

GUIDE: Så gör du en effektiv dubbel väsentlighetsanalys

Steg 1: Analys av hela värdekedjan

- **Inkludera hela verksamheten:** Kartlägg och utvärdera hur alla delar av verksamheten påverkar och påverkas av hållbarhetsaspekter.
- **Täck hela värdekedjan:** Genomför en noggrann analys av hela värdekedjan, från råmaterial till produktion, distribution, användning av produkter/tjänster, och återvinning/avveckling.
- **Identifiera alla intressenter:** Identifiera alla relevanta intressenter, inklusive kunder, anställda, investerare, leverantörer och samhällsorganisationer.

Steg 2: Jämför med ESRS krav (AR 16)

- **Stäm av mot listan:** Jämför resultaten från den dubbla väsentlighetsanalysen med kraven i AR 16, som specificerar vilka hållbarhetsfrågor som bör beaktas och rapporteras enligt ESRS.

Steg 3: Beskriv väsentliga områden och tematiska standarder

- **Beskriv resultaten:** Presentera tydligt vad ni kom fram till och vilka tematiska standarder ni därmed anser att rapportera med.
- **Beskriv metoden:** Förklara hur ni kom fram till att just dessa områden är väsentliga för er verksamhet.

Steg 4: Rapportera enligt ESRS krav

- **Generella krav (ESRS 2):** Säkerställ att ni rapporterar enligt de generella kraven i ESRS 2, vilka täcker grundläggande aspekter av hållbarhetsrapportering.
- **Tematiska standarder:** Rapportera enligt de tematiska standarder som identifierats i er analys. Exempelvis, om E1-E5 är relevanta för er påverkan, följ dessa standarder för rapportering.

Steg 5: Beskriv påverkansområden och resultat

- **Påverkansområden:** Identifiera och beskriv de områden där företaget har påverkan, risker och möjligheter enligt de tematiska standarderna (E1-E5).
- **Resultat av analysen:** Rapportera vad ni kom fram till gällande väsentlig påverkan, risker och möjligheter. Beskriv även hur ni kom fram till dessa slutsatser.



Helena Granborg

040-405 90 30

Prata med mig om du har frågor eller vill anlita Ecogain för hjälp med dubbel väsentlighetsanalys, CSRD eller andra regulatoriska områden som rör biologisk mångfald och affärsstrategi.

