA 2023

Strategię fundacji tworzą trzy filary:

EDUKACJA – Działania firmy wspierają edukację finansową i naukę przedsiębiorczości wśród dzieci, młodzieży, a także dorosłych, dając im nadzieję na lepszą jakość życia i pomoc w trudnych sytuacjach. Firma chce rozbudzać w najmłodszych ciekawość otaczającego świata, chęć odnoszenia sukcesów w życiu, a także promować ich szlachetne postawy.

PROMOCJA ZDROWIA – Zdrowie i życie są najważniejsze, dlatego działania firmy wspierają różnorodne inicjatywy promujące profilaktykę zdrowotną, a także inne instytucje o podobnych celach. Dzięki temu zwiększa zasięg akcji prozdrowot-

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Realizacja programu grantowego dla wolontariuszy. Dotacje dla organizacji, w których działają wolontariusze firmy.



elemental

OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Grupa Elemental to globalny gigant w dziedzinie urban mining, który inwestuje w podmioty z branży recyklingu. Grupa działa w 35 krajach na trzech kontynentach. Elemental dąży do globalnej pozycji lidera w pozyskiwaniu i produkcji me-

STRATEGIA CSR NA 2023

Grupa Elemental od lat angażuje się w rozwój sportu w Polsce, zarówno zawodowego, jak i amatorskiego. Od 2013 r. jest sponsorem tytularnym Elemental Triathlon Olsztyn, a od 2015 r. wspiera cykl zawodów triathlonowych Elemental Tri Series. Podpisana w 2022 roku umowa sponsoringowa z triathlonistą Robertem „Wilku” Wilkowieckim jest kolejnym elementem strategii wspierania rozwoju polskiego triathlonu. Grupa Elemental od 10 lat jest partnerem Polskiego Związku Triathlonu, a CEO firmy Paweł Jarski łączy funkcję prezesa Grupy oraz PZTri. Poza wspieraniem sportowców Grupa angażuje się w inne aktywności. W lutym 2022 po wybuchu

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Grupa Elemental rozpoczęła współpracę z triathlonistą Robertem Wilkowieckim, który jesienią 2022 wystartował, jako czwarty w historii zawodnik z Polski w Mistrzostwach Świata Ironman na Hawajach. Wilkowiecki uzyskał wówczas najlepszy rezultat czasowy w polskim triathlonie na mistrzostwach świata. W listopadzie

blicznego. Fundacja Unum w ramach programu „Podwójne Działanie” dofinansowuje te organizacje jednorazową darowizną, jako wzmocnienie zaangażowania wolontariusza.

nych, tak, by jak najwięcej osób mogło cieszyć się zdrowym życiem i dobrą formą. **WOLONTARIAT** – Razem możemy więcej! Firma corocznie realizuje Dzień Wolontariusza, w którym wspólnie z bliskimi, rodzinami i przyjaciółmi angażuje się w miejscach, gdzie pomoc jest najbardziej potrzebna. Odwiedza domy dziecka, świetlice środowiskowe, domy opieki, schroniska dla zwierząt i wiele innych placówek, w których zamienia się w ogrodników, malarzy, nianie, złote rączki i niesie realną pomoc. W okresie zimowym pracownicy stają się św. Mikołajami i obdarowują podopiecznych wybranych placówek opiekuńczych. Ich radość i uśmiech są najlepszym potwierdzeniem słuszności działania.

W ramach realizacji celu: Walka z wykluczeniem i zapewnienia dobrego zdrowia i jakości życia.

tali strategicznych, takich jak metale z grupy platynowców oraz metale z grupy miedzi, w sposób przyjazny dla środowiska. Firma prowadzi działalność nie tylko w Polsce, ale również w Europie, Azji oraz Stanach Zjednoczonych.

wojny na Ukrainie polskie spółki Grupy wspierały finansowo organizacje niosące pomoc, takie jak: Polska Akcja Humanitarna, Polski Związek Karate Tradycyjnego oraz Fundacja „Chocimska”. Grupa przekazała także środki organizacji TRIAL International, która m.in. prowadzi działania związane ze ściganiem zbrodni wojennych na Ukrainie. Dodatkowo, w 2022 roku, Grupa Elemental przekazała środki na pomoc w działaniach statutowych Fundacji Edukacyjnej Jana Karskiego – propagującej postawy humanitarne, najwyższe standardy służby publicznej, obronę praw człowieka i budowanie relacji społecznych opartych na tolerancji i otwartości.

br. sponsorowany przez Elemental zawodnik umocnił swoją pozycję awansując na przyszłoroczne mistrzostwa świata Ironman. Grupa Elemental od 10 lat jest partnerem Polskiego Związku Triathlonu, a od kilku miesięcy także sponsorem Ukraińskiej Federacji Triathlonu.

Wzajemne zrozumienie i akceptacja to podstawa D&I

Różnorodność i inkluzja to ważna i głośna ostatnio idea, która odpowiednio wdrażana może przyczynić się do długoterminowego sukcesu firmy. Wiedzą o tym w firmie Ferrero, gdzie niedawno we współpracy z Fundacją „Leżę i pracuję” przeszkolono ponad 100 kierowników zakresu współpracy z osobami z niepełnosprawnościami.

Grupa Ferrero w Polsce należy do grona sygnatariuszy Karty Różnorodności – międzynarodowej inicjatywy objętej patronatem Komisji Europejskiej. Ma ona na celu promowanie równości i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy. Firma znajduje się także w Raporcie Diversity IN Check 2021 – pierwszej liście najbardziej zaawansowanych pracodawców w zarządzaniu różnorodnością i inkluzją w kraju. Ferrero nie spoczywa na laurach i sukcesywnie realizując politykę równego traktowania i zarządzania różnorodnością, wprowadza

nowe działania skierowane do współpracowników.

Takie same możliwości

– Staramy się tworzyć firmę, w której wszyscy pracownicy czują się mile widziani i doceniani oraz mają takie same możliwości. Wierzymy, że wszyscy nasi ludzie są utalentowani, każdy na swój sposób. Trzeba tylko znaleźć odpowiedni model wykorzystania ich potencjału, a tego nie uda się osiągnąć bez dobrej komunikacji i znajomości potrzeb drugiego człowieka. Poznanie innego punktu widzenia,

perspektywy osób z niepełnosprawnościami jest kluczowe, by stworzyć prawdziwie włączające środowisko pracy – mówi Beata Dziekanowska IA&CC Manager, do niedawna Ambasadorka programu Różnorodności i Inkluzji Ferrero w Polsce.

Istota przedsiębiorczości społecznej

W 2022 roku w ramach projektu Diversity&Inclusion Ferrero podjęło decyzję o konieczności uatrakcyjnienia firmy jako pracodawcy dla osób z niepełnosprawnościami. Partnerem szkolenio-

wym Ferrero została firma Leżę i Pracuję. Ferrero w Polsce ceni sobie współpracę z Fundacją Leżę i Pracuję. Ta nietypowa agencja marketingowa, oddająca istotę przedsiębiorczości społecznej, jako jedyna w Polsce zatrudnia osoby z niepełnosprawnościami (OzN) w stopniu tak znaczącym, że właściwie wykluczają je one z rynku pracy. Warsztaty przeprowadzone przez agencję Leżę i Pracuję pt. „Współpraca z osobami z niepełnosprawnościami. Fakty i mity oraz dobre maniry” były prowadzone w grupach maksymalnie 20-osobowych

w sposób interaktywny.

– Warsztaty spotkały się z bardzo pozytywnym odbiorem zarówno ze strony prowadzących, jak i uczestników szkoleń, którzy przyznają, że dzięki tym spotkaniom ich sposób postrzegania świata bardzo się zmienił i otworzył na innych. Chcemy, aby w Ferrero każdy miał poczucie, że może być sobą i w pełni rozwijać swój potencjał – dodaje Beata Dziekanowska.

Na całym świecie

Grupa Ferrero na całym świecie wyznaczyła Ambasadorów Różnorodności i Inkluzji, łącznie jest to 17 pracowników z prawie wszystkich kontynentów, którzy wspierają wdrażanie programu w swoich Regionach. Ferrero utworzyło również Rady Regionalne programu Różnorodności, w skład których wchodzi ponad 130 pracowników Ferrero z całego świata.



FERRERO

OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Grupa FERRERO jest obecna w Polsce od ponad 30 lat. Początkowo była to działalność handlowa, która z czasem rozszerzyła się o produkcję. W wybudowanej w 1997 roku w miejscowości Belsk Duży koło Grójca fabryce produkowanych jest obecnie 190 tysięcy ton wyrobów rocznie. Zakład w Belsku jest trzecim co do wielkości zakładem produkcyjnym FERRERO na świecie, ponad 80 proc. jego całkowitej produkcji przeznaczone jest na eksport, a produkty z Belska są sprze-

dawane w ponad 100 krajach na pięciu kontynentach. W polskiej fabryce Ferrero produkowane są takie przysmaki jak: Nutella, batony Nutella B-ready, Kinder Niespodzianka, Kinder Joy, Kinder Bueno, Raffaello, Kinder Cards, tabliczki czekolady premium Raffaello i Ferrero Rocher oraz szeroka gama produktów sezonowych. Grupa Ferrero w Polsce zajmuje się również działalnością handlową, oferując polskim konsumentom kilkadziesiąt rodzajów najwyższej jakości produktów.

STRATEGIA CSR NA 2023 R.

Strategia CSR firmy opiera się na czterech filarach: ochronie środowiska, pozyskiwaniu składników w sposób zrównoważony, promowaniu odpowiedzialnej konsumpcji i wzmacnianiu pozycji ludzi.

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Usprawnienie systemu segregacji odpadów materiałowych na obszarach produkcyjnych oraz magazynach wewnętrznych zakładu Ferrero Polska w Belsku Dużym pozwalające na zmniejszenie wskaźnika odpadu zmieszanego/wielomateriałowego, oraz zwiększenie wskaźnika segregowanej folii bezbarwnej i folii aluminiowej. W ramach przedmiotowego projektu przeprowadzono: stworzenie ustandaryzowanych instrukcji segregacji odpadów surowcowych na terenie zakładu produkcyjnego, przeprowadzono szkolenia dla ok. 300 pracowników w zakresie zasad segregacji odpadów i bezpiecznego użytkowania maszyn belujących, w ramach szkoleń dla wszystkich pracowników biorących w nich udział wręczone zostały upominki

w postaci toreb wielokrotnego użytku do segregacji odpadów w domu, doposażenie obszarów produkcyjnych w maszyny belujące do segregacji odpadów oraz wózki do transportu odpadów do maszyn belujących, stworzenie systemu identyfikacji belowanych odpadów (etykiety), comiesięczna prezentacja wyników segregacji oraz ilości przygotowanych belek odpadowych na spotkaniach standaryzacji, oraz telewizji wewnętrzzakładowej, stworzenie systemu nagradzania obszarów o najlepszej skuteczności segregacji, usprawnienie systemu transportu wewnętrzzakładowego odpadów, przeprowadzenie wewnętrznych szkoleń „Gospodarka odpadowa” dla kadry kierowniczej w ramach programu Ferrero Univeristy.



OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Sery to pasja Hochland – od ponad 90 lat. Od momentu powstania w 1927 roku, produkcja, ulepszanie i dystrybucja serów jest na pierwszym miejscu w Hochland. Tutaj można znaleźć wszystko, czego pragną miłośnicy serów: sery śmietankowe, twarde i półtwarde, sery topione, pleśniowe, sery białe typu feta, twarogi i serki wiejskie. Wyśmienite produkty Hochland dostępne są w ponad 30 krajach. Konsumentom doceniają ich wysoką jakość i cieszą się z wielu nowości produktowych. Hochland

Polska działa na polskim rynku od ponad 25 lat i jest liderem w kategorii serów. W Polsce znajdują się dwa zakłady produkcyjne – w Kaźmierzu i Węgrowie. Hochland, Almette, Valbon to wiodące na rynku marki, pod którymi kryje się szeroka gama produktów, z różnych kategorii sera, dostępna także dla rynku HoReCa. Wszystkie produkty z oferty Hochland wyróżnia doskonały smak i najwyższa jakość, dzięki najlepszym surowcom i technologiom.

STRATEGIA CSR NA 2023

W 2022 Hochland Polska zainaugurował cykliczne wydarzenia z okazji Światowego Dnia Ochrony Środowiska. Pierwsza edycja akcji odbyła się w Kaźmierzu i Węgrowie, gdzie zlokalizowane są zakłady produkcyjne oraz w Poznaniu, w biurze Hochland Polska. Każda edycja ma na celu uwrażliwienie Pracowników i lokalnej społeczności na tematy środowiskowe wynikające ze strategii Hochland. Dzięki temu firma stara się znacząco wpłynąć na zachowania

społeczne, realnie poprawiając dzięki temu stan środowiska w najbliższym otoczeniu. W roku 2022 tematyka była poświęcona oszczędzaniu wody, nie-marnowaniu żywności oraz ochronie bioróżnorodności. Poza Pracownikami w realizację akcji zaangażowani byli przedstawiciele samorządów lokalnych, organizacji ekologicznych, np. PTO Salamandra, ośrodków oświaty oraz Pracownicy firm sąsiadujących z Hochland.

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Celem Hochland była realna zmiana zachowań i przyzwyczajęń uczestników wydarzenia, co będzie owocowało poprawą stanu środowiska naturalnego. W wydarzeniu we wszystkich lokalizacjach udział wzięło: 500 pracowników Hochland, 6 pracowników firm zewnętrznych, ok. 200 osób z lokalnej społeczności w Kaźmierzu i Węgrowie, 3 przedstawicieli szkół i samorządu, 2 organizacje ekologiczne. W efek-

cie prowadzonej akcji zaobserwowano więcej zgłoszeń dotyczących możliwych optymalizacji w zakresie zużycia wody. Poprawił się też stopień segregacji odpadów. W corocznej ankiecie zadowolenia wśród lokalnej społeczności z działań podejmowanych przez Hochland uzyskano bardzo satysfakcjonujące wyniki na poziomie 99 proc. we wszystkich pytaniach.

Intrum

OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Intrum jest firmą wiodącą w branży windykacji, która dostarcza usługi zarządzania wierzytelnościami. 25-letnia historia na rynku sprawia, że Intrum jest jedną z pierwszych profesjonalnych firm windykacyjnych działających w naszym kraju. Misją Intrum jest „wyznaczenie drogi ku zdrowej gospodarce” i jest ona niezmienna od przeszło dwóch dekad. Firma pomaga biznesom – zarówno korporacjom, jak i podmiotom z sektora MŚP – efektywniej

prosperować, poprzez oferowanie rozwiązań, które w rezultacie powodują poprawę przepływów pieniężnych i wzmacniają rentowność przedsiębiorstwa w długiej perspektywie czasowej. Intrum pomaga klientom-wierzycielom poprzez dbanie o ich klientów, czyli niosąc pomoc zadłużonym jednostkom. Zapewnienie konsumentom i firmom wsparcia, którego potrzebują, aby uwolnić się od długów, jest sednem działalności Intrum.

STRATEGIA CSR NA 2023

Strategią CSR na 2023 rok była chęć dokonania realnych zmian w rzeczywistości i rozwiązywanie problemów lokalnych społeczności poprzez wolontariat pracowniczy w Intrum. Misją Intrum jest pomaganie. Realizując działania CSR, które wynikają z modelu sustainability, firma umożliwiła pracownikom działanie w ramach wolontariatu pracowniczego. Wspierała działania charytatywne, które są realizowane oddolnie przez pracowników Intrum w 4 lokalizacjach (War-

szawa, Białystok, Wrocław i Katowice) – udostępnianie środków finansowych, przestrzeni biurowych, czasu pracy. Dzięki temu pracownicy mogli zrealizować swoje ambicje dot. pomagania – lokalnym społecznościom i instytucjom oraz podmiotom. Jest to tzw. CSR real-time, czyli niesienie efektywnej pomocy, trafiającej do beneficjentów, która zmienia na lepsze sytuacje ludzi i lokalnych społeczności.

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Pracownicy Intrum przez cały rok wychodzili z własnymi inicjatywami i działaniami charytatywnymi. Aby mogli to zrealizować Intrum udostępniało środki finansowe, czas pracy oraz przestrzeń biurową. W 2023 roku była prowadzona akcja krwiodawstwa „Moja krew Twoje życie”, w ramach której udało się zebrać 16 650 ml krwi. Pracownicy regularnie nieśli pomoc koleżankom i kolegom, którzy znaleźli się w potrzebie. Zostały zorganizowane takie wydarzenia, jak Charytatywny Kiermasz Muffinek czy Licytacja Antystresowa. Jak co roku firma dołączyła do akcji WOŚP oraz Szlachetnej Paczki. Wspierała podopiecznych Fundacji Spełnienie i Dom Samotnej

Matki w Supraślu. Zbierała również pluszaki dla fundacji „Naszpikowani” oraz ośrodka „Mój kolorowy AUTentYZM”, a także książki dla biblioteczki Rak’n’Rolla. Ponadto pracownicy regularnie angażowali się w pomoc zwierzętom. Były przeprowadzone zbiórki dla bezdomnych psów i kotów, które znajdują się w schroniskach. Ambasadorki wychodziły również ze swoimi inicjatywami i niesieniem pomocy, gdy widzieli, że komuś wokół nich dzieje się krzywda. Ważnym wydarzeniem była akcja „Badam się dla siebie”, w której zachęcano kobiety i mężczyzn do regularnych badań. Każdy, kto chciał się zbadać i wesprzeć akcję otrzymał 1 godzinę gratis na wykonanie badań.



OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Kaufland to międzynarodowa sieć sklepów oferująca artykuły spożywcze oraz produkty codziennego użytku. W całej Europie Kaufland posiada ponad 1500 sklepów i zatrudnia ok. 155 000 pracowników. W Polsce sieć posiada 243 markety i zatrud-

STRATEGIA CSR NA 2023

Jako firma odpowiedzialna, w ramach strategii zrównoważonego rozwoju pn. „Zróbmy to razem”, Kaufland angażuje w swoje działania różne grupy interesariuszy – pracowników, partnerów biznesowych, klientów, lokalne społeczności, organizacje pozarządowe oraz podejmuje i wspiera inicjatywy mające

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Przeciwdziałanie marnowaniu żywności jest jednym z celów strategii ESG sieci Kaufland, w związku z czym firma podejmuje wiele działań, które mają na celu optymalizację wewnętrznych procesów, jak również edukację konsumentów. W tegorocznej odsłonie kampanii „Marnowanie? Nie mam w planie!” Kaufland zwracał uwagę m.in. na przemyślane zakupy, w tym ich planowanie z pomocą

ok. 15 500 pracowników. Asortyment sklepów Kaufland liczy kilkanaście tysięcy produktów. Sieć koncentruje się przede wszystkim na ofercie produktów świeżych – owoców i warzyw, produktów mlecznych, a także mięsa, wędlin, serów i ryb.

na celu promowanie zdrowego odżywiania, przeciwdziałanie marnowaniu żywności, poprawę dobrostanu zwierząt, przeciwdziałanie zmianom klimatycznym, a także – w ramach strategii REset Plastic – redukcję zużycia tworzyw sztucznych.

aplikacji oraz różnicę pomiędzy terminem przydatności do spożycia a datą minimalnej trwałości, której brak zrozumienia jest jedną z przyczyn marnowania żywności. Na opakowaniach produktów marek własnych sieć stosuje specjalne oznaczenie Too Good To Go „popatrz, powąchaj, posmakuj”, które o tym przypomina.

Raben

OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Transport i logistyka

STRATEGIA CSR NA 2023

Kontynuacja Strategii Zrównoważonego Rozwoju GR przyjętej w 2021 r., która zakłada m.in.: zmniejszenie intensywności emisji w transporcie o 10 proc. do

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Grupa Raben wspólnie z IKEA Industry i Volvo Trucks wdrożyła trzy elektryczne samochody ciężarowe do obsługi wewnętrznych transportów między dwoma fabrykami IKEA – w Zbąszynku i Babimoście, położonymi w odległości 12 km od siebie. Pierwszy jeździ we flocie od października 2022, dwa pozostałe od lipca 2023. Wszystkie pojazdy są ładowane w zakładach IKEA energią elektryczną pochodzącą ze źródeł odnawialnych. Ciągniki siodłowe Volvo FM Electric z 6 bateriami o pojemności 540 kWh

2025 r. (rok bazowy – 2020), ograniczenie emisji w zakresie 1 i 2* o 38,7 proc. do 2030 r. (rok bazowy – 2020).

gwarantują zasięg do 300 km. Pracują z naczepami o ładowności 24 t, realizując do 36 dostaw dziennie w systemie trzymianowym, 6 dni w tygodniu. Statystyki na początek listopada 2023 (pierwszy zestaw – 12 miesięcy użytkowania, kolejne od lipca 2023): przebieg 117 006,54 km, zużycie energii 173 536,74 kWh, 2152,94 kWh energii odzyskanej metodą rekuperacji dzięki prawidłowej technice jazdy kierowców Raben. Emisja mniejsza o 100 t CO₂ (tyle wygenerowałaby praca porównywalnych ciągników z silnikiem diesla).

Bank Ochrony Środowiska jest pełny zielonej energii i podaje ją dalej

Nazwa do czegoś zobowiązuje, dlatego ochrona środowiska jest dla naszego banku priorytetem od ponad 30 lat. Wiemy, że kluczowe znaczenie mają czyny, więc nasze wartości: #szacunek dla innych i ekologii, #współpraca, #profesjonalizm i #zaangażowanie przekuwamy w działania.

BOŚ w tym roku był partnerem wspierającym akcję „Operacja Czysta Rzeka” – to już trzeci rok z rzędu razem. W ramach tej inicjatywy wolontariusze BOŚ organizowali się w lokalne sztaby. Wspólnymi siłami współpracowaliśmy w 2023 roku okoliczności Bystrzycy, brzegi rzeki Bzura i Liwiec, tereny wokół Świdra oraz Nidy. W 2022 roku był to m.in. fragment Bugu w Drohiczyńcu, koryto rzeki Świder, natomiast w 2021 roku koryto rzeki Pisi na terenie Parku Dri-tricha i okolicy Górnego Stawu w Żyrardowie, czy nabrzeże i tereny zielone zlokalizowane nad Kanałem Bydgoskim – Bulwar Sebastiana Malinowskiego.

Wspólnie z Lasami Państwowymi prowadzimy akcję „Sadzimy Lasy”. Inicjatywa wpisana się na stałe w kalendarz aktywności wolontariuszy BOŚ. Od października 2021 zasadziliśmy już kilka

tysięcy drzew w lokalizacjach wskazanych przez Lasy Państwowe, m.in. w Pomiechówku pod Warszawą i okolicach Lasu Karniowice pod Krakowem, w Nadleśnictwie Nowogród, w Nadleśnictwie Chełm w miejscowości Haliczany, czy w Nadleśnictwie Grotniki. Wolontariu-

sze sadzili głównie sosny, buki i dęby. W tym roku – w ramach akcji wiosennej sadzenia drzew – zawitaliśmy do Nadleśnictwa Drewnica, nieopodal Zielonki, gdzie grupa 70 osób posadziła około 4500 sadzonek sosny. Natomiast jesienią załoga 69 wolontariuszy BOŚ wyruszyła do Nadleśnictwa Siedlce. Na miejscu leśniczy przeprowadził szkolenie z wyboru właściwych sadzonek i sposobu ich sadzenia. W efekcie udało się nam posadzić w leśnictwie Stok Wiśniewski 2 400 sadzonek 3-letniego dębu bezszypułkowego na obszarze 0,5 hektara.



W ramach programu wolontariackiego „Mikrodotacje”, organizowanego przez Fundację BOŚ, przy współpracy z Dyrekcją Kampinoskiego Parku Narodowego pracownicy BOŚ usuwali rośliny inwazyjne z terenu siedziby KPN. Uczciliśmy też 15 września akcją sprzątanie świata – z terenów leśnych w Otwocku zebraliśmy aż 30 worków śmieci. Takie działania wspierają zachowanie bioróżnorodności i idealnie wpisują się w misję naszego banku.

Pomaganie jest wpisane w naszą kulturę organizacyjną, dlatego na koniec wakacji wyruszyliśmy do schroniska Pegasus – pierwszego w Polsce „farm sanctuary”, azylu dla zwierząt gospodarskich. Malowanie boków dla koni, czyszczenie i odświeżenie wybiegów dla psów oraz pomoc przy budowie ogrodzenia dla lisa – to były nasze zadania. To właśnie w schronisku Pegasus, na ponad 30 ha ziemi schronienie znalazło wiele stworzeń, m.in. konie uratowane od koszmaru wielogodzinnego transportu do rzeźni, psy ocalone przed bezdomnością, krzywdzone szopy, kozy czy krowy.

Wiele działań CSR wdrażamy poprzez programy Fundacji Banku Ochrony Środowiska. Przykładem jednym z wielu zrealizowanych w tym roku projektów jest konkurs „Świat oczami młodych”, w którym placówki edukacyjne i kulturalne mogły zdobyć granty na realizację murali o tematyce środowiskowej oraz ekologicznej. Tematem ostatniej edycji konkursu były zagrożone gatunki roślin, zwierząt i grzybów w Polsce. W latach 2022-2023 powstało 11 murali.

Potwierdzeniem działań na rzecz odpowiedzialności w biznesie oraz wspierania zrównoważonego rozwoju jest uzyskany po raz pierwszy w 2021 roku Rating ESG. W kolejnym roku otrzymaliśmy ocenę ESG Risk, przyznawaną przez agencję ratingową Morningstar Sustainability, na poziomie 14,2, co oznacza, że ryzyko ESG naszego banku uznano za niskie. Aktualizacja ratingu ESG Risk w 2022 roku oznaczała znaczącą poprawę w porównaniu do i tak bardzo dobrego rezultatu otrzymanego w 2021. Aktualnie oczekujemy na wynik za rok 2023.

SEGRO

OPIS DZIAŁALNOŚCI:

SEGRO, spółka o statusie Real Estate Investment Trust („REIT”), jest wiodącym właścicielem, zarządcą i deweloperem nowoczesnych powierzchni magazynowych oraz produkcyjnych. W swoim portfolio ma 10,3 mln m² powierzchni o wartości 21,0 mld funtów, gdzie obsługuje klientów z różnych sektorów go-

spodarki. Nieruchomości firmy zlokalizowane są w największych miastach i ich okolicach, jak również w pobliżu kluczowych węzłów komunikacyjnych w Wielkiej Brytanii i siedmiu innych europejskich krajach.

STRATEGIA CSR NA 2023

Realizacja programu Odpowiedzialne SEGRO koncentrującego się na trzech długoterminowych priorytetach: wspieranie niskoemisyjnego rozwoju, inwestowanie w lokalne społeczności oraz rozwijanie talentów.

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Akademia SEGRO to inicjatywa edukacyjna skierowana do młodzieży licealnej. Projekt obejmuje regiony, w których znajdują się parki logistyczne SEGRO, a jego formą jest konkurs szkolny. Pierwsza edycja Akademii SEGRO odbyła się w październiku 2020 roku. Od tamtej pory projekt stał się ważnym elementem działalności firmy w ramach współpracy z lokalnymi społecznościami. Projekt, realizowany we współpracy z Fundacją „Innowatorium”, ma na celu wspieranie edukacji młodzieży licealnej poprzez popularyzację nauki języka angielskiego, przy jednoczesnym przybliżaniu wiedzy na temat branży magazynowo-produkcyjnej. Młodzież szkolna bierze udział w dwóch etapach symulacyjnej, dedykowanej gry

planszowej, w której należy wynegocjować najlepsze warunki najmu magazynu. Rozgrywki odbywają się w języku angielskim. Poza doskonaleniem umiejętności językowych uczestnicy mają okazję rozwijać zdolności negocjacyjne, a w toku całego programu zdobyć wiedzę na temat branży magazynowej. Jedną z części programu jest zwiedzanie parków logistyczno-magazynowych i poznawanie działalności prowadzonych przez klientów SEGRO. W tegorocznej edycji wzięło udział ponad 1000 uczniów, z których 100 trafiło do wielkiego finału. Zwycięzcy – 4 pary z różnych liceów w całej Polsce – otrzymali nagrody w postaci kursów języka angielskiego.

VANITYSTYLE

OPIS DZIAŁALNOŚCI:

Firma oferuje benefity pozapłacowe dla pracowników firm, dzięki którym można holistycznie zadbać o zdrowie – zarówno fizyczne, jak i psychiczne. Jej produkty to karty sportowe FitProfit i FitSport, umożliwiające korzystanie z tysięcy obiektów sportowych w całej Polsce, platforma online Strefa VanityStyle Premium z treningami, dietami online, konsultacjami ze specjalistami, materiałami samo-

rozwojowymi i redukującymi stres, kodami rabatowymi, a także vouchery kulturalne QlturaProfit, dzięki którym można korzystać z bogatej oferty teatrów, kin, muzeów, parków tematycznych czy zoo. Firma wspiera pasje, dba o zdrowie, pobudza kreatywność i zaangażowanie.

STRATEGIA CSR NA 2023

Strategia na 2023 rok obejmuje zarówno działania proekologiczne, social impact, jak i charytatywne. VS prowadzi m.in. zbiórki charytatywne wśród pracowników, angażuje ich w wolontariat, inicjatywy prospołeczne (największą jest Akademia Dobrej Energii Junior) oraz w wewnątrzfirmową promocję jazdy rowerem lub komunikacją miejską zamiast samochodem. Pojawiają się zagadnienia zrównoważonego rozwoju oraz równouprawnienia, przez co w najbliższych latach VS skupia się na tworzeniu i wprowadzaniu w życie projektu różnorod-

ności. Dostarczy on pracownikom praktycznej wiedzy z zakresu języka i praktyk inkluzywnych oraz roli zarządu i liderów zespołów w budowaniu włączających miejsc pracy. Duży nacisk kładziony jest na działania proekologiczne. Oferta produktowa VS od samego początku odpowiada na potrzeby social impact związane z różnymi obszarami dobrostanu. Tym samym wspiera klientów w dbaniu o pracowników i w promocji aktywności fizycznej, zdrowia mentalnego i równowagi emocjonalnej.

JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR/ESG

Bardzo ważne dla VanityStyle jest budowanie społecznie odpowiedzialnego biznesu. W biurze zostały wdrożone eko rozwiązania, mające również na celu świadomą gospodarkę odpadami. Wśród klientów i pracowników przeprowadzane są konkursy oraz akcje-edukacje mające na celu promocję ekologii. Pracownikom udostępniono boksy rowerowe i szafki, by skłonić ich do rezygnacji z samochodu. Programy wolontariackie obejmują też wsparcie finansowe m.in. podopiecznych Powiślańskiej

Fundacji Społecznej czy Fundacji Ocean Marzeń. Głównym projektem społecznym VS w 2023 roku jest pierwsza edycja Akademii Dobrej Energii Junior, programu skierowanego do nauczycieli nauczania wczesnoszkolnego i uczniów klasy III szkoły podstawowej. VS pokazuje im, jak troszczyć się o zdrową głowę, zdrowe ciało i zdrowe relacje. Pomaga uczniom w wymagającym okresie przemian emocjonalno-rozwojowych, w tym w rozpoczęciu kolejnego etapu edukacji.

ZAPOWIEDŹ

W marcu na łamach Gazety Finansowej, ukaze się

Raport FINANSOWA MARKA ROKU 2024

W tym projekcie, redakcja nagrodzi najlepsze marki finansowe, które wykazały się stabilną pozycją rynkową, dobrym wizerunkiem w świecie finansów oraz w swojej ofercie posiadają szereg kompleksowych i różnorodnych ofert i produktów.

Zapraszamy do współpracy

Aleksandra Piekarska a.piekarska@gazetafinansowa.pl 512 382 737

Agnieszka Prasowska a.prasowska@gazetafinansowa.pl 501 209 900



➔ **Chcesz mnie zrekrutować? Pokaż mi swoje działania CSR.**

Odpowiedzialność biznesu jako element przyciągania i retencji talentów

Prowadzenie działań CSR stanowi integralną część strategii biznesowych, przynosząc korzyści zarówno społecznościami, jak i firmom – coraz częściej także w obszarze pozyskiwania i utrzymania pracowników. Aktywności w obszarze odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju mają dla kandydatów coraz większe znaczenie i mogą być powodem, dla którego wybiorą oni tego, a nie innego pracodawcę.

Dominika **Balińska**

senior consultant, Finance & Accounting
w Wyser

Przyczyną jest rosnąca świadomość społeczna z jednej strony, z drugiej zmiana pokoleniowa na rynku pracy. Najmłodszy kandydat sprawdzą nie tylko wysokość pensji czy możliwości rozwoju, ale także wartości, jakimi kierują się pracodawcy, które mają zgrywać się z ich osobistymi.

Działania firm o charakterze CSR czy w obszarze zrównoważonego rozwoju mają dla kandydatów coraz większe znaczenie. Jest to spowodowane m.in. zmieniającą się strukturą wiekową osób poszukujących zatrudnienia. Na rynek pracy wkraczają przedstawiciele generacji Z, którzy już niebawem będą grupą mającą największy wpływ na rozwój firm. Charakteryzuje ich wysoki poziom wrażliwości społecznej i wiedzy na temat globalnych problemów, takich jak zmiany klimatyczne, różnorodność czy dyskryminacja mniejszości. Oczekują, że pracodawca będzie nie tylko podzielał ich wartości, ale także wspierał w działalności pozazawodowej: społecznej, obywatelskiej, charytatywnej.

Kandydaci mówią: sprawdzam!

Blisko 2/3 przedstawicieli najmłodszego pokolenia na rynku pracy deklaruje, że niezgodność misji firmy z ich osobistymi wartościami zniechęca ich do podjęcia zatrudnienia. Kandydaci na tyle, na ile mogą, sprawdzają informacje na temat przyszłego pracodawcy. Analizują, jakie faktycznie działania podejmuje i do jakich akcji sam się włącza lub je organizuje, z czym jest medialnie kojarzony, do czego zachęca swoich pracowników i jak ich traktuje. Oceniając działania firm na rzecz zrównoważonego rozwoju, w tym programy CSR, kandydaci zwracają uwagę przede wszystkim na ich realność i autentyczność. Absolutnie nie mogą się one ograniczać jedynie do deklaracji – Zetki weryfikują, jak założenia, wartości i przekonania organizacji realizowane są w praktyce. Warto też zwrócić uwagę na fakt, że przedstawiciele najmłodszego pokolenia na rynku pracy szybciej niż inni rezygnują z nowego miejsca pracy. Jednym z powodów jest właśnie niezgodność deklarowanych wartości z rzeczywistością.

Wspólny cel receptą na retencję talentów

Firmy, które pomijają CSR oraz kwestie zrównoważonego rozwoju mogą mieć kłopot zarówno z rekrutacją, jak i utrzymaniem zespołów. Zdecydowana większość pracodawców postrzega Zetki jako osoby, które często

zmieniają miejsce zatrudnienia. Oznacza to, że w walce o utrzymanie kadr coraz ważniejsze będzie spełnienie oczekiwań najmłodszych pokoleń. Te z kolei mają jasno sprecyzowane potrzeby i oczekiwania. Chcą nie tylko współdzielenia wartości, ale tego, aby pracodawca stwarzał możliwości rozwoju osobistego poprzez działania na rzecz społeczeństwa czy środowiska. Przemawiają do nich akcje CSR,

w których oni sami mogą mieć swój czynny udział. Warto mieć to na uwadze. Aktywne angażowanie pracowników w projekty społeczne nie tylko buduje silne relacje zespołowe, ale także wzmacnia poczucie przynależności do firmy, co wpływa na retencję talentów. Wraz z nadejściem nowych pokoleń na rynku pracy, konieczne jest dostosowanie kultur organizacyjnych i strategii firm do zmieniają-

cych się oczekiwań pracowników. W tym kontekście społeczna odpowiedzialność biznesu stanowi nie tylko narzędzie biznesowe, lecz także staje się kluczowym elementem strategii. Działania CSR nie można już traktować jedynie jako obowiązku społecznego, ale także jako istotny czynnik wpływający na sukces rekrutacyjny, zaangażowanie pracowników oraz ich lojalność wobec firmy.

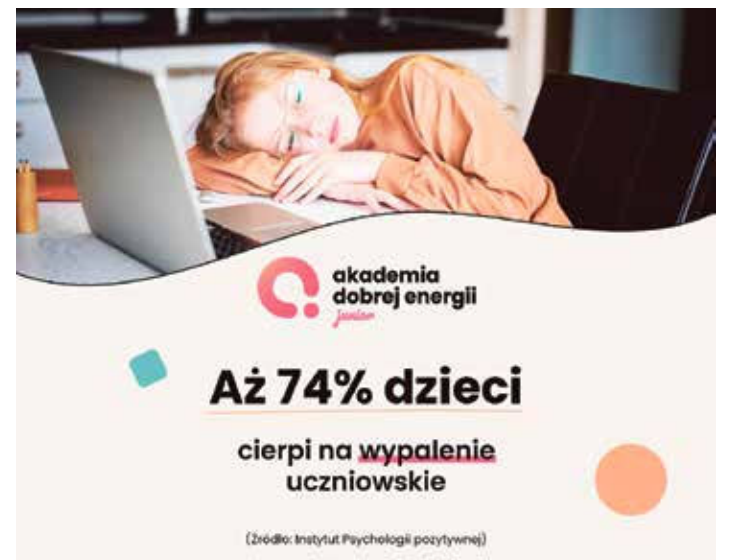
Akademia Dobrej Energii Junior. Inwestycja w dobrostan dzieci

Zacznijmy od garści danych, które nie tylko zaskakują, nie tylko martwią, ale są potrzebne, by wyobrazić sobie, z czym w tym momencie mierzą się polscy uczniowie. Raport AWF Warszawa 2021 bije na alarm, że aż 94 proc. dzieci w wieku 12 lat ma niedostateczny poziom sprawności ruchowej. Z raportu Młode Głowy 2023 wynika natomiast, że 73 proc. dzieci cierpi na wypalenie uczniowskie, a 46 proc. uczniów boryka się z skrajnie niską samoocena. Polska, zgodnie z raportem UNICEF 2020, zajmuje 30. miejsce wśród 38. badanych krajów pod względem dobrostanu dzieci.

W obliczu tych niepokojących statystyk, VanityStyle postanowiło zainicjować ogólnopolską akcję edukacyjną – Akademię Dobrej Energii Junior. Ma to być odpowiedź na problemy, z którymi obecnie borykają się dzieci oraz prewencja tych, które mogą pojawić się na późniejszych etapach rozwoju. Dzięki współpracy z ekspertami SWPS powstał bezpłatny, kompleksowy program skierowany do dzieci klas 3 szkół podstawowych, który ma na celu naukę dzieci dobrych nawyków w obszarze aktywności fizycznej, dbania o zdrowie psychiczne oraz rozwijanie umiejętności społecznych. Program Akademii Dobrej Energii Junior skupia swoją uwagę na dziewięciolatkach – uczniach klas 3, ponieważ są to dzieci przechodzące przez szczególny okres zmian emocjonalno-rozwojowych. Trzecia klasa to także intensywne przygotowania do nowego etapu szkolnego i wyjścia spod „skrzydeł” jednego wychowawcy po trzech latach nauki. Dzieci będą musiały zmierzyć się z nowymi przedmiotami, nowymi nauczycielami, a także zwiększonymi wymaganiami. To dla nich mocno stresujący czas. Akademia Dobrej Energii Junior powstała, by wspomóc szkoły w edukacji wellbeingowej uczniów: pokazując, jak dbać o dobrostan fizyczny, zdrową psychikę oraz relacje z innymi. Ideą jest zapobieganie trudnościom na obecnym i w przyszłych etapach życia dzieci dzięki kompleksowemu, wspólnemu działaniu szkoły, nauczycieli i rodziców.

Uczniowie będą mieli szansę dowiedzieć się, jak ważne dla ich zdrowia są ruch, właściwe odżywianie się, zdrowe relacje z rówieśnikami i rodzicami, nauczą się rozpoznawać i komunikować emocje, a także poznają techniki radzenia sobie ze stresem. To ważne podstawy, których nauka zapewni lepszy stan emocjonalny, fizyczny, a także ma szansę zaowocować wyższą samooceną dzieci.

Do chwili obecnej do akcji dołączyło już ponad 150 nauczycieli z całej Polski, którzy widzą potrzebę pracy u podstaw w swoich klasach – zdjęcia z realizacji pierwszego z trzech modułów w ich szkołach można obejrzeć na <https://www.facebook.com/akademiodobrejenergii>. Radość sama pojawia się na twarzy, gdy spostrzega się, ile serca zostało włożone w przeprowadzone z dziećmi zajęcia i ile wynoszą z tych lekcji uczniowie. To wpisuje się w założenia programu Akademii, gdyż jednym z głównych jest dostarczanie wartościowych materiałów edukacyjnych. Filmy instruktażowe, karty pracy i poradniki dla nauczycieli, uczniów oraz rodziców stanowią integralną część Akademii Dobrej Energii Junior. Dzięki nim już prawie 3000 uczniów zyska narzędzia do zrozumienia istoty dobrostanu oraz znaczenia profilaktyki zdrowia psychicznego i fizycznego. To szansa na lepsze poznanie samych



siebie i rówieśników, efektywną naukę ważnych umiejętności oraz rozwijanie poczucia wpływu i odpowiedzialności za swoje zdrowie.

Warto dodać, że w akcji mogą brać udział również rodzice: dostępne dla nich materiały pokazują, jak kształtować pozytywną komunikację z dziećmi, efektywnie uczyć i aktywizować dzieci oraz rozwijać kompetencje rodzicielskie.

Dlaczego VanityStyle postanowiło zapoczątkować tę inicjatywę? Odpowiedź tkwi w wypracowanych wraz z pracownikami wartościach i przekonaniu, że działania na rzecz innych to jedna z najważniejszych dobrych praktyk, jakie dziś powinna prowadzić firma. Każda organizacja bez względu na swoją wielkość czy branżę, w której działa, wywiera wpływ na otoczenie. Ważne jest, aby tym wpływem zarządzać w świadomy i odpowiedzialny sposób. Wymaga to zaangażowania liderów, włączenia celów CSR w operacje biznesowe i współpracy całego zespołu. Dbanie o dobrostan i prowadzenie działań profilaktycznych w zakresie zdrowia jest wpisane w DNA VanityStyle. Firma uznaje psychoedukację za kluczowy element rozwoju człowieka, dlatego tak istotne dla niej jest kształtowanie świadomości dbania o dobrostan już od najmłodszych lat.

Idea wywierania pozytywnego wpływu społecznego przyświecała VanityStyle zresztą już od samego początku istnienia, zarówno przy budowaniu oferty produktowej, ustalaniu zasad współpracy z partnerami, układaniu programów wellbeingowych dla pracowników oraz przy tworzeniu autorskiego, firmowego programu wolontariackiego, dzięki któremu pracownicy wspólnie z firmą mogą pomagać potrzebującym. Akademia Dobrej Energii nie jest więc jedynie programem edukacyjnym: jest inwestycją w lepszą przyszłość dzieci. Poprzez angażowanie się w rozwój fizyczny, psychiczny i społeczny najmłodszych, VanityStyle tworzy fundamenty dla zdrowszego i bardziej zrównoważonego społeczeństwa. Dzięki tej inicjatywie VanityStyle pokazuje, że odpowiedzialny biznes może być siłą dobra. Akademia to krok w stronę lepszego jutra, w którym dzieci wchodzi w świat dorosłości z solidnym fundamentem umiejętności dbania o siebie, gotowe sprostać wyzwaniom.

Do końca marca 2024 r. jest jeszcze szansa dołączenia do akcji w roku szkolnym 2023/2024 – więcej na <https://www.akademiodobrejenergii.org/>.



Obowiązek raportowania działań ESG

Zostało nam 26 lat wytężonej pracy, by zgodnie z założeniami Unii Europejskiej osiągnąć neutralność klimatyczną. Mobilizacja biznesu w tym zakresie jest duża, a będzie jeszcze większa, bo od 2025 r. część firm będzie zobligowana do raportowania niefinansowego, czyli sprawozdania z podejmowanych działań w obrębie ESG – aspektów środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego. Wyzwaniem dla współczesnych przedsiębiorstw jest zatem podejmowanie konkretnych decyzji i aktywności w tych trzech obrębach tematycznych, by dążyć do zrównoważonego rozwoju.



Bolesław Pilecki

dyrektor sprzedaży, CRIF

Na szczęście temat ESG jest już coraz większej grupie przedsiębiorców i zarządzających dobrze znany. Coraz częściej bowiem ludzie biznesu uświadamiają sobie, że dbałość o planetę, rozwój społeczeństwa i odpowiedzialne zarządzanie organizacją są nie tylko kwestiami etycznymi, ale ważnymi aspektami w zakresie osiągania przewagi konkurencyjnej. Część firm już w swojej historii podejmowało się raportowania działań niefinansowych, jednak dopiero w ostatnim czasie przepisy unijne ściślej określają kierunek i oczekiwania względem składanych sprawozdań.

Znaczenie aspektu środowiskowego
Aspekt środowiskowy jest w tym zakresie niezwykle istotny. Są to wszystkie działania o charakterze ekologicznym, których zadaniem jest zarówno redukcja emisji gazów cieplarnianych, zmniejszenie zużycia lub całkowite wykluczenie środków – substancji, materiałów, produktów – niekorzystnych dla środowiska, jak również

podejmowanie inicjatyw i inwestycji, które przyczynią się naszej planecie. Zakres „E” to wszystkie działania zielone – realnie zapobiegające niszczeniu naszego środowiska i rekompensujące dotychczasową działalność destrukcyjną na jego rzecz. Wymiana floty samochodowej na hybrydową lub elektryczną, korzystanie z odnawialnych źródeł energii, segregacja odpadów to absolutne podstawy, o których już zdecydowana większość polskich firm wie, jest świadoma i zaangażowana w nie. Z badań, które przeprowadziliśmy, wynika, że w Polsce 78 proc. przedsiębiorstw segreguje śmieci, 70 proc. oszczędza wodę, a 64 proc. oszczędza energię elektryczną, nawet ponad połowa ogranicza użycie plastiku. Te rozwiązania są najprostsze do wprowadzenia, na rynku dostępne jest wiele narzędzi, inteligentnych rozwiązań, które wspierają właśnie takie działania – w tym m.in. czujniki ruchu.

Kwestie socjalne, społeczne i związane z odpowiedzialną organizacją nie są marginalizowane. Dostrzegam, że dla wielu zarządców, przedsiębiorców stanowią one niemałe wyzwanie, ale poszukujemy dobrych przykładów, podpatrujemy m.in. francuskie firmy, by uczyć się od nich najlepszych praktyk i wdrażać je na naszym rodzinnym podwórku. Również z przeprowadzonych przez nas badań wynika, że 45 proc. polskich organizacji

biznesowych prowadzi działania w obrębie społecznej odpowiedzialności. Ponad połowa z nich podejmuje działania na rzecz lokalnej społeczności, 44 proc. przekazuje darowizny na szczytne cele, a nieco mniej, bo 41 proc. prowadzi projekty na rzecz swoich pracowników.

Wciąż jednak działania te nie są maksymalne, nie w pełni wykorzystują możliwości, które drzemią w biznesie. Oznacza to, że jeszcze długa droga i ciężka praca przed nami. W zdecydowanie trudniejszej sytuacji są te przedsiębiorstwa, które jeszcze nie podjęły żadnych działań uwzględniających aspekty ESG. Wciąż wielu przedsiębiorcom może wydawać się to niewykonalne, bądź trudne.

Obowiązek, ale i szansa

Niemniej warto mieć świadomość, że wraz z oczekiwaniem i obowiązkiem prawnym względem raportowania, idzie także ogromna szansa dla raportujących firm. Między innymi pomocnym aspektem w tej zmianie będzie wsparcie finansowe na zielone projekty, które umożliwią realną zmianę. Co więcej, podejmowanie odpowiedzialnych, zrównoważonych działań podniesie również konkurencyjność, sprawi, że wiele firm zyska szansę na nowych klientów, dla których te aspekty są ważne, a nawet kluczowe.



Presja prawna, zainteresowanie inwestorów, coraz większa świadomość konsumentcka – a co za tym idzie – presja rynku już teraz dają się odczuć w biznesowym środowisku.

Z pewnością duże przedsiębiorstwa, choć będą musiały włożyć w raportowanie znacznie więcej wysiłku, są już o krok przed mniejszymi – mikro, małymi i średnimi firmami. Wpływ mają na to środki finansowe, które mogą przeznaczyć na takie działania. Niemniej – jak już wspomniałem w tym zakresie, Unia Europejska będzie wspierała przedsiębiorstwa, co z pewnością nada większe tempo i możliwości transformacji w stronę zrównoważonej działalności.

Firmy z sektora MŚP powoli, ale sukcesywnie i w coraz większym zakresie dostrzegają istotę ESG. Wiele regulacji dotyczy łańcucha dostaw i będzie wymuszało aktywności w obszarze raportowania parametrów ESG, bo ich brak może nieść konsekwencję utraty zleceń od dużych firm, znaczących graczy na rynku, dla których zrównoważony rozwój staje się podstawą strategii zarządzania. Między innymi takie regulacje obowiązują już w Niemczech. Jeśli uświadomimy sobie, że ok. 30 proc. naszego eksportu trafia na niemiecki rynek, to właśnie ci dostawcy, podwykonawcy, partnerzy już teraz podejmują konkretne decyzje na rzecz wdrożenia aspektów ESG w struktury swojego zarządzania i raportowania.

Presja prawna, zainteresowanie inwestorów, coraz większa świadomość konsumentcka – a co za tym idzie – presja rynku już teraz dają się odczuć w biznesowym środowisku. Firmy również zdają sobie sprawę, z tego, że za moment także dostęp do zewnętrznego finansowania będzie zależny od działalności w obrębie obszarów ESG. Zatem zignorowanie tak wielu nacisków będzie po prostu niemożliwe.

Docelowo w Polsce obowiązek raportowania ma objąć 3,5 tys. firm, które spełniają kryterium zatrudnienia powyżej 250 osób. Większość z nich już podejmuje działania w celu uzyskania odpowiednich certyfikacji, rozwija struktury ESG, korzysta ze



Z przeprowadzonych badań wynika, że 45 proc. polskich organizacji biznesowych prowadzi działania w obrębie społecznej odpowiedzialności.

wsparcia wyspecjalizowanych jednostek. Mniejsze firmy również podejmują pewne kroki, ale w widocznie mniejszym zakresie. Sprawdziliśmy, jakie aspekty w obrębie raportowania ESG sprawiają przedsiębiorstwom największe trudności – pracochłonność działań związanych z zebraniem danych i certyfikacją, mała wiedza w zakresie ESG, brak znajomości korzyści dla biznesu, brak danych, konieczność powtarzania audytu i certyfikacji czy brak znajomości narzędzi do certyfikacji pojawiały się wśród najczęściej powtarzanych barier. Dlatego mając te trudności na uwadze, chciałbym podkreślić istotę poszukiwania właściwych partnerów, „przewodników” po świecie ESG, które pomogą w odnalezieniu właściwych narzędzi i wytyczeniu kierunku zmian. Jako CRIF stworzyliśmy globalną platformę Synesgy, która pozwala firmom dokonywać autocertyfikacji, na podstawie dostarczonych danych. Wykorzystanie właśnie takich rozwiązań umożliwia firmom w znacznie szybszym tempie dostosowanie się do oczekiwań rynku i wypełniania obowiązku raportowania. Czy możemy mówić o gotowości polskich firm na raportowanie ESG? Z pewnością jeszcze nie w stopniu, który by nas zadowalał, ale wierzę i dostrzegam, że jesteśmy na bardzo dobrej drodze. Tym bardziej, że na rynku jest wiele narzędzi i rozwiązań, które wspierają przedsiębiorstwa w tym zakresie.

Ochrona zdrowia na zielonej ścieżce

Polsce sześcioro na 10 liderów ochrony zdrowia wskazuje, że wdrażanie nowych technologii i innowacyjnych modeli opieki przyniesie korzyść nie tylko pacjentom, ale i planecie – wynika z ósmej edycji raportu „Future Health Index” Philips Healthcare.

Pokazuje on, że zrównoważony rozwój i zielona transformacja są obecnie w ochronie zdrowia ważnym zagadnieniem, szczególnie dla młodych przedstawicieli personelu medycznego. Choć wszyscy polscy liderzy opieki zdrowotnej podejmują inicjatywy na rzecz zrównoważonego rozwoju, to mierzą się z wieloma wyzwaniami. Aby im sprostać, stawiają na współpracę, uczą się od siebie i dzielą najlepszymi praktykami.

Opieka zdrowotna odpowiada za 4,4 proc. globalnych emisji CO₂. Gdyby była państwem, byłaby piątym największym na świecie emitentem gazów cieplarnianych. Co istotne, emisje tego sektora wciąż rosną – w scenariuszu „business as usual”, bez działań na rzecz klimatu, do 2050 roku osiągnęłyby 6 gigaton CO₂ rocznie (raport „Zielone szpitale”, Philips i UN Global Compact Network Poland). Ponad 70 proc. całkowitych emisji gazów cieplarnianych sektora zdrowotnego pochodzi z łańcucha dostaw, czyli np. produkcji i transportu leków, urządzeń medycznych czy wyżywienia i wyposażenia dla szpitali, które w większości nadal są zasilane energią pochodzącą z paliw kopalnych. Ogromnym wyzwaniem środowiskowym są również odpady medyczne, w tym miliony ton tworzyw sztucznych i jednorazowych narzędzi wykorzystywanych podczas zabiegów, które ze względów regulacyjnych nie mogą być efektywnie zagospodarowane. Pandemia COVID-19 mocno zaostrzyła ten problem – według danych GUS w 2021 roku tylko w Polsce liczba wytworzonych odpadów medycznych wzrosła prawie o 50 proc. r/r i przekroczyła 120 tys. t. Wszystko to powoduje, że w sektorze ochrony zdrowia coraz częściej mówi się o zrównoważonym rozwoju i zielonej transformacji.

– Zrównoważony rozwój rzeczywiście jest w tej chwili ważnym zagadnieniem w ochronie zdrowia. Z przeprowadzonego na zlecenie Philips badania wynika, że w zasadzie wszyscy liderzy ochrony zdrowia w Polsce podejmują prośrodowiskowe działania – mówi agencji Newseria Biznes Michał Grzybowski, prezes zarządu Philips Polska.

Obejmuje to m.in. efektywność energetyczną szpitali i placówek medycznych, zmiany w zarządzaniu nimi, cyfryzację i modyfikację łańcuchów dostaw. Ekspertiści wskazują, że to niezbędny krok, ponieważ opieka zdrowotna ma szczególną pozycję: z jednej strony sama kontrybuuje do zmian klimatu, z drugiej – mocno odczuwa ich konsekwencje. Zanieczyszczenie powietrza już w tej chwili przyczynia się globalnie do ok. 3,3 mln zgonów, a zmiany klimatu sprzyjają rozprzestrzenianiu się chorób zakaźnych, co dodatkowo obciąża systemy

opieki zdrowotnej (dla przykładu na przełomie lat 2010–2019 liczba miesięcy odpowiadających do przenoszenia wirusa malarii wzrosła na świecie o 39 proc. względem lat 50. XX wieku).

– Część celów zrównoważonego rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych bezpośrednio wiąże się z działalnością ochrony zdrowia i powinniśmy je traktować priorytetowo, szczególnie te związane

z bezpieczeństwem zdrowotnym czy obniżaniem śmiertelności. Tą drogą będziemy oczywiście zmierzać i myślę, że dzięki innowacjom i rozwojowi technologii jesteśmy w stanie te cele osiągać – mówi dr hab. n. med. Tomasz Stefaniak, dyrektor ds. leczenia Uniwersyteckiego Centrum Klinicznego w Gdańsku.

Jak pokazuje najnowsza, ósma edycja raportu „Future Health Index”, publikowanego przez Philips, liderzy ochrony zdrowia

i personel medyczny są zgodni, że należy wdrażać technologie i innowacyjne modele opieki, aby móc sprostać rosnącemu potrzebom pacjentów i podnieść jakość systemu ochrony zdrowia przy coraz bardziej ograniczonych zasobach. Dlatego w Polsce już w tej chwili 64 proc. decydentów, dyrektorów szpitali i placówek medycznych wdraża bądź planuje wdrażać takie rozwiązania jak automatyzacja, sztuczna inteligencja i opieka wirtualna.

Nie marnuj – transportuj!

9,5 tys. ton uratowanej żywności, prawie 17 tys. przewiezionych palet i ponad 23,5 mln wydanych posiłków. Przejechanych kilometrów już nawet nikt nie liczy, bo i nie o kilometr tu chodzi, a o wspólną drogę, na której już od niemal 9 lat są razem – Banki Żywności i Grupa Raben.

Federacja Polskich Banków Żywności i operator logistyczny Grupa Raben od 2015 roku wspólnie ratują żywność przed zmartowaniem i przekazując ją osobom najbardziej potrzebującym. Banki Żywności bezpłatnie pozyskują żywność od producentów i sieci handlowych. Często są to produkty z krótkim terminem ważności, dla których kluczowy jest czas dostawy. Tu właśnie pojawia się wsparcie logistyczne – transportowe ze strony Raben Logistics Polska i Fresh Logistics Polska, dzięki któremu Banki Żywności mogą skuteczniej pozyskiwać niesprzedaną, a nadającą się do spożycia żywność.

– Współpraca z Bankami Żywności zawsze była i jest ważnym ogniwem naszego zaangażowania społecznego – mówi Ewelina Jabłońska-Gryźnia, head of sustainability w Grupie Raben. – Jako operator logistyczny, obsługujący między innymi branżę FMCG czujemy, że mamy faktyczny wpływ i szansę podjęcia walki z marnowaniem żywności i głodem. Dlatego od lat realizujemy charytatywne transporty. W ten sposób możemy nie tylko realizować naszą strategię ESG ale także odpowiedzieć na światowe wyzwania sformułowane w postaci Globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ – dodaje ekspertka.

Nie marnuj – planuj

Zgodnie z wynikami projektu PROM całkowita skala marnowania żywności w Polsce, biorąc pod uwagę wszystkie ogniwa łańcucha produkcji, dystrybucji i konsumpcji, to 4,8 mln ton. Badanie wykonane w trakcie projektu PROM określiło, że produkcja rolnicza odpowiada za ok. 15 proc. marnowa-



nej żywności. Straty w przetwórstwie kształtują się na podobnym poziomie (ok. 15 proc.). Natomiast mniej niż 1 proc. marnuje się podczas transportu i magazynowania. W handlu straty są szacowane na ok. 7 proc., a w gastronomii jest to nieco ponad 1 proc. Niestety to konsumenci marnują najwięcej jedzenia – aż 60 proc. żywności, czyli prawie 3 mln ton rocznie, trafia do domowych śmietników.

– Transport i logistyka to najważniejsze ogniwa w łańcuchu pomocy. Aby żywność mogła dotrzeć do osób potrzebujących, musimy ją szybko odebrać od darczyńców i zmagazynować w jednym z 31 Banków Żywności w całej Polsce – mówi Beata Ciepła, prezes Federacji Polskich Banków Żywności. – Bez współpracy z Grupą Raben to Banki Żywności ponosiłyby całość bardzo wysokich kosztów transportu. Jednak dzięki pomocy takich partnerów możemy przekazywać darmową żywność tym, którzy jej potrzebują, skutecznie i na czas – dodaje ekspert.

Tak jak z większością problemów, tak też w przypadku marnowania żywności – łatwiej jest zapobiegać niż leczyć. Każdy z nas może się przyczynić do ograniczenia marnotrawstwa żywności. Jedną z najprostszych zasad jest tak zwana Zasada 4P. Po pierwsze Planowanie – starajmy się kupić to, co jest potrzebne i nie dać się uwieść promocjom. Przechowywanie żywności – niestety nawet i w lodówce układamy na złych półkach. Jeżeli okaże się, że po świętach zostały nam jakieś resztki, to możemy przygotować smaczne dania, czyli Przetwarzanie.

I czwarte P – Podzielmy się, gdy czegoś mamy za dużo.

Nie tylko transport

Warto również nadmienić, że w 2018 roku w ramach akcji #RabenExpress wspólnie z influencerem Rafałem Gębura z kanału „7 metrów pod ziemią” przygotowano reportaż o działalności Banków Żywności w Polsce pt. „Opowiem Wam o pewnym paradoksie”. Dzięki filmowi, który miał ponad 500 000 wyświetleń na kanale YouTube, Banki Żywności zebrały 100 000 zł. Zebrane środki pomogły uratować 800 ton pełnowartościowego jedzenia przed zmartowaniem i dostarczyć je do najbardziej potrzebujących.

Od lat na wspólnej drodze

Banki Żywności będą kontynuowały swoją misję ratowania żywności przed zmartowaniem i przekazywania jej osobom potrzebującym. W Polsce prawie 1,6 mln osób żyje poniżej progu ubóstwa, które zmagają się z gwałtownym wzrostem cen żywności spowodowanym inflacją. Jednocześnie, jak wynika z raportu Banków Żywności „Niedożywienie i głód w Polsce”, zrealizowanym wśród osób odbierających bezpłatną pomoc żywnościową, aż u 53 proc. badanych osób pieniędzy nie wystarcza na zaspokojenie podstawowych potrzeb – w tym na zakup jedzenia. Z tego powodu jednym z celów Banków Żywności jest pozyskanie nowych darczyńców żywności wśród producentów żywności oraz kontynuowanie współpracy ze sprawdzonymi i godnymi zaufania partnerami, takimi jak Grupa Raben.

Powstaje coraz więcej zrównoważonych nieruchomości.

Zasady ESG zwiększają potencjał branży

ESG to szybko rozwijający się trend, który zmienia branżę nieruchomości i może prowadzić do wzrostu potencjału budynków. Dostosowanie do zasad zrównoważonego rozwoju wymusza nowe rozwiązania, często opierające się na większej elastyczności biznesowej, coraz bardziej cennej w niepewnych czasach oraz umożliwiającej wykorzystanie niezauważanych do tej pory szans. Popularność rozwiązań ESG dodatkowo odpowiada na kierunki rozwoju Unii Europejskiej oraz związane z tym wymogi. Sprawia również, że nieruchomości budowane i zmieniane zgodnie z zasadami ESG, stają się coraz bardziej atrakcyjne dla deweloperów i inwestorów.



Joanna Malanowska

Finance & Economics Arup

ESG niesie ze sobą nowe korzyści w branży nieruchomości. Zrównoważony rozwój przekłada się na efektywniejsze wykorzystanie przestrzeni, łatwiejsze dostosowanie do zmian (resilience) i większą stabilność inwestycji. Dodatkowo do transformacji w tym kierunku zachęcają wymogi Unii Europejskiej, która w związku z postępującym globalnym ociepleniem wprowadza coraz ambitniejsze cele w zakresie ESG i jednocześnie oferuje wsparcie finansowe podmiotom realizującym zieloną transformację. To wszystko sprawia, że trend zyskuje na popularności i przyciąga uwagę inwestorów. Jednak największe szanse związane z inwestycjami w zrównoważony rozwój tkwią w obszarach traconych wartości, które można postrzegać jako potencjalne korzyści. Z badań Arup wynika, że 40-60 proc. powierzchni biurowej nie jest używanej w godzinach pracy, 20-40 proc. zużycia energii w istniejących budynkach można zoptymalizować, a materiały z budowy i rozbiórki stanowią do 40 proc. miejskich odpadów stałych. Przemysłowa zmiana modelu biznesowego pozwala odzyskać wartość tam, gdzie jest tracona, chociażby dzięki praktykom gospodarki o obiegu zamkniętym.

ESG w branży nieruchomości

Zrównoważony rozwój sprawia, że pojawiają się nowe kryteria w podejmowaniu decyzji w branży nieruchomości. Według założeń ESG, działania powinny być prowadzone z myślą o ponownym użyciu materiałów zastosowanych przy konstrukcji oraz zmniejszeniu emisji CO₂. Już na etapie

projektowania chętniej wybiera się materiały niskoemisyjne oraz takie, którym po zakończeniu eksploatacji obiektu, można dać drugie życie. Wprowadza to duże oszczędności dla inwestora i możliwości późniejszego ponownego zastosowania części konstrukcji, a jednocześnie niesie duże korzyści dla środowiska. Zmienia się również myślenie o projektowaniu nieruchomości – w większym stopniu uwzględnia się możliwość recyklingu i minimalizacji strat. Design skupia się również na zwiększaniu elastyczności, tak aby budynek mógł zostać dostosowany do różnorodnych funkcji w zależności od nieprzewidywalnych potrzeb wynikających ze zmian rynku.

Podczas tworzenia nieruchomości zgodnych z zasadami ESG często stawia się na innowacje i całkowite nowości na rynku surowców, z potencjałem zwiększenia efektywności budynków. W branży budowlanej został np. zaakceptowany materiał, który może być wykonywany z odpadów, w tym ceramiki, szkła i izolacji. Jego powstanie zużywa o 25 proc. mniej energii niż konwencjonalna produkcja cegieł. Pojawiły się również innowacyjne pomysły na cegły z piasku i biocementu, które są „hodowane” przy użyciu cyjanobakterii. Takie technologie zachęcają do testowania nowych rozwiązań, na które rynek staje się coraz bardziej otwarty, a nawet ich wymaga. Partnerzy, korporacje

”
Zmiany zgodne ze zrównoważonym rozwojem w dłuższej perspektywie mogą więc być korzystne zarówno dla biznesu, jak i dla otoczenia.



i konsumenci w coraz większym stopniu chcą, aby przedsiębiorstwa stosowały przyjaźniejsze dla środowiska rozwiązania i są w stanie zaoferować więcej w zamian za ich dostarczenie.

Korzyści zrównoważonego rozwoju

Zrównoważony rozwój można postrzegać jako strategię biznesową, i na niej oprócz value creation firmy. Zaczynając od identyfikacji obszarów straty, należy na nie spojrzeć przez pryzmat potencjalnej, niewykorzystanej wartości. Przykładem jest wykorzystanie dostępnej przestrzeni w pełni, efektywniejsze oszczędzanie energii czy ponowne zagospodarowanie materiałów z budowy i rozbiórki. W szczególności, przedwczesne burzenie budynków może być źródłem niewykorzystanych korzyści. Często dla obiektów udaje się znaleźć nowe zastosowania, minimalizujące koszty. Takie rozwiązania warto rozważyć zwłaszcza, kiedy budynki mają elastyczną strukturę, dzięki której mogą służyć więcej niż jednemu użytkownikowi w ciągu swojej żywotności.

Dodatkową zachętą do eksplorowania nowych, bardziej zrównoważonych rozwiązań, zarówno na poziomie modeli biznesowych, jak i doboru materiałów, są wymogi legislacyjne UE, w tym dyrektywy dotyczące raportowania niefinansowego. Związana jest z nimi sprzyjająca zielonej transformacji Taksonomia UE. Stworzony w ramach niej system klasyfikacji zrównoważonych środowiskowo działalności ekonomicznych zmienia rynek finansowy

i system finansowania, nadając priorytet inwestycjom zgodnym z zasadami ESG, np. poprzez zgodność aktywów, w tym budynków, z Technicznymi Kryteriami Kwalifikowalności, nadanymi przez akty delegowane Taksonomii UE. Warto też pamiętać, że zrównoważony rozwój wzmacnia dzisiaj także atrakcyjność aktywów i sprawia, że firma postrzegana jest jako odpowiedzialna społecznie, co jest coraz istotniejsze dla przyszłych pracowników i partnerów biznesowych.

Zmiany klimatu a nieruchomości

Poza nowymi szansami dla inwestorów, wprowadzanie zmian w kierunku ESG daje też szersze korzyści otoczeniu. Zgodnie z danymi Amerykańskiej Narodowej Administracji Oceanicznej i Atmosferycznej, mamy najwyższy poziom dwutlenku węgla w atmosferze od czterech milionów lat, a z danych Komisji Europejskiej wynika, że to właśnie budynki odpowiadają za 36 proc. emisji CO₂. W związku z postępującym globalnym ociepleniem Unia Europejska postawiła przed sobą cel osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 roku oraz redukcji emisji gazów cieplarnianych netto o co najmniej 55 proc. do 2030 r. w porównaniu z poziomami z 1990 r. Oznacza to, że UE będzie musiała znacznie szybciej niż dotychczas zredukować emisje gazów cieplarnianych, co będzie wpływało na szereg branż, w szczególności tych wysokoemisyjnych, jak rynek nieruchomości. Arup porównał prognozę emisji dwutlenku węgla konstrukcji nowego budynku biurowego z re-

”
Podczas tworzenia nieruchomości zgodnych z zasadami ESG często stawia się na innowacje i całkowite nowości na rynku surowców, z potencjałem zwiększenia efektywności budynków.

nowacją już istniejącego obiektu. Wyniki pokazują, że nowa konstrukcja charakteryzowała się emisjami węgla wyższymi aż o 180 proc. i ogólnymi emisjami gazów cieplarnianych wyższymi o 47 proc. w całym okresie jej eksploatacji. Oznacza to, że pod kątem celów ESG szczególnie efektywna jest renowacja. W konsekwencji, sam proces projektowania kolejnych budynków musi stawać się bardziej elastyczny i wybiegać daleko w przyszłość. Aby w pełni wykorzystać tę szansę, powstające obiekty, powinny być projektowane z myślą o dostosowaniu ich do nowych zastosowań w przyszłości. W związku z ESG w branży możemy spodziewać się więc dużych zmian w wielu procesach, już od samej koncepcji (uwzględniającej potrzeby obecnego i przyszłego rynku), poprzez finansowanie, design, konstrukcję i operacyjność. Zmiany zgodne ze zrównoważonym rozwojem w dłuższej perspektywie mogą więc być korzystne zarówno dla biznesu, jak i dla otoczenia.

Konieczność raportowania

Czy rodzime firmy są na to gotowe?

Tomasz Smorgowicz

ekspert Uniwersytetu WSB Merito
Gdynia w obszarze ESG

Strategia zrównoważonego rozwoju to dziś element, którego nie może zabraknąć w modelu biznesowym żadnej chcącej konkurować na rynku firmy. Wielu przedsiębiorców i liderów korporacji oraz lokalnych firm zaczęło zdawać sobie sprawę z ważności zagadnień związanych z ESG (Environmental, Social, Governance), co zaowocowało rozpoczęciem wdrażania strategii zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. W ostatnich latach nastąpił znaczny wzrost zainteresowania tym tematem zarówno ze strony inwestorów, jak i konsumentów. Firmy także zdają sobie sprawę, że długoterminowy sukces biznesowy wiąże się z odpowiedzialnym podejściem do tych zagadnień.

ESG to akronim od trzech głównych obszarów, które są brane pod uwagę w zarządzaniu korporacyjnym i inwestowaniu zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju:

- E jak Environmental – kwestie związane z wpływem działalności biznesowej na środowisko natural-

ne. Do obszarów środowiskowych należą m.in. zmiany klimatyczne, zużycie energii, zarządzanie odpadami, ochrona bioróżnorodności i zużycie zasobów naturalnych.

- S jak Social – zagadnienia społeczne skupiają się na relacjach i wpływie przedsiębiorstwa na społeczeństwo. Obejmują kwestie związane z relacjami z pracownikami, bezpieczeństwem pracy, równością i różnorodnością, zdrowiem społeczności lokalnych, prawami człowieka i zaangażowaniem społecznym.

- G jak Governance – obszar zarządzania, który spaja i tworzy narzędzia do skutecznego implikowania strategii. Dotyczy aspektów związanych z zarządzaniem korporacyjnym i sposobem, w jaki firma jest kierowana, nadzorowana i kontrolowana. W obszarze zarządzania znajdują się kwestie związane z etyką biznesu, przejrzystością, strukturą korporacyjną, relacjami z akcjonariuszami, wynagrodzeniem kadry zarządzającej itp.

W związku z dyrektywą CSRD (Corporate Social Responsibility Directive) ogłoszoną przez Unię Europejską, obowiązek raportowania niefinansowego obejmuje coraz to większe ilości firm w całej Unii. Dyrektywa ma na celu wzmocnienie roli przedsiębiorstw w osiąganiu celów zrównoważonego rozwoju

ju i przyczynienie się do realizacji unijnych priorytetów związanych z klimatem i zrównoważonym rozwojem. Dla firm oznacza to jednak zdecydowane rozszerzenie zakresu sprawozdawczości obszaru. Dyrektywa wprowadza jednolity standard ESRS (European Sustainability Reporting Standards), który ma poprawić spójność i porównywalność raportów między różnymi firmami. Ten zaś ułatwi analizę, ocenę wyników zrównoważonego rozwoju oraz radykalnie podniesie jakość samych sprawozdań poprzez bardziej szczegółowe informacje dostarczone przez przedsiębiorstwo.

Z związku z tym wiele firm rozpoczęło strategiczne przygotowania w zakresie sprawozdawczości realizacji celów zrównoważonego rozwoju (pierwsze raporty według dyrektywy CSRD poznamy już w 2025 roku). Jednak stopień gotowości przedsiębiorstw w zakresie ESG może się różnić, a głównym determinantem ich gotowości będzie stopień świadomości zakresu zrównoważonego rozwoju jaki uzyskały dotychczas. Przygotowanie się do raportowania niefinansowego wymaga zrozumienia obowiązujących przepisów, identyfikacji kluczowych obszarów wpływu oraz opracowania systemów monitorowania i raportowa-



nia. Jest to proces holistyczny, który wymaga zaangażowania całego przedsiębiorstwa. Kluczowe zatem będą tutaj zasoby organizacyjne, które muszą zostać w firmie wydzielone lub pozyskane z zewnątrz. Stworzenie zespołu specjalistów, którzy będą potrafili sięgnąć po kluczowe elementy i umiejętnie powiązać je w spójną strategię jest olbrzymim wyzwaniem organizacyjnym, ale także budżetowym dla przedsiębiorstwa. Zespół wdrażający i przygotowujący raport musi doskonale rozumieć ideę zrównoważonego rozwoju, orientować się w przepisach, a przede wszystkim na tyle poznać strukturę organizacyjną firmy, aby móc stworzyć precyzyjną strategię dopasowaną do modelu biznesowego i realnych wpływów firmy na środowisko naturalne oraz obszary społeczne. Głównym wyzwaniem dla przedsiębiorstwa jest osadzenie procesu

zmiany na barkach odpowiedniego lidera – pełnomocnika ds. ESG. Musi to być osoba, która będzie podejmować decyzje niezależnie lub jest osadzona na tyle blisko w strukturze organizacji, że będzie realnie wpływać na decyzje zarządu. W takim wypadku transformacja w kierunku zrównoważonego rozwoju dla firmy może stać się sposobem nie tylko na wypełnienie kolejnego obowiązku sprawozdawczego, ale także szansą na wpisanie się w nowoczesny paradygmat zarządzania przedsiębiorstwem zorientowanym na gospodarkę przyszłości. ESG jest dziś dla rynku pojęciem przełomowym i będzie wpływało na obraz systemu gospodarczego w kolejnych dekadach. Efektywność procesu zrównoważonej transformacji firmy musi charakteryzować się podejściem komplementarnym w zakresie obszarów i konsekwencją we wdrażaniu zmian.

Jednoczymy ludzi wokół dobrych idei

Świadome działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu to część strategii biznesowej ESG. Okres pandemii, a następnie kryzys humanitarny wywołany przez wojnę na Ukrainie sprawiły, że działania te zyskały jeszcze większe znaczenie – oczekuje ich szerokie grono interesariuszy każdej firmy.



Sylwester Puczen

Head of
Communication, Elemental Holding

W niełatwych czasach liczy się odpowiedzialność i jednocześnie ludzi wokół dobrych idei. Grupa Elemental, której działalność jest jednym z kluczowych elementów gospodarki obiegu zamkniętego, konsekwentnie realizuje nie tylko swoje zielone cele biznesowe, ale również strategię społecznej odpowiedzialności biznesu.

Sport przez duże S

Holding od lat angażuje się w rozwój sportu w Polsce, zarówno zawodowego, jak i ama-

torskiego. Od 2013 r. jest sponsorem tytularnym Elemental Triathlon Olsztyn, a od 2015 r. wspiera cykl zawodów triathlonowych Elemental Tri Series. Zawody odbywają się w Polsce w Olsztynie i Białymstoku. Od 2017 roku zmagania w Olsztynie są klasyfikowane w ramach Pucharu Europy na dystansie sprinterskim Europejskiej Unii Triathlonu (ETU), a udział w zawodach całej serii ETS pozwala uzyskiwać punkty w klasyfikacji Pucharu Polski.

Podpisana w 2022 roku umowa sponsoringowa z triatlonistą Robertem „Wilku” Wilkowieckim jest kolejnym elementem strategii wspierania rozwoju polskiego triathlonu. Robert Wilkowiecki jesienią 2022 wystartował jako czwarty w historii zawodnik z Polski w kultowym wyścigu – Mistrzostwach Świata Ironman na Hawajach. Zajął 39 miejsce, należy jednak podkreślić, że mimo odległej pozycji był to wtedy najlepszy

rezultat czasowy w historii polskiego triathlonu na mistrzostwach świata. W listopadzie br. sponsorowany przez Grupę Elemental sportowiec zajął historyczne 9 miejsce na Mistrzostwach Świata Ironman, które tym razem rozgrywane były w Nicei.

Elemental od 10 lat jest partnerem Polskiego Związku Triathlonu, CEO firmy Paweł Jarski łączy funkcję prezesa Grupy oraz prezesa PZTri. Od kilku miesięcy Grupa sponsoruje także Ukraińską Federację Triathlonu. Trójstronna umowa sponsorska z PZTri i UFT przewiduje przekazanie do końca 2024 roku kwoty 20 tys. euro rocznie na rzecz UFT celem finansowania wyjazdów

ukraińskich zawodników na zawody triathlonowe, a także na wsparcie ich przygotowań do Igrzysk Olimpijskich 2024 w Paryżu. To ważny krok na drodze do rozwoju triathlonu na Ukrainie oraz umocnienia pozycji Grupy Elemental jako organizacji odpowiedzialnej społecznie, angażującej się w działania na rzecz ochrony środowiska i promowania zdrowego stylu życia.

Pomaganie zawsze na pierwszym miejscu!

Poza wspieraniem sportowców Grupa angażuje się w inne aktywności. W lutym 2022 po wybuchu wojny na Ukrainie polskie spółki holdingu wspierały finansowo organizacje niosące

pomoc jak Polska Akcja Humanitarna, Polski Związek Karate Tradycyjnego oraz Fundacja „Chocimska”. Grupa przekazała także środki organizacji TRIAL International, która m.in. prowadzi działania związane ze ściganiem zbrodni wojennych w Ukrainie.

Grupa Elemental przekazała w 2022 środki na pomoc w działaniach statutowych Fundacji Edukacyjnej Jana Karskiego. Fundacja propaguje postawy humanitarne, najwyższe standardy służby publicznej, obronę praw człowieka i budowanie relacji społecznych opartych na tolerancji i otwartości.

Spółka Elemental Strategic Metals prowadząca inwestycję na terenie gminy Zawiercie przekazała na rzecz lokalnej szkoły muzycznej środki na zakup instrumentów muzycznych, mając na uwadze edukację młodzieży.

Co roku pracownicy polskich spółek angażują się w działania Szlachetnej Paczki, wspierając najuboższych. W ramach akcji tradycyjnie wspierane są rodziny z miast, w których spółki prowadzą działalność. W tym roku pomoc została przekazana trzem rodzinom z Grodziska, Tomaszowa i Zawiercia.

Materiał partnera



Im wcześniej podejdziemy do raportowania, tym lepiej

Obowiązek raportowania działań ESG – czy rodzime firmy są na niego gotowe? Raportowanie kwestii związanych z ESG to maraton, na który nawet małe, polskie firmy powinny przygotować się już teraz.

Agnieszka **Jarosz**

Head of ACCA Northern and Eastern Europe

Wejście w życie europejskiej dyrektywy CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), istotnie zmienia obowiązki sprawozdawcze spółek. Obok sprawozdań finansowych firmy będą publikowały także kwestie ESG (E-environmental, S-social, G-governance) jako tzw. raporty zintegrowane. Oznacza to większą odpowiedzialność organów zarządczych oraz poszerzony zakres raportowania uwzględniający dane dotyczące m.in. zużycia zasobów naturalnych, śladu węglowego, łańcucha dostaw, praw człowieka, polityki pracowniczej czy struktur zarządczych. Za 2024 r. raportować będą musiały jedynie duże organizacje notowane na giełdzie. Są one do tego procesu dobrze przygotowane, mają od lat wdrożone procedury związane ze sprawozdawczością oraz często zespoły odpowiedzialne za zrównoważony rozwój. Jednak obowiązek raportowania ESG z roku na rok będzie obejmować coraz to mniejsze firmy i to dla nich raportowanie zintegrowane będzie prawdziwym wyzwaniem.

Prawdziwe wyzwanie przyjdzie w kolejnych latach.

W 2026 regulacjom tym będzie bezpośrednio podlegać już ponad 3 tysiące firm a w 2027 r. raport zintegrowany będą musiały przedstawić małe oraz średnie firmy notowane na rynku regulowanym, które spełniają jedno z trzech kryteriów: zatrudnienie do ponad 10 pracowników, osiągają przychody netto powyżej 700 tys. euro oraz ich suma bilansowa przekracza 350 tys. euro (te limity nie zostały jeszcze

ostatecznie potwierdzone w regulacjach polskich). Szacuje się, że do raportowania w zakresie zrównoważonego rozwoju zostanie zobowiązane w sumie 50 tys. spółek w Unii Europejskiej, czyli blisko 10-krotnie więcej niż obecnie. Dodatkowo duże firmy będą wymagały informacji z zakresu ESG od swoich podwykonawców, aby móc raportować wartości łańcucha dostaw. Kolejnym istotnym czynnikiem będzie rosnąca presja konsumentów. Podsumowując, zmiany te szybko obejmą swym oddziaływaniem większość spółek działających w Polsce.

Wiele rodzimych przedsiębiorstw ma wyrobioną pozycję na rynku i duże dochody, ale ich struktura zarządcza i podejście do kwestii regulacji wewnątrz organizacji różni się od dużych, międzynarodowych korporacji. Takie firmy staną przed szczególnie trudnym wyzwaniem, obowiązek zwracania uwagi na kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem będzie bowiem wymuszał zmiany w zastanych, funkcjonujących niezmiennie od wielu lat, procedurach. Będzie wymagał także zaangażowania pracowników na wszystkich szczeblach, rozpoczynając od zarządów i struktur właścicielskich.

Przejdźcie do działania

Rozumienie istotności i wpływu kwestii ESG na działalność jest wciąż niewystarczające wśród polskich przedsiębiorców. Faktem jest, że wiele mniejszych firm – których dyrektywa nie obejmuje od przyszłego roku, podchodzą do raportowania zrównoważone-

go z dużą niepewnością i odsuwają w czasie myślenie o włączeniu się w ten rodzaj sprawozdawczości. Często nie zdają sobie nawet sprawy, jak bardzo skomplikowane i złożone jest prawidłowe opisanie np. ryzyk klimatycznych czy emisji CO₂. Budowanie świadomości tego, na co należy w przyszłości zwracać uwagę, powinno rozpocząć się już teraz, aby przygotować pracowników oraz zespoły na proces raportowania, który będzie w przyszłości dla nich obowiązkowy.

Z każdym rokiem będzie przybywało firm, które potrzebują wsparcia konsultantów, a także audytorów w obszarze raportowania, podczas gdy ich liczba jest ograniczona. W tego typu usługach jest obecnie ogromny niedobór kompetencji do zapotrzebowania na rynku. Należy pamiętać, że wewnętrzne procedury w firmach są dostosowane do wymogów regulacyjnych związanych z raportowaniem finansowym od dekad, a teraz w ciągu niespełna kilku lat trzeba będzie wdrożyć znacznie bardziej obszerne formy raportów. Dlatego firmy, które nie zainteresują się tematem odpowiednio wcześniej, będą mogły mieć problemy ze znalezieniem odpowiednich specjalistów na ostatnią chwilę. Inwestowanie w wewnętrzne struktury raportowania i szkolenie pracowników już teraz to sposób na posiadanie własnej, wykwalifikowanej kadry, które będzie umiała odpowiednio poprowadzić cały proces wewnątrz organizacji. Już dziś na rynku funkcjonuje wiele programów szkoleniowych czy studiów

”

Należy pamiętać, że wewnętrzne procedury w firmach są dostosowane do wymogów regulacyjnych związanych z raportowaniem finansowym od dekad, a teraz w ciągu niespełna kilku lat trzeba będzie wdrożyć znacznie bardziej obszerne formy raportów.

podyplomowych z zakresu ESG. Jako reprezentant organizacji profesjonalnej dla finansistów widzę duże zainteresowanie tematem w tej grupie zawodowej oraz certyfikatami zrównoważonego rozwoju, które oferujemy.

Dobre Praktyki

Chcąc przygotować się do raportowania, warto już teraz zapoznać się z dobrymi praktykami, nawet jeśli dotyczą spółek, które różnią się skalą lub branżą. Czytanie i analiza już opublikowanych raportów, szczególnie tych nagradzanych w corocznych konkursach na raporty zrównoważone i zintegrowane jest szansą na zaznajomienie się ze sposobem tworzenia przejrzystego i wyczerpującego raportu. Jako członkini jury jednego z najpopularniejszych konkursów na raporty społeczne widzę znaczny wzrost aplikacji konkursowych. Wśród zgłaszających się firm dominują duże i międzynarodowe organizacje, ale z roku na rok przybywa mniejszych podmiotów o polskim rodowodzie. Na ich przykładzie widać, że im wcześniej podejdziemy do raportowania, tym lepiej i łatwiej będzie ono przebiegać w kolejnych latach. Nawet jeśli pierwsze raporty będą zawierały pewne braki, już sama próba podejścia do raportowania zintegrowanego to ogromny krok naprzód dla firmy na drodze do wdrożenia pełnych procedur i strategii zrównoważonego rozwoju. Szczególnie, że ważnym elementem takiej sprawozdawczości jest dogłębna rewizja strategii firmy, jej sposobu gromadzenia i weryfikacji danych oraz łańcucha wartości. Rozpoczęcie raportowania wcześniej, niż stanowi to wymóg regulacyjny, pozwala nauczyć się i zdiagnozować luki oraz braki, które będzie można poprawiać poprzez odpowiednie praktyki w organizacji.

”

Czytanie i analiza już opublikowanych raportów, szczególnie tych nagradzanych w corocznych konkursach na raporty zrównoważone i zintegrowane jest szansą na zaznajomienie się ze sposobem tworzenia przejrzystego i wyczerpującego raportu.



Odpowiedzialność biznesu w erze ESG

Skrótowiec ESG stał się jednym z najczęściej przywoływanych terminów w biznesowym dyskursie. Nic dziwnego, ostatnie lata przyniosły sporo wyczekiwanych i diskutowanych zmian, zwłaszcza jeśli chodzi o legislację. Czy możemy więc mówić o swego rodzaju „rewolucji ESG”?



Miłosz Marchlewicz

dyrektor ds. komunikacji, Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Zrównoważony rozwój jest jedną z dziedzin, w której w ostatnich latach doszło do wielu przełomowych momentów, związanych w dużej mierze z regulacjami unijnymi. Jednym z przełomowych momentów było przyjęcie w 2014 r. Non-Financial Reporting Directive (NFRD). Jej zapisy były dość ogólne i obejmowały niewielką liczbę przedsiębiorstw, przez co nie przyniosła oczekiwanych skutków. Z kolei w 2019 r. przyjęto Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR) zobowiązującą sektor finansowy do położenia większego nacisku na transparentność w zakresie ryzyk związanych ze zrównoważonym rozwojem. Rok później przyjęto rozporządzenie w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje, czyli Taksonomię UE – system klasyfikacji działalności gospodarczej jako zrównoważonej środowiskowo. W grudniu 2022 r. w Dzienniku Urzędowym UE opublikowano

Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), przewidującą wprowadzenie jednolitych European Sustainability Reporting Standards (ESRS) – ich pierwszy zestaw przyjęto w sierpniu 2023 r. Obecnie trwają prace nad finalizacją szeroko dyskutowanej Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) dotyczącej należytej staranności.

Poza tym także w perspektywie światowej mieliśmy do czynienia z intensyfikacją wysiłków na rzecz standaryzacji, spójności i adekwatności wytycznych i standardów – przykładami są bieżąca współpraca na linii GRI-EFRAG w zakresie m.in. interoperacyjności standardów, ogłoszenie globalnych standardów ISSB czy aktualizacja Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych.

Spore przyspieszenie

Ten krótki przegląd wybranych regulacji pokazuje, że w obszarze zrównoważonego rozwoju – a zwłaszcza raportowania ESG – w ostatnich latach doszło do sporego przyspieszenia. Czy możemy więc uznać, że mamy do czynienia z pewnego rodzaju „rewolucją ESG”? Zaczniemy od tego, że samego akronimu „ESG” używamy już od prawie dwóch dekad – między innymi za sprawą raportu „Who Cares Wins” UNGC, w którym omówiono rekomen-



acje dotyczące uwzględniania kwestii środowiskowych, społecznych i zarządzania w działalności instytucji finansowych. Z kolei prace nad dyrektywami toczą się z reguły kilka lat, a ten długofalowy proces obejmuje także etap konsultacji społecznych. CSRD i przewidziane w niej ESRS są zgodne z trendami i oczekiwaniami rynku – ich przyjęcie i wypracowanie było możliwe dzięki konsekwencji i wieloletnim wysiłkom podejmowanym przez szerokie grono interesariuszy. Celem było (i nadal pozostaje) między innymi dążenie do zapewnienia jak najwyższej jakości danych dotyczących ESG, uspołnienie standardów raportowania, co z kolei ma być ułatwieniem i wsparciem dla firm oraz jasnym komunikatem, że raportowanie jest jednym z elementów zarządzania kwestiami zrównoważonego rozwoju. Chodzi więc o to, by wesprzeć przedsiębiorstwa w procesach transformacyjnych. Te zaś są niezbędne w dobie palących wyzwań społecznych, ekonomicznych i środowiskowo-klimatycznych, stojących przed biznesem, administracją i społeczeństwem.

Jednocześnie rośnie także zapotrzebowanie na specjalistów/ki ESG. Pamiętajmy jednak, że ESG to dziś bardzo szeroki zakres tematów i kompetencji. W wielu firmach, zwłaszcza dużych, już od kilku,

a nawet kilkunastu lat, funkcjonują działy zrównoważonego rozwoju. To często zespoły interdyscyplinarne, współpracujące na co dzień z wieloma poszczególnymi departamentami – na tym zresztą polega specyfika tego obszaru. Nie ma jednego obowiązującego wzorca, jak taka struktura powinna wyglądać w firmie, pamiętajmy jednak, że dynamika i wzrost zakresu obowiązków to także duże wyzwanie dla pracownic i pracowników. A podstawą odpowiedzialnego biznesu jest podejście do kluczowych grup interesariuszy – a w przypadku firmy należą do nich przecież zatrudnieni. Biorąc pod uwagę intensywność i szeroki zakres zmian (zwłaszcza regulacyjnych) oraz ogólne tempo rozwoju tej tematyki i związanej z nią presji rynkowej i społecznej, warto realnie oceniać zasoby i możliwości danej organizacji – uwzględniając też ryzyka takie jak, chociażby, wypalenie zawodowe. O które niestety nie tak trudno w obszarze, w którym – oprócz szeregu jasno określonych kompetencji – istotne jest też osobiste zaangażowanie, pochłaniające zasoby intelektualne i emocjonalne. Dbałość o dobrostan pracowników i pracownic (oczywiście nie ogranicza się to tylko do osób odpowiedzialnych za kwestie związane z ESG) to inwestycja w przyszłość

firmy. Warto to uwzględniać także w kontekście na przykład wypełniania obowiązków regulacyjnych i planowania działań w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Żadna organizacja nie funkcjonuje w próżni

Czym jest zatem odpowiedzialność biznesu w erze ESG? Z jednej strony to postrzeganie wprowadzanych regulacji jako punktu odniesienia i narzędzia wspierającego zarządzanie kwestiami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju, a w konsekwencji transformacją firmy. A z drugiej – kluczowe jest zrozumienie wagi wyzwań oraz wzajemnych powiązań między czynnikami ESG. Nie ma co się ludzi, że jakiejś firmy tematyka zrównoważonego rozwoju nie dotyczy. Żadna organizacja nie funkcjonuje bowiem w próżni. Im szybciej i w konsekwentny sposób podejmiemy do przygotowania się np. na pytania, czy wymogi kontrahentów lub inwestorów związane z nowymi regulacjami dotyczącymi ESG, tym lepiej będziemy mogli zarządzać tymi kwestiami. A tym samym minimalizować szereg ryzyk czy ograniczać dodatkowe koszty – co jest przecież przykładem odpowiedzialności biznesu – w tym za funkcjonowanie i przyszłość firmy.

Czym jest skuteczny CSR w firmie?

Zaangażowanie pracowników to klucz do realizacji skutecznej polityki CSR w firmie. Zwłaszcza, gdy pracownicy sami wychodzą z inicjatywą działania, bo chcą mieć wpływ na rzeczywistość, która ich otacza, a przy tym czuć, że jakaś zmiana zadziała się właśnie dzięki nim. Jednak, aby zespół mógł w ten sposób działać, potrzebna jest dobrze przemyślana i zorganizowana strategia CSR, która dokonuje realnych zmian w rzeczywistości i rozwiązuje potrzeby lokalnych społeczności.



Agnieszka Surowiec

Brand & Comms Director Market Poland, Intrum

Prospołeczne działania firm są obecnie koniecznością wymaganą przez klientów, ale i samych pracowników. Ponadto, biorąc pod uwagę fakt, że już wkrótce raportowania ESG będą obowiązkowe, firmy podejmują zrywy pomocy, ponieważ wiedzą, że będą z tego rozliczane. Jednak ta-

kie działanie nie zawsze przynosi zamierzony efekt. Jeżeli jest to pomaganie na pokaz lub wynika z przymusu – rezultaty są znacznie gorsze. Ludzie widzą, że nie jest to działanie długofalowe i tak naprawdę nie niesie za sobą oczekiwanych skutków.

Więc jak robić to dobrze? Trzeba zaangażować pracowników. Należy jednak dać im swobodę, by sami mogli decydować, w jakich akcjach chcą wziąć udział. Najlepiej, gdy wokół siebie zauważają osoby potrzebujące i wspólnie angażują się i jednoczą, by odmienić ich los. Jest to o tyle ważne, że najczęściej i najchętniej pracownicy angażują się w sytuacje, które są bliskie ich sercu. Takie akcje, często mają na celu pomoc lokalnej społeczności, czyli szpitalom, rodzinom, które

dotknęła tragedia czy schroniskom w okolicy. Jest to real-time CSR, czyli niesienie przez firmę pomocy, której efekty widać niemal natychmiast.

Misją Intrum – firmy będącej liderem na rynku zarządzania wierzytelnościami, jest chęć dokonywania realnych zmian w rzeczywistości i rozwiązywanie problemów lokalnych społeczności poprzez wolontariat pracowniczy. Jest to możliwe dzięki grupie zaangażowanych Ambasadorów Marki Intrum, którzy sami bardzo często wychodzą z inicjatywą działania. Intrum, realizując politykę CSR umożliwiła pracownikom działanie w ramach wolontariatu pracowniczego. Wspierała działania charytatywne, które były realizowane oddolnie w czterech lokalizacjach.

Udostępniano środki finansowe, przestrzeń biurową oraz czas pracy. Dzięki temu pracownicy mogli zrealizować swoje ambicje dotyczące pomagania – lokalnym społecznościom i instytucjom oraz podmiotom. To dobry przykład CSR real-time, czyli niesienia efektywnej pomocy, która trafia do beneficjentów oraz zmienia na lepsze sytuację ludzi i lokalnych społeczności, rozwiązując konkretne problemy społeczne. Działaniom Intrum zawsze towarzyszy hasło: „Razem możemy więcej”, które w prosty sposób mówi, że kilka osób działających we wspólnym interesie potrafi zdziałać cuda. Razem da się zrobić więcej, ponieważ to w grupie tkwi siła.



Odpowiedzialna komunikacja, czyli jak nie robić wokewashingu?

Nawet najlepsza strategia firmy zbudowana na fundamentach etycznych, środowiskowych, społecznych i z uwzględnieniem ładu korporacyjnego wymaga odpowiedniej komunikacji. Bez niej nie uzyska się właściwej wartości i dotarcia założeń strategii. To właśnie komunikacja odpowiada za wdrożenie strategii, przestrzeganie, propagowanie, a także rozszerzanie jej wśród różnych interesariuszy. A jej celem jest dotarcie wewnętrznie do pracowników, zewnętrznie do partnerów, kontrahentów, klientów i odbiorców.

Kinga **Woźniakowska**

specjalistka ds. komunikacji,
W dobrym tonie PR

Choć aktualnie celów zrównoważonego rozwoju jest 17, to niewykluczone, że liczba ta się zwiększy. We wrześniu Global Alliance for Public Relations and Communication Management (GA) w imieniu ponad 100 organizacji z całego świata zwróciła się do ONZ z propozycją rozszerzenia tego pakietu o osiemnasty cel – odpowiedzialną komunikację. Warto ją zatem wyraźnie zdefiniować: odpowiedzialna komunikacja ma na celu kształtowanie etycznej relacji z interesariuszami poprzez łatwy dostęp do rzetelnej informacji, edukację opartą na faktach i dokonaniach naukowych. Musi ona podejmować walkę z dezinformacją czy propagandą, prezentować transparentność i szczerść. To też z pewnością otwarcie na dialog, na dwustronną komunikację, stworzenie przestrzeni

do demokratycznego wyrażania opinii, jak również umiejętność słuchania i reagowania. Ważnym aspektem w zakresie odpowiedzialnej komunikacji jest również włączenie inkluzywno-niedyskryminującego języka w narracji firmy, poszanowanie różnorodności, niedyskryminowanie, posługiwanie się właściwymi zaimkami – w tym również wspieranie różnorodności i równości płci. Odpowiedzialne i etyczne podejście do komunikacji obejmuje też aspekt dążenia do wolności słowa, opinii i mediów. Co więcej, jest to także odpowiedzialna komunikacja w mediach społecznościowych – wyrażana poprzez mądre, wspierające, pozytywne, edukujące, niewykluczające treści.

Autentyczna komunikacja

Aby jednak wdrożenie takiej odpowiedzialnej komunikacji mogło mieć miejsce, konieczne jest ukierunkowanie jej efektu nie na sprzedaż lub wizerunek firmy, ale na kwestie etyczne, edukacyjne – w zakresach ESG

autentyczne. W innym przypadku, jeśli firma przyjmie rolę społecznie świadomej, ale w celach marketingowych, wizerunkowych, tym samym nie podejmując istotnych zmian, to możemy mówić o wokewashingu.

Wokewashingiem jest promowaniem się lub zdobywaniem uwagi partnerów, konsumentów, pracowników takimi treściami, które mają sprawiać wrażenie, że nadawcą jest firma zrównoważona. Jest to nieszczerze posługiwanie się wyższymi wartościami, w celu komercyjnym, za którym nie stoją realne, słuszne, etyczne działania i decyzje.

To bardzo ryzykowne – przede wszystkim wizerunkowo, a mimo to wiele firm właśnie takie aktywności komunikacyjne podtrzymuje. Dzieje się tak ze względu na brak równej świadomości w organizacji, brak spójności, niewiedzę i wciąż zbyt dużą tolerancję odbiorców na tego typu nieetyczne działania. Niestety, z wokewashingiem spotykamy się także dlatego, że tematy ESG są atrakcyjne z perspektywy mediów, świadomych konsumentów, środowi-

ska biznesowego, danej branży, a podmiot, który prowadzi taką nieuczciwą komunikację, nie jest jeszcze w pełni gotowy na zmianę.

A odpowiedzialna komunikacja jest nam potrzebna. Przyjęte cele osiągnięcia neutralności klimatycznej do 2050 r. są bardzo optymistyczne, zatem zmiana musi następować sprawnie i na wielu poziomach równolegle. Zrównoważony biznes powinien sprawnie i dokładnie edukować swoich pracowników, kreować wśród nich ambasadorów zmian, jednocześnie także docierać rzetelnymi treściami do swoich odbiorców, klientów i partnerów, wspierając budowanie świadomości, edukując, promując pozytywne, etyczne, proekologiczne postawy. Takie przedsiębiorstwa, by komunikować się odpowiedzialnie, są zobligowane do wypracowania przestrzeni do dialogu i umiejętności właściwego reagowania na feedback, propozycje czy oczekiwania ze strony interesariuszy.

W obliczu wyzwania

Szczerść, uczciwość, przyzwoitość definiują odpowiedzialną komunikację. Jest to ogromne wyzwanie z pewnością dla wielu przedsiębiorstw, zwłaszcza takich, które dotychczas były bardzo powściągliwe lub manipulowały informacjami na swoją korzyść. Z badań Dotrelations przeprowadzonych na blisko 100 przedsiębiorstwach z całej Polski wynika, że ok. 50 proc. firm prowadzi komunikację wewnętrzną i zewnętrzną w zakre-



Szczerść, uczciwość, przyzwoitość definiują odpowiedzialną komunikację. Jest to ogromne wyzwanie z pewnością dla wielu przedsiębiorstw, zwłaszcza takich, które dotychczas były bardzo powściągliwe lub manipulowały informacjami na swoją korzyść.

sie realizowanych działań ESG. Inne badania wskazują niestety mniejszy odsetek organizacji, które informują o swoim poziomie zrównoważonego rozwoju. Wpływ na taką sytuację może mieć m.in. brak presji zewnętrznej, obawy związane z wizerunkiem (jak wypadamy na tle konkurencji) czy nawet niewystarczająca obecność kultury raportowania. Zrozumienie konieczności komunikacji, istoty przejrzystości musi iść w parze z konkretnymi decyzjami i realnymi zmianami w nastawieniu przedsiębiorstwa.

Jednak warto też dostrzegać i promować przykłady świadomie prowadzonej komunikacji. Takim wzorem może być między innymi polska marka Balagan Studio, która na swojej stronie www w transparentny sposób informuje klientów i wyjaśnia wszystkie elementy, które wpływają na cenę produktu.

Nieprzebraną przestrzenią do gruntownej przebudowy komunikacji na odpowiedzialną są oczywiście kanały własne – szczególnie social media. To właśnie one kształtują w największym znaczeniu świadomość i pogląd zwłaszcza młodych odbiorców i tym samym realnie wpływają na naszą przyszłość. Wprowadzenie w media społecznościowe treści niosących wartość ekologiczną, społeczną, edukacja w tym zakresie, podejmowanie odpowiedzialnych współprac z wysoce świadomymi ambasadorami, próba wsparcia kształtowania się pozytywnych postaw wobec aspektów ESG jest szalenie ważna i potrzebna.

Nie mam wątpliwości co do tego, że odpowiedzialna komunikacja jest złożonym, długookresowym procesem. Musi być ona wprowadzana równolegle z decyzjami i konkretnymi działaniami z zakresu ESG, modyfikowana i stale udoskonalana wraz z rosnącą świadomością odbiorców. Niemniej firmy mają w tym zakresie ogromną moc i możliwość zmiany świata na lepszy.



Odpowiedzialne i etyczne podejście do komunikacji obejmuje też aspekt dążenia do wolności słowa, opinii i mediów.