

Odpowiedzialność społeczna w sektorze energetycznym

25 czerwiec 2008

Wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju i strategii CSR w sektorze energetycznym w Polsce

Aleksandra Nocoń



CSR jako podejście strategiczne

Corporate Social Responsibility

„Odpowiedzialność Biznesu przejawia się w równym traktowaniu wszystkich wymiarów działalności firmy zarówno kwestii ekonomicznych, ekologicznych jak i społecznych. Jest długofalowym, strategicznym podejściem nastawionym na zrównoważony rozwój. ”

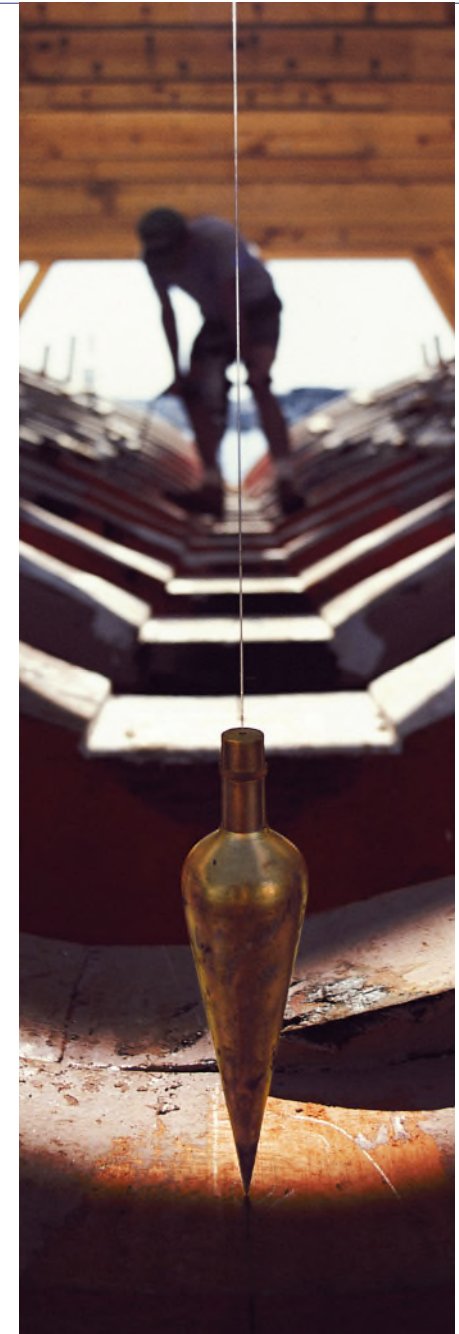
Corporate Social Responsibility

- Przedsiębiorstwa przyjmujące perspektywę Odpowiedzialnego Biznesu uwzględniają, prognozują oraz maksymalizują ekonomiczną, środowiskową oraz społeczną wartość z korzyścią dla wszystkich interesariuszy

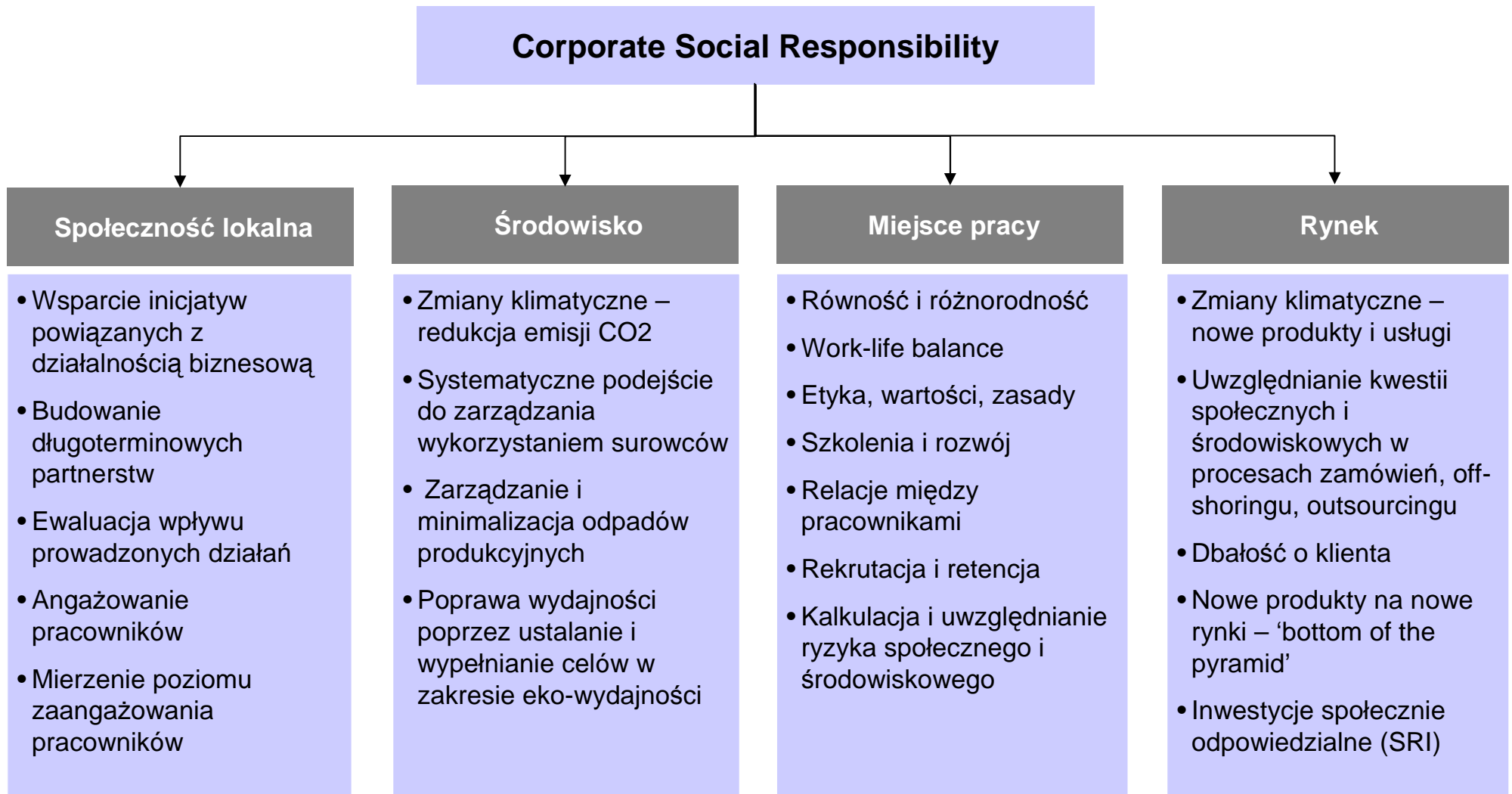
STRATEGIA

- Kompleksowe działania we wszystkich wymiarach biznesu
- Uwzględniające kluczowe grupy interesariuszy
- Powiązane z realiami rynkowymi i możliwościami firmy
- Długofalowe i nastawione na zrównoważony rozwój
- Wymierne w skutkach = mierzalne

SPOSÓB W JAKI FIRMA ZARABIA PIENIĄDZE



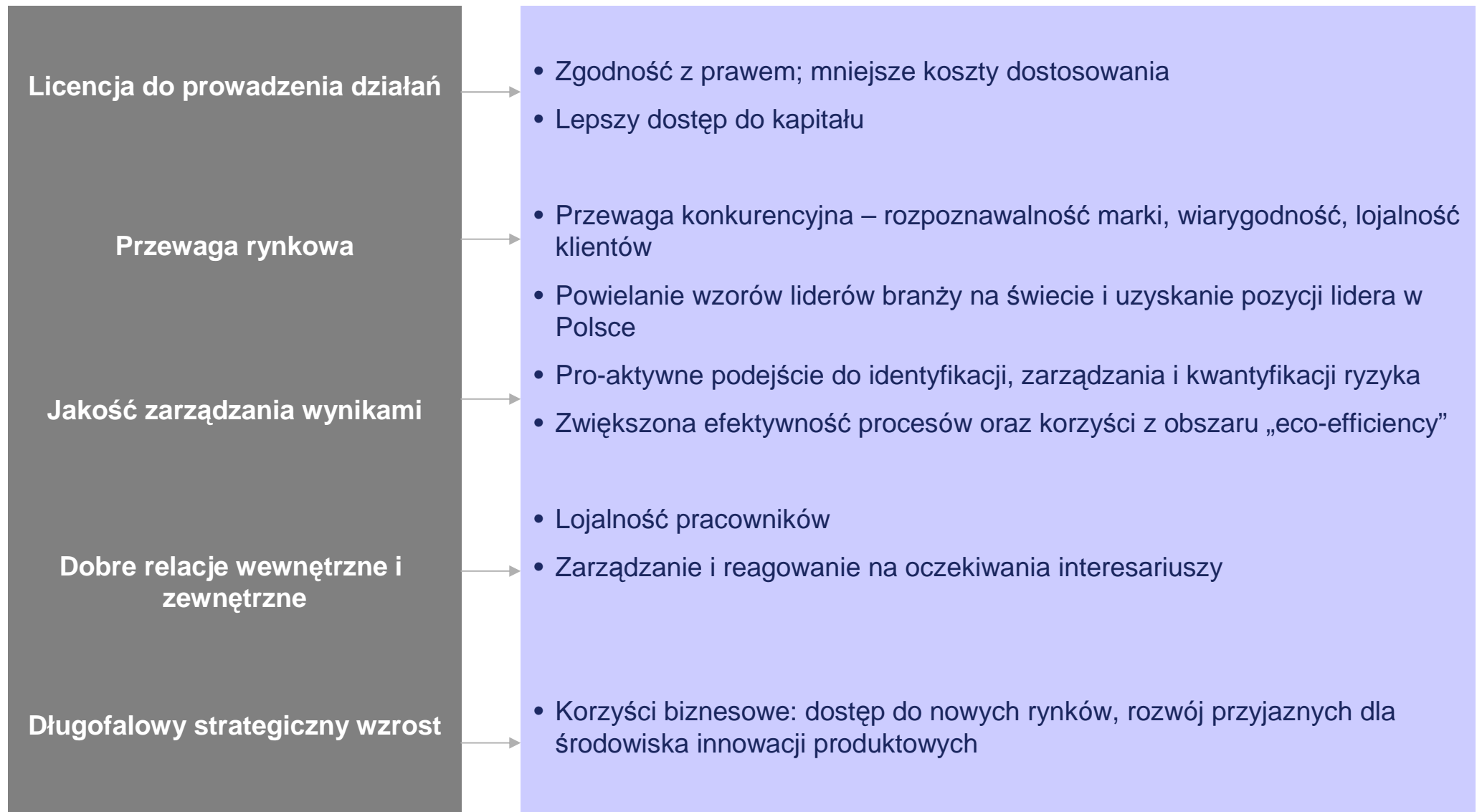
Kluczowe obszary CSR



Nowe rozumienie wartości organizacji



Korzyści z CSR



Wzrost całościowej wartości firmy

Najlepsze praktyki – liderzy rynkowi w sektorze globalnie

Najlepsze praktyki w sektorze wg Sustainable Asset Management (SAM)

SUSTAINABILITY LEADERS 2007/2008

As of October 31, 2007

	Company	Country
SAM Gold Class	Cia Energetica Minas Gerais (CEMIG)	Brazil
	E.ON AG	Germany
	Grupo Iberdrola*	Spain
SAM Silver Class	EDP – Energias de Portugal SA	Portugal
	Endesa SA	Spain
	Energy Corp	United States
	Exelon Corp	United States
	Fortum Oyj	Finland
	National Grid Plc	United Kingdom
	Red Electrica de España	Spain
	RWE AG	Germany
	Union Fenosa SA**	Spain

* SAM Sector Leader

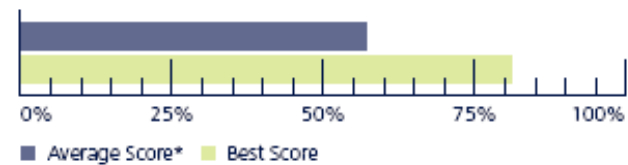
**SAM Sector Mover

SECTOR STATISTICS

Number of companies in universe	88
Number of companies assessed by SAM in 2007	41
Assessed companies to total companies in universe (%)	47
Market capitalization of assessed companies to total market capitalization (%)	65

RESULTS AT SECTOR LEVEL

Total Score



Dimension	Average Score*	Best Score	Weighting in Total Score
Economic	61%	86%	33.0%
Environmental	52%	81%	36.0%
Social	58%	86%	31.0%

*Average score of all assessed companies in the sector

E.ON „Materiality Matrix”



Trendy CSR w sektorze energetycznym

Trendy rynkowe

- Na świecie, 80% firm w sektorze energetycznym publikuje raporty CSR
- Goldman Sachs Sustain w sektorze energetycznym pokazuje bezwzględny wzrost o 40% od lutego 2006 r. do maja 2007 r.
- Coraz powszechniejsze jest inwestowanie w zieloną energię – Goldman Sachs kupił Horizon Wind Energy; do roku 2012 RWE planuje roczne inwestycje 1 miliarda Euro w odnawialną energię
- Według badania wykonanego przez **Innovest Strategic Value Advisors**, cena akcji europejskich firm energetycznych o ponadprzeciętnych wynikach w zakresie kwestii środowiskowych była o 39% powyżej średniej rynkowej w sektorze

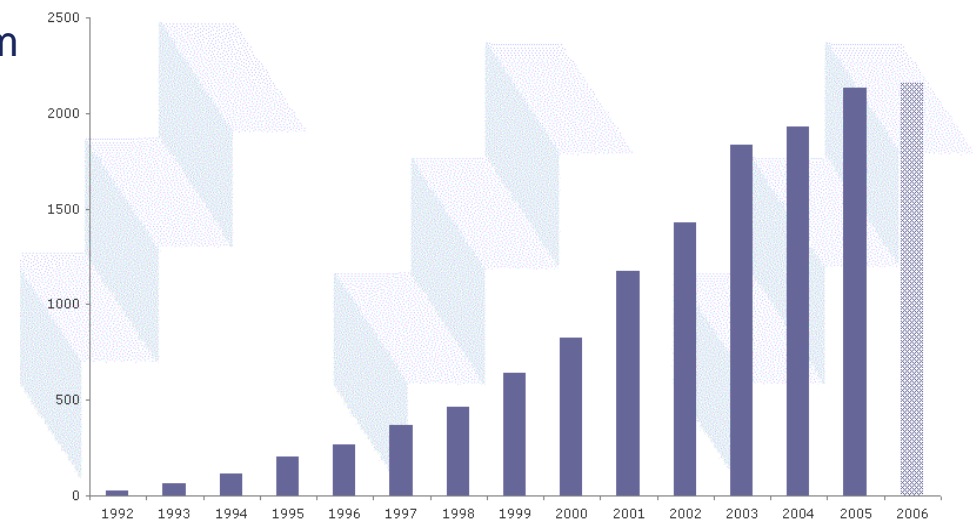
Raportowanie i weryfikacja raportów CSR

Korzyści z raportowania kwestii CSR:

- Pozwala na monitorowanie postępu w osiąganiu założonych celów,
- Wsparcie implementacji strategii CSR,
- Zwiększa świadomości na temat kwestii CSR w firmie, wśród pracowników
- Wartościowe narzędzie w pozyskiwaniu potencjalnych pracowników
- Dzięki zbalansowanej informacji firma zyskuje nie tylko dobry wizerunek, ale przede wszystkim zaufanie i wiarygodność wśród Interesariuszy (kwestia przejrzystości)

Globalne trendy i standardy w raportowaniu i weryfikacji:

- **AA1000 AS**
- Standardy raportowania dostarczające ustalonych ram jakościowych prezentowanych treści i danych (materiality, completeness, responsiveness)
- **GRI G3**
- Wytyczne raportowania wraz ze wskaźnikami odnoszącymi się do różnych obszarów działalności firmy (np. ekonomiczne, środowiskowe, społeczne)



Trendy raportowania społecznego i weryfikacji w energetyce

Spółka	Data rozpoczęcia publikowania raportu	Weryfikacja raportu	Narzędzia
E.ON	2004	PwC Germany	GRI
EdF	2001	Other	GRI
RWE	1998	PwC Germany	GRI, DJSI
ENEL SpA	2003	Other	GRI
ENDESA	2005	Other	GRI
Vattenfall	2001	-	GRI
Electrabel	-	-	
Iberdrola	2001	Other	GRI, AA1000
EDP	1999	PwC Portugal	GRI
Union Fenosa	2000	Other	GRI, DJSI
BOT	2004 (środowiskowy)	-	
PGE	-	-	
PKE	-	-	
ENION	-	-	
EnergiaPro	-	-	
ESW	-	-	

CSR w ujęciu leaderów branży energetycznej...

“Ostatnie wydarzenia podkreślają wagę implementacji kwestii zrównoważonego rozwoju w nasze systemy, procesy i zachowania. Ludzie którzy nas posądzają o rozproszenie z powodu zajmowania się tymi kwestiami, nie pojmują ich właściwie. Fakt, iż społeczność finansowa dostrzega, że firmy, zwłaszcza z sektora energetycznego, ignorują kwestie zrównoważonego rozwoju, jest dla mnie dodatkowym czynnikiem motywującym do działań z tego zakresu.”

Jeroen van der Veer, CEO Shell

„Kiedy tempo zmian wewnątrz organizacji jest wolniejsze niż tempo zmian w otoczeniu organizacji, jej koniec jest bliski...”

John Welsh, Chairman, General Electric



Rekomendacje dla sektora w Polsce

Dlaczego teraz jest odpowiedni okres na wprowadzanie strategii CSR?

- Działania Prezesa URE zmierzające w kierunku całkowitego otwarcia rynku energii elektrycznej od stycznia 2009 r.
- Liberalizacja rynku energetycznego zwiększy nacisk na wysoką efektywność i poprawę reputacji
- Preferencyjny dostęp do kapitału, co w obliczu planowanych dużych inwestycji budowy nowych mocy wytwórczych przez polskie grupy energetyczne jest kwestią bardzo istotną
- Skuteczne zarządzanie ryzykiem ma pozytywny wpływ na budowanie wartości firmy/marki i przewagi konkurencyjnej
- Efektywna koncentracja na zarządzaniu kwestiami odpowiedzialnego biznesu pomaga zaadresować i zarządzać ryzykami biznesowymi i wzmacnia zaufanie i wiarygodność firmy na rynku
- Świadomość interesariuszy rośnie, więc liberalizacja rynku pozwoli klientom wybierać dostawców prezentujących większą aktywność w obszarze CSR

Etapy tworzenia i implementacji strategii CSR



Rekomendacje dla firm energetycznych w kontekście CSR

- Strategiczna współpraca pomiędzy biznesem, organizacjami pozarządowymi, władzami, klientami oraz pracownikami przez dialog społeczny
- Zdobywanie większego rozumienia firmy na temat wpływu na otoczenie, i oczekiwań poszczególnych grup interesariuszy
- Zidentyfikowanie i monitorowanie kluczowych ryzyk oraz korzyści biznesowych
- Analiza działań organizacji względem liderów w sektorze
- Mierzenie i weryfikacja działań CSR
- Promowanie przejrzystości i komunikowanie z interesariuszami o kompleksowych wyzwaniach w sektorze
- Raportowanie CSR

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

