

ESG W PRAKTYCE

IX EDYCJA BAROMETRU FRANCUSKO-
POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ (CCIFP)

BADANIE PRZEPROWADZONE W LISTOPADZIE 2024 R.





ESG W PRAKTYCE

BAROMETR CCIFP

Zapraszam do lektury IX raportu z badania ESG w praktyce - Barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej. Cieszę się, że nieustannie od 2015 roku realizujemy ten projekt i obserwujemy ewolucję działań prowadzonych przez firmy w obszarze Zrównoważonego Rozwoju. W tym roku zmieniliśmy tytułowy CSR na ESG dopasowując również strukturę niektórych pytań i warianty odpowiedzi. Po raz pierwszy prezentujemy również nie tylko wyniki zbiorcze dla wszystkich firm, ale także pokazujemy w jaki sposób odpowiadały duże przedsiębiorstwa, MŚP oraz podmioty z kapitałem francuskim. Takie ujęcie pozwala dostrzec różnice w podejściu do ESG, obszarach aktywności firm, czy stopniu zaawansowania organizacji. Dziękuję wszystkim firmom, które zdecydowały się na udział w ankiecie, a także partnerom, którzy od wielu lat wspierają nas przy realizacji tego projektu.

Mariusz Kielich

Kierownik ds. Komunikacji i PR

Francusko-Polska Izba Gospodarcza



ESG W PRAKTYCE - BAROMETR
FRANCUSKO-POLSKIEJ IZBY
GOSPODARCZEJ

KLUCZOWE WNIOSKI



- **Regulacje prawne głównym motorem napędzającym ESG:** Po raz pierwszy regulacje i wymogi prawne stały się kluczowym powodem angażowania się firm w ESG, wskazywane przez 66% respondentów.
- **Znaczenie wizerunku i nacisków interesariuszy:** Wizerunek organizacji oraz oczekiwania klientów, dostawców i pracowników nadal są istotnymi motywatorami do prowadzenia działań ESG, szczególnie w sektorze MŚP.
- **Duże firmy są bardziej zaawansowane:** 54% dużych firm posiada strategię ESG, a 49% dedykowany dział Zrównoważonego Rozwoju. W sektorze MŚP strategię posiada jedynie 36%.
- **Niedostatek budżetów ESG w MŚP:** 61% MŚP nie posiada dedykowanego budżetu na działania ESG, a finansowanie odbywa się głównie doraźnie.
- **Korzyści z ESG nie zawsze mierzalne:** Tylko duże firmy są w stanie jasno określić korzyści finansowe z działań ESG; 72% MŚP wciąż nie mierzy efektów lub ma trudności w ich oszacowaniu.
- **Raportowanie ESG na fali wznoszącej:** 52% firm raportuje działania ESG, a 15% przygotowuje się do tego procesu. Firmy francuskie częściej stosują praktyki raportowe niż firmy z innym kapitałem.
- **Cele środowiskowe priorytetem dla firm:** Ponad połowa dużych firm ma cele związane z redukcją emisji gazów cieplarnianych. Neutralność klimatyczną planują osiągnąć głównie między 2041 a 2050 rokiem.
- **Firmy francuskie prowadzą więcej działań w obszarze ESG i częściej włączają strategię zrównoważonego rozwoju do strategii biznesowej niż firmy z innym kapitałem:** efektywności energetyczna, edukacja i różnorodność, to obszary, w których są liderami.
- **Coraz więcej firm (25%) wymaga od dostawców danych ESG,** a kolejne 30% planuje wdrożyć te wymagania w ciągu 2 lat.
- **Konsumenci oczekują zaangażowania firm:** Choć spada intensywność oczekiwań dotyczących prospołecznych działań firm, 46% Polaków unika produktów firm, które negatywnie wpływają na środowisko lub społeczeństwo.



BADANIE PRZEPROWADZONE ON-LINE W LISTOPADZIE 2024 NA GRUPIE 120 FIRM.

- Duże firmy (powyżej 250 pracowników) - 58%
- MŚP - 42%

- Firmy z kapitałem francuskim: 41%*
- Firmy z innym kapitałem: 55%*

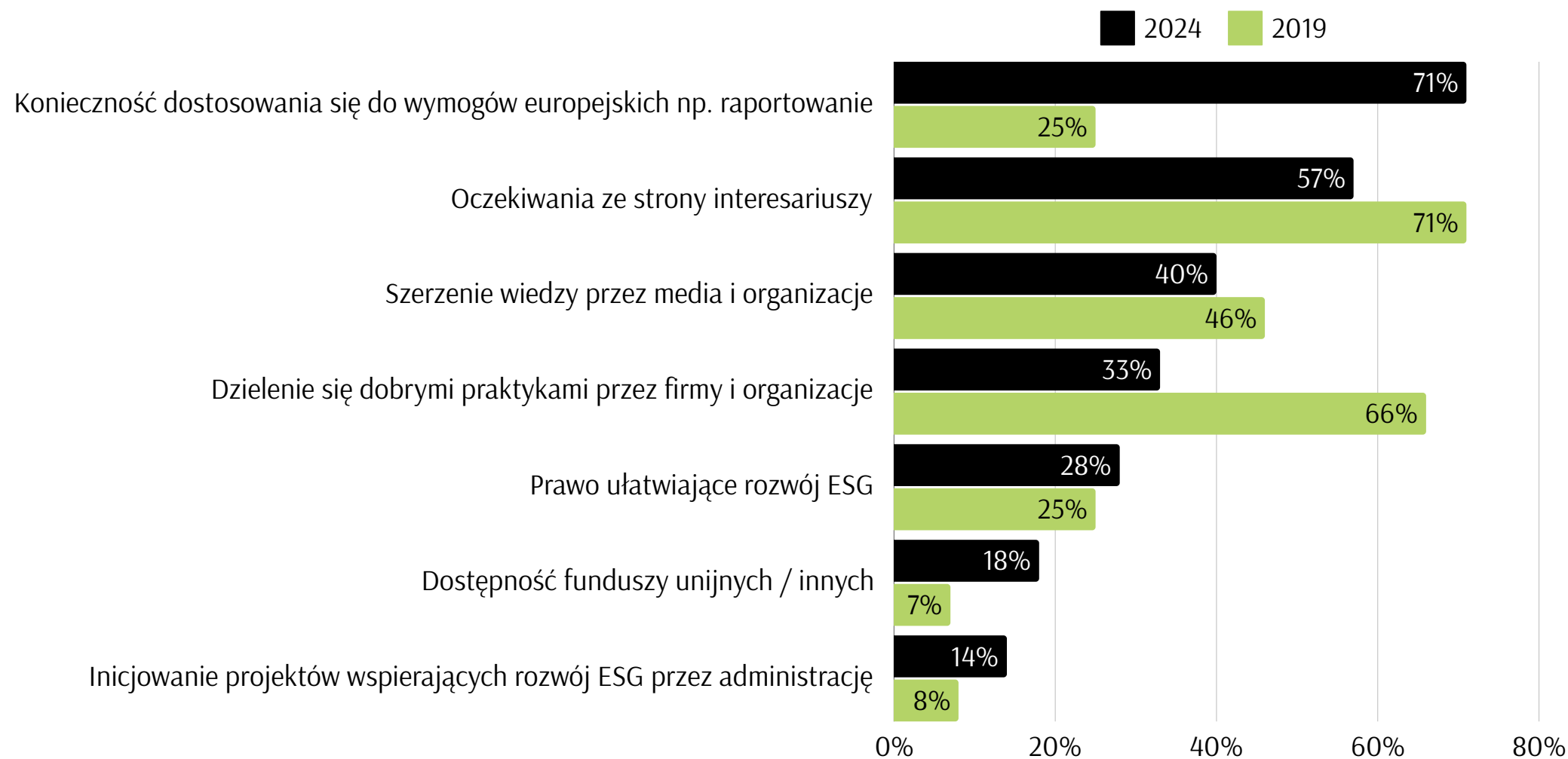
*5% firm nie udzieliło odpowiedzi na pytanie o pochodzenie kapitału.

ESG W PRAKTYCE - BAROMETR FRANCUSKO-POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ

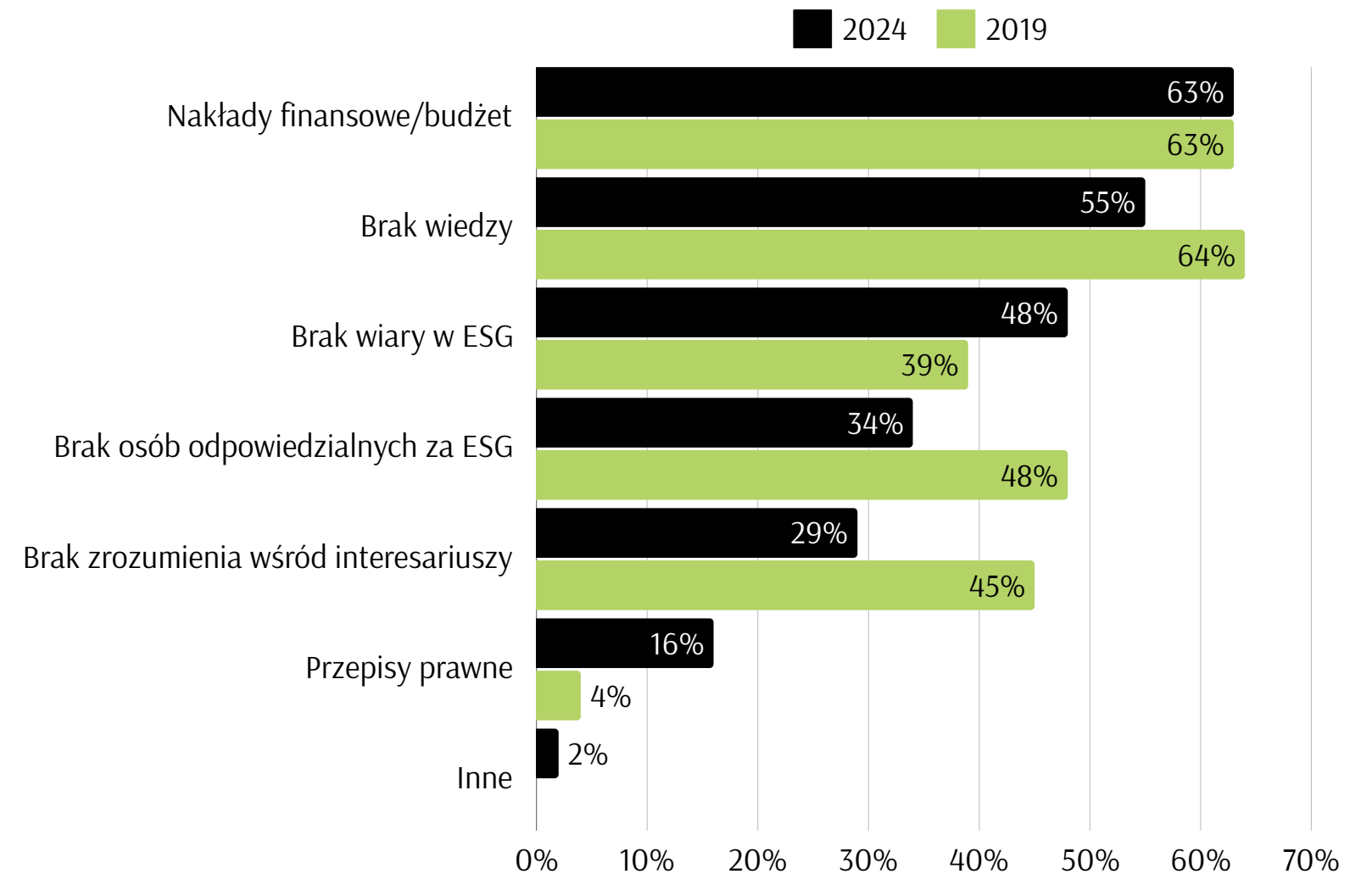


CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU ESG?

KTÓRE CZYNNIKI NAJBARDZIEJ WPŁYWAJĄ NA ROZWÓJ ESG W POLSCE?



KTÓRE CZYNNIKI NAJCZĘŚCIEJ HAMUJĄ ROZWÓJ ESG W POLSCE?





CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU ESG?



Anna Kowalik – Mizgalska
Dyrektorka Komunikacji
Korporacyjnej i CSR
Orange Polska

“

Zmiana CSR na ESG w tytule badania Francusko – Polskiej Izby Gospodarczej jest znamieną. ESG to nowy sposób opowieści o społecznej odpowiedzialności firm w oparciu o regulacje unijne w zakresie raportowania zrównoważonego rozwoju. Tegoroczne badanie zawiera więc większość wskaźników z poprzednich edycji, dodając nowe zagadnienia.

Podobnie jak w roku ubiegłym, na rozwój ESG w Polsce największy wpływ mają regulacje unijne (71%) i to one stanowią czynnik motywujący firmy do zaangażowania (66%). Bariery dla ESG nie jest już brak wiedzy (w 2023 roku 67%), ale konieczność poniesienia nakładów finansowych i brak budżetu na te działania (63%).



Magdalena Krakowiak
Chief Operating Officer,
Focal Point UN Global
Compact

“

Rozwój ESG w Polsce napędzają głównie regulacje europejskie – aż 71% firm wskazuje je jako kluczowy czynnik, w porównaniu do 25% w 2019 roku. Firmy będące członkami UN Global Compact pokazują jednak, że ESG to coś więcej niż obowiązek – to szansa na budowanie trwałej wartości. UNGC wspiera przedsiębiorstwa w przygotowaniu do raportowania ESG oraz wdrażaniu dobrych praktyk, pomagając im stać się liderami zmian. Wyniki wyraźnie wskazują, że ESG przestaje być tylko trendem, a staje się kluczowym elementem strategii biznesowych.



CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU CSR?

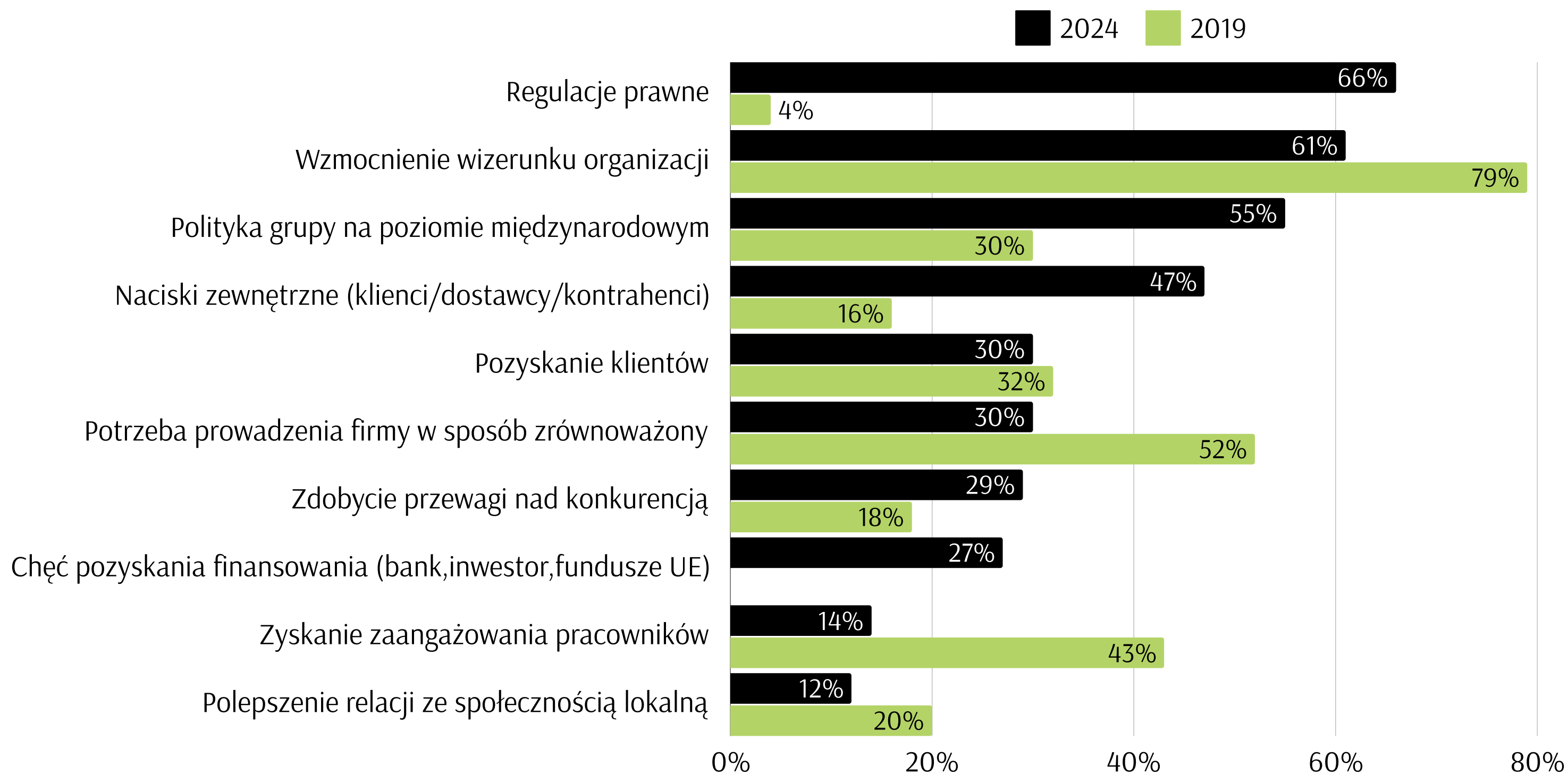


Po raz pierwszy od początku badania, to regulacje i wymogi prawne stały się najważniejszym powodem angażowania się firm w obszar ESG (wzrost z 4% w 2019 do 66% w 2024). Na drugim miejscu znalazły się kwestie wizerunkowe, które są bardziej istotne dla firm z sektora MŚP niż dla firm dużych. Trzecie miejsce zajmuje dopasowanie do wymogów stawianych przez grupę na szczeblu międzynarodowym. W ciągu ostatnich kilku lat istotnym czynnikiem, szczególnie dla dużych firm, stały się oczekiwania i naciski ze strony interesariuszy, czyli klientów, pracowników, społeczności. Maleje natomiast liczba wskazań na potrzebę prowadzenia firmy w sposób odpowiedzialny, zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju i dbałością o środowisko i społeczności.



CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU ESG?

DLACZEGO FIRMY ANGAŻUJĄ SIĘ W ESG?





CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU ESG?



Kamil Wyszkowski

Representative | Executive Director
UN Global Compact Network Poland

“

Jeśli ktoś jeszcze nie wierzy w moc regulacji to dane tegorocznego barometru pokazują wyraźny trend. ESG stało się elementem europejskiego porządku prawnego i przestało być postrzegane jako chwilowa moda, stając się standardem. Wzrost z 4% w 2019 roku do 66% w 2024 jest spektakularny.

To co zastanawia to niewielki wzrost wskazań na ESG jako podstawy przewagi nad konkurencją. Wzrost z 18% w 2019 do zaledwie 29% w 2024 jest rozczarujący. A tymczasem te firmy, które poważnie traktują koncepcję corporate sustainability i wdrażają ją do swojej wewnętrznej struktury zarządzania, widzą w ESG swoją szansę na lepszą wycenę przez rynek. Te firmy już od dawna wiedzą, że dzięki zintegrowanemu raportowaniu, transparentnemu łaadowi korporacyjnemu, czy braku tolerancji dla korupcji zwiększają swoją przewagę konkurencyjną. Te firmy będą lepiej przygotowane do globalnej konkurencji opartej na emisyjności, bo potrzeba zmniejszenia śladu węglowego i wodnego wynika u nich nie z potrzeby szukania oszczędności, ale autentycznej troski o klimat i bioróżnorodność. Nawet firmy, które postrzegają ESG jako kolejne obciążenie europejskiej biurokracji, widzą że dostępny kapitał przesunął się na zieloną stronę, i choć w ich przypadku zdecyduje rachunek ekonomiczny, to będzie on podstawą dla większej konkurencyjności przy planowaniu inwestycji.

Kolejne zaskoczenie to zaledwie 30% wiara w moc ESG w pozyskiwaniu klientów. A przecież większa transparentność i konieczność pracy nad raportem zintegrowanym wymusza refleksję nad strukturą ładu korporacyjnego. Świadomość, że świat zewnętrzny ocenia jak firma jest zbudowana i jak zarządza swoim zespołem, łańcuchem dostaw, luką płacową, polityką antidyskryminacyjną czy antykorupcyjną, mobilizuje firmy do większej dbałości o rzetelne wdrożenie zapisów raportu do firmowej praktyki działania, a to zwiększa jej odporność na kryzysy od wizerunkowych po zarządcze. A na to coraz baczniej zwraca uwagę, coraz bardziej świadomy klient.”



CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU ESG?



Michał Purol
Dyrektor ds. rozwoju
UNEP/GRID-Warszawa

“ —

Istotnym wątkiem w obszarze ESG jest współpraca z partnerami, zarówno na etapie przygotowania do raportowania, jak i budowania nowych rozwiązań czy realizacji założonej strategii. Dlatego też moją uwagę zwróciły wyniki dotyczące interesariuszy - z jednej strony wzrost świadomości i zrozumienie, którego brak, jak podawano w 2019r. (49%) przyczyniał się do hamowania rozwoju ESG w Polsce. W roku 2024 było to już tylko 29%. Z drugiej strony przez ostatnie 3 lata zauważalny jest ponowny wzrost oczekiwań ze strony interesariuszy, co przekłada się na rozwój ESG, a łańcuch wartości odegra znaczącą rolę w transformacji.



Karolina Opielewicz
Członkini Zarządu
Krajowej Izby Gospodarczej

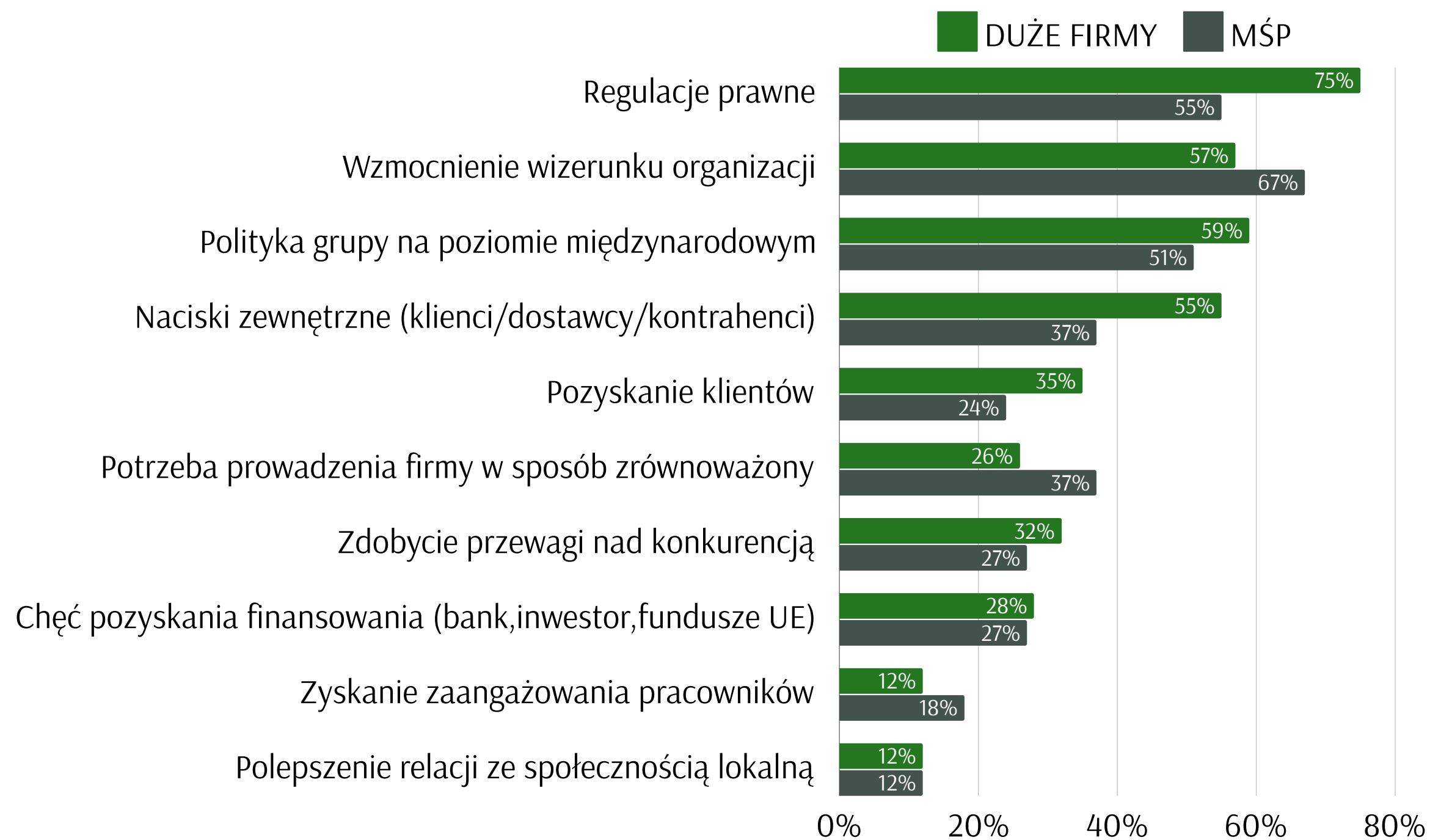
“ —

Regulacje prawne to niezmiennie główny czynnik powodujący zaangażowanie się firm w kwestie ESG. Przed organizacjami biznesu, takimi jak Krajowa Izba Gospodarcza czy Francusko-Polska Izba Gospodarcza stoi bardzo trudne zadanie edukacji przedsiębiorców, zwłaszcza tych mniejszych, że zrównoważony rozwój to znacznie więcej aniżeli regulacje czy kwestie wpływające na wizerunek firmy. Zgodnie z założeniami Komisji Europejskiej, to zrównoważona i cyrkularna gospodarka ma być jednym z głównych czynników stanowiących o konkurencyjności europejskich firm - to zaś powoduje, że na tematykę ESG musimy patrzeć szeroko - zarówno w kontekście potencjalnych ryzyk, jak i wielkich szans.



POWODY ANGAŻOWANIA SIĘ W DZIAŁANIA ESG

DUŻE FIRMY / MŚP



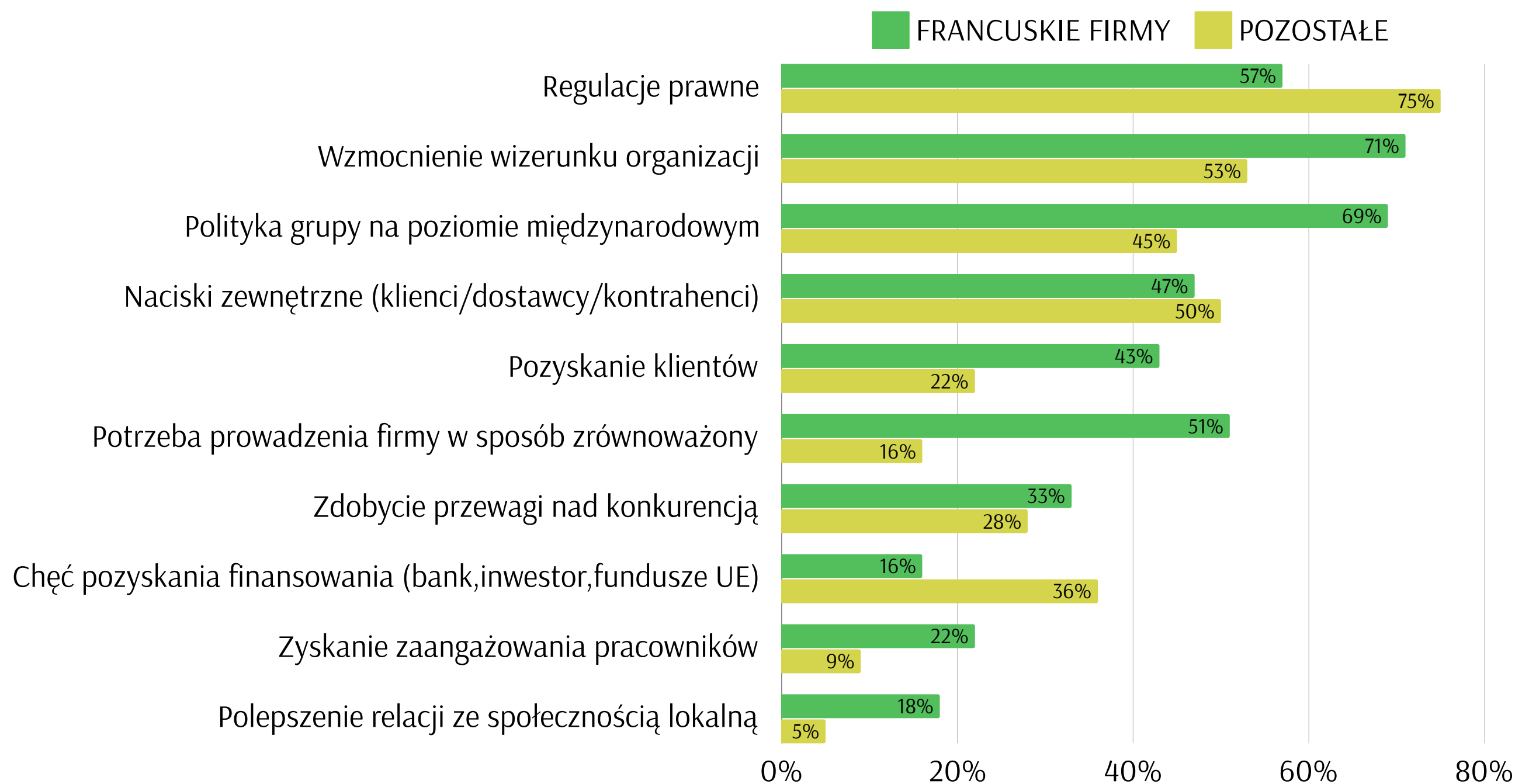
Coraz więcej organizacji jest obejmowanych wymogiem raportowania pozafinansowego, dlatego też to właśnie regulacje w przypadku dużych firm stanowią największą motywację do zajęcia się tematem ESG.

Firmy MŚP częściej niż duże organizacje angażują się z powodu wewnętrznej potrzeby prowadzenia firmy w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju, ale też z powodów wizerunkowych.



POWODY ANGAŻOWANIA SIĘ W DZIAŁANIA ESG

FIRMY FRANCUSKIE / POZOSTAŁE FIRMY



Firmy francuskie od lat prowadzą działania w obszarze ESG, dlatego też część z nich jest już przygotowana na nowe regulacje i to nie przepisy są głównym motywatorem działań. Znaczna część francuskich podmiotów w Polsce to firmy globalne, które poprzez politykę prowadzoną na szczeblu międzynarodowym są włączone do procesu transformacji w zakresie ESG.



POWODY ANGAŻOWANIA SIĘ W DZIAŁANIA ESG



Tomasz Barańczyk
Partner w PwC Polska
Lider inicjatyw ESG

“

Dane z raportu potwierdzają nasze obserwacje ze współpracy z firmami. Pokazują także, że regulacje prawne spełniają swoją rolę i motywują firmy do podjęcia działań z zakresu zrównoważonego rozwoju. Jeszcze w 2023 roku zaledwie 33% firm angażowało się w działania ESG z powodów regulacyjnych, dziś jest to 66%, a wśród dużych firm biorących udział w badaniu ten wynik jest jeszcze wyższy (75%) - co pokazuje skuteczność wprowadzania regulacji takich jak dyrektywa CSRD. Z pewnością odsetek ten będzie rósł w kolejnych latach i będziemy obserwować większe zaangażowanie również wśród mniejszych firm, które współpracują z dużymi podmiotami objętymi tą regulacją.



Dorota Franczukowska
ESG Senior Manager
PwC Polska

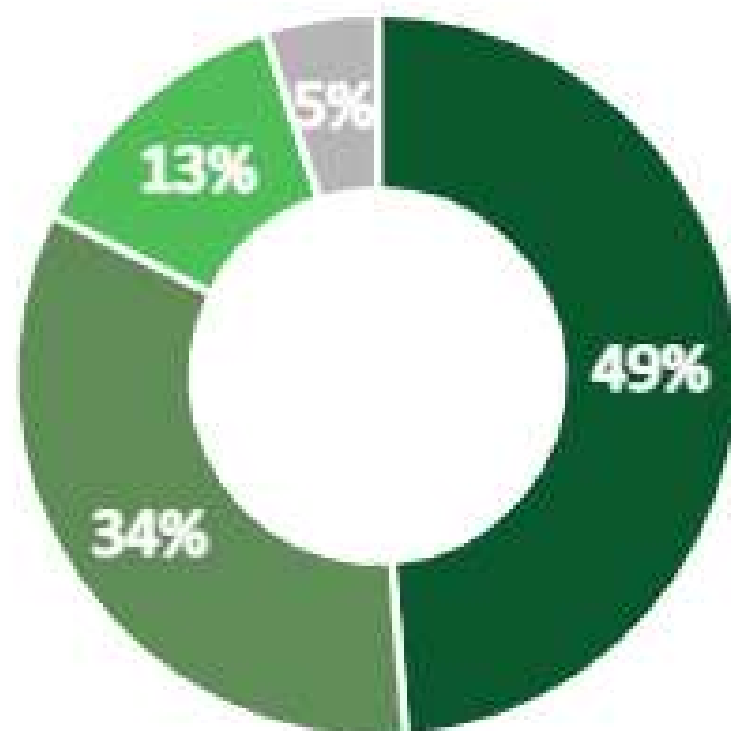
“

Cieszy wzrost świadomości zagadnień związanych ze zrównoważonym rozwojem. Brak zrozumienia kwestii ESG przez interesariuszy coraz rzadziej stanowi barierę – w 2024 r. o 19 p.p. mniej firm wskazało ten czynnik jako przeszkodę w rozwoju ESG w Polsce, w porównaniu do 2023 r. Podobnie, zmniejsza się problem braku wiedzy (spadek o 12 p.p.). Mimo tego, wciąż jest wiele do zrobienia. Edukacja rynku pozostaje kluczowym elementem wspierającym transformację firm. Z wyników badania możemy także wywnioskować, że czynniki bezpośrednio wpływające na wzrost świadomości firm to same regulacje, ale i większa dostępność funduszy unijnych na zieloną transformację, działania mediów i organizacji biznesowych, a także wpływ coraz bardziej wymagających w tym zakresie konsumentów i kontrahentów.



ZARZĄDZANIE ESG W FIRMACH

CZY W FIRMIE ISTNIEJE STRATEGIA ESG /
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU?



- Nie ma strategii ESG
- Istnieje długofalowa strategia ESG
- Istnieje roczny / 2-letni plan działań ESG
- Brak odpowiedzi / Inne: zaczynamy tworzyć strategię



77% firm francuskich posiada strategię ESG wobec 22% firm z innym kapitałem.



Wśród dużych firm 54% posiada strategię ESG, a wśród MŚP jedynie 36%.



ZARZĄDZANIE ESG W FIRMACH



Anna Kowalik – Mizgalska
Dyrektorka Komunikacji
Korporacyjnej i CSR
Orange Polska

“

Strategiczne podejście do zarządzania ESG nadal nie jest powszechne. Tylko 34% firm ma długofalową strategię ESG, a 13% roczny czy 2-letni plan działań. 49% badanych firm nie ma strategii ESG.

Być może wynika to z faktu, że w ramach nowych regulacji firmy są dopiero w trakcie opracowywania takich strategii i w przyszłym roku obserwować będziemy znaczny wzrost tego wskaźnika. Wszak Dyrektywa w sprawie sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (tzw. CSRD) mówi nie tylko o zadaniach raportowania, ale wskazuje na konieczność przygotowania strategii biznesowych w oparciu o cele zrównoważonego rozwoju.



Tomasz Czech
Knowledge Officer
UN Global Compact
Network Poland

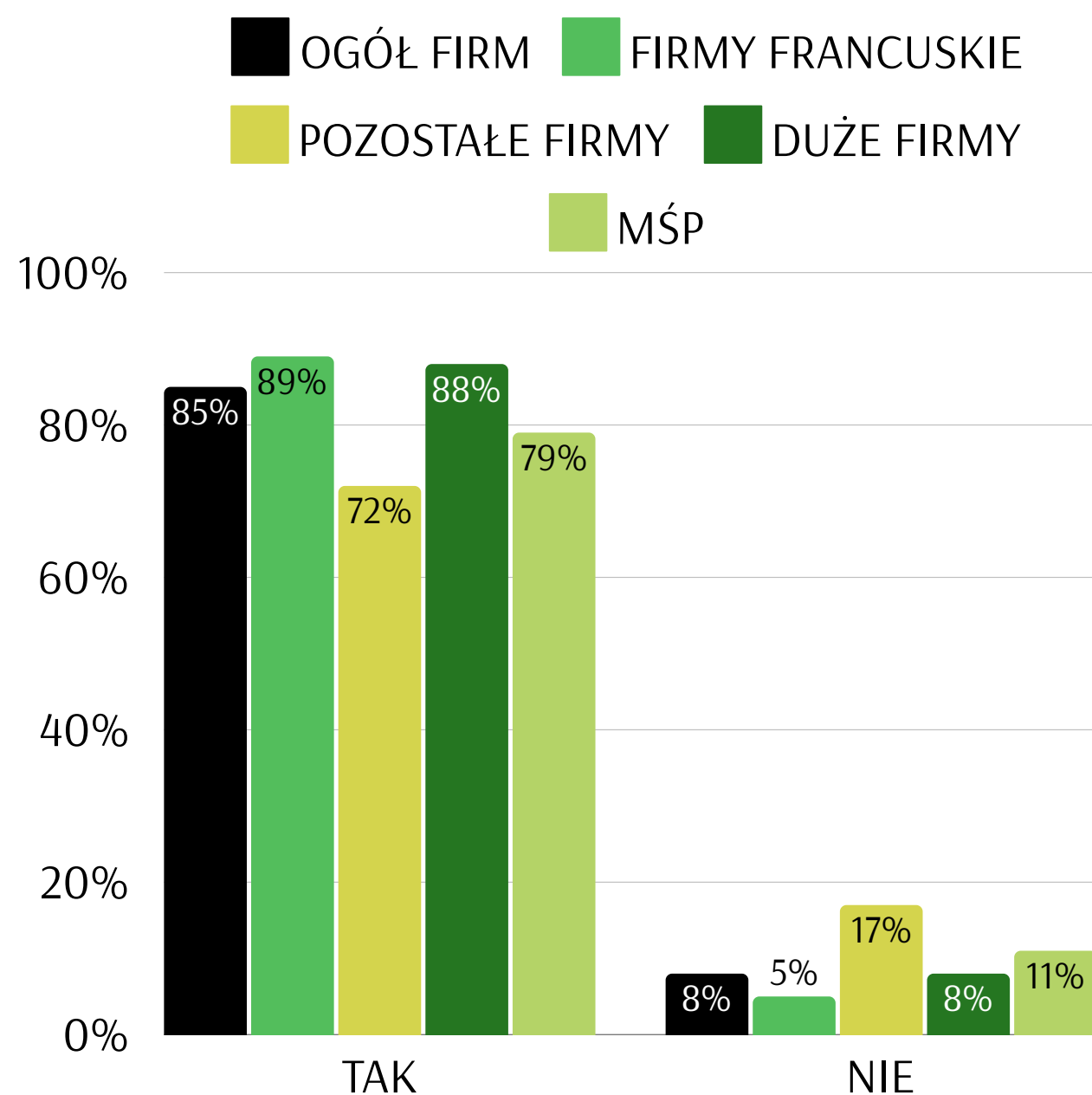
“

Strategie ESG są stopniowo wdrażane w przedsiębiorstwach, ale z dużym zróżnicowaniem. 49% przebadanych podmiotów w ogóle nie posiada strategii ESG, przy czym sytuacja jest wyraźnie lepsza wśród dużych przedsiębiorstw (ok. 42% posiada strategię ESG) w porównaniu do MŚP (22%). Mimo braku formalnych strategii, aż 72% badanych firm deklaruje realizację działań w obszarze ESG. Wyniki sugerują, że chociaż świadomość w obszarze ESG rośnie, wdrażanie konkretnych strategii wymaga dalszego wsparcia, zwłaszcza w sektorze MŚP, które napotyka bariery organizacyjne i finansowe.



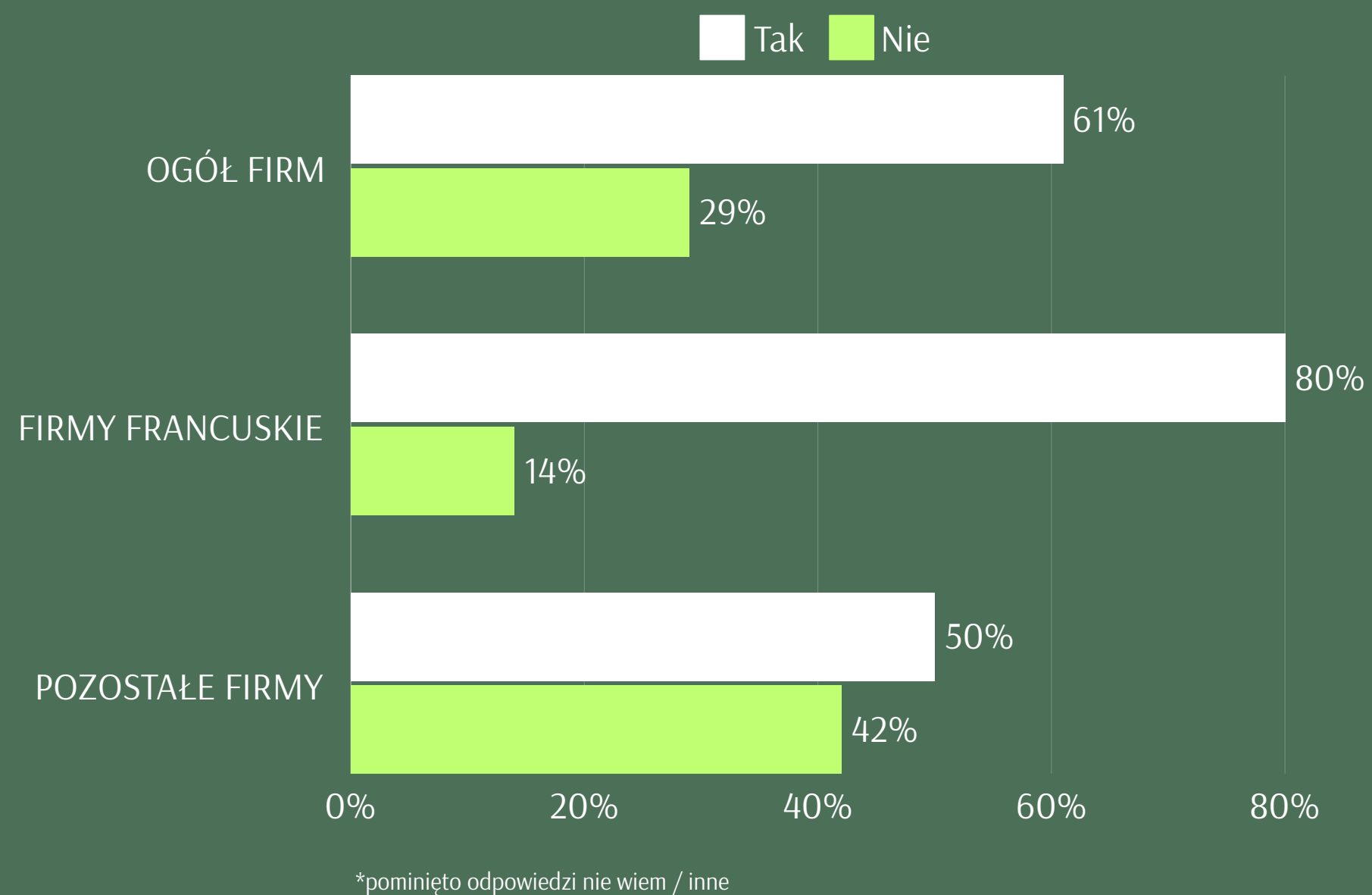
ZARZĄDZANIE ESG W FIRMACH

CZY STRATEGIA ESG JEST CZĘŚCIĄ WASZEJ STRATEGII BIZNESOWEJ?



*pominięto odpowiedzi nie wiem / inne

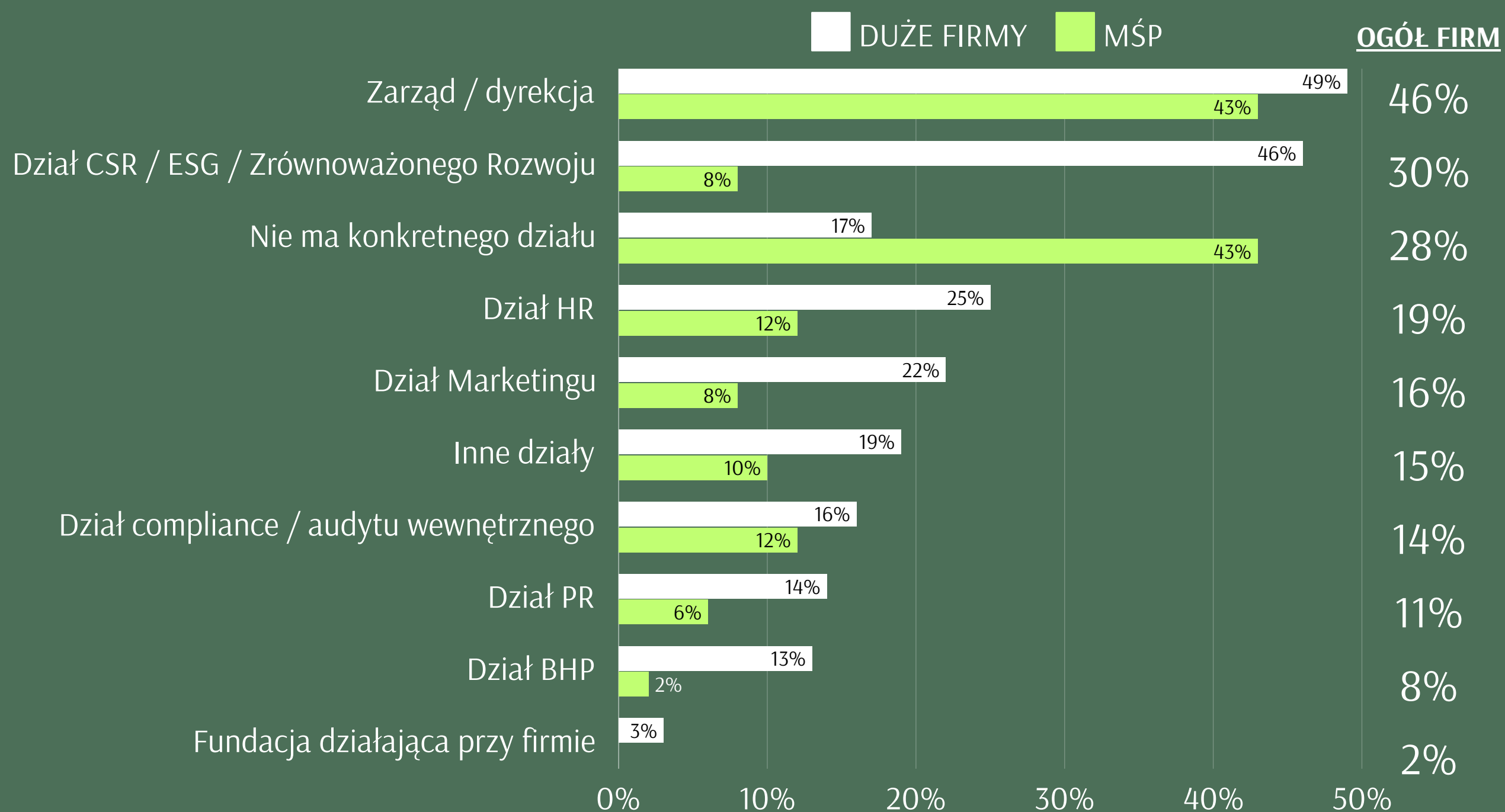
CZY ZARZĄD JEST ZANGAŻOWANY W PLANOWANIE STRATEGII ESG?





ZARZĄDZANIE ESG W FIRMACH

KTO W PAŃSTWA FIRMIE JEST ODPOWIEDZIALNY ZA REALIZOWANIE DZIAŁAŃ ESG?



Odpowiedzialność za działania w obszarze ESG w dużych firmach coraz bardziej się profesjonalizuje. Już blisko połowa z nich posiada osobny dział dedykowany temu obszarowi.

Firmy MŚP albo zarządzają ESG z poziomu Zarządu lub Dyrekcji albo obszar ten pozostaje niezagospodarowany (43% wskazań w obu przypadkach).



ZARZĄDZANIE ESG W FIRMACH



Anna Kowalik – Mizgalska

Dyrektorka Komunikacji Korporacyjnej i CSR
Orange Polska

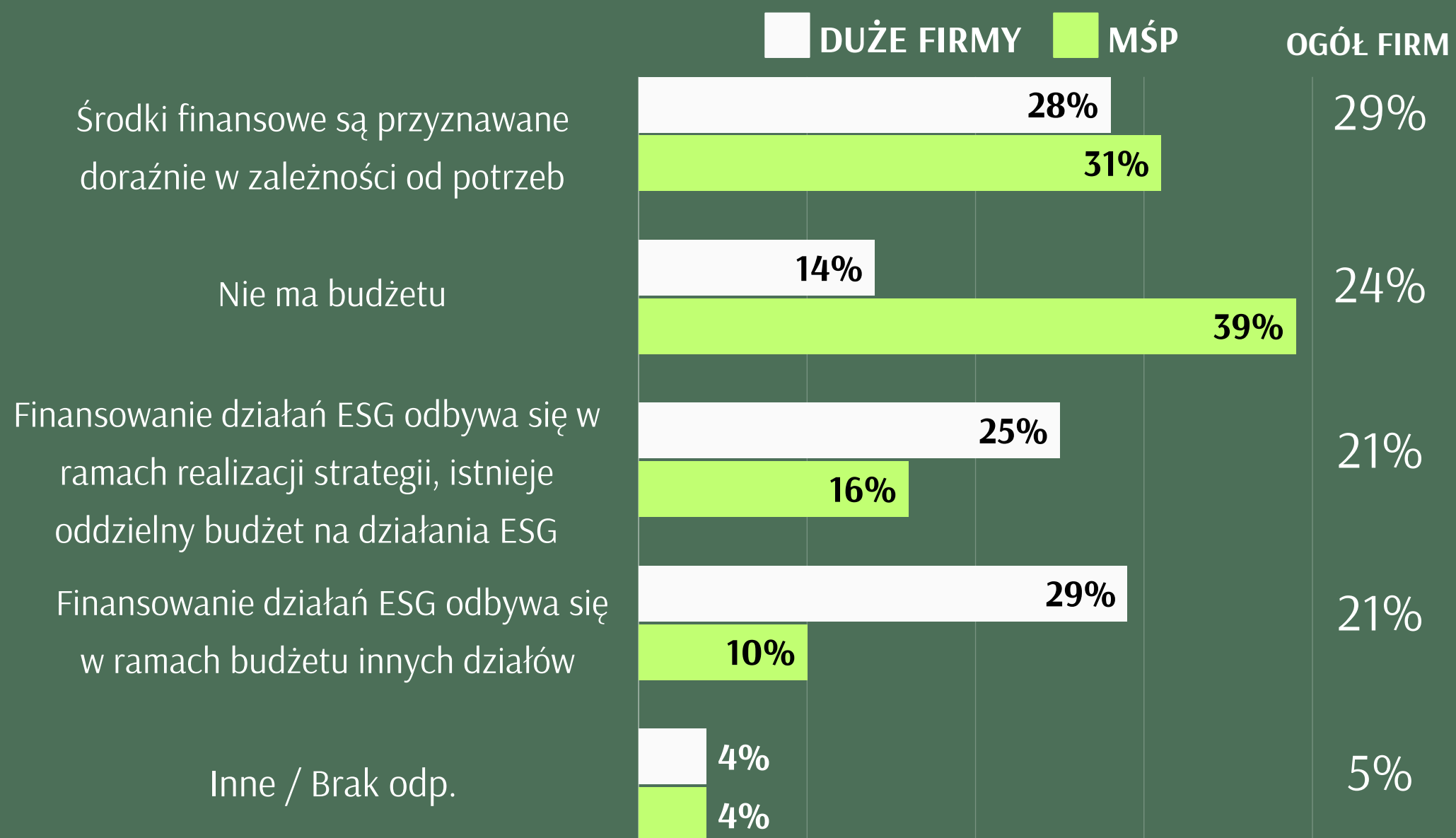
“ —

W zakresie realizowania działań zrównoważonego rozwoju widać szerokie rozłożenie odpowiedzialności na różne funkcje w organizacji. Nie jest to już tylko dział CSR/ESG, który pojawia się w 30% odpowiedzi (40% w 2023), ale działy – BHP, HR, Środowiska, audytu i Compliance. Maleje znaczenie takich funkcji jak marketing (16% w 2024 vs 30% w 2023), czy fundacji korporacyjnych (2% w 2024 vs 13% w 2023). To znaczące przeniesienie punktu ciężkości zarządzania kwestiami ESG i oparcie działań na wymiernych wskaźnikach ujętych w określone polityki i procedury. Cieszy to, że nadal na pierwszym miejscu wymieniany jest zarząd/dyrekcja (46%), jako odpowiedzialny za realizację działań w zakresie zrównoważonego rozwoju.



ZARZĄDZANIE ESG W FIRMACH

W JAKI SPOSÓB W FIRMIE SĄ FINANSOWANE DZIAŁANIA ESG?



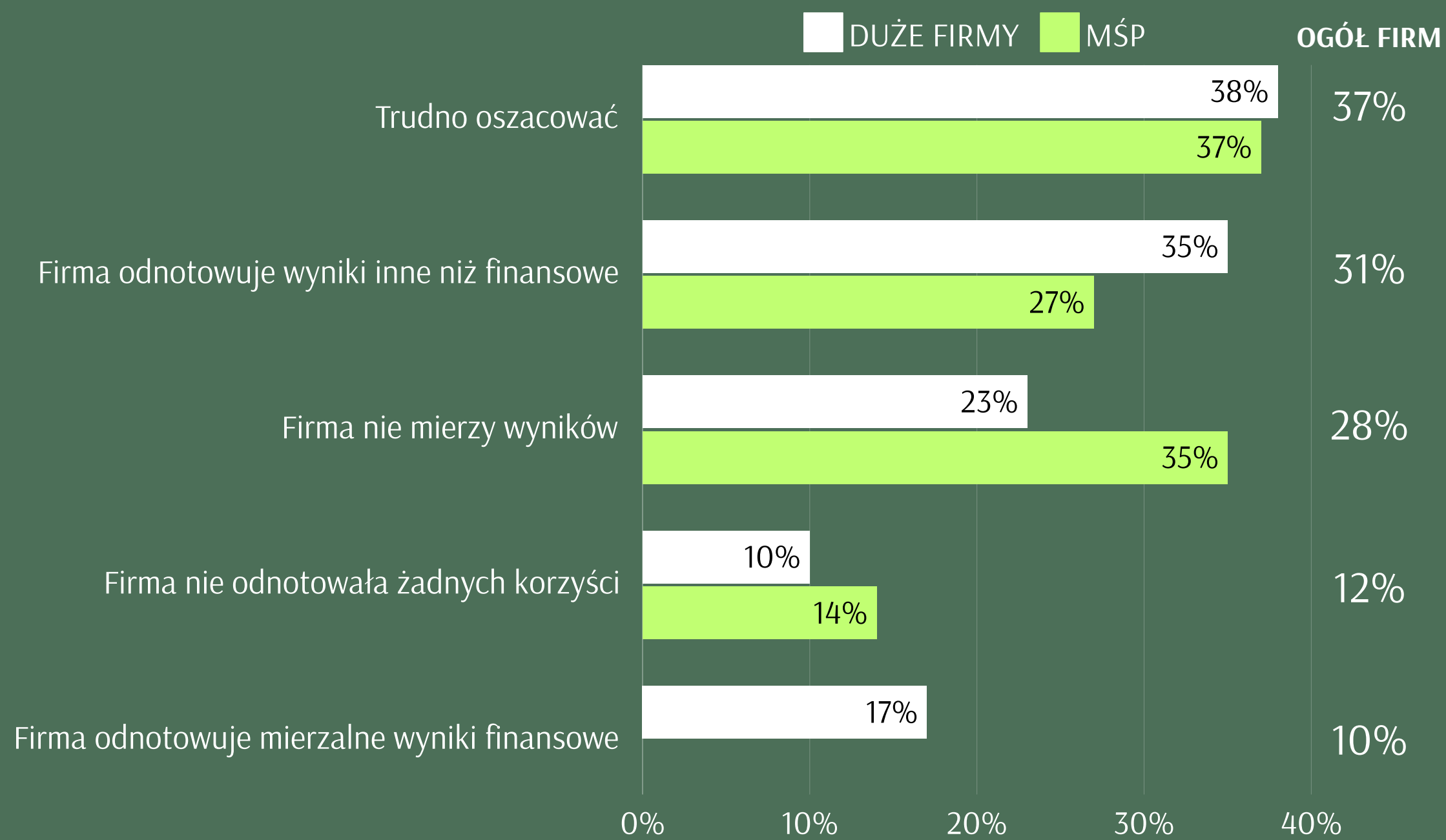
ILE WYDAJĄ PAŃSTWO ROCZNIE NA DZIAŁANIA ESG?

	OGÓŁ FIRM	DUŻE FIRMY	MŚP
Brak danych	54%	48%	61%
od 10 000 do 100 000 pln	18%	17%	20%
od 100 000 do 1 000 000 pln	10%	16%	2%
do 10 000 pln	11%	7%	16%
powyżej 1 000 000 pln	7%	12%	0%



ZARZĄDZANIE ESG W FIRMACH

JAKIE KORZYŚCI ODNOSICIE Z DZIAŁAŃ ESG?



Jedynie duże organizacje, które posiadają zasoby ludzkie, finansowe i merytoryczne potrafią określić mierzalne korzyści, które firma odnotowuje z działań ESG.

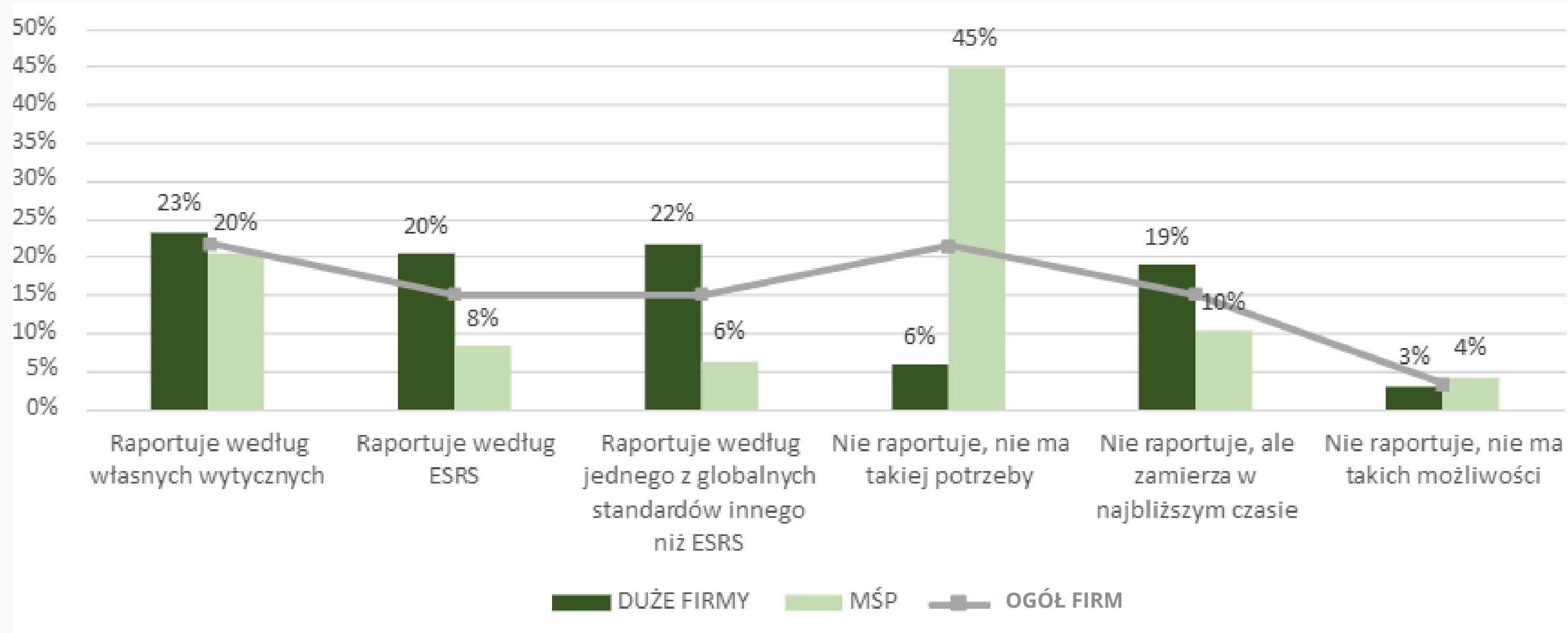
Firmy z sektora MŚP najczęściej nie mierzą wyników lub jest im trudno je określić.

Brak jakichkolwiek korzyści z prowadzonych działań ESG deklaruje co dziesiąta duża firma i co siódma z sektora MŚP.



RAPORTOWANIE ESG

CZY FIRMA RAPORTUJE DZIAŁANIA ESG?



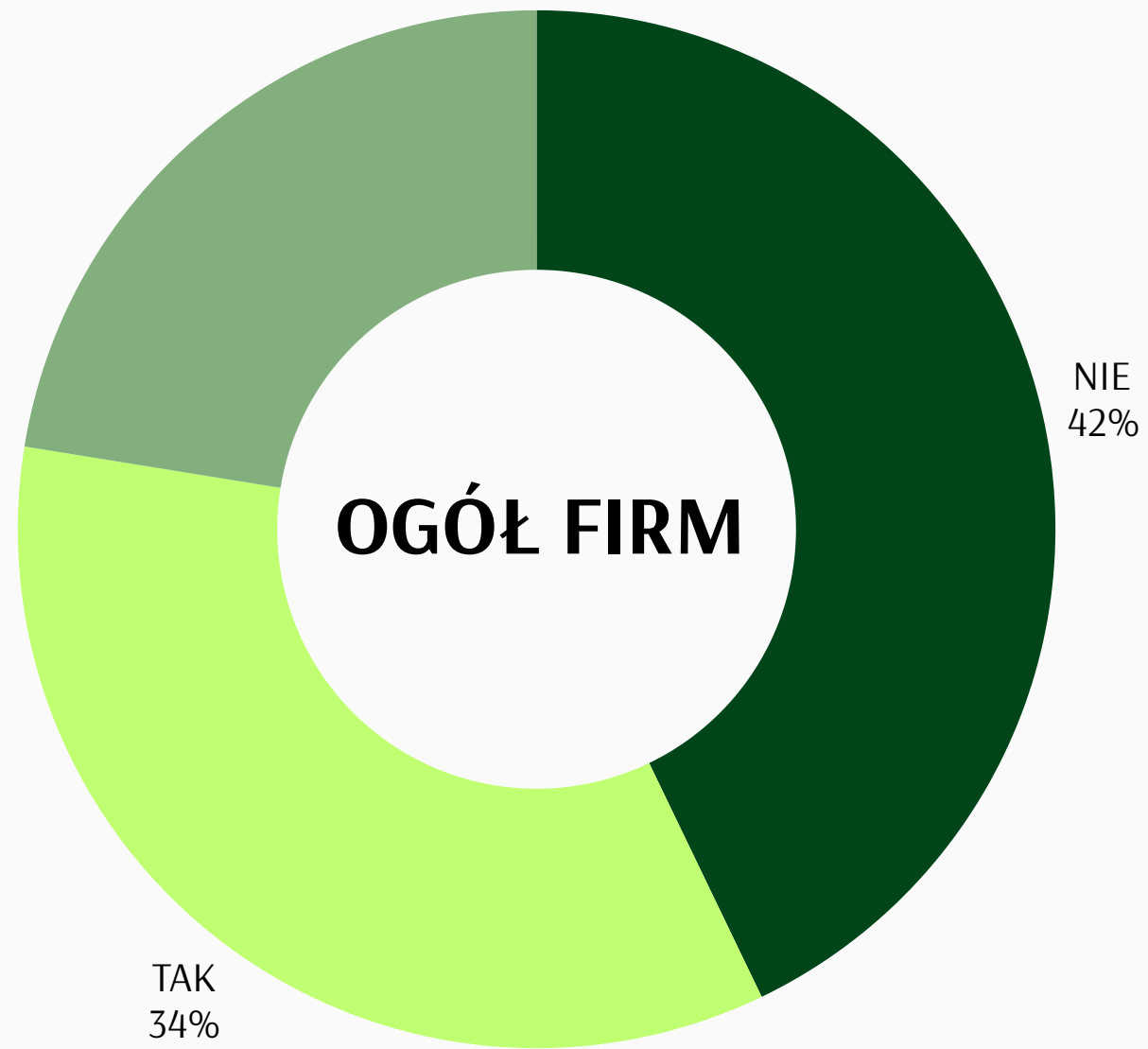
69%
firm francuskich
w Polsce
raportuje
działania ESG



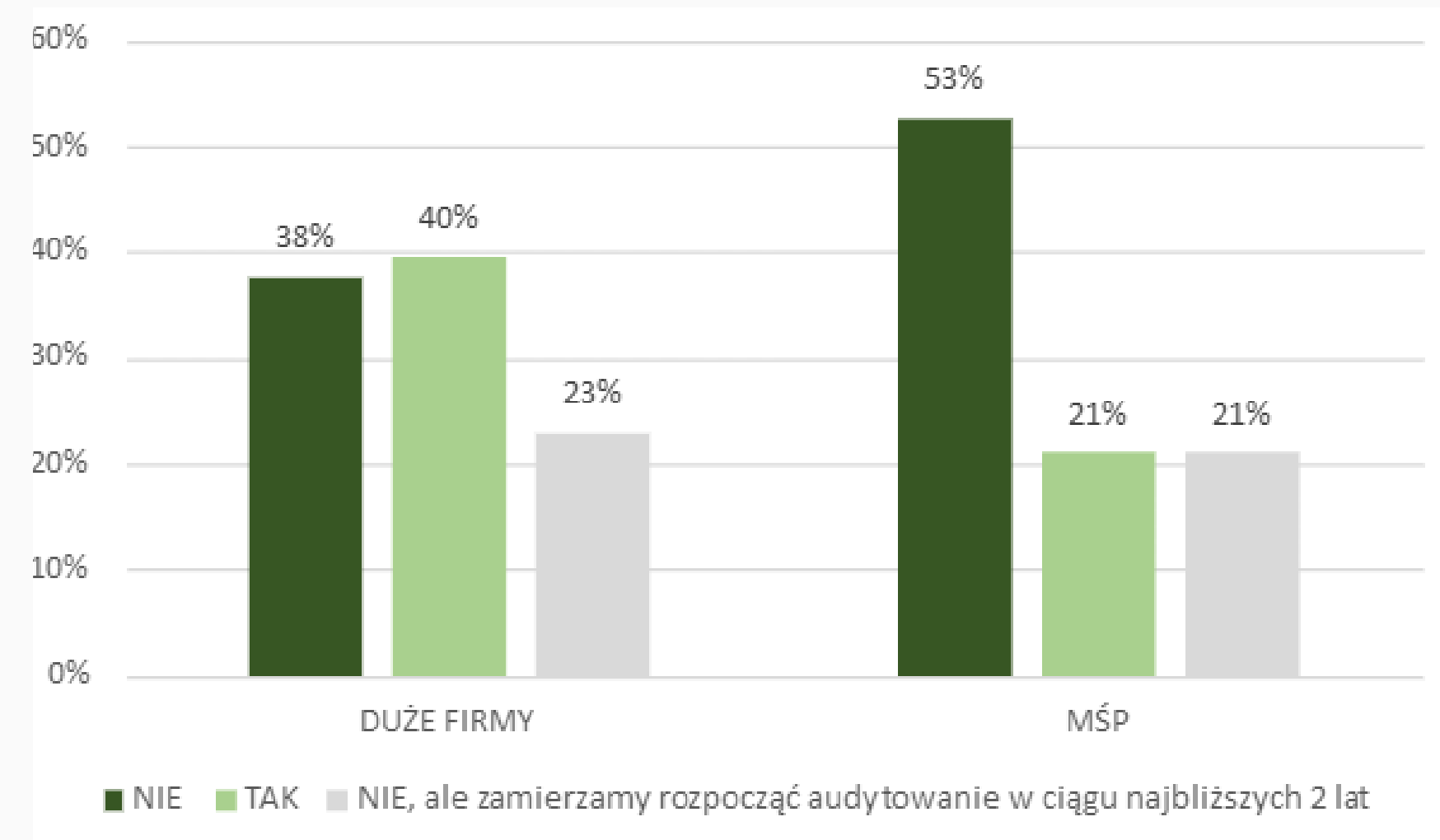
RAPORTOWANIE ESG

CZY PAŃSTWA FIRMA PRZEPROWADZA ZEWNĘTRZNY AUDYT RAPORTU ESG / ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU?

NIE, ale zamierzamy rozpocząć audytowanie w ciągu najbliższych 2 lat
22%



DUŻE FIRMY / MŚP





KOMUNIKACJA DZIAŁAŃ ESG

W JAKI SPOSÓB FIRMA PROWADZI KOMUNIKACJĘ DZIAŁAŃ ESG?

Firmy najczęściej komunikują poprzez media społecznościowe (56%), stronę internetową (54%) i kanały komunikacji wewnętrznej (43%). Ponad 30% firm MŚP i 18% dużych firm nie komunikuje swoich działań w obszarze ESG.





KOMUNIKACJA DZIAŁAŃ ESG



Miłosz Marchlewicz

Dyrektor ds. komunikacji
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

“ —

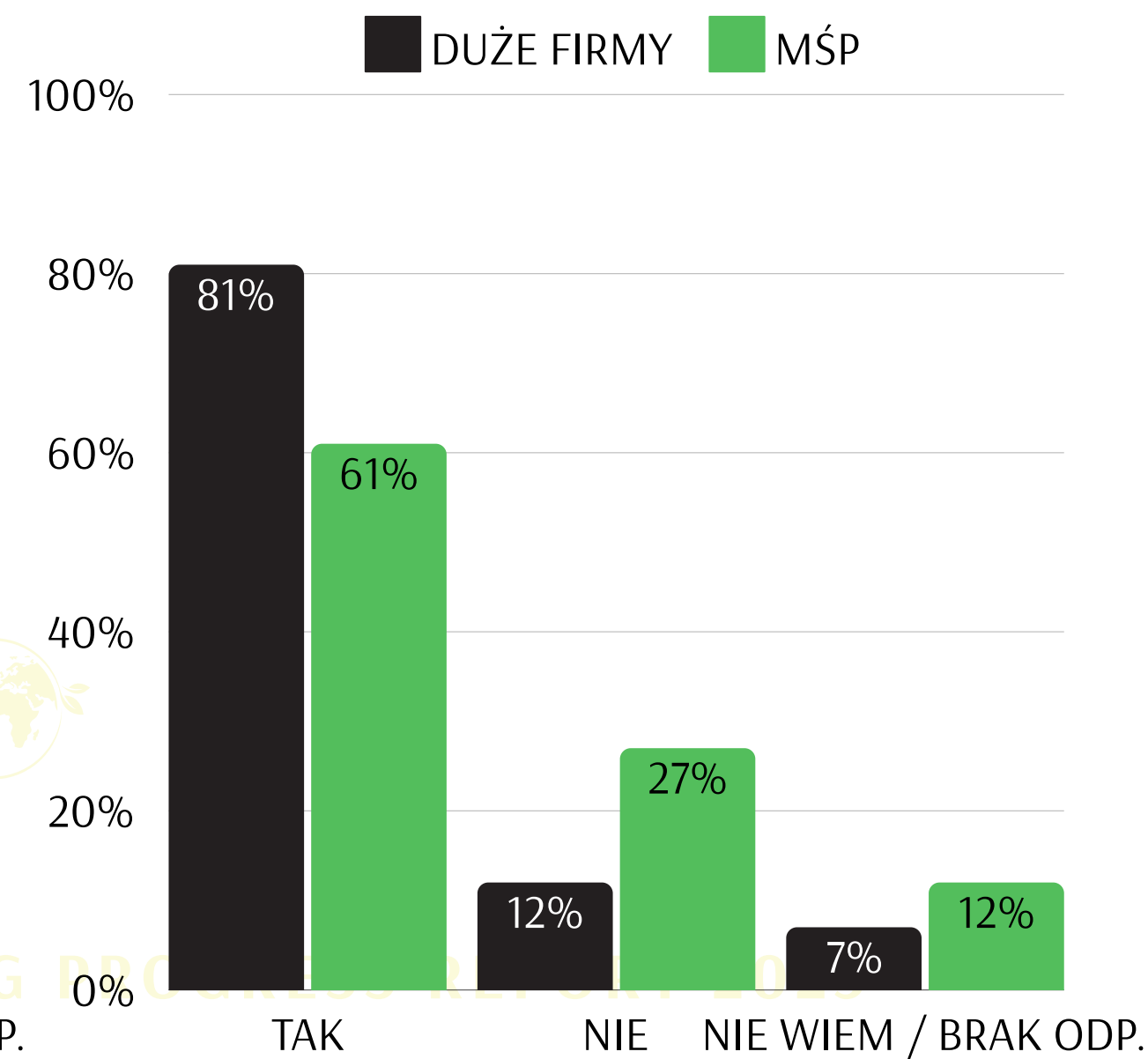
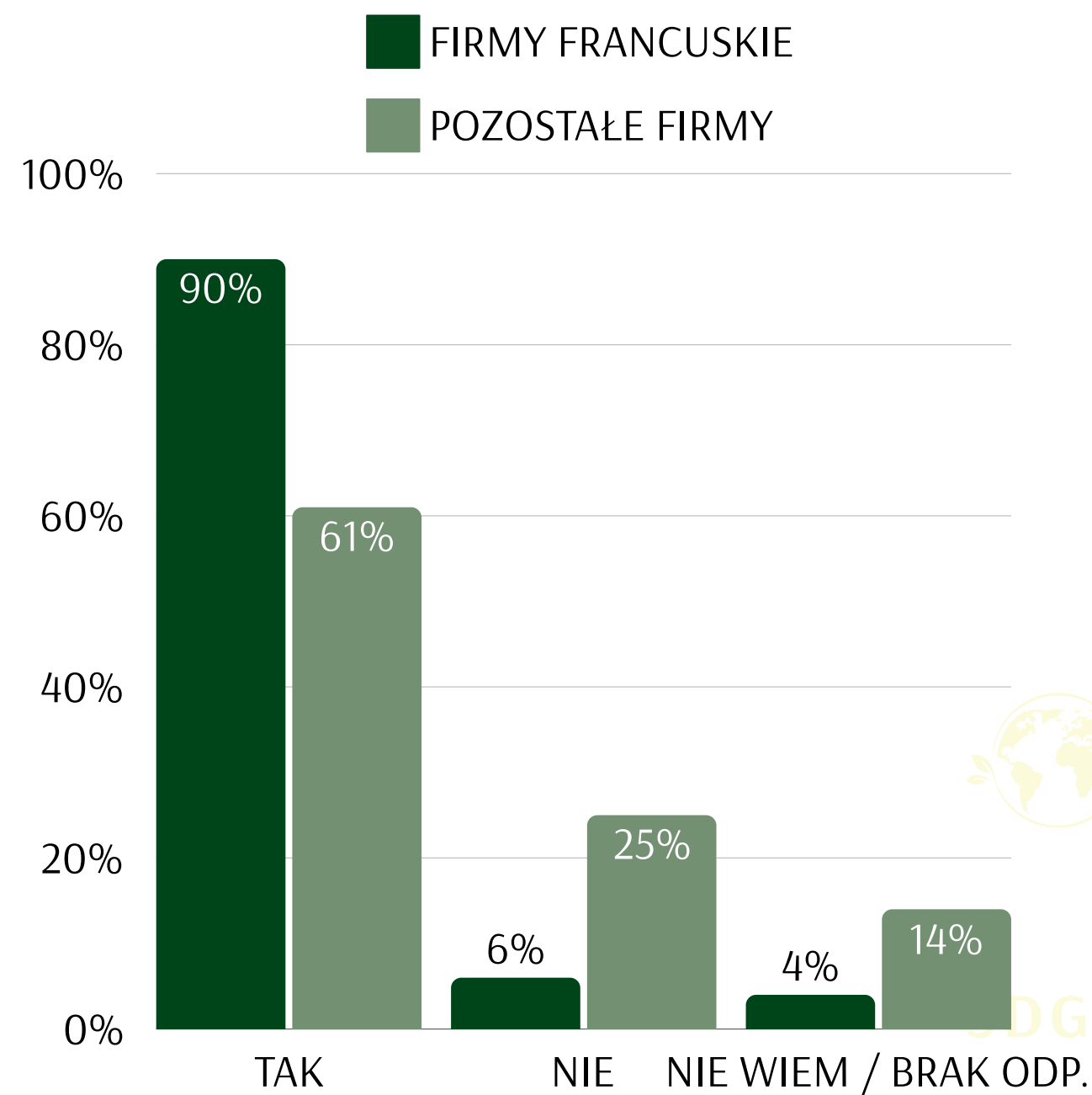
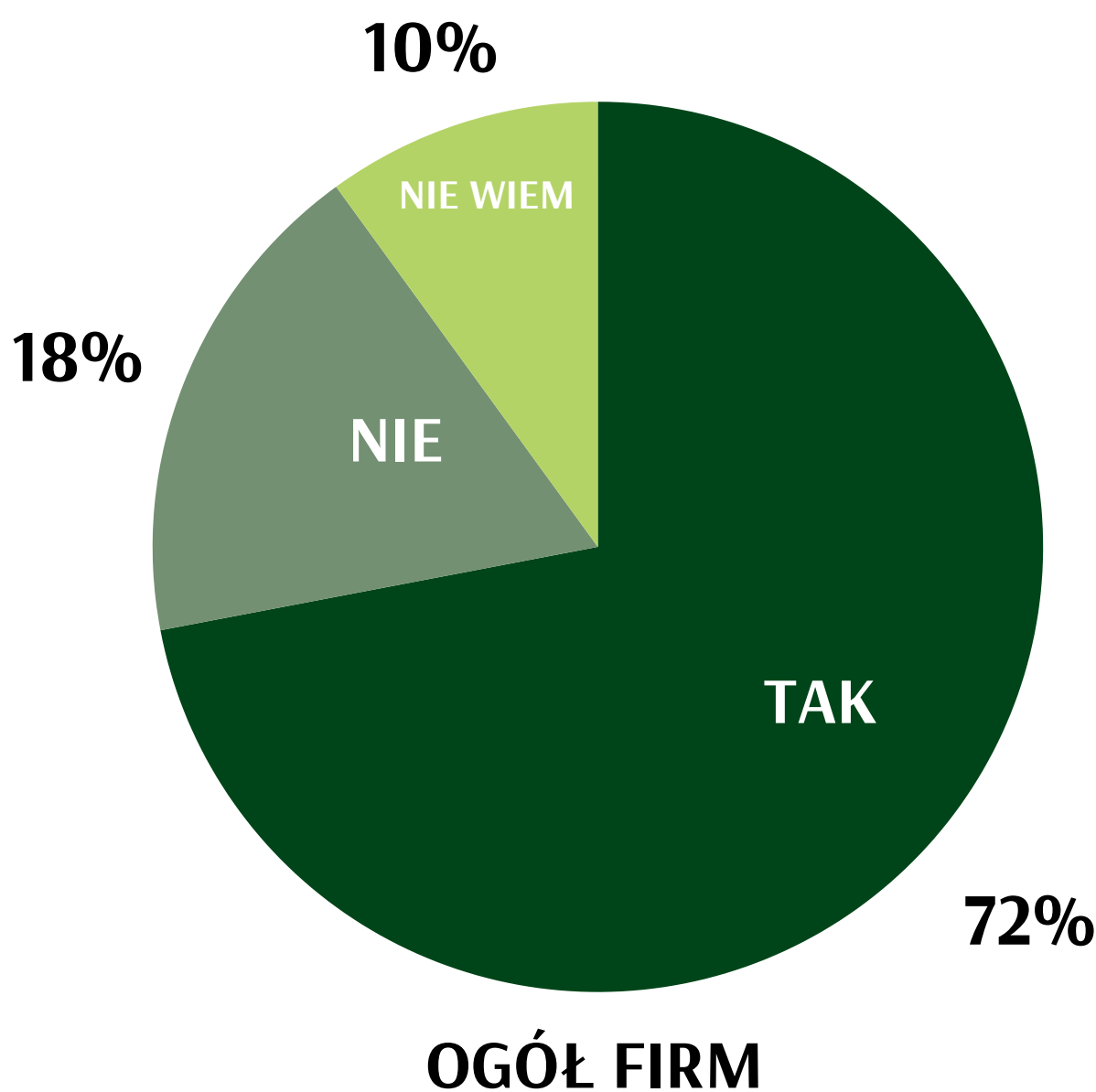
Wyniki barometru CCIFP to jedno z najcenniejszych źródeł wiedzy o tym, jak firmy w Polsce podchodzą do kluczowych zagadnień z obszaru zrównoważonego rozwoju. Wyniki 9. edycji badania pokazują, że biznes dostrzega wagę tego tematu - w dużej mierze z uwagi na regulacje związane z ESG. Firmy odczuwają także rosnące oczekiwania ze strony interesariuszy - to trend, który zapewne będzie się wzmacniał.

Wyzwaniem, przed którym stoi wiele przedsiębiorstw, jest integracja kwestii związanych z czynnikami ESG do strategii biznesowej. Wyniki badania obrazują także rosnące zapotrzebowanie na dostęp do wiedzy i działań edukacyjnych - zwłaszcza w ramach łańcuchów wartości firm. Tym bardziej potrzebujemy inicjatyw, które będą wsparciem dla biznesu w rozwoju niezbędnych kompetencji, a szerzej - wspólnych działaniach na rzecz zrównoważonej transformacji polskiej gospodarki.

DZIAŁANIA (E - ENVIRONMENT)



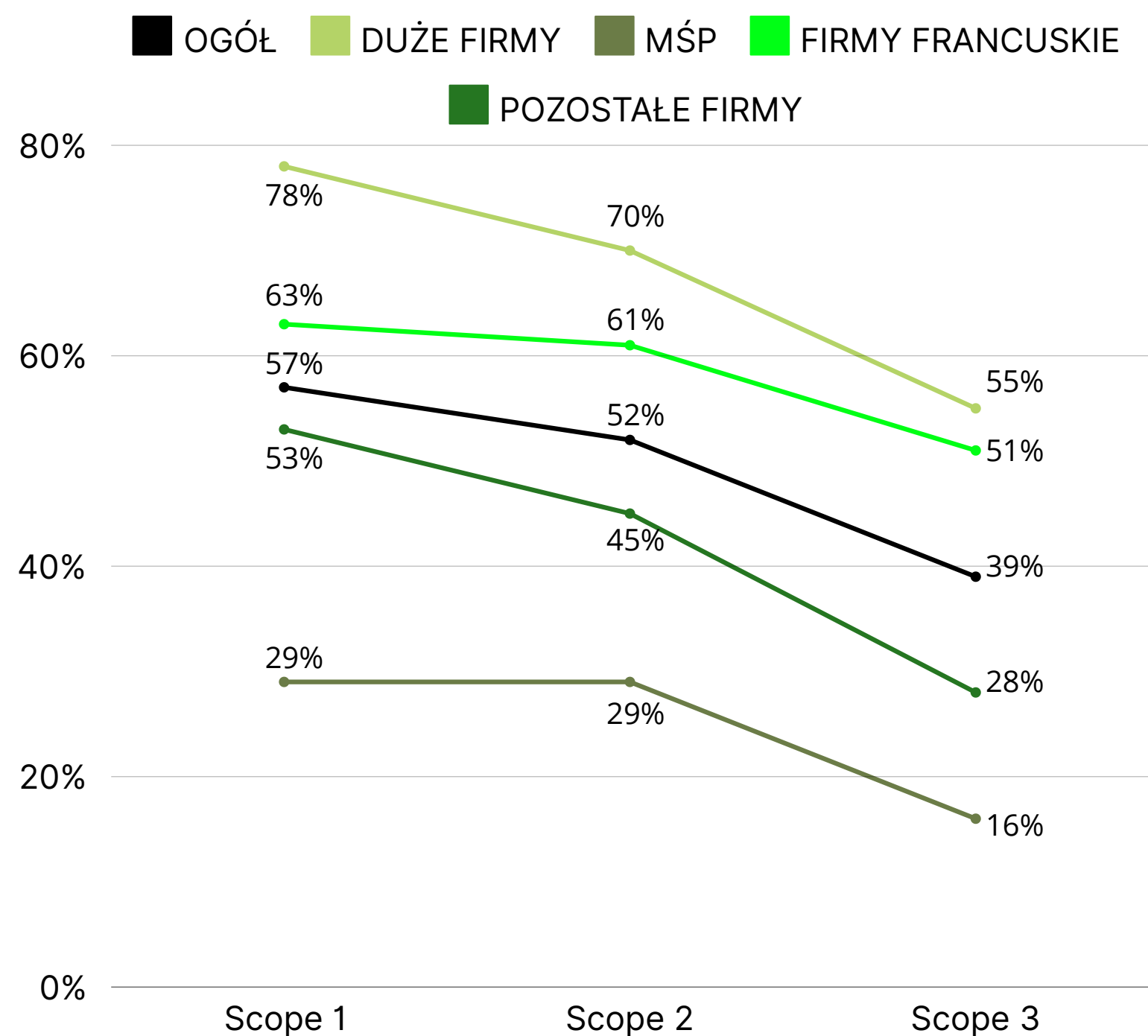
CZY PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA W OBSZARZE DOTYCZĄCYM OCHRONY ŚRODOWISKA I KLIMATU (E - ENVIRONMENT)?



DZIAŁANIA (E - ENVIRONMENT)



CZY OBLICZACIE ŚLAD WĘGLOWY ORGANIZACJI?



Ślad węglowy organizacji jest jednym z podstawowych wskaźników podawanych w raportach ESG, dlatego też oblicza go coraz więcej firm, szczególnie dużych, które zobligowane są do tego przez unijne regulacje. Jak pokazują wyniki ankiety najtrudniejszym obszarem do zmierzenia pozostają emisje pośrednie, tzw. scope 3. Podczas gdy różnica pomiędzy firmami liczącymi emisje w 1 i 2 zakresie jest niewielka (między 2% a 8%), to już liczenie emisji w ostatnim zakresie deklaruje o ponad 20% mniej firm niż w przypadku zakresu 1.

Firmy francuskie działające w Polsce częściej niż pozostałe firmy liczą ślad węglowy. W przypadku zakresu 1 różnica wynosi jedynie 10%, jednak w przypadku zakresu 3 wynosi ona już 23% na korzyść firm francuskich.

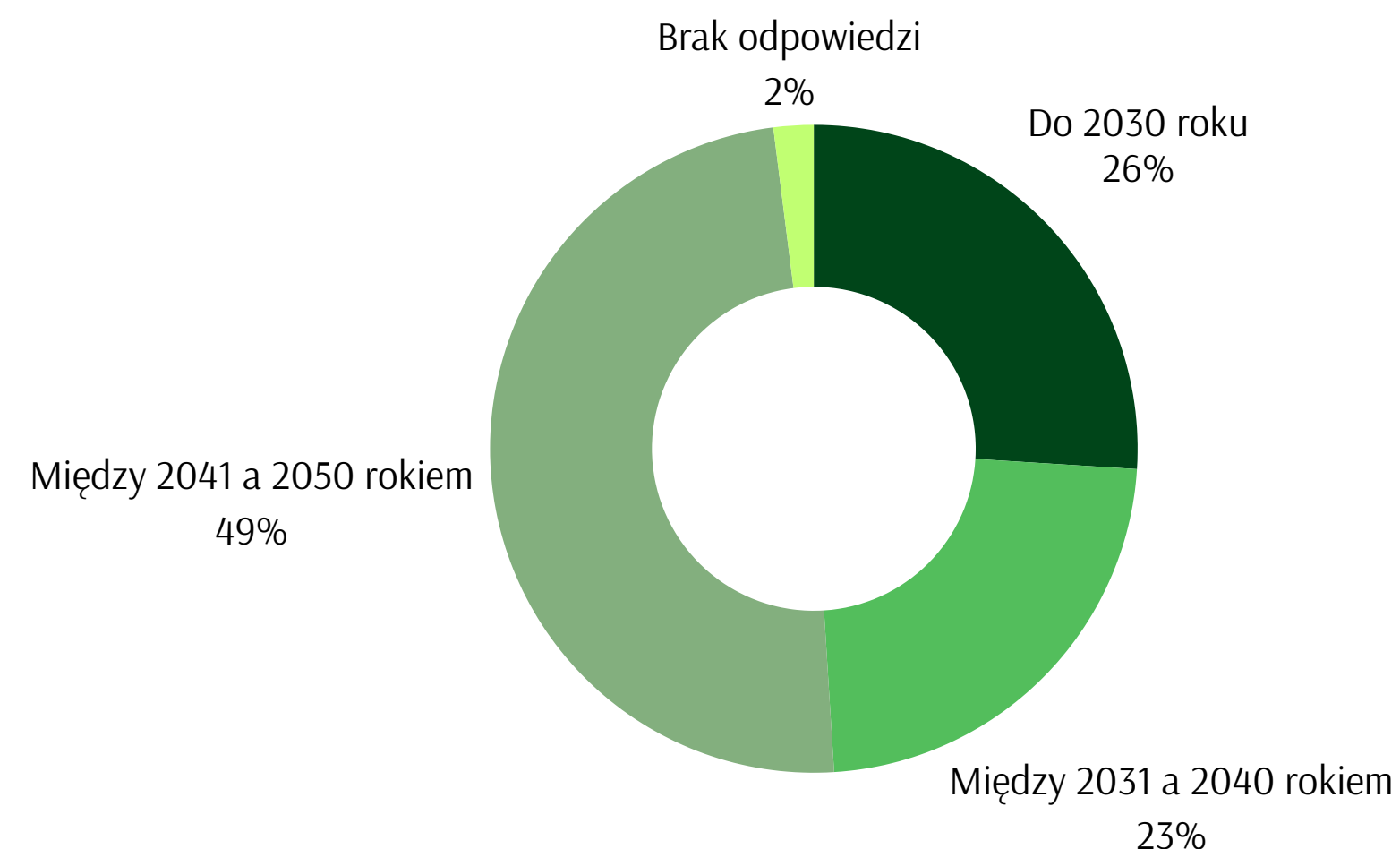
DZIAŁANIA (E - ENVIRONMENT)



CZY MAJĄ PAŃSTWO WYZNACZONE CELE DOTYCZĄCE OGRANICZANIA EMISJI GAZÓW CIEPLARNIANYCH?

	OGÓŁ FIRM	DUŻE FIRMY	MŚP	FIRMY FRANCUSKIE	POZOSTAŁE FIRMY
TAK	39%	57%	16%	57%	25%
NIE	46%	33%	65%	29%	63%
NIE WIEM / BRAK ODP.	14%	10%	18%	14%	12%

DO KIEDY FIRMA PLANUJE OSIAGNAĆ NEUTRALNOŚĆ KLIMATYCZNĄ?

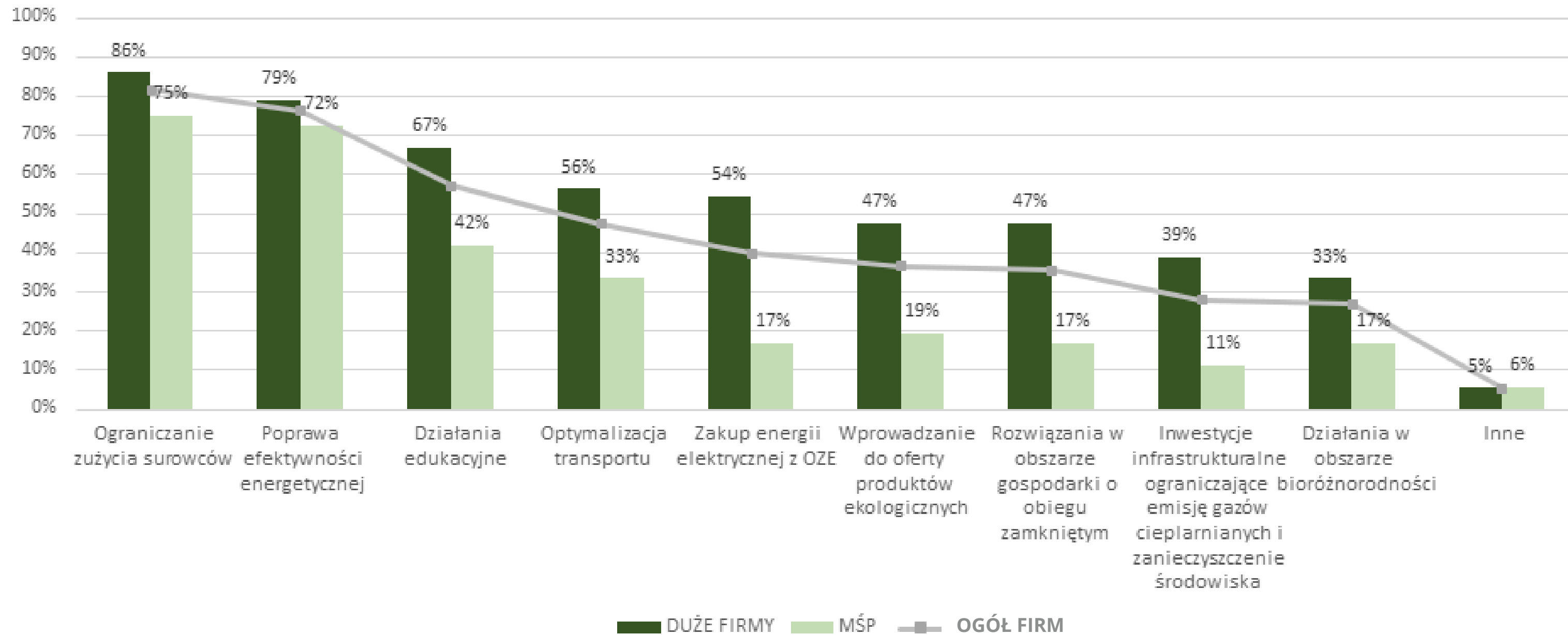


Wśród dużych firm co druga ma wyznaczone cele dotyczące ograniczania emisji (taki sam wynik osiągnęły firmy francuskie), natomiast wśród MŚP jest to jedynie 16%. Połowa firm odkłada moment osiągnięcia neutralności klimatycznej na lata 2041 - 2050, czyli maksymalny termin zadeklarowany w 2019 przez państwa Unii Europejskiej.

DZIAŁANIA (E - ENVIRONMENT)



DZIAŁANIA W OBSZARZE DOTYCZĄCYM OCHRONY ŚRODOWISKA I KLIMATU (E - ENVIRONMENT)

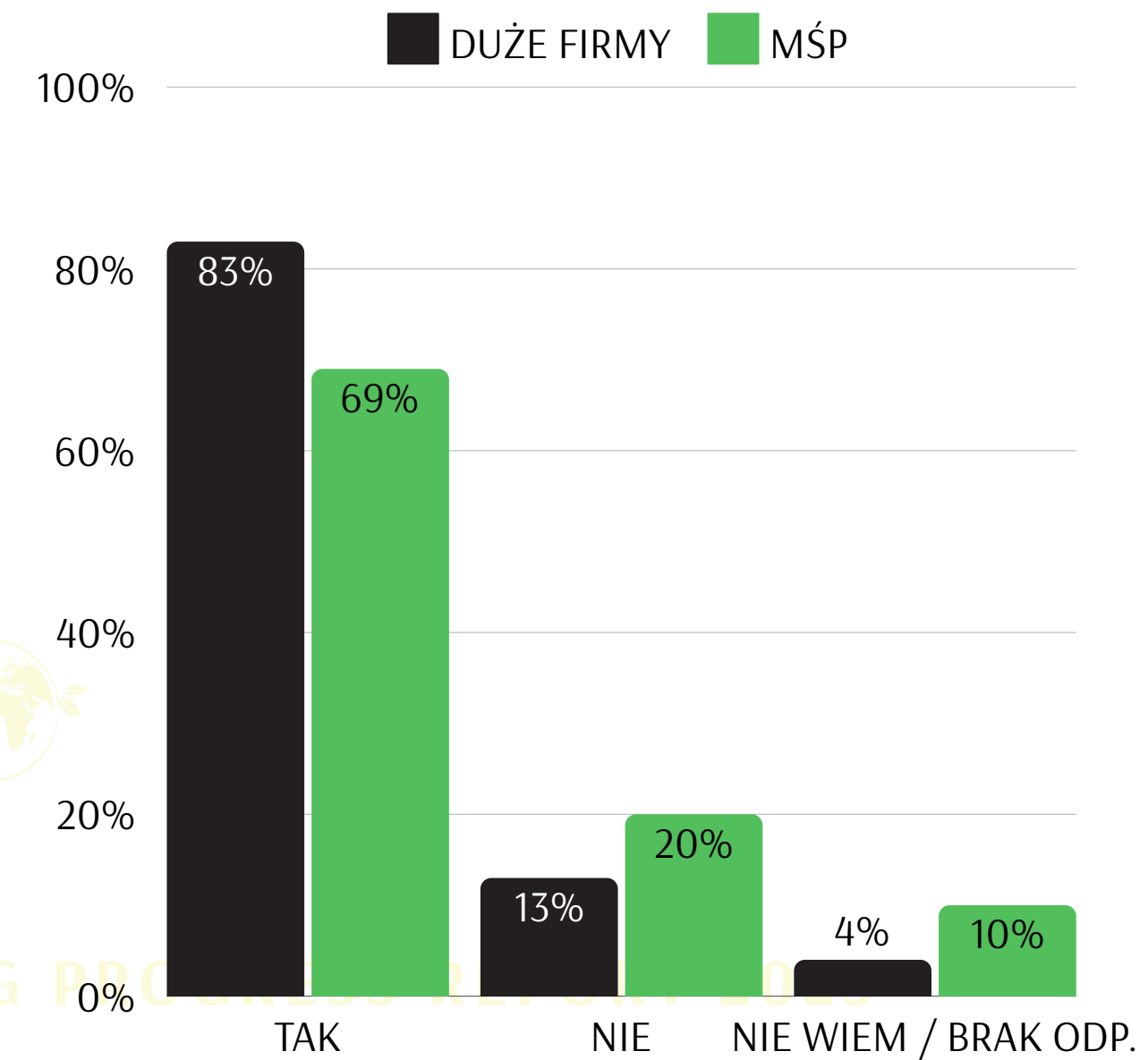
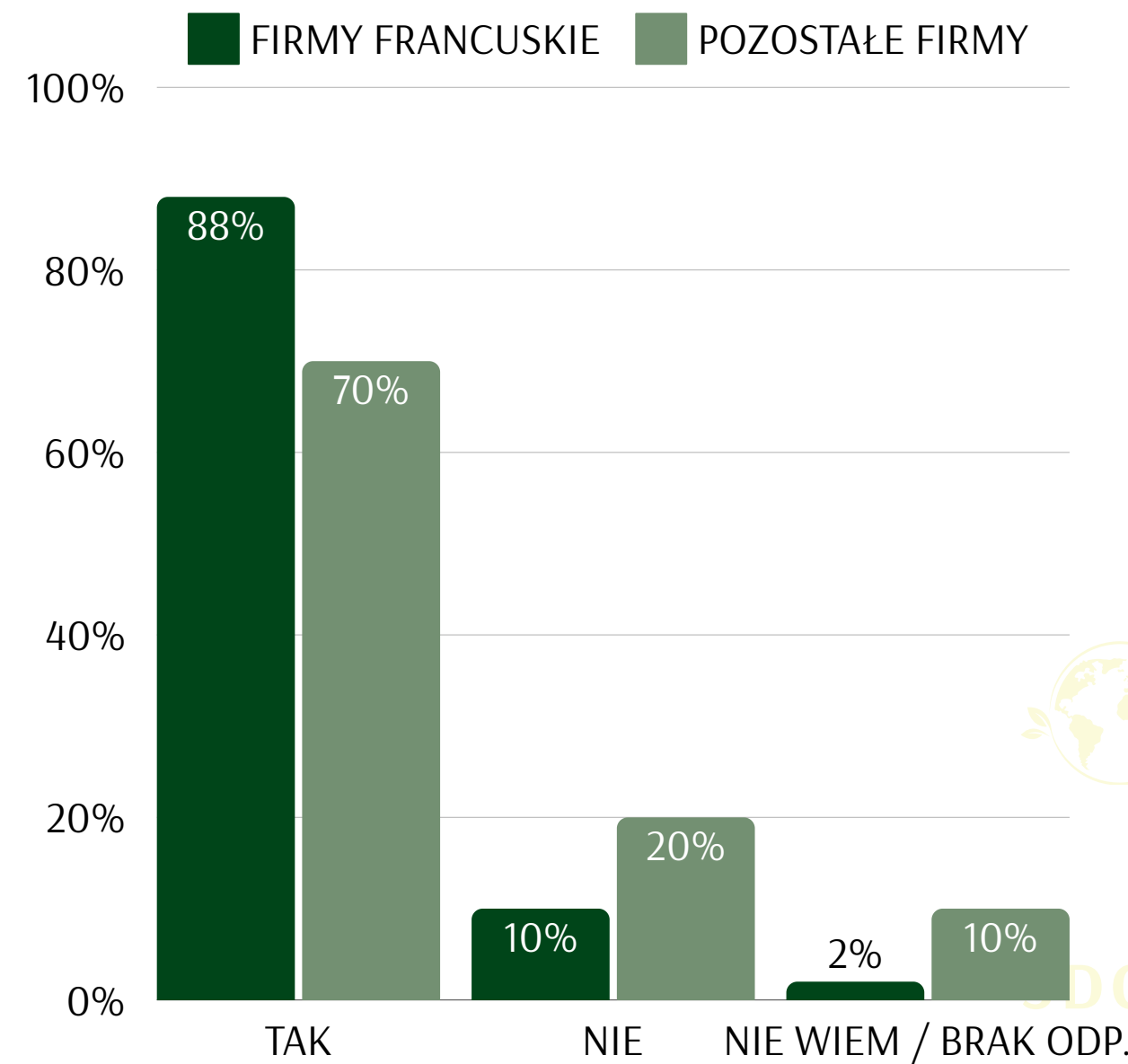
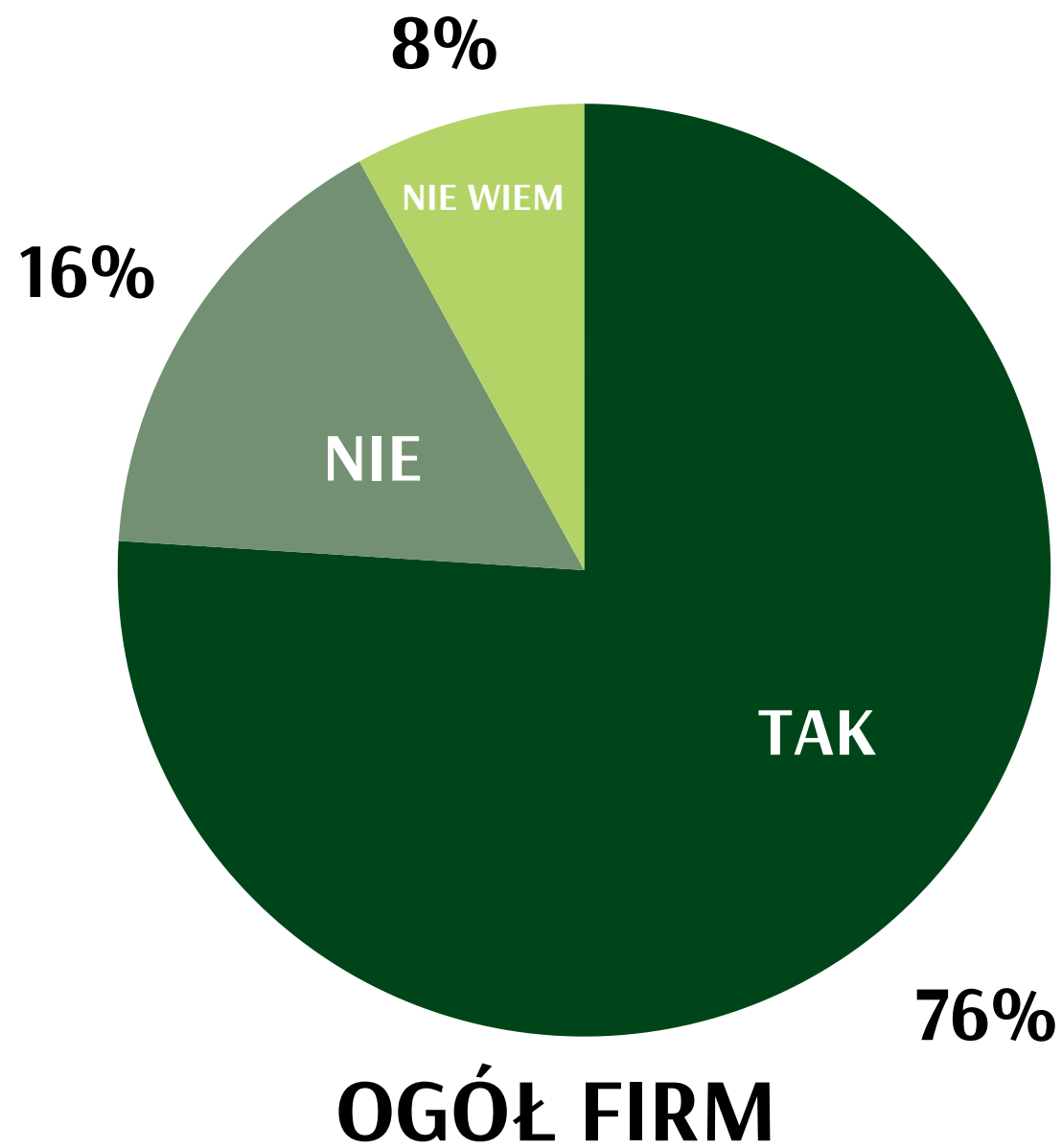


Firmy francuskie częściej niż firmy z innym kapitałem angażują się w projekty dotyczące poprawy efektywności energetycznej (84% vs 67%), edukację (64% vs 47%), optymalizację transportu (53% vs 38%) i wprowadzanie do oferty produktów ekologicznych (47% vs 22%).

DZIAŁANIA (S - SOCIAL)



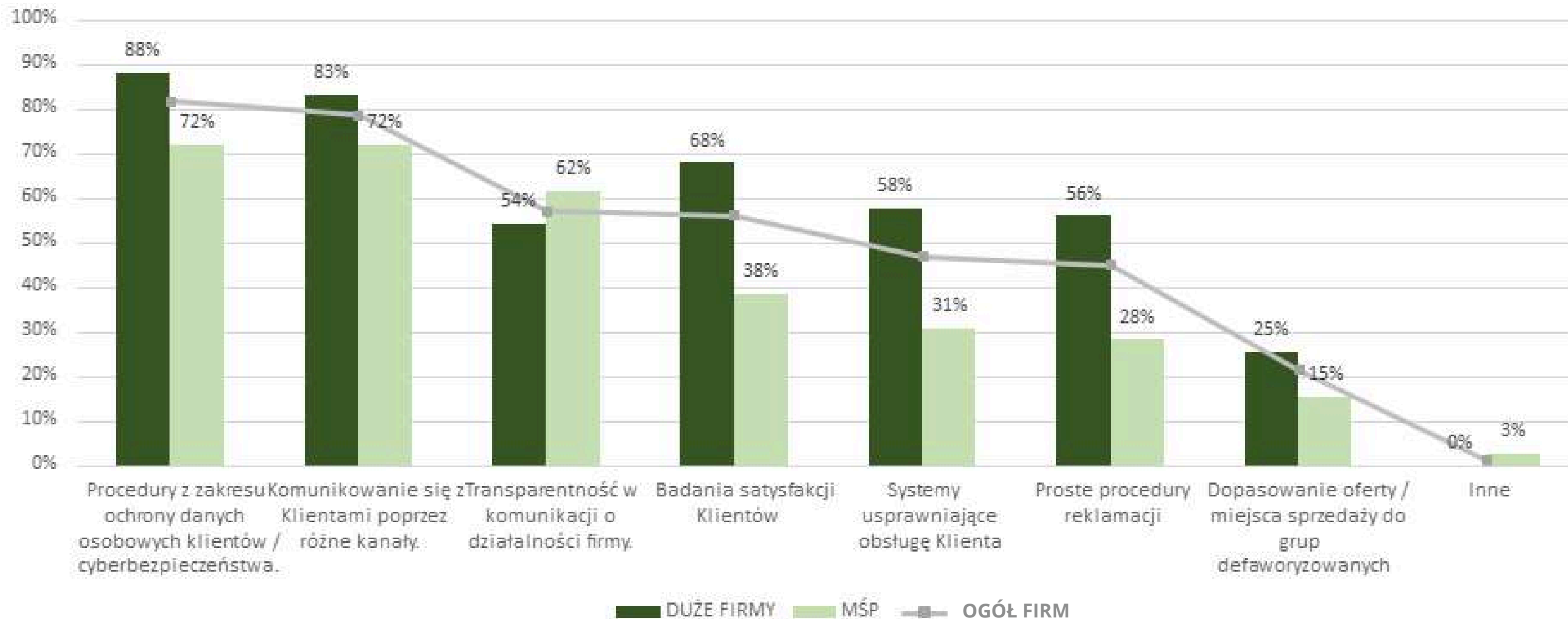
CZY PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA W OBSZARZE DOTYCZĄCYM SPOŁECZNOŚCI (S - SOCIAL)?



DZIAŁANIA (S - SOCIAL)



DZIAŁANIA WOBEC KLIENTÓW:

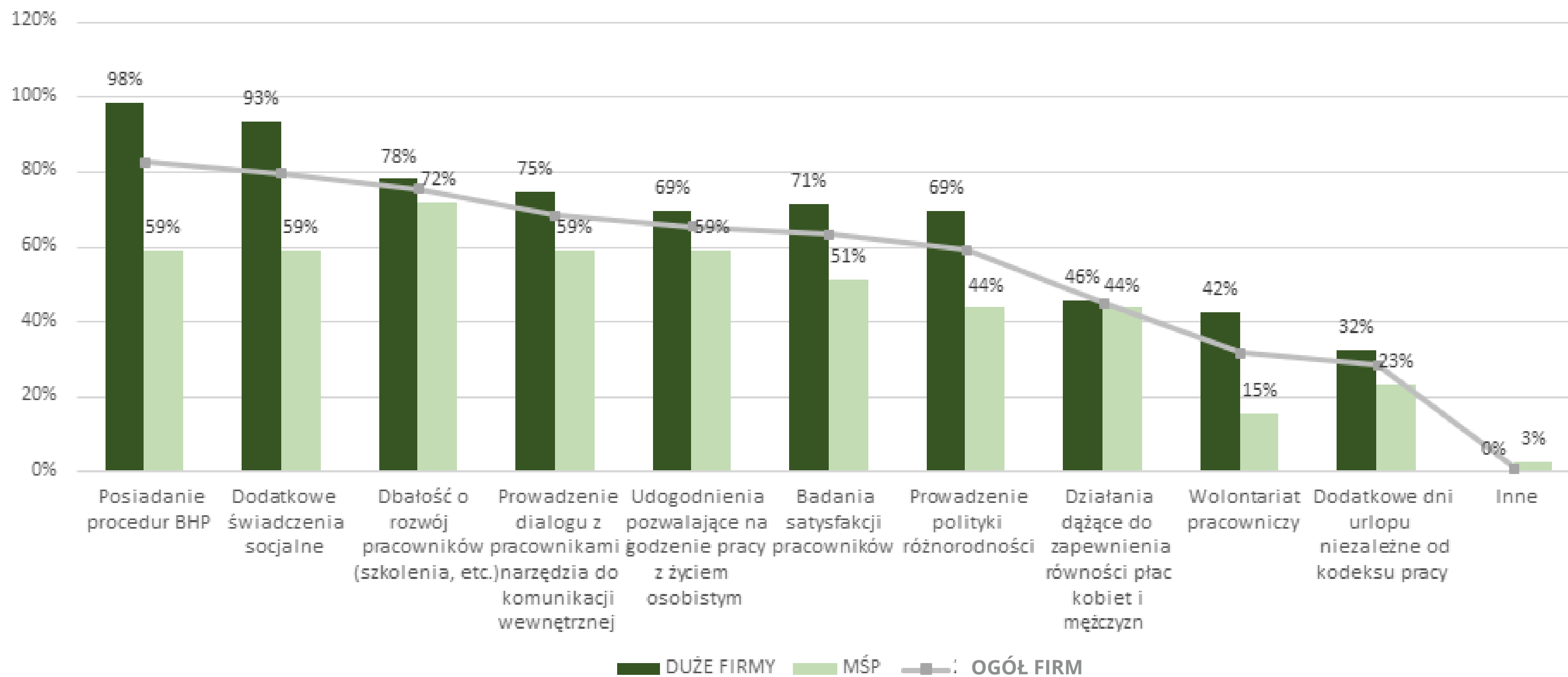


Proste procedury reklamacji, wielokanałowa komunikacja i systemy usprawniające obsługę klienta, uzyskiwały wśród firm francuskich wyniki średnio o 10% większe niż w przypadku ogółu ankietowanych firm.

DZIAŁANIA (S - SOCIAL)



DZIAŁANIA WOBEC PRACOWNIKÓW:

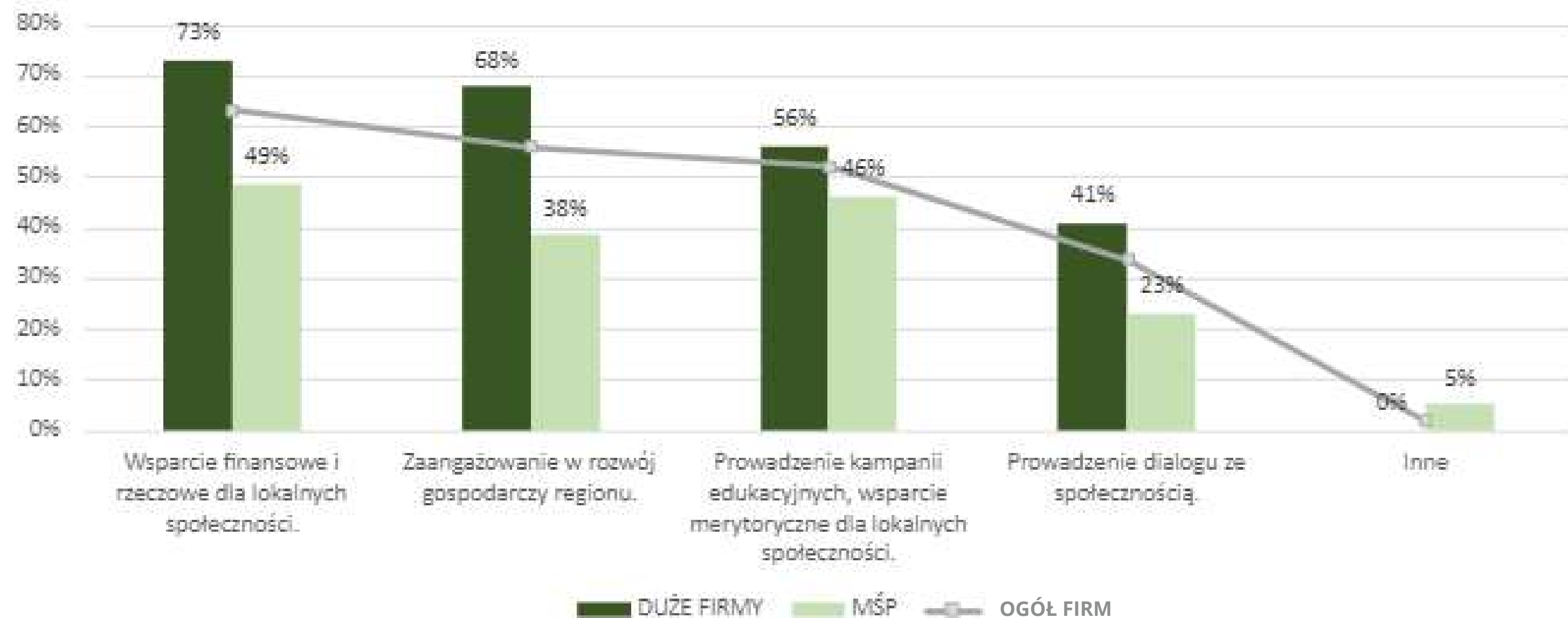


Równość płac kobiet i mężczyzn (66% wskazań w firmach francuskich vs 45% wśród wszystkich respondentów), prowadzenie **polityki różnorodności** (77% vs 59%), **badania satysfakcji pracowników** (77% vs 63%) oraz **wolontariat pracowniczy** (43% vs 32%), to wyróżniki firm francuskich w Polsce.

DZIAŁANIA (S - SOCIAL)



DZIAŁANIA WOBEC SPOŁECZNOŚCI:

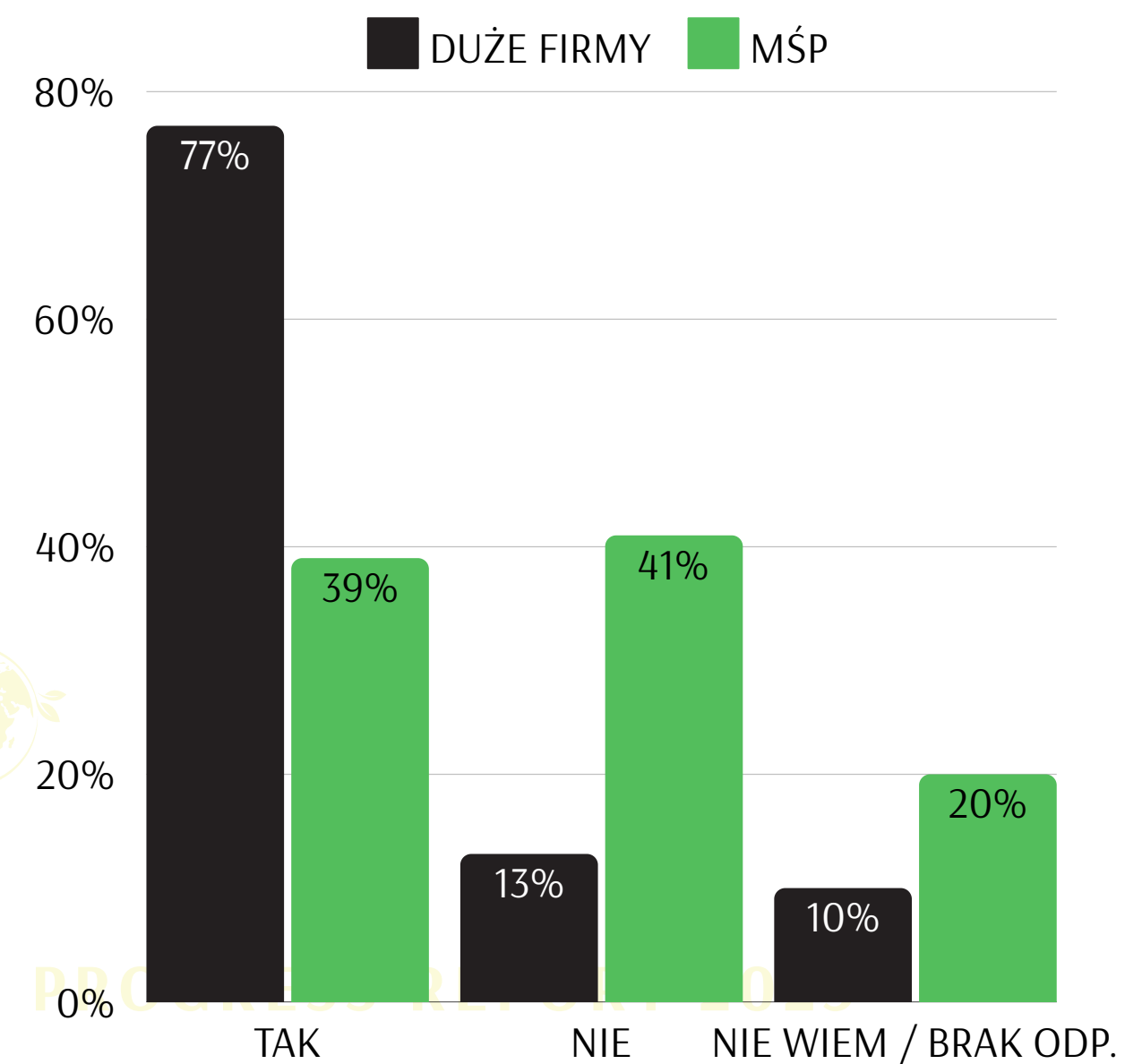
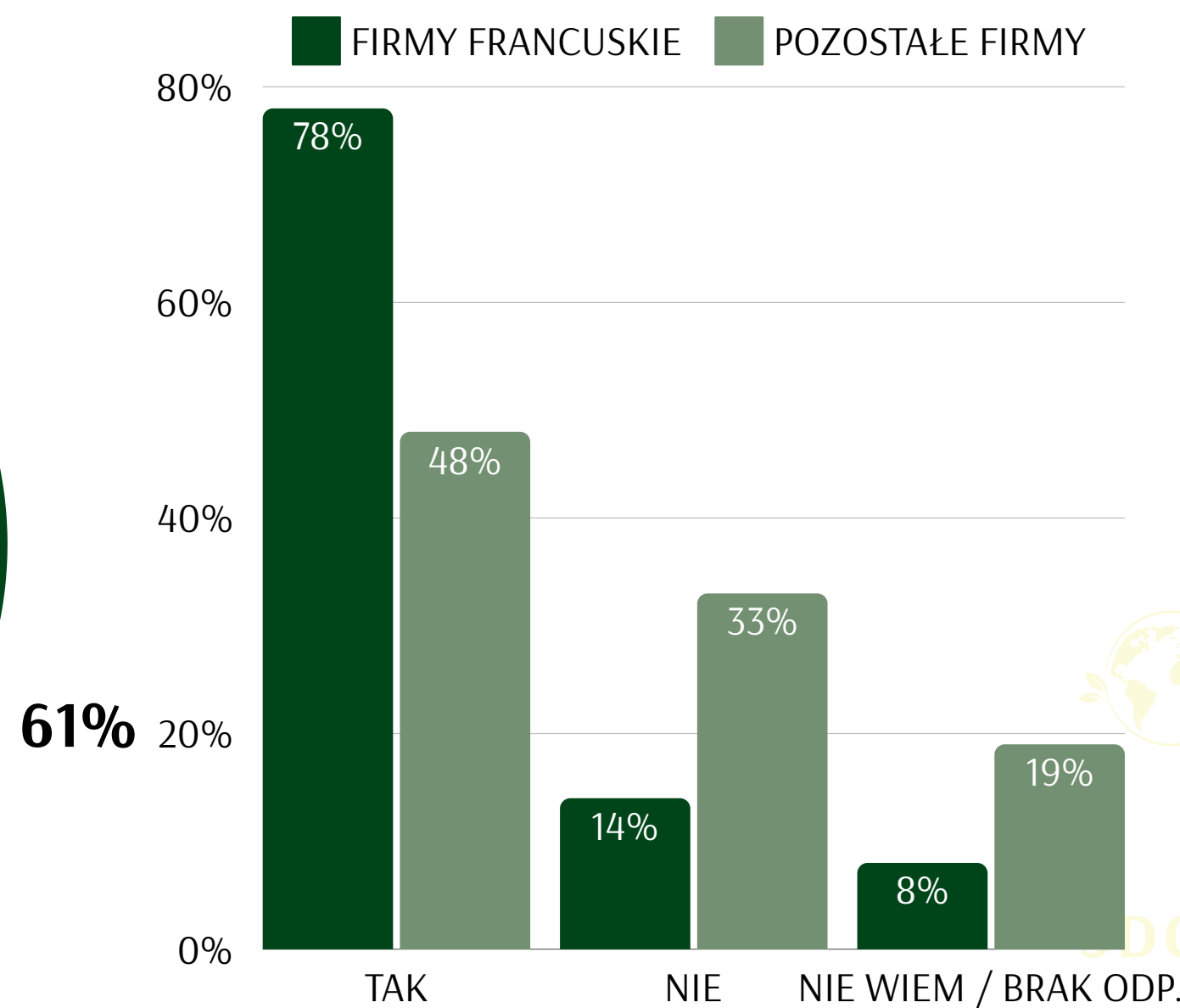
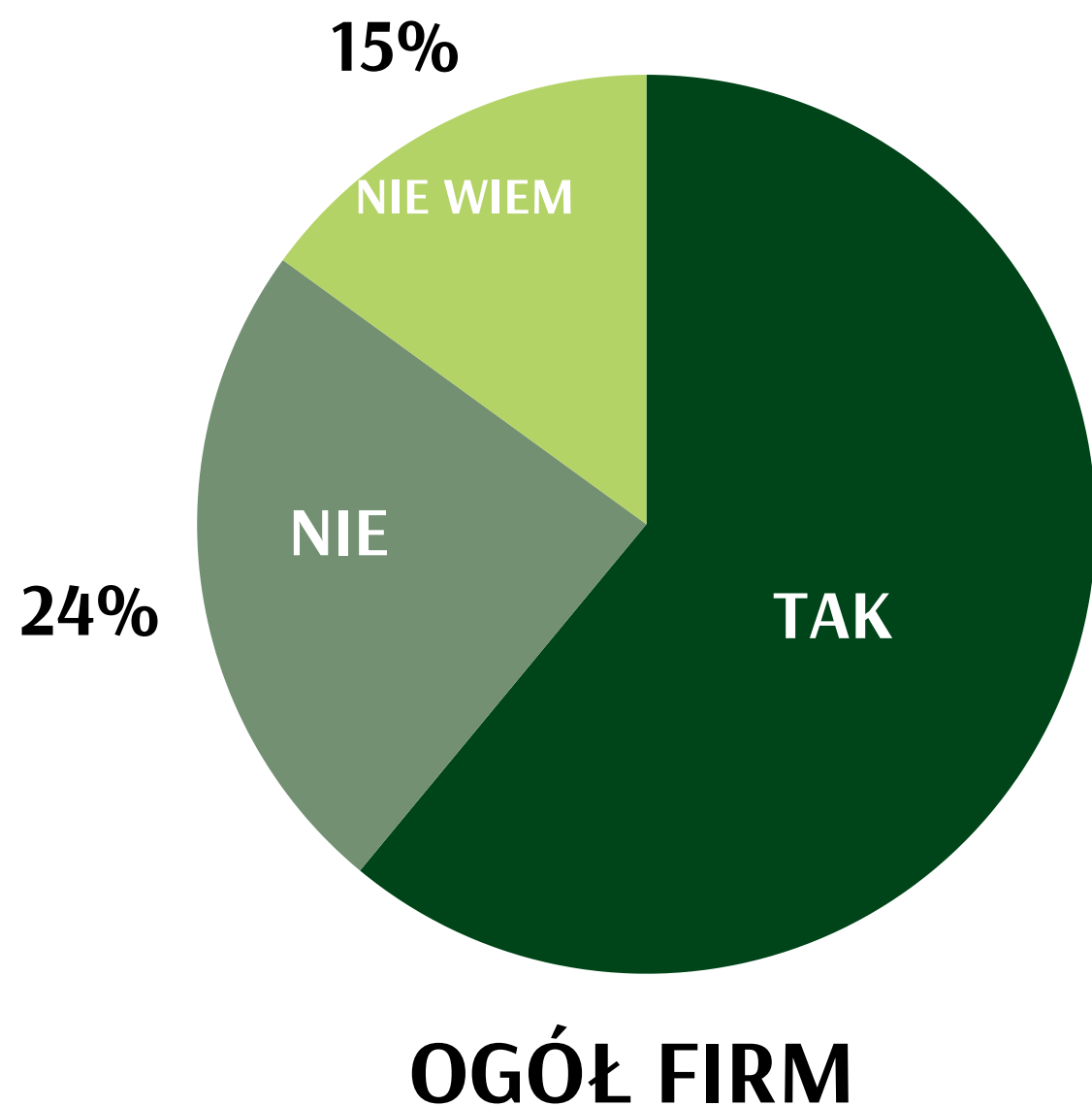


Firmy francuskie częściej angażują się w **rozwój gospodarczy regionu** (68% vs. 56%) i **wsparcie merytoryczne** dla społeczności, stowarzyszeń, szkół i innych organizacji niż ogół firm badanych.

DZIAŁANIA (G - GOVERNANCE)



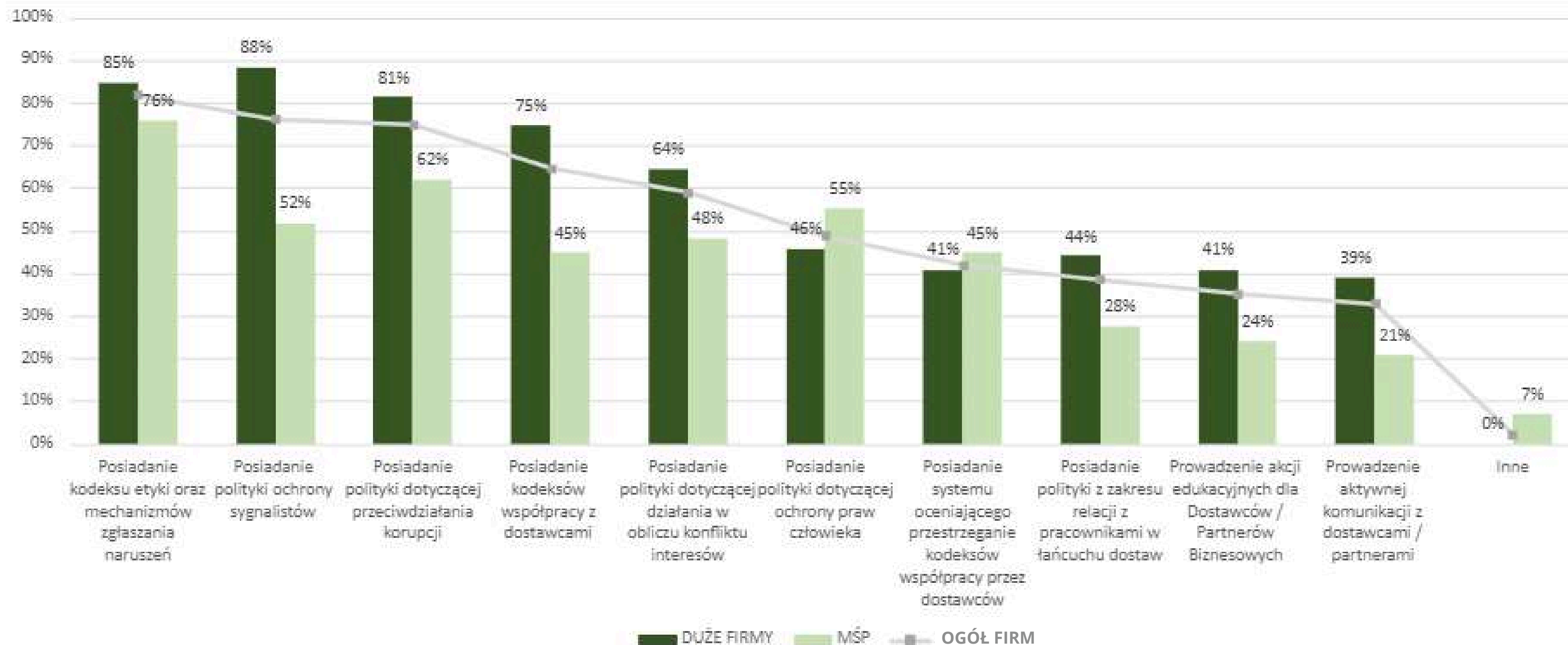
CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA W OBSZARZE DOTYCZĄCYM ŁADU KORPORACYJNEGO (G - GOVERNANCE)?



DZIAŁANIA (G - GOVERNANCE)



DZIAŁANIA W OBSZARZE DOTYCZĄCYM ŁADU KORPORACYJNEGO (G - GOVERNANCE):





ESG W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

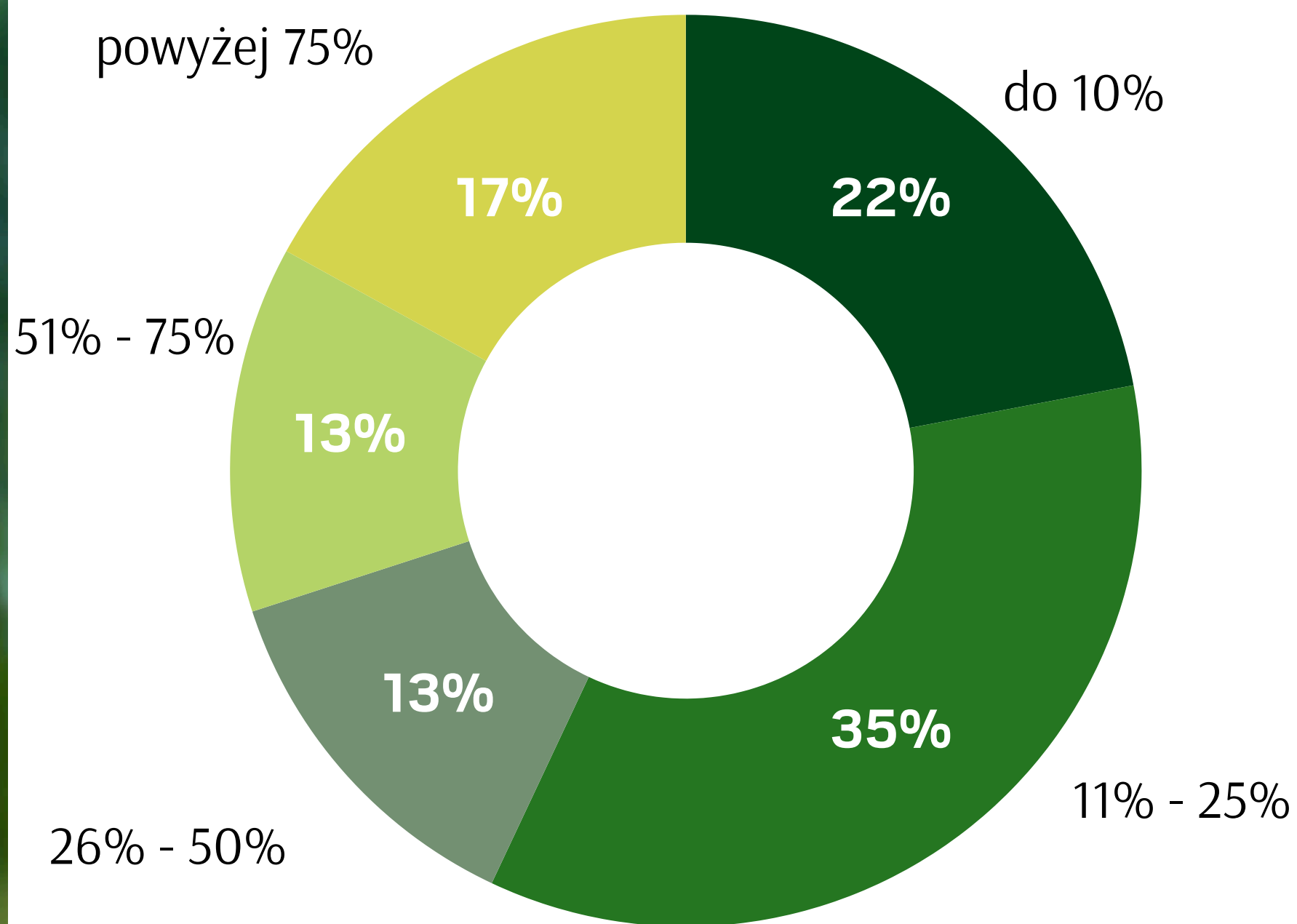
CZY PROWADZĄ PAŃSTWO SZKOLENIA W OBSZARZE ESG WOBEC SWOICH DOSTAWCÓW?

	OGÓŁ FIRM	DUŻE FIRMY	MŚP	FIRMY FRANCUSKIE	POZOSTAŁE FIRMY
TAK	18%	30%	2%	24%	11%
NIE, ale planujemy wdrożyć w ciągu najbliższych 2 lat.	29%	33%	24%	22%	38%
NIE	47%	33%	67%	53%	44%
Inne / Brak odp.	5%	3%	6%	0%	8%



ESG W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

JAKI SZACUNKOWO PROCENT PAŃSTWA DOSTAWCÓW UCZESTNICZY W TEGO RODZAJU DZIAŁANIACH EDUKACYJNYCH?



Duże firmy coraz bardziej czują się odpowiedzialne za swoich partnerów i dostawców angażując ich w działania z zakresu ESG. Blisko 1/3 firm dużych prowadzi dla nich działania edukacyjne, a drugie tyle chce je wprowadzić w ciągu najbliższych 2 lat. Proces ten rozpoczyna się również wśród MŚP, gdzie dzisiaj jedynie 3% firm z tego sektora deklaruje prowadzenie działań edukacyjnych, ale chce je rozpocząć prawie 1/4.

Niepokojący jest jednak dość niski odsetek firm uczestniczących w tego rodzaju aktywnościach edukacyjnych, który w przypadku ponad połowy firm nie przekracza 25% dostawców.



ESG W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI



“

Dynamiczne zmiany rynkowe, nowe regulacje, jak dyrektywa CSRD i rosnące oczekiwania konsumentów wpływają na podejście firm do ESG. Raport Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej pokazuje, że 42% dużych firm wdraża strategię ESG, ale też, że 61% MŚP ich nie posiada. Kluczowe wyzwania to brak zaangażowania w łańcuchach dostaw i niewystarczająca świadomość. Aby zniwelować te bariery, warto postawić na dobrą edukację i sprawdzone narzędzia dostępne na stronie www.esgstandard.pl. Wsparcie, szczególnie dla MŚP, może pomóc w dostosowaniu do zmieniających się wymagań rynkowych i regulacyjnych.

Jolanta Okońska Kubica

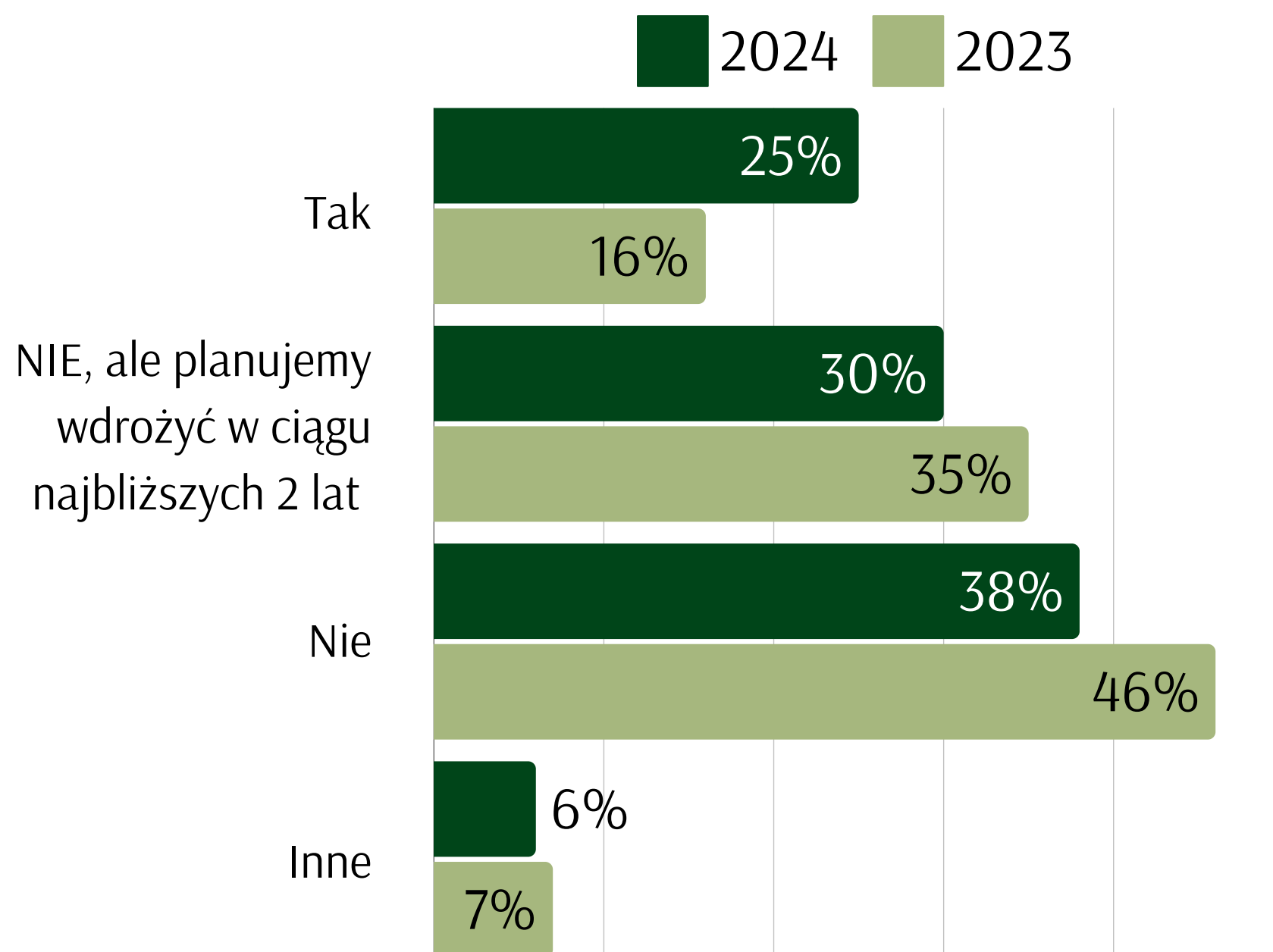
Przewodnicząca Komitetu

Krajowej Izby Gospodarczej ds. ESG



ESG W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

CZY WYMAGAJĄ PAŃSTWO OD SWOICH DOSTAWCÓW, PODWYKONAWCÓW, PARTNERÓW BIZNESOWYCH DOSTARCZANIA DANYCH W ZAKRESIE EMISJI CO₂, LUB INNYCH WSKAŹNIKÓW ESG?

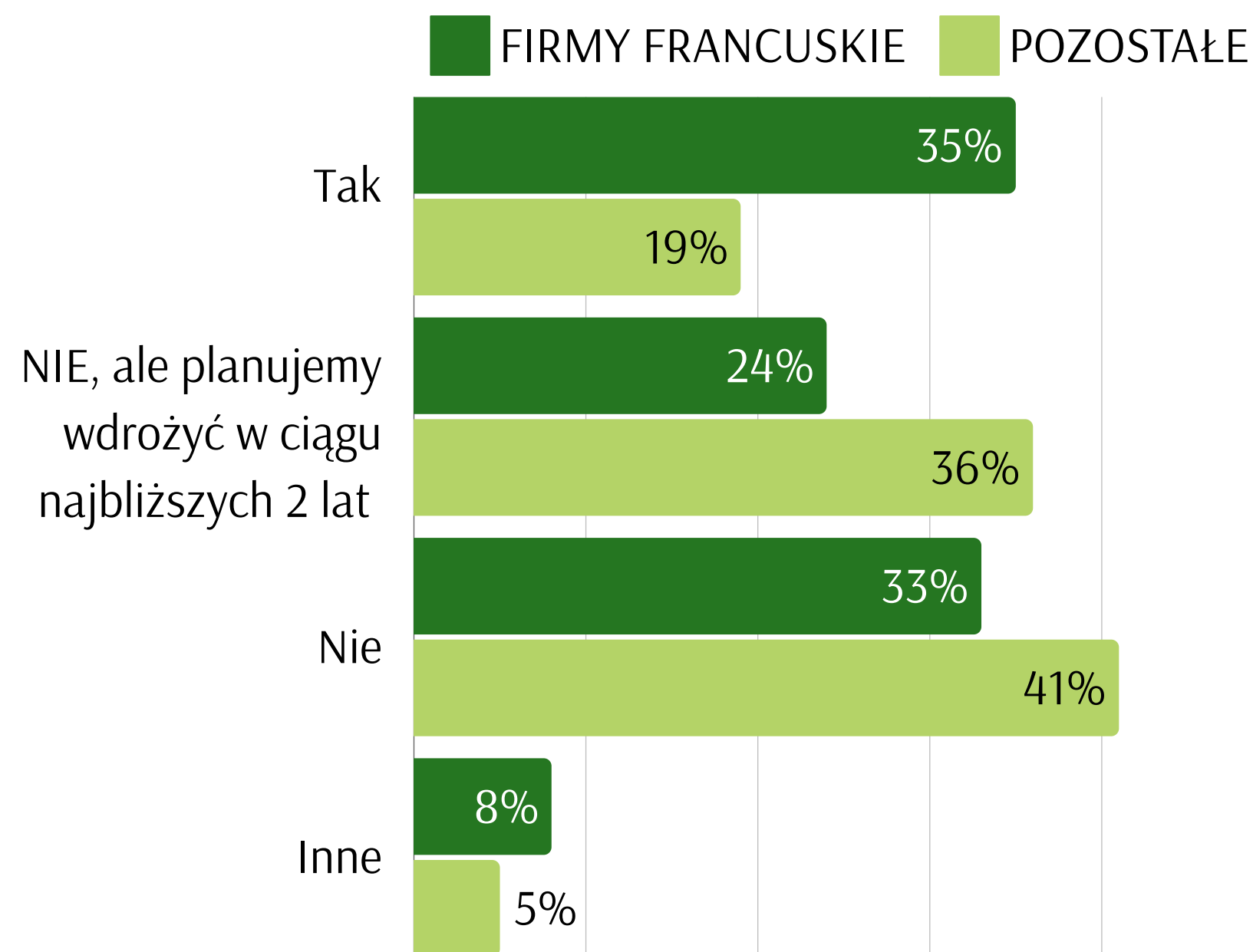
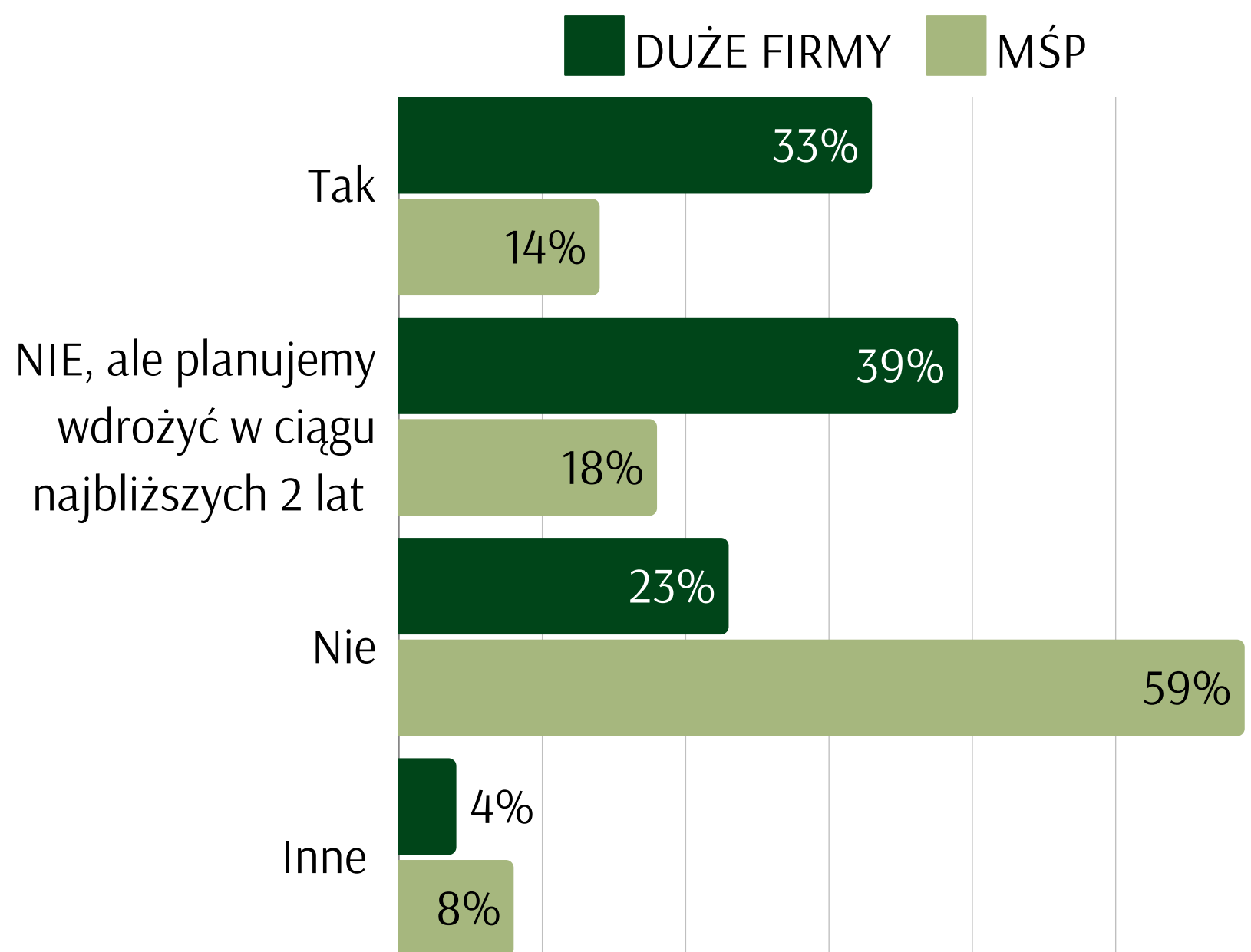


Liczba firm, które wymagają od swoich dostawców dostarczania danych w obszarze ESG sukcesywnie wzrasta. W ubiegłym roku było ich 16%, a w tym już 25%. Kolejne 30% deklaruje, że rozpocznie tego rodzaju działania w ciągu 2 najbliższych lat.



ESG W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

CZY WYMAGAJĄ PAŃSTWO OD SWOICH DOSTAWCÓW, PODWYKONAWCÓW, PARTNERÓW BIZNESOWYCH DOSTARCZANIA DANYCH W ZAKRESIE EMISJI CO₂, LUB INNYCH WSKAŹNIKÓW ESG?





ESG W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI



“

Zastosowanie standardów związanych z ESG w łańcuchu wartości to wciąż ogromne wyzwanie dla przedsiębiorstw. Widoczne są inicjatywy edukacyjne mające na celu zmianę stanu rzeczy, choć wciąż na ograniczoną skalę. Tylko 18% firm prowadzi szkolenia z obszaru ESG, przy czym gros tych firm to duże podmioty, z których zaledwie 1/3 takowe inicjatywy podejmuje. Większość przebadanych firm nie wymaga również od łańcucha wartości danych dotyczących emisyjności, czy zrównoważonych kryteriów w procesie wyboru dostawcy. Dane te są nie tyle niepokojące, co alarmujące! Sugerują, że kolejne elementy budowy ekosystemu regulacyjnego dla zrównoważonego rozwoju nie znajdują odzwierciedlenia w planowanych działaniach biznesu.

Tomasz Czech

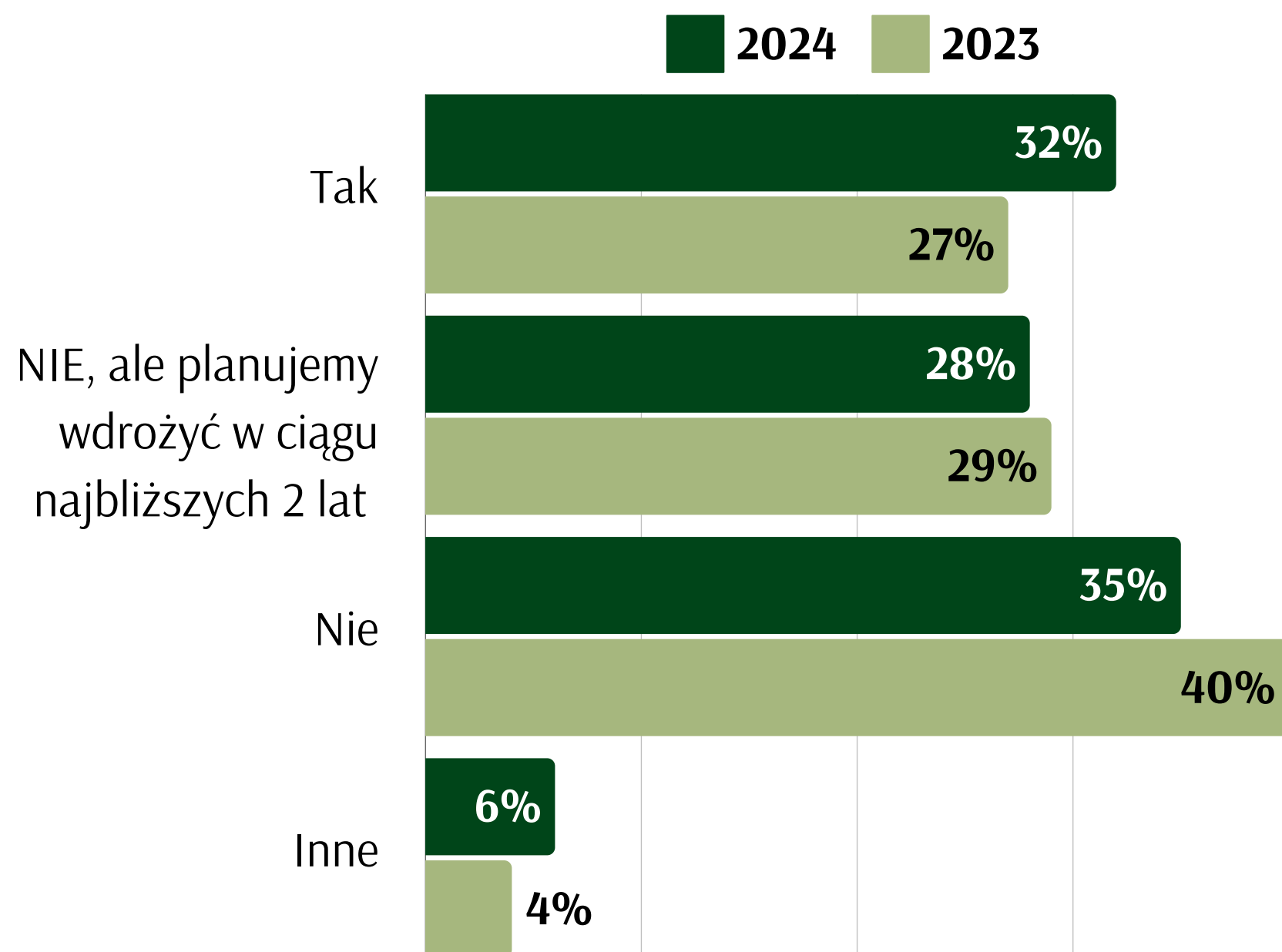
Knowledge Officer

UN Global Compact Network Poland



ESG W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

CZY W PROCESIE WYBORU DOSTAWCY, USŁUGODAWCY, BRANE SĄ POD UWAGĘ KRYTERIA DOTYCZĄCE OGRANICZANIA ŚLADU WĘGLOWEGO I DZIAŁAŃ W OBSZARZE ESG?

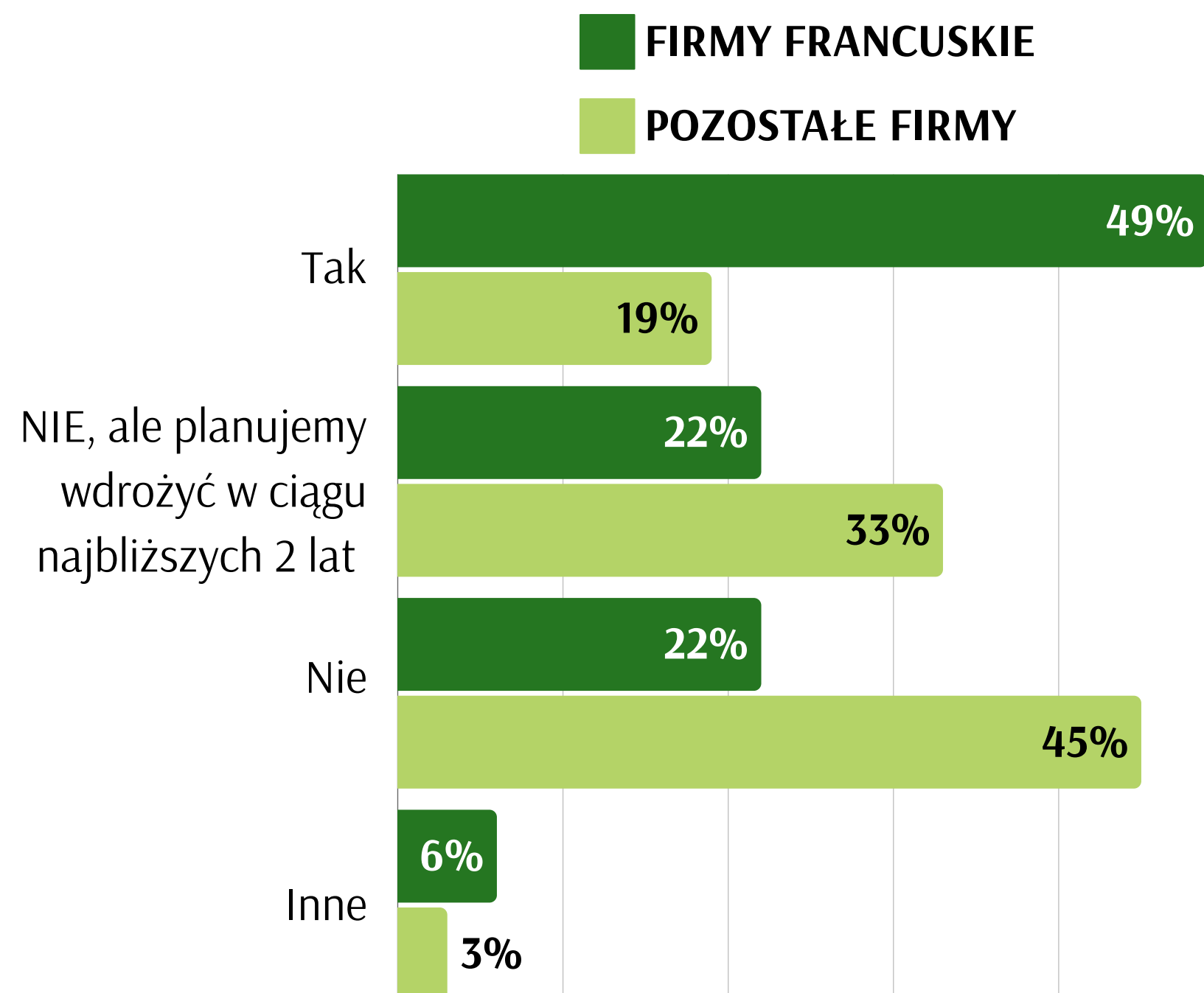
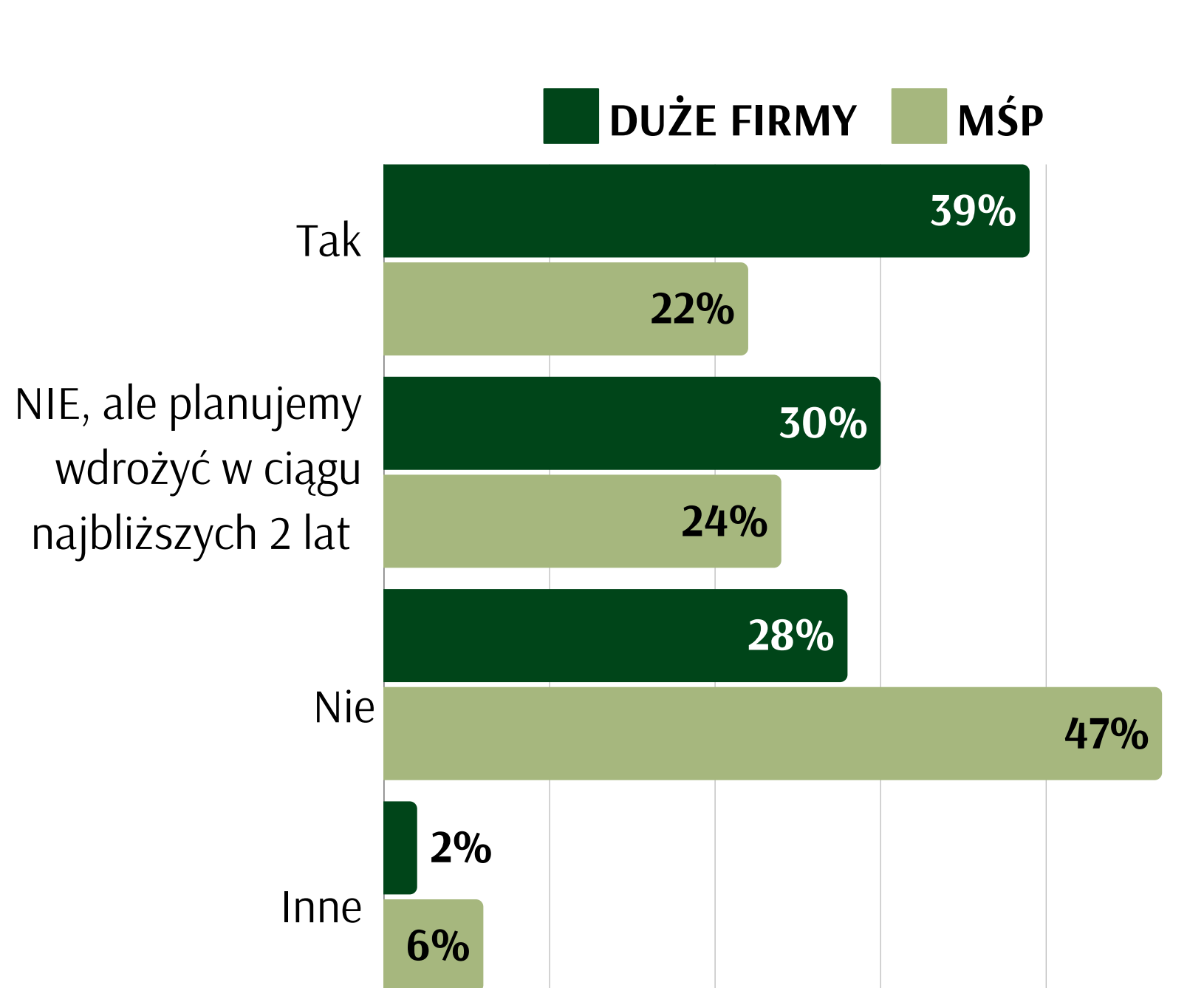


Ponieważ coraz więcej firm w procesie wyboru dostawcy będzie zwracało uwagę na działania w obszarze zrównoważonego rozwoju, kolejne firmy, nawet te nieobjęte obowiązkiem raportowania ESG, będą wdrażać proekologiczne rozwiązania. Przedsiębiorstwa, które w swoich działaniach nie będą brały pod uwagę aspektów ESG staną się mniej konkurencyjne.



ESG W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

CZY W PROCESIE WYBORU DOSTAWCY, USŁUGODAWCY, BRANE SĄ POD UWAGĘ KRYTERIA DOTYCZĄCE OGRANICZANIA ŚLADU WĘGLOWEGO I DZIAŁAŃ W OBSZARZE ESG?



ESG I KONSUMENTY

BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND

Główne zagadnienia badawcze:

1. Jakie są oczekiwania konsumentów w zakresie działań CSR?



2. Jaka jest świadomość konsumentów w zakresie CSR?



3. Jaka jest świadomość pojęcia ESG wśród konsumentów

Metodologia i fieldwork

CAWI – Computer Assisted Web Interview

Badanie zostało zrealizowane na internetowym, ogólnopolskim panelu badawczym

Fieldwork: listopad 2024

Grupa docelowa

All 18+
(próba reprezentatywna dla ogółu dorosłych Polaków)

N=1005



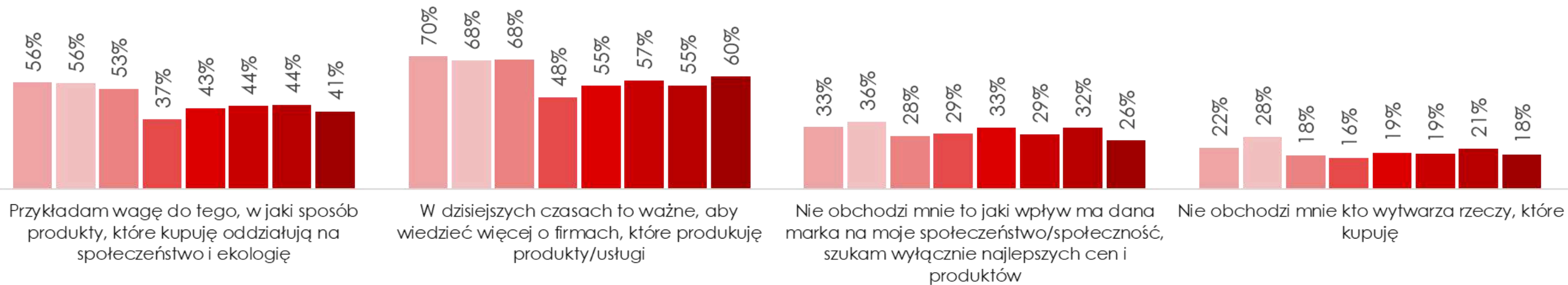
ESG I KONSUMENTENCI

BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND

Dane z 2024 roku pokazują, że znaczenie etyki i odpowiedzialności społecznej w wyborach konsumentów wykazuje lekką tendencję spadkową w stosunku do lat ubiegłych. Liczba osób przywiązujących wagę do wpływu produktów na społeczeństwo i ekologię spadła z 56% w 2017 roku do 41% w 2024 roku. Jednocześnie, zainteresowanie wiedzą na temat firm produkujących kupowane produkty stopniowo malało, choć w 2024 roku nastąpił wzrost do 60% po wcześniejszym spadku do 55% w 2022 i 2023 roku.

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami...
Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024





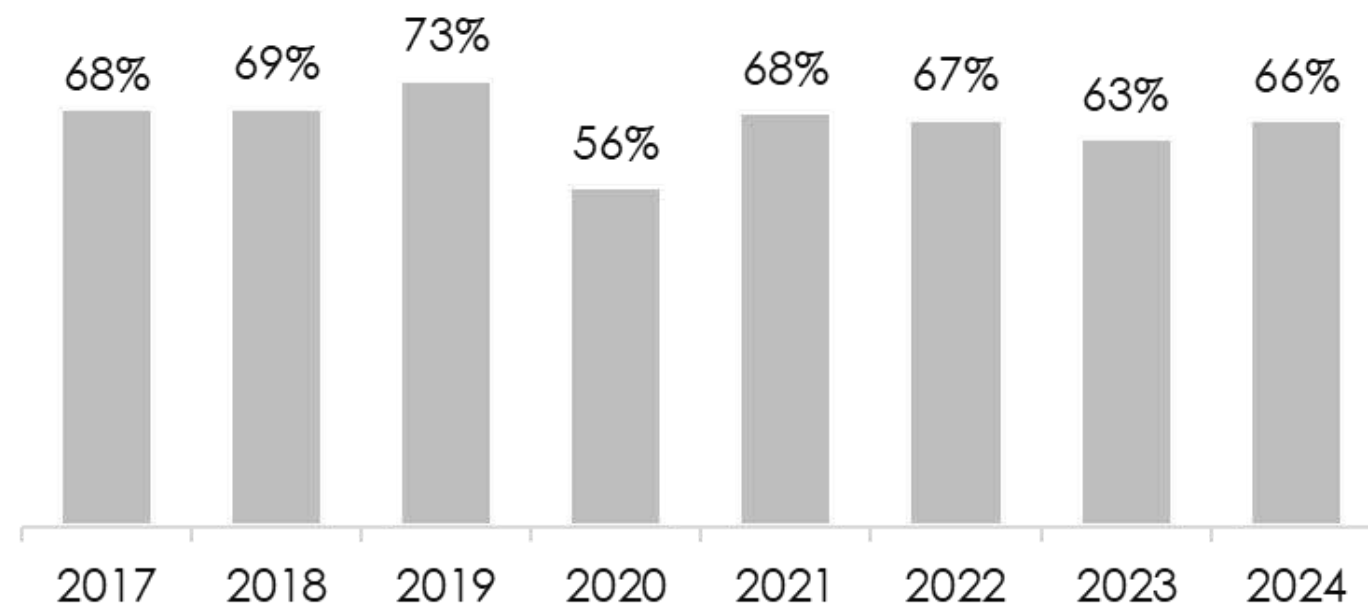
ESG I KONSUMENTY

BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND

Działanie bez szkody dla otoczenia to niezmiennie istotne etyczne zobowiązanie firm, które może przekładać się na decyzje zakupowe konsumentów. W 2024r. 46% badanych Polaków zadeklarowało, że unika kupowania produktów firm, które negatywnie oddziałują na swoje otoczenie.

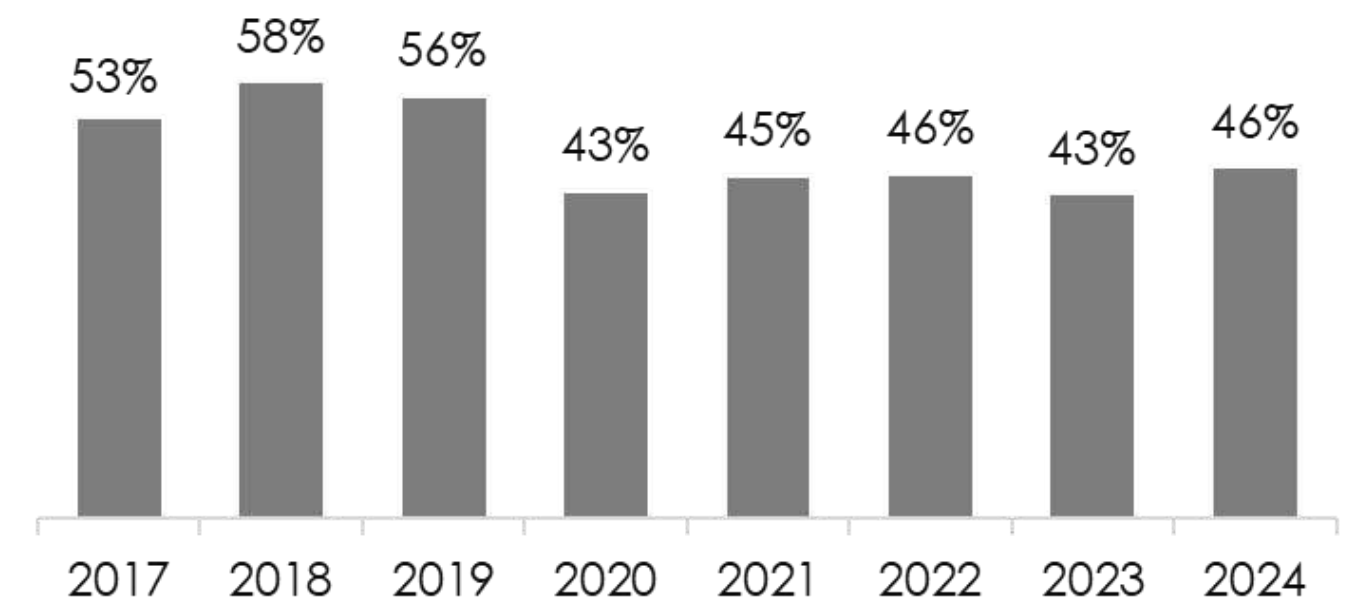
Firmy są etycznie zobowiązane do tego, aby działać bez szkody dla otoczenia

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej



Unikam kupowania produktów firm, które mają negatywny wpływ na społeczeństwo lub środowisko

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

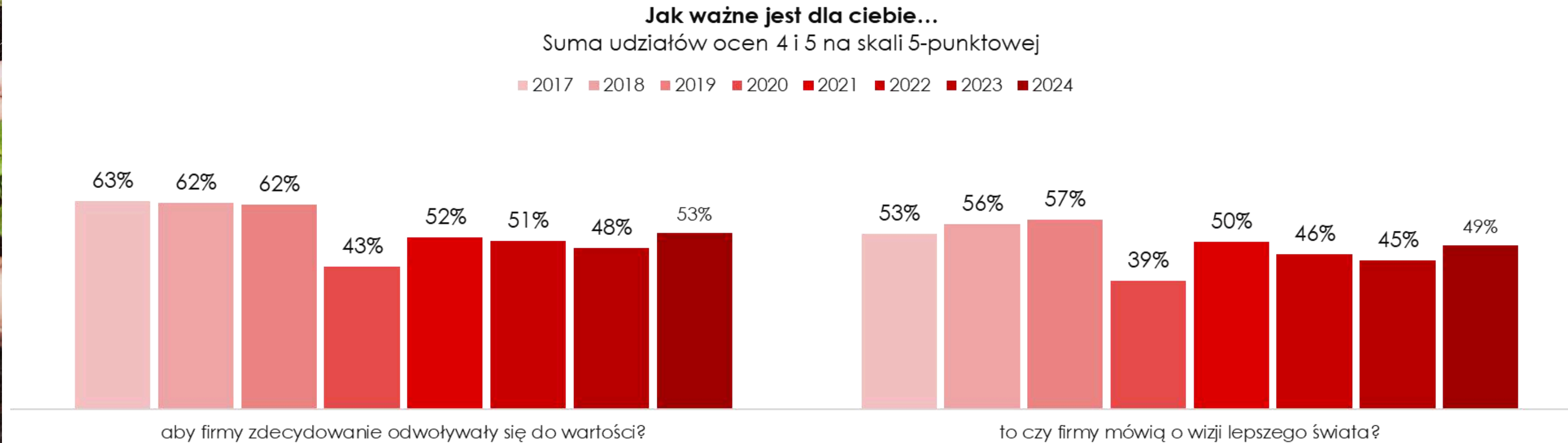




ESG I KONSUMENTY

BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND

Co drugi Polak wskazuje, że ważne jest dla niego aby firmy i marki odwoływały się do konkretnych wartości oraz nie były obojętne na sytuację panującą na świecie. Niezmiennie połowa konsumentów oczekuje jednak, że marki będą konsekwentnie podkreślać swoje zaangażowanie w działania CSR.





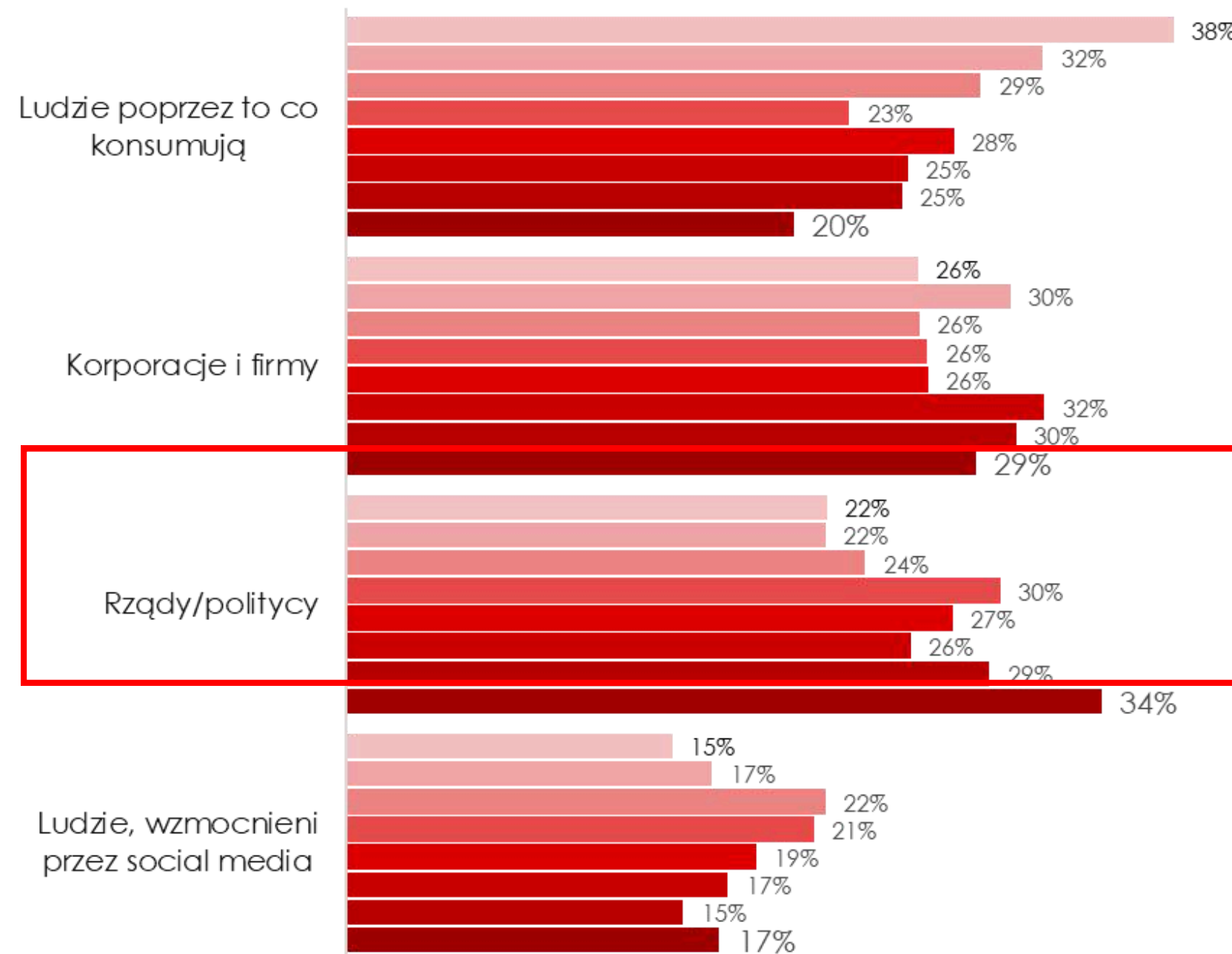
ESG I KONSUMENTENCI

BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND

Kto Twoim zdaniem będzie miał największy wpływ na zmiany na świecie?

% wszystkich respondentów

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



Niezmiennie spada wiara konsumentów w to, że ich decyzje zakupowe mają wpływ na zmiany na świecie. Coraz większy odsetek dorosłych Polaków dostrzega wpływ rządów i polityków.

ESG I KONSUMENTY

BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND

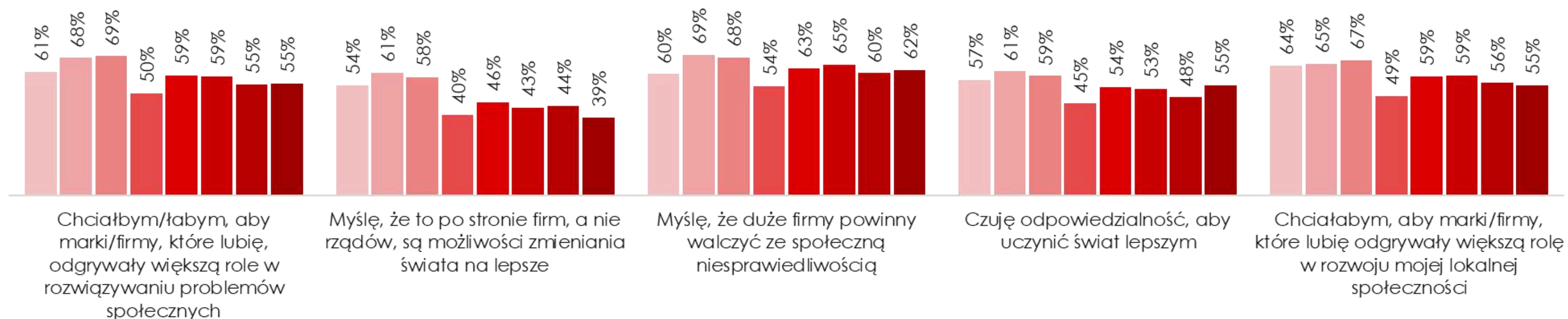


Konsumenci oczekują od firm działań prospołecznych i proekologicznych, które są integralną częścią strategii biznesowej. Choć nadal istotne, zauważalny jest niewielki spadek intensywności tych oczekiwań w porównaniu z wcześniejszymi latami, co może wynikać z bieżącej sytuacji gospodarczej. Firmy powinny jednak zachować ciągłość swoich działań CSR, gdyż w dalszym ciągu są one ważne dla pozytywnego odbioru marki na rynku.

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami...

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



ESG I KONSUMENTY

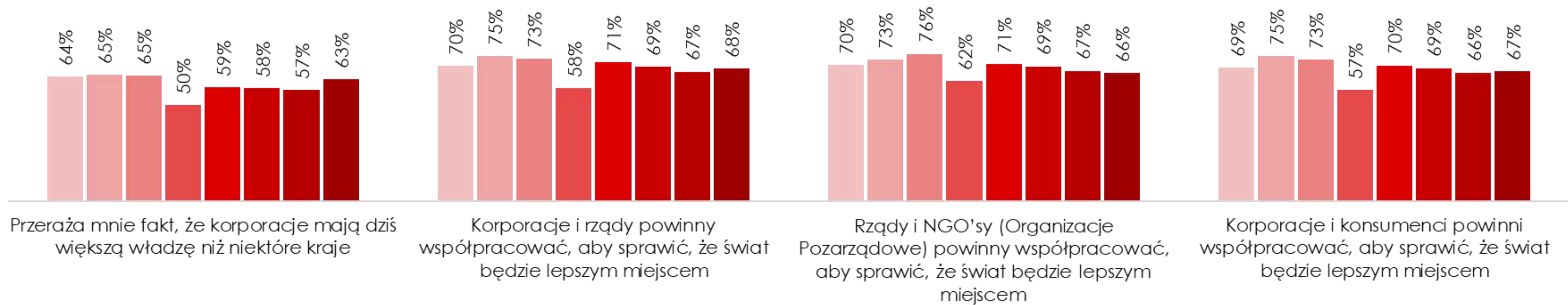
BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND



Konsumenci doceniają wielowymiarową współpracę marek na rzecz społeczności i środowiska. Wskaźniki zaangażowania w takie działania są stabilne, co pokazuje, że konsumenci nadal cenią marki podejmujące szerokie działania CSR o zróżnicowanym charakterze.

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami...
Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



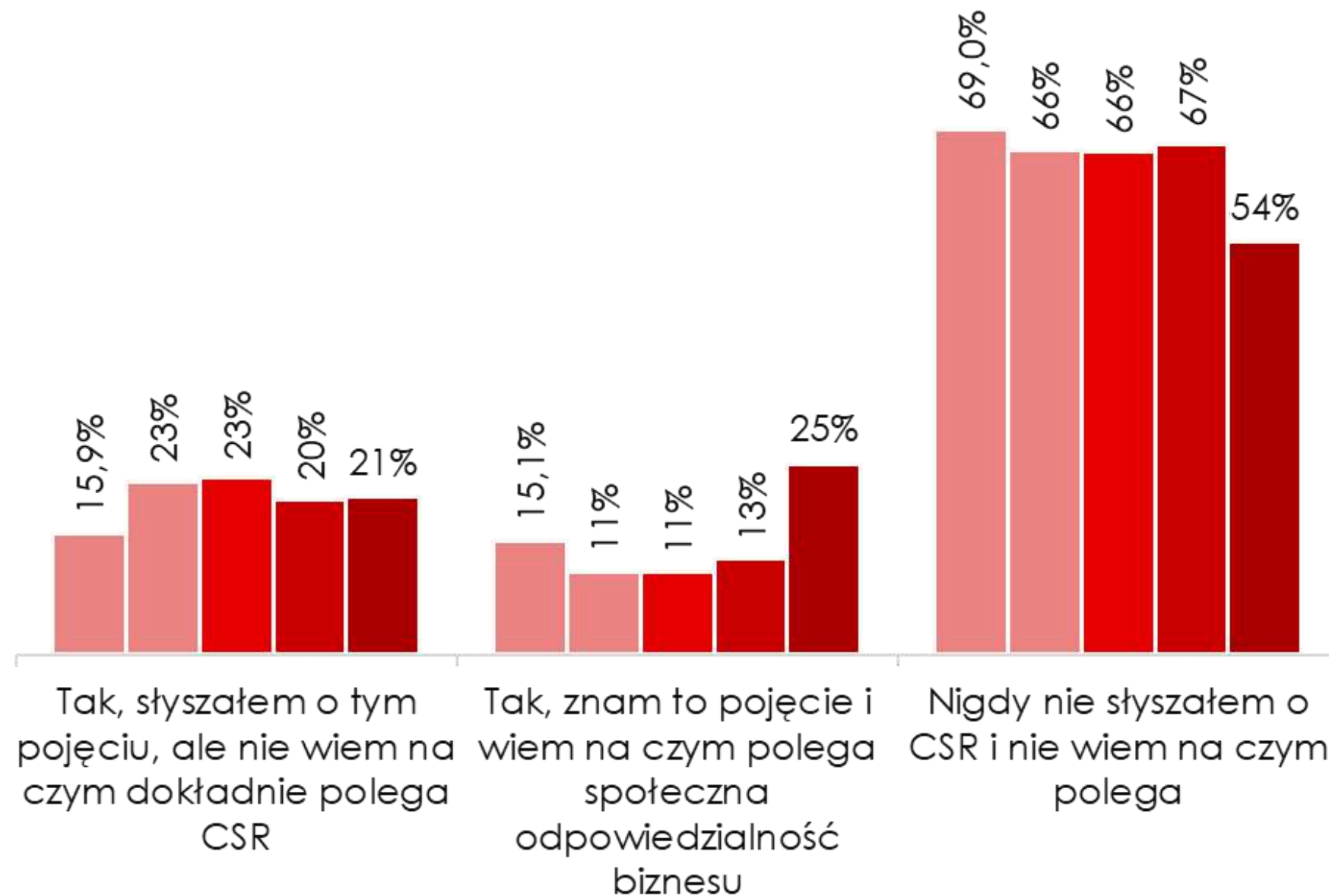


ESG I KONSUMENTY

BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND

Czy kiedykolwiek spotkałeś się z pojęciem CSR – społecznej odpowiedzialności biznesu?
[% wszystkich badanych]

■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



Dane z 2024 roku pokazują, że konsumenci w Polsce wykazują stabilny, choć umiarkowany poziom świadomości w zakresie działań CSR, co sugeruje potrzebę dalszych działań edukacyjnych i informacyjnych w tym obszarze.

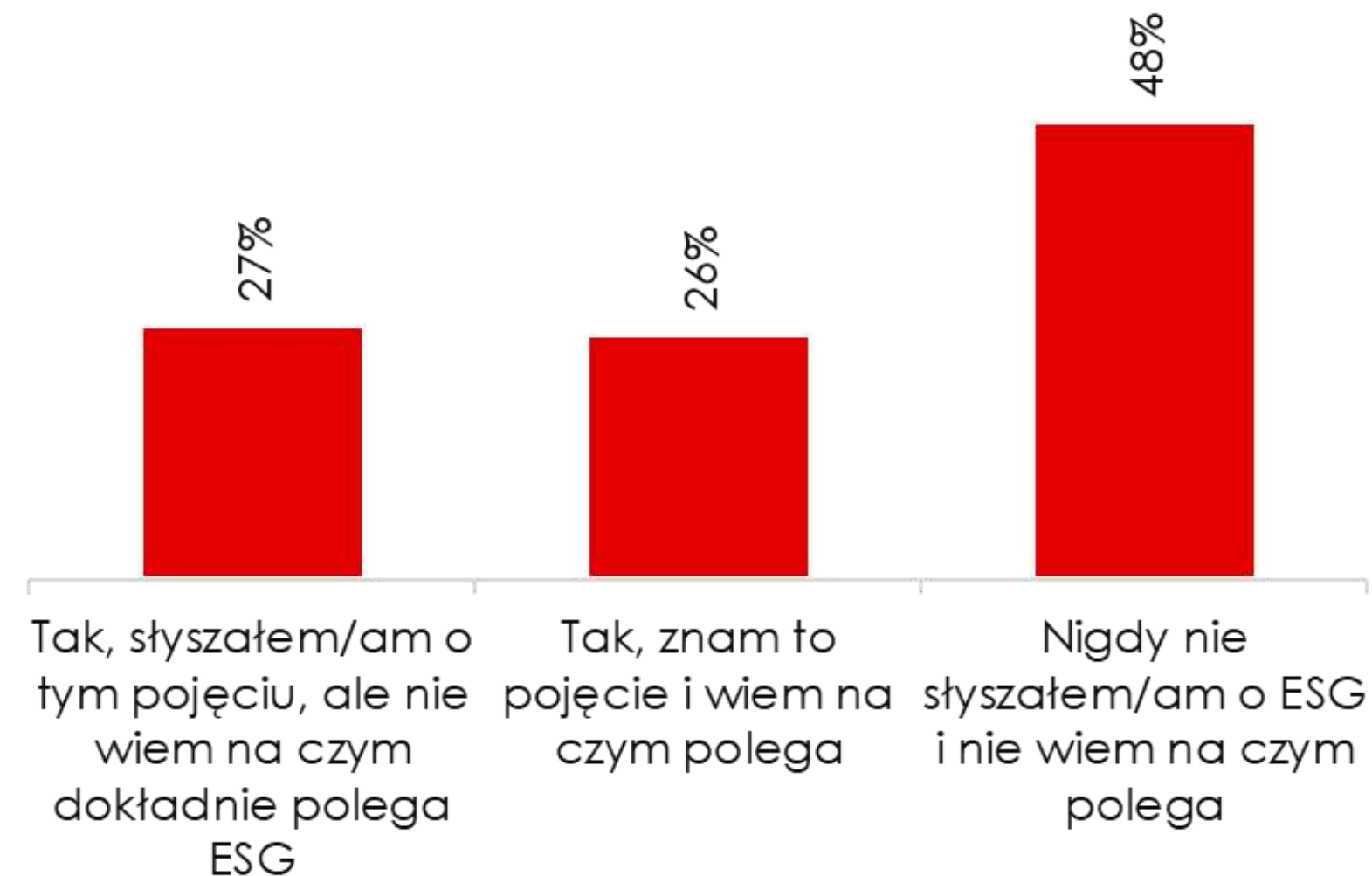
ESG I KONSUMENTY

BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND



Na znajomość pojęcia ESG wskazuje co 2-gi Polak. Ponad ¼ dorosłych Polaków nie tylko słyszało to pojęcie, ale również wie, na czym ono polega.

Czy kiedykolwiek spotkałeś/aś się z pojęciem ESG (czyli działaniach firm na rzecz środowiska, społeczności i etycznego zarządzania)?
[% wszystkich badanych]





ESG I KONSUMENTY

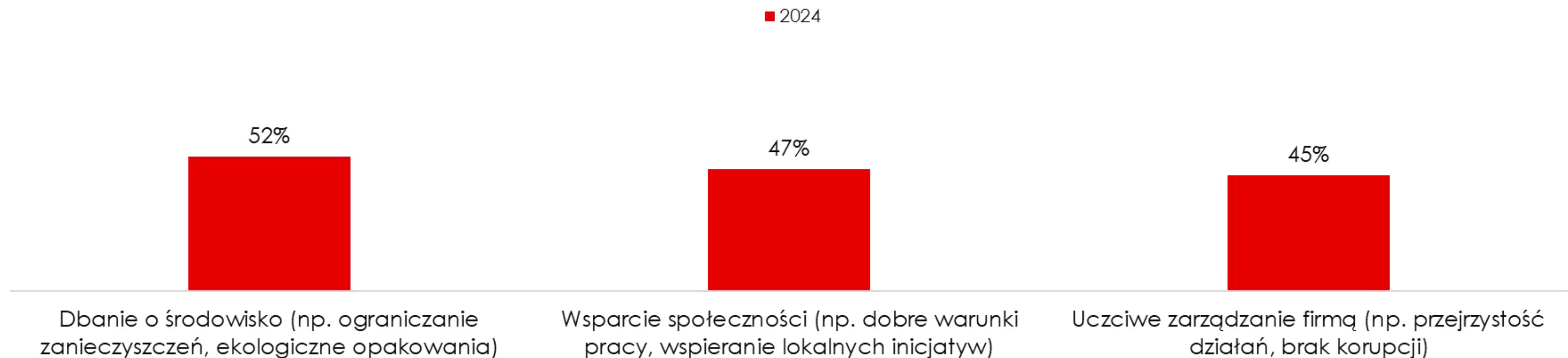
BADANIE PRZEPROWADZONE PRZEZ HAVAS MEDIA NETWORK POLAND

Blisko połowa Polaków znających pojęcie ESG deklaruje, że podejmując decyzję o zakupie marki zwraca uwagę na zaangażowanie marek – szczególnie istotne jest dla nich dbanie o środowisko oraz wspieranie lokalnych społeczności.

W jakim stopniu, robiąc zakupy lub podejmując decyzję o skorzystaniu z usług jakiejś firmy, zwracasz uwagę czy ta marka podejmuje działania w zakresie...

Suma udziałów ocen 5,6,7 na skali 7-punktowej

■ 2024



ESG W PRAKTYCE - BAROMETR FRANCUSKO-POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ

PARTNERZY BADANIA



In partnership with
UN Environment



Global Compact
Network Poland





ESG W PRAKTYCE - BAROMETR FRANCUSKO-POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ



PARTNERZY STRATEGICZNI CCIFP:



BNP PARIBAS

