Raportowanie odpowiedzialnego biznesu 2013

CSRinfo

Global Reporting Initiative Organizational Stakeholder 2013

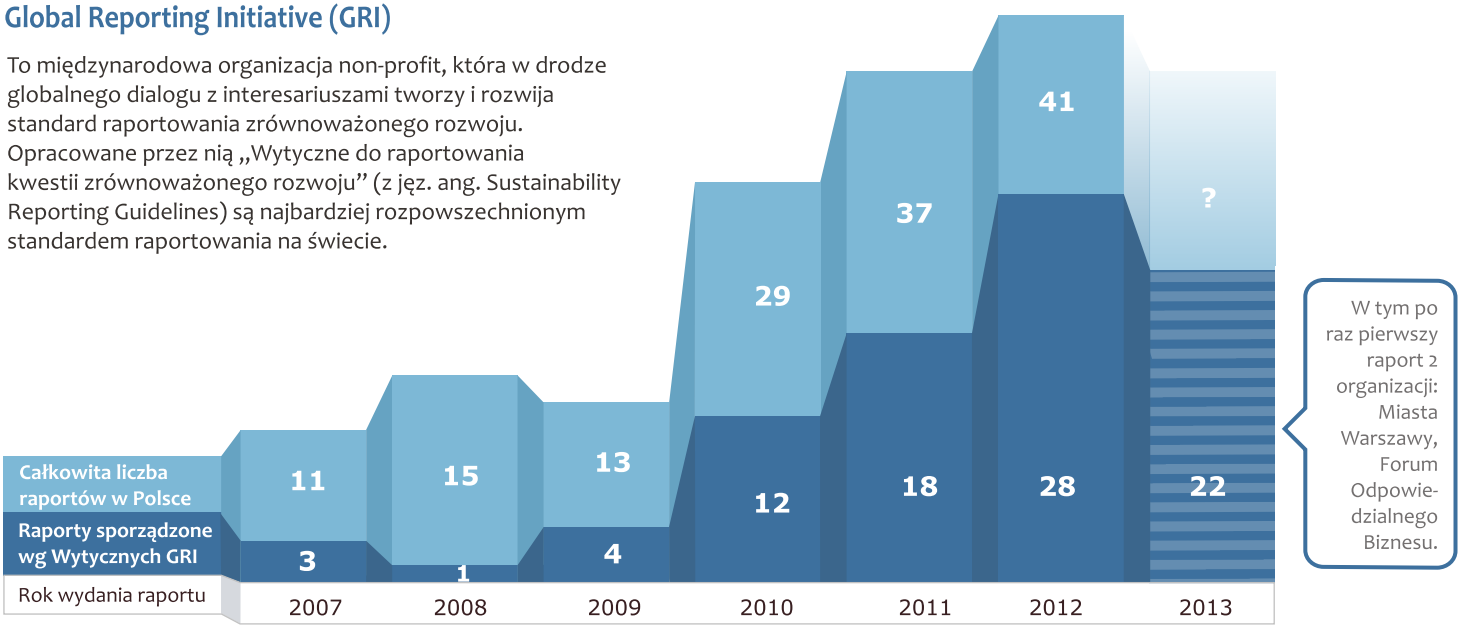
Raport CSR

- raportowanie ESG
- raporty odpowiedzialnego biznesu
- raporty społeczne
- raporty odpowiedzialnego i zrównoważonego biznesu
- raporty zrównoważonego rozwoju

Integrują kwestie ekonomiczne, społeczne, środowiskowe, etyczne i podejście do zarządzania. To środek komunikacji z interesariuszami. Wyrażają dążenie firmy do przejrzystości i odpowiedzialności. Podstawowa praktyka zarządzania firmą w odpowiedzialny sposób.

Global Reporting Initiative (GRI)

To międzynarodowa organizacja non-profit, która w drodze globalnego dialogu z interesariuszami tworzy i rozwija standard raportowania zrównoważonego rozwoju. Opracowane przez nią „Wytyczne do raportowania kwestii zrównoważonego rozwoju" (z jęz. ang. Sustainability Reporting Guidelines) są najbardziej rozpowszechnionym standardem raportowania na świecie.

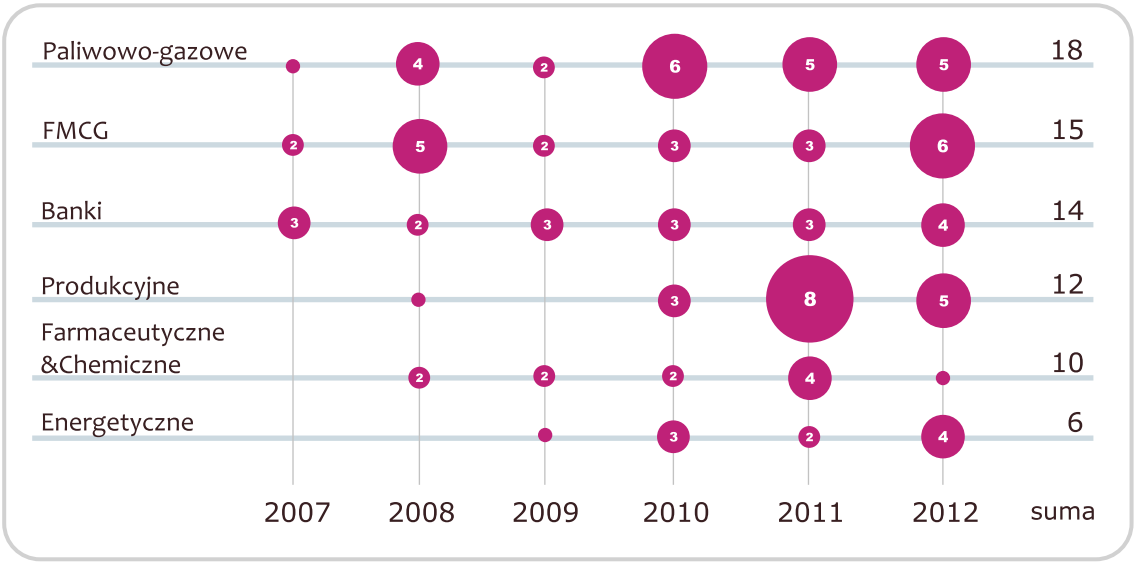


W tym po raz pierwszy raport 2 organizacji: Miasta Warszawy, Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

do 30.09.2013

Próba badana: raporty z polskiego rynku, odrębne, tzw. stand alone lub raporty zintegrowane wydane w danym roku (2007,2008,2009,2010,2011,2012,2013), a które zotały zgłoszone do Rejestru Raportów CSRinfo lub Rejestru GRI.

Wiodące branże w raportowaniu wg liczby wydanych raportów



Gdzie szukać raportów?

www.rejestrraportow.pl
www.csrinfo.org

Rejestr jest prowadzony przez CSRinfo, które zostało GRI Data Partnerem. Rejestr w nowej odsłonie, z wszystkimi raportami za 2012 i 2013 rok zostanie uruchomiony na przełomie X/XI 2013.

Jeśli chcesz by Twój raport w nim się znalazł prześlij go na adres redakcja@csrinfo.org

Partnerzy Strategiczni:

KOMPANIA PIWOWARSKA

PROVIDENT

Patroni:

Global Reporting Initiative

MINISTERSTWO GOSPODARKI

SEG od 1993 roku

Raportowanie wśród spółek giełdowych

Inwestor pyta - Gdzie mogę znaleźć wyniki?

W 2013 roku CSRinfo we współpracy ze Stowarzyszeniem Emitentów Giełdowych przeprowadziło II badanie wśród spółek w zakresie ich raportowania.

„Gdzie możemy znaleźć Państwa wyniki z 2012 roku dotyczące zarządzania pracownikami (np. liczba pracowników, wypadkowość, polityka szkoleń i rozwoju - typy szkoleń i liczba godzin szkoleniowych na pracownika), przeciwdziałania korupcji oraz wpływu środowiskowego firmy (główne wpływy środowiskowe, ryzyka i podejście do zarządzania nimi)? Te informacje są mi potrzebne do oceny potencjału firmy".

Tylko kilka spółek wykorzystało zapytanie do nawiązania relacji poprzez: 1. Newsletter. 2. Social media. 3. Propozycję spotkania. 4. Zaproszenie na wydarzenie spółki.

854 do tylu spółek wysłano zapytanie dnia 23 kwietnia 2013 roku.

319 spółek w jakikolwiek sposób zareagowała na zapytanie.[1] Ponad 200 z nich jeszcze w dniu złożenia zapytania.

123 spółki udzieliły częściowej lub pełnej merytorycznej odpowiedzi na pytanie.

20 spółek odniosło się bezpośrednio do CSR i zrównoważonego rozwoju.

1 Nie brano pod uwagę autoresponderów, podwójnych odpowiedzi jak również zapytań agencji PR jakiej spółki dotyczy dane zapytanie.

Wnioski

Wniosek 1: Działy relacji inwestorskich nie orientują się, że istnieje praktyka prezentacji danych dotyczących struktury kadry i jej rozwoju, oddziaływania środowiskowego czy praktyk antykorupcyjnych.

„Nie publikujemy danych o których Pan pisze. Nie mamy również planów by tę praktykę w przyszłości zmienić. Nie spotkałem się, by jakiekolwiek firmy o naszym profilu publikowały dane o szkoleniach czy wpływie na środowisko".

Odmowa udzielenia informacji wynikała z kilku przyczyn. Do głównych z nich należały: **1.** Dział Relacji Inwestorskich nie mógł wskazać podstawy prawnej udzielenia informacji. **2.** Informacje te traktowane były jako wewnętrzne. **3.** Brak zarządzania danym obszarem. **4.** Brak gromadzenia w sposób systemowy danych ze względu na koszty.

Przykłady odpowiedzi:
1. Informacja, że te kwestie nie dotyczą spółki. **2.** Odesłanie do ogólnego źródła jak np. strona internetowa. **3.** Przekazanie kontaktów do poszczególnych osób np. z działu HR czy ochrony środowiska. **4.** Propozycja przygotowania wskaźników lub propozycja spotkania. **5.** Odesłanie do szczegółowo wskazanego źródła np. strona w konkretnym dokumencie, załącznik, raport CSR.

Wniosek 2: Firmy, które posiadają raporty odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju były w stanie podać wszystkie informacje.
Podobnie jak w zeszłorocznym badaniu, spółki posiadające raporty CSR były w stanie podać inwestorowi pełen pakiet informacji. Raportowanie według standardu GRI pozwala im na gromadzenie danych w systemowy sposób.

Wniosek 3: Nadal poziom świadomości oddziaływania społecznego i środowiskowego spółek jest stosunkowo niski.
„Specyfika prowadzonej przez nas działalności powoduje, że nasi pracownicy nie są narażeni na pokusę korupcji. Podobnie jest w przypadku wpływu środowiskowego, jako firma usługowa, opierająca swój core biznes na […] nie oddziałujemy na środowisko naturalne". „[…] zagadnienia o których Pan pisze, dotyczą nas w znikomym stopniu".

Wniosek 4: Raport roczny jest najbardziej zaufanym źródłem informacji.
Najczęściej odpowiadające na pytanie spółki odsyłały inwestora do raportów rocznych, w drugiej kolejności do stron www, rzadziej wskazywały bezpośrednio sprawozdania finansowe lub sprawozdania zarządu. Tylko jedna spółka wykorzystała szereg materiałów w tym, poleciła inwestorowi swój webcast oraz miesięcznik.

Raportowanie - perspektywa menedżera

W 2013 roku CSRinfo przeprowadziło ustrukturyzowane wywiady z menedżerami 29 firm, którzy zajmują się raportowaniem odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju.
Respondenci zajmują stanowiska od specjalisty do dyrektora. Na 29 osób, 19 z nich poświęca na CSR od 51% do 100% swojego czasu pracy.

29 osób =

Zbieranie danych do raportu:
od 3 tygodni do 10 tygodni

Przygotowanie całego **raportu:**
od 3,5 miesiąca do 6 miesięcy

Najbardziej popularny **nakład:**
między 500 a 1000 sztuk

Główne motywacje raportowania

Strategia zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialnego biznesu: *„pierwszy raport był implementacją strategii, kolejny jest kontynuowaniem", „ raportowanie jest uzupełnieniem działania firmy".*

Edukacja otoczenia: *„fajna historia firmy, forma komunikacji dla interesariuszy", „chcemy promować tą ideę np. wśród naszych dostawców, uświadomić im, że to jest bardzo ważny temat i że warto wdrażać CSR", „docieranie do otoczenia społecznego".*

Potrzeba usystematyzowania informacji o spółce w jednym dokumencie: *„chcieliśmy zebrać informacje dotyczące aktywności CSR, zebrać wiedzę, uporządkować".*

Edukacja wewnętrzna: *„pokazać, ile robimy, że to nam daje impet do działania", „zależało nam na wyraźniej i rzetelnej komunikacji wewnątrz firmy, tak by świadomość i wiedza pracowników wzrosła".*

Monitorowanie postępów: *„pozwoli na monitoring, koordynację prac", ułatwia „codzienne monitorowanie", pozwala na „porównanie, analizę, wnioski".*

Reputacja, transparentność, przejrzystość: *„głównym celem budowanie reputacji".*

Lider branżowy: *„chcemy wyznaczać trendy w naszej branży, inspirować innych, zmieniać standardy działania na coraz lepsze".*

Wybór GRI jako standardu raportowania

Firmy wybierają standard GRI przede wszystkim dla podniesienia wiarygodności i transparentności.
Ponadto GRI: *pomaga „porównać się z innymi", „strukturyzuje", „wymusza rzeczowe odpowiedzi", „daje podpowiedzi", stanowi „wsparcie zarządzania", zawiera „zestaw wskaźników".*

Jest: *„najlepszą drogą", „popularnym standardem", „najlepszym systemem".*

Krytykowany jest za: *„częste zmiany", „nie zawsze pasuje do polskich realiów", „nie służy edukacji", „bywa trudny".*

Co szczególnie sprawia trudność w procesie raportowania?

Gromadzenie danych do raportu: *„proces gromadzenia danych", „agregacja informacji", „ilość informacji jest taka, że można by napisać ogromną książkę", „nadmiar danych".*

Angażowanie pracowników w proces raportowania: *„brak świadomości pracowników", „niechęć przed zostawieniem swojej pracy", „opór materii", obawa, że to "audyt".*

Ograniczony czas: *„bariery czasowe", "czas na proces akceptacyjny".*

Komunikacja treści raportu: *„ujawnianie danych", „wyważenie wątków wewnętrznych i zewnętrznych", „jak przekazać treści, by był ciekawy?".*

Co najbardziej ułatwia proces raportowania?

Zewnętrzna pomoc: *„w pierwszym raporcie lepiej skorzystać z pomocy doradcy zewnętrznego", „pomogła nam firma zewnętrzna – przy obu raportach", „ekspert zewnętrzny".*

Wsparcie zarządu:
„przede wszystkim wsparcie zarządu", „ prezes kładzie nacisk na CSR", „na pierwszym spotkaniu o raportowaniu byli członkowie zarządu", „zrozumienie zarządu", „wsparcie przełożonych".

Edukacja uczestników procesu: *„trzeba poświęcić dużo czasu na edukację (…). To potem procentuje.", „najważniejsze jest zaangażowanie pracowników, którzy raportują, przygotowanie ich do procesu raportowania, wyszkolenie by ich rola nie ograniczała się do podawania danych, ale również kreacji".*

Dobre relacje z pracownikami i ich świadomość: *„świadomość pracowników", „relacyjne kwestie", „zaangażowanie zespołu", „silna komunikacja wewnętrzna"," stworzenie sieci koordynatorów".*

Edukacja koordynatora raportowania: *„zagłębienie się w wytyczne", „szkolenie organizowane przez CSRinfo".*

Obecność CSR w systemie zarządzania: *„zarządzanie CSR i raportowanie włączyliśmy w istniejący system zarządzania".*

Zdefiniowanie odbiorców raportu: *„dobrze jest znać swoich odbiorów, ustalić priorytet, kto jest kluczowy, zapytać się go o jego oczekiwania".*

Najczęstsze sposoby komunikacji raportu

Informacja zwrotna do raportu

Najczęstsze formy pozyskiwania informacji: *„pracownicy zbierają feedback kiedy próbują wykorzystać raport", „ankieta do pracowników", „ankieta do interesariuszy", „pierwszy feedback to był panel interesariuszy", „statystyki strony internetowej", „przez osoby które znamy".*

Z jakich rezultatów procesu raportowania menedżerowie są szczególnie zadowoleni?

- rozwoju inicjatywy w firmie i jej profesjonalizacji
- jakości treści raportu: od odważnego mówienia o trudnych tematach po uwzględnianie wskaźników
- wewnętrznej komunikacji i zaangażowania w firmie
- bardzo dobrego odbioru raportu przez klientów
- dobrego wizerunku na tle branży
- usystematyzowania informacji o firmie w jednym dokumencie
- zaakcentowania CSR w skali biznesowej
- osobistego pogłębienia wiedzy o firmie

Podziękowania dla firm, które wzięły udział w badaniu:

ArcelorMittal Polska, ASTOR, Bank BPH, Bank Millennium, BGŻ, Budimex, Cemex Polska, Coca – Cola HBC Polska, Comarch, Danone, DB Schenker, Elektrobudowa, ENEA, Energa, GAZ-SYSTEM, GlaxoSmithKline, Kompania Piwowarska, Grupa Lotos, Nestle Polska, Orange, PGNiG, PKN Orlen, PZU, P.P. „Porty Lotnicze", RWE, Tebodin, Tesco, Totalizator Sportowy, Grupa Żywiec.

Copyright CSRinfo 2013, w przypadku cytowania prosimy o podanie źródła „Raportowanie odpowiedzialnego biznesu 2013 w Polsce.", CSRinfo, Warszawa 2013, www.csrinfo.com.pl