Studiul EY CESA Sustainable Value: Șase din zece companii plănuiesc să investească mai mulți bani anul viitor pentru a face față schimbărilor climatice

România are mari șanse de a devansa celelalte ţări din regiunea CESA (regiunea Europei Centrale, de Est și de Sud-Est și regiunea Asiei Centrale) în ceea ce privește adoptarea diverselor acțiuni pentru schimbările climatice în mai multe domenii, în special în privința acțiunilor legate de furnizori și terți prin parteneriate, fuziuni și achiziții și dezinvestiții, potrivit studiului EY CESA Sustainable Value Study, care pentru România are la bază un sondaj realizat cu 52 de Chief Sustainability Officers (CSO).

Investițiile în inițiative privind schimbările climatice variază pentru fiecare țară CESA, deciziile fiind motivate de diferiți factori. Astfel, Polonia are cel mai scurt termen pentru a deveni carbon-negativă, iar România are cel mai scurt termen pentru reducerea emisiilor și cel mai mic obiectiv de reducere pentru a atinge zero emisii nete. De asemenea, este mai probabil ca Polonia să prioritizeze valoarea oferită clienților, în timp ce agenda României privind schimbările climatice este modelată atât de valorile angajaților, cât și de obiectivele climatice stabilite la nivel global.

În comparație cu alte țări din CESA, respondenții din România consideră că este mai ușor să măsoare progresele înregistrate în agenda privind schimbările climatice comparativ cu măsurarea altor rezultate importante pentru companii. Cu toate

acestea, România trebuie să îmbunătățească în continuare colaborarea între managementul executiv și board cu privire la agenda de schimbări climatice.

Companiile reduc emisiile, dar prea lent și insuficient

La nivel CESA, 92% dintre companiile intervievate și-au luat un angajament public privind schimbările climatice până în 2030. În medie, acestea plănuiesc să reducă emisiile cu 33%, dar până în prezent au redus emisiile cu doar 19%.

Lumea are nevoie de o reducere de 45% până în 2030 pentru a menține obiectivul de limitare a încălzirii globale sub 1,5°C. Cele mai multe angajamente sunt insuficiente – doar 27% dintre acestea intenționează să reducă emisiile cu 45% sau mai mult și doar 38% și-au asumat un angajament până în 2030. Doar 29% dintre respondenți s-au angajat să aibă emisii de carbon negative, iar 15% s-au angajat să atingă net zero.

Un alt aspect confirmat de studiu este faptul că investițiile companiilor în domeniul climei se transformă în beneficiu financiar. Patru din zece companii respondente au obținut o valoare financiară mai mare decât se așteptau. Compromisul dintre realizarea obiectivelor globale legate de planetă şi îndeplinirea obiectivelor de business este adesea o falsă alegere. O abordare holistică a sustenabilității, care include beneficiile financiare, ale angajaților și ale clienților, tinde să se dovedească benefică şi pentru planetă.

Organizațiile care întreprind mai puține acțiuni în domeniul climatic se luptă mai mult cu execuția, în timp ce organizațiile care sunt mai active din acest punct de vedere trebuie să îmbunătățească coordonarea și colaborarea internă. Oportunitățile cheie pentru a face progrese semnificative în ceea ce privește schimbările climatice includ parteneriate mai extinse și investiții în resursa umană.

Șase din zece companii intenționează să investească mai mult anul viitor pentru a aborda schimbările climatice, comparativ

cu anul acesta, iar un 25% dintre ele intenționează să aloce semnificativ mai multe fonduri. Crearea de valoare este un considerent esențial, aproape toate organizațiile (99%) având în vedere mai multe tipuri de valoare, atunci când evaluează o inițiativă.

O abordare a sustenabilității bazată pe valoare generează impact financiar

Investițiile alocate schimbărilor climatice generează mai multă valoare decât se așteptau companiile, pe mai multe planuri. Acest lucru se întâmplă în ciuda îngrijorărilor că inițiativele pentru schimbări climatice vor avea un impact negativ asupra performanței financiare (37%) sau vor reduce capacitatea companiei de a face față competiției pe termen scurt (19%). În medie, respondenții spun că de 2,8 ori mai multe dintre inițiativele organizației lor privind schimbările climatice vor avea un impact financiar pozitiv, decât unul negativ (39% față de 14%).

Companiile sunt de 0,5 ori mai predispuse să prioritizeze valoarea financiară faţă de obiectivele globale legate de planetă atunci când evaluează o inițiativă. Studiul arată că impactul inițiativelor climatice pe mai multe tipuri de valoare poate fi benefică atât pentru companii, cât şi pentru societate și planetă. Astfel, planificarea sustenabilității pe termen lung facilitează menținerea bunei evoluții a companiilor sau identificarea unor noi oportunități de a crea valoare.

Massimo Bettanin, Partener Schimbări Climatice și Sustenabilitate, EY România: *„Sondajul nostru arată că acele companii care sunt mai active în ceea ce privește acțiunile de combatere a schimbărilor climatice beneficiază de o performanţă financiară mai bună decât cea preconizată. Conform sondajului, luarea unor măsuri pentru reducerea emisiilor și investițiile în inițiative care abordează schimbările climatice pot chiar accelera performanța financiară. Acesta*

este un mesaj puternic pentru acele organizații care încă ezită să ia măsuri decisive pentru a-și reduce emisiile de gaze cu efect de seră și pentru a preveni potențialele consecințe ale schimbărilor climatice asupra activității lor. Înțelegerea și abordarea cerințelor de reglementare emergente și a așteptărilor clienților, precum și optimizarea costurilor de operare prin eficiența energetică și a resurselor, minimizarea deșeurilor și reformularea produselor, deblochează noi oportunități în piață și cresc vânzările și veniturile, ceea ce, în cele din urmă, duce la o performanță financiară mai bună. Acest sondaj confirmă faptul că acțiunea în domeniul climei nu este doar o chestiune de gestionare adecvată a riscurilor, ci este, de asemenea, și poate chiar mai important, o oportunitate care creează valoare pe termen mediu și lung și sporește reziliența unei companii”.