



XV Ranking

odpowiedzialnych firm 2021

ORGANIZATOR RANKINGU



PONIEDZIAŁEK, 21 CZERWCA 2021 R., NR 117 (5525)



Wychodzimy z cienia pandemii

Ranking Odpowiedzialnych Firm – klasyfikacja ogólna

Miejsce	Firma	Branża	Poziom strategiczny	Poziom operacyjny	Wybrane wyniki	Percepcja interesariuszy	Suma
1	BNP Paribas Bank Polska	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	20	48	24	6	98
2	Santander Bank Polska	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	20	50	24	3	97
2	Orange Polska	Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka	20	50	24	3	97
3	Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	20	50	24	0	94
3	ING Bank Śląski	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	20	48	24	2	94
4	Signify Poland	Produkcja przemysłowa i chemiczna	20	48	24	1	93
5	Schenker	Transport, logistyka, usługi	18	50	24	0	92
6	Coca-Cola HBC Polska	Dobra konsumpcyjne	18	48	24	0	90
6	Grupa Lotos	Paliwa, energetyka, wydobywanie	18	48	24	0	90
7	Cemex Polska	Produkcja przemysłowa i chemiczna	20	44	24	1	89
7	Polpharma	Farmacja i medycyna	16	46	24	3	89
7	Lidl Polska	Handel	18	46	20	5	89
8	Polskie Sieci Elektroenergetyczne	Paliwa, energetyka, wydobywanie	18	46	24	0	88
8	Kompania Piwowarska	Dobra konsumpcyjne	20	44	24	0	88
8	PZU	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	20	44	24	0	88
8	PKN Orlen	Paliwa, energetyka, wydobywanie	18	48	20	2	88
9	L'Oreal	Dobra konsumpcyjne	20	46	20	0	86
9	Capgemini	Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka	18	48	20	0	86
10	Lyreco	Handel	20	40	24	1	85
10	Jeronimo Martins Polska	Handel	18	42	22	3	85
11	Bank Pekao	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	16	44	24	0	84
11	Wyborowa Pernod Ricard	Dobra konsumpcyjne	20	44	20	0	84
12	T-Mobile Polska	Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka	18	40	24	1	83
13	Grupa Raben	Transport, logistyka, usługi	20	44	18	0	82
13	CCC	Dobra konsumpcyjne	18	40	24	0	82
13	NatWest Poland	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	20	42	20	0	82
14	mBank	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	16	46	16	3	81
15	Emitel	Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka	16	44	20	0	80
15	Lubelski Węgiel Bogdanka	Paliwa, energetyka, wydobywanie	16	42	22	0	80
16	Schumacher Packaging	Produkcja przemysłowa i chemiczna	18	36	22	0	76
16	Carlsberg Polska	Dobra konsumpcyjne	18	38	20	0	76
16	ENEA SA	Paliwa, energetyka, wydobywanie	16	44	16	0	76
16	Fujitsu Technology Solutions	Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka	20	44	12	0	76
17	TAURON Polska Energia	Paliwa, energetyka, wydobywanie	16	38	20	1	75
17	Servier Polska	Farmacja i medycyna	20	34	18	3	75
18	Bank Gospodarstwa Krajowego	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	14	42	18	0	74
18	Grupa Azoty Zakłady Azotowe Puławy	Produkcja przemysłowa i chemiczna	14	38	22	0	74
18	Geofizyka Toruń	Transport, logistyka, usługi	18	36	20	0	74
18	Żywiec Zdrój	Dobra konsumpcyjne	16	38	18	2	74
18	Energa	Paliwa, energetyka, wydobywanie	16	40	16	2	74
18	Samsung Polska	Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka	16	44	12	2	74
19	Volkswagen Motor Polska	Produkcja przemysłowa i chemiczna	20	36	14	3	73
19	Shell	Paliwa, energetyka, wydobywanie	20	38	12	3	73
20	SumiRiko Poland	Produkcja przemysłowa i chemiczna	16	34	22	0	72
20	SITECH	Produkcja przemysłowa i chemiczna	20	32	20	0	72
20	Volkswagen Poznań	Produkcja przemysłowa i chemiczna	18	40	14	0	72
21	Auchan Retail Polska	Handel	10	36	24	0	70
22	Fabryki Mebli Forte	Produkcja przemysłowa i chemiczna	16	36	12	5	69
23	Bank Handlowy w Warszawie	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	14	38	16	0	68
23	Provident Polska SA	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	14	36	18	0	68
23	PKO Bank Polski	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	12	42	14	0	68
23	Grupa GPEC	Paliwa, energetyka, wydobywanie	12	42	14	0	68
23	Credit Agricole Bank Polska	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	10	40	18	0	68
24	Nowy Styl	Produkcja przemysłowa i chemiczna	16	26	22	3	67
25	Kaufland Polska Markety	Handel	16	38	12	0	66
26	Bama Logistics	Transport, logistyka, usługi	14	36	14	0	64
26	Zakład Utylizacyjny	Transport, logistyka, usługi	10	34	20	0	64
27	BASF Polska	Produkcja przemysłowa i chemiczna	14	32	16	1	63
28	NSG Group	Produkcja przemysłowa i chemiczna	14	32	16	0	62
28	Intrum	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	16	30	16	0	62
28	AmRest	Dobra konsumpcyjne	8	36	18	0	62
29	Bank Millennium	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	14	32	14	0	60
29	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo	Paliwa, energetyka, wydobywanie	12	34	14	0	60
29	Bank Ochrony Środowiska	Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy	12	36	12	0	60
30	Sanofi	Farmacja i medycyna	16	30	12	0	58
30	Hochland Polska	Produkcja przemysłowa i chemiczna	10	32	16	0	58
31	Wawel	Dobra konsumpcyjne	16	32	6	1	55
32	DPD Polska	Transport, logistyka, usługi	18	30	4	0	52
32	Kuehne + Nagel	Transport, logistyka, usługi	18	28	6	0	52
32	AGORA	Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka	8	30	12	2	52

Rekordziści i debiutanci

To już 15. edycja Rankingu Odpowiedzialnych Firm, dzięki któremu każda firma może sprawdzić, czy dla niej odpowiedzialne prowadzenie biznesu jest równie ważne, jak dla innych, konkurencyjnych przedsiębiorstw. To duże wyzwanie, które – spośród największych korporacji – kolejny raz podjęło kilkadziesiąt działających w Polsce firm. Niektóre z nich 15. raz z rzędu

JAROSŁAW HORODECKI
redaktor rankingu

W tym roku grubo ponad sto firm podjęło próbę wypełnienia ankiety, która jest podstawą do stworzenia Rankingu Odpowiedzialnych Firm. Dla wielu z nich przekazanie odpowiedzi na tegoroczne pytania okazało się jednak zbyt dużym wyzwaniem. Ostatecznie otrzymaliśmy jednak odpowiedzi od 80 przedsiębiorstw, z których 70 znalazło się w klasyfikacji ogólnej rankingu, zdobywając co najmniej połowę możliwych do uzyskania punktów. To pokazuje, że nadal mamy jeszcze bardzo dużo do zrobienia. Wszak w Polsce istnieje zdecydowanie większa liczba dużych firm, które na co dzień wpływają na swoje otoczenie, kształtują postawy swoich pracowników i które powinny – świecąc przykładem – podejmować wyzwania zrównoważonego rozwoju.

Optymistyczne jest to, że coraz więcej firm – także w Polsce – rzeczywiście bierze na siebie odpowiedzialność za to, co dzieje się wokół nich. Co ważniejsze, chętnie się tym chwala, co jest zresztą zrozumiałe – każdy chce wykorzystać swoje działania, kształtując pozytywny wizerunek. Poza tym określenie „odpowiedzialny biznes” oznacza także to, że działania firm powinny mieć również uzasadnienie biznesowe. I rzeczywiście, wiele działań przynosi konkretne korzyści. Weźmy choćby branżę motoryzacyjną, która przechodzi obecnie rewolucję. Za kilkanaście lat odczujemy jej wpływ na nasze otoczenie, szczególnie w dużych miastach. Stanie się tak, gdy zamiast aut emitujących spalinę w centrach metropolii, będziemy mieć samochody na prąd, bardziej przyjazne dla środowiska. A co z tego mają koncerny motoryzacyjne? Oprócz dobrego public relations także korzyści biznesowe, bo tak naprawdę – w dłuższej perspektywie – produkcja i opraco-

wanie aut na prąd będą tańsze niż w przypadku samochodów z coraz bardziej skomplikowanymi silnikami spalinowymi. Zmienia się też sposób, w jaki wytwarzamy prąd – pojawia się powszechna fotowoltaika, a duże koncerny energetyczne zaczynają dostrzegać, że węgiel nie jest paliwem, z którego będziemy pozyskiwać prąd w perspektywie kilkadziesiąt lat. Nawet u nas widać, że i w tym względzie możemy liczyć na zmiany, choć pewnie nie tak szybkie, na jakie byśmy liczyli. Biznesowe uzasadnienie mają też setki innych zmian, jak mniej uciążliwe dla środowiska opakowania, zoptymalizowany transport, procesy produkcji uwzględniające odzyskiwanie wody i ciepła czy też po prostu bardziej efektywnie wykorzystujące niezbędne do jej prowadzenia surowce. Każde z takich działań oznacza nie tylko odpowiedzialność firmy – wpływa też korzystnie na biznes, na jego ostateczny wynik finansowy. To dobry, efektywny CSR.

W porównaniu z ROF sprzed 15 lat widać też, jak bardzo zmieniło się podejście do CSR wśród osób zarządzających firmami. Wówczas był to właściwie konik największych entuzjastów, którzy jakimś cudem znajdowali zatrudnienie w polskich oddziałach niektórych zagranicznych koncernów. Dziś dla wielu firm CSR to element strategii, co oczywiście w części wyznaczyły przepisy, w tym obowiązujące w Unii Europejskiej. Jakkolwiek by to była motywacja, to jednak liczy się, że odpowiedzialny biznes dziś nie jest już niszowym hobby. Nie jest też – jak półtorej dekady temu – kojarzony z działalnością charytatywną. To już nie tylko fundowanie obiadów w szkołach albo dostarczanie komputerów do domów dziecka. Teraz to cała sieć działań, które budują biznes i wizerunek. Wśród firm, które biorą udział w ROF albo chociaż wyrażają zainteresowanie rankingiem, nie ma już też takich, których przedstawiciele narzekają, że CSR-owe działania prowadzone przez nich są zupełnie inne niż te, o które pytamy w ankiecie. Albo że firma jest bardzo mocno zaangażowana w kwestie związane z odpowiedzialnym biznesem, ale nie są one w żaden sposób usystematyzowane. Tylko jak wówczas w dużej firmie określić efektywność takich działań? Jednym ze sposobów jest właśnie wzięcie udziału w Rankingu Odpowiedzialnych Firm, co na pew-

no potwierdzą przedstawiciele aż siedmiu spółek, które są z nami niezmiennie od 15 lat. To Bank Millennium, Citi Handlowy, Kompania Piwowarska, Orange, Provident, Santander oraz Schenker. Potwierdzą to również osoby odpowiedzialne za CSR w 28 firmach, które wzięły udział w co najmniej 10 edycjach rankingu. Konsekwencja się opłaca, bo większość z tych firm stale poprawia swoje wyniki. W tym roku zaś, w co nie wątpimy, fakt ten potwierdzą osoby z aż 10 firm, które zdecydowały się wypełnić rankingową ankietę po raz pierwszy. Do ROF dołączyły: Agora, Auchan, Emitel, Europejski Fundusz Leasingowy, Hochland Polska, Intrum, NatWest Poland, Polipack, Schumacher Packaging i Servier Polska. Warto szczególnie docenić właśnie tę ostatnią grupę przedsiębiorstw, bo ankietę będącą podstawą ROF jest w tym roku bardzo wymagająca. Do zmian w sferze odpowiedzialnego biznesu dostawiamy też zestaw pytań. Prawda jest taka, że gdyby nie rosnący co roku poziom trudności, zapewne mielibyśmy już kilkadziesiąt firm, które bez problemu uzyskiwałyby maksymalną liczbę punktów, mimo że jeszcze dekadę lub 15 lat temu nie były w stanie zdobyć nawet połowy. Świadczy to o tym, że CSR się zmienia na korzyść. Oczywiście nadal w Polsce mamy wiele do zrobienia, aby biznes był faktycznie jeszcze bardziej przyjazny, otwarty i odpowiedzialny.

Logistyka musi być zielona

Zmiany klimatyczne stanowią olbrzymie wyzwanie, a skuteczna ochrona środowiska naturalnego nie jest możliwa bez zaangażowania i wsparcia ze strony biznesu. Branża transportowo-logistyczna ma tu dużo do zrobienia.

W ostatnich latach wzrasta świadomość społeczeństwa w zakresie ekologii, a zrównoważony rozwój staje się podstawą strategii wielu firm. DB Schenker jest w gronie przedsiębiorstw, które postawiły sobie jasne cele, by zminimalizować negatywny wpływ na środowisko. Na drodze do neutralności klimatycznej, do 2030 r. operator logistyczny zamierza zredukować emisję dwutlenku węgla o blisko 40 proc. względem 2006 r. Aby osiągnąć ten cel konieczne jest wdrożenie złożonych zmian. Przykładem zrealizowanego kompleksowego projektu może być uruchomienie w 2019 r. niskoemisyjnego Oslo City Hub w centrum norweskiej stolicy. Obiekt umożliwia działalność transportowo-logistyczną z pominięciem paliw kopalnych. Zeroemisyjne centrum dystrybucyjne, świadcząc usługi dla klientów z miasta i okolic, korzysta jedynie z pojazdów z ekologicznym napędem.

Zielone terminale

Operator logistyczny w Polsce również realizuje inicjatywy, by pozytywnie wpływać na otoczenie i eliminować ślad węglowy, wspierając przy tym realizację celów zrównoważonego rozwoju ONZ. Korzystając z dostępnych technologii, inwestuje w zieloną sieć terminali cross-dockingowych. Wyprowadza je z miast do nowoczesnych obiektów zlokalizowanych z dala od dużych osiedli mieszkaniowych. Pozwala to nie tylko zapewnić dogodny dojazd, ale przede wszystkim zmniejszyć emisję spalin, hałas czy korki uliczne.

Obiekty spełniają wymogi certyfikatu BRE-EAM (British Research Establishment Environmental Assessment Method), co oznacza rozwiązania mające na celu zmniejszenie zużycia zasobów jak woda czy energia elektryczna. Metoda ta wyznacza standardy w zakresie zrównoważonego projektowa-



Terminal DB Schenker w Białymstoku

nia, budowania i użytkowania budynków. Ważny jest komfort, bezpieczeństwo i higiena pracy, rozwiązania służące zdrowiu i temu, co charakteryzuje tzw. wellbeing pracowników. Punktowne są obszary związane z zastosowanymi materiałami budowlanymi i wykończeniowymi, a także dostępność komunikacyjna. W trakcie weryfikacji ocenia się także jakość rozwiązań w zakresie ochrony środowiska, w tym wydajności energetycznej, oszczędności wody czy zarządzania odpadami. Terminale są więc wyposażone m.in. w oświetlenie LED, kolektory słoneczne umożliwiające podgrzewanie wody, nowoczesne urządzenia grzewcze czy zbiorniki na deszczówkę – zgromadzona woda służy np. do podlewania terenów zielonych.

BREEAM w sieci DB Schenker

Obiekt DB Schenker koło Białegostoku był pierwszym terminalem cross-dockingowym w Polsce, który uzyskał certyfikat ekologiczny i otrzymał ocenę Very Good. Certyfikaty BREEAM zdobyły także terminale pod Olsztynem, Zieloną Górą i Wrocławiem. Na początku tego roku pomyślnie audyt BREEAM przeszedł nowy terminal w Świdniku, a w trakcie weryfikacji jest najnowszy obiekt DB Schenker – terminal pod Rzeszowem. Łączny koszt obu ostatnich inwestycji – na Lubelszczyźnie i Podkarpaciu, oddanych do użytkowania w pierwszym kwartale 2021 r., to prawie 100 mln zł. Ekologiczne inwestycje wzmacniają logistyczną sieć DB Schenker, wspierają klientów w rozwoju biznesu i zmniejszają ślad węglowy.

Partner

DB SCHENKER

Osobno może oznaczać razem

COVID-19 postawił przed nami wiele przeszkód. Pandemia wpłynęła na biznes, sposób pracy, nasze życie i ludzkie relacje. Ostatni rok dobitnie pokazał, że solidarność jest niezwykle potrzebna w trudnych czasach.

DB Schenker od ponad 13 lat organizuje program wolontariatu pracowniczego „Czas Pomagania”. Pracownicy firmy w całej Polsce angażują się w pomoc na rzecz potrzebujących i współpracę z lokalnymi społecznościami. Co roku, w grudniu rusza Świąteczny Czas Pomagania, a na wiosnę – Zielony. Działania te na stałe wpisały się w firmowy kalendarz.

– Pojawiła się pandemia, a wraz z nią niepewność i pytanie: co robimy z programem wolontariackim? Z jednej strony w grę wchodzi odpowiedzialność pracodawcy za zdrowie i życie pracowników, z drugiej świadomość, że pomoc potrzebna jest szczególnie teraz. Przeważała determinacja wolontariuszy i ich chęć do działania. Zmieniliśmy formułę, zrezygnowaliśmy z integracyjnego charakteru projektów, dostosowaliśmy się do pandemicznych obostrzeń – wyjaśnia Beata Konecka, PR & CSR Manager w DB Schenker. Projekty, które dotychczas przyciągały dziesiątki zaangażowanych, z powodu pandemii były realizowane w o wiele skromniejszej obsadzie, czasami w pojedynkę. Wszystko po to, by zachować niezbędne środki ostrożności i nie gromadzić się. Wiele akcji w ostatnich trzech edycjach miało również na celu wsparcie placówek medycznych. Wolontariusze organizowali zbiórki pieniężne, kupowali środki pielęgnacyjne i ochrony osobistej. Dostarczali je do szpitali oraz hospicjów, własnoręcznie szyli maseczki, kiedy najbardziej ich brakowało.

Wolontariusze się nie poddają

Angażowanie się w wolontariat to wyzwanie, któremu nie wszyscy mogą i potrafią sprostać. Jednak nie brakuje chętnych do niesienia pomocy. Zwykle każdego roku liderzy akcji zapraszają do wsparcia ko-



leżanki i kolegów z pracy, przewoźników i kurierów współpracujących z firmą oraz klientów. Poprzez popularyzację inicjatyw wolontariackich do działań zaczęły przylączać się też lokalne społeczności. W pandemii ta współpraca przebiegała w trochę innym wymiarze, bardziej osobno niż razem, ale projekty odbyły się i pomoc została dostarczona. Obecnie w całej Polsce ma miejsce kolejna edycja Zielonego Czasu Pomagania – łącznie 32 projekty. Od początku istnienia „Czasu Pomagania” zrealizowano ponad 600 projektów, przed pandemią każda edycja przyciągała średnio 600 pracowników. W działaniach włączyli się również klienci i dostawcy. Do tej pory wolontariusze poświęcili ponad 40 tys. godzin na pomaganie, dzięki czemu wsparcie otrzymało prawie 70 tys. odbiorców. Wiosna to czas na sadzenie roślin lub sprzątanie terenów zielonych. Nie brakuje akcji promujących ekologiczny tryb życia i bezpieczeństwo na drogach. Grudniowa edycja ma świąteczny charakter. Pomoc otrzymują hospicja, szpitale, seniorzy, domy dziecka, osoby bezdomne, jadłodajnie czy schroniska dla zwierząt.

Partner

DB SCHENKER

Czekamy na pozytywne zmiany

Do rankingu stanęły najbardziej zaawansowane firmy. Niektóre z nich od lat uczestniczą w ocenie jakości swojego zarządzania wobec różnorodnych wyzwań dzisiejszego świata

PROF. ALK, DR HAB. BOLESŁAW ROK

Akademia Leona Koźmińskiego

W XV edycji Rankingu Odpowiedzialnych Firm widać przede wszystkim zmianę w sektorze finansowym. To nie znaczy, że nagle ten sektor poczuł potrzebę odpowiedzialności. Pojawiły się jednak regulacje, które wyznaczyły jednoznacznie kierunek zmian. Jeszcze niedawno mało kto chciał poważnie rozmawiać o konsekwencjach zmiany klimatu, o wpływie utraty bioróżnorodności na rozwój oferty rynkowej czy o ograniczeniach w dostępie do surowców naturalnych i usług ekosystemów. Stały problem firm, które w Polsce starały się podążać w kierunku zrównoważonego rozwoju, był związany z niewielkim, realnym zaangażowaniem najwyższej kadry kierowniczej. W rezultacie odpowiedzialność biznesu dotyczyła w dużym stopniu wielu ciekawych tematów – pod warunkiem, że nie zmieniało to podstaw biznesu. Niezależnie od stosowanej nazwy – CSR, zrównoważony biznes, ESG czy SDGs – trudno było przekonać zarządy

firm do istotnych zmian biznesowych nawet w obliczu największych wyzwań pojawiających się na horyzoncie.

Efekt uboczny

Pandemia wywołała – niejako jako efekt uboczny – poważny wstrząs w wielu firmach, który zmienił także myślenie o zrównoważonym rozwoju i podejmowaniu wyzwań cywilizacyjnych. Skoro liderzy biznesu przekonali się, że kryzys jest możliwy, to znaczy, że wreszcie mogli też zacząć rozmawiać o formach i koniecznych etapach dostosowywania się. Mierzenie śladu węglowego, dekarbonizacja łańcuchów dostaw, zamykanie obiegu surowców, działy D&I w każdej firmie, odpowiedzialne innowacje, partnerstwa wielosektorowe, efektywność energetyczna, zrównoważone finansowanie, nowe struktury organizacyjne dla CSR – to tylko przykłady całkiem nowych podejść.

Regulacji rzeczywiście przybyło w ostatnich miesiącach wiele. Z pracy TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) wyłoniły się dość konkretne SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation), wspierane przez długo oczekiwaną takso-

nomię (Taxonomy Regulation). Z kolei w branży ESG (dawniej nazywanej CSR) słynne NFRD (Non-Financial Reporting Directive) zamieniło się w CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Szykują się kolejne, zarówno związane z Zielonym Ładem, jak i innymi politykami na poziomie europejskim.

Kadra kierownicza z najlepszych firm zaczęła mocniej poszukiwać innowacji, które by pozwoliły dostosować się do tych trudnych wyzwań, aby przetrwać na rynku, a może nawet stać się istotnym dostawcą zrównoważonych rozwiązań. Dlatego rankingowi towarzyszy raport i zestawienie startupów pozytywnego wpływu, czyli takich organizacji, w których pasja zmieniania świata łączy się z kompetencjami biznesowymi. Bo wszyscy czujemy, że oto nadchodzi właśnie bardzo trudny czas, czas przełomu, czas radykalnych zmian i jednocześnie czas niezwykle zagrożeń. Dla biznesu start-upy pozytywnego wpływu mogą okazać się właśnie teraz niezwykle interesujące. Dowodem są szybko rozwijające się partnerstwa takich innowacyjnych organizacji z najbardziej progresywnymi korporacjami w różnych branżach i na różnych polach, w różnych częściach świata.

W ostatnim czasie pojawiło się też wiele programów, projektów, które zachęciły firmy do podej-

mowania i prezentowania daleko idących zobowiązań oraz wyników w obszarze zrównoważonego rozwoju, gospodarki neutralnej węglowo. Można tu wymienić przykładowo: „Zielone spółki”, „Liderzy klimatyczni”, „WIG-ESG”, „Zielony indeks”, czy kolejną edycję „Climate Leadership powered by UN Environment”. W ciągu ponad dwudziestu lat dyskusji w Polsce o zasadach odpowiedzialności biznesu nie było tylu nowych projektów tego typu, co w ostatnich kilkunastu miesiącach.

Poprzeczka w górę

Dlatego w tegorocznym Rankingu Odpowiedzialnych Firm po raz kolejny zdecydowanie podnieśliśmy poprzeczkę i wprowadziliśmy jeszcze bardziej rozbudowaną część ze wskaźnikami ilościowymi. Nie wystarczyło zatem podać, że mamy strategię w danym obszarze – trzeba było odnieść się do konkretnych wyników. Nie dla wszystkich okazało się to możliwe, dlatego część firm niestety zrezygnowała z udziału w trakcie wypełniania ankiet. Zostały rzeczywiście te najbardziej zaawansowane, niektóre z nich od lat uczestniczące w ocenie jakości swojego zarządzania wobec różnorodnych wyzwań dzisiejszego świata.

Aby jednak wprowadzić rozróżnienie w grupie liderów rankingu, zdecydowaliśmy się na pewien eksperyment. Listę

wszystkich firm uczestniczących w rankingu, ułożoną alfabetycznie w ramach pięciu połączonych branż wysłaliśmy do wszystkich uczestników z prośbą o wybór tych, które wykazały się w tym trudnym roku 2020 wysokim poziomem odpowiedzialności społecznej i/lub środowiskowej, zasługując na najwyższe uznanie. Tę samą listę wysłaliśmy też do Panelu Pozytywnych Postaci, czyli do 42 opiniotwórczych osób ze środowiska start-upowego, jurorów wybierających najciekawsze startupy pozytywnego wpływu w towarzyszącej Rankingowi kategorii.

Połączone wyniki prezentujemy w tabeli – maksymalnie można było w obu głosowaniach uzyskać łącznie 6 pkt. Ale to wystarczyło, by powstała nowa, ważna kategoria dotycząca percepcji istotnych interesariuszy. Być może uda się to podejście rozszerzyć w przyszłym roku. Bo wszyscy obserwujemy największe firmy w Polsce, także ich aktywizm klimatyczny i obywatelski – co zostało dobrze opisane w niedawnej publikacji Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Obserwujemy i oceniamy, gdyż oczekujemy z wielkim niepokojem i z niecierpliwością – przynajmniej ci najbardziej zaawansowani interesariusze – radykalnych zmian w podejściu biznesu do świata, do społeczeństwa i do środowiska przyrodniczego. Bo wkrótce będzie już za późno na jakąkolwiek zmianę.

Partner

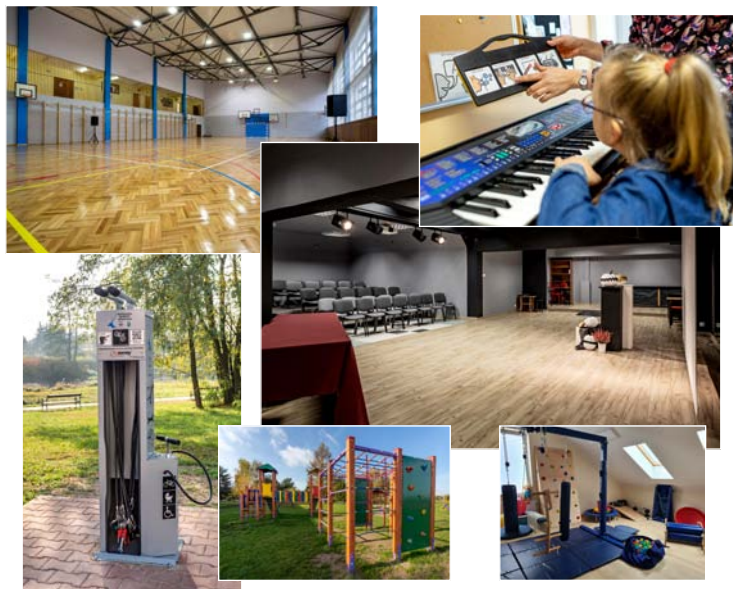
CSR jest ważny na co dzień

PSE Polskie Sieci Elektroenergetyczne

Odpowiedzialne firmy nie tylko chronią środowisko i klimat, postępują etycznie, dbają o klientów oraz pracowników, lecz także – zwłaszcza w dobie pandemii – angażują się społecznie. Polskie Sieci Elektroenergetyczne od kilku lat są w czołówce przedsiębiorstw, które działają w oparciu o najwyższe standardy odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju.

Odpowiedzialność jest immanentną cechą działalności PSE, które pełnią funkcję operatora systemu przesyłowego i odpowiadają za bilansowanie krajowego systemu elektroenergetycznego. Dzięki tej odpowiedzialności energia elektryczna bez zakłóceń dociera do wszystkich regionów naszego kraju, a także jest jej tyle, ile potrzeba – każdego dnia i w każdej minucie. Kluczowe jest jednak także prowadzenie wszystkich procesów związanych z niezawodnymi dostawami energii, które nie tylko zapewni efektywność, lecz również uwzględni potrzeby otoczenia spółki i wszystkich jej interesariuszy.

Ten aspekt jest istotny zwłaszcza w obszarze budowy i modernizacji infrastruktury, dzięki której możliwy jest przesył energii elektrycznej. Dziś większość urządzeń, z których korzystamy, wymaga zasilania i nikt nie wy-



obraża sobie życia bez prądu. Jednocześnie chcemy być bliżej natury i nie mieć w swojej okolicy linii i stacji elektroenergetycznych. Są one jednak niezbędne, aby prąd do nas dotarł. Polskie Sieci Elektroenergetyczne – właściciel ponad 15 tys. km linii oraz 109 stacji elektroenergetycznych najwyższych napięć – są obecne w ponad 1 tys. polskich gmin, w których prowadzą działalność eksploatacyjną lub realizują projekty inwestycyjne.

Aby zrekompensować tę obecność, w ramach grantowego programu „WzMOcniJ Swoje Otoczenie” od trzech lat PSE wspierają najlepsze lokalne inicjatywy społecz-

ne związane z rozwojem wspólnej przestrzeni publicznej, aktywizacją społeczną mieszkańców oraz poprawą jakości ich życia i bezpieczeństwa. Lokalne instytucje i organizacje, które znają oczekiwania i rozumieją potrzeby swoich społeczności, mają szansę zdobyć grant w wysokości do 20 tys. zł. Środki mogą być przeznaczone na realizację projektów wprowadzających korzystne i długotrwałe zmiany w ich otoczeniu. Z tego wsparcia skorzystali już mieszkańcy blisko 95 gmin w całej Polsce, zaś łączna kwota dofinansowania przekroczyła 3,6 mln zł. Powstały m.in. siłownie plenerowe, zostały doposażone i zmodernizowane

szkolne sale komputerowe, zakupiono wiele nowoczesnych narzędzi dydaktycznych dla uczniów oraz zorganizowano atrakcyjne zajęcia z robotyki, jak również przeprowadzono szkolenia dla lokalnych społeczności z obszaru ochrony zdrowia. Z myślą o uczestnikach programu została stworzona strona internetowa www.wzmocnijotoczenie.pl. Serwis w atrakcyjny i przystępny sposób prezentuje potencjalnym beneficjentom wszystkie niezbędne informacje i ułatwia wzięcie udziału w programie.

Aktywność CSR Polskich Sieci Elektroenergetycznych nie zamyka się na jednym, szerokim programie grantowym – wsparcie za strony PSE uzyskują również ośrodki zdrowia czy pomocy społecznej, jak również inne organizacje. Ważnymi obszarami są zwłaszcza środowisko i klimat. – PSE nie poprzestają na rozwijaniu kolejnych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu. Podchodzimy długofalowo do zarządzania tymi kwestiami. W naszej strategii biznesowej na lata 2020–2030 uwzględniamy globalne wyzwania związane z neutralnością klimatyczną oraz regulacjami i nowymi technologiami. To obszary, z którymi musimy się zmierzyć i dotyczą one systemu elektroenergetycznego, którym zarządzamy w taki sposób, aby zapewnić w perspektywie krótko- i długoterminowej stabilne dostawy energii elek-

trycznej do naszych odbiorców. Będziemy to robić z dbałością o nasze otoczenie – podkreśla Ada Koncalska, dyrektor Departamentu Komunikacji PSE. Spółka prowadzi regularne sesje dialogowe z przedstawicielami różnych grup interesariuszy, by jeszcze lepiej wsłuchiwać się w opinie ze swojego otoczenia. Kierunek i wskaźniki dotyczące działań z obszaru ESG (środowiskowe, społeczne i dotyczące ładu korporacyjnego) są regularnie mierzone, weryfikowane i publikowane w raportach wpływu PSE. Kilka miesięcy temu PSE opublikowały jego trzecią edycję. W raporcie przedstawiono wpływ spółki na krajową gospodarkę i finanse publiczne, zmierzono także ślad węglowy. Wskaźniki poddano zewnętrznemu audytowi. To jedno z pierwszych takich opracowań wśród polskich spółek energetycznych. Raport jest dostępny pod adresem <http://raport.pse.pl>. Profesjonalne podejście PSE do zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności jest doceniane zarówno przez otoczenie spółki i jej interesariuszy, jak również przez instytucje badające zaangażowanie przedsiębiorstw w szeroko rozumiany CSR. Potwierdzeniem są cztery Złote Listki CSR i tytuł Branżowego Lidera Odpowiedzialnego Biznesu XIV Rankingu Odpowiedzialnych Firm.

Trendy zrównoważonego rozwoju zmieniają biznes

Firmy, które nie podejmują działań w zakresie ESG, będą prawdopodobnie narażone na większe ryzyko w porównaniu z liderami

Tegoroczna edycja Rankingu Odpowiedzialnych Firm zrzeszyła grono aż 78 spółek. Jak co roku kwestionariusz badania został dostosowany i zaktualizowany w odpowiedzi na zmieniającą się rzeczywistość. Tym razem organizatorzy dodali do ankiety pytania odnoszące się bezpośrednio do działań spółek w obliczu trwającej pandemii koronawirusa. Pytania obejmowały zarówno kwestię dobrostanu pracowników (89 proc. spółek zadbało o wsparcie psychologiczne dla swoich pracowników), jak i działalność wspierającą walkę z pandemią (93 proc. spółek podejmowało działania wspierające służbę zdrowia). Co ciekawe, aż 60 proc. z firm zdobyło ponad 70 proc. możliwych punktów. Obszary poruszane w kwestionariuszu to m.in. odpowiedzialność za środowisko, w tym zmiany klimatyczne, etyka, różnorodność,

odpowiedzialność w łańcuchu dostaw, odpowiedzialność za produkt, praktyki pracownicze, praktyki skierowane do społeczności oraz strategia ESG. Podczas tegorocznej edycji badania spółki zostały podzielone aż na osiem branż (o trzy więcej niż w roku ubiegłym). Najliczniej reprezentowana były takie branże jak: bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy (23 proc.), produkcja przemysłowa i chemiczna (19 proc.) oraz paliwa, energetyka, wydobywanie (14 proc.). Nieznacznie uległa zmianie metodyka badania: do ogólnej puli punktów zdobytych na podstawie wypełnionej ankiety doszła punktacja z badania percepcji spółek przez wybrane grupy interesariuszy. To nieznacznie wpłynęło na zmianę w klasyfikacji w porównaniu do ubiegłego roku.

W czołówce 15. edycji rankingu dominują spółki z sektora finansowego. Na pierwszym miejscu znalazł się ponownie BNP Paribas Polska (trzeci rok z rzędu), na drugim ex aequo Santander Bank Polska i Orange Polska, trzecie miejsce przypadło STU Ergo Hestia oraz ING Bank Śląski SA. Wyniki przeprowadzonych badań pokazują, że spółki nie lekceważą kwestii zmian klimatycznych oraz są świadome swojego wpływu na środowisko naturalne. Przedstawiciele wyższej kadry kierowniczej z aż 69 proc. badanych spółek, brali udział w krajowych lub międzynarodowych inicjatywach wspierających działania strategiczne, mające na celu lepsze przygotowanie i realizację Europejskiego Zielonego Ładu i powiązanych polityk. Jak pokazują wyniki, aż 90 proc. spółek

podejmuje działania zmierzające do ograniczenia swojego wpływu na klimat, a 78 proc. mierzy swój ślad węglowy w zakresie 1 – emisji bezpośredniej (72 proc. w 2020, 32 proc. w 2019). Natomiast prawie połowa respondentów, a dokładniej 48 proc. z nich ogłosiło datę osiągnięcia neutralności klimatycznej. Wzrosła również z 56 do 65 proc. ilość spółek, które były w stanie podać odsetek wykorzystanej energii elektrycznej pochodzącej ze źródeł odnawialnych. Aż 86 proc. firm oferuje produkty i/lub usługi umożliwiające klientom indywidualnym lub biznesowym zmniejszenie ich śladu węglowego, zmniejszenie negatywnego wpływu na klimat oraz lepszą ochronę bioróżnorodności. 88 proc. wdraża w swojej działalności operacyjnej rozwiązania z zakresu gospodarki obiegu zamkniętego (ang. Circular Economy). Momentem przełomowym dla idei odpowiedzialnego biznesu był globalny kryzys w 2008 r. Przez kolejne lata stopniowo wzmacniała się debata wokół wpływu biznesu na środowisko i społeczeństwo, czynniki ESG nabierały coraz większego znaczenia dla inwestorów, klientów, pracowników, kon-

trahentów i innych grup interesariuszy. W 2014 r. Unia Europejska przyjęła dyrektywę NFRD w sprawie raportowania informacji niefinansowych, w roku 2015 została podpisana konwencja paryska. Dzisiaj kluczowym elementem napędzającym transformację są regulacje prawne wokół ESG, najistotniejsze to Rozporządzenie SFDR, Taksonomia oraz rozpoczęte prace nad Dyrektywą ds. Raportowania Kwestii Zrównoważonego Rozwoju (Corporate Sustainability Reporting Directive CSRD), która zastąpi obecnie obowiązującą Dyrektywę NFRD). Cieszy nas, że polskie spółki obserwują i reagują na te zmiany. Firmy, które nie podejmują działań w zakresie ESG, będą prawdopodobnie narażone na większe ryzyko i stracą znaczące możliwości w porównaniu z liderami ESG w wielu kluczowych obszarach, począwszy od lepszego dostępu do kapitału, po usprawnienia operacyjne i realizację nowych przedsięwzięć biznesowych. Świat się zmienia, a wraz z nim musi zmieniać się biznes.

BARBARA KUŚ-SAXTON
konsultant w zespole ds. zrównoważonego rozwoju w Polsce i Europie Środkowej, Deloitte

„Kadra kierownicza z aż 69 proc. badanych spółek brała udział w inicjatywach mających na celu lepsze przygotowanie i realizację Europejskiego Zielonego Ładu i powiązanych z nim polityk

Odpowiedzialny biznes w praktyce

Pandemia przyczyniła się do wzrostu zainteresowania CSR. Są jednak firmy, które od lat stawiają na odpowiedzialny biznes, czyniąc z niego podstawową zasadę postępowania w budowaniu relacji z otoczeniem.

W przypadku Banku Pekao odpowiedzialność stała się wręcz jednym z czterech filarów – obok klienta, wzrostu i efektywności – nowej strategii „Odpowiedzialny Bank. Nowoczesne bankowanie” na lata 2021–2024. W praktyce oznacza to, że bank chce nie tylko wspierać rozwój gospodarczy, dystrybuując rządowe i unijne fundusze na odbudowę oraz wspierać transformację gospodarczą w przyjaznym dla klimatu kierunku. Bank chce również prowadzić działalność komercyjną i operacyjną w oparciu o czynniki zrównoważonego rozwoju. Tym samym odpowiedzialność biznesu jest realizowana na wielu płaszczyznach – wobec pracowników, rynku, społeczeństwa i środowiska. Pandemia okazała się już swoistym testem zaangażowania Banku Pekao w realizację strategii. Znalazł się on w czołówce instytucji, które obsłużyły największą liczbę wniosków składanych w ramach tarczy 1.0. Wpłynęło ich ponad 47,5 tys., a kwota wypłaconego wsparcia przekroczyła 7 mld zł. Kolejne 4,8 tys. wniosków bank przyjął tylko w ciągu miesiąca od uruchomienia Tarczy 2.0, wypłacając rzą-

dową pomoc na prawie 520 mln zł. Dystrybucja środków finansowych pochodzących z tarcz 1.0. i 2.0. PFR to tylko jedno z wielu działań, na jakie zdecydował się bank w czasie pandemii. W maju 2020 r. wdrożył Pakiet Pomocowy SOS dla Kredytobiorców i Pożyczkobiorców, dzięki któremu klienci mogli bezpłatnie ubiegać się o zawieszenie spłaty rat kredytów i pożyczek (nawet do trzech rat kapitałowo-odsetkowych) oraz wprowadził do oferty dla mikroprzedsiębiorstw kredyty obrotowe i pożyczki do 105 tys. zł z gwarancją w wysokości 80 proc. kwoty kapitału i odsetek kredytowych w ramach programu Unii Europejskiej na Rzecz Zatrudnienia i Innowacji Społecznych (EaSI). Dwa miesiące później wdrożył dodatkowe instrumenty pomocowe: z Agencją Rozwoju Przemysłu (ARP), gdzie przedsiębiorcy korzystający z pożyczek na finansowanie wynagrodzeń oferowanych przez ARP mogli skorzystać także z przeznaczonych do tego celu rachunków bankowych oraz usługi Pekao Płace oraz z Europejskim Funduszem Inwestycyjnym (bezpłatne gwarancje dla MSP w programie CO-SME). W kolejnych miesiącach zaoferował dopłaty BGK do odsetek kredytów obrotowych, zarówno nowych, jak i już zaciągniętych, skorzystanie z gwarancji BGK przy wnioskowaniu o produkt eFinancing, oraz nieoprocentowane pożyczki płynnościowe z Programu Inteligentny Rozwój. Bank Pekao w czasie pandemii

zrealizował także kilka akcji społecznych. Wspólnie z Fundacją Banku Pekao im. dr. Mariana Kantona przekazał 5 mln zł darowizny na rzecz 11 szpitali na zakup sprzętu medycznego. Fundacja zakupiła 23 tys. sztuk maseczek dla szpitali, straży pożarnej i seniorów oraz namioty barierowe chroniące medyków przed zakażeniem. Odpowiedzialności banku świadczą też szybka reakcja na zmieniające się nawyki klientów w czasie pandemii. Mowa o nowym serwisie transakcyjnym Pekao24 opartym o rozwiązania omnichannel czy usługę Klips, dzięki której klienci mogą łatwiej zarządzać stałymi opłatami w bankowości internetowej. Bank wdrożył możliwość uiszczania opłat za przejazdy autostradami w aplikacji PeoPay, udostępnił płatności Google Pay oraz otwartą bankowość. Pojawiły się nowe funkcje w serwisie Pekao24 jak wgrywanie polis ubezpieczeniowych czy otwieranie dodatkowych produktów „na klik”. W bankowości dla firm wprowadzono m.in. możliwość prostego i bezpiecznego podpisywania umów oraz aneksów, a także składania dyspozycji i wniosków przez bankowość internetową PekaoBiznes24. Efektem zmian jest wzrost o 22 proc. do 2 mln aktywnych użytkowników bankowości mobilnej. Od stycznia 2021 r. klienci Banku Pekao mogą też założyć firmę bez wychodzenia z domu, a plan na przyszłość to nowe usługi mobilne, m.in. produkty ubezpiecze-

niowe, inwestycyjne oraz usługi dodane, oparte o open banking. Pekao przenosi sprzedaż do kanałów cyfrowych. Aplikacja mobilna PeoPay, oparta o zautomatyzowane procesy, ma stać się głównym kanałem kontaktu. Plan na przyszłość to też aktywny udział w zielonej rewolucji Polski, która w ciągu najbliższych 20 lat, według ekspertów banku, może wymagać co najmniej 1,6 bln zł inwestycji. W 2020 r. wartość zielonego i zrównoważonego finansowania w Pekao przekroczyła 8 mld zł. Kwota ta ma istotnie się zwiększyć. Ambicją banku jest bowiem nie tylko organizacja, ale i współuczestnictwo w finansowaniu inwestycji z zakresu transformacji energetycznej. Przykład to opracowane wspólnie z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym (EBI) nowe warunki finansowe do kolejnej odsłony Kredytu Energioszczędnego realizowanego w województwie kujawsko-pomorskim. 5 mln zł otrzymają firmy, które przeprowadzają inwestycje zwiększające efektywność energetyczną o co najmniej 25 proc. Tylko część kredytu (minimalnie 16 proc.) jest oprocentowana zgodnie z polityką cenową banku. 84 proc. pożyczanych środków pochodzi z Regionalnego Programu Operacyjnego, co zapewnia oprocentowanie na poziomie 0,2 proc. Jeśli projekt podnosi efektywność o więcej niż 60 proc., wówczas kredyt jest całkowicie bezkosztowy. Udział w transformacji służącej ochronie klimatu to również zrów-

noważe finansowanie. Bank Pekao został jednym z globalnych koordynatorów i współprowadzących księgę popytu emisji siedmioletnich zielonych obligacji koncernu PKN o wartości 500 mln euro, a wcześniej koordynatorem i dealerem dla koncernu emisji 10-letnich obligacji ESG wartych 1 mld zł. Wpływy netto z emisji zielonych obligacji Orlenu zostaną przeznaczone na finansowanie lub refinansowanie zielonych projektów grupy. Bank posiada też pożyczkę ekspresową na cele ekologiczne w ramach akcji „Zadbaj o dobry klimat” na preferencyjnych warunkach (RRSO 8,3 proc. i prowizja 0 proc., kwota 5–50 tys. zł, okres kredytowania: 10 lat). Sposobem na wspieranie ochrony środowiska i promowanie ekologicznego podejścia są też ograniczanie zużycia papieru przez przejście na komunikację elektroniczną czy angażowanie się w działania edukacyjne, jak te na rzecz pszczoł. Warto wspomnieć o zaangażowaniu się banku w edukację finansową najmłodszych przez aplikację PeoPay KIDS. Dzięki funkcjom wirtualnych trenerów czy skarbonki uczy ona oszczędzania. Aplikacja jest połączona z bankowością mobilną i internetową rodzica, dzięki czemu i on może sprawować nadzór nad wydatkami dziecka. Po roku od wdrożenia bilans korzystania z bankowości dla dzieci to blisko 50 tys. małych użytkowników, ponad 36 mln zł oszczędności i ponad 68 tys. założonych wirtualnych skarbonki.

Partner



Bank Pekao

Klasyfikacja branżowa

Miejsce	Miejsce w klasyfikacji generalnej	Firma	Poziom strategiczny	Poziom operacyjny	Wybrane wyniki	Percepcja interesariuszy	Suma
Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy							
1	1	BNP Paribas Bank Polska	20	48	24	6	98
2	2	Santander Bank Polska	20	50	24	3	97
3	3	Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia	20	50	24	0	94
3	3	ING Bank Śląski	20	48	24	2	94
4	8	PZU	20	44	24	0	88
5	11	Bank Pekao	16	44	24	0	84
6	13	NatWest Poland	20	42	20	0	82
7	14	mBank	16	46	16	3	81
8	18	Bank Gospodarstwa Krajowego	14	42	18	0	74
9	23	Bank Handlowy w Warszawie	14	38	16	0	68
9	23	Provident Polska SA	14	36	18	0	68
9	23	PKO Bank Polski	12	42	14	0	68
9	23	Credit Agricole Bank Polska	10	40	18	0	68
10	28	Intrum	16	30	16	0	62
11	29	Bank Millennium	14	32	14	0	60
11	29	Bank Ochrony Środowiska	12	36	12	0	60
Dobra konsumpcyjne							
1	6	Coca-Cola HBC Polska	18	48	24	0	90
2	8	Kompania Piwowarska	20	44	24	0	88
3	9	L’Oreal	20	46	20	0	86
4	11	Wyborowa Pernod Ricard	20	44	20	0	84
5	13	CCC	18	40	24	0	82
6	16	Carlsberg Polska	18	38	20	0	76
7	18	Żywiec Zdrój	16	38	18	2	74
8	28	AmRest	8	36	18	0	62
9	31	Wawel	16	32	6	1	55
Farmacja i medycyna							
1	7	Polpharma	16	46	24	3	89
2	17	Servier Polska	20	34	18	3	75
3	30	Sanofi	16	30	12	0	58
Handel							
1	7	Lidl Polska	18	46	20	5	89
2	10	Lyreco	20	40	24	1	85
2	10	Jeronimo Martins Polska	18	42	22	3	85
3	21	Auchan Retail Polska	10	36	24	0	70
4	25	Kaufland Polska Markety	16	38	12	0	66
Paliwa, energetyka, wydobyćcie							
1	6	Grupa Lotos	18	48	24	0	90
2	8	Polskie Sieci Elektroenergetyczne	18	46	24	0	88
2	8	PKN Orlen	18	48	20	2	88
3	15	Lubelski Węgiel Bogdanka	16	42	22	0	80
4	16	ENEA SA	16	44	16	0	76
5	17	TAURON Polska Energia	16	38	20	1	75
6	18	Energa	16	40	16	2	74
7	19	Shell	20	38	12	3	73
8	23	Grupa GPEC	12	42	14	0	68
9	29	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo	12	34	14	0	60
Produkcja przemysłowa i chemiczna							
1	4	Signify Poland	20	48	24	1	93
2	7	Cemex Polska	20	44	24	1	89
3	16	Schumacher Packaging	18	36	22	0	76
4	18	Grupa Azoty Zakłady Azotowe Puławy	14	38	22	0	74
5	19	Volkswagen Motor Polska	20	36	14	3	73
6	20	SumiRiko Poland	16	34	22	0	72
6	20	SITECH	20	32	20	0	72
6	20	Volkswagen Poznań	18	40	14	0	72
7	22	Fabryki Mebli Forte	16	36	12	5	69
8	24	Nowy Styl	16	26	22	3	67
9	27	BASF Polska	14	32	16	1	63
10	28	NSG Group	14	32	16	0	62
11	30	Hochland Polska	10	32	16	0	58
Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka							
1	2	Orange Polska	20	50	24	3	97
2	9	Capgemini	18	48	20	0	86
3	12	T-Mobile Polska	18	40	24	1	83
4	15	Eritel	16	44	20	0	80
5	16	Fujitsu Technology Solutions	20	44	12	0	76
6	18	Samsung Polska	16	44	12	2	74
7	32	AGORA	8	30	12	2	52
Transport, logistyka, usługi							
1	5	Schenker	18	50	24	0	92
2	13	Grupa Raben	20	44	18	0	82
3	18	Geofizyka Toruń	18	36	20	0	74
4	26	Bama Logistics	14	36	14	0	64
4	26	Zakład Utylizacyjny	10	34	20	0	64
5	32	DPD Polska	18	30	4	0	52
5	32	Kuehne + Nagel	18	28	6	0	52

Start-upy Pozytywnego Wpływu

Produkty/usługi dobre dla świata	
Alternation	https://the-alternation.com/
Tworzą wysokiej jakości odzież z materiałów pozyskiwanych z odzieży używanej. Aby przedłużyć żywotność ubrań, wybierają wyłącznie naturalne tkaniny, takie jak wełna, bawełna, len, które są biodegradowalne, oddychające i trwałe.	
Cool Beans	https://coolbeans.com.pl/
Alternatywne jogurty na bazie fasoli, wolne od alergenów, o wysokiej wartości energetycznej, w szklanych opakowaniach. Odpowiednie dla wegan, wegetarian i każdego, kto chciałby zjeść coś pysznego!	
Wojna warzyw	https://wojnawarzyw.pl/
Dowożą niedoskonałe warzywa i owoce prosto pod drzwi. Używają ekologicznych opakowań, które można im oddać. Chcą przerwać cykl marnotrawstwa żywności, jednocześnie zapewniając dostępność świeżych, wysokiej jakości warzyw i owoców dla każdego.	
Zodzysq	www.zodzysq.pl
Plecaki, torby i nerki, które szyte są ze skrawków niepotrzebnych już ubrań. „Dawanie drugiego życia rzeczom, których nikt już nie chce to mój cel szycia”.	
Pozytywne technologie	
eKodama	www.ekodama.pl
Zajmują się tworzeniem pozytywnych miejsc, czyli zrównoważonym, ekologicznym projektowaniem z opiekunczą uważnością. W projektowaniu naturalnych budynków stosują elementy permakultury, czyli projektowej strategii tworzenia trwałych, zrównoważonych systemów.	
Microbe+	https://microbe-plus.com/pl/
Zrównoważone rolnictwo wspierane biologicznymi metodami ochrony roślin z wykorzystaniem narzędzi, którymi dysponuje biotechnologia.	
Pożycz To	https://pozycz.to/
Platforma umożliwiająca wygodne wypożyczanie różnego rodzaju przedmiotów. Posiadasz przedmioty, które rzadko używasz? Po co mają się marnować, skoro mogą zacząć na siebie zarabiać? Zacznij wykorzystywać przedmioty, które już kupiłeś lub które kupili inni.	
Take!Cup	www.takecup.pl/
System kaucyjny, w ramach którego oferowane są wielorazowe kubki do gorących napojów sprzedawanych na wynos. Przybywa nowych punktów na mapie partnerów.	
Sun Roof	https://sunroof.se/
Najbardziej wydajny i najbardziej ekologiczny dach solarny. Celem jest zastąpienie wszystkich dachów na świecie dachami solarnymi, które będą produkowały tyle prądu, aby w całości pokryć rosnące zapotrzebowanie mieszkańców naszego globu i zapewnić ekologiczną przyszłość.	
Dostawcy pozytywnej zmiany	
All Hands Agency	https://allhands.agency/
Agencja etycznego marketingu, pracująca w duchu zrównoważonego rozwoju. Wspierają marki w kształtowaniu pozytywnych postaw społecznych, inicjowaniu projektów zmieniających świat na lepsze i budowania strategii opartej o wyznawane wartości.	
Associated.apps	www.associatedapps.com/
Projektują i tworzą aplikacje mobilne w oparciu o założenia CSR, działają na rzecz znoszenia barier i wyrównywania szans społecznych. Celem jest tworzenie nowych możliwości dla każdego, przy wykorzystaniu funkcjonalności, które dają nowe technologie.	
Bazar Miejski	https://bazarmiejski.com/
To przestrzeń, która daje możliwość pozbycia się nadmiaru zbędnych rzeczy, jednocześnie umożliwiając ich nabycie tym, którym jeszcze mogłyby się przydać. Prowadzą sklepy w kilku miejscach, a każdy może wynająć tam specjalne regały.	
Circular Scrap	https://circularscrap.com/
To pierwsza platforma w branży modowej specjalizująca się we włączaniu w ponowny obieg nadwyżek materiałów i resztek poprodukcyjnych w myśl gospodarki cyrkularnej.	
Dotlenieni	http://dotlenieni.org/
Za pomocą kodu QR można pobrać Wirtualne Drzewa, które wspólnie z partnerami zamieniają na prawdziwe. Dzięki współpracy z biznesem edukują społeczeństwo. Co roku organizują Zielony Rekord Polski, angażując setki wolontariuszy, samorządowców i przedstawicieli biznesu, aby spotkać się przy sadzeniu roślin i porozmawiać o potrzebnych zmianach.	
Plan Be Eco	https://planbe.eco/
Kompleksowe narzędzie wspierające proces osiągnięcia neutralności klimatycznej oraz raportowania śladu węglowego w sposób niskokosztowy i nie wymagający specjalistycznej wiedzy.	
Społecznie pozytywni	
CoopTech Hub	https://hub.plz.pl/
Kooperatywa freelancerów to sposób na odmianę losu wielu pracowników i pracowniczek zmagających się z niestabilnością zatrudnienia w Polsce. Cel to restart spółdzielczości w nowej, cyfrowej odsłonie. Drogą do jego osiągnięcia jest edukacja liderów i instytucji, strategiczne doradztwo w transformacji cyfrowej, prowadzenie badań i wdrażanie produktów technologicznych.	
Heca	http://atoheca.pl/
Przedsiębiorstwo społeczne, w którym pracują osoby usamodzielniające się, doświadczające kryzysów psychicznych, osoby z niepełnosprawnością. Projektują i tworzą meble i wyposażenie wnętrz z upcyclingu, dają rzeczom nowe życie, zmniejszając systematycznie negatywny wpływ na środowisko.	
Patronite	https://patronite.pl
Patronite łączy autorów z osobami, które chcą wesprzeć ich pasję nie tylko do brym słowem, ale i finansowo. Patroni wpłacają regularne, comiesięczne kwoty na konto autorów, a ci mogą je wykorzystać na potrzeby swojej działalności.	
Serce Miasta	https://sercemiasta.waw.pl/
Miejsce powstało w czasie lockdownu, gdy osoby w kryzysie bezdomności znalazły się w bardzo trudnej sytuacji i #zostańwdomu dla nich było niemożliwe. Nie chodzi o to, by pomóc im przeżyć na ulicy, ale by trwale zakończyć kryzys bezdomności.	
Śluzna Strawa	https://slusnazstrawa.org/
To kolektyw, przede wszystkim uchodźczynie, uchodźcy, migrantki i migranci. Gotują wegańskie jedzenie w atmosferze równości, solidarności i pomocy wzajemnej, budują zatrudnienie, przyjazną społeczność i bezpieczne miejsce, wolne od dyskryminacji i rasizmu.	
Tech To The Rescue	www.techtotherescue.org/
Tech To The Rescue, wspierana przez Ashokę, powstała jako organizacja, której misją jest ułatwianie organizacjom społecznym pozyskiwania i wdrażania nowych technologii. Firmy technologiczne dzielą się swoimi zasobami by wspierać organizacje pozarządowe.	

Lepiej pracować u odpowiedzialnego. Czyli jakiego?

Pracownicy to ważni interesariusze biznesu – to oczywistość. A co oni sami sądzą o CSR?

Siedzicie w swoich bańkach i sądzicie, że wszędzie jest tak samo, jak u was – czy nie taki zarzut słyszą państwo najczęściej, gdy próbują państwo przekonywać, że biznes robi się naprawdę bardziej odpowiedzialny? Czy wystarczająco szybko i na adekwatną do potrzeb skalę, to już inna rzecz. Ponieważ jestem przekonany, że jest w tym stwierdzeniu ziarno psychologicznie i socjologicznie usprawiedliwionej prawdy, a jednocześnie widzę olbrzymi postęp w podejściu do interesariuszy innych niż akcjonariusze/właściciele, postanowiłem sprawdzić, co na ten temat wie przeciętny Polak. I z czym kojarzy odpowiedzialnego pracodawcę. Najlepiej na liczbach. Według badań serwisu Pracuj.pl pt. „Zawodowy styl życia” społeczna odpowiedzialność biznesu odgrywa niebagatelną rolę w poszukiwaniu nowych kandydatów do pracy. Aż 58 proc. respondentów odpowiedziało, że chętniej zatrudniliby się w firmie, która działa na polu CSR. 59 proc. nie zdawałoby się na działania firmy, lecz na wsparcie z jej strony dla inicja-

tyw pracowników (przy czym najczęstsza taka aktywność to zbiórki darów lub datków – aż 42 proc.). Ogólną aprobatę dla zaangażowania potencjalnych pracodawców w odpowiedzialność społeczną deklaruje 73 proc. badanych. To dobre wyniki, choć oczywiście trzeba wziąć pod uwagę, że deklaracja chęci to nie to samo co rzeczywiste działanie (w sytuacji konfliktu potencjalny pracownik może się przecież kierować np. wysokością zarobków, a nie np. zmniejszaniem śladu węglowego). Ciekawe dane serwis Pracuj.pl zebrał na temat przekonań o firmach, które prowadzą odpowiedzialny biznes. Według polskich kandydatów do pracy robią to przede wszystkim większe firmy (49 proc. wskazań) niż małe (9 proc.), prywatne (44 proc.), a nie państwowe (11 proc.) i częściej zagraniczne (40 proc.) niż polskie (9 proc.), choć różnicy między odpowiedzialnością w zależności od pochodzenia kapitału nie widzi aż 52 proc. pytanym. Najciekawsze wydaje mi się jednak zestawienie percepcji odpowiedzialnych firm w powiązaniu z ich dbałością o pracowników. Pozytywną korelację widzi 51 proc., nie widzi żadnej 42 proc., a negatywną dostrzega 7 proc. badanych. Czy to może oznaczać, że druga ilościowo gru-

pa nie dostrzega związku między odpowiedzialnością społeczną a stosunkiem do pracowników? Oczywiście to tylko jeden z obszarów CSR, ale czy nie wydaje się dla potencjalnych pracowników najważniejszy? W końcu bliższa koższula ciało... Albo mamy społeczeństwo uświadomione lepiej, niż sądziłem, i duża jego część przedkłada interesy wspólne nad własny, albo jest wręcz przeciwnie i odpowiadający utożsamiają społeczną odpowiedzialność z działaniami na zewnątrz firmy. Miniony rok pokazał, że w nadzwyczajnych okolicznościach jednak to odpowiedzialność za nich wysuwa się na pierwszy plan. Pierwszym działaniem, jakie zazwyczaj podejmowali pracodawcy (i doceniali pracownicy) na początku epidemii koronawirusa w Polsce było zadbanie o ich bezpieczeństwo (według raportu Forum Odpowiedzialnego Biznesu 77 proc. firm). W wielu przypadkach w grę wchodziło przede wszystkim umożliwienie pracy zdalnej lub wręcz przymusowe na nią wysłanie (oczywiście tam, gdzie było to możliwe, zbyt często zapominamy o tych, którzy nie mogą pracować z domu). Jak podają w cytowanym raporcie prof. Renata Włoch i Monika Berdys (Digital Economy Lab UW), z po-

wodu ograniczeń pandemicznych przynajmniej częściowo zdalnie pracowało 40 proc. zatrudnionych. Przeniesienie miejsca pracy do domu (podkreślam, w sytuacji zagrożenia co najmniej pożądanego) jednak nie wystarczy. „Przed wszystkim należało zapewnić odpowiednie zaplecze techniczno-logistyczne; następnie zadbać o to, aby pracownicy potrafili z dostępnych narzędzi korzystać efektywnie i zgodnie z regułami cyberbezpieczeństwa; a także dostosować do nowego modelu pracy kulturę organizacyjną i metody pracy” – piszą prof. Renata Włoch i Monika Berdys. To nadal nie wyczerpuje problemu. Jak dostrzegają autorki, firmy podjęły próby wprowadzania innej organizacji pracy. „Metody pracy agile wydają się sprzyjać modelowi zdalnemu poprzez wspieranie autonomii, sprawczości i odpowiedzialności osobistej pracowników, ale mogą też grozić dryfowaniem i brakiem transparentności działań rozproszonych zespołów. Dlatego też badane organizacje zwiększyły ofertę kursów wspomagających lepszą organizację pracy, warsztatów z zakresu wellbeing, a nawet pomocy psychologicznej. Efektywność tego rodzaju działań była jednak ograniczona” – piszą. W tej sytuacji szczególnego zna-

czenia nabierają – zawsze istotne – kompetencje miękkie przełożonych. „Osoby pełniące funkcje kierownicze powinny w szczególności utrzymywać dobre relacje międzyludzkie w zespołach. Pracownicy oczekują większego zainteresowania się nimi poprzez częsty kontakt oraz koncentrację uwagi nie tylko na ich zawodowej sytuacji” – pisze w tym samym raporcie FOB dr hab. prof. SGH Piotr Wachowiak. Czy tak było (a w wielu przypadkach nadal jest) w rzeczywistości? Śmiem wątpić, co potwierdza kolejna ankieta. Mieszanie się życia zawodowego z prywatnym, problemy z przestrzeganiem czasu pracy i po prostu tęsknota za spotkaniami z ludźmi na żywo sprawiły, że chcielibyśmy wrócić do biur. Acz tylko częściowo – z najnowszego badania Grafton Recruitment i CBRE wynika, że aż 64 proc. pracowników wolałoby pracować w systemie mieszanym, czyli częściowo w biurze, a częściowo w domu. Jeśli pracodawcy będą gotowi na wprowadzanie tego modelu na masową skalę (a wiele wskazuje, że tak), to rzeczywiście będziemy mogli powiedzieć, że pandemia przyspieszyła zmiany w świecie pracy.

Maciej Weryński
DGP

Zielone rozwiązania w Santander Bank Polska



Finansowanie zielonej transformacji, wsparcie projektów zewnętrznych, programy proekologicznych zmian wewnątrz banku – m.in. te działania związane ze zrównoważonym rozwojem i zmniejszaniem negatywnego wpływu na środowisko naturalne Santander Bank Polska przeprowadził w minionym roku.



Zrównoważony rozwój, dbałość o ochronę klimatu i środowiska to kluczowe elementy strategii biznesowej Santander Bank Polska. Są one jednymi z najważniejszych filarów ogłoszonej w 2019 r. strategii Odpowiedzialnej Bankowości. Wytycza ona działania banku na kolejne lata i wskazuje ochronę klimatu oraz środowiska jako kluczowe obszary. W praktyce oznacza to oferowanie przyjaznych środowisku, „zielonych” produktów i rozwiązań, a także działania edukacyjne skierowane do klientów, pracowników i lokalnych społeczności. W ramach strategii prowadzone są także wewnętrzne inicjatywy, zmierzające do redukcji śladu środowiskowego banku.

W drodze do Net Zero

Jako jeden z największych banków w Polsce Santander Bank Polska jest świadomy swojej roli w transformacji polskiej gospodarki i znaczenia, jakie dla tego procesu będą mieć podejmowane

przez bank działania, realizowane polityki i udzielane finansowanie. Ogłoszona właśnie przez Grupę Santander globalna strategia Net Zero jest tego potwierdzeniem. Zakłada ona, że Grupa osiągnie neutralność klimatyczną do 2050 r. Redukcja obejmuje zarówno emisje wewnętrzne, powodowane przez np. zużycie prądu, podróże służbowe czy eksploatację floty, ale także emisje, które są efektem finansowania – usług kredytowych, doradczych lub inwestycyjnych świadczonych klientom ze wszystkich segmentów. Santander Bank Polska zapowiedział, że od 2030 r. zaprzestaje finansowania spółek energetycznych, w których przychody z produkcji energii z węgla wynoszą powyżej 10 proc. Ponadto do 2030 r. planuje całkowitą redukcję ekspozycji banku wobec producentów węgla energetycznego.

Jednocześnie jednym z priorytetów, jakie wyznaczył sobie bank, jest wsparcie klientów w zielonej transformacji. Dlatego tak ważny jest dla niego rozwój i wsparcie projektów zeroemisyjnych lub takich, które do zeroemisyjności prowadzą. W ciągu ostatnich dwóch lat Santander Bank Polska proponował swoim klientom takie produkty jak kredyt ESC Linked, zrównoważone obligacje czy IRS oparty o wskaźniki ESC. Jednocześnie bank dostosowuje swoją politykę kredytową do oczekiwań, zwiększając zaangażowanie w inwestycje OZE. W 2020 r. finansowanie w tym obszarze wzrosło dziesięciokrotnie w porównaniu z rokiem 2019. Ofertę korporacyjną uzupełnia bogaty portfel produktów Santander Leasing. Rok 2020 pomimo pandemii koronawirusa i związanych z nią lockdownów

był dla spółki bardzo dobrym rokiem w obszarze finansowania zielonych inwestycji. Na początku 2020 r. spółka wprowadziła na rynek produkt Solarlease przeznaczony do finansowania jednej z najbardziej dynamicznie rozwijających się branż w Polsce – fotowoltaiki. W efekcie Santander Leasing w ubiegłym roku sfinansował instalacje PV na łączną wartość przekraczającą 41 mln zł. Poza tym w ofercie leasingowej znajdują się także leasingy elektryczne 100 proc., który pozwala sfinansować bezodsetkowo pojazdy elektryczne, oraz produkt leasing 102 proc. na pojazdy hybrydowe.

Redukcja śladu środowiskowego

Aby dojść w 2050 r. do neutralności, Grupa Santander już teraz podejmuje kroki minimalizujące swój wewnętrzny wpływ na środowisko naturalne. W 2020 r. Santander Bank Polska osiągnął neutralność wewnętrznych emisji CO₂. Było to możliwe dzięki przejściu na zieloną energię, a także zakupowi kredytów węglowych, czyli zielonych, certyfikowanych aktywów, które równoważą emisje. Od początku 2020 r. 100 proc. energii kupowanej przez Santander Bank Polska pochodzi z ekologicznych źródeł, głównie z elektrowni wodnych. Bank wymienił też flotę samochodową na ekologiczne auta z napędem hybrydowym, które mają niższe zużycie paliwa, a także są niskoemisyjne. Ponadto w zeszłym roku bank zrezygnował z zakupu wody

w jednorazowych butelkach plastikowych oraz z dystrybutorów do wody z plastikowymi butlami. Zastąpiono je filtrami montowanymi do ujęć instalacji wody bieżącej – w ten sposób każdego roku ilość zużywanego plastiku jest mniejsza aż o 7 ton. Santander Bank Polska jako jedyny przedstawiciel polskiego sektora finansowego przystąpił do Polskiego Paktu Plastikowego, by aktywnie uczestniczyć w wypracowywaniu rozwiązań dla producentów opakowań i wspierać ich w ekotransformacji oraz w dążeniu do zwiększenia skali powtórzonego wykorzystania odpadów plastikowych.

Bank chce ponadto aktywnie działać i poszerzać świadomość społeczną na temat troski o środowisko i zagrożone ekosystemy, dlatego już po raz trzeci został partnerem strategicznym akcji Zielona Wstążka #DlaPlanety i dołączył do programu Re:Generacja, zainicjowanego przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa, który jest odpowiedzią na ogłoszoną przez Organizację Narodów Zjednoczonych na lata 2021–2030 Dekadę Odtwarzania Ekosystemów. W ramach akcji Santander Bank Polska do końca 2021 r. wspiera odtwarzanie ekosystemów w kompleksie górskich hal w Paśmie Czantorii, na zboczach Małej Czantorii oraz Wielkiej Czantorii. Należą do niego oddzielone od siebie lasem bukowym trzy duże polany oraz jedna mała enklawa (o łącznej powierzchni 16,35 ha).

Partner

Ucz się i dziel – ruszyło Chapter Zero Poland

W ubiegłorocznym „Global Risk Report” Światowego Forum Ekonomicznego zmiany klimatu i powiązane z nimi problemy środowiskowe uznano za najbardziej prawdopodobne, a jednocześnie potencjalnie najbardziej destrukcyjne zagrożenie, z jakim musimy się obecnie zmierzyć

Mimo alarmów ekspertów i codziennego doświadczenia skutków zmian klimatu wciąż jesteśmy daleko od osiągnięcia środowiskowych Celów Zrównoważonego Rozwoju. Złe jest także z realizacją zapisów porozumienia paryskiego mówiących o konieczności utrzymania globalnego ocieplenia na poziomie 1,5 st. C w stosunku do epoki przedindustrialnej. Równocześnie zdecydowanie rośnie świadomość odpowiedzialności za klimat i środowisko. Wzrasta także społeczne oczekiwanie zmian. Strajki klimatyczne pokazują ogromne zaangażowanie młodych. Apele o zmianę nawyków i modeli konsumpcji, szczególnie głośnie w okresie pandemii, nie dotyczą tylko tego pokolenia. Zaangażowanie każdego z nas na pewno jest potrzebne, ale realne zmiany mogą przynieść przede wszystkim rozwiązania systemowe. Kluczowe są konkretne działania decydentów, administracji publicznej i liderów biznesu.

Działanie od zaraz

Obecnie jesteśmy świadkami wprowadzania przełomowych regulacji w systemie ubezpieczeniowo-bankowym. Ich celem jest transformacja gospodarki w kie-

runku neutralności klimatycznej. Sektor finansowy, mający wpływ na całociowe kształtowanie gospodarek i pojedynczych przedsiębiorstw, jest kołem zamachowym koniecznych zmian. Zapowiadane regulacje mają ogromny potencjał. Jednocześnie biznes potrzebuje nie tylko nowych narzędzi, ale przede wszystkim wiedzy. Tak, aby firmy mogły pilnie zredefiniować swój paradygmat rozwoju i sposób codziennego funkcjonowania.

W odpowiedzi na tę potrzebę w 2019 r. powstał program Światowego Forum Ekonomicznego – Climate Governance Initiative (CGI), w Polsce realizowany w ramach projektu Chapter Zero Poland. W Polsce jego koordynatorem jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB), a wsparcia merytorycznego udziela firma Deloitte. Celem jest dostarczenie konkretnego rozwiązania wspierającego zarządzających firmami w koniecznej transformacji.

Gotowość do zmian już jest

Jak wynika z badania FOB „Obowiązki biznesu wobec otoczenia. Głos zarządzających firmami działającymi w Polsce”, 89 proc. CEO zgadza się ze stwierdzeniem, że rozwiązywanie problemów śro-

dowiskowych jest odpowiedzialnością biznesu, a według 97 proc. ankietowanych odpowiedzialność społeczna i środowiskowa jest równie ważna jak przynoszenie przez firmę zysku. Równocześnie w innym badaniu FOB („Menedżerowie CSR”) za główną przeszkodę we wdrażaniu zasad CSR w polskich firmach uznano brak zrozumienia i wiedzy ze strony kadry zarządzającej firmami. Niezbędne są więc intensywne działania edukacyjne, kierowane także do osób zajmujących najwyższe stanowiska w zarządach i radach nadzorczych spółek.

Dlatego już w 2019 r. Światowe Forum Ekonomiczne opublikowało wytyczne pt. „How to Set Up Effective Climate Governance on Corporate Boards – Guiding principles and questions”. To zestaw praktycznych wskazówek dla osób zasiadających w zarządach i radach nadzorczych. Wyjaśniono w nich, jak włączać zagadnienia klimatyczne zarówno do procesów, jak i struktur organizacji. W wytycznych wskazano również, jak reagować na ryzyka i możliwości dla biznesu związane ze zmianami klimatu.

Co warto podkreślenia, wśród wymienionych zasad na pierwszym miejscu znalazła się ta do-

tycząca rozliczania zarządów z zagadnień dotyczących klimatu. Podkreśla ona odpowiedzialność zarządu i rady nadzorczej (przed udziałowcami lub akcjonariuszami) za długofalową opiekę nad przedsiębiorstwem, zapewnienie długoterminowej odporności przedsiębiorstwa w obliczu potencjalnych zmian w otoczeniu biznesu m.in. na skutek zmian klimatycznych. Już dziś czas postawić pytanie, czy za kilka lat każdy z zarządzających będzie mógł powiedzieć, że zrobił wystarczająco dużo, by ochronić swój biznes przed kluczowym, najpoważniejszym ryzykiem, ryzykiem klimatycznym.

W wytycznych podkreślono także znajomość problematyki (klimatu), jako niezbędną do skutecznej debaty i podejmowania odpowiedzialnych decyzji. Pozostałe punkty poświęcone są m.in. strukturze zarządu, ocenie ryzyka, strategii czy sprawozdawczości. Warto też zwrócić uwagę na zasadę, która dotyczy współpracy i dialogu.

Na tej idei oparta jest koncepcja aktywności w ramach Climate Governance Initiative. Z jednej strony polega na zapewnieniu dostępu nie tylko do tworzonego na całym świecie narzędzi, ale także szkoleń, webinarów czy dyskusji pomiędzy członkami i członkiniami lokalnych odsłon inicjatywy. Climate Governance Initiative to jednak przede wszystkim społeczność przedstawicielek i przedstawicieli zarządów i rad nadzor-

czych, którzy są gotowi się uczyć i wzajemnie wspierać w tym procesie, doskonaląc zarazem swoje organizacje. Do współpracy zaproszeni zostaną także ekspertki i eksperci spoza biznesu. Celem jest zbudowanie jak najlepszej platformy wymiany wiedzy i doświadczeń.

Polska odsłona inicjatywy – Chapter Zero Poland – ruszyła 10 maja. Trwa proces zapraszania uczestniczek i uczestników – przedstawicieli zarządów i rad nadzorczych firm. Równolegle budowany jest panel ekspertek i ekspertów. W skład struktur zarządzających poza przedstawicielami biznesu weszli także prof. Elżbieta Mączyńska, prezeska Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego, prof. Piotr Wachowiak, rektor SGH w Warszawie oraz Maciej Witucki, prezydent Lewiatana. Program jest bezpłatny dla wszystkich uczestniczek i uczestników. Jego opiekunem w Polsce jest BNP Paribas Bank Polska, a partnerem merytorycznym firma Deloitte. Szczegóły dotyczące Chapter Zero Poland można znaleźć na poświęconej projektowi stronie www.chapterzero.pl.

MARZENA STRZELCZAK

prezeska, dyrektorka generalna
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

AGNIESZKA KŁOPOTOWSKA

menedżerka projektów
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Partner

Neutralność węglowa to tylko początek @signify

Obecnie jesteśmy świadkami zmiany, która ma kluczowe znaczenie dla ograniczenia emisji dwutlenku węgla i skutków zmiany klimatu. 11 grudnia 2019 r. KE ogłosiła Europejski Zielony Ład, którego celem jest, by Europa stała się neutralna dla klimatu najpóźniej do 2050 r.

W Signify weszliśmy na drogę zrównoważonego rozwoju wiele lat temu, jeszcze jako Philips Lighting tworząc strategię „Jaśniejsze Życie, Lepszy Świat”. Kluczowym celem było osiągnięcie neutralności węglowej, co udało nam się zrealizować we wrześniu zeszłego roku. Ograniczyliśmy także emisje operacyjne o ponad 70 proc., przechodząc na bardziej energooszczędne technologie, ekologiczne środki transportu, zoptymalizowane planowanie logistyczne oraz bardziej zrównoważone formy podróży służbowych.

W 2019 r. podpisaliśmy 10-letnią umowę o zakup energii wirtualnej z farmą wiatrową w Kisielcach. Pokrywa ona 25 proc. naszego globalnego zapotrzebowania na energię, a w polskich fabrykach wykorzystujemy wyłącznie tę pochodzącą w całości ze źródeł odnawialnych.

Świat stoi w obliczu zmian demograficznych i klimatu, urbanizacji oraz niedoboru zasobów. Będziemy działać jeszcze ambitniej i przyspieszać prace nad rozwiązaniami tych problemów. Zrównoważony rozwój oraz za-

pewnianie nowoczesnych miejsc pracy to filary naszej strategii, która znacznie wykracza poza neutralność węglową. Planujemy podwoić nasz pozytywny wpływ na środowisko i społeczeństwo do 2025 r.

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ będą dla nas strategicznym kompasem podczas prac nad osiągnięciem następujących czterech celów.

Podwójne tempo wprowadzania postanowień porozumienia paryskiego

W ramach naszych działań na rzecz klimatu (SDG13) ograniczymy emisje węglowe w całym łańcuchu wartości. Już w 2025 r. osiągniemy cele wyznaczone w porozumieniu paryskim na 2031 r., aby ograniczyć wzrost temperatur do 1,5°C w porównaniu z okresem przedindustrialnym. Dokonamy tego poprzez zwiększenie efektywności energetycznej naszych produktów, co zmniejszy emisje naszych klientów, oraz poprzez ograniczenie emisji węglowych naszych dostawców.

Podwojenie do 32 proc. przychodów z obiegu zamkniętego do 2025 r.

Zużycie zasobów przekracza dziś 1,6-krotnie możliwości naszej planety, a niedobór zasobów oraz odpady osiągają niepokojące poziomy. Skupiamy się na odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji (SDG12) dzięki produktom, które mogą być fabrycznie odnawiane, ponownie wykorzystywane lub

poddawane recyklingowi. Obejmuje to przychody z opraw oświetleniowych drukowanych w 3D oraz z lamp ulicznych z komponentami wielokrotnego użytku oraz częściami nadającymi się do recyklingu. Jako lider prowadzimy branżę oświetleniową w kierunku nowego modelu gospodarczego, który pozwoli przedłużyć wykorzystanie materiałów, uniknąć niszczenia zasobów i będzie wspierać klientów we wdrażaniu bardziej ekologicznych technologii.

Podwojenie do 32 proc. przychodów poprzez innowacje przynoszące korzyści społeczeństwu

Kładziemy duży nacisk na wspieranie zdrowia i dobrostanu ludzi (SDG3) oraz zrównoważony rozwój miast i społeczności (SDG11). Obejmuje to wpływy z innowacji, które zwiększają dostępność żywności, bezpieczeństwo i zdrowie. Wiemy, jak kształtować środowisko świetlne, aby miało ono pozytywny wpływ na dobre samopoczucie, inspirowało nas do pracy i zapewniało spokojny sen. Oferujemy oświetlenie, które pozytywnie oddziałuje na cykl okołodobowy człowieka w ten sam sposób jak światło dzienne. Poszerzyliśmy znacznie ofertę produktów i systemów opartych na technologii UV-C wykorzystywanych w dezynfekcji i zaprojektowanych specjalnie do odkażania powietrza, powierzchni i przedmiotów. Produkty te są skierowane do różnych segmentów rynku, od biur, siłowni, skle-



pów detalicznych czy magazynów aż po transport publiczny.

Podwojenie zobowiązań w zakresie różnorodności i integracji oraz zwiększenie do 34 proc. odsetka kobiet na stanowiskach kierowniczych

Zwracamy uwagę na rozwój gospodarczy (SDG8) oraz tworzenie nowoczesnych miejsc pracy. Skupiamy się na zwiększaniu różnorodności i integracji oraz podwojeniu do 34 proc. odsetka kobiet na stanowiskach kierowniczych w naszej firmie. Będziemy też przykładać jeszcze większą wagę do bezpieczeństwa pracowników, zrównoważonego rozwoju dostawców oraz inicjatyw CSR, które są realizowane poprzez globalne projekty w ramach Signify Foundation oraz lokalnie przez Signify Poland.

Szkodliwe skutki zmian klimatycznych nie są liniowe, ale to

samo można powiedzieć o naszym postępie. Historia pokazała, że wiele transformacji przyspiesza po osiągnięciu pewnego tempa, np. w branży oświetleniowej. Pod koniec 2006 r. żarówki stanowiły nadal 2/3 naszej sprzedaży. W ostatnim kwartale ponad 90 proc. naszych przychodów pochodziło z energooszczędnych produktów, systemów i usług. Świat ma większą populację miejską i więcej punktów świetlnych niż kiedykolwiek wcześniej, ale odsetek globalnego zużycia energii elektrycznej z oświetlenia spada każdego roku, z 19 proc. w 2006 r. do 13 proc. w 2018 r., i spodziewamy się, że do 2030 r. będzie to 8 proc. Deklarujemy, że nasze ambicje przekujemy w działania z korzyścią dla klientów, społeczeństwa i środowiska naturalnego.

BOGDAN ŚLĘK

Dyrektor ds. Public & Government Affairs w Signify