



ACCREO TAXAND

Aktualności CSR

 YOUR GLOBAL NETWORK OF LEADING TAX ADVISORS

 www.taxand.com

1. Raportowanie CSR w Hiszpanii
2. ISO 26000 dotyczące odpowiedzialności społecznej
3. Trendy CSR
4. Kontakt



- **Kto przyjął?** Parlament Hiszpanii 15 lutego 2011
- **Od kiedy?** Od 2012
- **Dla kogo?** Dla spółek będących własnością państwa, przedsiębiorstw dotowanych z funduszy publicznych, firm prywatnych zatrudniających powyżej 1000 pracowników
- **Komu?** Radzie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu przy Ministerstwie Pracy i Imigracji (Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas/CERSE)

- **Cel** – promocja realizacji działań CSR w przedsiębiorstwach. Ustawa określa wytyczne raportowania oraz komunikowania informacji pozafinansowych jako jednego z narzędzi zarządzania przedsiębiorstwem
- **Co** – raportowaniu podlegają kwestie corporate governance, oraz zrealizowane w ciągu roku działania w zakresie CSR z pokazaniem konkretnych wskaźników
- **Oczekiwania** – w raporcie powinny się również znaleźć plany działań w zakresie zrównoważonego rozwoju, realizację których przedsiębiorstwa będą musiały wykazać w kolejnych sprawozdaniach



Kluczowe zagadnienia:

- Równość szans kobiet i mężczyzn
- Pełna integracja osób niepełnosprawnych
- Przegląd produktów i usług pod względem środowiskowym oraz bezpieczeństwa w kontekście regulacji europejskich. Wprowadzenie systemu kontroli oraz zarządzania środowiskowego i bezpieczeństwa.
- Promocja zasad CSR wśród dostawców
- Ustawa zaleca nagradzanie w zamówieniach publicznych kwestii związanych z działaniami skierowanymi na efektywne zarządzanie energią oraz wodą, monitorowanie wpływu środowiskowego w całym cyklu życia produktu lub usługi, innowacje ekologiczne w zakresie metod i procedur przyjaznych środowisku, działania związane z recyklingiem i odzyskiem materiałów
- Raportowanie działań prowadzonych w zakresie oszczędności zużycia energii i wody w siedzibach, podpisywanie odpowiednich umów z dostawcami energii umożliwiających i promujących działania w zakresie zmniejszenia zużycia energii
- Rozwijanie innowacyjnych technologii
- Wykazanie posiadania strategii działań CSR wzmacniających działania przedsiębiorstwa. Strategia taka powinna posiadać odpowiednie wskaźniki pozwalające na mierzenie planowanych aktywności



Główne obszary CSR, jakie należy wdrażać i raportować to:

- ✓ Transparencja w zarządzaniu
- ✓ Ład korporacyjny
- ✓ Zaangażowanie w rozwiązywanie lokalnych problemów społecznych i środowiskowych
- ✓ Przestrzeganie praw człowieka
- ✓ Działania w zakresie pracodawca – pracownik
- ✓ Promocja integracji kobiet
- ✓ Działania w zakresie równości szans kobiet i mężczyzn
- ✓ Powszechna dostępność pracy dla osób niepełnosprawnych
- ✓ Aktywność w obszarze promocji zrównoważonej konsumpcji

- **Inwestorzy** – dynamicznie zmienia się otoczenie regulacyjne, społeczne i środowiskowe powoduje powstawanie nowych zagrożeń społecznych i środowiskowych. Raport społeczny podpowiada inwestorom, czy i w jaki sposób dana spółka zarządza tymi ryzykami.
- **Klienci i konsumenci** – za pomocą decyzji zakupowych oddają swój głos na firmy bardziej odpowiedzialne. Trudnością dla konsumentów nie jest brak środków na zakup produktów wytworzonych w sposób społecznie odpowiedzialny, tylko brak wiedzy, jaką można czerpać z raportów społecznych.
- **Kontrahenci** – w sytuacji podjęcia współpracy z nowym partnerem biznesowym zawsze pojawia się niepewność. W raportach społecznych znajdują się informacje dotyczące każdego z obszarów łańcucha dostaw. Często w raportach znajdują się również informacje na temat tego, czy dana firma stawia wymagania społeczne i środowiskowe swoim dostawcom. Tym samym, raport CSR stanowi bazę cennej wiedzy o potencjalnym partnerze w interesach.
- **Konkurenci** – żeby nie zostać w tyle, firmy podglądają poczynania konkurencji. W ten sposób obserwują trendy rynkowe, poznają dobre praktyki, ale również uczą się na błędach innych.

- Norma społecznej odpowiedzialności organizacji
- Weszła w życie 1 listopada 2010 roku
- Dotyczy wszystkich organizacji nie tylko firm, ale również organizacji pozarządowych, instytucji publicznych, administracji, placówek oświatowych itp.
- Norma nie podlega certyfikacji



Europa

Polityka zrównoważonego rozwoju ONZ

**Polityka zrównoważonego rozwoju UE –
*Komunikat KE***

Najbardziej aktywne kraje w zakresie CSR

Dania

Wielka Brytania

Francja

Niemcy

Hiszpania

Polska

Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

Grupy Robocze ds. promocji, inwestycji, konsumpcji oraz edukacji

Podejmowane działania

URE

Pracodawcy RP

Instytut Odpowiedzialnego Biznesu

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Studia podyplomowe

Badania

80%

- firm energetycznych na świecie raportuje CSR

56%

- menedżerów z 500 największych polskich przedsiębiorstw uważa że CSR jest opłacalny

6 mld euro

- ma do dyspozycji Europejski Bank Inwestycyjny dla firm z Polski
- EBI wymaga spełnienia wytycznych CSR

16

- spółek spełniło warunki CSR Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie i jest notowanych na Respect Index
- 124 spółki nie spełniły wymagań RI

55%

- badanych kupujących **odzież, obuwie i dodatki** byłoby skłonnych płacić więcej mając pewność, że produkty te zostały wytworzone w sposób bardziej odpowiedzialny, w tym:
 - 24% respondentów zaakceptowałoby wzrost ceny o 5 do 10%
 - 20% respondentów zaakceptowałoby wzrost ceny o 10 do 25%

54%

- badanych kupujących **elektronikę** byłoby skłonnych płacić więcej mając pewność, że produkty te zostały wytworzone w sposób bardziej odpowiedzialny, akceptowalny wzrost ceny wynosi do 10%

64%

- respondentów kupujących **produkty spożywcze i żywność** byłoby skłonnych płacić więcej mając pewność, że produkty te zostały wytworzone w sposób bardziej odpowiedzialny, akceptowalny wzrost ceny wynosi od 5 do 10%

63%

- badanych kupujących **zabawki** byłoby skłonnych płacić więcej mając pewność, że produkty te zostały wytworzone w sposób bardziej odpowiedzialny, optymalny wzrost ceny wynosi od 5 do 10%

40%

- kapitału rynkowego firmy to **reputacja** (źródło: World Economic Forum)

Źródło: Badania na zlecenie Polskiej Zielonej Sieci
Interaktywnego Instytutu Badań Rynkowych / Grupa Gemius

All rights reserved Accreo Taxand



Bogusława Mazurek

Menedżer

boguslawa.mazurek@taxand.pl

Robert Sroka

Szef Projektów CSR

robert.sroka@taxand.pl

Anna Zaleska

Senior Konsultant

anna.zaleska@taxand.pl



Accreo Taxand Sp. z o.o.

Grzybowska Park
ul. Grzybowska 5a
00-132 Warszawa

tel: + 48 22 324 59 00
fax: + 48 22 324 59 01
www.taxand.pl