

Introducere

1.1.Contextul general

Impactul social al companiilor este un subiect care crește pe agenda publică și politică. Directiva privind raportarea non-financiară va da un nou impuls acestei dezbateri. Prezentul raport este o oglindă a mediului de afaceri responsabil din România, cel care e cu un pas înaintea reglementării.

Raiffeisen Bank, Centrul Român de Politici Europene (CRPE) și Romanian Business Leaders au adoptat Directiva UE privind raportarea non-financiară într-un parteneriat premieră pentru transparență dintre societatea civilă și mediul de business autohton, în proiectul “**Parteneriat pentru integritate**”. Cei trei parteneri doresc să contribuie la reglementarea predictibilă și cu valoare adăugată a acestei legislații importante la nivel național. La momentul publicării acestui raport, directiva se află la începutul procesului de transpunere în toate statele membre UE.

Chiar înainte de apariția acestei directive, o serie de companii din România, într-o majoritate covârșitoare investiții străine, adoptaseră deja practici de raportare non-financiară. Aceste companii sunt, deci, actorii voluntari ai raportării. Experiența lor este importantă pentru economie, tocmai pentru că raportarea se va generaliza odată cu transpunerea directivei în legislația națională. Prezentul raport se referă la acești campioni ai raportării.

1.2.Metodologia cercetării

Departamentele care se ocupă de raportare non-financiară din cadrul marilor companii active în România au fost invitate să completeze un chestionar privitor la practicile curente de raportare. Am distribuit anunțul privind participarea la studiu în baza de date a partenerului Romanian Business Leaders. A urmat un proces de auto-selecție (între companiile care raportează și cele care nu raportează). A rezultat un eșantion de 24 de companii care raportează non-financiar, utilizând diverse grile.

Nu există date comprehensive la zi privind numărul de companii care raportează non-financiar în România. Un studiu al Transparency International România din 2011¹ vorbește despre 50 de companii care au declarat că raportează în grila GRI, 23 în grila proprie, șapte conform principiilor UNGC și cinci sau mai puțin într-unul din standardele de raportare AA1000, LBG, FTSE4Good, ISAE300, SAB000). De remarcat că, în 2011, la nivelul întregii Uniuni Europene existau 850 de companii care raportau conform GRI².

¹ “Integritatea în mediul de afaceri din România. Cercetare asupra mecanismelor de instituționalizare a eticii în companii”, 2011, Transparency International România.

² *GRI Sustainability Reporting Statistics. Publication Year 2010*; Global Reporting Initiative, Report Services, 2011.

În 2013, Cristian Ducu și Ruxandra Bândilă³ au trecut în revistă companiile care apar pe site-urile celor mai importante standarde de raportare non-financiară, rezultând un număr de 58 de companii care raportează, în principal folosind principiile UN Global Compact și standardul GRI.

Din această perspectivă, **un eșantion de 24 de companii care raportează aspectele non-financiare și care au răspuns chestionarului nostru este relevant** (fără a putea măsura gradul de reprezentativitate, dat fiind că populația totală este doar aproximată) și oferă premisele unei cunoașteri aprofundate a campionilor raportării non-financiare în România. Mulțumim companiilor care au fost alături de noi în acest demers.

Ulterior, am realizat interviuri individuale în profunzime cu reprezentanți a zece companii.

- Publicul țintă al cercetării: companiile care raportează non-financiar
- Cercetare cantitativă: eșantion autoselectat de 24 de companii care raportează non-financiar
- Cercetare calitativă: interviuri cu persoane însărcinate cu raportarea non-financiară la zece companii mari, active în România, din următoarele domenii (au fost cazuri în care am făcut mai multe interviuri la aceeași companie sau interviuri colective):

Domeniu activitate	Număr companii intervievate
FMCG	2
Bănci	2
Energie	2
IT&C	1
Consultanță	1
Pharma	2

³ [Cercetare standarde internaționale de raportare - document de lucru al Coaliției pentru Afaceri Curate](http://www.cleanbusiness.ro/?p=306), Cristian Ducu, Ruxandra Bândilă, Link direct: <http://www.cleanbusiness.ro/?p=306>

2. De ce raportează cei care raportează? De unde au început?

În lipsa unei obligații legale, raportarea non-financiară a reprezentat mai degrabă un proces de proiectare externă a acțiunilor companiei, devenind un vehicul de promovare și comunicare cu mediul extern. Fie că vorbim de o inițiativă internă, pornită din cadrul departamentelor specializate, a unui transfer de expertiză din partea companiilor mamă sau un *peer pressure* al zonei de activitate, raportarea non-financiară a contribuit nu doar în plan extern, printr-o mai mare transparență a companiei, ci și intern, printr-o mai bună priorizare și alocare a resurselor pe partea de responsabilitate socială.

”Nu am luat această decizie neapărat pentru că știam că vine o directivă sau pentru că se discuta despre ea, ci din nevoia de a ne structura de o manieră eficientă și de a încerca să pornim o iterație pe care să o putem urmări de la an la an. Știm că raportul nu este obligatoriu. Sunt foarte mulți bani pe care îi cheltuim și puteam să spunem: luăm o pauză. Însă ne-am dat seama că ne ajută, atât în a transmite consecvență față de mediul extern cât și ca structurare în interior: Te ajută pe tine. Practic, structurezi, prioritizezi, înțelegi impactul pe care îl ai. Înveți din procesul de raportare. Sunt zone atât de noi pentru România (Notă: *aspectele care se raportează*), este cu adevărat un câștig pe această zonă pentru noi. Nu a fost greu să convingem managementul, toată lumea din board știa că la nivel de companie mamă principiile acestea sunt importante.”
(reprezentant companie)

”Cu alte cuvinte, suficient de mulți clienți vor să știe aceste lucruri și va exista, există deja, o presiune externă, și, în aceeași măsură, o apreciere a companiilor care fac acest lucru.” (reprezentant companie)

Dincolo de exercițiul de imagine, ce reprezintă probabil cel mai important instrument de transparentizare al companiilor, și a interesului crescut din ultimii ani față de zonă de CSR, raportul trebuie să adopte un cadru echilibrat și relevant, încorporând atât elementele pozitive, cât și cele negative. Calitatea informațiilor dezvăluite de companii, îndeosebi practica de a evidenția numai elementele pozitive și de a nu dezvălui aspectele negative semnificative, a fost unul dintre motivele ce au stat la baza reformei propuse de Directiva privind raportarea non financiară. Deseori, rapoartele de sustenabilitate se fundamententază doar pe performanțele pozitive și cu impact în societate.

„Poate că unele dintre motivele raportării de conduită țin de faptul că oamenii vor să *dea bine* și e greu să-i faci să înțeleagă faptul că un raport de sustenabilitate nu trebuie să conțină numai lucruri bune. Vorbim de transparență, ne asumăm și bune și rele. E o schimbare de mentalitate pe care nu o poți face de pe o zi pe alta.”
(reprezentant companie)

În rândul celor intervievați au fost și reprezentanți de companii care, dezamăgiți de impactul acestui exercițiu, au renunțat să mai raporteze după publicarea primului raport:

”Din punct de vedere al *pay-back*-ului nu merită să faci. În România nimeni nu îți recunoaște asta, nu ai *feedback*, de la presă, de la lideri de opinie, de la parteneri de afaceri. Nu e un factor de diferențiere și atunci CEO-ul te întreabă: eu trebuie să fac bani, de ce să-ți dau ție 30.000 de euro pentru asta dacă nu se vede în încasări?”
(...)

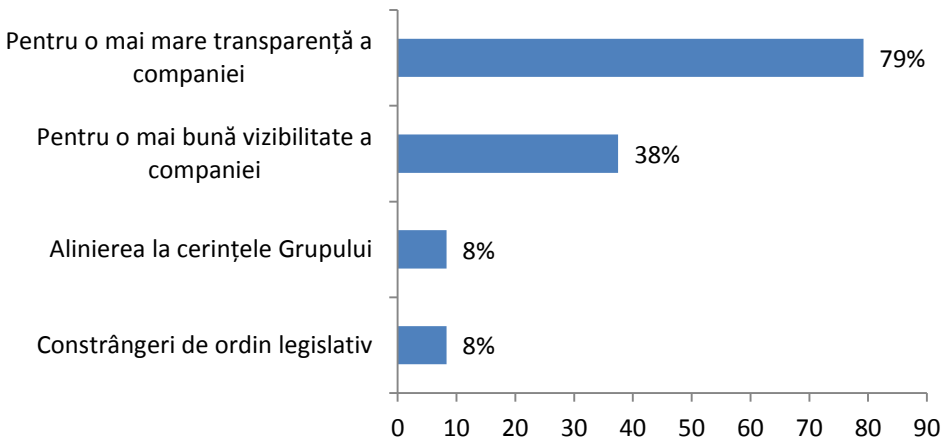
”Ideea raportării GRI ne-a venit văzând cum au făcut colegii din companie din alte țări. Acolo raportul acesta e chiar folosit, când se văd cu politicieni de pildă, aceia se uită la aspectul acesta cu impactul asupra societății, raportul chiar îi ajută. Acest gen de cerință nu am văzut-o în România. După ce am lansat raportul nu m-a mai întrebat nimeni de el”.
(reprezentant companie)

Potrivit rezultatelor cercetării CRPE, motivele care au stat la baza adoptării raportării non financiare au gravitat în jurul a două răspunsuri: 79% dintre intervievați au răspuns “pentru o mai mare transparență a companiei,” iar 38% au răspuns “pentru o mai bună vizibilitate a companiei”, răspunsuri conforme și cu interviurile în profunzime realizate.

Ce anume a determinat compania să adopte un astfel de raport?

(răspuns multiplu)

Baza: 24 de companii



“A venit din dorința managementului în primul rând, pentru că altfel nu s-ar fi făcut. Din dorința de a ajuta puțin procesele interne să se dezvolte. În momentul în care ești obligat să raportezi și îți asumi anumite cifre te gândești și cum poți să îndrepti unele lucruri sau să le schimbi. Pe de altă parte a venit din nevoia noastră de a ne poziționa astfel încât să fim văzuți ca o companie transparentă, care face lucruri pentru comunitățile în care activează, care încearcă să își rezolve problemele și, mai mult decât atât, chiar le rezolvă. O companie care s-a angajat pe calea sustenabilității și a responsabilității sociale. Grupul (*notă: compania mamă din care face parte filiala românească*)” ne-a spus că vom avea doar o parte din informația strânsă în raportul mare al grupului, și atunci managementul nostru a decis să aibă propriul raport.”
(reprezentant companie)

În același timp, unii dintre cei intervievați și-au arătat dezamăgirea față de faptul că, în spațiul public, se acordă puțină atenție acestor rapoarte. Un alt motiv de frustrare este acela că se culege multă informație din interiorul companiei fără a se înțelege exact de ce e nevoie de ea.

”Lumea în România abia începe să fie sensibilă la aceste aspecte, la CSR în general. Dar nu e suficient de cunoscut astfel încât lucrurile să se schimbe cu adevărat.”
(reprezentant companie)

”Nu știu dacă în Romania contează. Poate de acum înainte. (n.n raportul) e rigid și prea tehnic, e un document extrem de stufos, pe care nimeni nu ți-l citește. Nu se uită nimeni, nu-i interesează asta. Investitorii pot să fie ei interesați, dar eu nu am exemple acum.”
(reprezentant companie)

3. Costuri și dificultăți în implementarea raportării non-financiare

Costurile aferente procesului de raportare non-financiară sunt destul de greu de evaluat, cele mai multe dintre companii repartizând această sarcină unor departamente și angajați care sunt implicați și în alte proiecte, fără să existe un buget intern special dedicat raportării. Am rugat companiile care au răspuns sondajului nostru să estimeze numărul de ore necesar pentru realizarea unui raport. Valoarea medie a timpului necesar pregătirii unui raport non-financiar este de 291 de ore de muncă. Totuși, dispersia răspunsurilor este suficient de mare (minim opt ore, maxim 3000) încât să avertizăm că media răspunsurilor poate induce în eroare. Dispersia în sine însă arată că procesul este departe de a fi standardizat, iar diferența pare a fi dată de angajarea (sau nu) a unui consultant extern (caz în care orele lucrate în interiorul companiei scad).

”Nu am făcut niciodată calculul acesta, ar fi interesant, însă e destul de complicat. Ideea este că se muncește aproape un an de zile la un raport de genul acesta, cu foarte multe resurse atât interne cât și externe. La mine în echipă, este un om care se ocupa de întocmirea acestui raport, care adună toate informațiile din companie, iar pe lângă el mai sunt implicate cel puțin 10-15 persoane care adună informații pe toate direcțiile.” (reprezentant companie)

”Am calculat trei luni, două persoane, opt ore. Rezultă undeva la o mie de ore. E puțin, pentru că eu nu calculez timpul celor care îmi dau mie datele și nici nu calculez timpul de comunicare sau DTP-ul pe raport.” (reprezentant companie).

Interlocutorii din interviurile calitative nu au putut furniza un calcul al costurilor financiare implicate. Aici intervine dificultatea suplimentară dată de faptul că cele mai multe dintre companiile care raportează apelează la consultanți externi pentru raportare, deci un calcul financiar ar trebui să includă resursele proprii plus contractul externalizat. O estimare minimală este de 15.000 de euro (resurse interne). Costurile unui contract de consultanță pentru realizarea unui raport în format GRI au fost estimate în interviuri începând de la 30.000 de euro până la 100.000.

”Din punct de vedere financiar, costurile se ridică undeva la 100.000 euro. Suma este pentru o companie de consultanță, pentru că nu poți să o faci intern, nu ai cum, nu ai resurse. Cel puțin în primii ani îți trebuie un om, ai nevoie de transfer de expertiză, nu există oameni specializați pe raportarea de tip GRI în România. Acum învățăm să facem aceste lucruri. Nu este o muncă foarte plăcută, este o muncă extrem de riguroasă, extrem de aridă iar finalitatea nu este decât un document

- Q: De ce nu e o muncă plăcută?

Pentru că nu e foarte plăcută, sistemul GRI este foarte rigid și nici nu știu cât de relevant este pentru noi.”
(reprezentant companie)

Totuși, chestiunea externalizării este una spinoasă. Am observat în timpul interviurilor o tendință de supra-dependență a oamenilor din companii față de firmele de consultanță, de la care se așteaptă să facă raportul non-financiar în locul lor (ceea ce se și întâmplă în practică de multe ori). Există și cazuri în care departamentul însărcinat cu raportarea non-financiară își asumă deschis faptul că procesul trebuie să fie unul internalizat pentru a produce efecte reale. Aceste companii aleg să asigure oamenii proprii traininguri certificate în sisteme de raportare (GRI cel mai frecvent) și să le lase lor întreaga implementare, fără a apela la consultanți externi. Dar aceste cazuri sunt mai rare, situația obișnuită fiind cea în care companiile externalizează raportarea.

Considerăm că situația e inevitabilă pe termen scurt: expertiza lipsește din piață și domeniul e abia la început în România, deci un transfer masiv de expertiză și practici este necesar. Însă credem că această etapă trebuie să fie una provizorie, conștientizată ca atare: externalizarea raportării nu trebuie să devină o practică pe termen lung. Sunt două mari probleme cu raportarea de către un consultant extern:

- a. accesul la informații
- b. efectele de *feedback* și schimbare

În mod evident, efortul de culegere a informațiilor din interiorul companiei reprezintă cea mai serioasă constrângere în procesul de raportare. Chiar și companiile care angajează consultanți externi pun propriul personal să strângă informația. Dar aici există riscul unei rupturi: culegerea de informații în sine presupune o familiarizare cu activitatea companiei și cu obiectivele de raportare care nu este uzuală unui consultant. Odată culese informațiile și raportate într-un format anume, ar trebui să existe un ciclu de *feedback*. De pildă, în interviuri ni s-a semnalat că informațiile privind eficiența energetică sau impactul asupra unor comunități, odată adunate și raportate, au dus la schimbări în procedurile firmei, ceea ce a permis economisire în anii viitori. Un asemenea ciclu de *feedback* este greu de implementat fără o activitate permanentă în interiorul firmei orientată spre raportarea non-financiară.

”Am luat în calcul asta (*notă: angajarea unui consultant*) și ne-am gândit care sunt avantajele și dezavantajele. Probabil dacă am fi fost într-o situație de blocaj, dacă nu știam cum să o luăm, un consultat ar fi fost o soluție mai bună decât să rămânem blocați. Noi am considerat că, dacă iei un consultant extern care să facă treaba în locul tău, nu ne ajută la procesul de învățare intern, pentru că lumea ar fi perceput că e o chestie care se face doar la modul formal. Consultantul calculează el acolo ceva... Dorința noastră, obiectivul numărul unu, era tocmai să internalizăm aceste subiecte. Și am zis atunci: ok, da, va dura mai mult

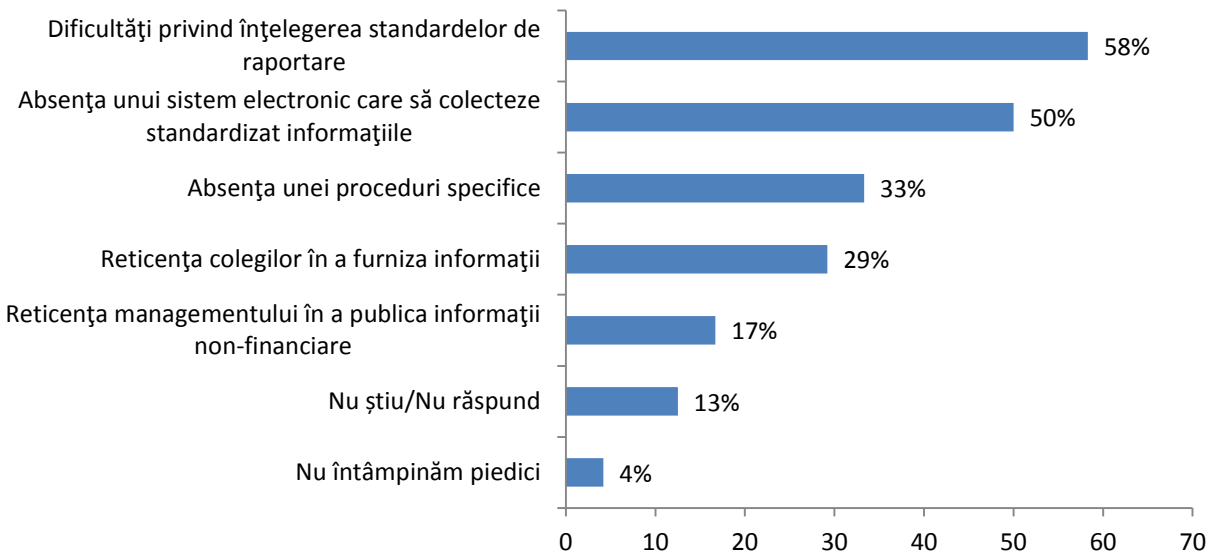
și va cere un efort probabil mai mare, dar obiectivul era acela de a include la modul real mai mulți oameni care să se preocupe și să determine schimbări în procesele de *business*. De aceea am ales varianta poate mai dificilă și în care e nevoie de mai mult timp și de efort pentru a dezvolta intern aceste competențe.”
(reprezentant companie)

La întrebarea cu răspunsuri multiple din sondaj, companiile au indicat ca principale probleme în colectarea informațiilor din interiorul companiilor dificultățile privind înțelegerea standardelor de raportare (58%), absența unor sisteme electronice (50%) și a unor proceduri specifice (33%). O altă problemă des semnalată este reticența colegilor de a furniza date (către persoane care le adună pentru raportare) și reticența managementului în a publica aceste informații.

Care sunt cele mai mari piedici pe care le întâmpinați atunci când colectați date despre raportarea non-financiară?

(răspuns multiplu)

Baza: 24 de companii



Reamintim că este vorba despre un eșantion de companii care raportează și care totuși semnalează dificultăți în a înțelege practicile de raportare. Este așadar nevoie masivă de training și dezvoltare de proceduri în domeniu.

De asemenea, absența unor proceduri face ca angajatul însărcinat cu raportarea să fie adesea prins între ciocan și nicovală: primește un *task* privind raportarea, dar nu are neapărat autoritatea internă de a solicita celorlalte departamente informații (și deci e nevoie de timp pentru agregarea informațiilor). Din interviurile calitative cu companii care raportează la un standard ridicat, considerăm că diferența e făcută de o

asumare a obiectivului de raportare la cel mai înalt nivel (CEO) și de alocarea acestui *task* unui *senior din management* cu autoritatea necesară pentru a pune celelalte departamente la treabă.

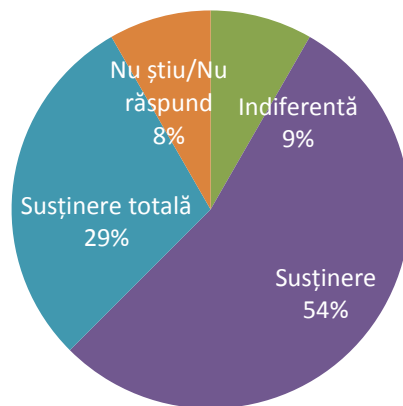
”În general, aceste lucrurile transversale nu pot fi date cuiva care e junior în companie. Trebuie să aibă un *leverage*, să fie cunoscut. Dacă prelucrarea datelor o face cineva mai puțin experimentat, ar trebui să fie și un responsabil din management tocmai ca să se asigure că lucrurile se întâmplă și neregulile să fie reparate oriunde ar apărea. Și că dacă e nevoie, când există blocaje, situația poate să escaladeze până la *Board*. Acum, dacă pui doar un junior, nu poți să îl rogi <<toată ziua, bună ziua>> pe CEO să desfacă o situație sau alta.” (reprezentant companie)

”Trebuie să alergi după colegi să îți dea datele. Iar dacă ei nu înțeleg de ce e nevoie de acest efort, pentru că este un efort mare, atunci stai după ei.” (reprezentant companie)

Cum ați caracteriza atitudinea top-managementului vizavi de introducerea raportării sociale?

(răspuns unic)

Baza: 24 de companii



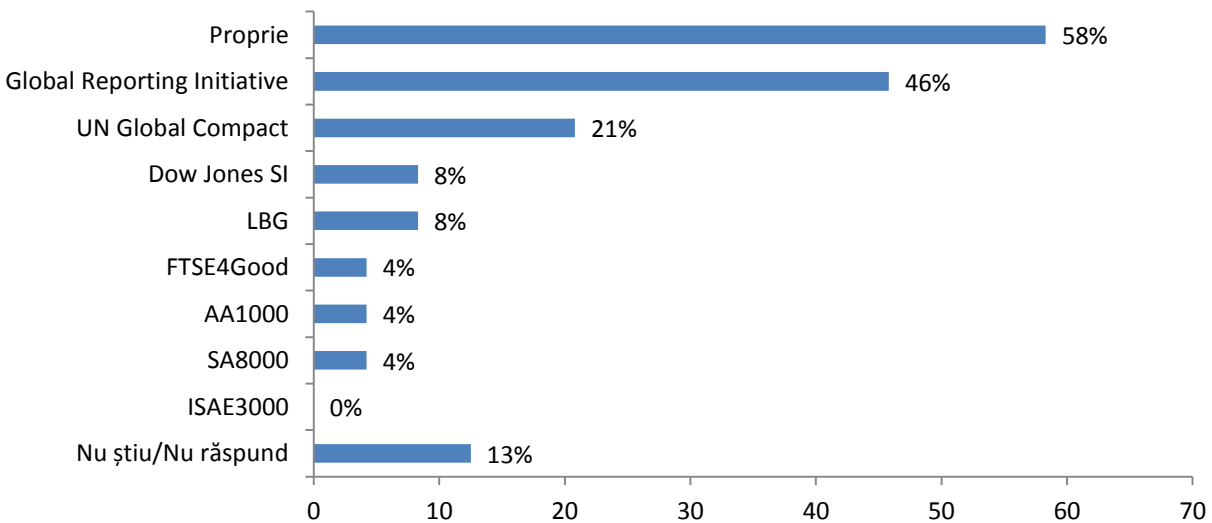
4. Metode de raportare și motivația alegerii

Cel mai răspândit standard internațional folosit de companiile respondente este Global Reporting Initiative (GRI), dar o situație comună este și folosirea unei grile proprii (sau folosirea unei grile proprii pentru raportarea către grup și a unui standard recunoscut internațional pentru raportarea publică).

Ce cadru de evaluare/schemă de audit se folosește la realizarea raportului?

(răspuns multiplu)

Baza: 24 de companii



Interviurile calitative explică o realitate mixtă și fluidă, în care companiile oscilează între grilele proprii și adoptarea unui standard internațional. În unele cazuri raportarea în format internațional e considerată prea pretențioasă și abandonată după unul sau doi ani de raportare.

Situația cea mai comună totuși este ca raportarea să înceapă ca un exercițiu de transmitere a informațiilor către grupul-mamă, urmată ulterior de o raportare independentă a filialei din România. Pentru a înțelege ce presupune trecerea de la raportarea către grup la o raportare independentă am solicitat trei interviuri de profunzime cu filiale din România care raportează către grup, dar care nu au trecut încă la raportarea independentă. În toate cele trei cazuri, intervievații au afirmat că au pus la punct infrastructura de raportare, iar efortul depus pentru a culege informații în formatele cerute de grup este deja considerabil. La întrebarea *dacă o raportare independentă pe România ar aduce beneficii*, interlocutorii au afirmat că ar asigura o vizibilitate mai bună a informațiilor, care altfel se pierd în raportarea mare a grupului.

Considerăm așadar că, în procesul de transpunere a directivei, autoritățile române ar trebui să adopte o formă maximală prin care filialele din țară să raporteze independent. Efortul nu ar fi considerabil mai mare,

dar beneficiul de a cunoaște impactul specific al companiilor pentru România ar aduce valoarea adăugată intenționată de directivă.

Experiențele companiilor multinaționale care au rapoarte de sustenabilitate independente ale filialelor din România arată care au fost motivele trecerii la această practică: nevoia de recunoaștere și nevoia de *feedback* de la an la an asupra organizației. De asemenea, nu poate fi negat efectul de val. Unele companii au trecut la raportarea conform standardelor GRI pentru că au văzut concurenți făcând asta și sunt convinse că este important să țină pasul.

“Ne-a plăcut în mod special GRI pentru că puteai să ai elemente de comparație de la an la an, te-a ajutat să organizezi informația într-un mod relevant. În al doilea rând am căutat un standard care să ne ajute să raportăm elementele de sustenabilitate din activitatea de business și am făcut *assessment* a ceea ce avem deja în organizație, ceea ce facem deja, ceea ce știm, ceea ce nu știm”.
(reprezentant companie)

”GRI e ceva mai strict pentru că lucrezi cu cifre, ai lucruri concrete și pentru că este o direcție asumată de mai multe companii”.
(reprezentant companie)

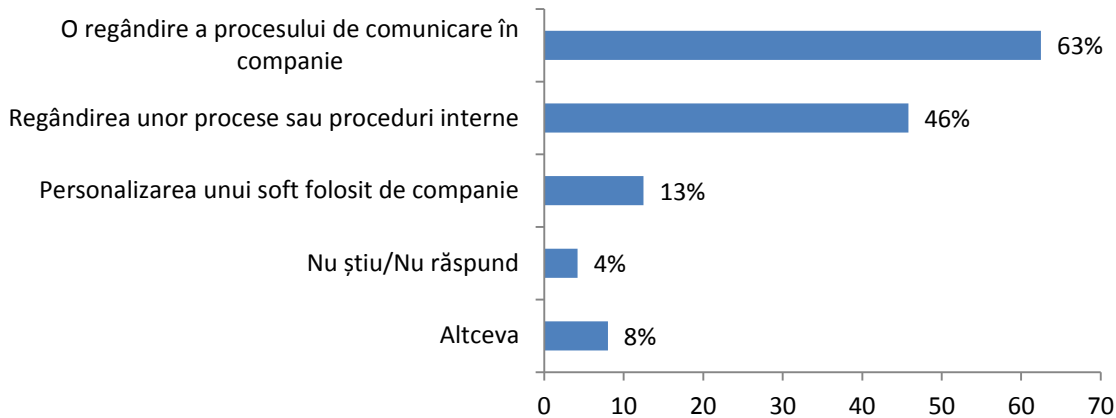
”Important cu GRI e că poți muta discuția de pe imagine și PR pe chestiuni clare, cuantificabile, cu cifre. În România foarte multe proiecte de CSR sunt de fapt tot un fel de proiecte de PR, făcute doar pentru imagine. Ori, o bună raportare în GRI ar trebui să facă evidentă și această distincție: dacă ai 90% comunicare și 10% impact, atunci e un CSR cu impact mic, e doar imagine”.
(reprezentant companie)

Majoritatea reprezentanților companiilor care au participat la cercetarea cantitativă a CRPE explică ce a generat la nivel de companie introducerea raportării: 63% din cei chestionați au indicat regândirea procesului de comunicare în companie în timp ce aproape jumătate (46%) au arătat că acest proces a generat chiar mai mult de atât: regândirea unor procese sau proceduri interne: adaptarea la cerințele investitorilor prin creșterea transparenței, proceduri mai eficiente în departamente precum HR, IT, Administrativ sau Marketing –Vânzări și a oferit și răspunsuri concrete cu privire la nevoile de instruire a angajaților în chestiuni de etică în afaceri.

Ce a implicat realizarea primului raport de responsabilitate socială?

(răspuns multiplu)

Baza: 24 de companii



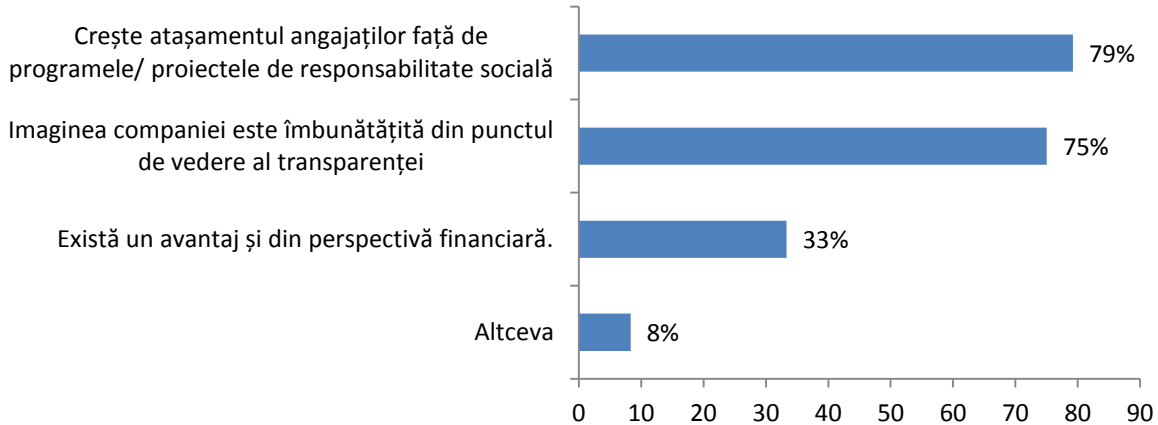
Avantajele concrete văzute de reprezentanții companiilor care au răspuns chestionarului arată atât o schimbare de mentalitate în rândul angajaților, cât și o îmbunătățire a imaginii companiei prin creșterea transparenței (75% dintre cei chestionați).

Foarte interesant este faptul că o treime dintre reprezentanții companiilor care au participat la cercetare au indicat și avantaje financiare urmare a introducerii procedurilor privind raportarea non-financiară. Interviuurile în profunzime vor detalia și situațiile concrete în care, un proces sistematic de raportare non financiară poate aduce economii și eficientiza unele fluxuri financiare la nivelul organizației.

**Care credeți că sunt avantajele companiei în realizarea raportului de
responsabilitate socială?**

(răspuns multiplu)

Baza: 24 de companii



Una din companiile care a participat la cercetarea calitativă a explicat nu doar beneficiile raportării, ci și cele care vin la pachet cu un standard precum GRI.

“Am optat pentru GRI pentru că ne-am gândit că ne va ajuta să organizăm un proces de învățare, noi în interiorul organizației, în primul rând. Nu am căutat neapărat ceva care să ne ajute la promovarea externă într-o primă fază.”
(reprezentant companie)

Mai multe companii au explicat cum au crescut numărul de indicatori, de la an la an, tocmai pentru a surprinde cu mai multă acuratețe detaliile din mai multe procese și departamente ale organizației. Beneficiul: acomodarea companiei și extinderea interesului pentru implicarea în acest proces.

“Ne-am propus ca procesele de colectare a informației din spatele acestor indicatori să fie din ce în ce mai organizate și, astfel, acuratețea datelor să fie mult mai bună. Făcând acest lucru împreună cu colegii noștri din mai multe departamente am progresat și în ceea ce privește pregătirea, *training*-ul, *awareness*-ul în interiorul companiei cu privire la aceste subiecte.”
(reprezentant companie)

După această etapă, cei implicați în proces la nivel de companie au văzut că raportarea non-financiară era cea care pune în evidență lucruri care rămăneau nevalorificate pentru că nu erau “un produs final al organizației”.

“De exemplu, colegii de la resurse umane au găsit foarte interesantă organizarea de date conforme indicatorilor GRI. Nu ne uitaserăm niciodată la date din această perspectivă și ni se pare interesant, o să le analizăm în felul acesta să vedem dacă sunt lucruri de îmbunătățit la nivelul organizației. Același lucru l-am văzut și în partea de administrare logistică.”
(reprezentant companie)

Greu de văzut și de observat de la prima raportare, un proces sistematic de raportare non-financiară aduce și răspunsuri legate de eficientizarea unor costuri: reducerea consumului de hârtie, încurajarea clienților în a folosi suporturi online și mai puțin cele care presupun circuit fizic al documentelor etc.

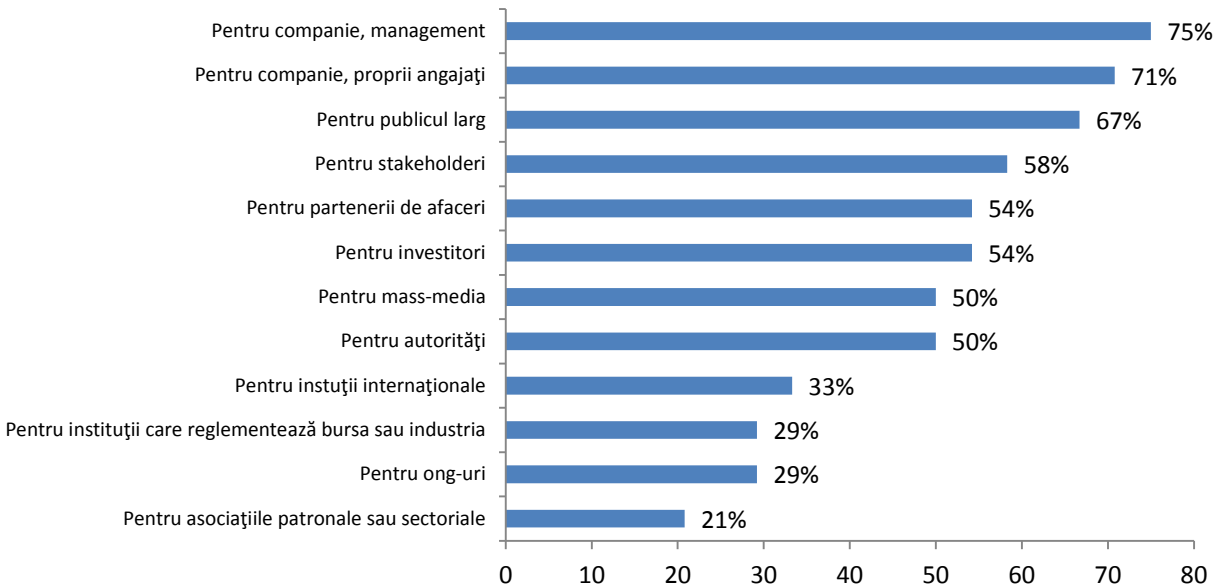
“Colegii din partea de administrare a infrastructurii au propus diferite proiecte care să reducă din consumul de combustibil și, ca atare, o anumită linie de costuri să reducă consumul de energie. E practic meritul acestei raportări că a scos la lumină sau a pus reflectorul pe anumite zone care nu erau sau care nu păreau ofertante pentru portofoliu.”
(reprezentant companie)

“Pentru cine raportați?” este o întrebare la care reprezentanții companiilor care au participat la cercetarea cantitativă au indicat un nucleu de *stakeholderi* care se regăsește în majoritatea cazurilor, dar arată și faptul că un astfel de proces este important și este urmărit și de zona de business – parteneri ai companiei, investitori, burse. Astfel, majoritatea celor chestionați au spus că acest raport este realizat pentru companie (75%), pentru publicul larg (67%), pentru parteneri și investitori (55%). O treime din cei care au răspuns au indicat faptul că această raportare îi are ca destinatari și pe partenerii instituții internaționale și piețele de capital. Doar 29% apreciază că această raportare este interesantă pentru organizații non guvernamentale și doar o cincime pentru patronate ori sindicate.

Pentru cine realizați raportul de responsabilitate socială?

(răspuns multiplu)

Baza: 24 de companii

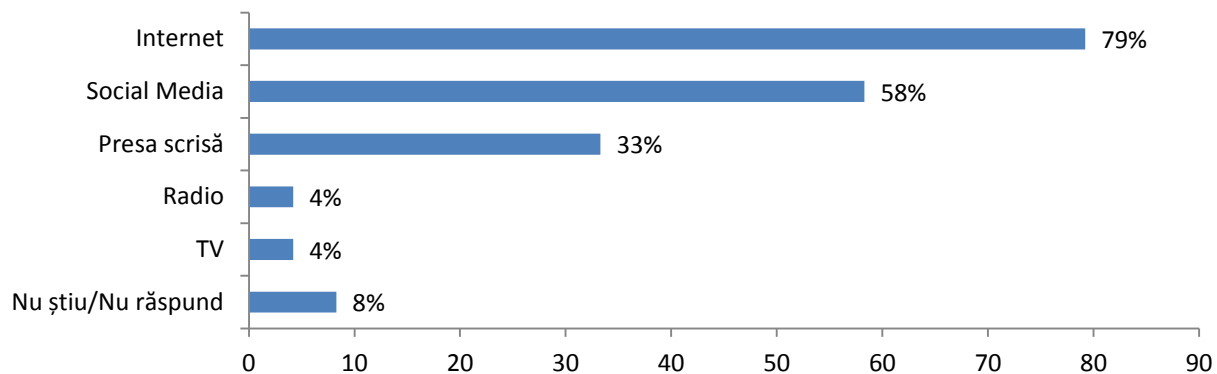


Cum este transmis și prezentat raportul de sustenabilitate/responsabilitate socială devine important din perspectiva directivei privind raportarea non-financiară care, în cazul companiilor vizate direct, va presupune publicarea sa obligatorie. Practicile curente arată că acele companii care au un astfel de raport îl fac public în mediul online 79% (de cele mai multe ori pe site-ul companiei), iar în o treime din cazuri rapoartele sunt citate de presa scrisă și într-o măsură mult mai mică sunt interesante pentru audiovizual (sub 5%).

Interviurile calitative confirmă tendința: companiile încearcă să ajungă la publicul țintă doar cu ajutorul paginii dedicate raportului (fie că e vorba de o secțiune în pagina de *web* a companiei, fie că e vorba de un *website* dedicat raportării și/sau inițiativelor de responsabilitate socială, fie că e vorba de un portal specializat care găzduiește publicațiile organizațiilor) și instrumentelor de socializare (preponderent Facebook). Acest lucru confirmă faptul că nivelul de implicare a stakeholderilor în procesul de elaborare și de comunicare a rapoartelor non-financiare este minim.

Care sunt canalele de comunicare pe care le folosiți cel mai des pentru a comunica raportul de responsabilitate socială sau concluziile cuprinse în acesta?

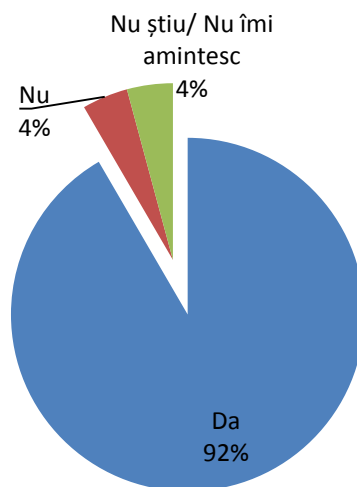
(răspuns multiplu)
Baza: 24 de companii



5. Coduri etice și anticorupție

Un aspect relevant pentru guvernanța corporativă și un element ce totodată ar trebui inclus printre informațiile privind performanța non-financiară se referă la integritate, mai precis la managementul eticii în companii. 92% dintre companiile care au răspuns sondajului afirmă că au un cod de etică. Majoritatea acestor coduri au fost preluate ca atare sau adaptate după cele ale companiilor-mamă, ceea ce arată că investițiile străine rămân principalul motor de difuzare al comportamentului etic în economia românească.

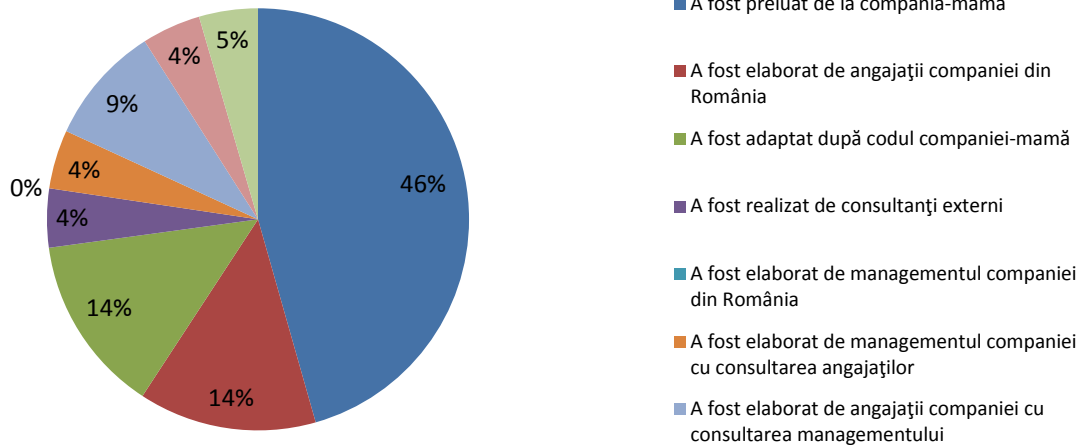
Compania pe care o reprezentați are un cod de etică/de conduită?



Cine a realizat acest cod?

(răspuns unic)

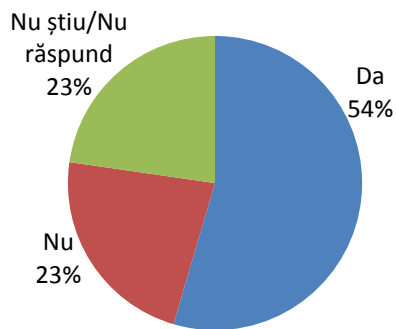
Baza: 22 de companii care au cod etic



Nivelul de implementare e surprinzător de ridicat dacă ne gândim că în 75% din cazuri există responsabili cu implementarea principiilor etice în companii, iar 54% dintre respondenți spun că știu de cazuri în care un coleg a fost sancționat pe baza codului etic.

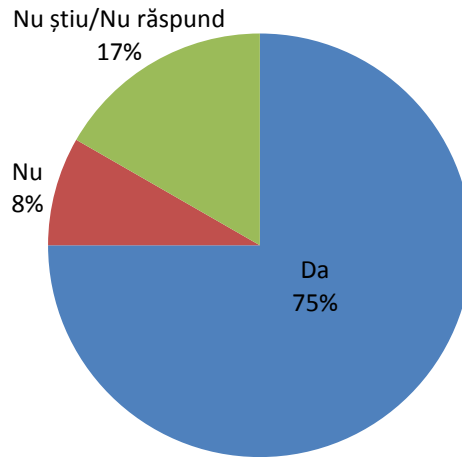
Cunoașteți să fi existat vreun caz în care, pe baza prevederilor codului de etică/de conduită, un coleg din companie să fi fost sancționat pentru o abatere?

Baza: 22 de companii care au cod de conduită



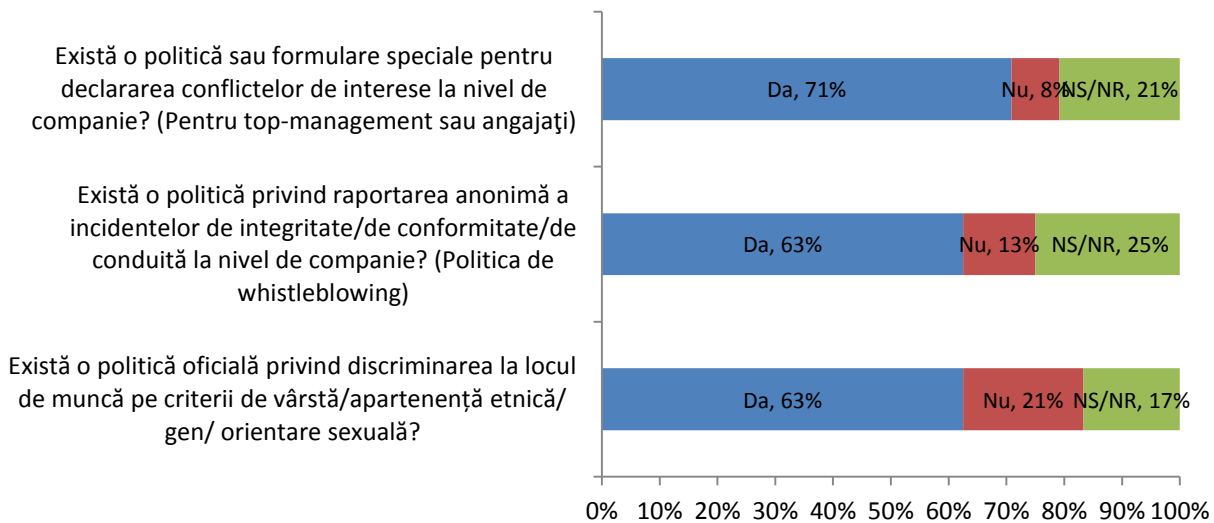
Există un departament sau o persoană angajată în compania dumneavoastră care să se ocupe exclusiv de chestiuni de etică/de conformitate/de conduită?

Baza: 22 de companii care au cod de conduită



Politici privind conflicte de interese, whistleblowing și anti-discriminare

Baza: 24 de companii



Majoritatea companiilor respondente la sondajul CRPE (67%) consideră că raportarea non-financiară este un indiciu al unui comportament etic din partea companiei. Am detaliat acest aspect în interviurile calitative.

O bună parte dintre cei intervievați au arătat că nu există o corelație directă între raportare și integritate. Totuși, legătura este una mai degrabă indirectă: raportarea induce o presiune de a nu călca strâmb.

Politicile privind conflictele de interese sunt destul de răspândite (71% dintre respondenți sondaj) în companiile din România. Acestea implică proceduri riguroase de sesizare și prevenire a unor asemenea situații, iar unii dintre cei intervievați ulterior s-au plâns chiar de o birocratizare indusă de aceste proceduri. Prezumția de la care pleacă aceste politici este că obligația de a anticipa și declara un conflict de interese revine angajatorului, de unde nevoia unor traininguri și completări de formulare.

”Există această procedură privind conflictele de interese, dacă ai dubii, chiar înainte de a propune un contract întrebi la ofițerii de conformitate. Există departamentul de conformitate, poți să faci o plângere și toate se rezolvă.

Există comisii în care se discută orice problemă și se iau decizii.

Pe de altă parte tot managementul de la un anumit nivel încolo semnează la începutul anului o declarație. Mai există și sistemul de raportare a cadourilor primite sau date peste o anumită sumă. Există și o comunicare în preajma sărbătorilor de Paște și de iarnă, și se spune: nu uitați că aveți acest sistem în care sunteți obligați să raportați toate cadourile primite sau oferite peste o anumită sumă, de exemplu: dacă facem cadouri presei de Crăciun trebuie să le raportăm cu nume.”

(reprezentant companie)

”Codul Etic se actualizează o dată la câțiva ani și toți angajații, toți câteva mii, trebuie să treacă printr-un training de profil în cei trei ani.”

(reprezentant companie)

”Toti angajații fac, cel puțin o dată pe an, un training condus de departamentul de *compliance*, care include combaterea corupției, a conflictului de interese, împotriva spălării banilor. Sunt obligatorii pentru toată lumea.”

(reprezentant companie)

În unele ramuri industriale, există înțelegeri între concurenți pentru adoptarea unor coduri etice la nivel de ramură. Industria bancară și cea farmaceutică sunt exemple în acest sens. Un experiment interesant este tentativa Asociației Române a Producătorilor Internaționali de Medicamente (ARPIM) de a autoregamenta interacțiunea dintre companiile de medicamente și personalul medical (o problemă spinoasă în spațiul public din România). Potrivit interviurilor noastre, încercarea ARPIM întâmpină rezistență tocmai din partea personalului medical, tradițional obișnuit să își suplimenteze veniturile prin înțelegeri preferențiale cu companiile farmaceutice. Evident, tentația de *free-riding* va fi mare din partea unor jucători din piață și acest experiment al ARPIM va fi interesant de urmărit. De menționat că, din nou, influența investiției străine este predominantă: ARPIM este filiala românească a asociației europene de ramură, codurile etice și de transparență care urmează a fi implementate fiind transpuneri românești ale unui model european.

”Din 2016 am convenit să raportăm la ARPIM toate interacțiunile dintre companii și medici. Dar există o mare reticență la personalul medical. Sunt foarte foarte reticenți, pentru că există invidie între medici. Există o dezbatere despre raportare, dacă să se raporteze sume agregate sau cât primește fiecare. În opinia mea, dacă nu se raportează individual, maxim de transparent, atunci se pierde scopul demersului. Încercăm să agreăm toți din ARPIM ca medicul care nu e de acord să îi fie publicat numele, să nu se mai semneze contract cu el.”
(reprezentant companie)

Există însă un deficit de raportare în ceea ce privește cazurile de încălcare a eticii în interiorul companiilor. Formatul de raportare GRI include un capitol specific privind numărul de cazuri de investigații interne privind practici de corupție și acțiunile întreprinse în cazurile respective. Rapoartele publicate de companii din România în format GRI foarte rar cuprind asemenea detalii sau raportează zero incidente. Este posibil să nu existe, dar nu este foarte credibil - mai ales că 54% dintre cei care au răspuns la sondaj au spus că au auzit de asemenea cazuri (e drept că pot fi din perioada anterioară raportării).

Considerăm că există un deficit de raportare în ceea ce privește acest capitol. Am încercat să lămurim problema în cursul interviurilor calitative, iar unii dintre intervievați nu au considerat a fi o problemă, pe când alții au fost de acord, dar au furnizat explicații legate de imaginea și prestigiul public al companiei. Considerăm că e nevoie de un efort de conștientizare a problemei: a raporta despre cazuri de corupție și despre modalități de răspuns nu este și nu ar trebui să fie un lucru blamabil. Dimpotrivă chiar, arată faptul că o companie este în măsură să adreseze această problemă sensibilă.

”Există în aceeași măsură riscul să apari în presă și să se ducă toate credibilitatea pe care ai câștigat-o, aici e vorba de teamă și de reticență, de rezistență la treaba asta. În România, corupția e un subiect care există peste tot și un subiect pe care nimeni nu ar vrea să îl abordeze. Într-o companie există teama asta. Oricum, pentru a demonstra un caz de corupție trebuie să mergi în instanță, ori nu cred că o companie dacă descoperă ca un angajat a fost corupt sau că a încercat să corupă pe cineva, se apucă să-l dea în judecată, nu cred că face asta, pur și simplu îl concediază. Până ajungi să demonstrezi că un om e corupt durează niște ani.
Q: Dar această cifră nu ajută la nimic, dacă spunem că sunt zero cazuri. E adevărat, e foarte adevărat, dar dacă le raportezi trebuie să și povestești despre ele.”
(reprezentant companie)

”Dacă nu l-ai dat afară pe omul acela pe bază de corupție, doar i-ai desființat contractul de muncă pe Codul Muncii, pe ce bază poți raporta că e caz de corupție? Dacă eu raportează așa și mă întrebă cineva, nu pot să indic, mă dă și în judecată pentru calomnie. Dar asta s-a schimbat, pentru că s-a decis la nivel de companie

să nu mai fie dați afară doar ci să-i dăm în judecată pentru recuperare prejudiciu, deci probabil că în rapoartele viitoare vor fi cazuri.”
(reprezentant companie)

6. Incuderea sub-contractorilor în politicile de etică

Selectarea furnizorilor reprezintă un punct critic al ideii de responsabilitate socială, dată fiind ponderea lor majoră în activitatea marilor companii, iar lipsa unui proces clar de evaluare și asumare de către aceștia a acelorași standarde de conduită ca și companiile în cauză poate afecta impactul real al unei politici de etică.

Majoritatea companiilor impun, într-o anumită măsură, documente similare propriilor angajați și pentru furnizori și parteneri de afaceri, vizând astfel întregul lanț economic, însă controlul efectiv al comportamentului acestora este mult mai dificil decât în cazul propriilor angajați.

„Programul nostru riguros de selecție a furnizorilor include o evaluare a modului în care furnizorii respectă standardele de ordin etic, de bună guvernare, de stabilitate financiară și, pe cât posibil, de conformare tehnică.”
(Raport de dezvoltare durabilă 2013, Ursus Breweries)

“Suntem consecvent responsabili pentru acțiunile, produsele și serviciile noastre. Aceste principii sunt valabile și în situația participației la societățile în care deținem calitatea de operator, acționar majoritar sau unde influența noastră este dominantă. În situațiile în care avem calitatea de parteneri și în limitele influenței noastre, căutăm ca partenerii nostri să aplice standarde similare și le oferim asistența necesară pentru implementare. Codul de conduită reprezintă baza pentru managementul lanțului de furnizori.”
(Codul de conduită al OMV Petrom)

Însă interviurile calitative au arătat că impunerea acestor standarde furnizorilor / partenerilor reprezintă o provocare majoră în practică. Nevoile de tăieri de costuri impuse de criza economică au scăzut voința de a implementa strict aceste coduri pentru furnizori, potrivit cel puțin unui interviu. Măsuri suplimentare de verificare a modului în care furnizorii aderă la politicile de conduită ale companiei trebuie impuse, inclusiv asumarea activității acestora în cadrul raportului anual de sustenabilitate.

“Eu aş merge mult mai departe de atât și propusesem la un moment dat ca toți contractorii noștri care operează în comunitățile noastre să-și asume inclusiv strategia noastră și de fapt protejarea comunităților așa cum încercăm și noi să o facem. Nu reușim întotdeauna, dar foarte multe dintre problemele pe care le creăm în comunități sunt cauzate de ei și atunci tu nu ai cum să fii perceput ca o companie responsabilă atâta timp cât nu poți să controlezi asta.”
(reprezentant companie)

”Subcontractorii nu îi evaluăm doar după preț ci și după reputație, avem o listă predefinită de contractori și încercăm să verificăm permanent reputația lor.”
(reprezentant companie)

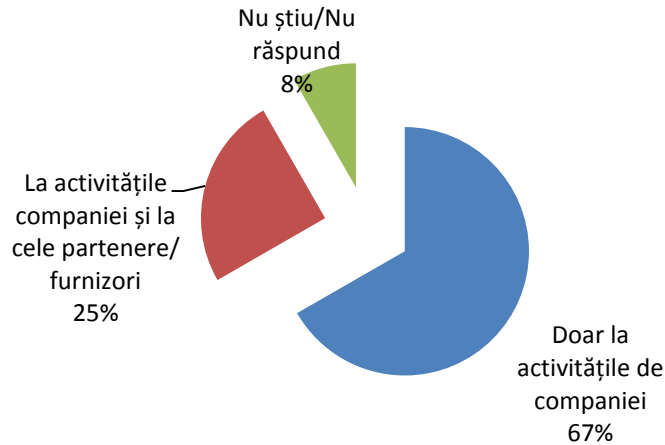
”Din păcate, criza a făcut să treacă toți la tăieri de costuri. Și atunci, când se pun pe tăiat costuri degeaba le spui tu că un furnizor nu respectă standarde de mediu; e o luptă între departamente și cei cu tăierile câștigă”
(reprezentant companie)

Potrivit rezultatelor cercetării CRPE, majoritatea companiilor nu includ în rapoartele de responsabilitate non-financiară activitatea furnizorilor/companiilor partenere (67% dintre răspunsuri), fapt ce duce la un nivel scăzut de control și raportare a activității acestora. Doar una din patru companii chestionate include în cadrul raportului și activitatea acestora din urmă, deși ponderea lor pe întregul lanț de activitate este semnificativă.

Raportul de responsabilitate socială se referă doar la activitățile companiei sau și la cele ale companiilor partenere/furnizori pe tot lanțul de producție?

(răspuns unic)

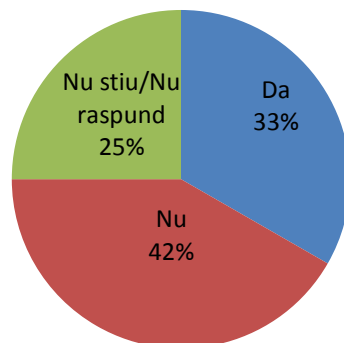
Baza: 24 de companii



Mai mult, cercetarea relevă că 42% dintre intervieuați nu cunosc situații în care compania a renunțat la anumiți furnizori întrucât aceștia au fost acuzați de corupție sau comportante non-etice, în timp ce doar 33% cunosc acest lucru. Rugați să ofere mai multe detalii, aceștia au refuzat sau au ales varianta “Nu știu/ Nu răspund”, niciunul dintre repondenți nedorind să ofere detalii pe acest subiect.

Aveți cunoștință de situații în care compania dumneavoastră a decis să renunțe la un furnizor întrucât acesta fusese acuzat de corupție sau alte comportamente neetice/ lipsite de integritate/ neconforme în afaceri?

Baza: 24 de companii



7. Cinci recomandări cheie

(A) Consultare reală în procesul de transpunere

Transpunerea directivei printr-un proces consultativ amplu, nu automat „pentru că așa ne cere UE”. Există deja exemple relevante de bună practică în raportarea non-financiară în mediul de afaceri din România, experiență și expertiză pe raportare aliniată la standarde internaționale. Această experiență constituie bună practică voluntară utilă pentru procesul de reglementare. Un astfel de proces legislativ poate evita costuri suplimentare în viitorul apropiat cu modificarea legislației europene și naționale (există deja inițiative privind modificarea directivei în 2017 sau 2018).

(B) Toate companiile active în România trebuie să raporteze, inclusiv filialele locale

Includerea filialelor/subsidiarelor marilor companii sau grupuri internaționale printre entitățile care trebuie să raporteze, având în vedere că există, la nivel european tendința ca acest amendament să fie făcut în 2017 sau 2018. De altfel, diviziile sau filialele din România ale marilor companii multinaționale au fost printre cele care au dat startul adoptării și aplicării unor standarde de raportare. Așa cum am arătat în cercetare, este frecventă situația în care filialele oricum raportează către grup. Raportarea specifică pentru România nu ar induce costuri suplimentare semnificative în cazul acestora, în schimb ar fi clar impactul activității lor asupra societății românești.

(C) Introducerea obligativității de raportare pentru întreprinderile publice

Această directivă poate fi o oportunitate foarte bună pentru statul român de a promova transparența și buna guvernare corporativă în rândul companiilor publice. Preambulul directivei încurajează statele membre UE să extindă aplicabilitatea asupra acelor entități unde au un interes special. Considerăm că necesitatea creșterii calității guvernantei întreprinderilor publice în România e un obiectiv major, care poate fi urmărit și prin aplicarea legii de transpunere tuturor companiilor publice.

”Această dispoziție nu ar trebui să împiedice statele membre să solicite întreprinderilor și grupurilor, altele decât întreprinderile care fac obiectul prezentei directive, prezentarea de informații nefinanciare.”

(Directiva 95 / 2014; Preambul, punctul 14)

De altfel, Strategia Națională Anticorupție (SNA) 2015 – 2020 își propune să vină cu politici publice privind corupția atât în sectorul privat cât și în ce privește companiilor publice. Realizarea

schimbului de bune practici în implementarea programelor de integritate între mediul privat⁴ și sectorul public și diseminarea politicilor și programelor anti-mită dezvoltate la nivelul companiilor inclusiv prin aducerea acestora la cunoștința posivilor contractori și furnizori și solicitarea respectării unor standarde echivalente⁵ sunt două măsuri incluse în planul de acțiune din viitoarea SNA.

“Probabil ca cel mai puternic *incentive* ar fi în primul rând aplicarea acestor principii companiilor la care statul este acționar majoritar cu un impact semnificativ în mai multe direcții. Acestea sunt companii mari, considerate pe drept sau pe nedrept, netransparente și atunci exemplu ar fi foarte clar către întreaga societate. În al doilea rând, sunt companii cu impact major în economie, au mulți furnizori și mulți clienți și ar contribui alături de companiile private și multinaționale la transparentizarea întregii economii din punctul de vedere al acestor indicatori și ai guvernantei.”
(reprezentant companie privată multinațională)

(D) O atitudine ambițioasă în procesul de transpunere

Directivele europene oferă un cadru minimal de legiferare, lăsând la latitudinea statului membru o marjă. O lege de transpunere trebuie să fie clară, iar asumarea unor obiective ambițioase ale statului român ar trebui să facă legea românească de transpunere un text care să seteze obiective pentru companii și să evite o aplicare pur formală. De aceea, recomandăm ca acolo unde preambulul directivei vorbește despre, de exemplu, faptul că raportarea ”poate” recurge la standarde și grile recunoscut la nivel internațional, legea să urmeze logica lui ”trebuie să”. Atunci când directiva vorbește despre faptul că declarația ”poate include” anumite informații, legea să intre în registrul lui ”trebuie să includă”. Dată fiind noutatea domeniului în România, legea de transpunere trebuie să fie explicită și clară în cerințele sale.

(E) Descurajarea aplicării pur formale

Există un risc real ca legea de transpunere să fie aplicată doar formal de multe companii. Va exista tentația compilării unor rapoarte cu informații minimale trimise doar către autoritățile statului. Evitarea acestei situații ar trebui să fie o prioritate pentru legiuitor. Preambulul directivei încurajează statele membre să gândească mecanisme proprii pentru o bună implementare. Recomandăm autorităților crearea unor asemenea mecanisme, de pildă crearea unui portal public care să găzduiască rapoartele companiilor și obligativitatea publicării pe acest portal.

⁴ Ministerul Justiției, ”Planul național de acțiune pentru implementarea SNA 2012 -2015”, www.just.ro/sna, accesat la 10 Iunie 2015

⁵ Idem 1

De asemenea, Comisia Europeană are obligația, potrivit textului directivei, ca până la finele lui 2016 să prezinte recomandări non-obligatorii și indicatori de performanță non-financiară. Guvernul român ar trebui să fie proactiv în procesul de consultare interguvernamentală care va duce la dezvoltarea acestor indicatori ce ar deveni bună practică-recomandare pentru companiile românești.

”Statele membre ar trebui să ia măsuri pentru crearea unor mecanisme adecvate și eficiente care să garanteze prezentarea de informații nefinanciare de către întreprinderi în conformitate cu prezenta directivă. În acest sens, statele membre ar trebui să se asigure că există proceduri naționale eficiente pentru a impune respectarea obligațiilor stabilite prin prezenta directivă, precum și că aceste proceduri sunt accesibile tuturor persoanelor fizice sau juridice care au un interes legitim, în conformitate cu dreptul național, ca dispozițiile prezentei directive să fie respectate.”
(Directiva 95 / 2014; Preambul, punctul 14)

Background despre Directiva privind raportarea non-financiară

Obligativitatea raportării non-financiare de către mari companii din Uniunea Europeană a fost stabilită odată cu adoptarea și publicarea în Jurnalul Oficial al UE a Directivei 2014/95/UE. La foarte scurt timp, CRPE a publicat un raport de *policy* care explică în detaliu contextul specific al apariției acestei directive, ajustările aduse textelor și propunerilor inițiale ale Bruxelles-ului, impactul acesteia asupra mediului de afaceri din România, implicațiile la nivelul legislației și face câteva propuneri și recomandări pentru ca acest instrument să crească și să îmbunătățească transparența marilor corporații și întreprinderi indiferent de capital, public sau privat.

Odată cu publicarea raportului CRPE **“Obligativitatea raportării non financiare de către Companii din UE – Impactul Directivei 2014/95/UE asupra mediului de afaceri din România”** au existat și demersuri privind începerea procesului de consultare pentru transpunerea prevederilor acesteia în legislația națională. Potrivit calendarului oficial, prevederile noii directive trebuie să se regăsească în legislația națională până la sfârșitul lui 2016, iar companiile să fie pregătite de la 1 ianuarie 2017 pentru a realiza și publica primele rapoarte non-financiare.

Un alt moment important pentru transpunerea eficientă a acestei directive sunt orientările cu caracter consultativ pe care Comisia Europeană este așteptată să le publice astfel încât să ajute companiile europene în raportare. Autorii standardelor de raportare precum GRI s-au pregătit deja să vină cu răspunsuri privind transpunerea și aplicarea de către companii a prevederilor directivei. Ghidul G4 include de pildă toate aspectele reglementate de directivă și poate reprezenta un instrument extrem de util pentru companii.

Elementele cheie ale Directivei privind raportarea non-financiară

Potrivit prevederilor noii directive, raportarea non-financiară a fiecărei companii va cuprinde un set de informații – descris deja în cuprinsul textului adoptat – care va fi completat și clarificat cu ghidul Comisiei Europene. Raportul CRPE care analizează Impactul Directivei 2014/95/UE asupra mediului de afaceri din România descrie în detaliu prevederile directivei, subiecții acesteia, modul de raportare însă pentru a facilita aprofundarea unor elemente cheie, reluăm elementele esențiale care vor produce schimbări atât în comportamentul companiilor cât și la nivelul decidenților publici.

Datele care trebuie cuprinse în raportul sau declarația non-financiară a companiei vizează:

(1) o descriere a modelului de afaceri al companiei, (2) descrieri ale politicilor de mediu (impactul afacerii/ producției asupra mediului, folosirea energiilor regenerabile, folosirea energiilor convenționale, utilizarea resurselor naturale, a apei, respectarea normelor privind poluarea, etc), ale politicilor sociale (procedurile privind dialogul social, implicarea comunităților și/sau autorităților locale, condițiile de muncă ale angajaților, respectarea normelor naționale și/sau europene în materie de securitate și sănătate în muncă, egalitatea de gen etc.), ale politicilor privind angajații (respectarea drepturilor fundamentale, politici privind integritatea, combaterea corupției și a dării de mită), (3) analize ale principalelor riscuri asociate aspectelor mai sus menționate, inclusiv cu privire la relațiile de afaceri, (4) indicatori de performanță non-financiară relevanți pentru întreprindere, (5) trimiteri și explicații suplimentare privind sumele raportate.

Subiecții noii directive sunt “întreprinderile mari” (*large undertakings*) și “grupurile [de întreprinderi]” (*large groups* cu impact mare asupra mediului, societății ceea ce le face să intre și în categoria „entităților de interes public”).

Acestea din urmă sunt delimitate sub forma a patru categorii de organizații:

1. „întreprinderile care se află sub incidența legislației unui stat membru și ale cărui valori mobiliare sunt admise la tranzacționare pe o piață reglementată din orice stat-membru”;
2. „instituiții de credit”, care își desfășoară activitatea în și intră sub incidența legislației unui stat-membru;
3. „întreprinderi de asigurare”, care își desfășoară activitatea în și intră sub incidența legislației unui stat-membru;
4. „orice întreprindere care este desemnată de statele-membre drept entități de interes public, de exemplu întreprinderile care au o relevanță semnificativă pentru public prin natura activităților lor, dimensiunea sau numărul lor de salariați”.

Din punctul de vedere al cifrelor de bilanț/afaceri și al mărimii companiilor întreprinderilor care au un total al bilanțului de peste 20 de milioane de euro, cifra de afaceri netă de peste 40 milioane de euro sau un număr mediu de angajați în cursul exercițiului financiar precedent de peste 500 – trebuie să publice raport privind performanțele non-financiare.

Pregătirea mediului de business public și privat pentru raportarea non-financiară este un exercițiu de durată astfel că experiența și expertiza companiilor care deja raportează este esențială.

Conținutul acestui raport sau opiniile exprimate în cuprinsul său nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a partenerilor ori companiilor care l-au susținut.

Centrul Român de Politici Europene

Stirbei Voda 29, 010101 București

www.crpe.ro

Contact:

Telefon +40 371 083 577

Fax: +40 371 875 089

www.cleanbusiness.ro

