

IV zestawienie Listków CSR POLITYKI



W oczekiwaniu na zmianę

Tylko 44 firmy będą mogły w tym roku pochwalić się Listkiem CSR POLITYKI. Nie oznacza to, że brakuje w Polsce firm zaangażowanych i odpowiedzialnych społecznie. Ale że wymagania, jakie stawiają przed nimi interesariusze, są coraz większe.

Już po raz czwarty tygodnik POLITYKA zaprosił przedsiębiorstwa do przeglądu swoich działań z obszaru społecznej odpowiedzialności (CSR) i wkładu w zrównoważony rozwój oraz udziału w zestawieniu Listków CSR POLITYKI za 2014 rok. Partnerem merytorycznym tegorocznego zestawienia została międzynarodowa firma doradcza Deloitte.

Podobnie jak w roku ubiegłym, ankieta została skierowana do około 800 największych firm działających w Polsce, o przychodach powyżej 250 mln zł, ale dostępną na stronie internetowej POLITYKI ankietę wypełniały też firmy o mniejszych przychodach. W porównaniu do poprzednich edycji tegoroczne zestawienie uległo częściowej modyfikacji, aby można było wskazywać firmom nowe trendy w zarządzaniu ich wpływem na środowisko społeczne i gospodarcze. Niezmiennie jednak przegląd bazuje na wytycznych międzynarodowej normy społecznej odpowiedzialności ISO 26000 w siedmiu obszarach: ład korporacyjny, prawa człowieka, zachowania wobec pracowników, ochrona środowiska, dbałość o klienta, uczciwość biznesowa i zaangażowanie społeczne. Dodatkowo w tym roku ankieta została uzupełniona pytaniem o przyszłe najważniejsze dla firm wyzwania w obszarze zrównoważonego rozwoju, które będą dla nich kluczowe w roku 2015.

Ostrzejsze kryteria ocen

Do redakcji POLITYKI napłynęło 113 ankiet. To wprawdzie o 10 mniej niż przy trzeciej edycji, ale udział w akcji jest dobrowolny i jest dowodem na świadome i odpowiedzialne działanie firm. Nie zaskakują dane, że około 80% firm brało

firmom trzy typy wyróżnień (ramki obok): Złoty Listek CSR POLITYKI otrzymało 11 podmiotów, Srebrny Listek CSR POLITYKI – 8 firm oraz Biały Listek CSR POLITYKI – 25. W porównaniu z rokiem poprzednim przyznano mniejszą liczbę wyróżnień. Wynika to z faktu zaostrzenia kryteriów oceny dla poszczególnych kategorii Listków (ramka poniżej). Stąd wynikają też pewne przetasowania w zestawieniach wyróżnionych firm. Zaostrzenie kryteriów – w ocenie przedstawicieli Deloitte – wynikało m.in. z próby zainspirowania firm i jeszcze większej mobilizacji do działania oraz aktywnego dzielenia się doświadczeniami i wciągania w zmianę sposobu prowadzenia biznesu swojego otoczenia.

Czy strategia jest odpowiednia do wyzwań?

– Zrównoważony rozwój powinien być rozumiany jako zarządcze połączenie czterech kluczowych pojęć: wpływu, gospodarki, relacji i transformacji – zauważa Irena Pichola, partner w Deloitte. – Każda organizacja jest odpowiedzialna za swój wpływ na otoczenie gospodarcze, społeczne i środowiskowe, a sposób, w jaki zarządza tym wpływem i komunikuje efekty swoich działań lub zaniechań, może mieć istotne znaczenie dla jej wartości i reputacji – dodaje Pichola. Wybrane wyniki tegorocznego przeglądu Listków CSR potwierdzają tendencję już opisywaną przez POLITYKĘ w 2014 roku, ale tym razem pokazują pewną stabilizację strategiczną i zarządczą w obszarze odpowiedzialności. 85% firm deklaruje posiadanie dokumentu definiującego kierunki strategiczne, a 80% wskazuje, że posiada osobę dedykowaną do koordynacji działań z tego obszaru i taki sam procent firm wskazało, że cy-

klucznie ujawnia informacje i rezultaty na temat swojej działalności w Polsce.

Profesjonalizacja działań to bardzo dobry sygnał. Jednak z drugiej strony zmieniające się otoczenie regulacyjne, społeczne i gospodarcze, relacje z interesariuszami powinny być źródłem ciągłych inspiracji i pomagać dostosowywać zakres oraz sposób działań do realnych wyzwań społeczno-ekonomicznych.

Ciekawe rozwiązania podsuwają nam wyniki badań trendów w obszarze strategicznym opublikowane przez firmę badawczą Verdantix. Pokazują one, że po pierwsze, bardzo istotne jest skupienie uwagi firmy na działaniach, które naprawdę są istotne (materialne) dla samej firmy i jej interesariuszy. Dodatkowo wskazują, że firmom – przy tworzeniu kluczowych dokumentów – powinno towarzyszyć, z jednej strony myślenie o ryzyku, które może wystąpić, a po drugie, muszą mieć wizję, co konkretnie chcą osiągnąć. I wreszcie – jak będą mogli zmierzyć efekty, a potem ten wynik przełożyć na wartość w pieniądzu. Dodatkowo pomocne mogą być niezależne opracowania, które pozwalają osadzić myślenie strategiczne o swoim wpływie w odpowiednim kontekście, czy to w skali globalnej, np. Globalny Indeks Rozwoju Społecznego (opublikowany przez Social Progress Impreative), czy lokalnej, np. Wizja Zrównoważonego Rozwoju dla Polskiego Biznesu 2050.

Ciągle ważna komunikacja zewnętrzna

Dodatkowo w procesie budowania zaufania bardzo istotne jest też, jak firmy ujawniają dane na temat swojej działalności i co o sobie mówią. Ankiety pokazują, że 61% publikuje publicznie – w postaci broszury czy w formie elektronicznej – materiały na swój temat. Tylko niecałe 30% przyznało, że ujawnia dane pozafinansowe w sposób ustrukturyzowany – w formie raportu, w oparciu o rozpoznawalny, międzynarodowy standard. To ciągle kropla w morzu potrzeb informacyjnych interesariuszy. Lepsze zrozumienie swojego wpływu na społeczeństwo, gospodarkę, finanse państwa, środowisko pozwala zarządom podejmować bardziej trafne decyzje biznesowe, a inwestorom czy klientom decyzje zakupowe – akcji spółek czy ich produktów lub usług. Ujawnianie danych i komunikowanie się z otoczeniem to ważny temat. Regulują je nie tylko międzynarodowe standardy jako metodyka Inicjatywy Raportowania Światowego (z ang. GRI) czy wytyczne Światowej Rady Raportowania Zintegrowanego (z ang. IIRC), ale coraz częściej wpisywane są do porządków prawnych państw. Przykładowo, Unia Europejska zobligowała w Dyrektywie wybrane podmioty gospodarcze do ujawniania informacji pozafinansowych i informacji dotyczących różnorodności od 2017 roku. Aktualnie polski rząd pracuje nad wytycznymi dla naszego rynku.

Kluczowi partnerzy biznesowi

Kolejnym ważnym z perspektywy odpowiedzialności jest obszar relacji z partnerami biznesowymi i współpracy w łańcuchu dostaw. Z tegorocznych deklaracji uczestników przeglądu ok. 80% firm stawia swoim partnerom bizneso-

Złoty Listek CSR POLITYKI 2015 (kolejność firm alfabetyczna):

CEMEX Polska Sp. z o.o.
Danone Sp. z o.o.
ENERGA SA
Grupa LOTOS SA
Grupa Żywiec SA
Kompania Piwowarska SA
Orange Polska
PKN ORLEN SA
Polpharma SA
Provident Polska SA
Schenker Sp. z o.o.

Srebrny Listek CSR POLITYKI 2015 (kolejność firm alfabetyczna):

Bank BGŻ SA
Bank Millennium SA
GlaxoSmithKline w Polsce
ING Bank Śląski SA
Nestlé Polska SA
PGNiG SA
Tesco Polska Sp. z o.o.
Volvo Polska Sp. z o.o.

Biały Listek CSR POLITYKI 2015 (kolejność firm alfabetyczna):

ABB Sp. z o.o.
Adamed Sp. z o.o.
ANWIL SA
Bank Handlowy w Warszawie SA
Bank Spółdzielczy w Ostrowi Mazowieckiej
Carlsberg Polska
EDF Polska
Grupa Aviva w Polsce
Grupa GPEC
Grupa Raben Polska
Grupa Sanofi w Polsce
Henkel Polska
ING Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie SA
Jeronimo Martins Polska SA
KGHM Polska Miedź SA
PGE Polska Grupa Energetyczna SA
PKP SA
Polskie LNG SA
Samsung Electronics Polska Sp. z o.o.
Solaris Bus&Coach SA
TAURON Polska Energia SA
Unilever Polska
WIKA Polska Sp. z o.o. Sp.k.
Zakłady Mięsne Silesia SA
Zespół Elektrociepłowni Wrocławskich KOGENERACJA SA

wym pozafinansowe wymagania (np. dotyczące BHP), zanim podejmie współpracę (np. w postaci wytycznych czy kodeksu). Z drugiej strony planowanie projektów na rzecz budowania zrównoważonego łańcucha dostaw zajęło ostatnie miejsce (1% wskazań) jako wyzwanie, któremu czoła będą stawiać polskie firmy w 2015 roku. Przypadek czy konieczność skupienia uwagi na innych tematach?

Faktem jest, że polskie firmy coraz częściej współpracują z wieloma partnerami biznesowymi w kraju i za granicą, ale też same wchodzą na rynki bardziej rozwinięte i tym samym wymagające. Istotne wydaje się zrozumienie, że dobrze zarządzany łańcuch dostaw nie tylko może pomagać w generowaniu oszczędności, ale także może uchronić firmę przed niepożądanymi zdarzeniami u dostawców, które często powodują kryzysy komunikacyjne. Przeciętna firma poproszona o udzielenie odpowiedzi na proste pytania, np. o skład produktu, miejsce produkcji i warunki produkcji, może nie znać na nie odpowiedzi. Klienci coraz częściej zwracają na te kwestie swoją uwagę. W tym obszarze wydaje się, że jest jeszcze sporo do zrobienia. Zgodnie z międzynarodowymi trendami stawianie wymagań to pierwszy krok. Kolejnym jest monitoring, wsparcie we wdrażaniu zmian, poszukiwanie efektywności w działaniu. Wydaje się, że teraz przyszedł czas na realne, partnerskie współdziałanie, dzielenie się wiedzą, wdrażanie wspólnie wymyślonych rozwiązań ze swoimi dostawcami i partnerami biznesowymi.

Co dalej?

Obiecujące są plany firm na bieżący rok. Najwięcej z nich – ponad 25% wskazań – powiedziało, że w odpowiedzi na kluczowe wyzwania będzie wdrażać innowacje dotyczące procesów, usług czy produktów, które będą współtworzone z udziałem interesariuszy. Firmy będą również skupiały swoją uwagę na długoterminowym budowaniu wartości spółki, umacnianiu kultury organizacyjnej (po ok. 15% głosów) oraz rozwijały relacje z kluczowymi interesariuszami (ok. 12% odpowiedzi). Tym samym 2015 rok może naprawdę być ciekawy dla polskiego CSR.

Polska gospodarka potrzebuje liderów zmiany. Można tylko mieć nadzieję, że nową perspektywą budżetowa UE oraz polityka rządu będzie wsparciem w tym zakresie. Widać wyraźnie, co się liczy. Przede wszystkim świadome pozycjonowanie organizacji w rzeczywistości gospodarczej, uwzględniające wyzwania społeczno-ekonomiczne oraz szanse i zagrożenie środowiskowe, jak również relacje i zaangażowanie interesariuszy. W zrównoważonym rozwoju priorytetową rolę odgrywa także transformacja myślenia o kapitale ludzkim, intelektualnym czy środowiskowym, które dla budowania wartości firmy są równie istotne jak kapitał finansowy. Przegląd Listki CSR POLITYKI pokazuje, że największe firmy działające w Polsce podzielają to myślenie. A dzięki otwartości, zaangażowaniu tych firm większe grono podmiotów gospodarczych rozumie, że odpowiedzialność za swój wpływ to nie abstrakcja, a chleb powszedni. Wydaje się, że jeszcze mamy wspólnie sporo do zrobienia.

RAFAŁ RUDZKI

Współpraca MARIANNA PALCZEWSKA