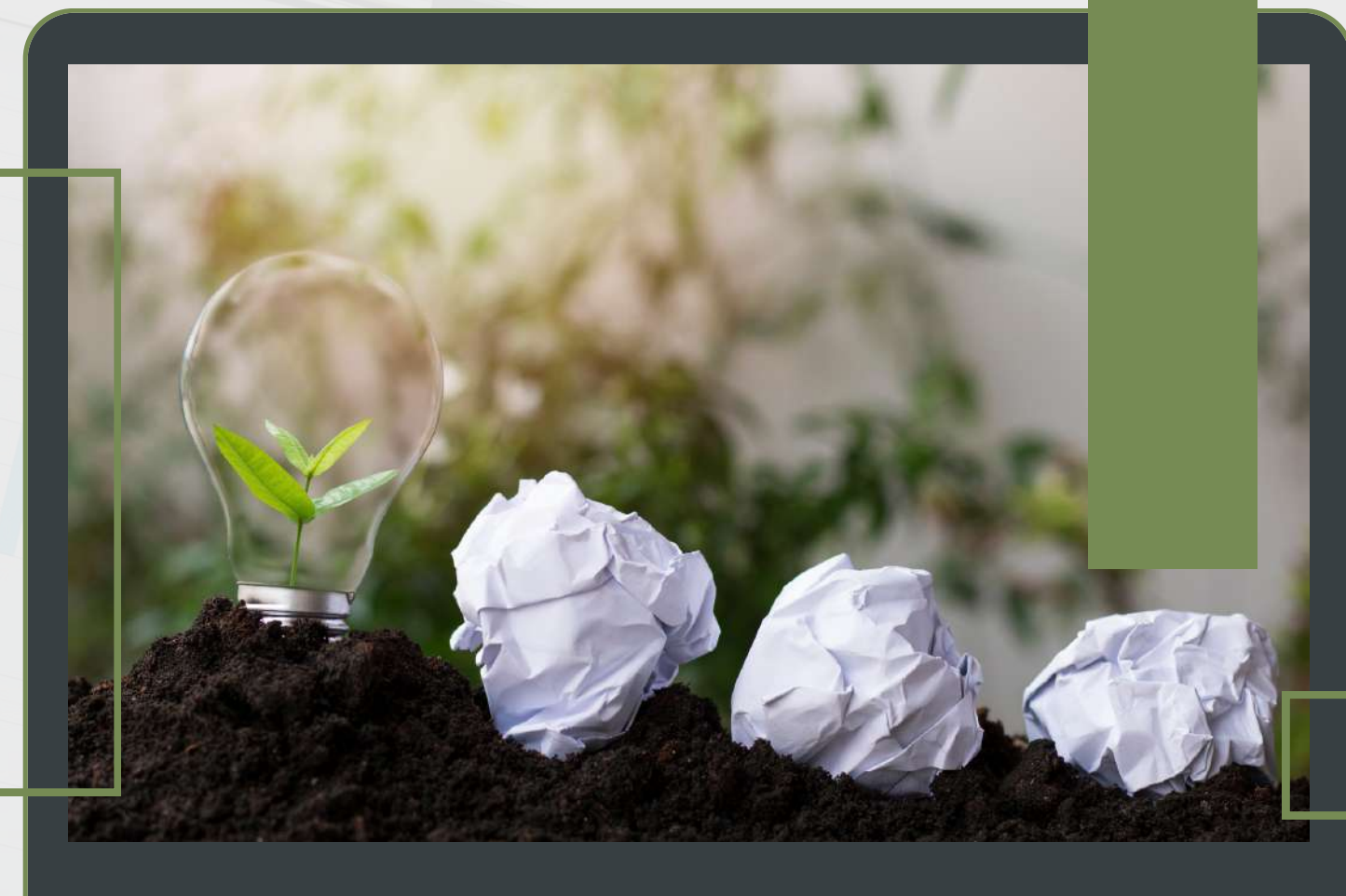


VIII EDYCJA BADANIA



CSR W PRAKTYCE

**BAROMETR FRANCUSKO-
POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ**

Badanie przeprowadzone w listopadzie 2023 r.



■ CSR W PRAKTYCE - BAROMETR FRANCUSKO-POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ

Po raz ósmy oddajemy w Państwa ręce raport z badania **CSR w praktyce - barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej**. Ma ono na celu pokazanie w jaki sposób zorganizowany jest obszar ESG/CSR w firmach, kto jest za niego odpowiedzialny, a także w których tematach firmy podejmują najwięcej działań. Integralną częścią raportu są wyniki badania prowadzonego przez HAVAS MEDIA GROUP na próbie 1087 dorosłych Polaków dotyczącego świadomości konsumentów oraz ich oczekiwań w zakresie działań CSR.

Dodatkowo, w tym roku rozszerzyliśmy standardowe pytania o część dotyczącą projektów prowadzonych w obszarze ochrony klimatu, a także roli dostawców w procesie transformacji ekologicznej i raportowania pozafinansowego.

Cykliczność badania pozwala na pokazanie trendów w postrzeganiu tematu CSR/ESG zarówno przez konsumentów, jak i same firmy. Tegoroczne wyniki pokazują wyraźnie, że ESG nie jest już postrzegane jako dodatkowe, dobrowolne działanie na rzecz środowiska, czy społeczeństwa, ale staje się kolejnym obszarem regulowanym przez przepisy i angażującym bezpośrednio lub pośrednio coraz większą grupę przedsiębiorstw.

Dziękuję partnerom badania i wszystkim, którzy zdecydowali się wziąć udział w ankiecie, a Państwu życzę ciekawej lektury.

MARIUSZ KIELICH

Kierownik ds. Komunikacji i PR

W badaniu wzięło udział 128 firm.

Wielkość organizacji:

MŚP – 41%

Duże (powyżej 250 pracowników) – 59%

Pochodzenie kapitału:

Firmy z kapitałem

francuskim – 48%

Inny kapitał – 52%



KLUCZOWE WNIOSKI

- Po raz pierwszy od początku prowadzenia badania, to **przepisy prawne stały się czynnikiem najbardziej wpływającym na rozwój CSR/ESG w Polsce**, zastępując takie "miękkie" aspekty jak transfer wiedzy, dzielenie się dobrymi praktykami, czy nawet oczekiwania ze strony interesariuszy.
- **Wzmocnienie wizerunku organizacji**, to nadal według ankietowanych główny powód angażowania się firm w działania ESG/CSR. Na trzecim miejscu w tym roku znalazły się **oczekiwania interesariuszy (klientów, partnerów biznesowych)** – wzrost odpowiedzi o blisko **40% w porównaniu z rokiem 2019** (16% w 2019, 57% w 2023).
- **2/3 firm posiada strategię ESG/CSR**, jednak nie wszystkie z nich raportują swoje działania. Jedynie **58% wszystkich ankietowanych publikuje raporty pozafinansowe**, ale tylko 1/3 robi to w oparciu o któryś z międzynarodowych standardów.
- **Osobny dział lub osoba dedykowana kwestiom ESG/CSR funkcjonuje już w 40% badanych firm.**
- Podobnie jak w latach ubiegłych firmy najczęściej angażują się w działania skierowane do swoich **pracowników** (87,5%), w dalszej kolejności w **obszarze ochrony środowiska i społeczności lokalnych** (84%), **klientów** (78%) oraz **dostawców i partnerów biznesowych** (65%), choć ten ostatni obszar zanotował ponad 20% wzrost w porównaniu z rokiem 2019.
- **84% firm prowadzi działania mające na celu walkę ze zmianami klimatu i ochronę środowiska.**
- **49% firm** już teraz lub w ciągu najbliższych 2 lat będzie wymagało od swoich dostawców **przekazywania danych na temat ich śladu węglowego.**
- **27% firm bierze pod uwagę kryteria środowiskowe i ograniczanie śladu węglowego w procesie wyboru dostawców**, a kolejne **29%** planuje wdrożyć tego rodzaju działania w ciągu 2 lat.

CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU CSR?

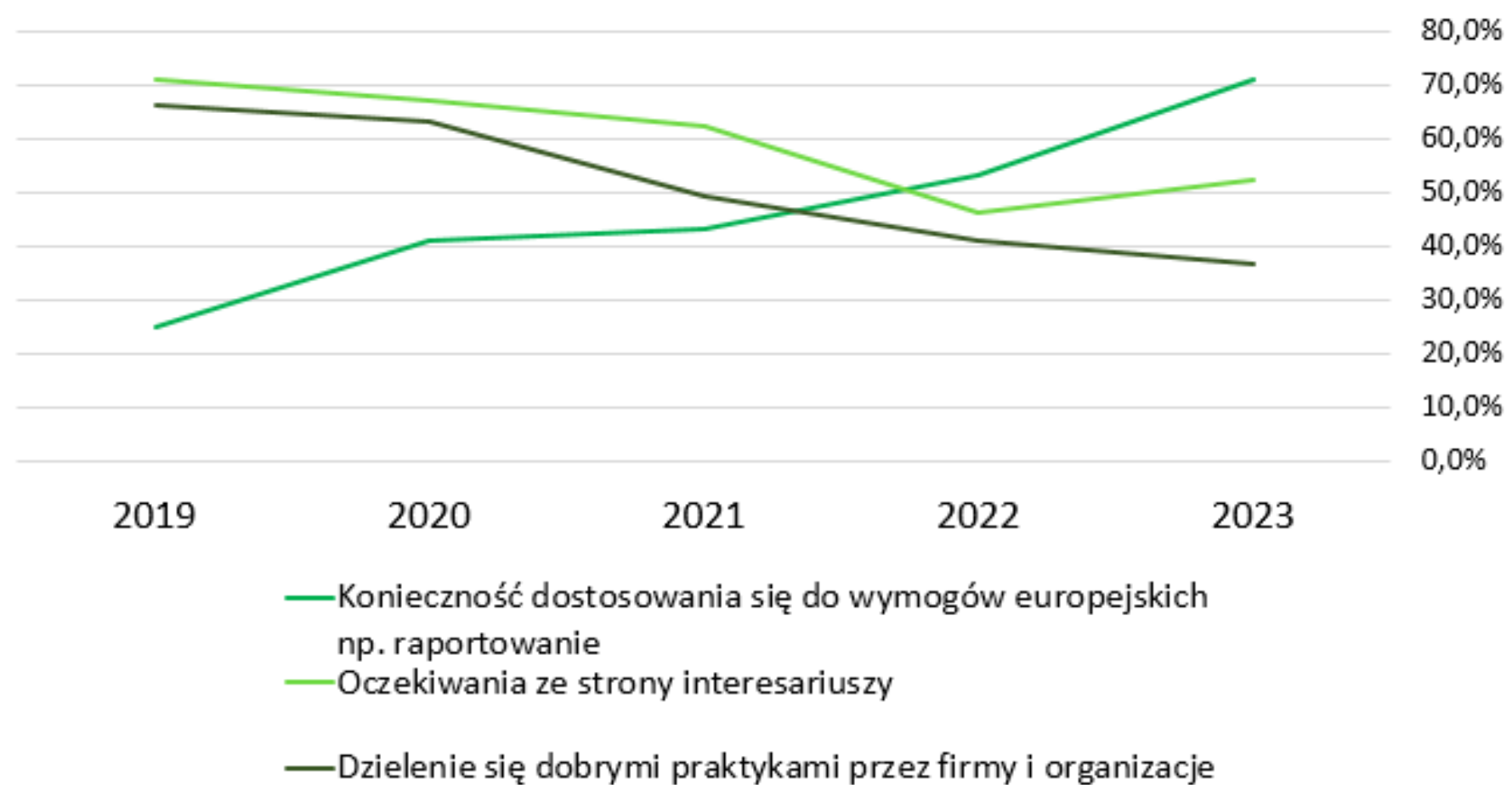
KTÓRE CZYNNIKI NAJBARDZIEJ WPŁYWAJĄ NA ROZWÓJ CSR/ESG W POLSCE?

■ 2023



CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU CSR?

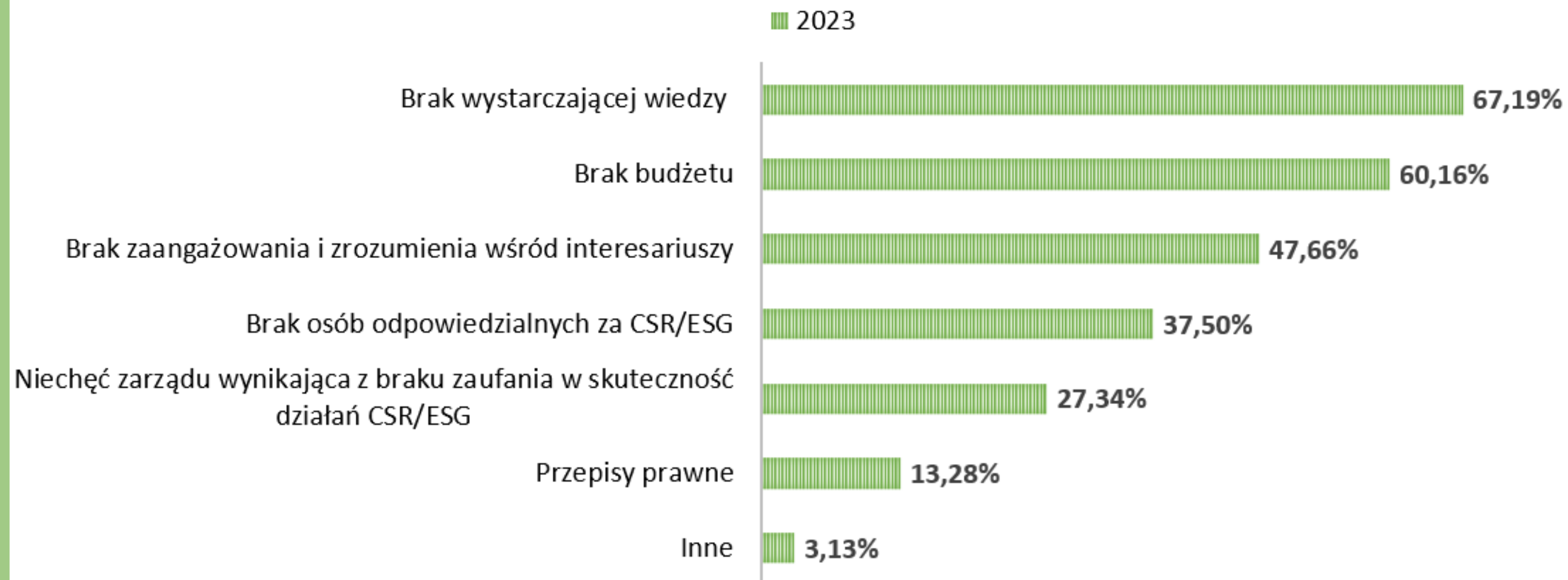
KTÓRE CZYNNIKI NAJBARDZIEJ WPŁYWAJĄ NA ROZWÓJ CSR/ESG W POLSCE?



“ W ciągu pięciu lat nastąpiła diametralna zmiana wśród czynników uznawanych za najbardziej wpływające na zaangażowanie firm w obszar ESG i CSR. Twarde regulacje i przepisy prawne wprowadzane na poziomie europejskim, a następnie transponowane do polskiego prawa, z ostatniego miejsca trafiły na pierwsze wypierając tym samym "miękkie" aspekty takie jak transfer wiedzy, dzielenie się dobrymi praktykami, czy nawet oczekiwania ze strony interesariuszy - klientów, pracowników, partnerów biznesowych. ”

CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU CSR?

KTÓRE CZYNNIKI NAJCZĘŚCIEJ HAMUJĄ ROZWÓJ CSR/ESG W POLSCE?



“ Wiedza, a właściwie jej brak, niewystarczające środki finansowe, a ponadto brak zaangażowania wśród pracowników, czy partnerów biznesowych, to od początku prowadzenia badania główne bariery w rozwoju ESG i CSR w Polsce. Zmniejsza się natomiast odsetek odpowiedzi związanych z brakiem osób odpowiedzialnych za ESG i CSR w firmie, a także niechęcią na poziomie zarządu. ”

CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU CSR?

“ Raport z badania CSR w praktyce pokazuje, że ciągle dużym wyzwaniem dla firm jest brak wiedzy na temat tego, czym jest CSR i ESG – przede wszystkim brak świadomości własnego oddziaływania na środowisko i interesariuszy firmy. Podczas gdy CSR jest nadmiernie wykorzystywany do budowania wizerunku firmy i nie zawsze wiąże się z długofalową działalnością na rzecz społeczeństwa i środowiska, to ESG z kolei jest nowym pojęciem, od niedawna funkcjonującym w przestrzeni biznesowej. Unijna dyrektywa w sprawie sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD) przyczyni się do tego, że ESG znajdzie się w centrum strategii biznesowej firm, co na pewno będzie motorem szybkich zmian. Pamiętajmy, że w dyrektywie tej nałożono na zarządzających spółkami obowiązek analizowania kwestii związanych ze zmianami klimatu, czy utratą bioróżnorodności, prawami człowieka i, co kluczowe, powiązania ich z możliwością ryzyk finansowych dla tych firm. ”

Izabela Rakuć-Kochaniak, Dyrektor ds. CSR, Prezes Zarządu Fundacji Veolia Polska



CO POMAGA A CO SZKODZI W ROZWOJU CSR?

“ W biznesie rośnie świadomość tego, że konieczność dostosowania się do nowych regulacji unijnych wpływa na rozwój ESG w Polsce i że warto potraktować to jako szansę i motywację do dalszego rozwoju. Firmy dostrzegają również, że coraz ważniejszym czynnikiem są także rosnące oczekiwania szerokiego grona interesariuszy – dostawców, klientów, pracowników i społeczności lokalnych. To z kolei ma wpływ na ich strategię, priorytety i działania w zakresie zrównoważonego rozwoju. Jednocześnie coraz większym wyzwaniem jest często brak wystarczającej wiedzy i umiejętności dotyczącej poszczególnych obszarów ESG. Tym ważniejsze są więc inicjatywy i programy nastawione na edukację rynku i podnoszenie kompetencji – na każdym szczeblu organizacji. ”

Miłosz Marchlewicz, Dyrektor ds. komunikacji, Forum Odpowiedzialnego Biznesu



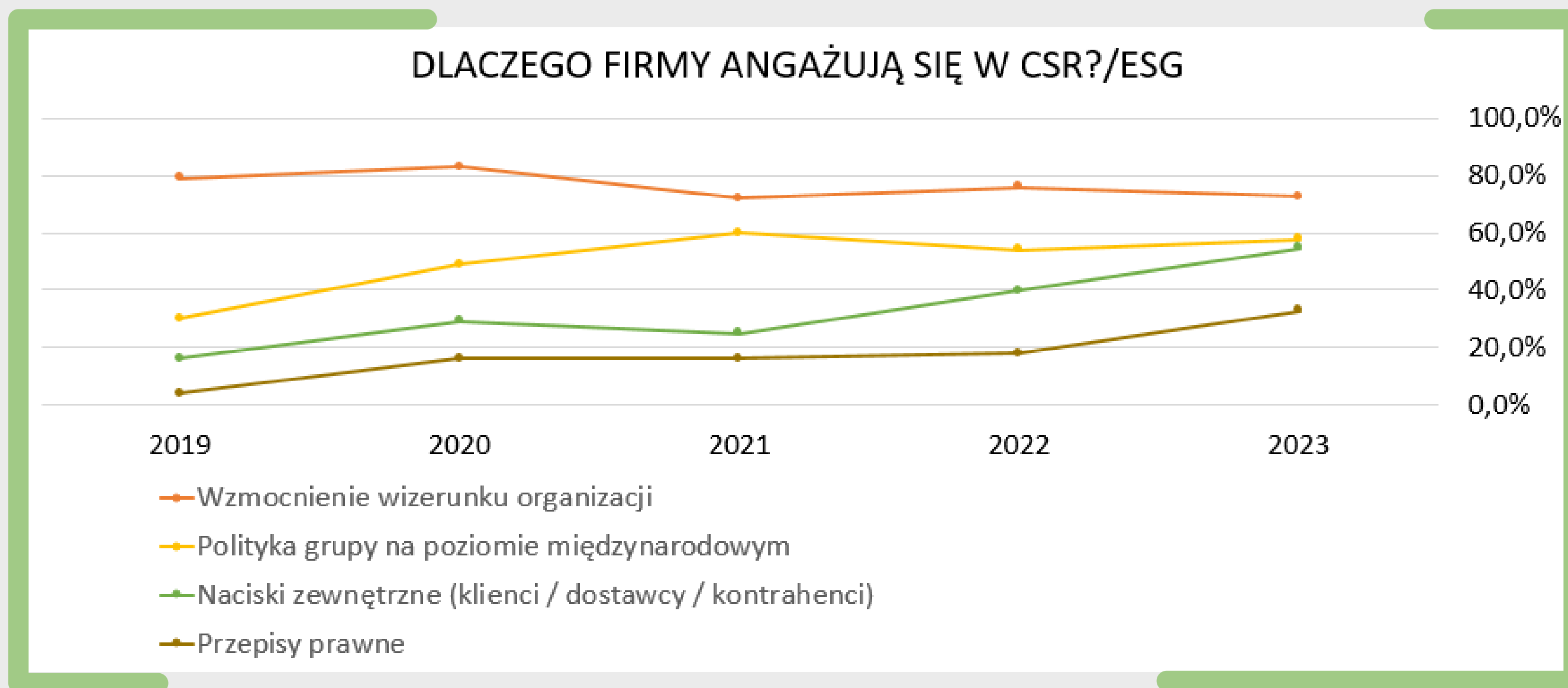
POWODY ANGAŻOWANIA SIĘ W DZIAŁANIA CSR/ESG

DLACZEGO FIRMY ANGAŻUJĄ SIĘ W CSR/ESG ?

■ 2023



POWODY ANGAŻOWANIA SIĘ W DZIAŁANIA CSR/ESG



“ Według respondentów, głównym motywem do podejmowania działań w obszarze ESG i CSR są kwestie wizerunkowe. Takie przekonanie utrzymuje się na pierwszej pozycji od początku prowadzenia tego badania, czyli od roku 2016. Do pierwszej trójki wskoczyły takie czynniki jak polityka grupy na poziomie międzynarodowym oraz oczekiwania klientów, czy dostawców. Już ponad połowa respondentów wskazuje na naciski zewnętrzne jako główne powody angażowania się firm w obszar ESG i CSR. W roku 2019 było ich niewiele ponad 15%. ”

ZNAJOMOŚĆ CSR/ESG WŚRÓD KONSUMENTÓW

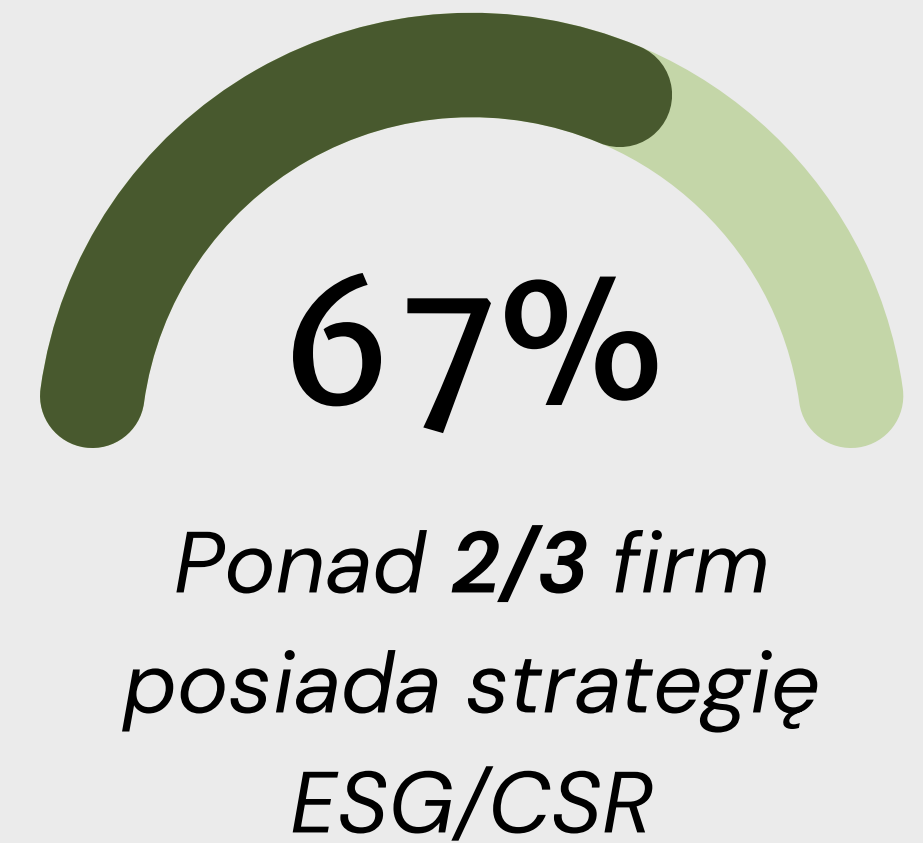
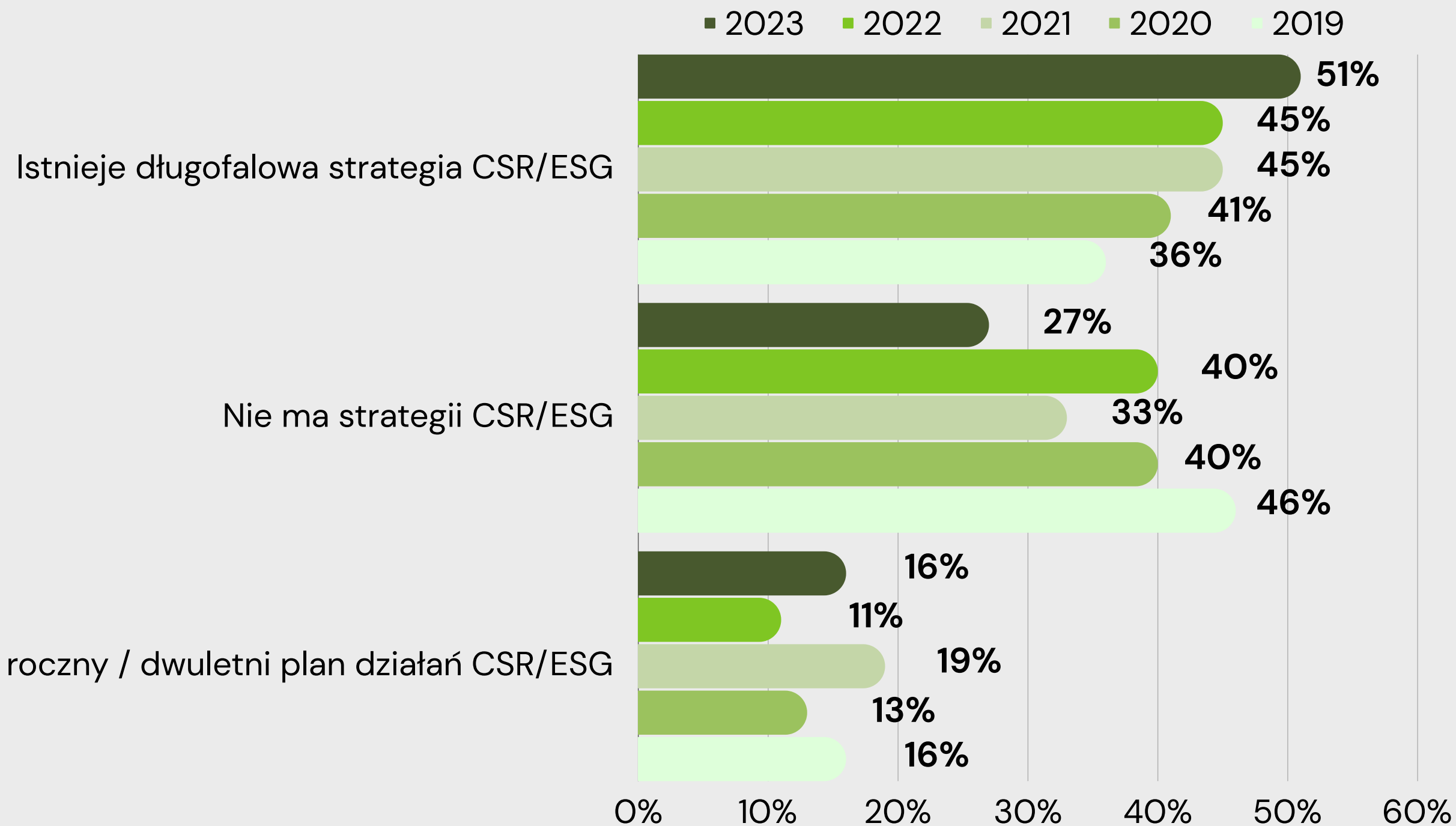
JAKI JEST POZIOM ŚWIADOMOŚCI NA TEMAT CSR/ESG WŚRÓD POLSKICH KONSUMENTÓW?

	2023	2022	2021	2020	2019
Znają pojęcie CSR/ESG, ale ich kryterium wyboru produktu / usługi jest podyktowane innymi przesłankami	38,3%	37%	34%	32%	25%
Nie znają pojęcia CSR/ESG, ale dostrzegają działania odpowiedzialnego biznesu i mają większe zaufanie do firmy	29,7%	27%	42%	40%	34%
Nie znają pojęcia CSR/ESG, a ich kryterium wyboru produktu / usługi jest podyktowane innymi przesłankami	27,3%	24%	17%	21%	29%
Wiedzą czym jest CSR/ESG i jest to dla nich istotny czynnik przy wyborze produktu / usługi	4,7%	12%	5%	7%	13%

“ Według ankietowanych świadomość takich pojęć jak ESG i CSR w społeczeństwie powoli rośnie. Jednak w porównaniu z danymi sprzed pandemii, zmniejszyła się liczba respondentów, którzy uważają, że to czy firmy lub marki działają w sposób zrównoważony i odpowiedzialny przekłada się na decyzje zakupowe konsumentów. Z pewnością wpływ na to miała niepewność, którą przyniosła pandemia, a także późniejsza inflacja, która nadszarpnęła domowe budżety i sprawiła, że kwestia ceny stała się priorytetowa. ”

ZARZĄDZANIE CSR/ESG W FIRMACH

CZY W FIRMIE ISTNIEJE STRATEGIA CSR/ESG?



ZARZĄDZANIE CSR W FIRMACH

“ Wg tegorocznego Barometru aż 27 % badanych nie ma strategii CSR/ESG, działania są doraźne w zależności od potrzeb i możliwości firmy. Z dużym prawdopodobieństwem są to przedsiębiorstwa, które albo bezpośrednio będą podlegać obowiązkowi raportowemu za 2024 r albo są w łańcuchu wartości większych firm, i będą musiały te dane i tak dostarczać. Bez odpowiedniej strategii, raportowanie jest tylko realizacją wymogu prawnego, a nie szansą na realną zmianę przedsiębiorstwa i budowania wartości poprzez zrównoważony rozwój. ”

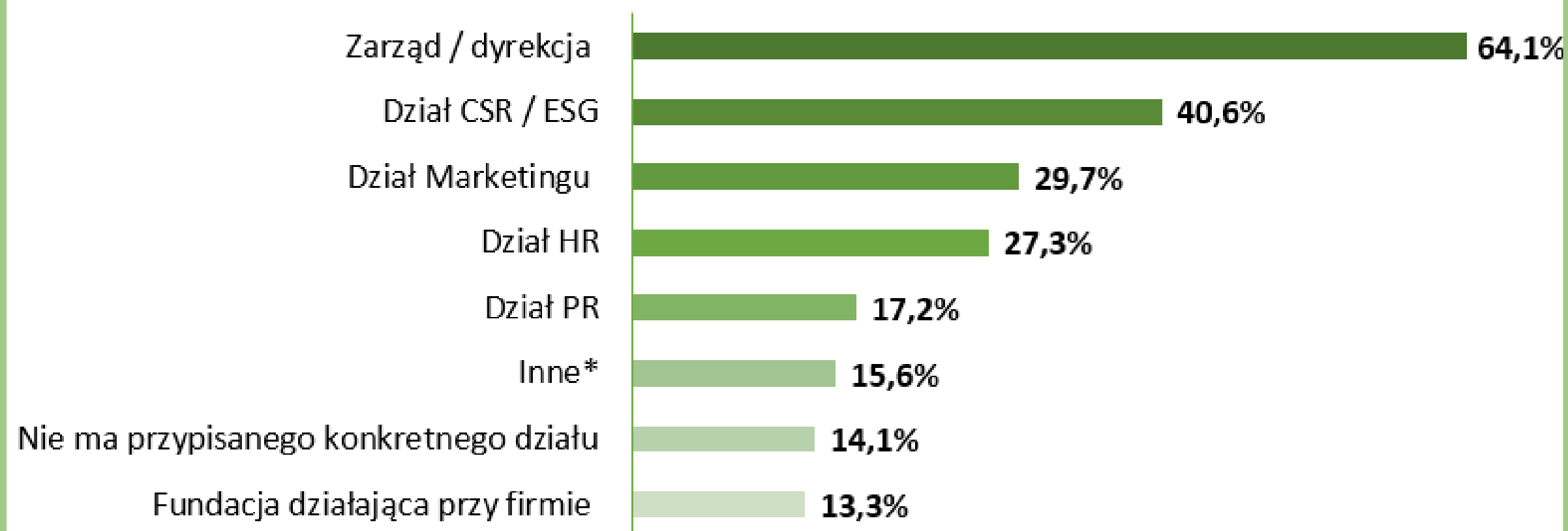
Paulina Koszewska, Menadżerka Społecznej Odpowiedzialności Biznesu,
PwC



ZARZĄDZANIE CSR W FIRMACH

KTO W PAŃSTWA FIRMIE JEST ODPOWIEDZIALNY ZA REALIZOWANIE DZIAŁAŃ CSR/ESG?

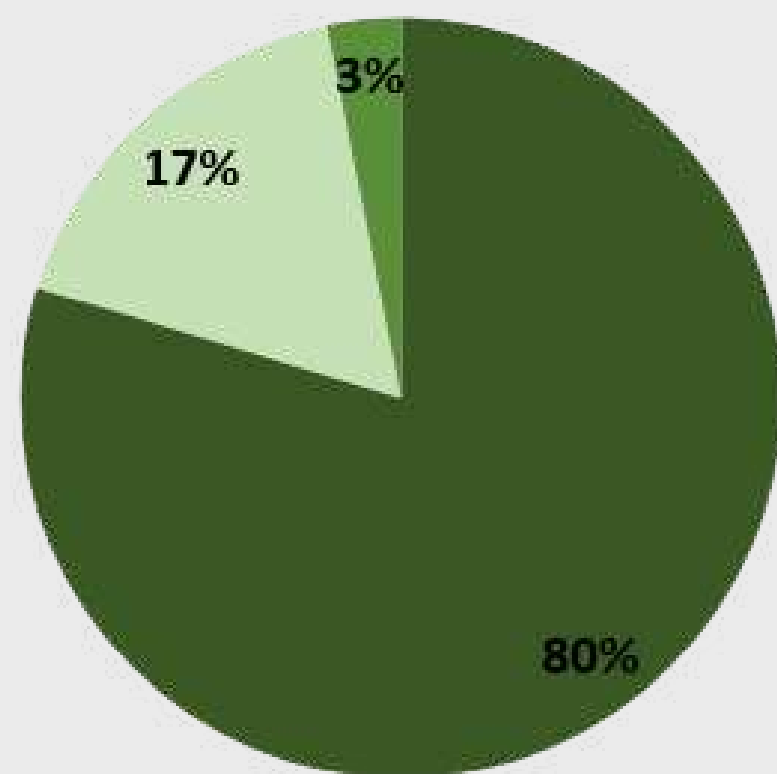
Dane za 2023 rok



*Inne: wszystkie działy / pracownicy; dział jakości; dział / pełnomocnik ds. ESG; bezpieczeństwo; ochrona środowiska; techniczny; compliance

ZARZĄDZANIE CSR W FIRMACH

CZY ZARZĄD JEST ZANGAZOWANY W PLANOWANIE STRATEGII CSR/ESG?

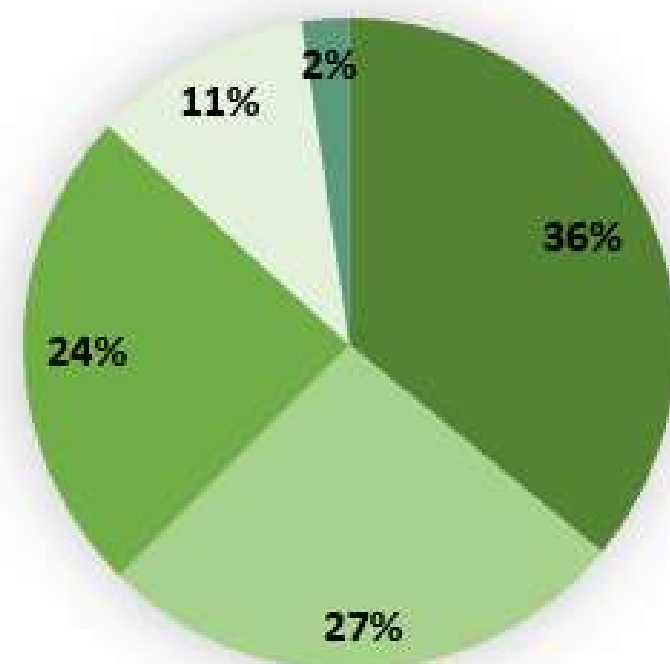


■ Tak ■ Nie ■ Brak odpowiedzi

“ W porównaniu z rokiem 2020 liczba firm, w których funkcjonuje dział CSR / ESG wzrosła ponad dwukrotnie, z 17% do 40%. Rośnie również zaangażowanie Zarządu i Dyrekcji w realizację działań w tym obszarze. Coraz więcej firm wpisuje bowiem do swoich planów biznesowych realizację celów związanych ze zrównoważonym rozwojem, za co często odpowiedzialni są członkowie Zarządów.”

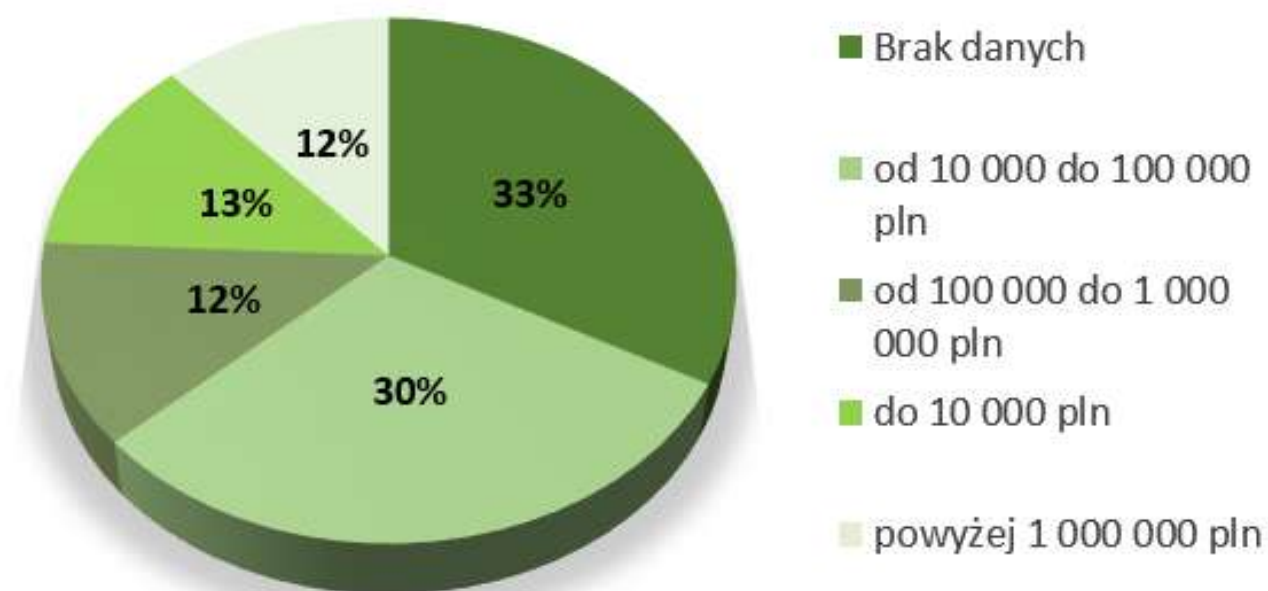
ZARZĄDZANIE CSR W FIRMACH

W JAKI SPOSÓB W FIRMIE SĄ FINANSOWANE DZIAŁANIA CSR/ESG?



- Środki finansowe są przyznawane doraźnie w zależności od potrzeb
- Firma przyznaje oddzielny budżet na działania CSR/ESG
- Finansowanie działań CSR/ESG odbywa się w ramach budżetu innych działów
- Nie ma budżetu
- Inne

JAKI JEST W FIRMIE ROCZNY BUDŻET PRZEZNACZONY NA DZIAŁANIA CSR/ESG?



MIERZENIE WYNIKÓW DZIAŁAŃ ESG/CSR

JAKIE PAŃSTWA FIRMA ODNOSI KORZYŚCI Z PROWADZONYCH DZIAŁAŃ CSR/ESG?



“ Coraz więcej firm mierzy wyniki prowadzonych działań w obszarze ESG i CSR, co wynika z bardziej strategicznego podejścia do tego obszaru, ale również z nowych obowiązków związanych z raportowaniem pozafinansowym, które dotyczyć będzie coraz więcej podmiotów. ”

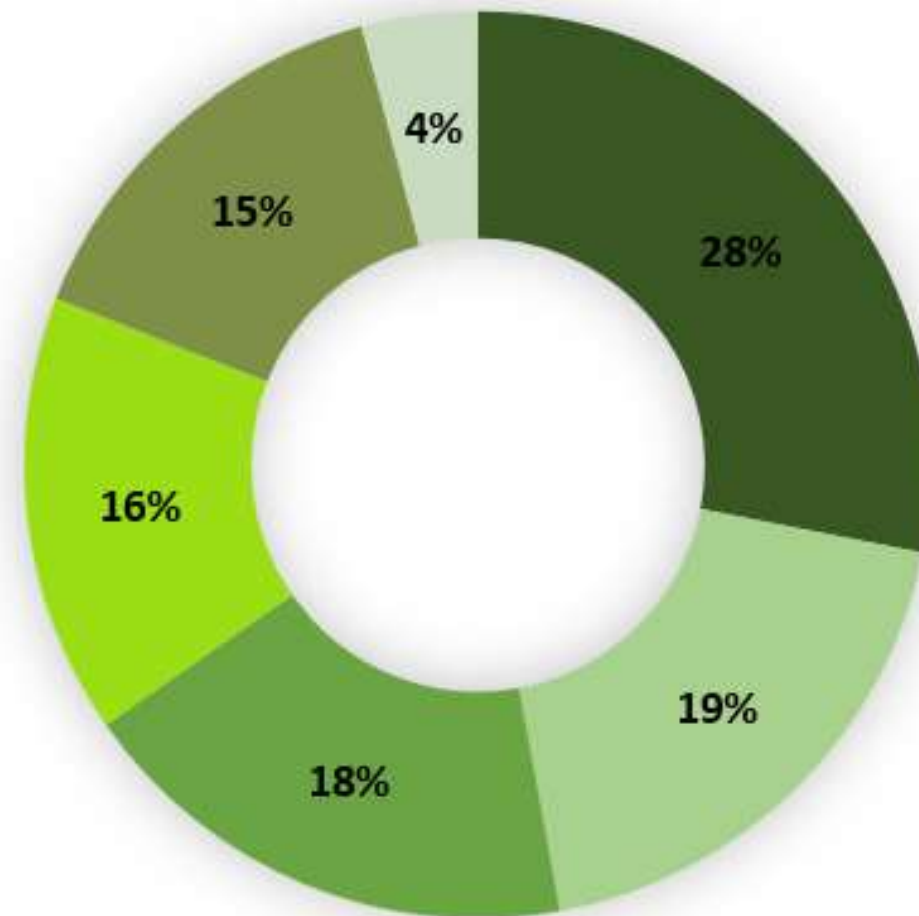
RAPORTOWANIE ESG/CSR

58%

firm prowadzi raportowanie ESG/CSR

„ Ponad połowa ankietowanych firm prowadzi raportowanie działań ESG / CSR, a większość z nich wykorzystuje do tego jeden z globalnych standardów. Świadczy to o postępującej profesjonalizacji raportowania, ale też pozwala na efektywne porównywanie ujawnianych danych w raportach, które wykorzystują te same wskaźniki. ”

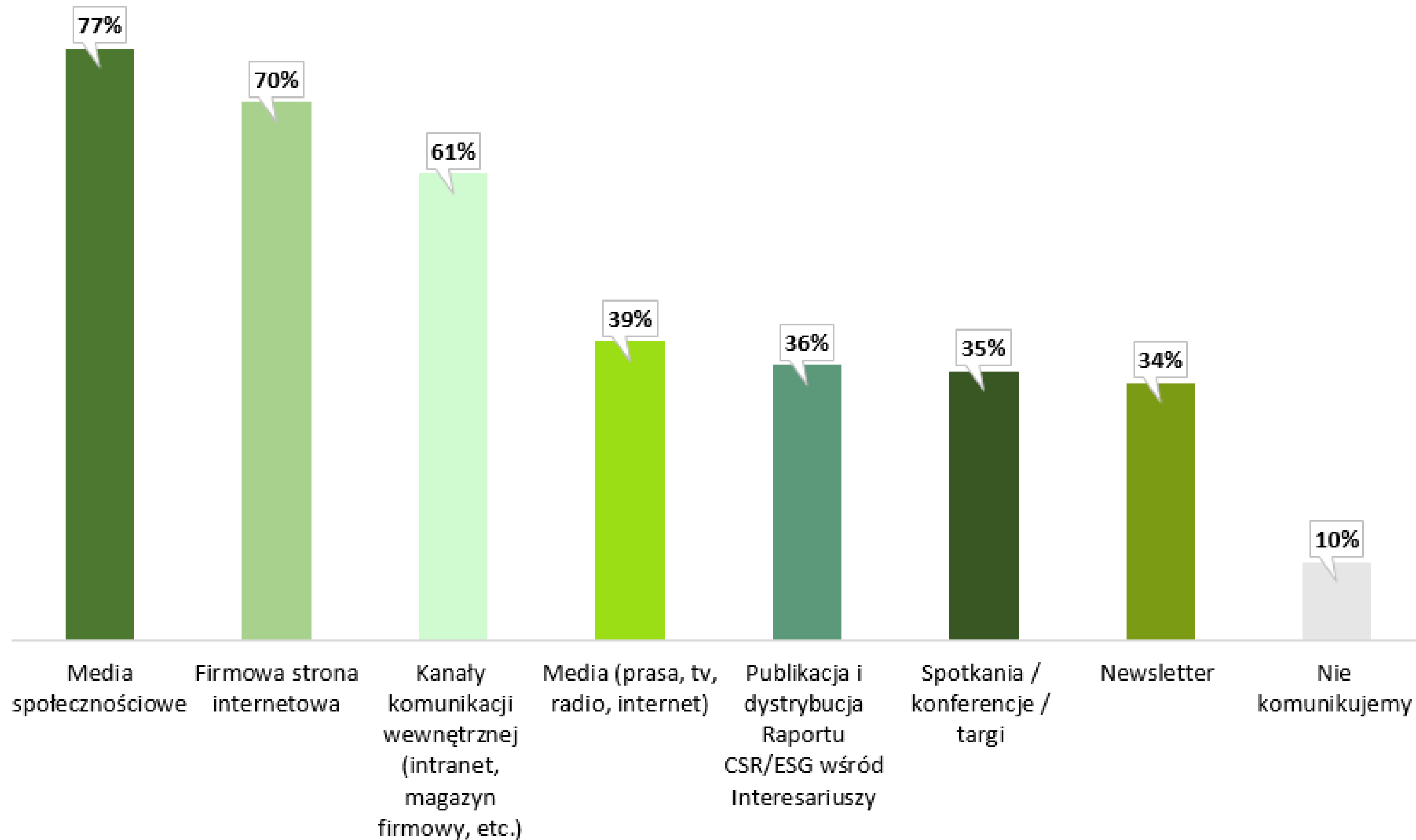
CZY FIRMA RAPORTUJE DZIAŁANIA CSR/ESG?



- Firma raportuje według własnych wytycznych np. opracowanych w centrali firmy
- Firma raportuje CSR/ESG według jednego z globalnych standardów / norm, dodatkowo przeprowadza audyt zewnętrzny
- Firma nie raportuje, nie ma takiej potrzeby
- Firma nie raportuje, ale zamierza w najbliższym czasie
- Firma raportuje CSR/ESG według jednego z globalnych standardów. Nie przeprowadza audytu
- Firma nie raportuje, nie ma takich możliwości

KOMUNIKACJA DZIAŁAŃ CSR/ESG

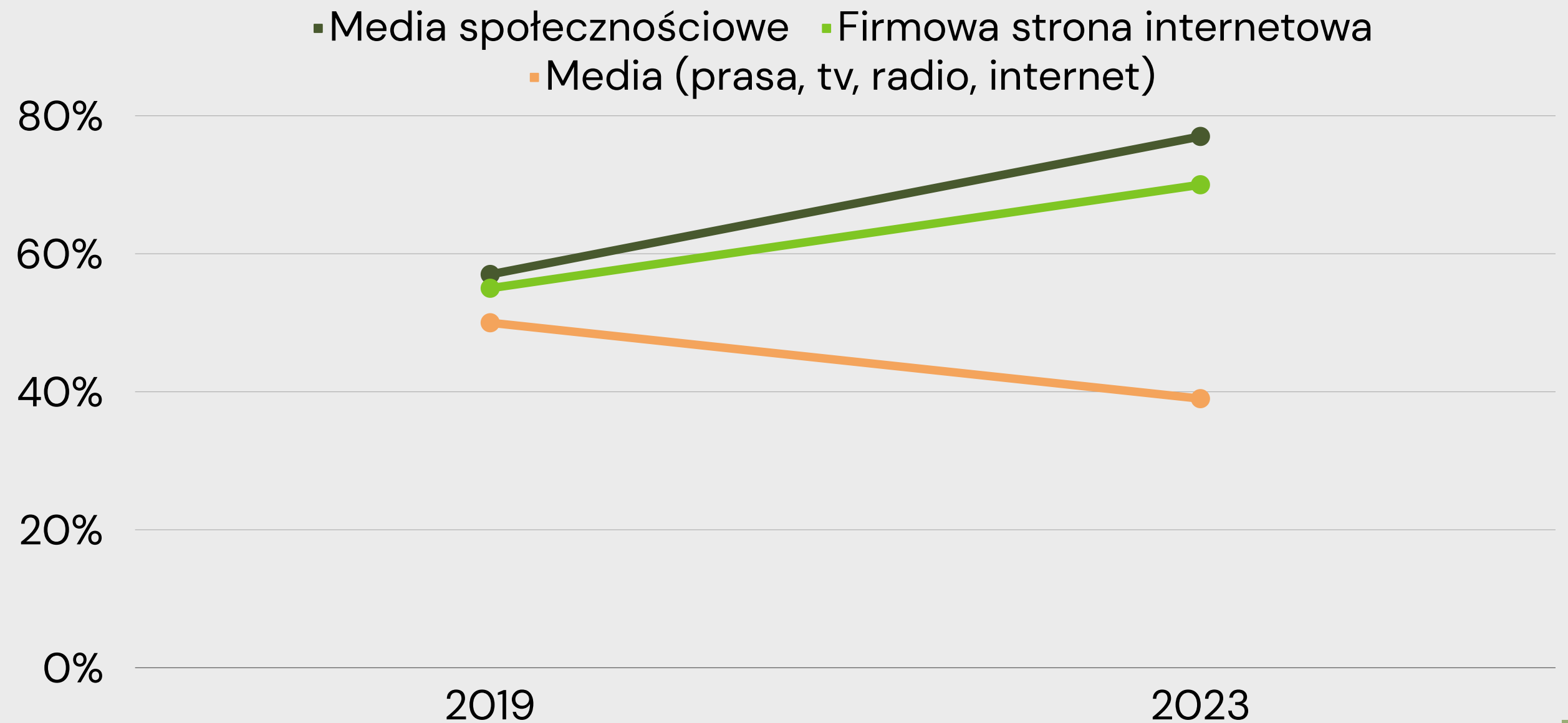
W JAKI SPOSÓB FIRMA PROWADZI KOMUNIKACJĘ DZIAŁAŃ CSR/ESG?



KOMUNIKACJA DZIAŁAŃ CSR/ESG

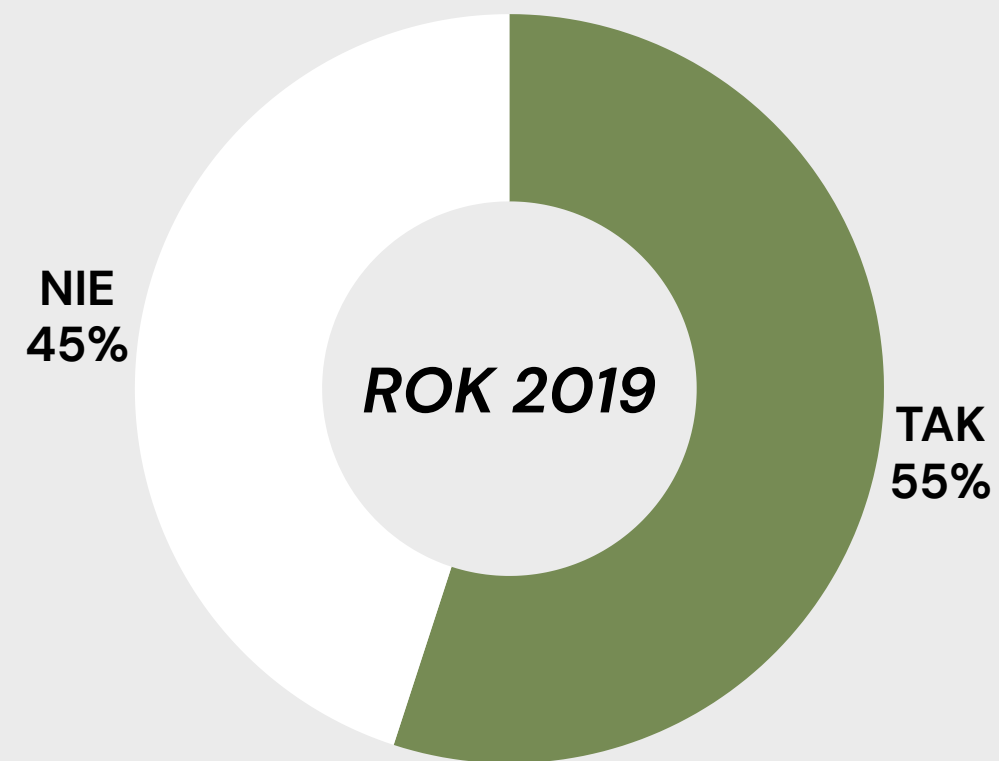
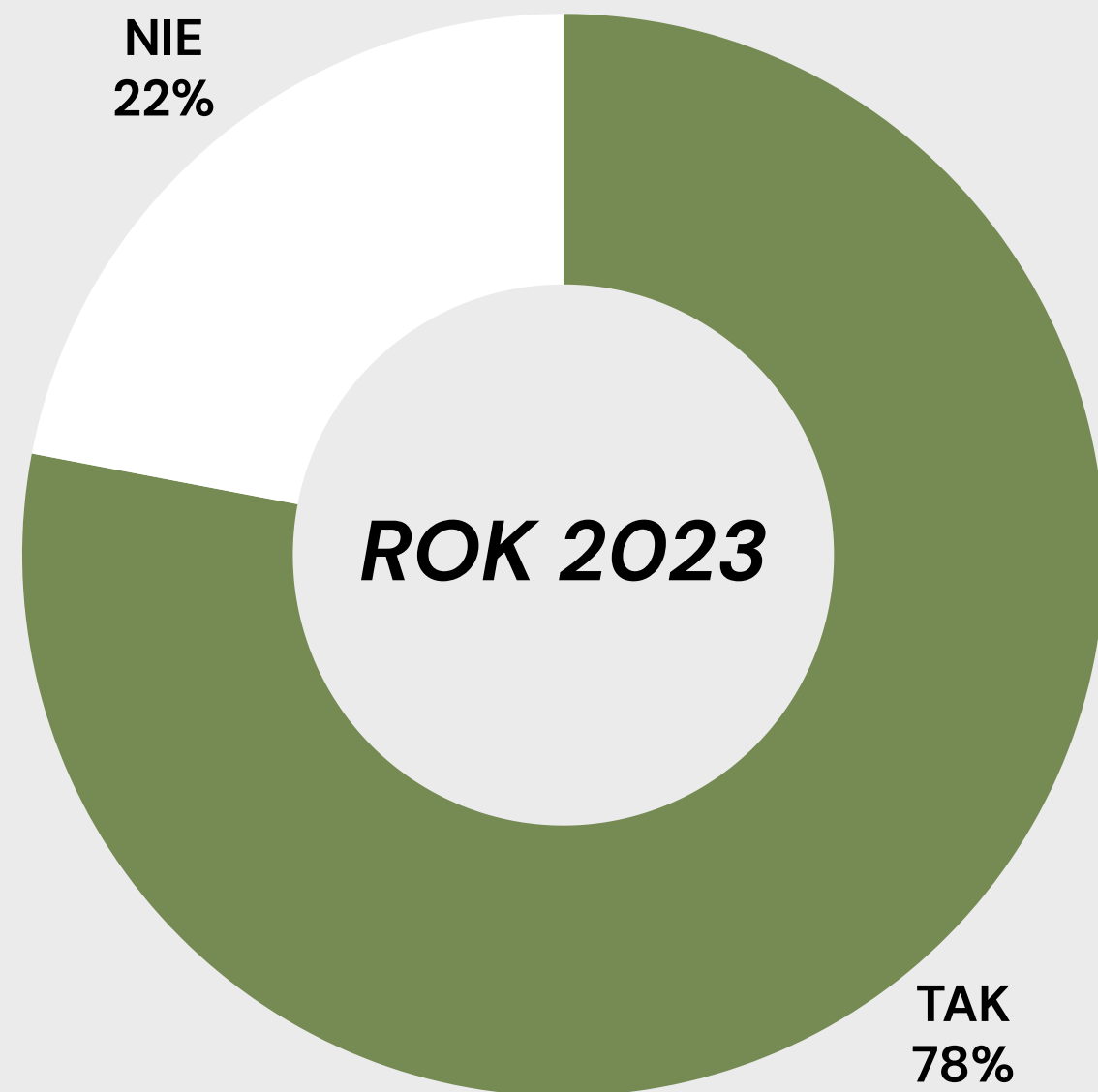
W JAKI SPOSÓB FIRMA PROWADZI KOMUNIKACJĘ DZIAŁAŃ CSR/ESG ?

“ Firmy coraz częściej komunikują o prowadzonych przez siebie działaniach ESG/CSR, a najczęstszymi kanałami są media społecznościowe i strona internetowa. W coraz mniejszym stopniu wykorzystywane są do tego media tradycyjne (spadek o 11% w porównaniu z rokiem 2019). ”



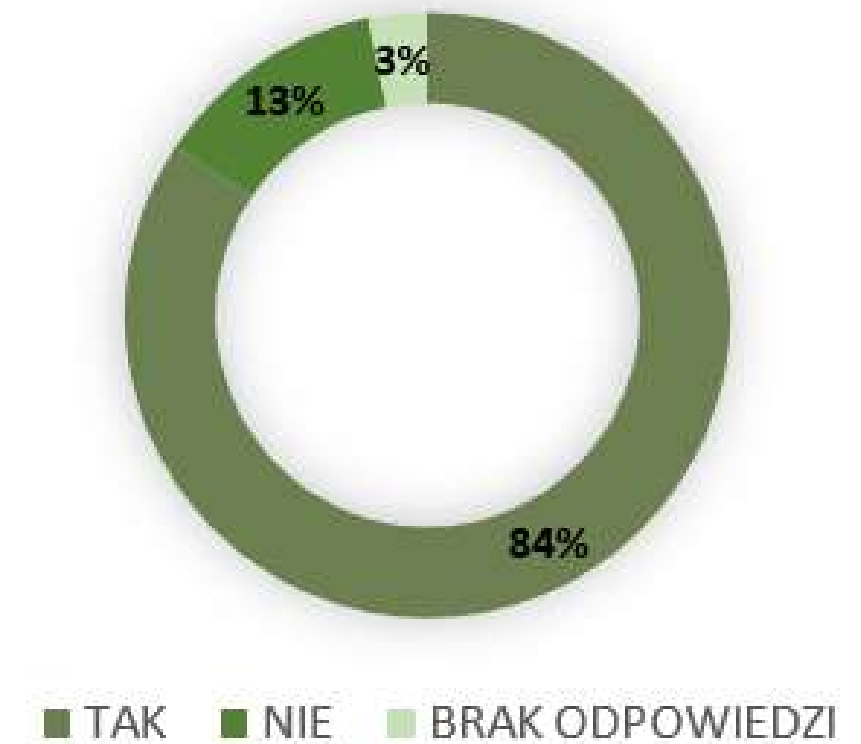
DZIAŁANIA FIRM – KLIENCI

CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA CSR/ESG DLA KLIENTÓW?



CZY PAŃSTWA FIRMA PLANUJE KONTYNUOWAĆ LUB WDROŻYĆ NOWE DZIAŁANIA CSR/ESG SKIEROWANE DO KLIENTÓW?

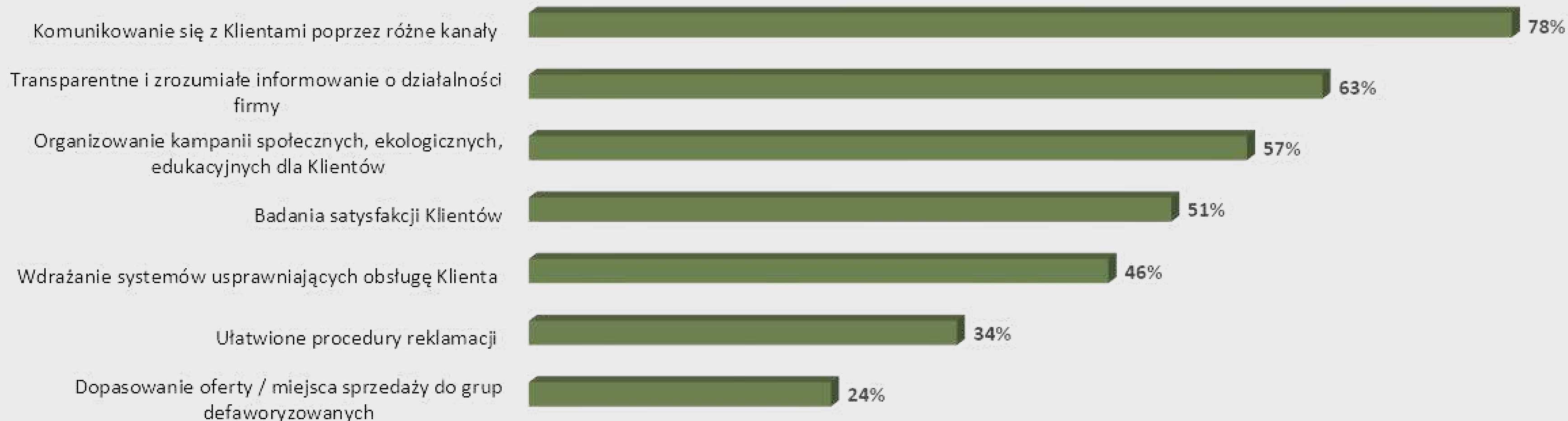
ROK 2023



DZIAŁANIA FIRM – KLIENCI

JAKIE AKTUALNIE DZIAŁANIA CSR/ESG DLA KLIENTÓW REALIZUJE PAŃSTWA FIRMA?

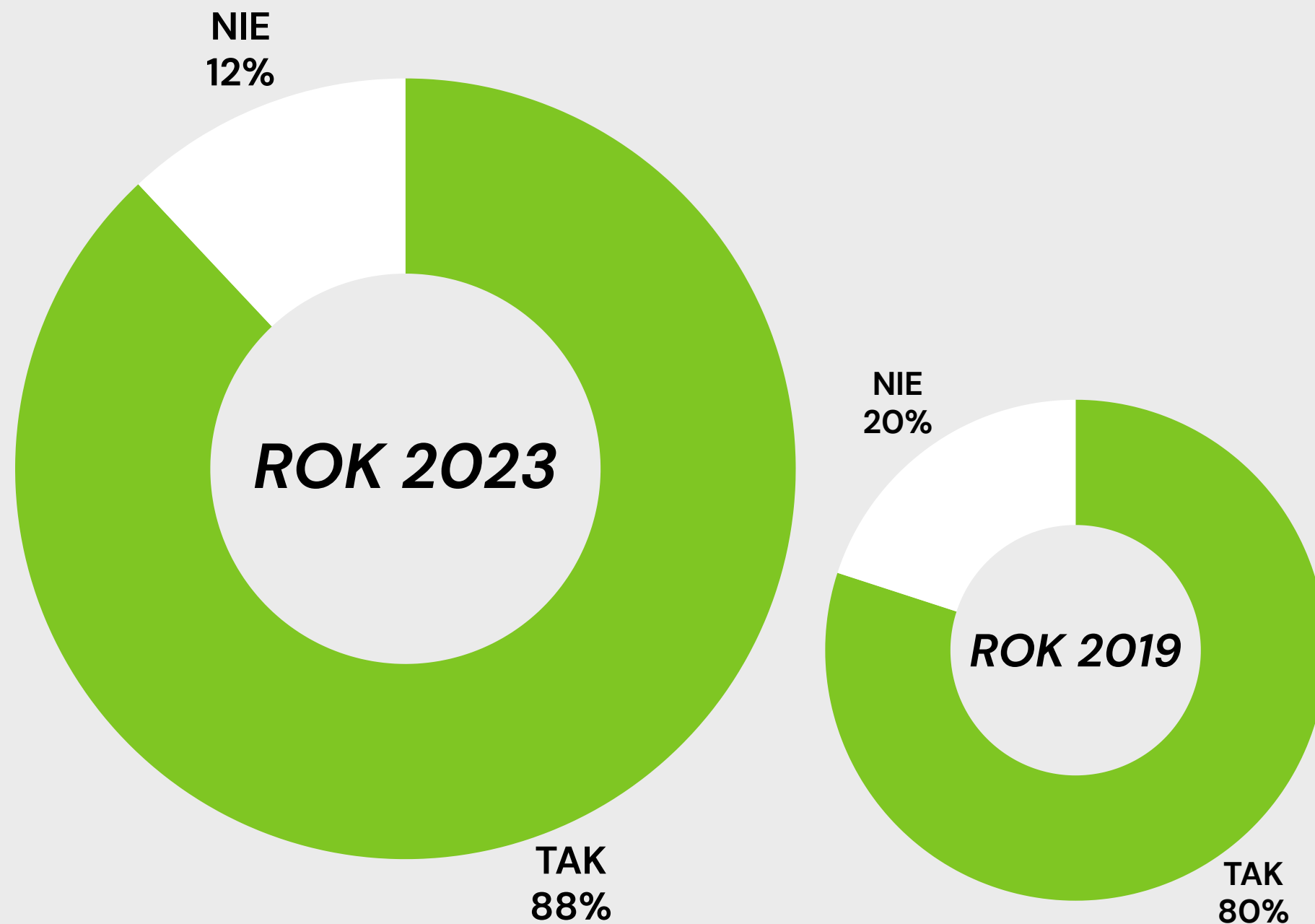
■ 2023



“ Klienci stanowią ważną grupę, wobec której prowadzone są działania CSR/ESG. Najczęściej firmy rozwijają kanały komunikacji, prowadzą działania informacyjne w sposób transparentny i organizują szereg akcji edukacyjnych. ”

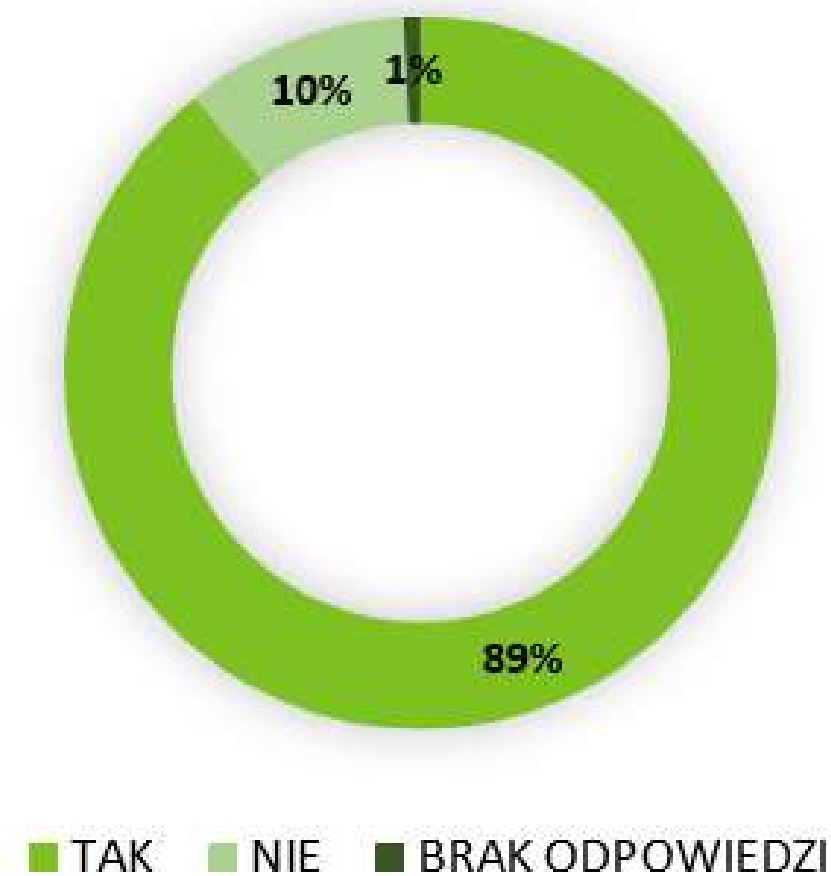
DZIAŁANIA FIRM – PRACOWNICY

CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA CSR/ESG DLA PRACOWNIKÓW?



CZY PAŃSTWA FIRMA PLANUJE KONTYNUOWAĆ LUB WDROŻYĆ NOWE DZIAŁANIA CSR/ESG SKIEROWANE DO PRACOWNIKÓW?

ROK 2023



DZIAŁANIA FIRM – PRACOWNICY

JAKIE AKTUALNIE DZIAŁANIA CSR/ESG DLA PRACOWNIKÓW REALIZUJE PAŃSTWA FIRMA?

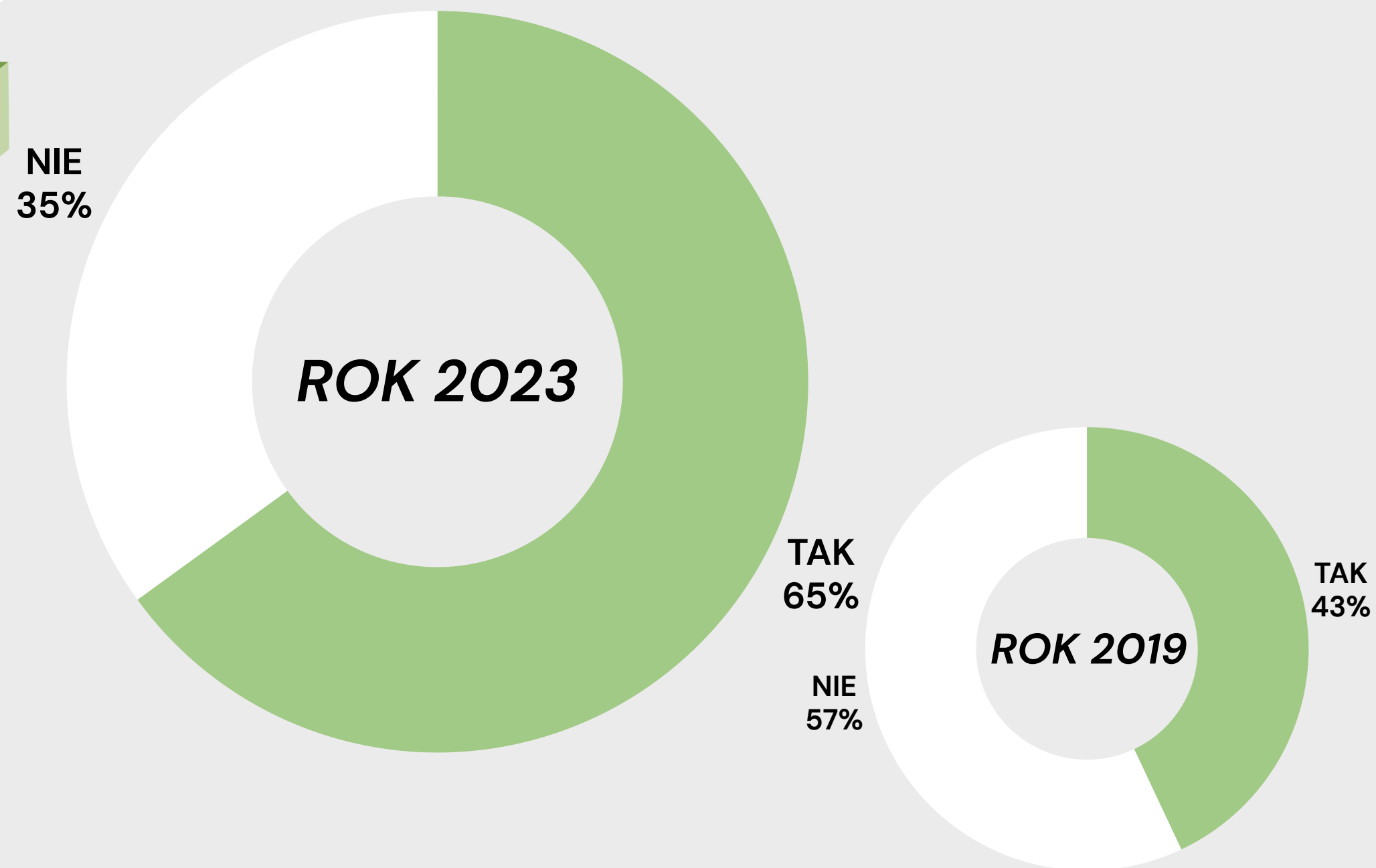
■ 2023



“ Pracownicy praktycznie od początku prowadzenia badania stanowią grupę, do której adresowanych jest najwięcej działań ESG/CSR. Większość z nich jest związanych z benefitami pracowniczymi, czy dofinansowaniem szkoleń i nauki. Nie zmienia się natomiast odsetek firm, które posiadają programy wolontariatu pracowniczego. Obecnie jest ich mniej niż połowa. ”

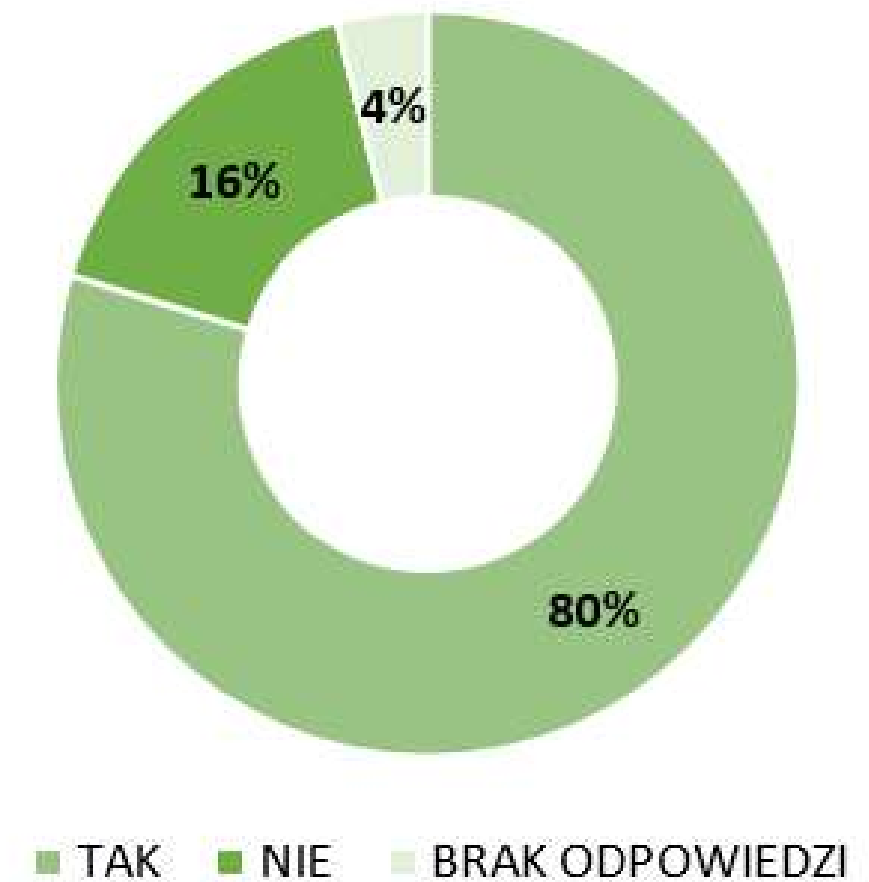
DZIAŁANIA FIRM – DOSTAWCY / PARTNERZY

CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA CSR/ESG DLA DOSTAWCÓW?



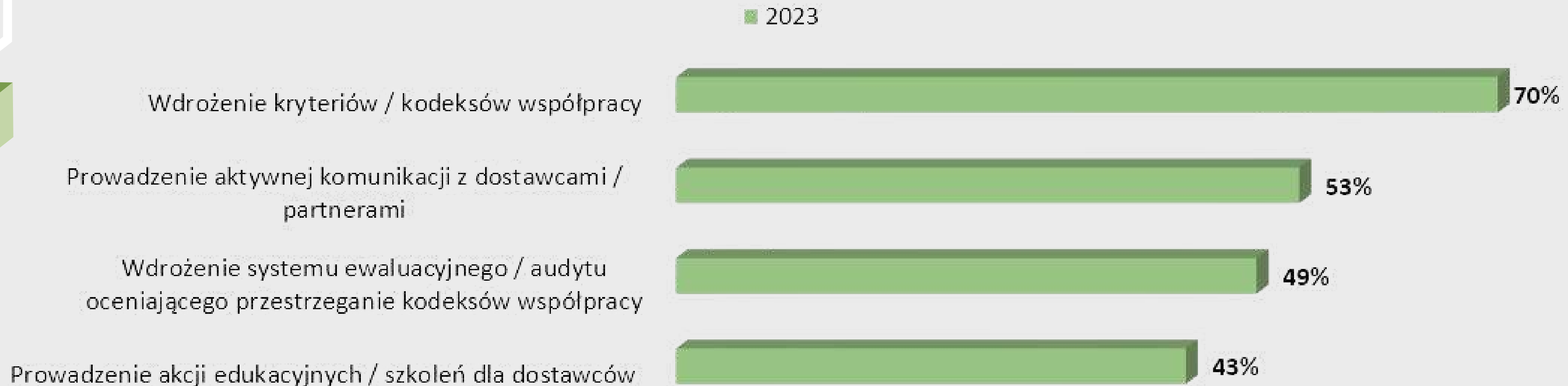
CZY PAŃSTWA FIRMA PLANUJE KONTYNUOWAĆ LUB WDROŻYĆ NOWE DZIAŁANIA CSR/ESG SKIEROWANE DO DOSTAWCÓW?

ROK 2023



DZIAŁANIA FIRM – DOSTAWCY / PARTNERZY

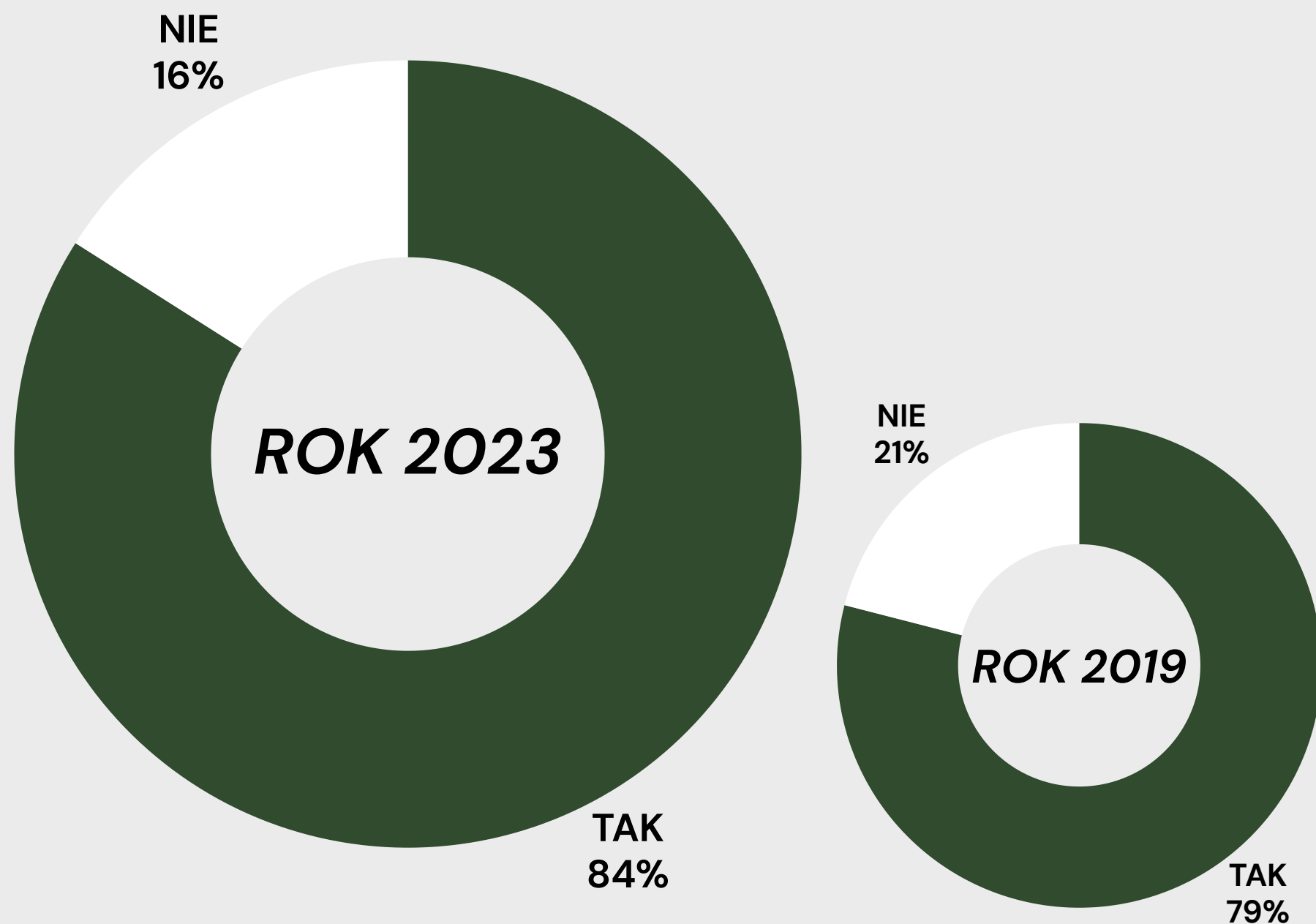
JAKIE AKTUALNIE DZIAŁANIA CSR/ESG DLA DOSTAWCÓW REALIZUJE PAŃSTWA FIRMA?



“ Firmy nadal prowadzą najmniej działań skierowanych do swoich dostawców i partnerów biznesowych, ale w perspektywie ostatnich kilku lat widać tutaj stałe wzrosty. Blisko 80% respondentów deklaruje, że w najbliższej przyszłości będzie kontynuować te aktywności lub wprowadzi nowe. ”

DZIAŁANIA FIRM - SPOŁECZNOŚCI LOKALNE I ŚRODOWISKO

CZY AKTUALNIE PAŃSTWA FIRMA REALIZUJE DZIAŁANIA CSR/ESG DLA SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH I W OBSZARZE EKOLOGII?



CZY PAŃSTWA FIRMA PLANUJE KONTYNUOWAĆ LUB WDROŻYĆ NOWE DZIAŁANIA CSR/ESG SKIEROWANE DO SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH I W OBSZARZE EKOLOGII?

ROK 2023



DZIAŁANIA FIRM – SPOŁECZNOŚCI LOKALNE I ŚRODOWISKO

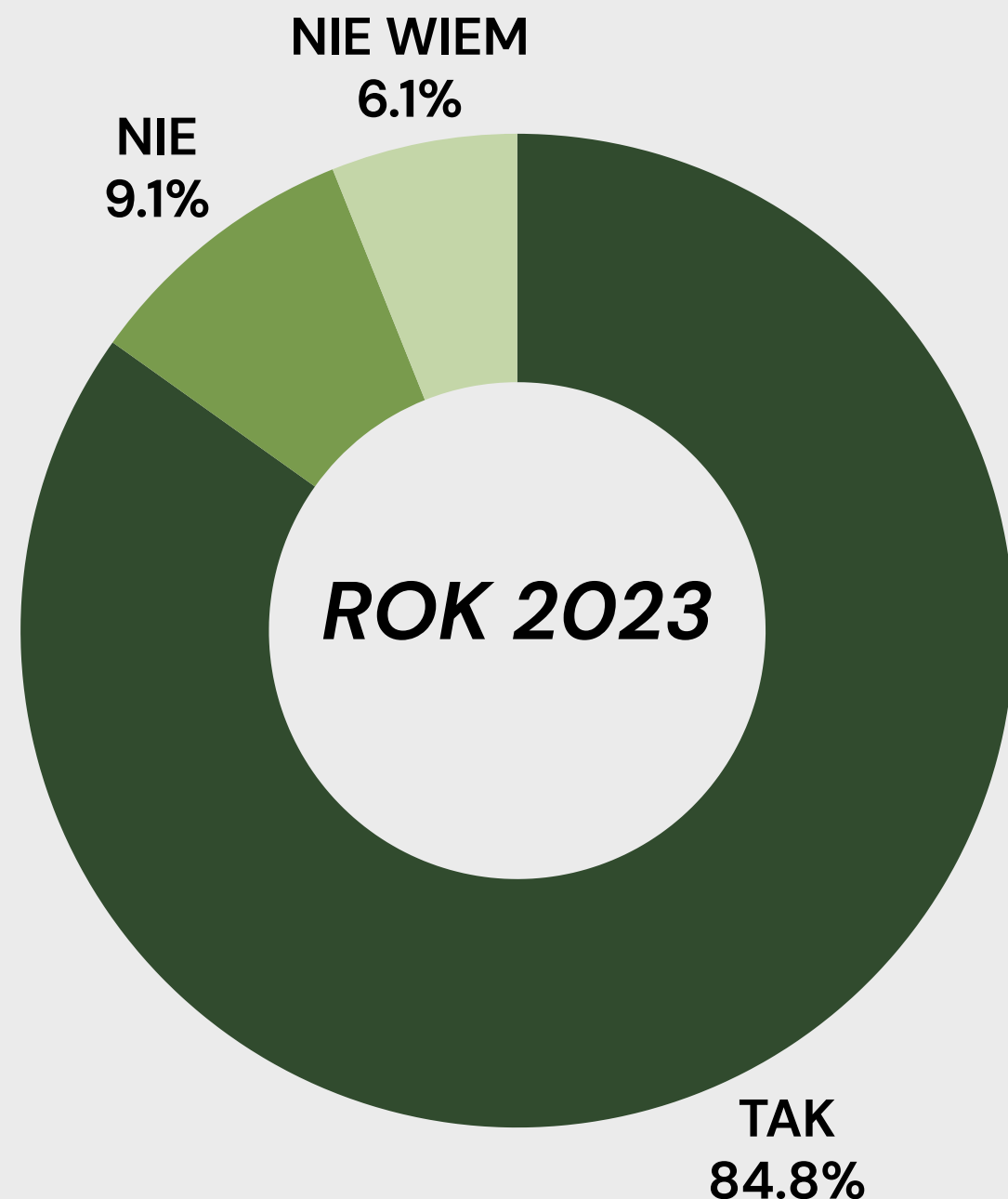
JAKIE AKTUALNIE DZIAŁANIA CSR/ESG DLA SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH REALIZUJE PAŃSTWA FIRMA?



“ Blisko 90% respondentów planuje kontynuować lub wdrożyć działania na rzecz ochrony środowiska i społeczności lokalnych. Związane jest to z rosnącymi oczekiwaniami ze strony interesariuszy, ale też wymaganiami prawnymi i celami stawianymi przez firmy w zakresie ograniczania śladu węglowego. Działania na rzecz ochrony klimatu realizuje o 22% więcej firm niż jeszcze cztery lata temu. ”

OCHRONA KLIMATU I DOSTAWCY W PROCESIE RAPORTOWANIA

CZY PAŃSTWA FIRMA PODEJMUJE DZIAŁANIA MAJĄCE NA CELU WALKĘ ZE ZMIANAMI KLIMATU I OCHRONĘ ŚRODOWISKA?



“ Poprawa efektywności energetycznej jest priorytetem dla zdecydowanej większości badanych firm. Wpływają na to z jednej strony europejskie regulacje, cele klimatyczne stawiane przez firmy, ale również względy ekonomiczne. Rosnące ceny surowców, szczególnie po wybuchu wojny na Ukrainie, skłoniły wielu przedsiębiorców do szukania alternatywnych źródeł energii, a także ograniczanie jej zużycia. ”

OCHRONA KLIMATU I DOSTAWCY W PROCESIE RAPORTOWANIA

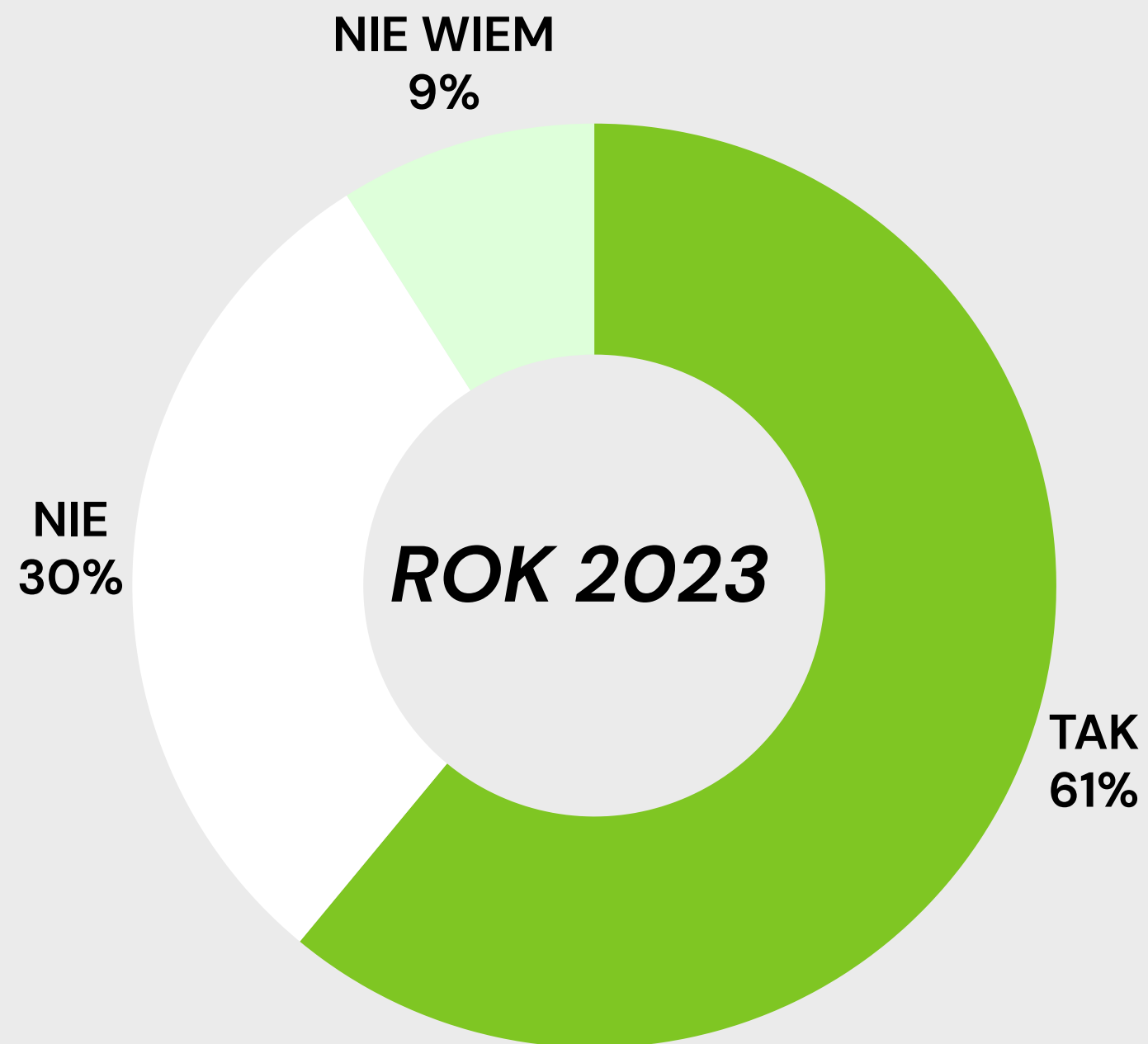
JAKIE TO DZIAŁANIA?

(ROK 2023)



OCHRONA KLIMATU I DOSTAWCY W PROCESIE RAPORTOWANIA

CZY OBLICZAJĄ PAŃSTWO ŚLAD WĘGLOWY DLA SWOJEJ ORGANIZACJI?

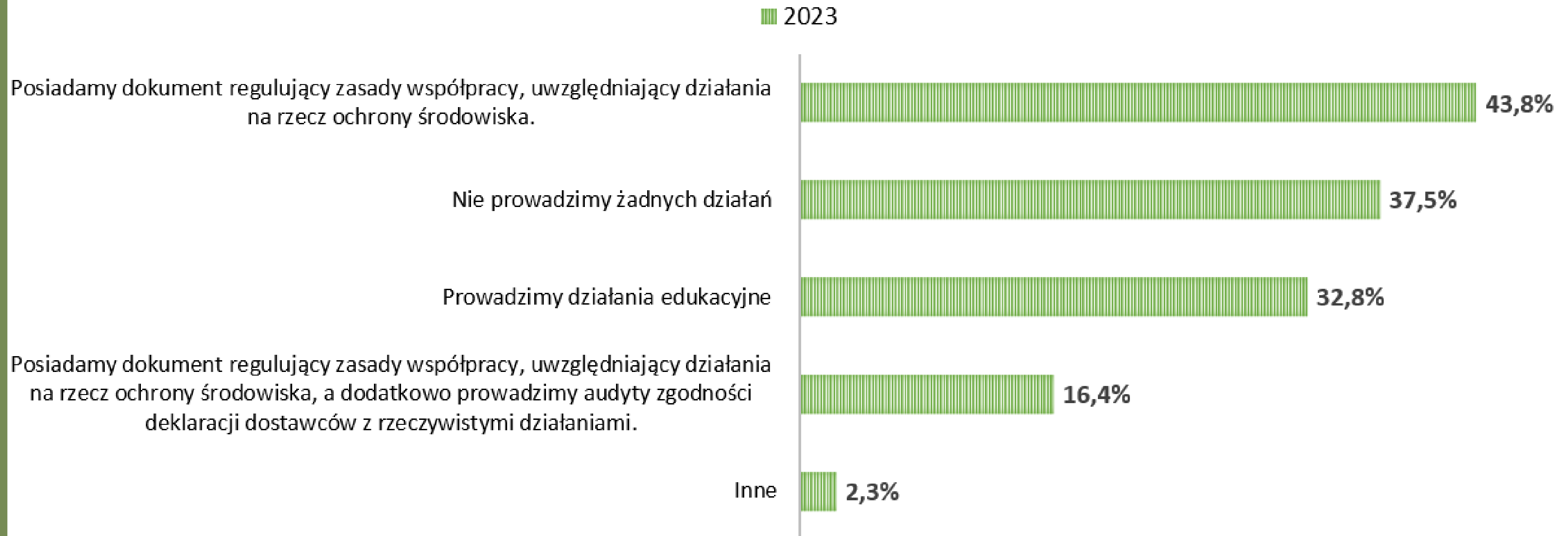


CZY MAJĄ PAŃSTWO WYZNACZONE CELE DOTYCZĄCE OGRANICZENIA EMISJI?



OCHRONA KLIMATU I DOSTAWCY W PROCESIE RAPORTOWANIA

JAKIE DZIAŁANIA PROWADZĄ PAŃSTWO WOBEC SWOICH DOSTAWCÓW / PODWYKONAWCÓW W OBSZARZE OCHRONY ŚRODOWISKA?



OCHRONA KLIMATU I DOSTAWCY W PROCESIE RAPORTOWANIA

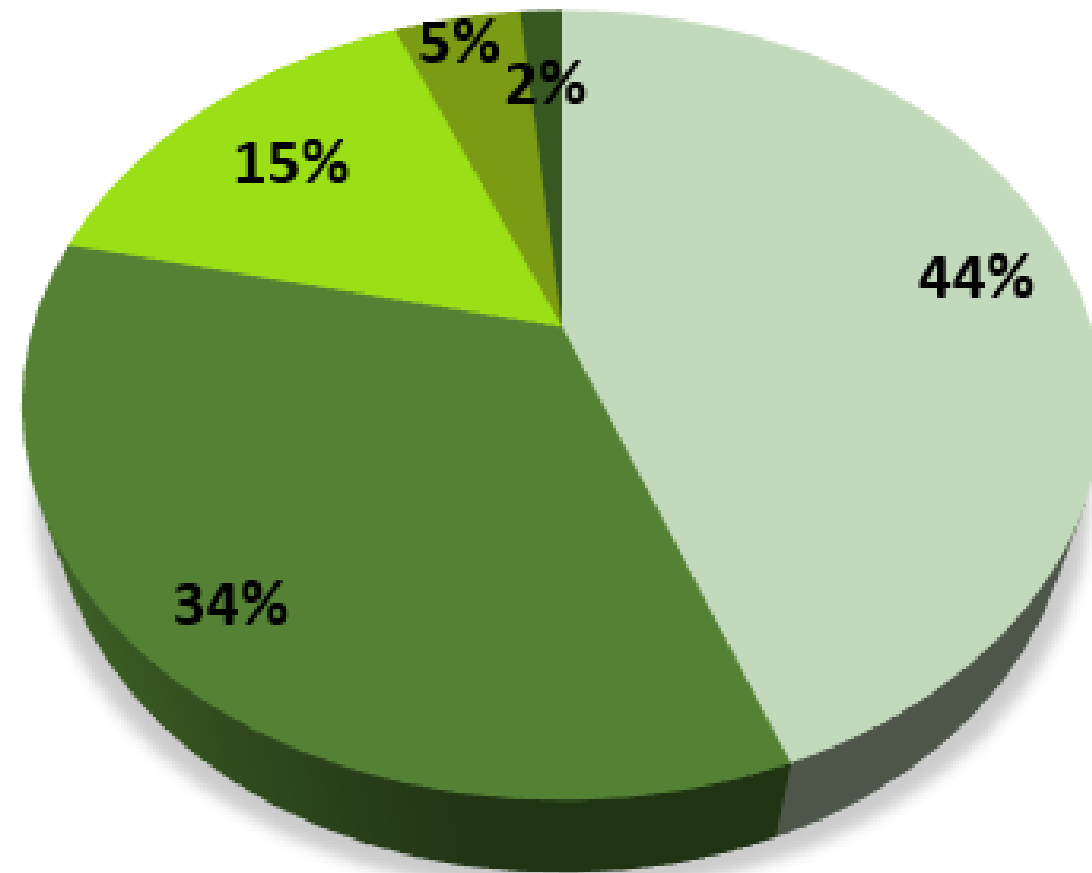
“ 84% badanych wskazało, że podejmuje działania mające na celu walkę ze zmianami klimatu i ochronę środowiska. Istotne jest, że oprócz poprawy efektywności energetycznej w organizacji (81%), czy optymalizacji transportu (68%), podejmowane są działania edukacyjne skierowane do klientów / pracowników / partnerów (68%). Ograniczenie emisji gazów cieplarnianych wymaga odważnych kroków w wielu obszarach, ale punktem startowym jest zawsze edukacja – budowanie świadomości ekologicznej. Optymistyczny jest też fakt, że aż 61% respondentów już dziś liczy swój ślad węglowy, ale tylko 15 % zbiera te dane od swoich dostawców / podwykonawców. ”

Paulina Koszewska, Menadżerka Społecznej Odpowiedzialności Biznesu,
PwC



OCHRONA KLIMATU I DOSTAWCY W PROCESIE RAPORTOWANIA

CZY WYMAGAJĄ PAŃSTWO OD SWOICH DOSTAWCÓW, PODWYKONAWCÓW, PARTNERÓW BIZNESOWYCH DOSTARCZANIA DANYCH W ZAKRESIE EMISJI CO₂, LUB INNYCH WSKAŹNIKÓW ŚRODOWISKOWYCH?



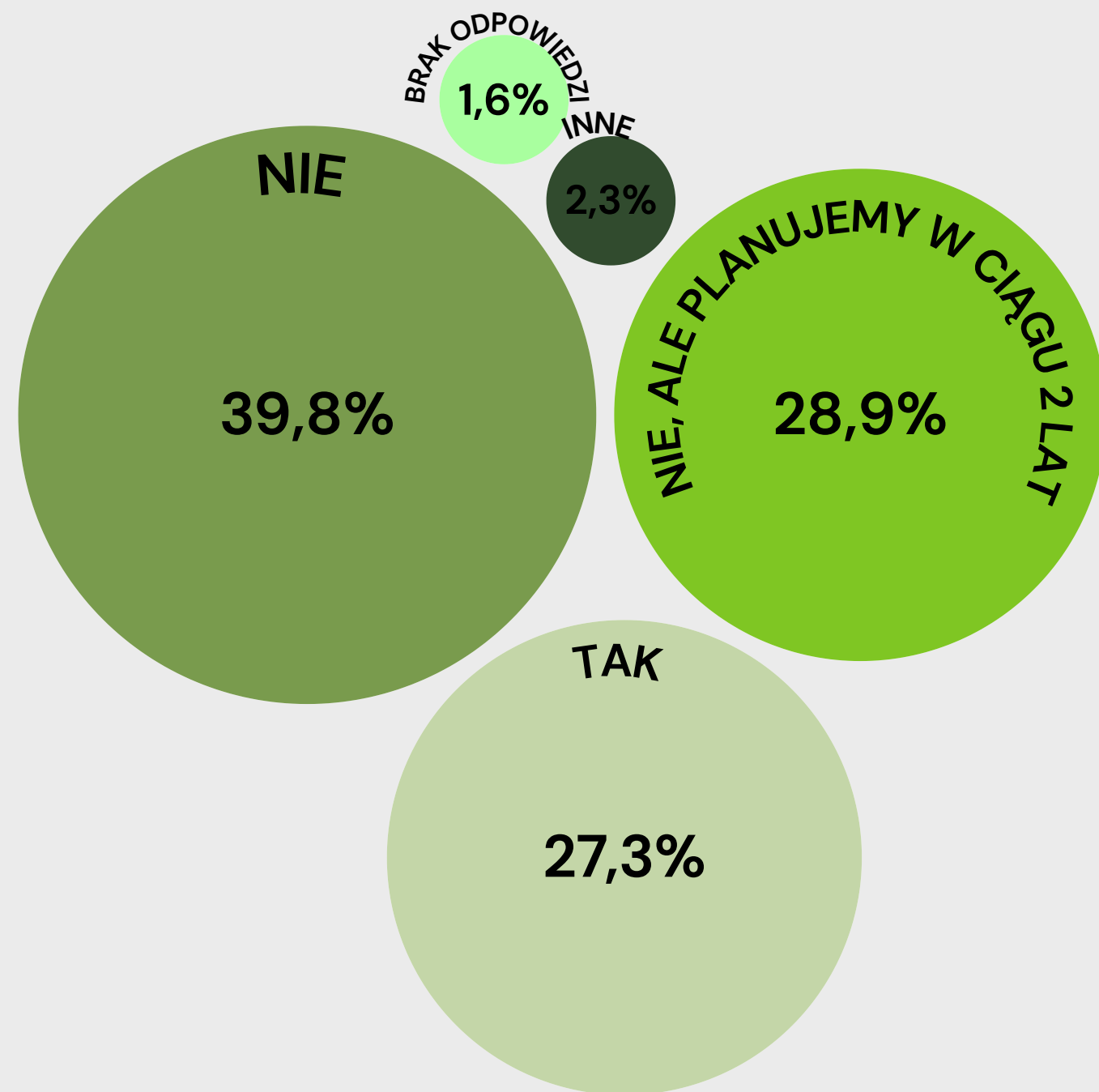
- NIE
- NIE, ale planujemy wdrożyć tego rodzaju działanie w ciągu najbliższych 2 lat
- TAK
- Inne
- Brak odpowiedzi

“ 60% firm posiada kodeksy współpracy z dostawcami zawierające oczekiwania wobec nich w zakresie redukcji śladu węglowego i ochrony środowiska, ale jedynie 16% weryfikuje zgodność deklaracji z rzeczywistymi działaniami. Jednak najbliższe dwa lata wprowadzą w tym zakresie znaczne zmiany.

Obecnie jedynie 15% firm wymaga od swoich dostawców dostarczenia danych o emisji gazów cieplarnianych, ale w ciągu 2 lat będzie to już blisko połowa przedsiębiorstw. Wymusi to zatem podjęcie procesu raportowania również przez firmy, które nie podlegają prawnemu obowiązkowi wynikającemu z dyrektywy europejskiej. ”

OCHRONA KLIMATU I DOSTAWCY W PROCESIE RAPORTOWANIA

Czy biorą Państwo pod uwagę kryteria dotyczące ochrony środowiska w procesie wyboru dostawców?



“ Obecnie 27% firm w procesie wyboru dostawcy bierze pod uwagę kryteria dotyczące ochrony środowiska. W ciągu 2 lat tych firm będzie ponad dwukrotnie więcej. Mniejsze firmy, które współpracują z dużymi przedsiębiorstwami zarówno w Polsce, jak i na rynku europejskim, aby zachować swoją pozycję i być konkurencyjnym wobec innych podmiotów, będą musiały w swojej działalności uwzględniać elementy związane z ochroną środowiska i tym samym przyłączyć się do walki ze zmianami klimatu. ”



■ ESG I KONSUMENTENCI

Badanie prowadzone w listopadzie 2023 przez HAVAS MEDIA GROUP.

Badanie zostało zrealizowane na internetowym, ogólnopolskim panelu badawczym metodą CAWI – Computer Assisted Web Interview.

“ Ponad 60% dorosłych Polaków uważa, że marki powinny angażować się w walkę ze zmianami klimatu i ochronę środowiska. Blisko 1/3 zdecydowanie oczekuje tego typu działań. Co ciekawe jednak – mimo że oczekujemy walki ze zmianami klimatu, jako konsumenci wciąż nie jesteśmy gotowi ponieść, przynajmniej częściowo, jej kosztów. Jedynie 1/5 dorosłych Polaków byłaby gotowa zapłacić więcej za produkty marek, które podejmują działania w zakresie ochrony środowiska i walki ze zmianami klimatu. Ponad 45% wskazuje, że kupiłaby takie produktu jedynie w sytuacji gdyby ich cena była taka sama. ”

Anna Ostrowska, Insights Manager, Havas Media Network Poland





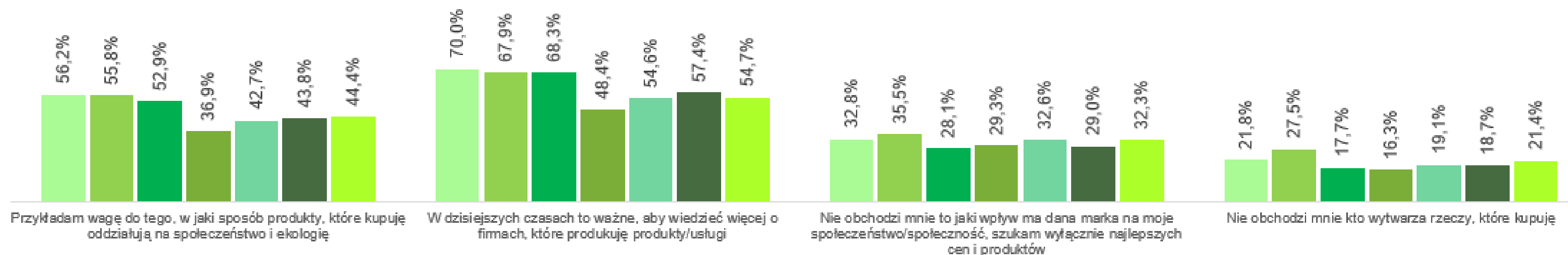
ESG I KONSUMENTY

“ Rok 2023 nie przyniósł znaczących zmian w nastawieniu konsumentów. Widać, że wciąż stopniowo odbudowujemy „pandemiczny” nastrój konsumentów. ”

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami...

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



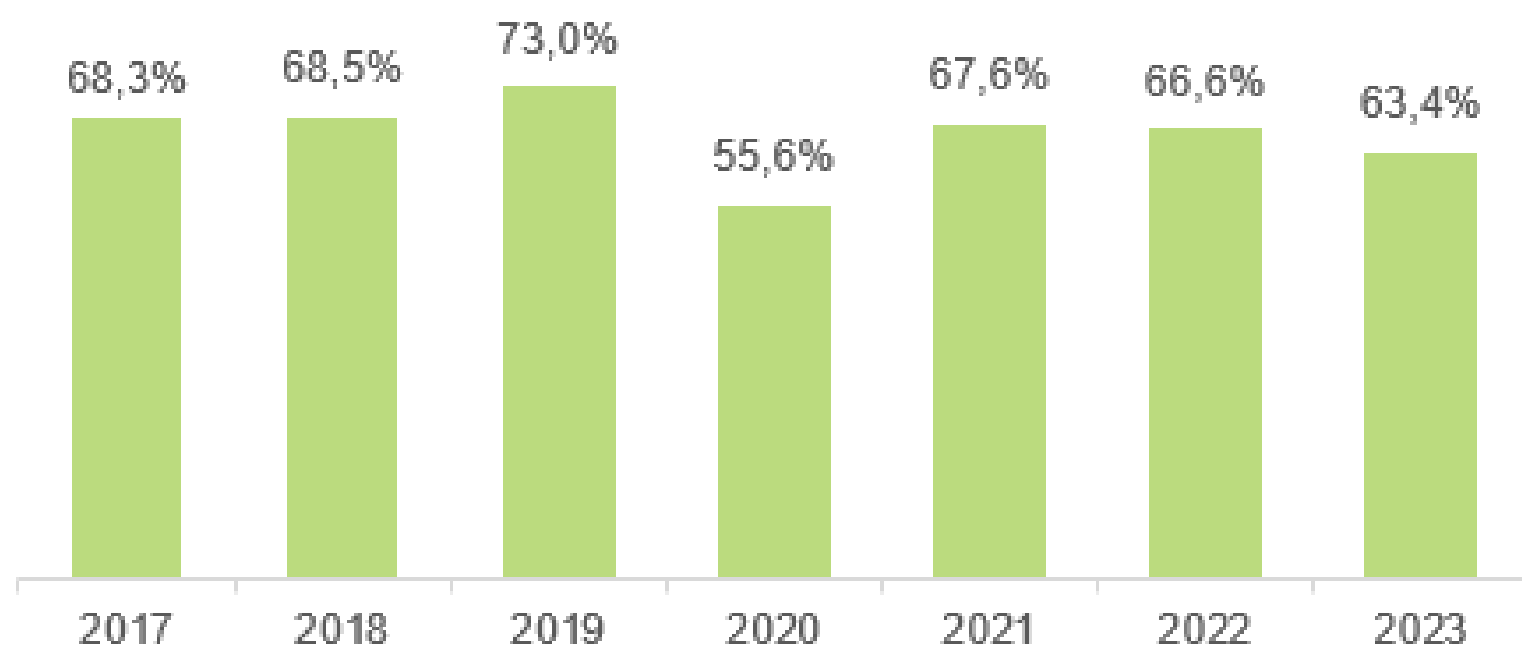


ESG I KONSUMENTY

“ Widać niewielkie spadki wskaźników, które można częściowo wiązać z wciąż wysoką inflacją i pogorszeniem sytuacji materialnej gospodarstw – mniej zwracamy uwagę na etykę czy negatywny wpływ, a bardziej koncentrujemy się na cenie. ”

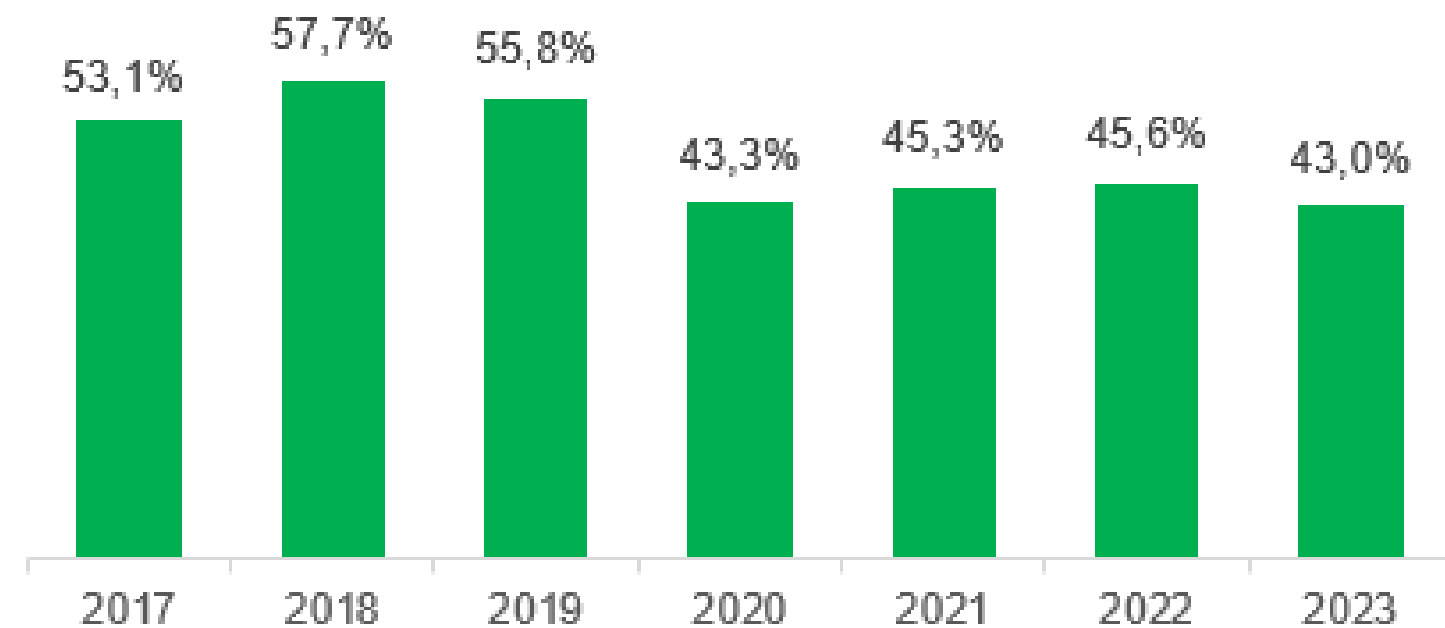
Firmy są etycznie zobowiązane do tego, aby działać bez szkody dla otoczenia

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej



Unikam kupowania produktów firm, które mają negatywny wpływ na społeczeństwo lub środowisko

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej



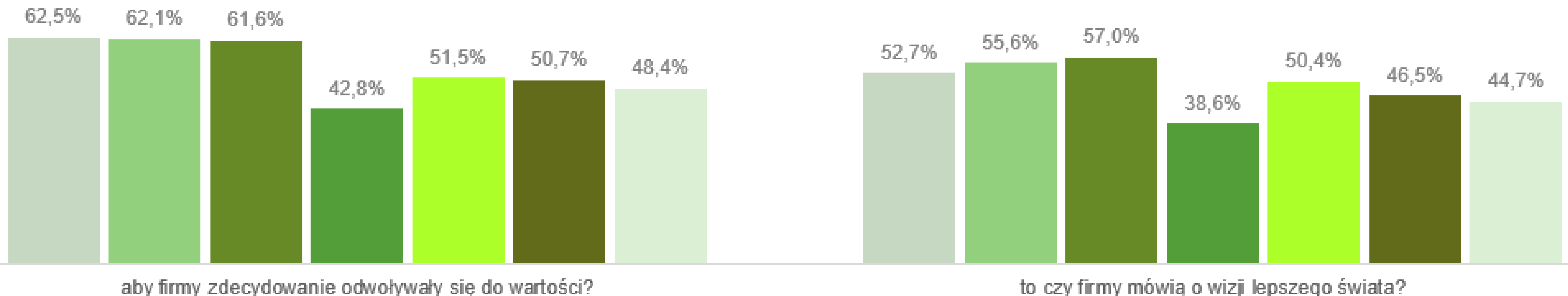


ESG I KONSUMENTY

“ Podobnie w przypadku odwoływania się do wartości, czy mówieniu o wizji lepszego świata obserwujemy niewielkie spadki wskaźników vs 2022 r. Wciąż obserwujemy też, że spadku w okresie pandemii nie udało się jeszcze w pełni odbudować. ”

Jak ważne jest dla ciebie...
Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



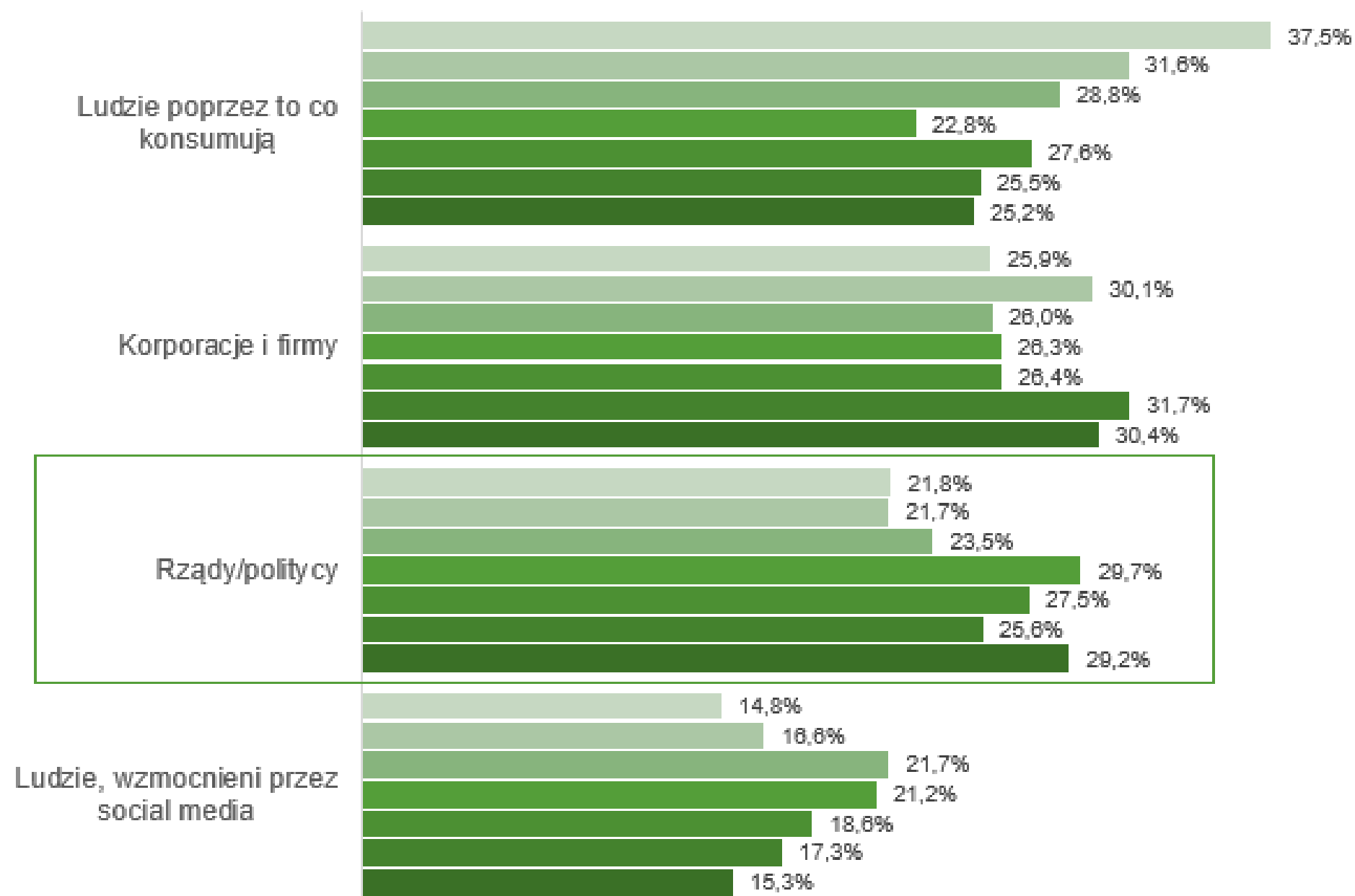


ESG I KONSUMENTY

Kto Twoim zdaniem będzie miał największy wpływ na zmiany na świecie?

% wszystkich respondentów

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



“ Podobnie jak w czasie pandemii, widzimy, że uwaga konsumentów znowu skierowana jest na rządy i polityków – podobny odsetek badanych, jak w 2020 roku, wskazuje, że to rządy mają największy wpływ na zmiany na świecie. ”



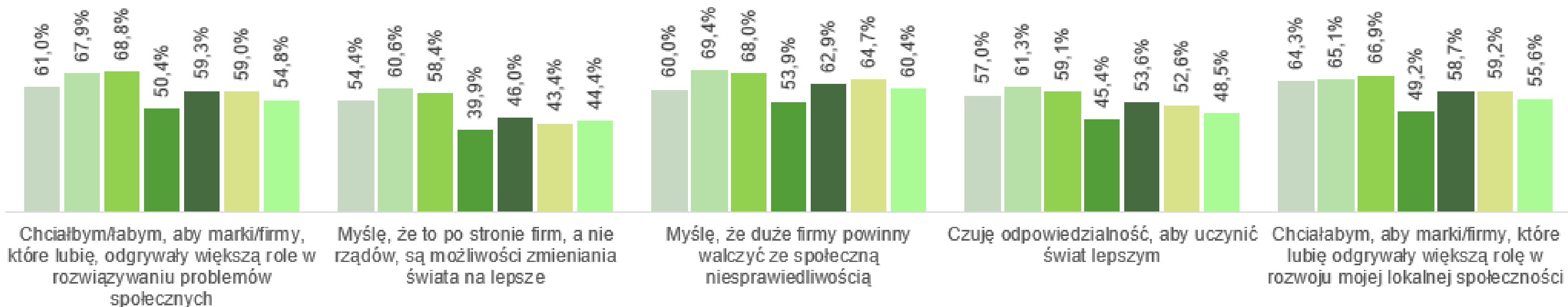
ESG I KONSUMENTY

„ Również w przypadku zaangażowania marek i ich odpowiedzialności, widoczne są niewielkie spadki w porównaniu do lat ubiegłych. ”

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami...

Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023



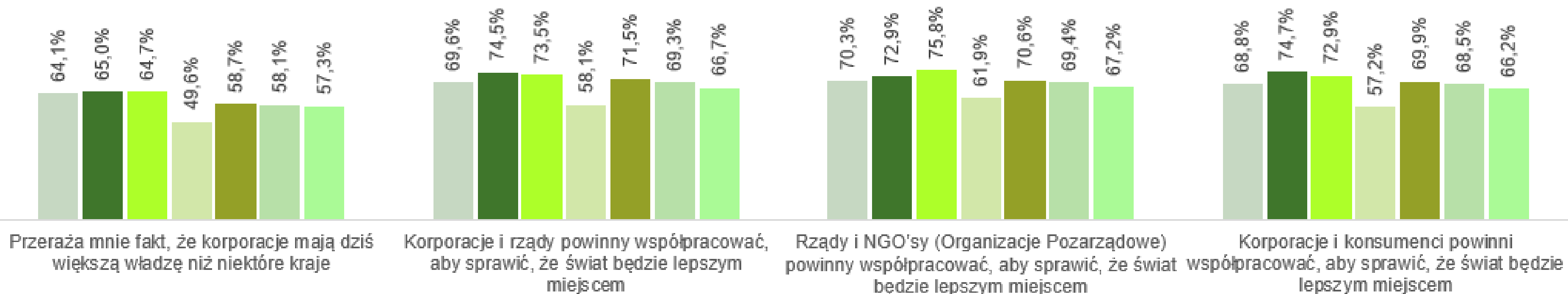


ESG I KONSUMENTY

„ Wskaźniki dotyczące wielowymiarowej współpracy nie zmieniły się znacząco między poszczególnymi latami badania. Tutaj widać, że spadek pandemiczny udało się odbudować w największym zakresie. ”

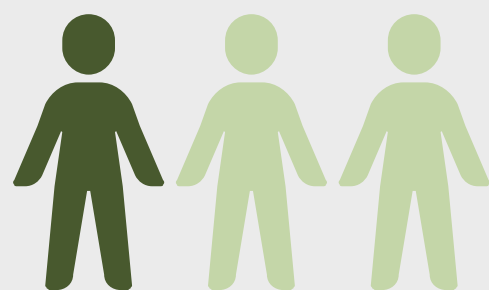
Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami...
Suma udziałów ocen 4 i 5 na skali 5-punktowej

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023

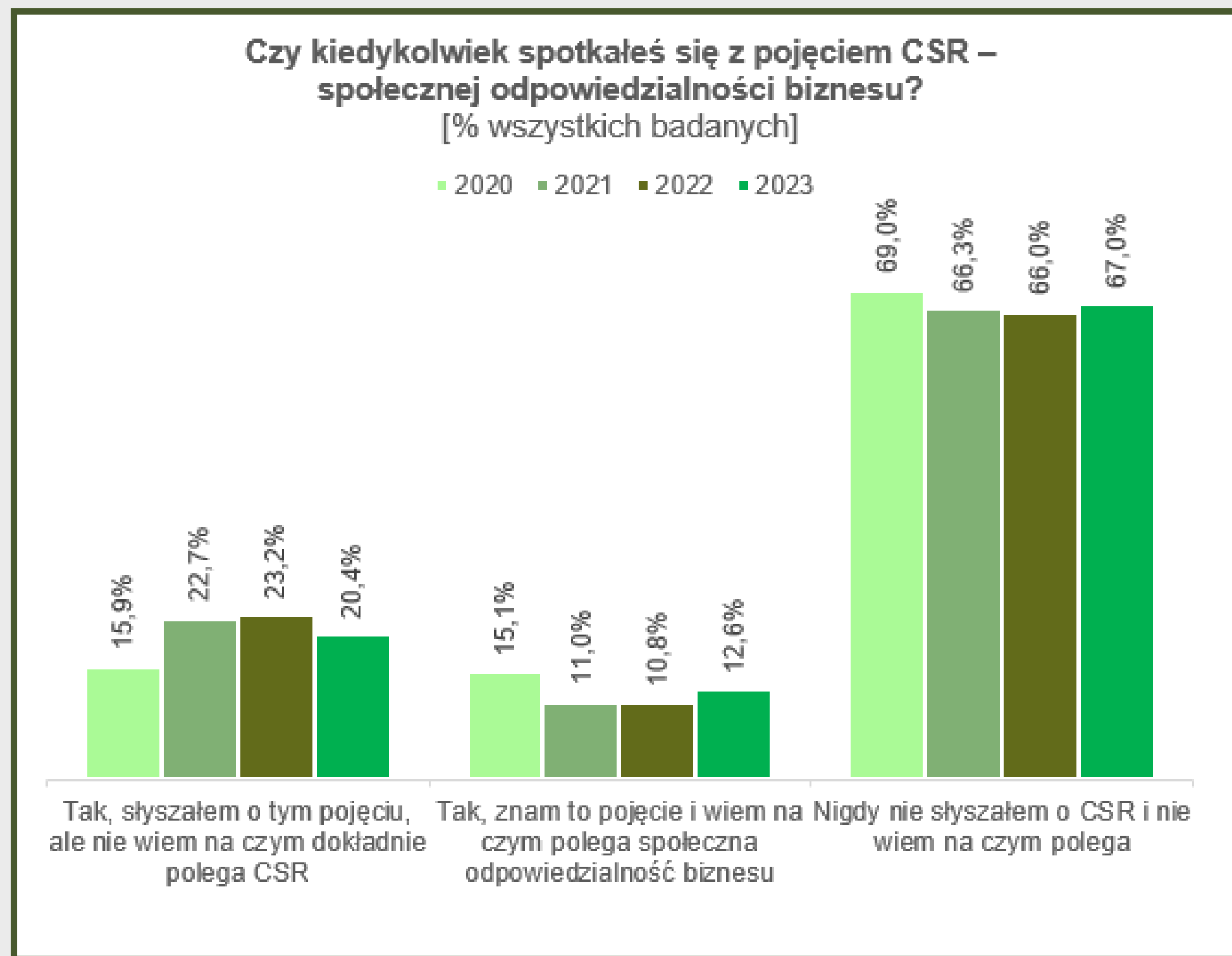




ESG I KONSUMENTY



Na znajomość pojęcia CSR wskazuje około 1/3 dorosłych Polaków.





ESG I KONSUMENTY

Czy Twoim zdaniem firmy i marki powinny angażować się w działania mające na celu walkę ze zmianami klimatu i ochronę środowiska?
[% wszystkich badanych]

■ 1 zdecydowanie nie powinny się angażować ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 zdecydowanie powinny się angażować

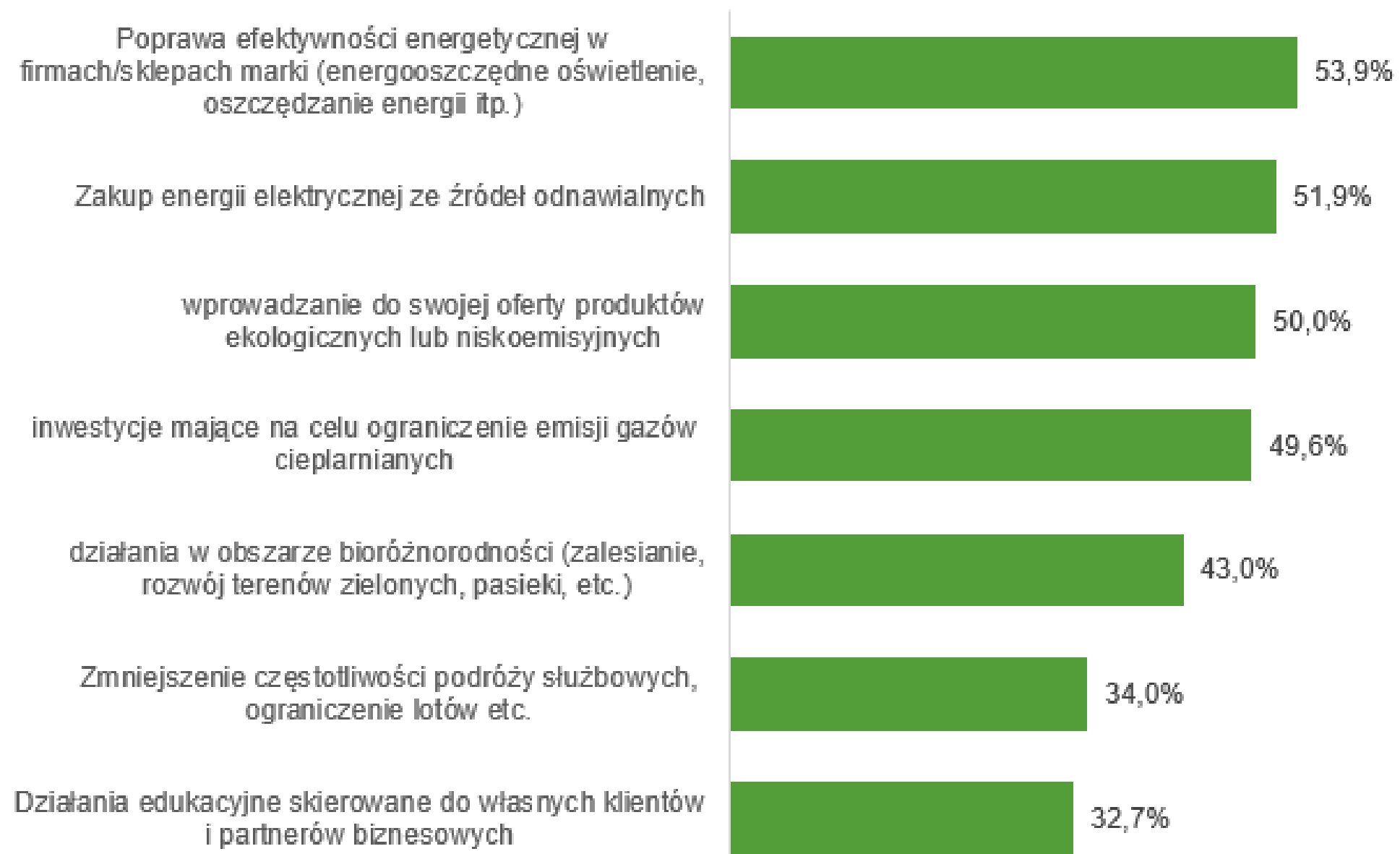


“Zdecydowana większość badanych zgadza się, że marki oraz firmy powinny angażować się w walkę ze zmianami klimatu i ochronę środowiska.”



ESG I KONSUMENTY

W realizację jakich celów zrównoważonego rozwoju powinny angażować się firmy i marki?
[% wszystkich badanych]



“ Z punktu widzenia badanych najważniejsze są kwestie związane z energooszczędnością o energią odnawialną. ”

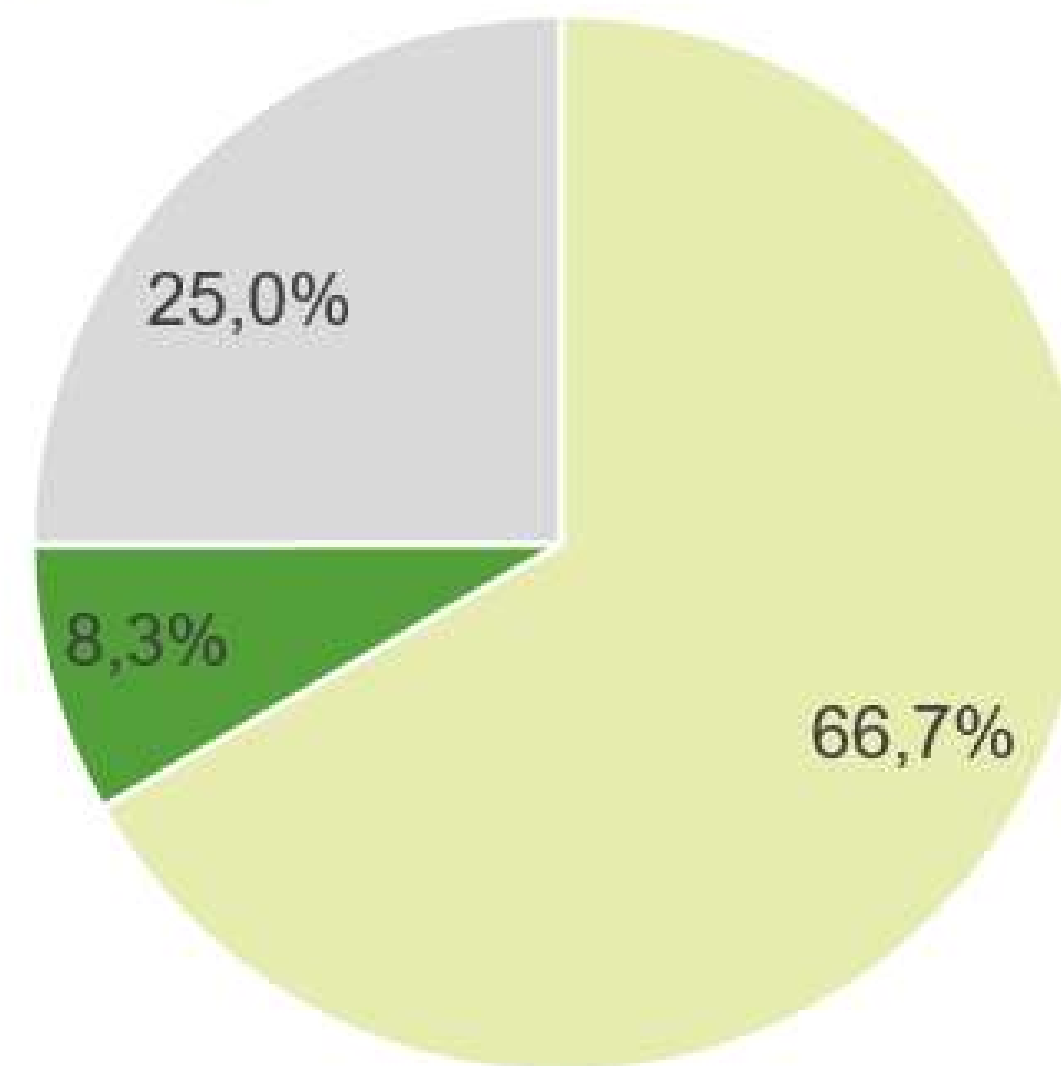


ESG I KONSUMENTY

“ Marki zdecydowanie powinny też podejmować działania na rzecz ograniczenia własnego śladu węglowego. ”

Czy Twoim zdaniem firmy i marki powinny podejmować działania na rzecz ograniczenia własnego śladu węglowego?

■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem/trudno powiedzieć



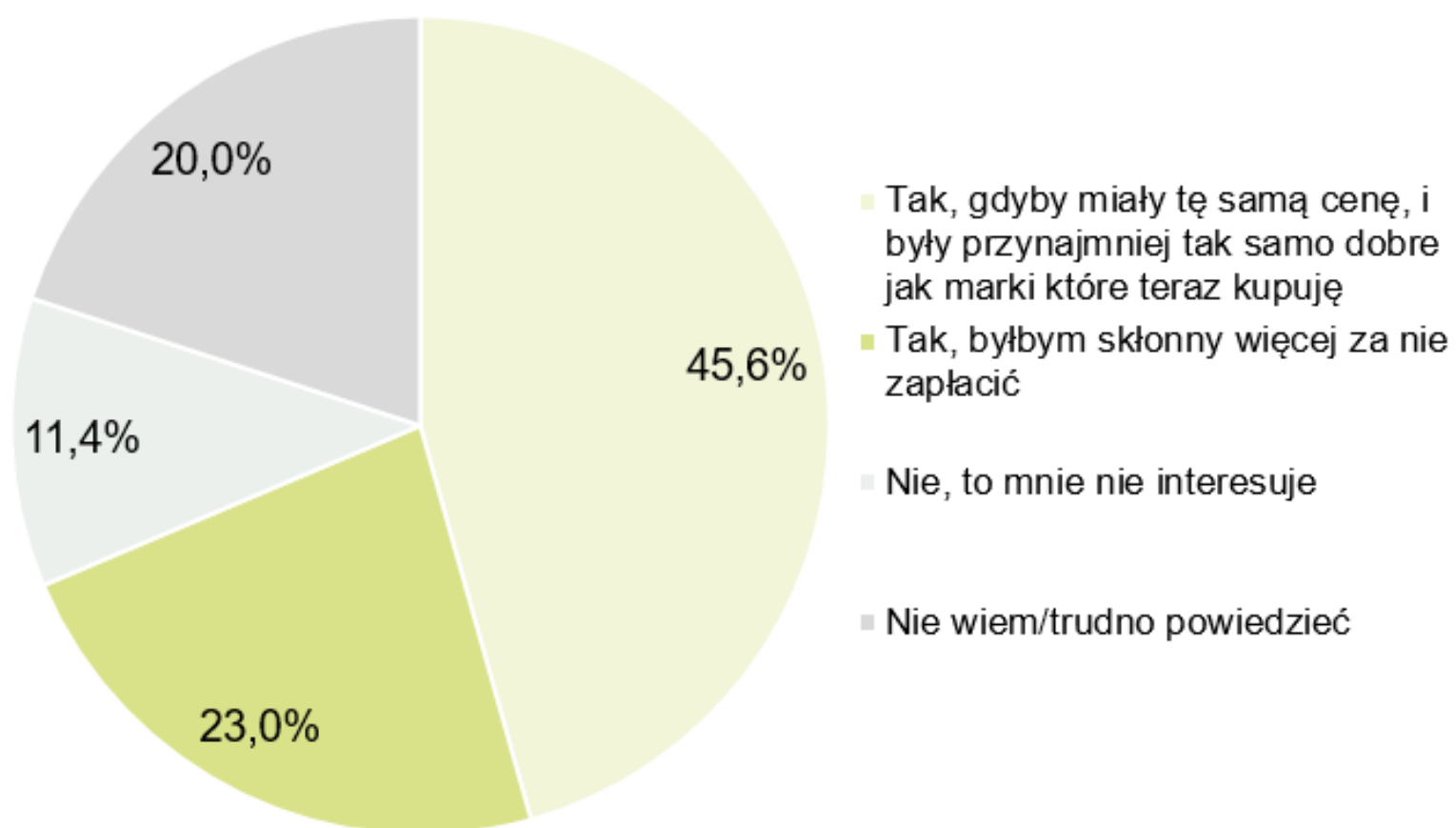


ESG I KONSUMENTY

Czy Twoim zdaniem firmy i marki powinny komunikować swoje działania związane z walką z ze zmianami klimatu i ochronę środowiska?



A czy byłbyś skłonny kupować produkty lub korzystać z usług marek, które podejmują działania z zakresu ochrony środowiska i walki ze zmianami klimatu?



“ Dla Polaków istotne jest również podejmowanie przez marki działań związanych z ochroną środowiska. Jednak jedynie 1/5 Polaków byłaby skłonna zapłacić więcej za produkty marek, które takie działania podejmują. ”

PARTNERZY



In partnership with
UN Environment



Global Compact
Network Poland



BUREAU
VERITAS



Audycja BIZON – biznes
nowoczesny i odpowiedzialny
w MUZO.FM

PARTNERZY STRATEGICZNI CCIFP

