

Deloitte.



Obawy o klimat z perspektywy
konsumentów, pracowników
i wyborców

**Indeks Obaw Klimatycznych
(Climate Sentiment Index)**

Zdecydowana większość Polaków obawia się zmian klimatycznych



Badanie Deloitte pokazuje, jakie niesie to ryzyka i szanse dla biznesu. Polacy jako konsumenci szukają informacji o przyjaznym środowisku pochodzeniu towarów, jako wyborcy oczekują działania ze strony polityków, a jako pracownicy są nawet skłonni zmienić pracę, jeśli pracodawca nie wprowadza zrównoważonych praktyk biznesowych.

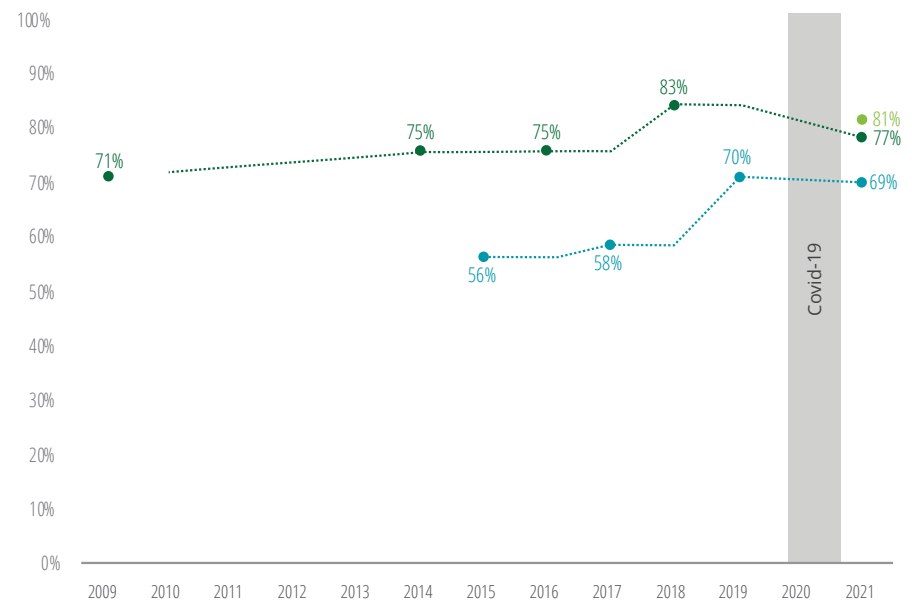
Tym deklaracjom towarzyszy zgoda na finansowanie odpowiedzialnych zachowań firm. Ci, którzy martwią się o klimat jako konsumenci częściej są skłonni zapłacić więcej za przyjazne dla środowiska towary, jako podatnicy łatwiej godzą się na finansowanie inwestycji w ochronę klimatu, a jako pracownicy - mogą zaakceptować niższą pensję u pracodawcy przyjaznego środowisku.

Obawy o zmiany klimatyczne rosną

Odsetek mieszkańców Polski niepokojących się postępującymi zmianami klimatycznymi rośnie od lat. W ostatnim roku pandemia COVID-19 częściowo przyćmiła niezwiązane z nią bezpośrednio problemy, ale rosnąca grupa

osób zaniepokojonych zmianami klimatycznymi jest dobrze widoczna w dłuższej perspektywie. O ile w 2009 roku w badaniu CBOS tylko 15% ankietowanych uważało je za jedno z największych zagrożeń dla cywilizacji, to w 2021 roku było to już 26%. Kolejne 51% dostrzegало niebezpieczeństwa związane z globalnym ociepleniem, ale określało je jako jedno z wielu niebezpiecznych zjawisk. Między 2015 a 2021 odsetek Polaków oceniających zmiany klimatyczne, jako poważny problem wzrósł z 56% do 69% (Eurobarometr 2021).

Od lat rośnie odsetek osób obawiających się zmian klimatycznych



●●● CBOS: zmiany klimatu są obecnie jednym z największych zagrożeń dla współczesnej cywilizacji + zmiany klimatu stanowią pewne zagrożenie, ale jest ot jedno z wielu niebezpiecznych zjawisk

●●● Eurobarometr: zmiany klimatyczne to poważny problem

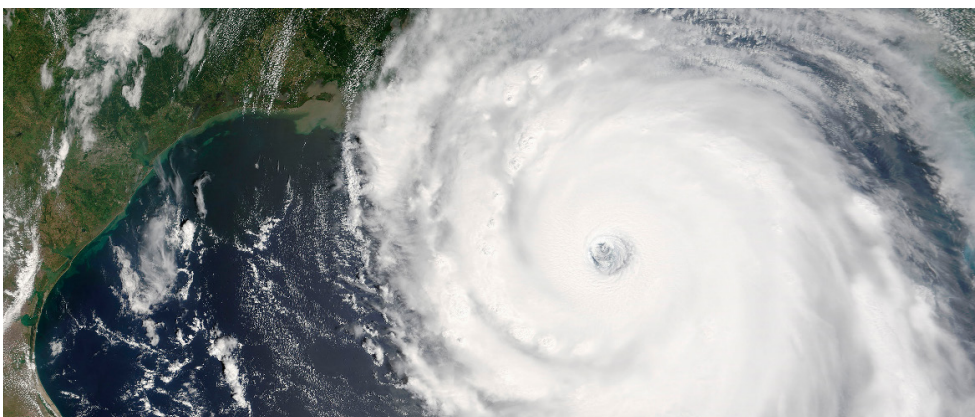
● Deloitte

Źródło: CBOS, Eurobarometr

W najnowszym badaniu Deloitte tylko nieliczne osoby nie zgłaszały obaw związanych ze zmianami klimatycznymi. W badaniu przeprowadzonym w Polsce na reprezentatywnej grupie **1145** osób od 15 roku życia w czerwcu br. **81%** ankietowanych stwierdziło, że jest zaniepokojone zmianami klimatycznymi, z czego **35%** było bardzo zaniepokojone a **46%** trochę zaniepokojone.

Niepokoju nie czuło w ogóle lub nie miało zdania tylko 7% ankietowanych. Dla ponad połowy ankietowanych obawy o klimat są tematem bieżącym – 64% osób stwierdziło, że martwiło się o klimat w ciągu ostatniego miesiąca. Obawy te nie były rozłożone równomiernie – częściej zgłaszały je kobiety i osoby pracujące, ale przede wszystkim – osoby widzące negatywny wpływ zmian klimatycznych. Wśród nich prawdopodobieństwo, że dana osoba nie martwiła się zmianami klimatycznymi było trzykrotnie niższe niż wśród reszty populacji. Widząc namacalne negatywne skutki dla siebie i swoich bliskich zaczynamy się obawiać globalnego ocieplenia. Można więc oczekiwać, że w miarę postępujących i odczuwanych zmian klimatycznych odsetek zgłaszających obawy o klimat dalej będzie rósł.

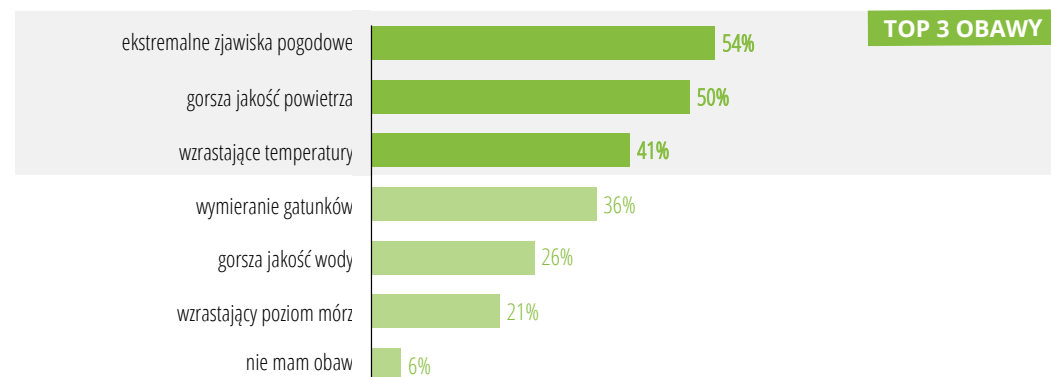
Razem z obawami o zmieniający się klimat idą obawy o środowisko, społeczeństwo i gospodarkę. We wskazaniach ankietowanych dobrze widoczny jest kontekst krajowy. W Polsce rosnący poziom mórz był na końcu obaw związanych z wpływem na środowisko. Znacznie częściej natomiast ankietowani wskazywali widoczne dla nich ekstremalne zjawiska pogodowe i gorszą jakość powietrza, pomimo, że problem ten w Polsce jest związany przede wszystkim ze smogiem, który ma charakter znacznie bardziej lokalny. W przypadku obaw o wpływ na gospodarkę i społeczeństwo, ankietowani przede wszystkim wskazywali na wzrastające ceny żywności i negatywny wpływ zmian klimatycznych na zdrowie.



Największe obawy o wpływ zmian klimatycznych na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę

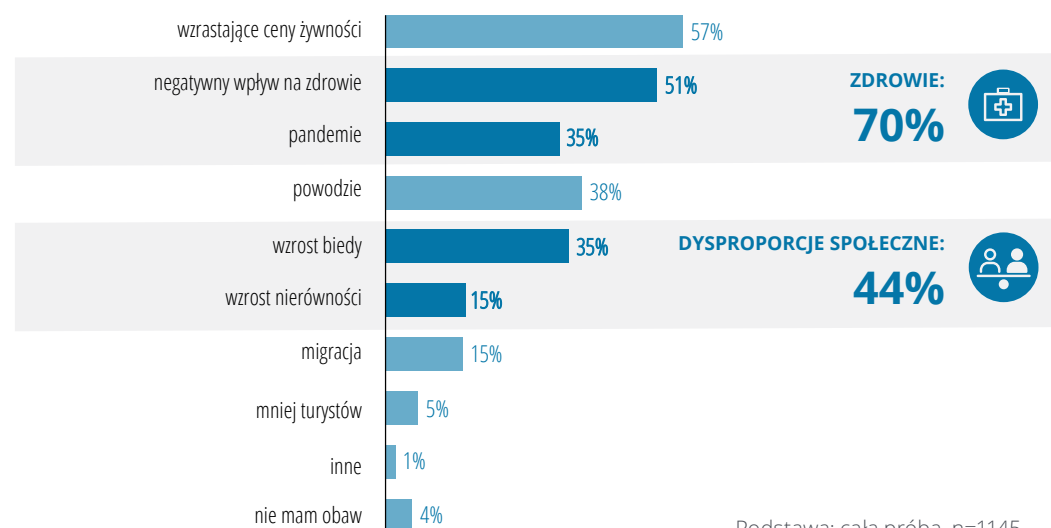
Jakie są twoje największe obawy w kwestii wpływu zmian klimatycznych na środowisko?

Obawy przed wpływem na środowisko

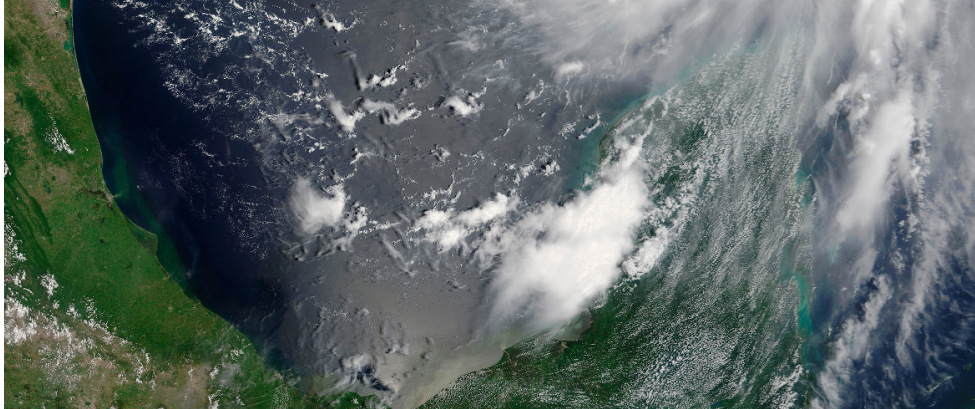


Zmiany klimatu nie oddziałują tylko na środowisko, ale także na społeczeństwo i gospodarkę. Jakie są twoje największe obawy w tym obszarze? Prosimy o zaznaczenie trzech odpowiedzi.

Obawy przed wpływem na gospodarkę i społeczeństwo



Podstawa: cała próba, n=1145



90%

Prawie badanych widziało potrzebę działania, chociaż w odpowiedziach widać różnice co do preferowanego tempa. Im wyższy poziom obaw związanych ze zmianami klimatu, tym większe oczekiwanie szybkich działań na rzecz poprawy sytuacji. Wśród osób, które martwiły się o klimat w ciągu ostatniego miesiąca ponad połowa uważała, że trzeba działać szybko,

nawet jeśli wiąże się to z wysokimi kosztami. Natomiast wśród osób, które nie martwiły się o klimat większość opowiadała się za bardziej powolnymi działaniami, pozwalającymi na wypracowanie efektywnych rozwiązań. Co istotne, nawet wśród osób niemartwiących się klimatem, mniej niż 20% uważało, że żadne dalsze działania nie są potrzebne.

Najlepsze, co ludzie mogą zrobić w kwestii zmiany klimatu to...

Rozkład odpowiedzi w zależności od niepokoju o klimat ankietowanych

Nie martwił/nie martwiła się w ciągu ostatniego miesiąca



Martwił/Martwiła się w ciągu ostatniego miesiąca



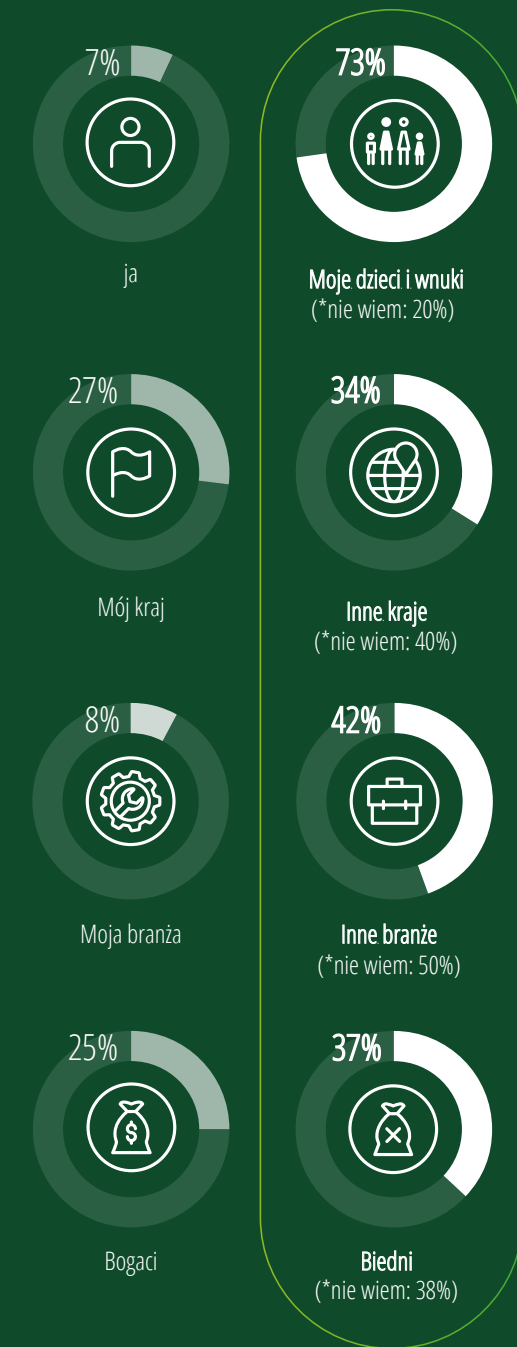
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

- Działać szybko inwestując w wiele rozwiązań, pomimo ponoszenia wysokich kosztów
- Działać powoli, ucząc się więcej o tym co robić i badać skuteczne rozwiązania
- Świat już robi wystarczająco dużo
- Nie robić nic, nie podejmować żadnych działań, nie wprowadzać żadnych zmian

Popieramy podejmowanie działań na rzecz ograniczenia zmian klimatycznych, mimo, że ich rezultaty będzie odczuwał ktoś inny. **Ankietowani najczęściej oceniali, że nie będą głównym beneficjentem ograniczenia zmian klimatycznych.** Najbardziej jest to widoczne w ujęciu czasowym – większość respondentów słusznie wskazywała, że to dopiero ich dzieci i wnuki skorzystają na ograniczeniu zmian klimatycznych bardziej od nich samych. W ujęciu geograficznym, odpowiedzi były podzielone, ale na pytanie o negatywny wpływ globalnego ocieplenia przeważały wskazania na kraje inne niż Polska. I choć rzeczywiście w innych strefach klimatycznych ten wpływ będzie silniejszy niż w Polsce, to biorąc pod uwagę, że gospodarka światowa jest systemem naczyń połączonych, w Polsce odczuwamy negatywne skutki problemów gospodarczych innych krajów. Jeszcze mniej osób było w stanie określić, czy branża, w której pracuje straci lub zyska na tle innych branż. Prawie 40% ankietowanych słusznie wskazywało, że na zatrzymaniu zmian bardziej zyskają osoby uboższe które mają bardziej ograniczone możliwości dostosowania się do tych zmian.

Warto tu jednak zaznaczyć, że w pytaniach o rozkład relatywnych korzyści pomiędzy krajami, branżami czy ludźmi bogatymi i biednymi znaczna część ankietowanych nie miała zdania. Nie powinno to dziwić – kanały oddziaływania zmian klimatycznych na poszczególne sfery naszego życia i związany z tym rozkład kosztów i korzyści są przedmiotem badań i dyskusji (więcej o wielowymiarowym wpływie zmian klimatycznych na gospodarkę i społeczeństwo: Deloitte 2021). Przy wysokim poziomie obaw, konkretna wiedza związana ze zmianami klimatycznymi, ich wpływie na życie na poziomie mikro i makro, jest wyraźnie ograniczona.

Kto według Ciebie zyska najwięcej na zatrzymaniu lub spowolnieniu zmian klimatycznych? Wybierz jedną odpowiedź (1, 2 lub 3) z każdego z poniższych zestawów.



Rosnące obawy o klimat wpływają na biznes

Obawy o klimat wpływają na nasze wybory, jako konsumentów, pracowników i wyborców. Osoby martwiące się zmianami klimatycznymi w każdym z tych obszarów deklarują, że znacznie częściej zwracają uwagę na konsekwencje swoich działań dla środowiska, co z punktu widzenia firm jest zarówno ryzykiem jak i szansą. Osoby martwiące się o klimat to bardziej wymagający klienci i recenzenci dla biznesu.

- **Jako konsumenci** znacznie częściej szukają informacji o przyjaznym środowisku pochodzeniu produktów, którymi są zainteresowani. Tworzy to presję na firmy, by wiarygodnie raportowały skutki swojej działalności oraz ograniczały te najbardziej niepożądane jak np. emisje gazów cieplarnianych.
- **Jako wyborcy** częściej oczekują od polityków działań na rzecz ochrony klimatu, co może prowadzić do nowych regulacji bezpośrednio wpływających na funkcjonowanie firm.
- **Jako pracownicy** są nawet skłonni zmienić pracę, jeśli pracodawca nie będzie wprowadzał zrównoważonych praktyk biznesowych. Tak daleko idące działanie wśród obawiających się zmian klimatu deklarowało co prawda tylko 35% osób, jednak w sytuacji starzejącego się społeczeństwa i rosnących problemów ze znalezieniem pracowników jest to wyraźny sygnał ostrzegawczy dla pracodawców.

Dla firm osoby obawiające się o klimat to zarówno wyzwanie...



Jako konsumenci zwracają oni uwagę na sposób wytwarzania produktów...

Szukam informacji o zrównoważonym / przyjaznym środowisku pochodzeniu produktów, których używam lub którymi jestem zainteresowany/-a



...jako wyborcy wywierają presję na nowe regulacje związane z polityką klimatyczną...

W jakim stopniu stosunek polityków do ochrony klimatu wpłynął na Twoje decyzje podczas ostatnich wyborów?



...a jako pracownicy są wręcz gotowi szukać nowego pracodawcy, jeśli obecny nie będzie odpowiedzialny.

Rozważę zmianę pracy, jeśli firma, w której pracuję nie wprowadzi zrównoważonych praktyk biznesowych

W ciągu ostatniego miesiąca czułem/-am zmartwienie o klimat na ziemi

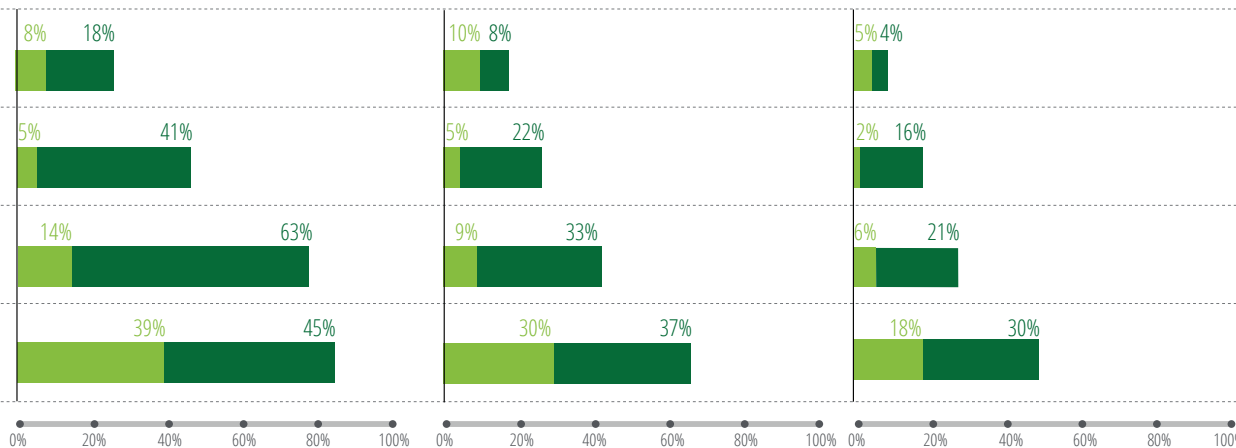
Zdecydowanie się nie zgadzam

Raczej się nie zgadzam

Raczej się zgadzam

Zdecydowanie się zgadzam

Od najmniej do najbardziej martwiących się o klimat



■ zdecydowanie się zgadzam
■ raczej się zgadzam

■ w bardzo dużym stopniu
■ w znacznym stopniu

■ zdecydowanie się zgadzam
■ raczej się zgadzam



Osoby niepokojące się o klimat są otwarte na współpracę z firmami dążącymi do ograniczenia negatywnego wpływu działań na klimat.

- **Jako konsumenci** docenią takie działania firm godząc się na wyższe ceny. Najczęściej gotowość do płacenia więcej za produkty przyjazne środowisku deklarowało najmłodsze pokolenie osób do 24 roku życia, którego znaczenie rynkowe będzie rosło w miarę wzrostu ich zarobków.
- **Jako podatnicy** są częściej skłonni zapłacić wyższe podatki, by sfinansować inwestycje w ochronę klimatu. Z punktu widzenia firm oznacza to możliwość sfinansowania publicznych programów wspierających transformację gospodarki. Część z nich, by pracować w firmie przyjaznej środowisku jest **skłonna zaakceptować niższą pensję**
- Częściej deklarowały to osoby młode, do 24 roku życia, dopiero wchodzące na rynek pracy.

...jak i szansa.

W ciągu ostatniego miesiąca czułem/-am zmartwienie o klimat na ziemi

Zdecydowanie się nie zgadzam

Raczej się nie zgadzam

Raczej się zgadzam

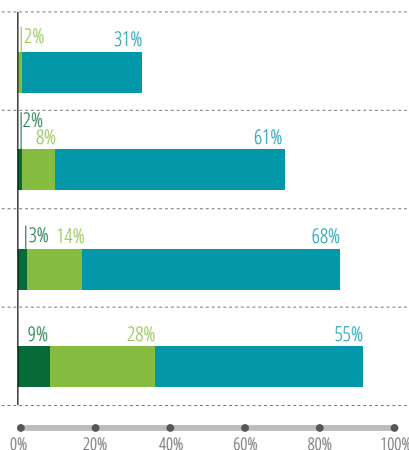
Zdecydowanie się zgadzam

Od najmniej do najbardziej martwiących się o klimat



Jako konsumenci są skłonni płacić więcej za przyjazne dla środowiska towary...

O ile więcej jesteś skłonny/-a zapłacić za produkty przyjazne środowisku?

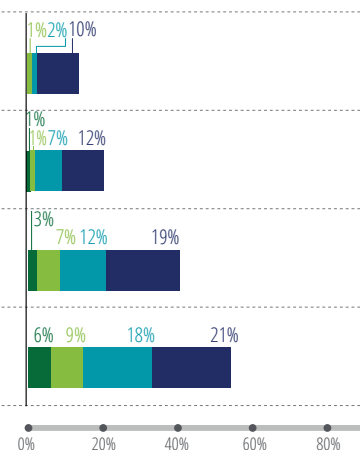


■ zdecydowanie i więcej (20% i więcej)
 ■ znacznie więcej (do 20%)
 ■ trochę więcej (do 10%)



...jako wyborcy i podatnicy są skłonni finansować inwestycje ograniczające emisje...

Ile więcej byłbyś/-abyś skłonny/-a płacić miesięcznie podatku na cel finansowania inwestycji w ochronę klimatu?

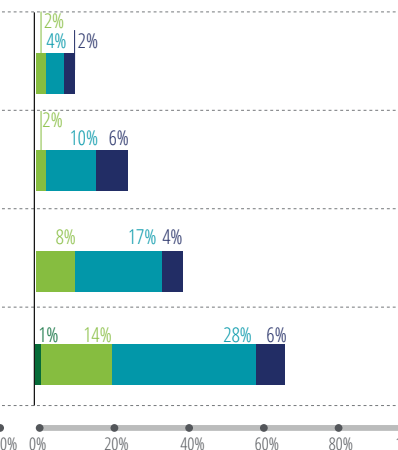


■ ponad 100 zł
 ■ do 100 zł
 ■ do 50 zł
 ■ do 20 zł



...a niektórzy jako pracownicy są skłonni zaakceptować niższe pensje u odpowiedzialnego pracodawcy.

O ile mniejsza mogłaby być pensja od pracodawcy przyjaznemu środowisku, abyś ją zaakceptował/-a?



■ 11% i więcej
 ■ 6% - 10%
 ■ 1% - 5%
 ■ do 1%

Podstawa: cała próba, n=1145

Wybory konsumenckie, polityczne i na rynku pracy są ze sobą powiązane.

Niemal nie ma osób, które godzą się na wyższe podatki, by finansować inwestycje w ochronę klimatu albo mogą zaakceptować niższą pensję u pracodawcy przyjaznego dla środowiska, a jednocześnie nie są skłonne płacić więcej za przyjazne dla środowiska towary.

Trochę więcej rozbieżności jest między gotowością do akceptacji niższej pensji i zgodą na wyższe podatki, jednak tu na odpowiedzi ma wpływ generalny poziom zaufania do państwa oraz zadowolenia z kierunku rozwoju sytuacji w kraju.



NIŻSZA PŁACA

28% zaakceptuje niższą pensję, by pracować dla pracodawcy bardziej przyjaznego środowisku



WYŻSZE PODATKI

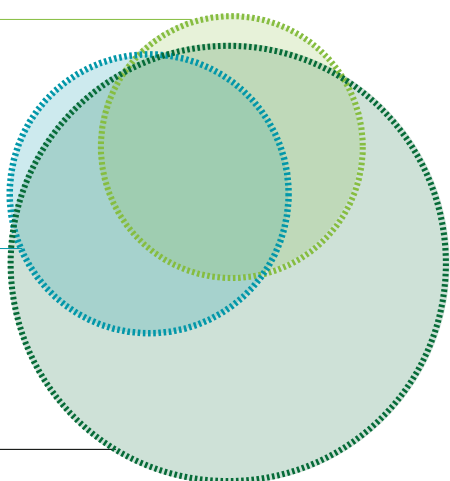
33% jest skłonne zapłacić wyższe podatki by finansować inwestycje w ochronę klimatu



WYŻSZA CENA

78% jest gotowych płacić wyższą cenę za towary przyjazne dla środowiska

19% nie akceptuje żadnego z powyższych.



Rosnąca liczba osób obawiających się zmian klimatycznych będzie coraz mocniej wpływała na warunki, w jakich funkcjonują firmy.

Przemawiają za tym nie tylko dotychczasowe trendy, ale także coraz bardziej widoczne konsekwencje zmian klimatycznych, które wzbudzają obawy ankietowanych. Z punktu widzenia firm oznaczać to będzie, że rosnąca grupa entuzjastów ochrony klimatu wśród konsumentów, pracowników i wyborców będzie miała coraz silniejszy wpływ na warunki

funkcjonowania biznesu. Widoczna spójność różnych odpowiedzi związanych z potrzebą ochrony klimatu pozwala mieć nadzieję, że troska o klimat wpływa również na zmiany codziennych zachowań konsumentów. Obawy o klimat znajdują odbicie w deklaracjach dotyczących różnych aspektów życia – od wyborów w sklepie, przez segregację śmieci po wybory polityczne. Taka spójność wskazuje, że odpowiedzi respondentów bynajmniej nie były losowe i są oni świadomi powiązania różnych obszarów swojego życia ze zmianami klimatycznymi.



Kontakt



Irena Pichola
**Strategia | Lider Sustainability Consulting
Central Europe
Partner**

Email: ipichola@deloittece.com



Halina Frańczak
**Dyrektor, Dział Marketingu i Rozwoju
Rynku, CE**

Email: hfranczak@deloittece.com



Aleksander Łaszek
Menedżer, Sustainability & Economics

Email: alaszek@deloittece.com



Jakub Kędziora
Menedżer, Sustainability & Economics

Email: jkedziora@deloittece.com

Deloitte.

Nazwa Deloitte odnosi się do jednego lub kilku podmiotów Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL”), jej firm członkowskich oraz ich podmiotów powiązanych (zwanymi łącznie „organizacją Deloitte”). DTTL (zwana również „Deloitte Global”), każda z jej firm członkowskich i podmiotów z nimi powiązanych są prawnie odrębnymi, niezależnymi podmiotami, które nie mogą podejmować decyzji ani zobowiązań za inne podmioty wobec osób trzecich. DTTL, każda z jej firm członkowskich i podmiotów powiązanych ponoszą odpowiedzialność wyłącznie za własne działania i zaniechania, a nie za działania i zaniechania innych firm członkowskich i podmiotów powiązanych. DTTL nie świadczy usług na rzecz klientów. Zapraszamy na stronę www.deloitte.com/pl/onas w celu uzyskania dalszych informacji. Deloitte to wiodąca, międzynarodowa firma świadcząca klientom usługi obejmujące m.in. audyt, consulting, doradztwo finansowe, zarządzanie ryzykiem, doradztwo podatkowe.

Nasza globalna sieć firm członkowskich i podmiotów powiązanych (zwana łącznie „organizacją Deloitte”) obejmuje ponad 150 krajów i terytoriów i świadczy usługi na rzecz czterech na każde pięć spółek z rankingu Fortune Global 500®. Aby dowiedzieć się, w jaki sposób około 312 000 pracowników Deloitte realizuje misję firmy, zachęcamy do odwiedzenia strony: www.deloitte.com.

Niniejsza wiadomość wraz z załącznikami przeznaczona jest do wewnętrznej dystrybucji wśród personelu Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL”), jej globalnej sieci firm członkowskich i podmiotów z nimi powiązanych (zwanymi łącznie „organizacją Deloitte”). Może zawierać informacje poufne i przeznaczona jest wyłącznie do wykorzystania przez osobę lub podmiot, do których jest adresowana. Osoby, które otrzymały tę wiadomość, a nie są jej zamierzonymi adresatami, są proszone o niezwłoczne poinformowanie nas o tym fakcie w formie odpowiedzi na wiadomość, a następnie o usunięcie wiadomości i wszystkich jej kopii ze swojego systemu. Prosimy o niewykorzystywanie tej wiadomości do żadnych celów.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited, jej firmy członkowskie, podmioty powiązane, pracownicy oraz agenci nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody wynikające bezpośrednio lub pośrednio z wykorzystania wiadomości. DTTL i jej firmy członkowskie oraz podmioty z nimi powiązane stanowią oddzielne i niezależne podmioty prawa.