



Dobry raport – czyli jaki?

Istotny, efektywny, atrakcyjny, angażujący



Jak zacząć?



Dialog i ustalenie zakresu



Zbieranie danych



Tworzenie treści



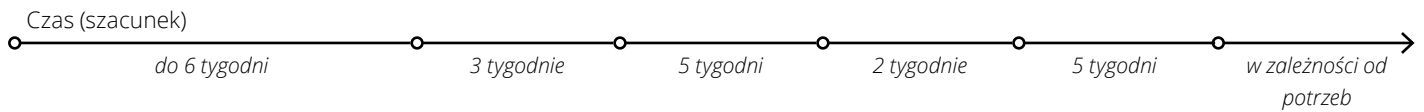
Weryfikacja



Prace graficzne



Komunikacja



Wyzwania firm, które przygotowują raporty niefinansowe, oraz wsparcie, które oferujemy.

Jak zacząć?

Jak zaangażować zarząd i przekonać go do akceptacji projektu? **Warsztat edukacyjny z zarządem pokazujący korzyści z raportowania oraz powiązanie działań CSR z podstawową działalnością oraz wartością firmy.**

Jak zidentyfikować tematy z zakresu zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu ważne dla organizacji?

Wywiady uzupełniające
Analiza istotności tematów CSR w odniesieniu do:

- wskazań Dyrektywy 2014/95/UE
- wskazań GRI G4 dla danego sektora
- raportów/ analiz omawiających trendy, wyzwania dla sektora
- badań zrealizowanych dotychczas przez organizację. ●

Jak sprawdzić, które zagadnienia z zakresu zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu są raportowane przez firmy z branży?

Benchmark dobrych praktyk raportowania firm międzynarodowych i z rynku polskiego. ●

W jaki sposób pokazać dane niefinansowe i finansowe w zintegrowany sposób, spójnie z wytycznymi Międzynarodowej Rady Raportowania Zintegrowanego (International Integrated Reporting Council, IIRC)? **Warsztat z kadrami zarządzającą dotyczący tworzenia wartości z perspektywy kapitału finansowego oraz kapitałów niefinansowych (m.in. ludzkiego, intelektualnego, infrastrukturalnego).**

Dialog i ustalenie zakresu

O czym chcieliby dowiedzieć się z raportu interesariusze? Które obszary wpływu organizacji na otoczenie rynkowe,

społeczne i środowiskowe są dla nich priorytetowe? **Ankiety, wywiady, badania, panel interesariuszy w oparciu o wytyczne standardu AA1000SES. ●**

Które tematy z zakresu zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialnego biznesu są kluczowe dla mojej organizacji i wokół których powinien koncentrować się raport?

Warsztat walidacyjny z kadrami zarządzającą poświęcony wyborowi najważniejszych kwestii do raportu oraz sposobu prezentacji wybranych danych. ●

Zbieranie danych

Które dane niefinansowe powinny podlegać monitorowaniu i sprawozdawczości zewnętrznej? **Dobór wskaźników w odniesieniu do istotnych dla organizacji zagadnień zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu, z uwzględnieniem wytycznych Dyrektywy 2014/95/UE, GRI G4, IIRC, etc. ●**

Jak przeprowadzić proces zbierania danych tak, by był efektywny czasowo i kosztowo? **Przygotowanie wystandaryzowanych narzędzi Excel do zbierania danych niefinansowych. Wdrożenie systemu IT do automatycznego zbierania danych niefinansowych.**

Jak sprawić, by proces zbierania danych był angażujący i zachęcał do współpracy pracowników? **Warsztat wskaźnikowy, quizy, konkursy dla pracowników.**

Jak zmierzyć skalę i efekt realizowanych działań? **Kalkulacja wpływu organizacji na otoczenie ekonomiczne, społeczne i środowiskowe (np. wartość dodana wygenerowana w gospodarce).**

Tworzenie treści

Jak stworzyć angażującą treść? **Pisanie raportu w oparciu o storytelling**

Jak zaciekawić interesariuszy?

Przedstawianie treści ważnych dla poszczególnych grup w angażujący i ciekawy sposób.

Jak zadbać o kluczowe informacje? **Wybór oraz prezentacja kluczowych informacji, wartości, profili interesariuszy, czy stosowanie porównań.**

Weryfikacja

W jaki sposób zapewnić, że raportowane dane są prawdziwe? **Weryfikacja danych niefinansowych w oparciu o standard ISAE3000 oraz Deloitte Global Assurance Methodology.**

Prace graficzne

Jak stworzyć atrakcyjną treść? **Angażująca publikacja, skupiająca uwagę odbiorcy oraz ułatwiająca dotarcie do odpowiednich informacji poprzez m.in.: personalizację treści, animacje i narzędzia digital. Możliwość opracowania raportu w formie pdf, interaktywnego pdf, microsite, etc.**

Jak zaangażować odbiorców? **Użycie innowacyjnej formy przekazu - komiks, video, animacja, interaktywny quiz.**

Komunikacja

Jak sprawić, by raport przeczytały osoby, do których jest skierowany? **Plan komunikacji do konkretnych grup odbiorców.**

Jak trafić do grup interesariuszy, takich jak klienci bądź nowe grupy odbiorców (np. millenials)? **Zastosowanie narzędzi angażujących (np. grywalizacja), skoncentrowanie komunikacji na wybranych przekazach z myślą o grupie docelowej.**

Czy wiesz, że?

Wskazówki praktyczne

Nową regulacją zostaną objęte duże jednostki zainteresowania publicznego lub grupy kapitałowe, których spółka matka jest jednostką zainteresowania publicznego, o średniorocznym zatrudnieniu powyżej 500 osób i jednym z dwóch kryteriów finansowych: sumie bilansowej powyżej 20 mln EUR lub przychodach netto powyżej 40 mln EUR.

Raport za 2017 rok musi być zgodny z wytycznymi nowej Dyrektywy.

Warto podjąć próbę raportowania niefinansowego już w 2016 roku po to, by wdrożyć proces zbierania danych, ocenić swoje luki, mieć czas na wdrożenie dobrych praktyk w istotnych obszarach CSR i móc

je przedstawić w raporcie wydanym w 2018 roku. Według wymagań Dyrektywy sprawozdanie niefinansowe należy **złożyć do KRS razem z oświadczeniem czy sprawozdaniem z działalności** (koniec marca). Dlatego proces warto zacząć odpowiednio wcześniej.

Przygotowanie pierwszego raportu niefinansowego trwa ok **4-5 miesięcy**.

W przeciętny proces raportowania niefinansowego zgodnie z wytycznymi GRI zaangażowanych jest **około 20 osób** w organizacji. Przeciętnie zbiera się ok. 60-80 wskaźników.

Dlaczego Deloitte?

Wyznaczamy trendy w zakresie raportowania danych niefinansowych w Polsce i w 17 krajach Europy Środkowej

Zrealizowaliśmy m.in. blisko **50 projektów** doradczych w zakresie raportowania niefinansowego i zintegrowanego, z czego 14 raportów zyskało nagrody i wyróżnienia. **90% prac** realizujemy przy zaangażowaniu prezesa zarządu i najwyższej kadry zarządzającej. Pracowaliśmy m.in. dla: **Adamed, BZ WBK, Grupa Żywiec, KGHM Polska Miedź, Lotos, Pelion Healthcare Group, Provident, EDF, GE Węgry**.

Jesteśmy bardzo doświadczonym audytorem - zrealizowaliśmy ponad **60 niezależnych weryfikacji raportów niefinansowych** w Polsce oraz na Węgrzech. Stosujemy w swoich pracach standard ISAE3000 oraz autorską metodykę Deloitte Global Assurance Methodology.

Koordynujemy **jedyny regionalny konkurs** na najlepsze raporty niefinansowe i zintegrowane – **Green Frog Awards**.

Jesteśmy organizatorem wspólnie z Forum Odpowiedzialnego Biznesu konkursu

Raporty Społeczne – jedynej tego typu inicjatywy na rynku polskim.

Członkowie zespołu prowadzili **jedynie w Polsce certyfikowane szkolenia GRI**.

Nasi eksperci tłumaczyli **wytyczne GRI G3.1**. Jesteśmy partnerem **przekładu wytycznych GRI G4** na język polski, a wśród pięciu ekspertów dokonujących weryfikacji jego poprawności jest osoba z naszego zespołu.

Blisko **współpracujemy z International Integrated Reporting Council (IIRC)** w zakresie promocji i rozwoju raportowania zintegrowanego.

Zgodnie z globalnym trendem, opracowaliśmy autorską metodykę pozwalającą **mierzyć i pokazywać wpływ na otoczenie**. Zastosowaliśmy ją w naszych pracach dla m.in. **Provident Polska, Transport i Logistyka Polska, Grupa Żywiec, Nestle Waters, Grupa Energa, Pivara Skopje**.

Kontakt

Zespół Sustainability Consulting Central Europe

Irena Pichola

Partner
+48 502 184 587
ipichola@deloittece.com

Rafał Rudzki

Senior Manager
+48 734 436 311
rrudzki@deloittece.com

Aleksandra Stanek-Kowalczyk

Senior Manager
+48 602 146 839
astanekowalczyk@deloittece.com

Maria Ibisz

Manager
+48 734 451 980
mibisz@deloittece.com

Dołącz do naszego newslettera!

Zapraszamy do rejestracji na stronie:
www.deloitte.com/pl/sustainabilityinsights

Jesteśmy dostępni na:

 twitter.com/DSustainability