



**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.



## 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, Millennium 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.

## 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 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.

## 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 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 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”.

## 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 niezależnym audytom. 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.

## 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. 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 podejmowany 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.

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

## 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 prozdrowotnych, 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.

## JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR /ESG

Realizacja programu grantowego dla wolontariuszy. Dotacje dla organizacji, w których działają wolontariusze firmy. W ramach realizacji celu: Walka z wykluczeniem i zapewnienia dobrego zdrowia i jakości życia.



## 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 metali 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.

### 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 triatlonistą 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 wojny w 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 w Ukrainie. Dodatkowo, w 2022 roku, Grupa Elemental przekazała środki na pomoc w działaniach statutowych Fundacji Edukacyjnej Jana Karckiego – propagującej postawy humanitarne, najwyższe standardy służby publicznej, obronę praw człowieka i budowanie relacji społecznych opartych na tolerancji i otwartości.

### JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR /ESG

Grupa Elemental rozpoczęła współpracę z triatlonistą 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 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.

## 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 sprzedawane 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 wewnątrzzakładowej, stworzenie systemu nagradzania obszarów o najlepszej skuteczności segregacji, usprawnienie systemu transportu wewnątrzzakładowego 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. Wymienione produkty Hochland dostępne są w ponad 30 krajach. Konsumenci 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, niemarnowaniu żywności oraz ochronie bioróżnorodności. Poza Pracownikami w realizację akcji zaangażowani byli przedstawiciele samorządów lokalnych, organizacji ekologicznych, np. PTOP Salamandra, ośrodków oświaty oraz Pracownicy firm sąsiadujących z Hochland.

## JAKIE DZIAŁANIA FIRMA PODJĘŁA W RAMACH CSR /ESG

Celem Hochland była realna zmiana zachowań i przyzwyczajeń 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 przedstawiciele szkół i samorządu, 2 organizacje ekologiczne. W efekcie 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.



## 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 zatrudnia 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.

## 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 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.

## 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 zwraca uwagę m.in. na przemyślane zakupy, w tym ich planowanie z pomocą 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 2025 r. (rok bazowy – 2020), ograniczenie emisji w zakresie 1 i 2\* o 38,7 proc. do 2030 r. (rok bazowy – 2020).

## 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 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 CO<sub>2</sub> (tyle wygenerowałaby praca porównywalnych ciągników z silnikiem diesla).

# 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 m<sup>2</sup> powierzchni o wartości 21,0 mld funtów, gdzie obsługuje klientów z różnych sektorów gospodarki. 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.

## 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 samorozwojowymi 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 różnorodności. 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.

## BANK OCHRONY ŚRODOWISKA JEST PEŁNY ZIEŁONEJ ENERGII I PODAJE JĄ DALEJ

**B**ank Ochrony Środowiska – od ponad 30 lat specjalizuje się w finansowaniu projektów proekologicznych. Będąc bankowym liderem we wspieraniu działań na rzecz ekologii, systematycznie realizujemy projekty na rzecz środowiska naturalnego, ale też nieustannie rozszerzamy oraz dostosowujemy naszą zieloną ofertę produktową.

Edukujemy w zakresie dbania o środowisko – zarówno naszych pracowników, klientów, jak i partnerów biznesowych. Nieustannie angażujemy się w inicjatywy popularyzujące wiedzę dotyczącą zrównoważonego rozwoju. W ramach działalności Banku Ochrony Środowiska powołana



została Fundacja BOŚ, która – zgodnie z misją banku – promuje i wspótworzy działania związane z ochroną środowiska. Przykładem jednym z wielu zrealizowanych w tym roku projektów jest konkurs „Świat oczami młodych”, w którym placówki edukacyjne i kulturalne mogły zdobyć gran-

ty 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, przyznaną 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.

*Materiał partnera*



# 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

**N**a 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 kwe-

stiami etycznymi, ale ważnymi aspektami w zakresie osiągnięcia 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 środowi-



ska, 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.

### **Z PRZEPROWADZONYCH BADAŃ WYNIKA, ŻE 45 PROC. POLSKICH ORGANIZACJI BIZNESOWYCH PROWADZI DZIAŁANIA W OBRĘBIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI.**

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 sta-

nowią 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.

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 wspominałem 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 musiało aktywności w obszarze

## **PRESJA PRAWNA, ZAINTERESOWANIE INWESTORÓW, CORAZ WIĘKSZA ŚWIADOMOŚĆ KONSUMENCKA – A CO ZA TYM IDZIE – PRESJA RYNKU JUŻ TERAZ DAJĄ SIĘ ODCZUĆ W BIZNESOWYM ŚRODOWISKU.**

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 konsumencka – 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 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 – prącochłonność 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 umożliwi 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. ■



# AKADEMIA DOBREJ ENERGII JUNIOR. INWESTYCJA W DOBROSTAN DZIECI

Dzieciństwo wielu z nas kojarzy się z beztroską, zabawą oraz dobrym zdrowiem. Niestety rzeczywistość wygląda inaczej. Polska, zgodnie z raportem UNICEF 2020, zajmuje 30. miejsce wśród 38. badanych krajów, pod względem dobrostanu dzieci. Raport AWF Warszawa 2021 bije na alarm, że aż 94 proc. dzieci w wieku 12 lat ma niedostateczny poziom sprawności ruchowej. 73 proc. dzieci cierpi na wypalenie uczniowskie, a 46 proc. uczniów boryka się z skrajnie niską samooceną, jak wynika z raportu Młode Głowy 2023.

W obliczu tych niepokojących statystyk, VanityStyle postanowiło zainicjować projekt edukacyjny Akademię Dobrej Energii Junior. Ma to być odpowiedź na problemy, z którymi obecnie borykają się dzieci, ale i prewencja tych, które mogą pojawić się na późniejszych etapach rozwoju. Dzięki współpracy z ekspertami SWPS powstał bezpłatny, kompleksowy program skierowany do uczniów klas 3 szkół podstawowych, który ma na celu naukę dzieci dobrych nawyków w obszarze aktywności fizycznej oraz dbania o zdrowie psychiczne oraz rozwijanie umiejętności społecznych.

Do chwili obecnej do ogólnopolskiej akcji dołączyło już ponad 150 nauczycieli, 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/akademiadobrejenergii>. 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.

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. Dba-

nie 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 wchodzą 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.akademiadobrejenergii.org/>.



*Material partnera*

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 społecznościom, 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, Wyser

**P**rzyczyną jest rosnąca świadomość społeczna z jednej strony, z drugiej zmiana pokoleniowa na rynku pracy. Najmłodszy kandydaci sprawdzają 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 niezgodności 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 środo-

**IZBA GOSPODARCZA  
URZĄDZEŃ OZE ALARMUJE,  
ŻE PONAD POŁOWA  
POMP CIEPŁA W POLSCE  
MOŻE NIE PRZEJŚĆ  
POZYTYWNE KONTROLI  
ZAPOWIADANYCH PRZEZ  
UOKIK.**

wiska. 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 zmieniających się oczekiwań pracowników. W tym kontekście społeczna odpowiedzialność biznesu stanowi nie tylko narzędzie biznesowe, lecz także staje się kluczowym elementem strategii. Działań 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. ■

# 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 cenionej 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

**E**SG 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 postępu-

jącym 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. Przemysłana 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 zmniejszaniu 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



**PODZAS TWORZENIA  
NIERUCHOMOŚCI  
ZGODNYCH Z ZASADAMI  
ESG CZĘSTO STAWIA  
SIĘ NA INNOWACJE  
I CAŁKOWITE NOWOŚCI  
NA RYNKU SUROWCÓW,  
Z POTENCJAŁEM  
ZWIĘKSZENIA  
EFEKTYWNOŚCI  
BUDYNKÓW.**

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

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 Kryte-





riami Kwalifikowalności, nadany-  
mi przez akty delegowane Takso-  
nomii UE. Warto też pamiętać, że  
zrównoważony rozwój wzmacnia  
dzisiaj także atrakcyjność akty-  
wów i sprawia, że firma postrze-  
gana jest jako odpowiedzialna  
społecznie, co jest coraz istotniej-  
sze dla przyszłych pracowników  
i partnerów biznesowych.

### **Zmiany klimatu a nieruchomości**

Poza nowymi szansami dla in-  
westorów, wprowadzanie zmian  
w kierunku ESG daje też szersze  
korzyści otoczeniu. Zgodnie z da-  
nymi Amerykańskiej Narodowej  
Administracji Oceanicznej i At-  
mosferycznej, mamy najwyższy  
poziom dwutlenku węgla w at-  
mosferze od czterech milionów  
lat, a z danych Komisji Europej-  
skiej wynika, że to właśnie bu-  
dynki odpowiadają za 36 proc.  
emisji CO<sub>2</sub>. W związku z postępu-  
jącym globalnym ociepleniem  
Unia Europejska postawiła przed

### **ZMIANY ZGODNE ZE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM W DŁUŻSZEJ PERSPEKTYWIE MOGĄ WIĘC BYĆ KORZYSTNE ZARÓWNO DLA BIZNESU, JAK I DLA OTOCZENIA.**

sobą cel osiągnięcia neutralności  
klimatycznej do 2050 roku oraz  
redukcji emisji gazów cieplarnia-  
nych netto o co najmniej 55 proc.  
do 2030 r. w porównaniu z pozio-  
mami z 1990 r. Oznacza to, że UE  
będzie musiała znacznie szybciej  
niż dotychczas zredukować emi-  
sje gazów cieplarnianych, co bę-  
dzie wpływało na szereg branż,  
w szczególności tych wysokoemi-  
syjnych, jak rynek nieruchomości.

Arup porównał prognozę emi-  
sji dwutlenku węgla konstrukcji  
nowego budynku biurowego z re-  
nowacją już istniejącego obiek-  
tu. 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 kon-  
sekwencji, sam proces projekto-  
wania kolejnych budynków musi  
stawać się bardziej elastyczny  
i wybiegać daleko w przyszłość.  
Aby w pełni wykorzystać tę szan-  
sę, powstające obiekty, powinny  
być projektowane z myślą o do-  
stosowaniu ich do nowych zasto-  
sowań w przyszłości. W związku  
z ESG w branży możemy spodzie-  
wać się więc dużych zmian w wie-  
lu procesach, już od samej koncepcji  
(uwzględniającej potrzeby  
obecnego i przyszłego rynku), po-  
przez finansowanie, design, kon-  
strukcję i operacyjność. Zmiany  
zgodne ze zrównoważonym roz-  
wojem w dłuższej perspektywie  
mogą więc być korzystne zarówno  
dla biznesu, jak i dla otoczenia. ■



## 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 kilometry tu chodzi, a o wspólną drogę, na której już od niemal dziewięciu lat są razem – Banki Żywności i Grupa Raben.

**F**ederacja Polskich Banków Żywności i operator logistyczny Grupa Raben od 2015 roku wspólnie ratują żywność przed zmarnowaniem 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-Gryżenia, head of sustainability w Grupie**

**Raben.** – Jako operator logistyczny, obsługujący między innymi branżą 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.

### 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. marnowanej żywności. Straty w przetwór-

stwie 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 Ciepla, 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 – podkreśla.

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.

*Materiał partnera*





# 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 bra-

ne pod uwagę w zarządzaniu korporacyjnym i inwestowaniu zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju:

- E jak Environmental – kwestie związane z wpływem działalności biznesowej na środowisko naturalne. 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, nad-

zorowana 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 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 raportowania. 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. Ze-

spół 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 przelomowym 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. ■

## KONSEKWENTNIE REALIZUJEMY STRATEGIĘ CSR

Grupa Elemental konsekwentnie realizuje strategię społecznej odpowiedzialności biznesu, angażując się w rozwój sportu w Polsce, zarówno zawodowego, jak i amatorskiego oraz wspierając inne, dobre praktyki w obszarze CSR.

**H**olding od 2013 r. jest sponsorem tytularnym Elementa Triathlon Olsztyn, a od 2015 r. wspiera cykl zawodów triathlonowych Elemental Tri Series. Podpisana w 2022 roku umowa sponsoringowa z triathlonistą Robertem „Wilku” Wilkowieckim to kolejny element realizacji strategii wspierania rozwoju polskiego triathlonu. Sportowiec jesienią 2022 wystartował jako czwarty w historii zawodnik z Polski w kultowym wyścigu – Mistrzostwach Świata Ironman na Hawajach.

Grupa Elemental od 10 lat jest partnerem Polskiego Związku

Triathlonu, a Paweł Jarski łączy funkcję prezesa Grupy oraz prezesa PZT. Od kilku miesięcy Grupa sponsoruje także Ukraińską Federację Triathlonu. Trójstronna umowa sponsorska z PZTri i UFT przewiduje przekazanie do końca 2024 roku 20 tys. euro na rzecz UFT celem finansowania wyjazdów ukraińskich zawodników na zawody triathlonowe, a także na wsparcie ich przygotowań do Igrzysk Olimpijskich 2024 w Paryżu.

Poza wspieraniem sportowców Grupa angażuje się w inne aktywności. W lutym 2022 po wybuchu wojny w Ukrainie polskie spółki



**Sylwester Puczen, Head of Communication Grupy Elemental**

holdingu wspierały finansowo organizacje niosące pomoc tym, którzy ucierpieli w wyniku działań zbrojnych.

Co roku pracownicy polskich spółek angażują się w projekt Szlachetna Paczka, wspierając najuboższych. W tym roku pomoc została przekazana trzem rodzinom z Grodziska, Tomaszowa i Zawiercia, gdzie firma prowadzi swoją działalność.

*Material partnera*



## 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),



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 rekomendacje 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, uspoźnienie 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 pracowników i pracowniczek. A podstawą odpowiedzialnego biznesu jest podejście do kluczowych grup interesariuszy

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

**W OBSZARZE  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU – A ZWŁASZCZA  
RAPORTOWANIA ESG –  
W OSTATNICH LATACH  
DOSZŁO DO SPOREGO  
PRZYSPIESZENIA.**

szy – 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 nim 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. Dbłość o dobrostan pracowników i pracownice (oczywiście nie ogranicza się to tylko do osób odpowiedzialnych za kwestie związane z ESG) to inwestycja w przyszłość firmy. Warto to uwzględnić 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

**KLUCZOWE JEST  
ZROZUMIENIE WAGI  
WYZWAŃ ORAZ  
WZAJEMNYCH POWIĄZAŃ  
MIĘDZY CZYNNIKAMI ESG.**

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 łudzić, że jakiejś firmy tematyka zrównoważony rozwój 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. ■







# 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.

**G**rupa 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 szkoleniowym Ferrero została firma Leżę i Pracuję. Ferrero w Polsce ceni sobie współpracę z Fundacją Leżę i Pracuję. Ta nie-

typowa agencja marketingowa, oddająca istotę przedsiębiorczości społecznej, jako jedyna w Polsce zatrudnia osoby z niepełnosprawnościami (OzN) w stopniu tak znacznym, 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 manieri” 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.

*Material 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 przygotowywać się już teraz.

## AGNIESZKA JAROSZ

Head of ACCA Northern and Eastern Europe

**W**ejście 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 uwzględ-

niający 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 tysięcy 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, obowiązkiem zwracania uwagi na kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem będzie bowiem wymuszała zmiany w zastanych, funkcjonujących niezmiennie od wielu lat, procedurach. Będzie wymagał także zaangażowania pracowników na wszystkich szczeblach, rozpoczynając od zarządów i struktur właścicielskich.

### Przejsie 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 zrównoważonego 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 CO<sub>2</sub>. 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 usłu-

gach jest obecnie ogromny niedobór kompetencji do zapotrzebowania na rynku. Należy pamiętać, że wewnętrzne procedury w firmach są dostosowane to 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 podyplomowych z zakresu ESG. Jako reprezentant organizacji profesjonalnej dla finansistów widzę duże zainteresowanie tematem w tej grupie zawodowej oraz certyfikatami zrównoważonego rozwoju, które oferujemy.

**NALEŻY PAMIĘTAĆ,  
ŻE WEWNĘTRZNE  
PROCEDURY W FIRMACH  
SĄ DOSTOSOWANE  
TO WYMOGÓW  
REGULACYJNYCH  
ZWIĄZANYCH  
Z RAPORTOWANIEM  
FINANSOWYM OD  
DEKAD, A TERAZ W CIĄGU  
NIESPEŁNA KILKU LAT  
TRZEBA BĘDZIE WDROŻYĆ  
ZNACZNIE BARDZIEJ  
OBSZERNE FORMY  
RAPORTÓW.**

### 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 podejmiemy 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 wymaga tego od nas wymóg regulacyjny, pozwala nauczyć się i zdiagnozować luki oraz braki, które będzie można poprawiać poprzez odpowiednie praktyki w organizacji. ■



# ODPOWIEDZIALNA KOMUNIKACJA – CZYLI JAK NIE ROBIĆ WOKEWASHINGU?

**KINGA WOŹNIAKOWSKA**

specjalistka ds. komunikacji,  
W dobrym tonie PR

**N**awet 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 wewnątrz do pracowników,

zewnątrznie do partnerów, kontrahentów, klientów i odbiorców.

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 **OBJMUJE** 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 postępowanie 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, środowiska 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 równoległe. Zrównoważony biznes powinien sprawnie i dokładnie edukować swoich pracowników, kreować wśród nich ambasadów 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**

Szczerłość, 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 Doretrelations przeprowadzonych na blisko 100 przedsiębiorstwach z całej Polski wynika, że ok. 50 proc. firm prowadzi komunikację wewnętrzną i zewnętrzną w zakresie 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 obec-

ność 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 wysokoświadomymi 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 równoległe 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. ■