



S·HUB

Sustainability Hub
Norway

BÆREKRAFTS- RAPPORTERING PÅ 1-2-3

Selskaper opplever stadig større forventninger til åpenhet fra investorer, ansatte, interesseorganisasjoner, kunder og andre. Det er også ofte et internt behov for å prioritere de viktigste bidragene til bærekraftig utvikling og kartlegge hvilke grep selskapet allerede tar for å bli mer bærekraftig, og hva som kan gjøres.

Denne guiden oppsummerer de viktigste stegene for å utarbeide bærekraftsrapportering som møter interne og eksterne behov. Guiden tar utgangspunkt i Oslo Børs' veiledning om rapportering på samfunnsansvar, samt kravene i regnskapsloven, og er videreutviklet av S-HUBs ekspertkomité på bærekraftsrapportering.

1 Forstå selskapets påvirkning

2 Etabler strategisk relevans og forankring

3 Etabler mål, styring og rapportering

1. Forstå selskapets påvirkning

1.1. Identifiser påvirkning gjennom verdikjeden (Verdikjedeanalyse)

Kartlegg selskapets miljø- og samfunnspåvirkninger på omgivelsene (verden), både direkte og indirekte: For å forstå hvor bærekraftig et selskap i utgangspunktet er må man se på selskapets avtrykk både oppstrøms og nedstrøms gjennom verdikjeden. Tegn opp verdikjeden og lag en helhetlig og faktabasert liste over alle påvirkninger (positive og negative) på verden, uavhengig av innflytelsen selskapet har på disse. Gode kilder til å forstå mulige påvirkninger kan være: FNs bærekraftsmål, planetens tålegrenser (planetary boundaries), akademiske artikler, forskning eller eksperter som har innsikt i utfordringer i din bransje. Det er også nyttig å kvantifisere. GHG protokollen gir et rammeverk for å kvantifisere klimautslipp.

Har valgte leverandører i lavkostland sørget for sikkerhet på arbeidsplassen og en lønn arbeiderne kan leve av? Er innsatsfaktorer medvirkende til avskoging? Hvilket CO2 avtrykk har produksjonen? Er produktet designet for lang levetid? Er det mangfold blant ansatte og ledelse? Relevante spørsmål vil avhenge av hvert selskap sin unike verdikjede.

Eksempler på verdikjedeanalyse for en teknologibedrift (Både positive og negative påvirkninger):



Naturressurser

Avskoging
 Konfliktmineraler
 Sirkulære
 innsatsfaktorer
 Arbeidsforhold

Leverandørkjeder

Sikkerhet
 Vannbruk
 Biodiversitet
 Levelønn
 CO2 utslipp

Lager og distribusjon

Miljøgifter
 Likestilling
 Mikroplast
 Energieffektivitet
 Anti-korrupsjon

Salg og butikker

Emballasjemerking
 Bærekraftig og
 sirkulært design
 Energieffektivitet

Sluttbruker og gjenvinning

Datasikkerhet
 Produktsikkerhet
 Tilrettelegging for
 gjenbruk
 Energieffektivitet

1.2. Kartlegg interessentens forventninger (Interessentanalyse)

Neste steg er å kartlegge selskapets interessenter og hvilke forventninger eller krav disse har til selskapet, både nå og i fremtiden. Ta utgangspunkt i ansatte internt i selskapet som allerede kan ha innsikt i dette gjennom sin arbeidshverdag. Ta eventuelt direkte kontakt og be om innspill fra interessenten. Bruk den helhetlige oversikten over påvirkninger fra steg 1 som utgangspunkt for dialog med eksisterende og nye interessenter.

Hvilke preferanser eller forventninger vil fremtidige kunder ha? Hva med fremtidige ansatte? Kommer det regulering som vil påvirke bransjen?

Kartlegge:

- Hvem er de?
- Hva er de opptatt av?
- Få innspill om hvilke temaer som kan påvirke deres krav, handlinger og oppfatning av selskapet – både nå og i fremtiden

2. Etabler strategisk relevans og forankring

2.1. Etabler strategisk relevans

Bærekraftsrapportering er en mulighet til å prioritere og sette fokus på det viktigste for selskapet. Steg 1 skal ha resultert i en helhetlig oversikt over selskapets miljømessige, samfunnmessige og økonomiske påvirkninger, og hvilke som anses mest signifikante. Denne innsikten bør i neste steg nyttiggjøres ved strategiske valg. Vurder derfor om selskapets vesentlige påvirkninger medfører strategiske risikoer eller muligheter på både kort og lang sikt.

Noen strategiske analyser kan være relevante:

- Hvordan kan megatrender som økt transparens, sirkulær økonomi, digitalisering skape risiko og muligheter knyttet til den påvirkningen selskapet har?
- Hva er kunder opptatt av i dag og hvordan kan preferanser endre seg i fremtiden?
- Hvilke påvirkninger kan bli omfattet av regulatoriske endringer som påvirke forretningsmodellen i fremtiden?
- Hva er utviklingen innen grønn teknologi, og lav karbon alternativer? Hva gjør konkurrenter?

Megatrender:



Transparens 2.0



Digitalisering



Det grønne skiftet



Sirkulær økonomi

3. Etabler mål, styring og rapportering

3.1. Etabler mål og indikatorer

Når de mest vesentlige påvirkningene med strategisk relevans er identifisert og prioritert er det nyttig å etablere konkrete mål og indikatorer. Dette muliggjør ekstern rapportering og intern styring som synliggjør resultater og status for arbeidet. Kilder til inspirasjon for indikatorer kan være GRI, Sustainability Accounting Standards Board (SASB), FNs bærekraftsmål, Green House Gas Protocol, eller relevante sektor initiativ. For målsetting knyttet til klimaendringer er Science Based Targets en god kilde.

3.2. Etabler styringsstrukturer

For å kunne gjennomføre tiltak og oppnå resultater er det viktig at roller og ansvar og strukturer for oppfølging og rapportering er tydelig definert. For størst effekt bør ansvaret defineres i den linjen der arbeidet må gjennomføres.

3.3. Rapportering:

Den eksterne rapporten skal reflektere den interne styringen, og gi innsikt i mål, status og resultater. Både Global Reporting Initiative, og den norske Regnskapsloven (§3-3c) legger til grunn at for hvert vesentlige bærekraftstema skal følgene dekkes i en ekstern rapport:

1. Forklar hvorfor temaet er vesentlig. Eksempelvis: hva er selskapets påvirkning og hvor i verdikjeden skjer den, hvilke interessenter er berørt eller opptatt av temaet, stilles det krav til selskapet, er det en positiv, negativ, indirekte, tiltagende m.v. påvirkning.
2. Forklar hvordan selskapet arbeider med temaet. Hva er formålet med arbeidet, hvilke policyer har selskapet, hvilke mål og måleparametere er satt for å følge arbeidets utvikling, hvilke resultater kan man vise til osv.
3. Gjør en selvevaluering. Vær åpen i rapporteringen om hvordan selskapet presterer og om selskapet selv er fornøyd med resultatene, i kontekst av konkrete mål. Hvilke eventuelle endringer skal gjøres fremover for å forbedre resultatene?

3.4 Verifikasjon

For å sikre at tallene er korrekte, og skape tillit til rapporterte tall og tekst ovenfor interessenter, er det også mulig å få bærekraftsrapporten verifisert av en tredjepart.

Utviklet i samarbeid med



og S-HUBs ekspertkomité på bærekraftsrapportering,
som inkluderer blant annet



S·HUB
Sustainability Hub
Norway