

KPMG INTERNATIONAL

Raportowanie CSR – Ankieta KPMG

Edycja 2013

kpmg.com/sustainability

Streszczenie





O ankiecie

KPMG w 2013 roku przeprowadziło ankietę dotyczącą raportowania CSR.

Wyniki ankiety KPMG publikowane są przede wszystkim dla liderów biznesu, członków zarządów oraz specjalistów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju. Wyniki ankiety przedstawiają obraz obecnych globalnych trendów w raportowaniu CSR wraz ze wzorcami, poradami i spostrzeżeniami, które mają wspomóc przedsiębiorstwa z całego świata w stworzeniu własnego podejścia do raportowania CSR, a także w ocenie i poprawie jakości ich raportów.

Celem przeprowadzonego badania jest również odzwierciedlenie obecnego stanu raportowania CSR oraz przekazanie tej informacji innym zainteresowanym jednostkom takim jak: inwestorzy oraz agencje ratingowe, ponieważ wiele z nich uwzględnia informacje o sytuacji środowiskowej, społecznej i ładzie korporacyjnym w ocenie działalności przedsiębiorstwa.

Wszyscy interesariusze, w tym organizacje pozarządowe, klienci, studenci i ustawodawcy, powinni znaleźć tutaj użyteczne i prowokujące do myślenia informacje.

Jest to ósma edycja badania KPMG odnośnie raportowania CSR, a od czasu jej pierwszej publikacji w 1993 roku minęło 20 lat. Tegoroczne badanie sięga geograficznie dalej niż kiedykolwiek, uwzględniając 4 100 przedsiębiorstw w 41 krajach (w poprzedniej ankiecie z 2011 roku zebrano dane z 3 400 spółek w 34 krajach). Ósma edycja po raz pierwszy uwzględnia dane z polskich spółek.

Wzrost ilości krajów i przedsiębiorstw uczestniczących w tym badaniu jest jednym ze wskaźników świadczących o tym, że raportowanie CSR stało się istotną praktyką biznesową na przestrzeni ostatnich dwóch dekad.

Format ankiety zmienił się, by odpowiednio odzwierciedlić tę ewolucję. Wyniki są obecnie prezentowane w dwóch częściach:

Część 1:

Globalne trendy w raportowaniu CSR: przegląd sytuacji w 41 krajach

Z każdego z 41 krajów wybraliśmy 100 największych przedsiębiorstw (według kryterium przychodu), aby zbadać jak wiele przedsiębiorstw publikuje raporty CSR oraz pozyskać informacje odnośnie czynników warunkujących raportowanie, wariacji sektorowych, użycia standardów i poświadczania raportów CSR.

Część 2:

Jakość raportowania CSR wśród największych światowych przedsiębiorstw

W tej części wzięliśmy pod lupę 250 największych światowych przedsiębiorstw. Oceniana była jakość ich raportów CSR, zidentyfikowaliśmy liderów i na ich przykładzie sformułowaliśmy wnioski i wskazówki.

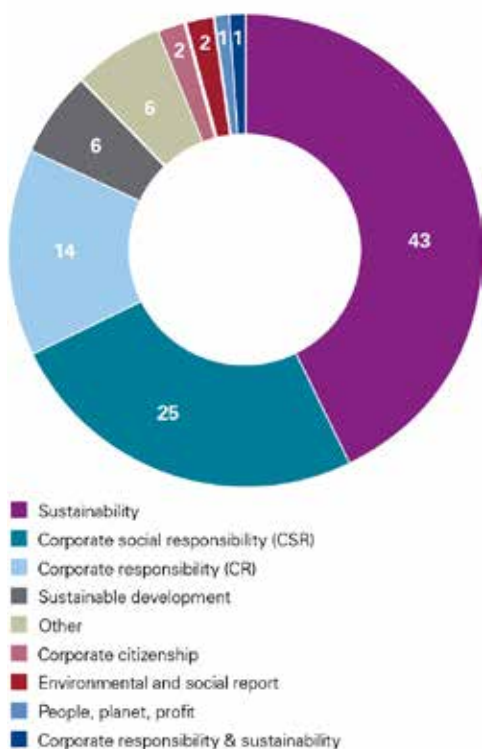


Metodyka

Zakres raportu

Ankieta opiera się na szczegółowym badaniu jakości raportowania CSR wśród przedsiębiorstw, wykonanym przez pracowników KPMG i bazującym na publicznie dostępnej informacji zawartej w rocznych raportach finansowych, osobnych raportach CSR i korporacyjnych stronach internetowych. W pierwszej kolejności wyszukane zostały raporty publikowane między połową 2012 roku a połową 2013 roku. Jeśli przedsiębiorstwo nie raportowało w tym okresie, użyte zostały informacje z 2011 roku. Dane z okresów wcześniejszych niż styczeń 2011 nie zostały uwzględnione w ankiecie. Wnioski bazują jedynie na analizie publicznie dostępnej informacji, a nie na informacjach otrzymanych przez KPMG od ankietowanych spółek.

Rysunek 1
Terminologia używana przez N100 (terminy angielskie)



Notka odnośnie terminologii: „odpowiedzialność biznesu” kontra „zrównoważony rozwój”

Terminologia używana w raportowaniu różni się pomiędzy poszczególnymi przedsiębiorstwami. Badanie przeprowadzone na potrzeby tej ankiety pokazuje, że najczęściej używanymi pojęciami odnośnie raportów CSR globalnie są: „odpowiedzialność biznesu” (14%) lub „społeczna odpowiedzialność biznesu” (25%), jak i „zrównoważony rozwój” (43%). Raportowanie pod tymi, a także innymi pojęciami, zostało uwzględnione w ankiecie. Użycie pojęcia „odpowiedzialność biznesu/CSR” w tym dokumencie powinno być rozumiane jako pojęcie obejmujące określenie „zrównoważony rozwój”, jak i wiele innych, podobnych.

Ankieta N100

W pierwszej części badania oceniono raportowanie CSR pośród 100 największych przedsiębiorstw w 41 krajach: 4 100 spółek łącznie. Przedsiębiorstwa te określone zostały jako „N100”. Firmy członkowskie KPMG zidentyfikowały w swoich krajach listy przedsiębiorstw N100, wybranych pod względem przychodów, bazując na uznawanych źródłach krajowych, lub tam, gdzie ranking był niedostępny lub

niekompletny – pod względem kapitalizacji rynkowej lub innych miar sektorowych. Przedsiębiorstwa N100 to zarówno spółki notowane na giełdzie, jak również te z inną strukturą właścicielską, takie jak spółki prywatne i publiczne. W tym roku do udziału w badaniu dołączyło dziewięć nowych krajów (zobacz tabela poniżej), podczas gdy dwa kraje, które uczestniczyły w ankiecie z 2011 roku, nie są już częścią tegorocznego badania (Bułgaria i Ukraina).

Analitycy KPMG zebrali dane dla przedsiębiorstw z listy N100 zgodnie z następującymi kryteriami:

- liczba przedsiębiorstw publikujących informacje odnośnie odpowiedzialności biznesu w oddzielnych raportach CSR i rocznych raportach według kraju i sektorów;
- format i stopień integracji raportowania CSR;
- użycie wytycznych i standardów raportowania;
- zakres i typ weryfikacji i poświadczania informacji CSR, jednostka świadcząca usługi poświadczające, zmiany danych.

Kraje biorące udział w tegorocznej edycji ankiety to:

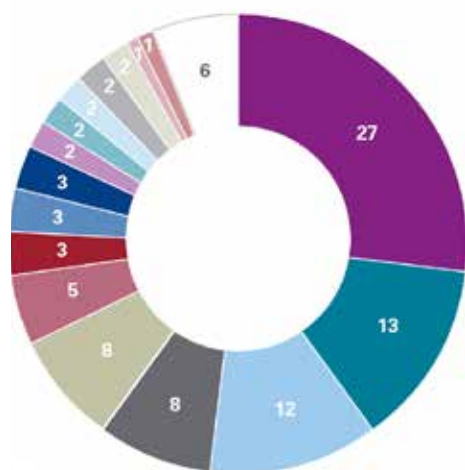
Ameryki	Azja, Australia i Oceania	Europa	Bliski wschód i Afryka
Brazylia Kanada Chile *Kolumbia Meksyk USA	Australia Chiny (włączając Hong Kong) Indie *Indonezja Japonia *Kazachstan *Malezja Nowe Zelandia Singapur Korea Południowa Tajwan	*Belgia Dania Finlandia Francja Niemcy Grecja Węgry Włochy Holandia *Norwegia	*Polska Portugalia Rumunia Rosja Słowacja Hiszpania Szwecja Szwajcaria Wielka Brytania

* Kraje, które dołączyły do udziału w ankiecie w 2013 roku

Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR – Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

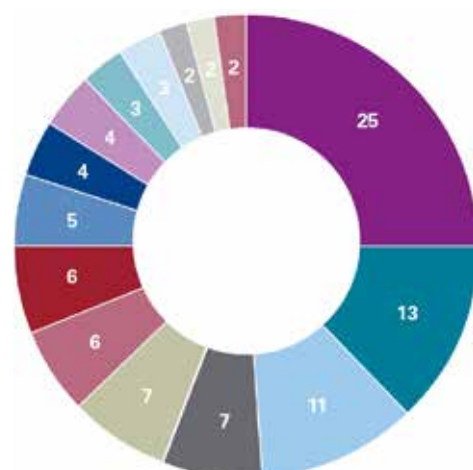
Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR – Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

Rysunek 2
Przedsiębiorstwa G250 według lokalizacji
siedziby (%)



Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR – Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

Rysunek 3
Przedsiębiorstwa G250 według sektora (%)



Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR – Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

Ankieta G250

W drugiej części badania oceniono jakość raportowania CSR pośród 250 największych światowych przedsiębiorstw.

Spółki te zostały zidentyfikowane jako 250 topowych przedsiębiorstw z rankingu Fortune Global 500 z 2012 roku. W tej ankiecie określane są jako przedsiębiorstwa „G250”. Prowadzą one działalność w 14 sektorach gospodarczych i mają swoje siedziby w 30 różnych krajach.

Analitycy KPMG starali się ocenić jakość raportowania CSR w przedsiębiorstwach G250 pod względem siedmiu kluczowych kryteriów, które bazują na wskazówkach aktualnych wytycznych odnośnie raportowania i podejściu specjalistów KPMG do najlepszych praktyk raportowania:

- **Strategia, ryzyko i szanse** – raportowanie powinno zawierać jasną ocenę ryzyk związanych z odpowiedzialnością biznesu i opis zidentyfikowanych możliwości, jak również powinno tłumaczyć czynności, które zostały podjęte w ramach odpowiedzi na nie.
- **Stopień istotności** – raporty CSR powinny demonstrować to, że przedsiębiorstwo zidentyfikowało kwestie związane z CSR mające największy potencjalny wpływ na biznes i jego interesariuszy. Spółki powinny w przejrzysty sposób opisać proces używany do oceny stopnia istotności oraz tego, w jaki sposób interesariusze zostali włączeni w ten proces, a także w jaki sposób wykorzystali ocenę stopnia istotności

do poinformowania kadry kierowniczej o zidentyfikowanych ryzykach i możliwościach.

- **Cele i wskaźniki** – spółki powinny używać znaczących (np. mierzalnych i określonych w czasie) celów i kluczowych wskaźników efektywności, a także w przejrzysty sposób raportować osiągnięte wyniki w stosunku do ustalonych celów.
- **Dostawcy i łańcuch wartości** – raporty CSR powinny tłumaczyć społeczny i środowiskowy wpływ łańcucha dostaw, jak i dalszy wpływ produktów i usług, pokazując jak przedsiębiorstwo zarządza tymi wpływami.
- **Zaangażowanie interesariuszy** – przedsiębiorstwa powinny zidentyfikować w swoich raportach CSR interesariuszy, wytłumaczyć proces jaki został użyty by ich zaangażować, jak i działania przedsięwzięte w odpowiedzi na otrzymaną informację zwrotną.
- **Zarządzanie CSR** – raporty powinny wyjaśniać w jaki sposób zarządza się odpowiedzialnością biznesu w spółce, kto odpowiada za działania CSR w przedsiębiorstwie, a także w jaki sposób powiązana jest wydajność odpowiedzialności biznesu z wynagrodzeniem.
- **Przejrzystość i równowaga** – raporty CSR powinny być zrównoważone i zawierać informacje odnośnie wyzwań, niepowodzeń oraz osiągnięć.

Na podstawie analiz KPMG, do każdej ze spółek G250 zostały przypisane odpowiednie punkty odzwierciedlające jak dobrze ich raporty CSR spełniają kryteria wymienione powyżej. Odpowiedzi odnośnie poszczególnych kryteriów otrzymały wagi w taki sposób, aby ogólny maksymalny wynik wynosił 100, z największą wagą przyznaną strategii, ryzyku i szansom, stopniowi istotności, celom i wskaźnikom, jak również zaangażowaniu interesariuszy, by odzwierciedlić relatywną wagę tych kryteriów w osiągnięciu wysokiej jakości raportów.

W rezultacie zidentyfikowano grupę dziesięciu wiodących przedsiębiorstw (każde z nich osiągnęło wynik 90 na 100 lub więcej), a także wyłoniono najwyżej ocenioną spółkę w każdym z 14 sektorów reprezentowanych w G250.

Przeprowadzono wywiady z przedstawicielami kierownictwa wyższego szczebla z 14 przedsiębiorstw, które osiągnęły najwyższe wyniki w każdym z sektorów, aby dowiedzieć się więcej odnośnie ich podejścia do raportowania CSR. Wnioski z tych spotkań opisane są na stronie 39 właściwego raportu.



Raportowanie odpowiedzialności biznesu: czy jest tego warte?

Bądźmy szczerzy, raportowanie CSR nie pozostaje bez krytyki.

Niektórzy mówią, że raporty te są stratą czasu i pieniędzy, twierdząc, że są one tak nudne, że nikt prawdopodobnie nie będzie sobie zwracał nimi głowy. Inni postrzegają je jako maszyny napędowe dla korporacyjnej „zielonej myjni”, czyli możliwości dla przedsiębiorstw do wyolbrzymienia ich społecznych i środowiskowych kwalifikacji bez rzeczywistej intencji do zmiany.

Niektórzy w świecie korporacyjnym uważają, że publikowanie tych raportów jest zbyt skomplikowane i kosztowne z wątpliwym zwrotem z inwestycji.

Rozumiem obawy stojące za powyższymi wątpliwościami, jednak uważam, iż takie poglądy na szczęście bardzo szybko stają się przestarzałe.

Tak, raporty CSR bardzo często nie są łatwe do czytania i przedsiębiorstwa powinny starać się komunikować informacje w bardziej przystępny i angażujący sposób. Jednak to nie jest argument, by w ogóle zaprzestać raportowania.

Tak, „zielona myjnia” może być ryzykiem, ale z upływem czasu interesariusze – od organizacji pozarządowych poczynając od klientów i inwestorów włącznie – stają się bardziej świadomi różnicy pomiędzy działaniami PR-owymi a CSR. Nie jest już tak łatwo zamydlić komuś oczy.

Tak, raportowanie CSR zrobione dokładnie wymaga zasobów ludzkich i finansowych, jednak podobnie wymagają tego wszystkie inne formy raportowania korporacyjnego.

Aspekt, który jest pomijany przez wielu ludzi, którzy krytykują raportowanie CSR, to fakt, iż w XXI wieku raportowanie CSR jest – lub powinno być – niezbędnym

narzędziem zarządzania przedsiębiorstwem. To nie jest – i nie powinno być – czymś stworzonym jedynie po to, by łagodzić potencjalną krytykę i poprawiać wizerunek.

Wszyscy żyjemy, niektórzy z nas prowadzą swój własny biznes, w świecie, w którym nieprzerwanie zachodzą nigdy wcześniej niedoświadczone zmiany społeczne i środowiskowe. Szerzący się wzrost populacji napędza rosnące zapotrzebowanie na ograniczone zasoby. Nieprzewidywalna, ekstremalna pogoda wpływa na dostawę niezbędnych produktów. Zmieniające się warunki społeczne i oczekiwania napędzają rosnącą już siłą nabywczą i społeczny niepokój.

Raportowanie CSR jest środkiem, dzięki któremu biznes może zrozumieć ekspozycję na ryzyka tych zmian i potencjalny zysk wynikający z nowych możliwości komercyjnych. Raportowanie CSR jest procesem, dzięki któremu przedsiębiorstwo może zebrać i analizować dane, które są potrzebne do stworzenia długoterminowej wartości i odporności na zmiany środowiskowe i społeczne. Jest ono niezbędne by przekonać inwestorów, że Twój biznes posiada jakąś przyszłość poza tą w następnym kwartale lub roku.

To, co mnie cieszy najbardziej w tegorocznych wnioskach z ankiety KPMG dotyczącej raportowania CSR to sygnały, które wskazują na to, że wiele największych światowych przedsiębiorstw używa procesu raportowania CSR by przywrócić odpowiedzialny biznes i zrównoważony rozwój do serca strategii biznesowej, czyli tam gdzie tak naprawdę one należą.

Prawie wszystkie z 250 największych światowych przedsiębiorstw raportują odnośnie odpowiedzialności biznesu.

Z tych, które raportują, dziewięć na dziesięć używa swoich raportów do identyfikowania zmian środowiskowych i społecznych, które wpływają na biznes i jego interesariuszy. Osiem na dziesięć przyznaje, że posiada strategię zarządzania ryzykiem i szansami. Siedem na dziesięć stwierdza, że zmiany te stwarzają możliwości dla innowacyjności nowych produktów i usług. Mniejszość stanowiąca około jednej trzeciej również zauważa możliwości, by zwiększyć swój udział rynkowy i zmniejszać koszty.

Podczas gdy te spółki przewodzą, inne podążają za nimi. Kierunek jest jasny.

Wierzę, że debata na temat tego, czy przedsiębiorstwa powinny raportować odnośnie CSR lub nie, jest już rozstrzygnięta. Jak potwierdza to przeprowadzone badanie, raportowanie CSR wydaje się być standardową biznesową praktyką na całym świecie – nawet w tych regionach geograficznych i sektorach przemysłowych, które jeszcze dwa lata temu zostawały w tyle.

Pytania, które powinny zadać sobie przedsiębiorstwa i na które spróbowaliśmy odpowiedzieć w tej publikacji, to „co powinniśmy raportować?” i „jak powinniśmy to raportować?” oraz, najważniejsze, „jak możemy najlepiej wykorzystać proces raportowania do generowania maksymalnej wartości dla udziałowców i interesariuszy?”.



Yvo de Boer
KPMG's Global
Chairman,
Climate Change &
Sustainability Services

Kluczowe wnioski

Trendy globalne w raportowaniu CSR

Raportowanie CSR wzrasta znacząco we wschodzących gospodarkach

- W Azji, Australii i Oceanii na przestrzeni dwóch ostatnich lat zdecydowanie wzrosły wskaźniki dotyczące raportowania CSR. Prawie trzy czwarte (71%) przedsiębiorstw założonych w Azji, Australii i Oceanii publikuje dziś raporty CSR – nastąpił wzrost o 22 punkty procentowe od 2011, kiedy to raportowała mniej niż połowa (49%).
- Ameryki przejęły pozycję Europy jako wiodący region raportujący CSR, przede wszystkim dzięki znacznemu wzrostowi raportowania w Ameryce Łacińskiej. 76% spółek w obydwu Amerykach raportuje CSR, podczas gdy w Europie – 73%, a w Azji, Australii i Oceanii – 71%.

- Najwyższy wzrost w raportowaniu CSR od 2011 roku został odnotowany w: Indiach (+53 punkty procentowe), Chile (+46), Singapurze (+37), Australii (+25), na Tajwanie (+19), Chinach (+16).
- Raportowanie CSR jest teraz niezaprzeczalnie istotną praktyką biznesową na świecie, przedsięwziętą przez prawie trzy czwarte (71%) z 100 spółek ankietowanych w 2013 roku. Ten globalny odsetek raportowania CSR odnotował wzrost w wysokości 7 punktów procentowych od 2011 roku, kiedy mniej niż dwie trzecie (64%) ankietowanych spółek tworzyło raporty CSR.
- Pomiędzy 250 największymi światowymi przedsiębiorstwami, odsetek publikujących raporty CSR jest mniej więcej stabilny i osiąga wartość 93%.

Różnica pomiędzy wiodącymi i zostającymi w tyle sektorami przemysłowymi pomniejsza się

- We wszystkich sektorach więcej niż połowa przedsiębiorstw raportuje odnośnie odpowiedzialności biznesu, co oznacza, iż raportowanie CSR może być traktowane jako standardowa światowa praktyka biznesowa niezależnie od przemysłu. Dwa lata temu mniej niż połowa sektorów odnotowała odsetek raportujących na poziomie powyżej 50%. Jednocześnie, luka pomiędzy sektorem o najwyższej i najniższej ocenie zmniejszyła się o 22 punkty procentowe.
- Niektóre sektory zrobiły spory krok naprzód przez ostatnie kilka lat. Sektory motoryzacyjny i medialno-telekomunikacyjny osiągnęły najwyższy odsetek publikujących raporty CSR (77% i 75%), podczas gdy pięć lat temu w 2008 roku ich raportowanie było na jednym z najniższych poziomów (49% i 47%).

OCENA KPMG

Raportować, nie raportować? Debata rozstrzygnięta.

Przedsiębiorstwa nie powinny dłużej zadawać sobie tego pytania. Wierzymy, że debata na ten temat została rozstrzygnięta. Wysoki odsetek przedsiębiorstw publikujących raporty CSR we wszystkich regionach sugeruje, że jest to standardową praktyką biznesową na świecie. Liderzy przedsiębiorstw N100 czy G250, którzy dalej nie publikują raportów CSR, powinni zadać sobie pytanie, czy kontynuowanie płynięcia pod prąd jest dla nich korzystne czy jednak warto podjąć ryzyko.

Najważniejszymi pytaniami teraz są „co?” i „jak?” – lub, innymi słowy, chodzi o jakość raportów CSR i najlepsze metody by dotrzeć do odpowiednich odbiorców. Ważna jest ocena tego, co jest istotne dla biznesu, odpowiednie zaangażowanie interesariuszy, posiadanie szczerzej strategii komunikacji, a w tym otwartość na wyzwania i wdrożenie procesów do zbierania i sprawdzania danych.

Umieszczanie informacji na temat CSR w rocznym raporcie staje się standardową praktyką

- Ponad połowa przedsiębiorstw publikujących raporty CSR na świecie (51%) dołącza obecnie informacje odnośnie odpowiedzialności biznesu do rocznych raportów finansowych. Jest to znaczący wzrost od 2011 (kiedy robiło to tylko 20%) i 2008 (tylko 4%). Kierunek jest jasny i podczas gdy więcej niż połowa przedsiębiorstw ankietowanych już teraz dołącza do swoich raportów finansowych dane odnośnie CSR, to bezspornie może być to traktowane jako globalna standardowa praktyka.
- Jednakże, włączanie informacji odnośnie CSR w roczny raport nie oznacza tego, że

przedsiębiorstwa zdążyły już wdrożyć trend zintegrowanego raportowania (ang. integrated reporting): tylko jedna na dziesięć spółek publikujących raporty CSR (10%) publikuje raport zintegrowany.

Wykorzystanie wytycznych Global Reporting Initiative (GRI) jest niemal powszechne

- 78% przedsiębiorstw publikujących raporty CSR na świecie odwołuje się w swoich raportach CSR do wytycznych odnośnie raportowania opracowanych przez organizację Global Reporting Initiative, jest to wzrost o 9 punktów procentowych w stosunku do ankiety przeprowadzonej w 2011 roku (robi tak ponad 90% przedsiębiorstw w Południowej Korei, Południowej Afryce, Portugalii, Chile, Brazylii, Szwecji).
- Dla 250 największych przedsiębiorstw na świecie odsetek jest nawet wyższy niż dla N100: 82% z G250 publikujących raporty CSR odwołuje się do wytycznych GRI (w porównaniu do 78% w 2011 roku).

Odsetek raportów poświadczanych przez jednostki zewnętrzne wśród największych przedsiębiorstw osiągnął punkt krytyczny

- Ponad połowa (59%) z przedsiębiorstw G250, które raportują dane CSR, poddaje raporty pod ocenę jednostki zewnętrznej, świadczącej usługi poświadczające. Wskaźnik ten wzrósł w porównaniu do 46% w 2011 roku.
- Dwie trzecie spółek, których raporty są poświadczane, decyduje się na zaangażowanie dużej firmy audytowej.

OCENA KPMG

Zarząd i rada nadzorcza spółek powinny zająć się zintegrowanym raportowaniem

Bazując na doświadczeniu KPMG i przeprowadzonym badaniu, wydaje się, że raport zintegrowany jest kolejnym celem raportowania korporacyjnego, jednak tylko kilka przedsiębiorstw robi to już teraz. Istnieje też pewna nerwowość wokół tego czy raport zintegrowany raczej ograniczy niż rozwinie komunikację wokół odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju, szczególnie dla niefinansowych grup interesariuszy.

Raport zintegrowany może być katalizatorem zintegrowanego zarządzania. Doświadczenie KPMG w Południowej Afryce, gdzie raport zintegrowany jest obowiązkowy, pokazuje, że bliskie zaangażowanie zarządu jest niezbędne do osiągnięcia spójnego poglądu na biznes i zintegrowaną strategię biznesową. Aby osiągnąć zintegrowane podejście do tworzenia wartości jako efektu końcowego, potrzebne jest jednak wsparcie zarządu i rady nadzorczej.

OCENA KPMG

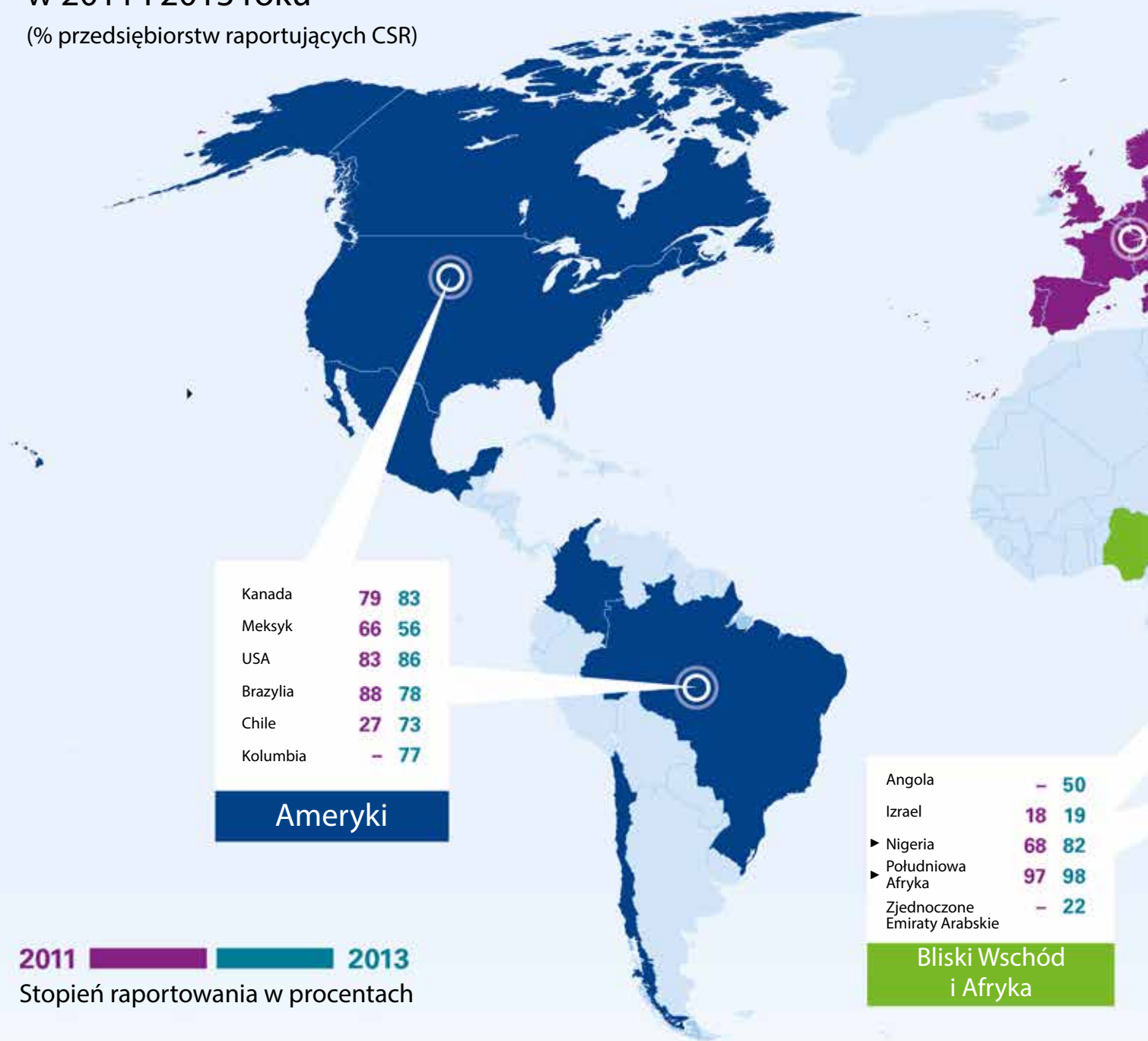
Usługa poświadczająca nie jest już tylko opcją

Samo raportowanie CSR jest obecnie biznesowym standardem samym w sobie; powoli standardem również staje się poświadczanie danych odnośnie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności biznesu. Punkt krytyczny został przekroczony, ponad połowa światowych największych przedsiębiorstw (G250) decyduje się na akredytowanie raportów. Tak jak w przypadku innych trendów w raportowaniu CSR, największe przedsiębiorstwa ustalają kierunek, w którym reszta spółek będzie podążać.

Wiele przedsiębiorstw czuje silny nacisk, by zapewnić swoich interesariuszy w tym, co mówią, a poświadczenie może pomóc w uzyskaniu tej wiarygodności. Pytaniem dla liderów, więc nie jest dłużej „czy powinniśmy poświadczać nasze dane CSR?” tylko raczej „czemu mielibyśmy tego nie robić?” i „jak mamy wybrać odpowiednią opcję, która usatysfakcjonuje interesariuszy i umieści nas przed konkurencją?”

Stopień raportowania CSR w 41 krajach w 2011 i 2013 roku

(% przedsiębiorstw raportujących CSR)



- ▶ Kraje w których regulacje prawne odnośnie raportowania CSR wpływają na wysoki stopień lub znaczny wzrost raportowania CSR.

Belgia	-	68	Polska	-	56
► Dania	91	99	Portugalia	69	71
Finlandia	85	81	Rumunia	54	69
► Francja	94	99	Rosja	58	57
Niemcy	62	67	Słowacja	63	57
Grecja	33	43	► Hiszpania	88	81
Węgry	70	78	Szwecja	72	79
Włochy	74	77	Szwajcaria	64	67
► Holandia	82	82	► Wielka Brytania	100	91
► Norwegia	-	73			

Europa

Australia	57	82
Chiny (i Hong Kong)	59	75
► Indie	20	73
► Indonezja	-	95
► Japonia	99	98
Kazachstan	-	25
► Malezja	-	98
Nowa Zelandia	43	47
► Singapur	43	80
Korea Południowa	48	49
Tajwan	37	56

Azja, Australia i Oceania

Baza: 4100 przedsiębiorstw N100

Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR – Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

Jakość raportowania pomiędzy największymi światowymi spółkami

Należy poświęcić uwagę raportowaniu odnośnie łańcucha wartości

- W analizie KPMG, średni wynik osiągnięty przez przedsiębiorstwa G250 za ich raporty CSR wynosi 59 na 100 możliwych. Wskazuje to, iż jest jeszcze sporo w tej kwestii do ulepszenia.
- Raportowanie według celów i wskaźników osiągnęło najwyższy jak dotąd wynik ze średnią 68 punktów na 100. Duże przedsiębiorstwa wydają się raportować stopień istotności i strategię ze średnim wynikiem 66 i 62 punktów.
- Kluczowym obszarem wymagającym poprawy jest raportowanie odnośnie dostawców i łańcucha wartości, gdzie średni wynik raportowania przedsiębiorstw G250 wynosi 46 na 100, a zaangażowania interesariuszy oraz zarządzania – 53 na 100.

Przedsiębiorstwa europejskie służą za przykład dla innych regionów

- Około jedna czwarta spółek G250 (63 przedsiębiorstw) osiągnęła wynik wyższy niż 80 na 100 wobec przyjętych kryteriów, a 10 przedsiębiorstw osiągnęło wynik wyższy niż 90. Wspomniane przedsiębiorstwa są zlokalizowane w Europie i USA.
- Europejskie przedsiębiorstwa z G250 osiągnęły najwyższy średni wynik jakościowy dla swoich raportów CSR na poziomie 71 ze 100. Dla porównania średni wynik osiągnięty w obu Amerykach wyniósł 54, a w Azji, Australii i Oceanii 50 punktów.

Tabela 1

10 przedsiębiorstw G250, które osiągnęły wynik wyższy niż 90 na 100 odnośnie jakości raportowania CSR:

Przedsiębiorstwo	Kraj	Sektor
A.P. Møller Mærsk	Dania	Transport
BMW	Niemcy	Motoryzacyjny
Cisco Systems	USA	Telekomunikacja & media
Ford Motor Company	USA	Motoryzacyjny
Hewlett-Packard	USA	Elektronika & komputery
ING Group	Holandia	Finanse, ubezpieczenia i akcje papiery wartościowe
Nestlé	Szwajcaria	Spożywczy
Repsol	Hiszpania	Paliwowy
Siemens	Niemcy	Elektronika & komputery
Total	Francja	Paliwowy

Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR – Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

- W Europie najwyższe wyniki osiągnęły przedsiębiorstwa z Włoch (85), Hiszpanii (79) i Wielkiej Brytanii (76).

Wyniki branży z wysokim wpływem odpowiedzialności biznesu rosną

- Duże przedsiębiorstwa w sektorach: elektronika i komputery, górnictwo oraz farmaceutyka publikują wysokiej jakości raporty CSR. Ich średnie wyniki wynoszą odpowiednio: 75, 70 i 70.
- Jednakże w niektórych sektorach, dla których zidentyfikowano znaczące ryzyka i szanse odnośnie odpowiedzialności biznesu, przedsiębiorstwa publikują raporty, które osiągają wyniki poniżej światowej średniej. Sektory: paliwowy, handlowy, produkcyjny oraz budowlany osiągają średnie wyniki odpowiednio na poziomie: 55, 55, 48, 46 na 100.

Szanse przejmują ryzyka

- Większość przedsiębiorstw G250 publikujących raporty CSR (87%) identyfikuje co najmniej kilka społecznych i środowiskowych zjawisk, które wpływają na biznes. Najczęściej wymieniane są: zmiana klimatu, niedobór materiałów i energii, jak i paliwa.
- Przedsiębiorstwa rozpoznają raczej szanse niż ryzyka: 81% przedsiębiorstw rozpoznaje ryzyka biznesowe wynikające z czynników społecznych i środowiskowych, podczas gdy niewiele więcej (87%) rozpoznaje szanse komercyjne.
- Najczęściej wymienianą szansą, która może być wykorzystana, jest innowacyjność nowych produktów i usług, wspomniana przez 72%

przedsiębiorstw G250 raportujących CSR. Następnie wspomina się szansę wzmocnienia marki i reputacji korporacyjnej (wskazywana przez 51% ankietowanych), w dalszej kolejności wymieniane jest wzmocnienie pozycji na rynku/zwiększenie udziałów w rynku (36%) i obniżanie kosztów (30%).

- Tylko jedna na 10 spółek publikujących raporty CSR (12%) rozpoznaje lepszy dostęp do kapitału lub wzrost wartości dla akcjonariuszy jako możliwość zmiany społeczno-środowiskowej.
- Najczęściej wspomnianym ryzykiem biznesowym jest ryzyko reputacyjne, wskazywane przez 53% przedsiębiorstw G250 raportujących CSR.
- Jedynie niewielka część raportów CSR publikowanych przez przedsiębiorstwa G250 (5%) zawiera informacje o wartości finansowej narażonej na ryzyko ze względu na ryzyka społeczne i środowiskowe.
- Znacząca liczba raportujących przedsiębiorstw wspomina również o innych typach ryzyk, które wpływają na działalność operacyjną przedsiębiorstwa, a nie tylko na korporacyjną reputację: ryzyko ustawodawcze (48%), ryzyko

OPINIA KPMG

Ryzyka i szanse powinny być połączone z wartością

Wiele przedsiębiorstw nie postrzega zrównoważonego rozwoju już tylko jako kwestii moralnej, ale jako jeden z głównych aspektów wpływających na ryzyko i szanse biznesowe. Coraz więcej inwestorów rozumie, że czynniki środowiskowe i społeczne narażają wartość przedsiębiorstwa na ryzyko. To prowadzi do pytania o potencjalny finansowy wpływ tych ryzyk i możliwości, a także co spółka jest w stanie zrobić by złagodzić ryzyka lub zmaksymalizować szanse.

Niewiele przedsiębiorstw deklaruje jakiegokolwiek ilościowe ryzyka w swoich raportach CSR. Spółki muszą być przygotowane do zmiany tego podejścia i powinny zacząć uwzględniać je w planowaniu i zarządzaniu ryzykiem.

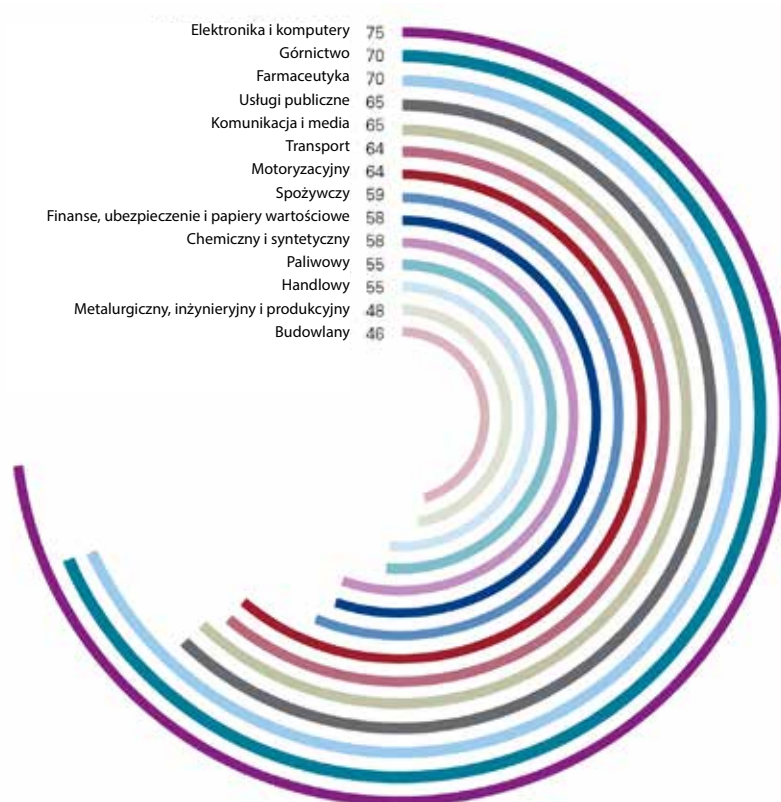
- konkurencyjne (45%), ryzyko wystąpienia zjawisk naturalnych (38%), ryzyko społeczne (36%) i ryzyko prawne (21%).
- Ameryka Północna i Południowa są jedynymi regionami, z których przedsiębiorstwa G250 wspominają o ryzyku konkurencji i ustawodawczym w raportach częściej niż o ryzyku reputacyjnym.
- Większość przedsiębiorstw G250 publikujących raporty CSR (83%) twierdzi w swoich raportach, że posiada strategię odpowiedzialnego biznesu. Przedsiębiorstwa zlokalizowane w Ameryce Północnej i Południowej niechętnie odnoszą się do tego rodzaju strategii w raportach: robi to jedynie 7 na 10.



Jakość raportowania pomiędzy największymi światowymi spółkami

Rysunek 5
Średnia jakość raportów CSR przedsiębiorstw G250 wg sektora
(Maksymalny wynik: 100)

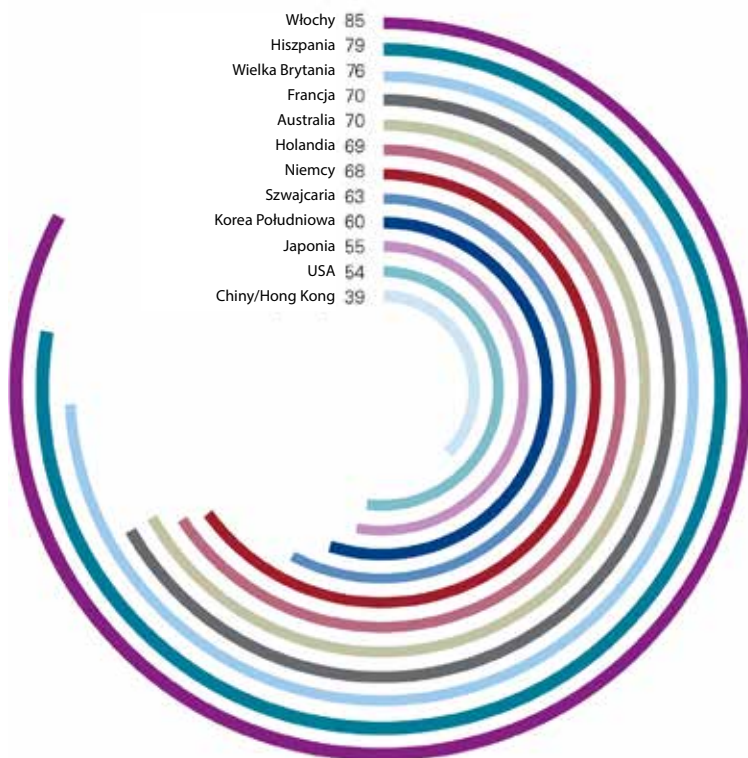
- Duże przedsiębiorstwa w sektorach: elektronika i komputery, górnictwo oraz farmaceutyka publikują wysokiej jakości raporty CSR.



Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR –
Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

Rysunek 6
Średnia jakość raportów CSR przedsiębiorstw G250 wg kraju¹
(Maksymalny wynik: 100)

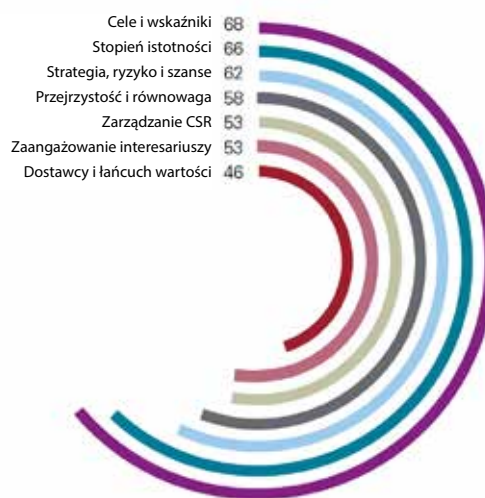
- W Europie najwyższej jakości raporty publikują przedsiębiorstwa z Włoch, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii.
- Europejskie przedsiębiorstwa z G250 osiągnęły najwyższy średni wynik jakościowy dla swoich raportów CSR na poziomie 71 ze 100. Dla porównania średni wynik osiągnięty w obu Amerykach wyniósł 54, a w Azji, Australii i Oceanii 50 punktów.



Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR – Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

Rysunek 7
Średnia jakość raportów przedsiębiorstw G250 wg kryteriów
(Maksymalny wynik: 100)

- Przedsiębiorstwa G250 otrzymały najwyższy wynik w ramach kryterium cele i wskaźniki. Poprawy wymaga raportowanie odnośnie dostawców i łańcucha dostaw.



Źródło: KPMG International, Raportowanie CSR – Ankieta KPMG, Edycja 2013, Grudzień 2013

¹ Średni wynik dla kraju jest obliczony jedynie dla krajów, które posiadają 5 lub więcej przedsiębiorstw publikujących raporty CSR w G250.

Konieczna jest większa przejrzystość w procesie identyfikacji stopnia istotności

- Ponad trzy czwarte przedsiębiorstw G250 publikujących raporty CSR (79%) omawia identyfikowane kwestie CSR, które są istotne dla ich biznesu i interesariuszy.
- W kwestii przejrzystości procesu, używanego do identyfikacji stopnia istotności, istnieje możliwość usprawnień. 41% przedsiębiorstw nie tłumaczy w jaki sposób proces ten przebiega, jedynie nieznaczna mniejszość (5%) ocenia istotność identyfikowanych problemów na bieżąco.

Cele i wskaźniki nie są jeszcze całkowicie zdefiniowane

- Jedna na osiem spółek G250 publikujących raporty CSR (13%) nie definiuje żadnych celów CSR, a jedna czwarta z nich (25%) nie łączy celów CSR ze zidentyfikowanymi istotnymi problemami.

Braki w raportowaniu odnośnie dostawców i łańcucha wartości

- Przedsiębiorstwa z sektora chemicznego i syntezy chemicznej są najmniej chętne do raportowania odnośnie kwestii związanych z łańcuchem dostaw. 60% przedsiębiorstw G250 w tym sektorze, które publikują raporty CSR, nie umieszcza informacji na temat łańcucha dostaw w raportach. Natomiast najczęściej robią to przedsiębiorstwa z sektora elektronicznego i komputerowego.
- Przedsiębiorstwa G250 w Europie są najbardziej skłonne do zamieszczania informacji o tym, jaki wpływ wywierają na ich produkty i usługi zmiany środowiskowe i społeczne. Robi to prawie trzy czwarte (73%) raportujących przedsiębiorstw w Europie, a kolejne 23% jest gotowe opublikować ograniczone informacje na ten temat. W obydwu Amerykach mniej niż połowa ankietowanych przedsiębiorstw (49%) publikuje szczegółowe informacje, a w Azji, Australii i Oceanii robi to jedynie 32% przedsiębiorstw.

Przedsiębiorstwa w Amerykach, Azji, Australii i Oceanii nie raportują w wystarczającym stopniu odnośnie procesu zaangażowania interesariuszy

- Przedsiębiorstwa G250 w obydwu Amerykach, Azji, Australii i Oceanii są daleko w tyle za tymi zlokalizowanymi w Europie, które potrafią wytłumaczyć proces zaangażowania interesariuszy. Cztery na 10 przedsiębiorstw w tych regionach nie uwzględnia żadnych informacji na ten temat w raportach.
- Sektory górniczy i produkcyjny otrzymały najwyższe wyniki pod kątem identyfikacji kluczowych interesariuszy w raportach CSR.
- Tylko jedna trzecia przedsiębiorstw G250 (31%) dołącza komentarze interesariuszy w swoich raportach CSR.

Tylko kilka dużych przedsiębiorstw łączy efektywność CSR z wynagrodzeniem

- Około jedna czwarta przedsiębiorstw (24%) stwierdza w raporcie, że zarząd spółki jest ostatecznie odpowiedzialny za CSR.
- W większości przedsiębiorstw G250 (61%) CSR jest zarządzany na bieżąco przez dedykowaną jednostkę CSR lub zrównoważonego rozwoju.
- Tylko jedna z 10 spółek G250 (10%) wskazuje czytelne połączenie pomiędzy efektywnością CSR a wynagrodzeniem zarządu lub pracowników.

Brak przejrzystości i równowagi

- Tylko jedna na pięć spółek G250 (23%) publikuje dobrze zrównoważony raport, który omawia wyzwania stojące przed odpowiedzialnym biznesem, jak również porażki i sukcesy. Najczęściej robią to przedsiębiorstwa z sektorów: spożywczego, farmaceutycznego, elektronicznego i komputerowego.

OCENA KPMG

Raportowanie odnośnie łańcucha dostaw wymaga poprawy

Wyniki ankiety wskazują, że w niektórych sektorach ze skomplikowanymi łańcuchami dostaw, którym towarzyszą potencjalnie katastroficzne ryzyka środowiskowe i społeczne, raportowanie odnośnie kwestii łańcucha dostaw jest na zbyt niskim poziomie.

Ostatnie wypadki takie jak wyciek ropy i katastrofy w fabrykach, powinny przypominać liderom biznesu, jak ważne jest zarządzanie środowiskowym i społecznym wpływem łańcucha dostaw dla funkcjonowania spółki.

Mówiąc wprost, jeśli przedsiębiorstwa nie zaczną zarządzać tymi kwestiami, to nie będą miały licencji na działalność operacyjną w zglobalizowanym XXI wieku. Przedsiębiorstwa potrzebują pilnie zbudować zaufanie między klientami, społecznościami, inwestorami i innymi interesariuszami, by potwierdzić, że ich łańcuch dostaw jest zarządzany sprawnie. Efektywnym sposobem na zbudowanie takiego zaufania jest przejrzyste raportowanie odpowiedzialności korporacyjnej.

Skontaktuj się z lokalnym biurem KPMG.

Argentina

Martin Mendivelzua
mmendivelzua@kpmg.com.ar

Australia

Adrian V. King
avking@kpmg.com.au

Austria

Peter Ertl
pertl@kpmg.at

Azerbaijan

Vugar Aliyev
valiyev@kpmg.az

Baltics

Gregory Rubinchik
grubinchik@kpmg.com

Belgium

Mike Boonen
mboonen@kpmg.com

Brazil

Sidney Ito
sito@kpmg.com.br

Bulgaria

Emmanuel Totev
etotev@kpmg.com

Canada

Bill J. Murphy
billmurphy@kpmg.ca

Chile

Luis Felipe Encina
lencina@kpmg.com

China

Sean Gilbert
sean.gilbert@kpmg.com

Colombia

Ignacio Cortes
ignaciocortes1@kpmg.com

Cyprus

Iacovos Ghalanos
iacovos.ghalanos@kpmg.com.cy

Czech Republic

Michal Bares
mbares@kpmg.cz

Denmark

Christian Honoré
chonore@kpmg.dk

Finland

Tomas Otterström
tomas.otterstrom@kpmg.fi

France

Philippe Arnaud
parnaud@kpmg.fr

Germany

Jochen Pampel
jpampel@kpmg.com

Greece

George Raounas
graounas@kpmg.gr

Hungary

István Szabó
istvan.szabo@kpmg.hu

India

Santhosh Jayaram
santhoshj@kpmg.com

Indonesia

Iwan Atmawidjaja
iwan.atmawidjaja@kpmg.co.id

Ireland

Eoin O'Lideadha
eoin.olideadha@kpmg.ie

Israel

Oren Grupi
ogrupi@kpmg.com

Italy

Piermario Barzaghi
pbarzaghi@kpmg.it

Japan

Kazuhiko Saito
kazuhiko.saito@jp.kpmg.com

Kazakhstan

Gregor Mowat
gmowat@kpmg.ru

Luxembourg

Jane Wilkinson
jane.wilkinson@kpmg.lu

Malaysia

Lamsang Hewlee
hewlee@kpmg.com.my

Mexico

Jesus Gonzalez
jesusgonzalez@kpmg.com.mx

Netherlands

Bernd Hendriksen
hendriksen.bernd@kpmg.nl

New Zealand

Jamie Sinclair
jpsinclair@kpmg.co.nz

Nigeria

Tomi Adepoju
t.adepoju@kpmg.com

Norway

Per Sundbye
per.sundbye@kpmg.no

Philippines

Henry D. Antonio
hantonio@kpmg.com

Poland

Krzysztof Radziwon
kradziwon@kpmg.pl

Portugal

Filipa Rodrigues
filiparodrigues@kpmg.com

Romania

Gheorghita Diaconu
gdiaconu@kpmg.com

Russia, Ukraine, Georgia & Armenia

Igor Korotetskiy
ikorotetskiy@kpmg.ru

Singapore

Sharad Somani
sharadsomani@kpmg.com.sg

Slovakia

Quentin Crossley
qcrossley@kpmg.sk

South Africa

Neil Morris
neil.morris@kpmg.co.za

South Korea

Sungwoo Kim
sungwookim@kr.kpmg.com

Spain

Jose Luis Blasco Vazquez
jblasco@kpmg.es

Sri Lanka

Ranjani Joseph
ranjanijoseph@kpmg.com

Sweden

Ase Bäckström
ase.backstrom@kpmg.se

Switzerland

Silvan Jurt
sjurt@kpmg.com

Taiwan

Charles Chen
charleschen@kpmg.com.tw

Taiwan

Niven Huang
nivenhuang@kpmg.com.tw

Thailand

Paul Flipse
pflipse1@kpmg.co.th

U.A.E.

Sudhir Arvind
sarvind@kpmg.com

U.A.E. and Oman (Lower Gulf)

Andrew Robinson
arobinson1@kpmg.com

UK

Vincent Neate
vincent.neate@kpmg.co.uk

US

John R. Hickox
jhickox@kpmg.com

Venezuela

Jose O. Rodrigues
jrodrigues@kpmg.com

Vietnam & Cambodia

Paul Bahnisch
pbahnisch1@kpmg.com.vn

Informacje zawarte w niniejszej publikacji mają charakter ogólny i nie odnoszą się do sytuacji konkretnej firmy. Ze względu na szybkość zmian zachodzących w polskim prawodawstwie prosimy o upewnienie się w dniu zapoznania się z niniejszą publikacją, czy informacje w niej zawarte są wciąż aktualne. Przed podjęciem konkretnych decyzji proponujemy skonsultowanie ich z naszymi doradcami.

© 2013 KPMG International Cooperative ("KPMG International"), podmiot prawa szwajcarskiego. Podmioty członkowskie sieci niezależnych podmiotów KPMG są stowarzyszone z KPMG International. KPMG International nie prowadzi działalności usługowej na rzecz klientów. Zadan z podmiotów członkowskich nie jest uprawniony do składania jakichkolwiek oświadczeń wiążących KPMG International lub inny podmiot członkowski ani do zaciągania w ich imieniu jakichkolwiek zobowiązań w stosunkach z osobami trzecimi, jak również KPMG International nie ma uprawnień do składania w imieniu podmiotów członkowskich sieci KPMG wiążących oświadczeń lub zaciągania za nie zobowiązań. Wszelkie prawa zastrzeżone. Nazwa i logo KPMG oraz hasło "cutting through complexity" są zastrzeżonymi znakami towarowymi bądź znakami towarowymi KPMG International.

Nazwa publikacji: The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013

Numer publikacji: 131021

Data publikacji: Grudzień 2013

[kpmg.com/socialmedia](https://www.kpmg.com/socialmedia)



[kpmg.com/app](https://www.kpmg.com/app)

