



KAMPANIA 17 CELÓW
2021: AMBITNE DZIAŁANIA



BNP PARIBAS



Znajomość Celów Zrównoważonego Rozwoju przez polskich konsumentów

WYNIKI BADANIA

Inicjator



Patron Honorowy



Partnerzy



Partnerzy Merytoryczni



Kampania mobilizująca
biznes w Polsce do podjęcia
wspólnych działań na rzecz
realizacji Celów
Zrównoważonego Rozwoju



Tworzymy unikalne
partnerstwo
aby dokonywać
realnej zmiany w otoczeniu
szukając odpowiedzialnych
innowacji
w oparciu o **wiarygodne**
dane i ewaluację wyników!





KAMPANIA 17 CELÓW
2021: AMBITNE DZIAŁANIA



BNP PARIBAS

GŁÓWNE WNIOSKI

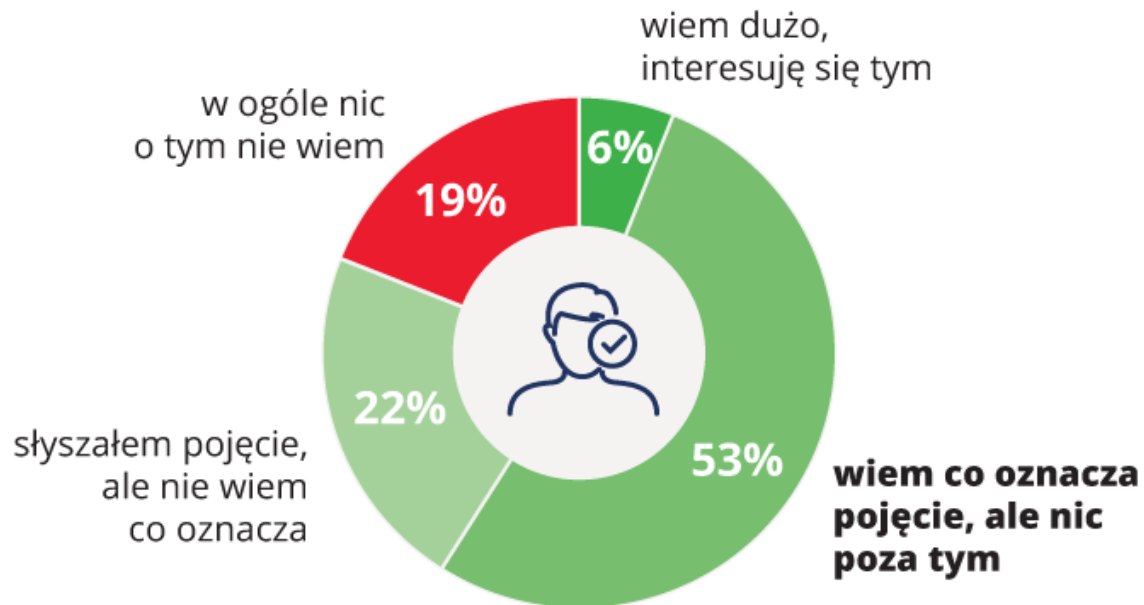
BADANIE KONSUMENCKIE

ZAŁOŻENIA

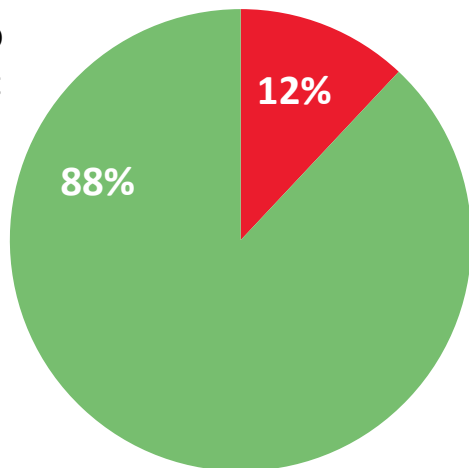
INICJATOR	CSR Consulting i Kampania 17 Celów
PARTNER BADANIA	Bank BNP Paribas
FIRMA BADAWCZA	Research Collective
PRÓBA	N=1000 Próba ogólnopolska, kwotowo-losowa, reprezentatywna dla osób w wieku 15-75
CZAS REALIZACJI	6 -7 marca 2021
METODA BADANIA	CAWI

ZNAJOMOŚĆ POJĘCIA

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



zna lub słyszał o
którymś z pojęć



nie słyszał o żadnym
z tych pojęć

14% Zrównoważony Rozwój

19% Cele Zrównoważonego
Rozwoju

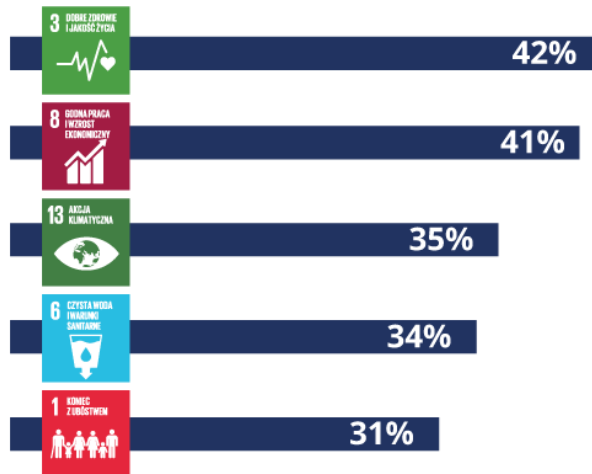
51% Agenda 2030

Problemy do rozwiązania czyniące świat lepszym miejscem do życia

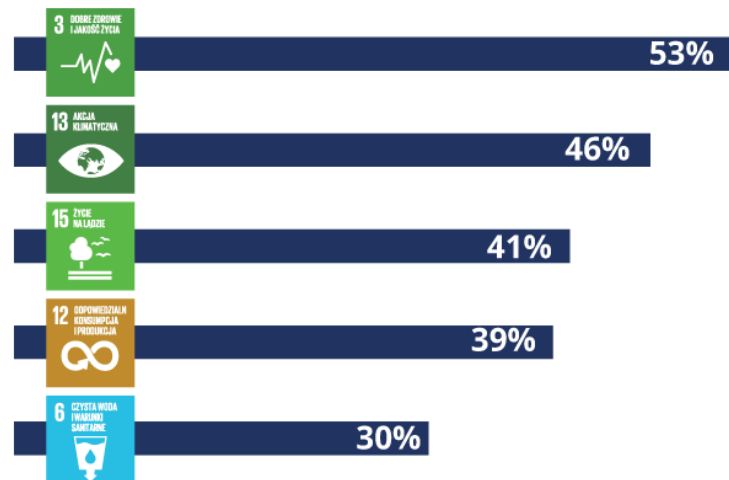




Cele Zrównoważonego Rozwoju wymagające najbardziej pilnego działania



Cele Zrównoważonego Rozwoju, na które mamy OSOBISTY wpływ





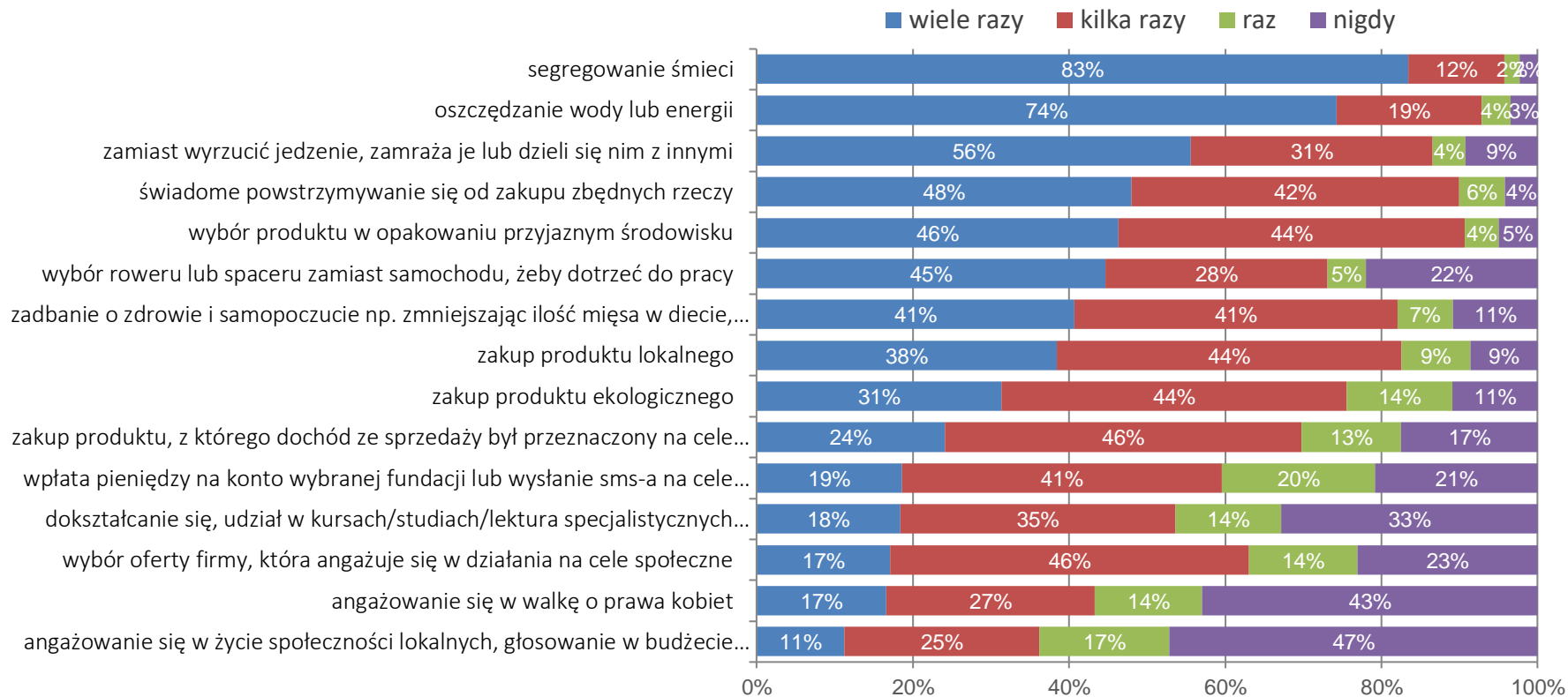
KAMPANIA 17 CEŁÓW
2021: AMBITNE DZIAŁANIA



BNP PARIBAS

OCENA AKTYWNOŚCI I OCZEKIWANIA WOBEC BIZNESU

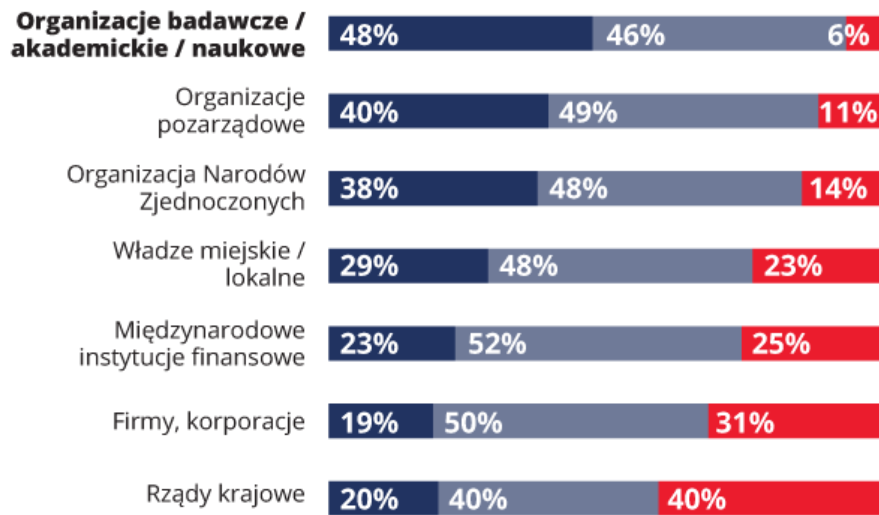
Podjęmowane działania w ostatnich 12-tu miesiącach



KATEGORIE PODMIOTÓW



Ocena aktywności podmiotów odpowiedzialnych za podejmowanie działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju



Bardzo dobrze i dobrze Trudno powiedzieć Źle i bardzo źle

Podejmowanie KONKRETYCH DZIAŁAŃ związanych z celami

39%

TWORZENIE PRODUKTÓW I USŁUG

29%

Prowadzenie działań zachęcających pracowników
i społeczeństwo do podejmowania działania na rzecz takich celów

26%

Prowadzenie działań edukacyjnych,
popularyzacja wiedzy w tym zakresie

21%

Wpłacanie darowizn \
finansowanie działań wspierających takie cele

19%

Angażowanie się firm w projekty non-profit \
społeczne wspierające takie działania

19%

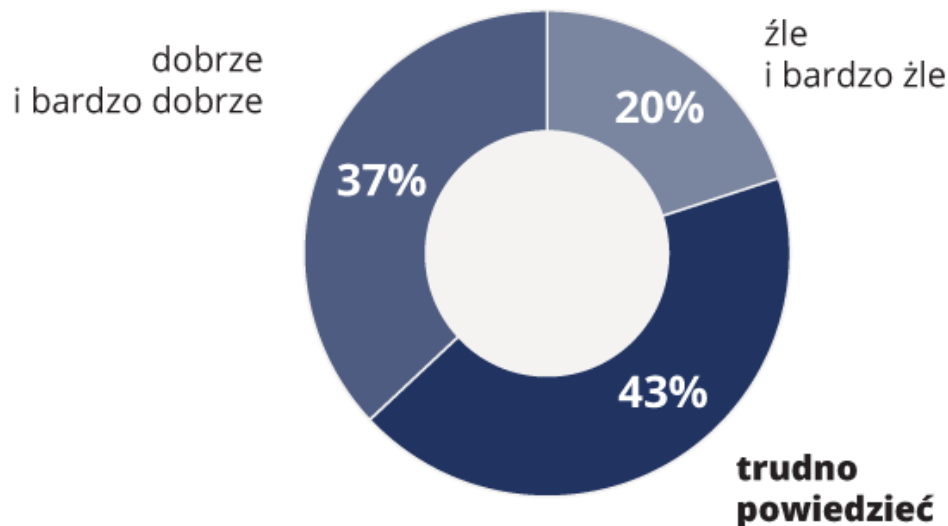
Uwzględnianie tych celów w strategii i działaniu firmy
np. w odniesieniu do swoich pracowników

18%

Brak oczekiwań

9%

Ocena zaangażowania własnego pracodawcy, firmy, instytucji na rzecz celów zrównoważonego rozwoju



Czynniki zachęcające do działania

Konkretna WIEDZA jakie działania mogę podjąć

36%

Dodatkowe ZACHĘTY FINANSOWE
(np. refundacje instalacji paneli słonecznych)

28%

Działania, przykład innych

16%

Dostępność informacji ze strony firm
(np. na opakowaniach produktów, w reklamach)

10%

Inne

1%

Nic by mnie nie zachęciło

9%



ZOSTAŁO NAM..
3540 DNI

JUŻ NAJWYŻSZY
CZAS NA DZIAŁANIE!