



KAMPANIA 17 CELÓW  
2021: AMBITNE DZIAŁANIA



BNP PARIBAS



# Znajomość Celów Zrównoważonego Rozwoju przez polskich konsumentów

## WYNIKI BADANIA

Inicjator



Patron Honorowy



Partnerzy



Partnerzy Merytoryczni





## **Dariusz Maciołek**

Dyrektor Zarządzający Pionu Marketingu,  
Komunikacji, Zaangażowania Społecznego  
w Banku BNP Paribas



## **Małgorzata Greszta**

Partner Zarządzająca CSR Consulting,  
inicjatorka Kampanii 17 Celów

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

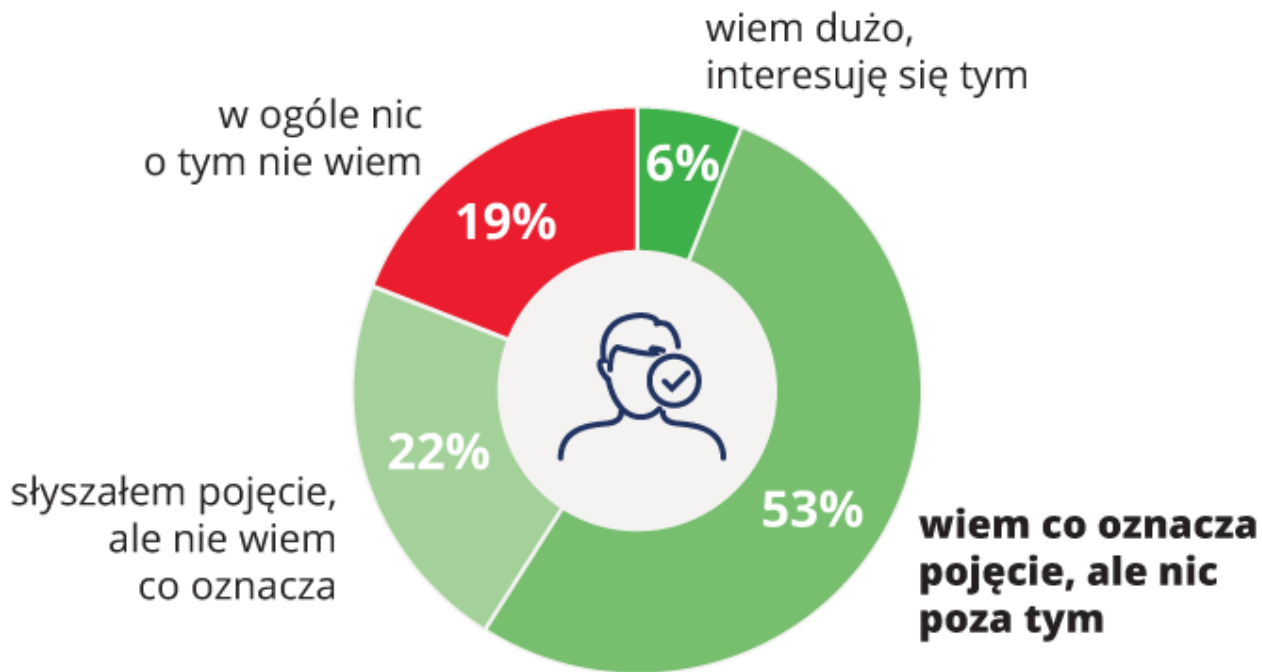
## BADANIE KONSUMENCKIE

## ZAŁOŻENIA

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

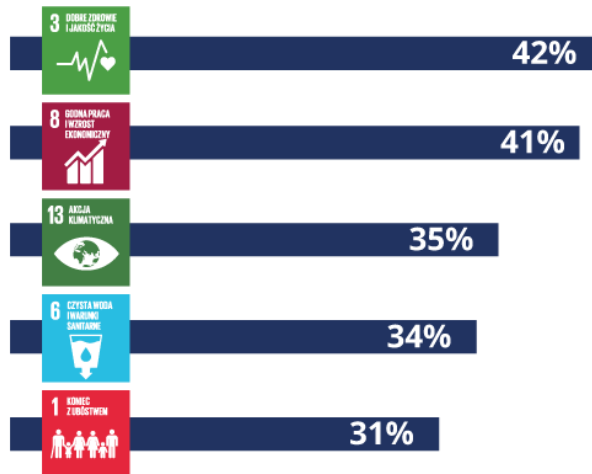
# ZNAJOMOŚĆ POJĘCIA

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

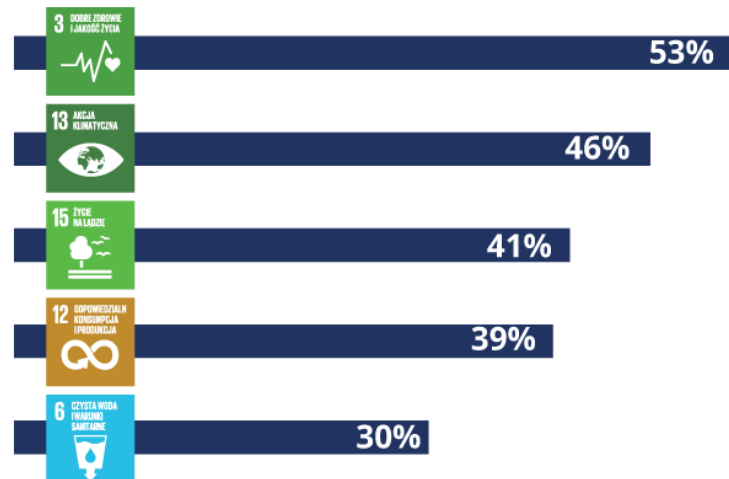




## Cele Zrównoważonego Rozwoju wymagające najbardziej pilnego działania



## Cele Zrównoważonego Rozwoju, na które mamy OSOBISTY wpływ





## KATEGORIE PODMIOTÓW



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



## Oczekiwania wobec biznesu



### Podejmowanie **KONKRETNÝCH 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%



Polacy uważają zmiany klimatyczne za największe wyzwanie współczesnego świata, a Cel 3 – Zdrowie i jakość życia za najpilniejszy. Tylko 4-8 % konsumentów deklaruje dobrą znajomość i rozumienie pojęć, ale konsumenci chcą być zaangażowani.

**Aktywność biznesu** dotycząca działań na rzecz Agendy 2030 jest nisko oceniana, przy czym połowa badanych nie ma wiedzy na ten temat

**Główne czynniki zachęcające do działania:** wiedza jakie działania podejmować (36%), zachęty finansowe (28%) oraz przykład innych (16%)



**ŚWIAT CIĘ  
POTRZEBUJE**

ŚWIAT CIĘ  
POTRZEBUJE



ZOBACZ WIDEO

Jesteśmy bankiem zmieniającego się świata. Chcemy być inicjatorem pozytywnych zmian, dlatego prowadzimy działania na rzecz naszego otoczenia. W 2017 roku zostaliśmy partnerem Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju i aktywnie uczestniczymy w realizacji planu naprawy świata przyjętego w 2015 roku przez wszystkie kraje członkowskie ONZ.

Dołącz do nas, bo tylko działając wspólnie, możemy osiągnąć cel.

[razemzmieniamy.pl](http://razemzmieniamy.pl)





KAMPANIA 17 CELÓW  
2021: AMBITNE DZIAŁANIA



BNP PARIBAS

# Q&A