



Deloitte 2022 CxO Sustainability Report

Rozdźwięk między ambicją a rzeczywistym wpływem | Wyniki globalne

Podsumowanie wyników globalnego badania

W ciągu ostatnich kilku miesięcy nastąpił wzrost świadomości kadry kierowniczej firm w zakresie zmian klimatu, jak i wiary w to, że podjęcie natychmiastowych działań może mieć wymierne efekty. Jednocześnie, wyniki badania przeprowadzonego przez Deloitte wśród grupy ponad 2 tys. członków zarządów z 21 krajów, pokazują wiele rozbieżności między opiniami i motywami liderów, działaniami organizacji oraz samym rezultatem wdrażanych inicjatyw.

Najważniejsze wnioski:

Blisko **dwie trzecie prezesów przyznało, że ich firmy są bardzo zaniepokojone zmianami klimatu**, a w ocenie 79 proc. świat osiągnął punkt zwrotny i trzeba działać. Dla porównania, w podobnym badaniu Deloitte z początku 2021 roku odsetek ten wynosił 59%. Obawy respondentów wynikają ze zmian wywoływanych przez zmiany klimatyczne:

Niemal wszyscy respondenci (97%) przyznali, że ich firmy już doświadczyły negatywnych skutków zmian klimatycznych, a połowa potwierdziła, że rzeczony zmiany miały wpływ na ich działalność operacyjną w postaci zakłócenia funkcjonowania działalności firmy i globalnej sieci dostaw. W ciągu ostatnich 12 miesięcy **81 proc. przedstawicieli kadry kierowniczej** osobiście odczuło skutki zmiany klimatu (np. skrajnie wysoka temperatura, intensywne burze, pożary). Ponadto, **grupy interesariuszy**, w tym regulatorzy, akcjonariusze, konsumenci i pracownicy, wszyscy wywierają na przedsiębiorstwach presję, aby podjęły działania.

Jednocześnie nadal utrzymuje się poczucie optymizmu: **88 proc. respondentów podziela opinię, zgodnie z którą podjęcie natychmiastowych działań pomoże złagodzić najgorsze skutki zmian klimatu**. Jeszcze osiem miesięcy temu tego zdania było 63 proc. badanych.

Szefowie firm, którzy zobowiązali się wdrożyć przynajmniej **cztery z pięciu** najbardziej zrównoważonych działań stanowią wzór do naśladowania w zakresie skutecznego zarządzania kwestiami zrównoważonego biznesu, przy jednoczesnym osiągnięciu korzyści. Wśród wspomnianych działań znalazło się:



Opracowanie nowych produktów i usług przyjaznych środowisku



Wymaganie od dostawców i partnerów biznesowych spełnienia określonych kryteriów środowiskowych



Modernizacja lub przenoszenie zakładów, by zwiększyć ich odporność na skutki zmiany klimatu



Uwzględnienie kwestii klimatycznych w działalności lobbingowej i politycznej



Uzależnienie wynagrodzenia kierownictwa wyższych szczebli od realizacji inicjatyw w zakresie zrównoważonego rozwoju



Istnieje jednak rozdziewięć między ambicjami, działaniami i rzeczywistym wpływem

Sytuacja nie wygląda jednak dobrze, jeżeli chodzi o wdrożenie działań, które mają dowieść, że kwestie klimatyczne stały się istotnym elementem kultury korporacyjnej, popieranym przez kierownictwo i prowadzącym do skutecznej transformacji.

Ponadto, prezesi w dalszym ciągu zmagają się z krótkoterminowymi kosztami związanymi z przejściem na działalność niskoemisyjną. Wśród pięciu najniżej ocenianych korzyści strategii klimatycznych respondenci wymienili: przychody z tradycyjnej i nowej działalności biznesowej, wartość aktywów, koszt inwestycji oraz marżę operacyjną.

W naszym raporcie analizujemy rozbieżności między ambicjami a faktycznymi działaniami, jak również inicjatywy, które mogą wesprzeć firmy w realizacji swoich założeń.

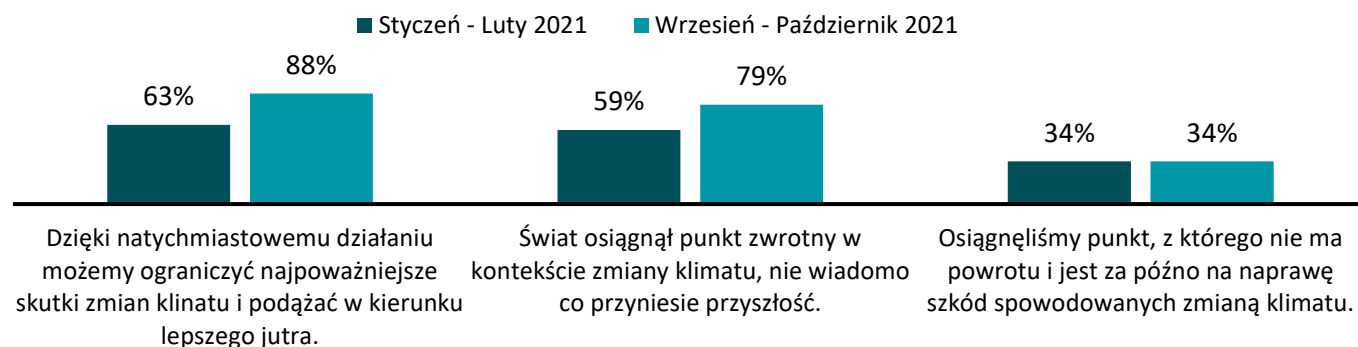
Większość badanych uważa, że świat osiągnął punkt krytyczny, wymagający reakcji na zachodzące zmiany klimatu

Obecnie blisko 79 proc. przedstawicieli kadry zarządzającej uważa, że świat osiągnął punkt krytyczny, wymagający reakcji na zmiany klimatu; dla porównania jeszcze osiem miesięcy temu było to 59 proc. Choć sprawa jest poważna, dominuje optymizm - 88 proc. badanych (w porównaniu do 63 proc. sprzed ośmiu miesięcy) zgadza się, że podjęcie natychmiastowych działań może ograniczyć najgorsze skutki zmiany klimatu.

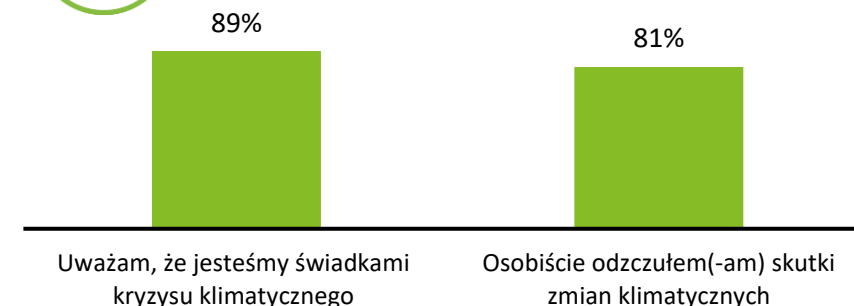
81 proc. przedstawicieli kadry kierowniczej osobiście odczuło zmiany klimatu; wśród najczęściej wymienianych zjawisk znalazły się: skrajnie wysokie temperatury, częściej występujące i bardziej intensywne burze, rozległe powodzie.



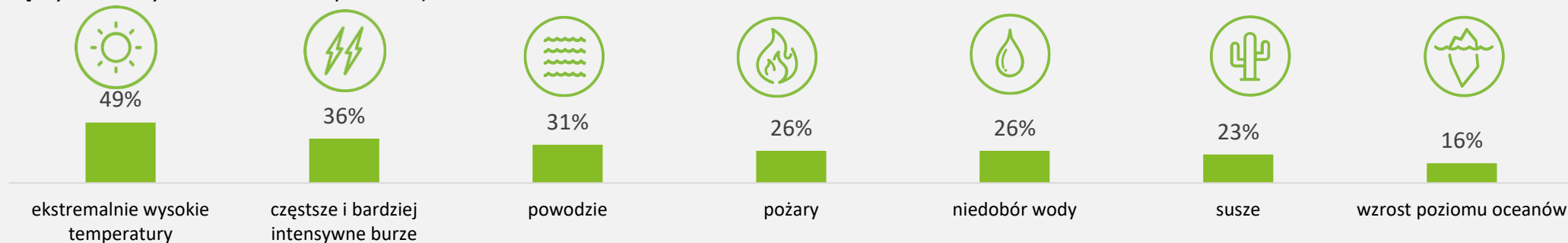
W jakim stopniu zgadzają się Państwo lub nie zgadzają z następującymi stwierdzeniami związanym z klimatem?



W jakim stopniu zgadzają się Państwo lub nie zgadzają z następującymi stwierdzeniami związanym z klimatem?



Czy osobiście doświadczył(a) Pan(i) któregośkolwiek z wymienionych zjawisk w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy? (proszę wybrać wszystkie właściwe odpowiedzi)



Respondenci wyrazili zaniepokojenie i przyznali, że zmiany klimatu wpłynęły na działalność ich firm

W ocenie większości członków zarządów ich organizacje są poważnie zaniepokojone zmianami klimatycznymi i skupiają się na uwzględnieniu kwestii klimatycznych w swoich strategiach i działaniach na kolejne trzy lata.

97 proc. badanych przyznaje, że ich firmy już odczuły negatywne skutki zmian klimatu; wśród trzech najważniejszych obszarów wymieniają zakłócenie działalności operacyjnej, niepewność regulacyjną oraz presję ze strony społeczeństwa.



Jak bardzo Państwa firma obawia się zmiany klimatu?

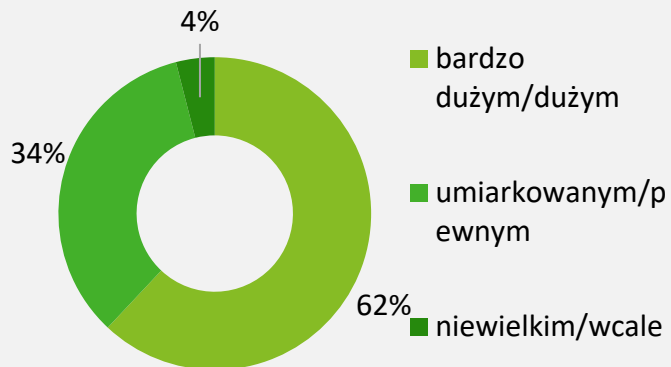
63%



Moja organizacja jest bardzo zaniepokojona zmianami klimatycznymi

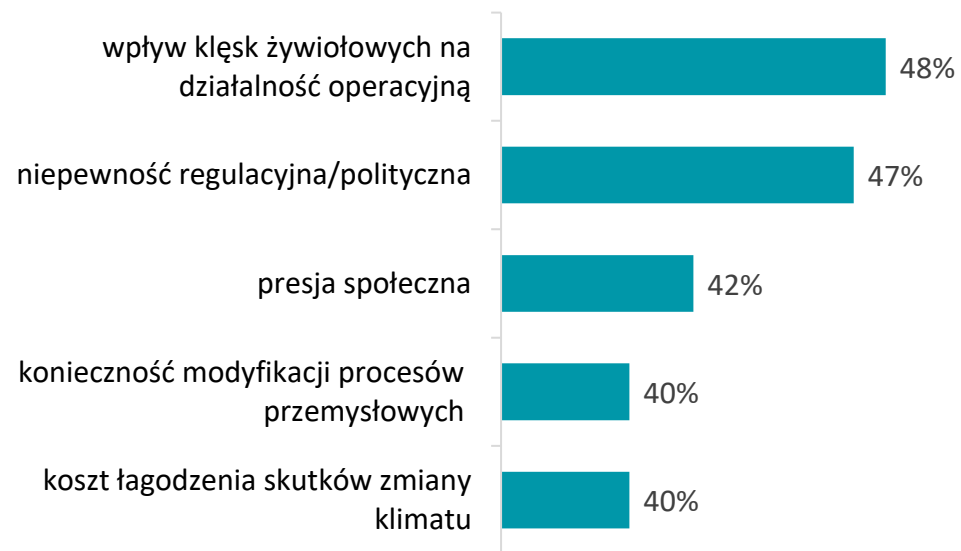


W jakim stopniu, w Pana(i) ocenie, zmiany klimatyczne wpłyną na strategię i działalność Państwa firmy w ciągu kolejnych trzech lat?



Które z głównych zmian klimatycznych już mają wpływ na Państwa biznes? (proszę wybrać wszystkie właściwe odpowiedzi)

97% respondentów na całym świecie przyznało, że ich firmy zostały dotknięte przez zmiany klimatyczne



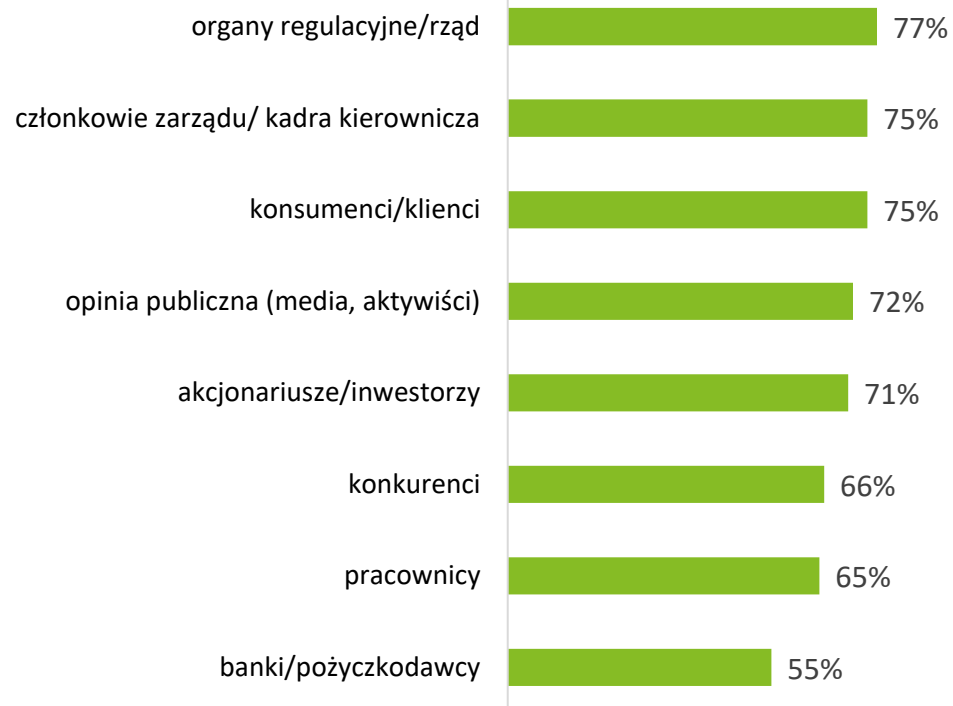
Interesariusze naciskają na firmy, aby zaczęły działać; kadra zarządzająca jest zdania, że część odpowiedzialności ponosi również rząd

Firmy odczuwają presję (od umiarkowanej do dużej) ze strony różnych grup interesariuszy, zarówno regulatorów, klientów i pracowników, by podjąć działania w zakresie zmian klimatycznych.

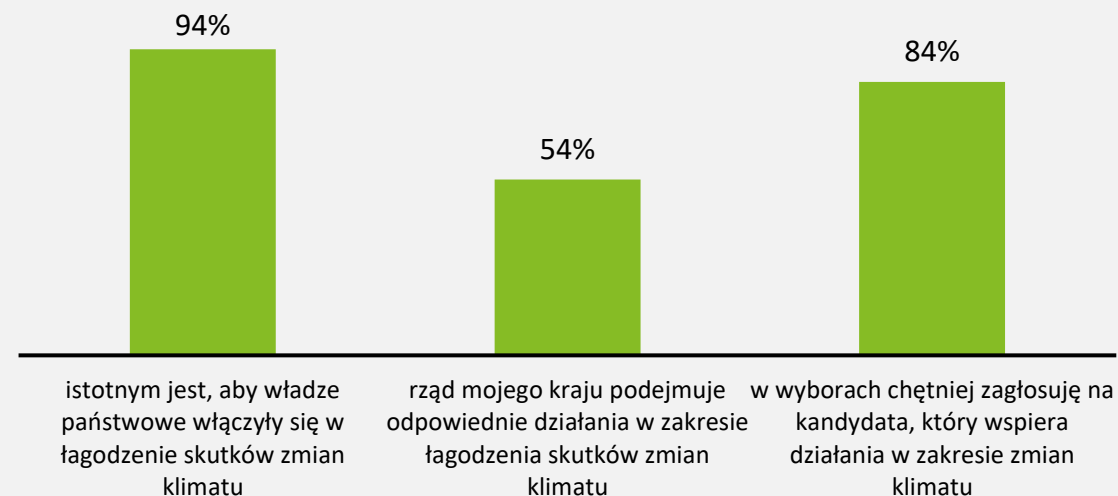
Są również zdania, że istotnym jest, aby władze państwowe włączyły się w łagodzenie skutków zmian klimatu, przy czym jedynie 54 proc. respondentów uważa, że ich kraj podejmuje odpowiednie działania.



Czy w Państwa firmie odczuwana jest presja (w dużym/umiarkowanym stopniu) ze strony niżej wymienionych grup, by podjąć działania w kwestii zmiany klimatu? (proszę wybrać wszystkie właściwe odpowiedzi)



% respondentów, którzy zgadzają się/ zdecydowanie się zgadzają z poniższymi stwierdzeniami dotyczącymi roli władz państwowych w zakresie łagodzenia skutków zmian klimatu



Na poziomie globalnym występują niezgodności między deklaracjami składanymi przez kierownictwo firmy a podejmowanymi działaniami

Sytuacja nie wygląda jednak dobrze, jeżeli chodzi o wdrożenie działań, które mają dowieść, że kwestie klimatyczne stały się istotnym elementem kultury korporacyjnej, popieranym przez kierownictwo i prowadzącym do skutecznej transformacji. Ponad jedna trzecia organizacji wdrożyła zaledwie jedną z pięciu inicjatyw w kierunku zrównoważonego rozwoju.

Które z wymienionych działań/zmian zostały wprowadzone w Państwa firmie w ramach inicjatyw zrównoważonego rozwoju?
(proszę wybrać wszystkie właściwe odpowiedzi)



NAJWAŻNIEJSZE PODJĘTE DZIAŁANIA

67%

Wykorzystywanie materiałów mniej szkodliwych dla środowiska
(np. z recyklingu, wywołujących niższy poziom emisji)

66%

Zwiększenie skuteczności wykorzystania energii

57%

Stosowanie energooszczędnych lub przyjaznych dla środowiska maszyn, technologii i urządzeń

57%

Przeszkolenie pracowników w zakresie działań klimatycznych i wpływu środowiskowego

55%

Ograniczenie podróży samolotem w czasie po pandemii



ISTOTNE DZIAŁANIA TRUDNIEJSZE DO WDROŻENIA*

49%

Opracowanie nowych produktów i usług przyjaznych środowisku

46%

Wymaganie od dostawców i partnerów biznesowych spełnienia określonych kryteriów środowiskowych

44%

Modernizacja lub przenoszenie zakładów, by zwiększyć ich odporność na skutki zmiany klimatu

40%

Uwzględnienie kwestii klimatycznych w działalności lobbingowej i politycznej

37%

Uzależnienie wynagrodzenia kierownictwa wyższych szczebli od realizacji inicjatyw w kierunku zrównoważonego rozwoju

*na podstawie analizy przeprowadzonej przez Deloitte

Korzyści płynące ze strategii klimatycznej oraz czynniki stojące na drodze do realizacji założeń zrównoważonego rozwoju

Członkowie zarządów firm wskazują rozpoznawalność i reputację marki, satysfakcję klientów, a także dobrostan i morale pracowników jako trzy z pięciu największych korzyści, które przynoszą inicjatywy z zakresu zrównoważonego rozwoju, co dowodzi, że wielu z nich uznaje tego rodzaju działania za korzystne dla relacji z interesariuszami. Najniżej oceniane korzyści (wszystkie finansowe) są sygnałem trudności z kontrolą krótkoterminowych kosztów przejścia na gospodarkę niskoemisyjną.

Pięć głównych wymienionych przeszkód sugeruje, że wiele firm ma problem z określeniem kosztów zaniechania działań. Blisko jedna trzecia przedstawicieli kadry kierowniczej przyznała, że trudności ze zmierzeniem wpływu środowiskowego ich firm stanowiło kluczową barierę, podobnie jak koszty i koncentracja na krótkoterminowych zobowiązaniach.



Jestem głęboko przekonany(a), że obecne działania w duchu zrównoważonego rozwoju podejmowane przez firmę mają/będą miały pozytywny wpływ na następujące obszary (proszę wybrać wszystkie właściwe odpowiedzi)

▲ PIĘĆ NAJCZĘŚCIEJ WSKAZYWANYCH KORZYŚCI

49%

Rozpoznawalność i reputacja marki

46%

Zadowolenie klientów (np. spełnianie oczekiwań klientów)

43%

Poświęcenie uwagi zmianom klimatu

42%

Morale i dobre samopoczucie (well-being) pracowników

39%

Innowacje w zakresie oferty i/lub działań operacyjnych

▼ PIĘĆ NAJRZADZIEJ WSKAZYWANYCH KORZYŚCI

32%

Przychody z nowej działalności biznesowej

31%

Wartość aktywów

30%

Marża operacyjna

30%

Koszt inwestycji

28%

Przychody z tradycyjnej działalności biznesowej



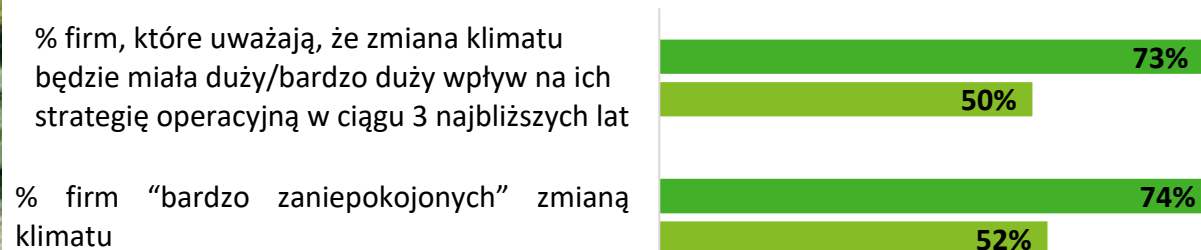
Pięć głównych czynników stojących na drodze do realizacji założeń zrównoważonego rozwoju (proszę wybrać dwa najważniejsze)



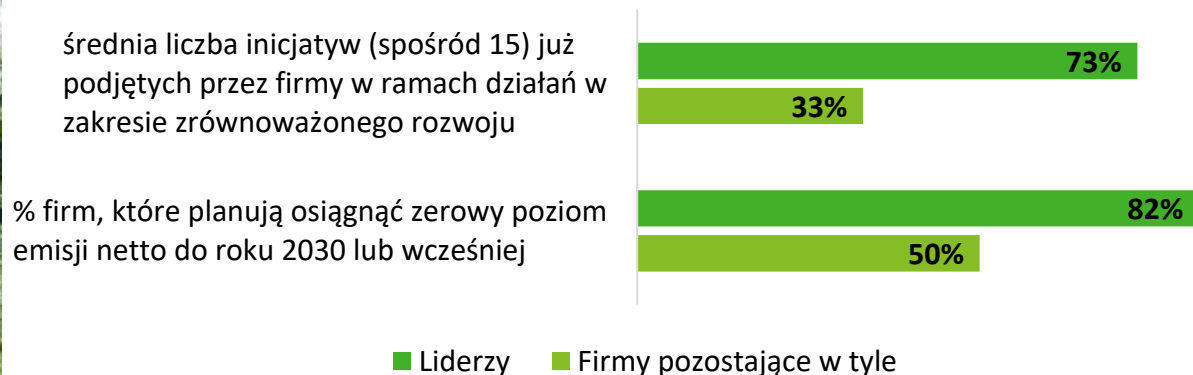
Działania i cechy wyróżniające liderów klimatycznych

W trakcie badania wyłoniono grupę liderów, stanowiących 19 proc. badanej próby. Najlepsi wdrożyli co najmniej cztery z pięciu kluczowych inicjatyw dotyczących zrównoważonego rozwoju. Z kolei 35 proc. przedsiębiorstw nie wprowadziło żadnych działań lub zaledwie jedną z przedstawionych inicjatyw, co wskazuje, że mają dużo do nadrobienia. Bycie liderem klimatycznym przynosi niewątpliwie korzyści w wielu obszarach działalności organizacji.

Większy niepokój wśród liderów*



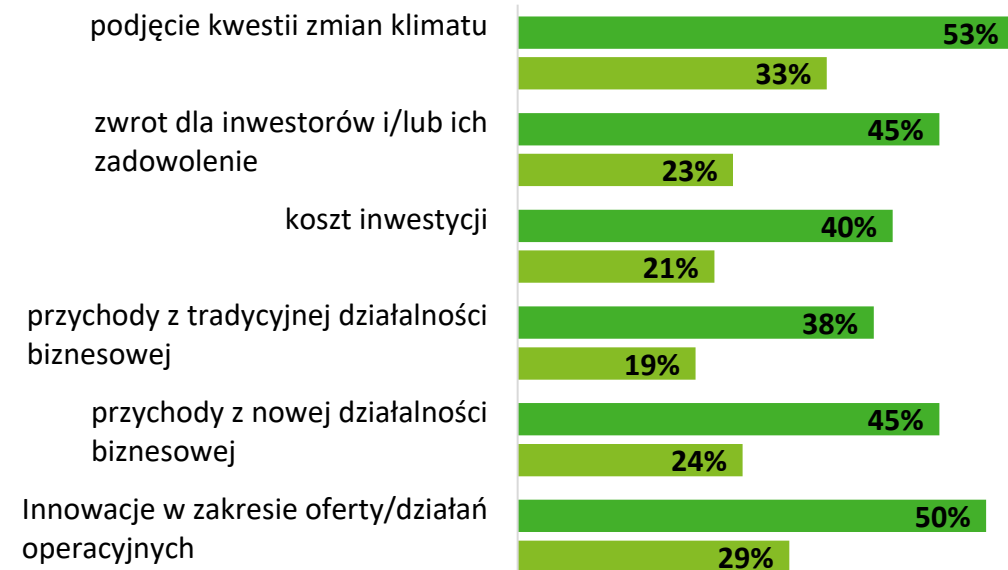
Większa aktywność wśród liderów*



■ Liderzy ■ Firmy pozostające w tyle

Liderzy dostrzegają ogromne korzyści swoich strategii klimatycznych*

Jestem głęboko przekonany(a), że obecne działania w duchu zrównoważonego rozwoju mają/będą miały pozytywny wpływ na...



■ Liderzy ■ Firmy pozostające w tyle

*Uwaga: Wyresy zamieszczone na tym slajdzie przedstawiają dane globalne, nie są to dane na poziomie kraju. Wynika to faktu, iż niskie wartości krajowe zarówno dla liderów, jak i organizacji pozostających w tyle stawki, byłyby nieistotne statystycznie.

Metodologia

Raport opracowano na podstawie badania przeprowadzonego wśród 2 083 przedstawicieli kadry kierowniczej wyższego szczebla. Badanie, które odbyło się między wrześniem a październikiem 2021 r., swoim zasięgiem objęło respondentów z 21 krajów: 44 proc. pochodziło z Europy/Afryki Południowej, 31 proc. z obu Ameryk, zaś 24 proc. z regionu Azji i Pacyfiku. Badana próba obejmowała przedstawicieli wszystkich głównych sektorów gospodarki.

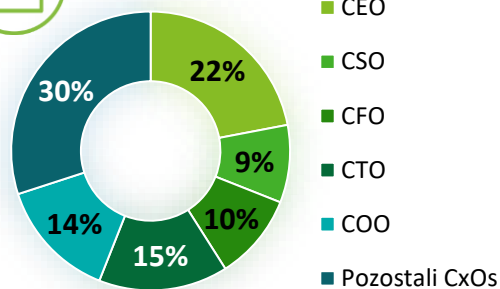


Liczba pracowników

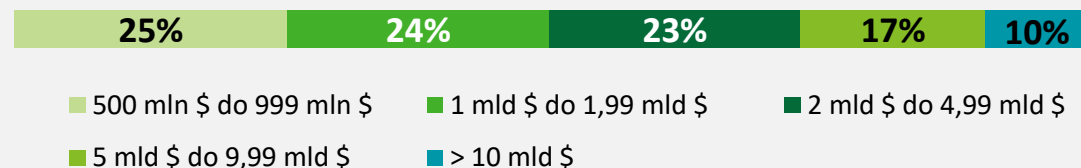
- <5 tys.: **41%**
- 5 tys. do 9 999: **24%**
- 10 tys. do 19 999: **16%**
- 20 tys. do 49 999: **10%**
- >50 tys.: **10%**



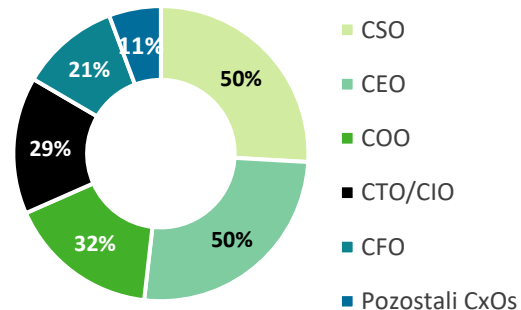
Stanowisko



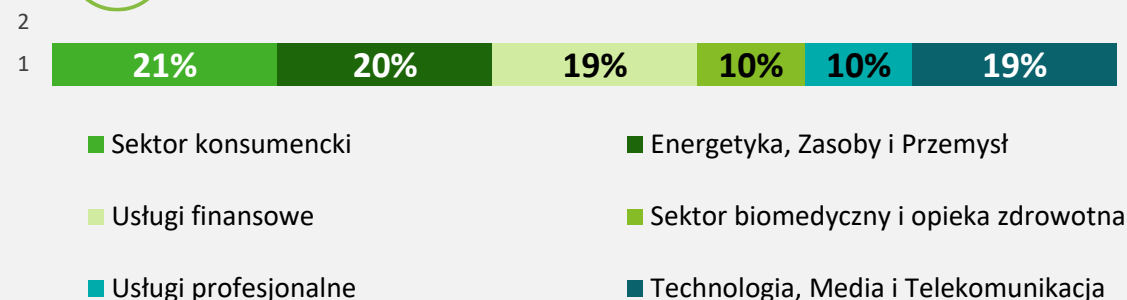
Przychody (USD)



Stanowiska w Państwa firmie odpowiedzialne za cele klimatyczne



Branża





Nazwa Deloitte odnosi się do jednej lub kilku jednostek Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL”) i jej firm członkowskich oraz ich jednostek stowarzyszonych (zwanym łącznie „organizacją Deloitte”). DTTL (zwana również „Deloitte Global”), jej firmy członkowskie i podmioty z nimi powiązane są prawnie odrębnymi, niezależnymi podmiotami, które nie mogą podejmować decyzji ani zobowiązań za inne podmioty wobec osób trzecich. DTTL, jej firmy członkowskie i podmioty z nimi powiązane ponoszą odpowiedzialność wyłącznie za własne działania i zaniechania, a nie za działania i zaniechania innych firm członkowskich. DTTL nie świadczy usług na rzecz klientów. Więcej informacji można znaleźć na stronie www.deloitte.com/about.

Deloitte świadczy najwyższej jakości usługi rewizji finansowej, doradztwa gospodarczego i podatkowego niemal 90 procent firm z rankingu Fortune Global 500® i tysiącom spółek prywatnych. Nasi specjaliści działają w wielu branżach kształtujących dzisiejszy rynek, wypracowując wymierne, trwałe wyniki, które zwiększają zaufanie publiczne do rynków kapitałowych, inspirują klientów do podejmowania ambitnych decyzji biznesowych i wspierają rozwój gospodarczy i społeczny. Czerpiąc z ponad 175 lat obecności na rynku, Deloitte prowadzi działalność w ponad 150 krajach na całym świecie. Aby dowiedzieć się, w jaki sposób ponad 345 000 pracowników Deloitte realizuje misję firmy, zachęcamy do odwiedzenia strony: www.deloitte.com.

Powyższa publikacja zawiera jedynie informacje natury ogólnej. Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL”), globalna sieć jej firm członkowskich oraz jednostek z nimi powiązanych (zwanym łącznie „organizacją Deloitte”) nie świadczą za jej pośrednictwem profesjonalnych usług ani nie udzielają profesjonalnych porad. Przed podjęciem jakichkolwiek decyzji lub działań, które mogą mieć wpływ na finanse lub działalność twojej firmy, na leży uzyskać poradę profesjonalną.

Nie składamy żadnych oświadczeń, nie udzielamy gwarancji ani nie podejmujemy zobowiązań (jawnych ani dorozumianych), dotyczących dokładności i kompletności informacji, zawartych w niniejszej publikacji. DTTL, jej firmy członkowskie, podmioty z nimi powiązane, ich pracownicy ani agenci nie ponoszą odpowiedzialności za straty lub szkody, wynikające bezpośrednio lub pośrednio z wykorzystania informacji, zawartych w niniejszej publikacji.