

Jak przygotować strategię ESG w firmie

I. Krok pierwszy - zrozumienie ESG i ocena obecnej sytuacji

Drogę do przygotowania własnej strategii ESG każda firma powinna rozpocząć od edukacji i szkolenia kierownictwa oraz pracowników na temat ESG. Przede wszystkim należy zorganizować warsztaty i szkolenia na temat znaczenia ESG w działalności firmy. W tym kroku właściwe jest także przeprowadzenie audytu wewnętrznego, tak aby zrozumieć, gdzie firma aktualnie znajduje się pod względem środowiskowym, społecznym i zarządczym. Audyt taki wymaga analizy procesów biznesowych, polityk HR, praktyk środowiskowych i struktury zarządzania. Konieczna jest także analiza raportów branżowych i benchmarking w stosunku do konkurentów.

II. Krok drugi - zaangażowanie interesariuszy

W kolejnym kroku firma powinna dokonać identyfikacji głównych interesariuszy (np. pracownicy, klienci, inwestorzy, społeczność lokalna), a także dążyć do zrozumienia ich oczekiwań i potrzeb związanych z ESG. Działania w tym zakresie można realizować na wiele sposobów, np. przeprowadzenie ankiet, wywiadów lub warsztatów z interesariuszami w celu zrozumienia ich oczekiwań. Po zebraniu niezbędnych danych konieczne jest przygotowanie analizy wpływu decyzji biznesowych na różne grupy interesariuszy. Niezależnie od tego ważne jest ustanowienie regularnego dialogu z interesariuszami.

III. Krok trzeci - definiowanie celów i priorytetów

Po przeprowadzaniu działań w dwóch pierwszych krokach, możliwe i konieczne staje się ustalenie konkretnych, mierzalnych celów ESG zgodnych z misją i wizją firmy, czyli tzw. SMART celów ESG (Specyficznych, Mierzalnych, Osiągalnych, Realistycznych, Terminowych). Przykładem takich celów może być np. redukcja emisji CO₂ o 20% w ciągu 5 lat, albo np. zrównanie płac na podobnych stanowiskach w perspektywie dwóch lat, jeżeli różnice w takich płacach są istotne i nie wynikają ze specyfiki wykonywanej pracy. Na tym etapie konieczny jest także wybór obszarów kluczowych dla firmy i interesariuszy, takich jak np. redukcja śladu węglowego, różnorodność i inkluzja, etyczne praktyki zarządzania. Oczywiście wybrane obszary muszą być dostosowane do specyfiki firmy. W tym kroku dokonujemy priorytetyzacji działań na podstawie wpływu na firmę i interesariuszy.

Przygotowanie strategii ESG (Environmental, Social, Governance) przez firmę to proces wieloetapowy, wymagający zaangażowania zarówno kierownictwa, jak i pracowników na różnych szczeblach organizacji. Trzeba przy tym pamiętać, że każda firma jest inna i może wymagać indywidualnego podejścia do opracowania i wdrożenia strategii ESG. Ważne jest, aby proces był elastyczny i dopasowany do specyfiki danej organizacji. My przedstawiamy dziś ogólne kroki, które firma powinna podjąć, aby skutecznie przygotować i wdrożyć strategię ESG.



IV. Krok czwarty - integracja ESG ze strategią biznesową

W tej fazie prac powinno nastąpić włączenie aspektów ESG do długoterminowej strategii firmy. To nie tylko włączenie kwestii ESG do planowania strategicznego i operacyjnego, ale także rozważenie, jak inicjatywy ESG mogą przyczynić się do poprawy wyników finansowych firmy, a także zastanowienie się, jak ESG może przyczynić się do innowacji, efektywności operacyjnej i wzrostu. W tym kroku niezbędne staje się również wprowadzenie odpowiedzialności za ESG na poziomie zarządu i kierownictwa.

V. Krok piąty - opracowanie planu działania

Dopiero po przeprowadzeniu opisanych wcześniej działań możliwe staje się stworzenie szczegółowego planu wdrażania celów ESG, a zatem określenie kroków, zasobów potrzebnych do realizacji celów i harmonogramu działań. Na tym etapie kluczowe są takie działania jak: przydzielenie zasobów, takich jak budżet, personel i czas, do realizacji celów ESG; wypracowanie harmonogramu realizacji poszczególnych działań; opracowanie procedur i wytycznych dla pracowników.

VI. Krok szósty - wdrażanie i monitorowanie

Mając opracowany szczegółowy plan działania, firma może przystąpić do wprowadzenia przyjętych w tym planie zmian organizacyjnych, procesowych (chodzi o takie zmiany w procesach jak np. poprawa efektywności energetycznej, czy wdrożenie polityk równości) i operacyjnych. Konieczne zatem staje się regularne śledzenie postępów i mierzenie wyników za pomocą wskaźników KPI (Key Performance Indicators). Ustalenie systemu monitorowania postępów może odbyć się np. poprzez regularne audyty wewnętrzne. Również i na tym etapie konieczne jest organizowanie szkoleń i kampanii wewnętrznych, aby zwiększyć świadomość i zaangażowanie pracowników.



VII. Krok siódmy - komunikacja i raportowanie

Nie tylko w trakcie wdrażania, ale także po zakończeniu tego procesu konieczna jest transparentna komunikacja postępów i wyzwań w zakresie ESG do interesariuszy. Oznacza to regularne raportowanie wyników, np. w raportach rocznych lub specjalnych raportach ESG i to niezależnie od ustanowionych w tym zakresie wymogów prawnych. Raportowanie niefinansowe nie obejmuje wszystkich firm, dla których z uwagi na uwarunkowania rynkowe właściwe jest wdrożenie własnej strategii ESG i odpowiednie komunikowanie postępów w tym zakresie, np. do inwestorów. To co jest w tym punkcie najważniejsze to konieczność opracowania jasnej strategii komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej oraz wykorzystanie mediów społecznościowych i innych platform do dzielenia się postępami i osiągnięciami.



Ewa Matyszewska
Dyrektor ds. Komunikacji
i Zrównoważonego Rozwoju
tel.: +48 22 543 16 00
Ewa.Matyszewska@bdo.pl

VIII. Krok ósmy - przegląd i ciągłe doskonalenie

Samo opracowanie i wdrożenie strategii ESG to zdecydowanie za mało. Konieczne są regularne przeglądy strategii i działań ESG w celu identyfikacji obszarów do poprawy. Dostosowywanie strategii do zmieniających się warunków rynkowych, regulacji i oczekiwań interesariuszy. Konieczne też jest promowanie kultury ciągłego doskonalenia i innowacji w zakresie ESG.



Niniejszy materiał nie stanowi wyczerpującej informacji, ani nie stanowi opinii prawnej. Przed podjęciem jakichkolwiek decyzji prosimy o zasięgnięcie szczegółowej porady u Ekspertów z danej dziedziny.

BDO to międzynarodowa sieć niezależnych firm audytorsko – doradczych, których współpraca koordynowana jest z centralnego biura w Brukseli. Początki BDO sięgają 1963 roku. W Polsce BDO działa od 1991 roku. Mamy 5 biur, w: Warszawie, Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Katowicach.

BDO od lat doceniane jest w prestiżowych Rankingach dotyczących działalności m.in. Działów: Audytu oraz Doradztwa Podatkowego.

Ostatnie wyróżnienia dla firmy dotyczą Rankingów:

Firm i Doradców Podatkowych Dziennika Gazety Prawnej za 2022 rok:

- I miejsce Najlepsza Firma Doradztwa Podatkowego w kategorii firm średnich Rzeczypospolitej i Parkietu za 2022 rok:
- Najbardziej Aktywna Firma na Giełdzie (IV miejsce)
- Najlepsza Firma Audytorska (V miejsce)
- Najlepsza Firma badająca spółki giełdowe (VI miejsce)

BDO spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa, ul. Postępu 12, 02–676 Warszawa;
tel.: +48 22 543 16 00, fax: +48 22 543 16 01, e-mail: office@bdo.pl

BDO