



RAPORT ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

Dobre praktyki

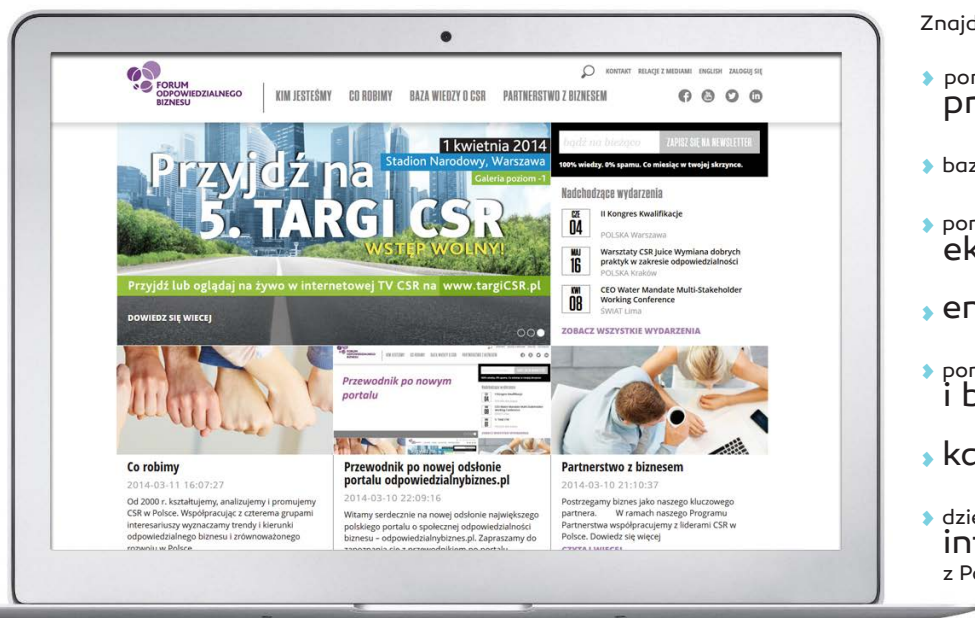
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

2013



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Nowa odsłona portalu odpowiedzialnybiznes.pl



Znajdziesz tam:

- ▶ ponad 1500 dobrych praktyk CSR
- ▶ bazę Kto jest kim w CSR
- ▶ ponad 250 artykułów eksperckich
- ▶ encyklopedię CSR
- ▶ ponad 120 publikacji i badań
- ▶ kalendarium wydarzeń
- ▶ dziesiątki najświeższych informacji na temat CSR z Polski i świata



Koordynator wydania:
Marcin Grzybek

Nadzór merytoryczny:
Mirella Panek-Owsiańska

Redakcja:
Agnieszka Abec
Ewa Albińska
Magdalena Andrejczuk
Ada Gąska
Agata Gruszecka-Tieśluk
Marcin Grzybek
Justyna Januszewska
Marta Krawcewicz

Współpraca:
Piotr Domański
Agnieszka Siarkiewicz
Piotr Sobolewski
Ewa Wojsławowicz

Tłumaczenie:
Biuro tłumaczeń KONTEKST

Redakcja i korekta:
Beata Stadrzyńsk-Saracyn

Monitoring rynku:
zespół Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Monitoring mediów:
na podstawie materiałów
dostarczonych przez



Źródło materiałów:
materiały własne firm

Opracowanie graficzne i skład:
Olga Figurska, www.lunatikot.pl

Druk:
Libra Print, www.libra-print.pl

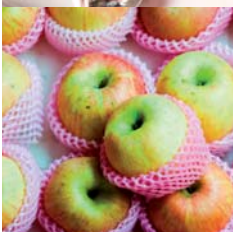
Publikacja udostępniona jest na licencji:

Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne 3.0 Polska (CC BY-NC 3.0 PL).
Prawa do zdjęć, grafiki i logo są zastrzeżone. Treść licencji jest dostępna na stronie:
www.creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/pl

ISBN 978-83-932564-9-5

Wydawca:

Forum Odpowiedzialnego Biznesu
ul. Szpitalna 5/5, 00-031 Warszawa
tel.: +48 22 627 18 71
e-mail: biuro@fob.org.pl
www.odpowiedzialnybiznes.pl



Słowo wstępne <i>Mirella Panek-Owsiańska</i>	3
Wizja katastroficzna <i>Bolesław Rok</i>	4
Trójęgłos po COP19 <i>Andrzej Kassenberg, Marcin Popkiewicz, Marta Krawcewicz</i>	6
G4: czas na zmiany w raportowaniu zrównoważonego rozwoju <i>Pietro Bertazzi</i>	7
Przedsiębiorstwa przechodzą od teorii do praktyki w dziedzinie zrównoważonego rozwoju <i>Peter Bakker</i>	8
CSR w badaniach w 2013 roku <i>Agata Gruszecka-Tieśluk, Marcin Grzybek</i>	9
Co z tymi dostawcami? <i>Natalia Ćwik</i>	12
Zaangażuj gwiazdę, a akcja się powiedzie? <i>Aleksandra Brzozowska</i>	13
Razem czy osobno? <i>Marta Karwacka</i>	14
O społecznej odpowiedzialności uczelni <i>Agata Rudnicka</i>	15
Egzamin z etyki <i>Katarzyna Różicka</i>	16
Prawa zwierząt w kontekście CSR <i>Magdalena Płonka</i>	17
Biznes na rzecz zrównoważonych miast <i>Agata Gruszecka-Tieśluk</i>	18
Społeczna odpowiedzialność sportu <i>Magda Andrejczuk</i>	19
Współpraca dla zmiany <i>Ewa Konczal</i>	20
Kobiety w zarządach firm <i>Magda Sarzyńska</i>	21
Nowy model gospodarki szansą na rozwój zrównoważony <i>Fundacja Ellen MacArthur</i>	22
Dobre praktyki polskich fundacji korporacyjnych <i>Agata Tomaszewska</i>	23

cd. spisu treści na s. 2

DOBRE PRAKTYKI

Ład organizacyjny	25
Prawa człowieka	35
Praktyki z zakresu pracy	41
Środowisko	61
Uczciwe praktyki operacyjne	81
Zagadnienia konsumenckie	89
Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	97

PRASA

Wybrane artykuły z 2013 roku	134
------------------------------------	-----

KALENDARIUM WYDARZEŃ

Konferencje, seminaria, spotkania	137
Konkursy, nagrody	142
Badania, publikacje	143
Wyniki VII Rankingu Odpowiedzialnych Firm, konkursu Raporty Społeczne 2013, konkursu Kampania Społeczna Roku 2012	144
O Forum Odpowiedzialnego Biznesu	146
Indeks firm i dobrych praktyk	151

Szanowni Państwo

Już po raz 12. oddajemy w Państwa ręce Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” z nadzieją, że będzie służył jako źródło informacji i inspiracji dla wszystkich osób, firm i instytucji zajmujących się społeczną odpowiedzialnością biznesu i zrównoważonym rozwojem.

Dobre praktyki podzielone są na siedem obszarów zgodnych z normą ISO 26000. Spośród ponad 400 opisów nadesłanych przez firmy wybraliśmy te, które stworzyły „zdjęcie” polskiego CSR. W artykułach eksperckich komentujemy najważniejsze zagadnienia ubiegłego roku oraz trendy na rok 2014. Jak zwykle w Raporcie można zapoznać się z przeglądem najważniejszych badań i artykułów prasowych. W kalendarium znajdują Państwo informacje o najważniejszych ubiegłorocznych spotkaniach, akcjach, kampaniach i konferencjach poświęconych CSR. Raport, oprócz wersji drukowanej, dostępny jest także na urządzeniach mobilnych.

W 2013 roku Forum Odpowiedzialnego Biznesu pracownicy analizowało i promowało ideę CSR. Dzień Kobiet świętowaliśmy, publikując pierwszą listę kobiet polskiego CSR, czyli zestawienie 50 kobiet – ekspertek, menedżerek i prezesek, które poprzez prowadzone działania i inicjatywy mają realny wpływ na rozwój tematu społecznej odpowiedzialności w Polsce. Jako pierwsza organizacja pozarządowa w Polsce wydaliśmy raport społeczny według standardu GRI. W Anty-Konferencji CSR ponad 100 uczestników i uczestniczek dyskutowało na najważniejsze tematy związane z rolą biznesu w społeczeństwie. Nagrodziliśmy najlepsze partnerstwa w ramach konkursu European CSR Award Scheme for Partnerships, Innovation and Impact, a najlepszych dziennikarzy – w konkursie Pióro odpowiedzialności. W ramach współpracy z firmami odbyły się spotkania z ekspertami, śniadanie biznesowe poświęcone tematowi zapobiegania korupcji, powstała publikacja „Ekologia przyszłości”. Współorganizowaliśmy The World Climate Summit & WBCSD Business Day w czasie Szczytu Klimatycznego. Karta Różnorodności osiągnęła liczbę 87 sygnatariuszy, gościliśmy też ekspertów i ekspertki zajmujące się zarządzaniem różnorodnością w ramach konferencji High Level Event „Diversity Management for Inclusive Growth”. Ukazały się cztery analizy tematyczne oraz dwie publikacje z serii „Wspólna odpowiedzialność”. Kilka tysięcy studentów usłyszało o zrównoważonym rozwoju dzięki działaniom Ligi Odpowiedzialnego Biznesu. Wzrosła nasza obecność w internecie i mediach społecznościowych. Dzieliли się swoją wiedzą na Forum Ekonomicznym w Krynicy-Zdroju oraz kilkudziesięciu konferencjach i spotkaniach tematycznych. Kontynuowaliśmy współpracę przy konkursie Raporty Społeczne oraz Rankingu Odpowiedzialnych Firm.

Rok 2013 przyniósł też bezradność świata wobec tamania praw człowieka w Syrii, nadzieje związane z wyborem nowego papieża Franciszka i nowym językiem Kościoła oraz dyskusje, czy Edward Snowden jest zdrajcą, czy whistleblowerem. Na świecie neoliberalowie opłakiwali Margaret Thatcher, obrońcy praw człowieka – Nelsona Mandelę, w Polsce pożegnaliśmy premiera Tadeusza Mazowieckiego. Na Filipinach tajfun kosztował życie 10 tys. osób, polski orkan Ksawery także przypominał o zagrożeniach związanych ze zmianami klimatu. Protesty na Ukrainie zwiastowały przemiany czekające naszych sąsiadów.

Mam nadzieję, że lektura całego Raportu pozwoli Państwu na refleksje o roli biznesu w społeczeństwie; 25 lat po transformacji to nadal temat wart analiz i dyskusji, do których serdecznie zachęcam.

Mirella Panek-Owsiańska
prezeska Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Wizja katastroficzna

Rewolucji nadal nie było, rynek CSR rozwija się powoli, ale systematycznie. To mogłaby być najkrótsza recenzja ubiegłego roku. I chociaż jestem spragniony – jak niektórzy czytający te słowa – naprawdę istotnych przemian na polskim rynku w uznaniu roli społecznej odpowiedzialności w procesie zarządzania firmą, to jednak cieszę się, że radykalnych zmian nie było. Bo z radykalnymi zmianami to jest tak, że nigdy nie wiadomo, czego będą dotyczyć, w którą stronę pójdą. Rewolucją trudno zarządzać, a szkody mogą być olbrzymie. Pod koniec ubiegłego roku mieliśmy do czynienia z klasyczną rewolucyjną awanturą na wielką skalę, w której główną rolę „chtopca (!) do bicia” odegrała znana od dawna idea gender, dość luźno związana z CSR, ale – podobnie jak CSR – będąca podstawą szybko rozwijającej się dyscypliny nauk społecznych. Można sobie wyobrazić, że oto „potężne siły” wywołują podobną wojnę, stawiając w centrum zainteresowania krytyków społeczną odpowiedzialność biznesu. Nawet dużo nie trzeba by zmieniać (zastąpiłem tylko w poniższym – autentycznym i bardzo umiarkowanym – tekście pojedyncze słowa), a moglibyśmy przeczytać to:

„Ideologia CSR” nie jest ideologią jednolitą, wykracza daleko poza czynienie dobra przez przedsiębiorców. Jej zwolennicy zgłaszają także bardzo radykalne postulaty, które słusznie budzą niepokój przeważających kręgów społecznych. Szczególnie chodzi o ideę, że pozytywny wpływ społeczny ma dominować nad maksymalizacją zysku. Gdyby doszło w edukacji do realizacji tych postulatów, że firma na pewnym etapie rozwoju musi uwzględnić misję społeczną – tę, w której chce się realizować – to będzie to prowadzić do zaburzeń w działalności gospodarczej. Może w Polsce dziś to margines, ale już są spotkania, gdzie przedsiębiorców zmusza się do odpowiedzialności społecznej.

Natomiast jeśli chodzi o samą ideę społecznej odpowiedzialności biznesu, to wcale tego nie odrzucamy. Tu olbrzymie zasługi miał Jan Paweł II, który stał się patronem społecznej gospodarki rynkowej. Niebezpieczeństwem dla biznesu są jednak postulaty zalegalizowania raportów społecznych dla wszystkich przedsiębiorstw. I ja się tu z przedstawicielami biznesu zgadzam, że przejrzystość wymaga wsparcia, a nie osłabiania. Ale w ten sposób wytworzymy atmosferę sprzyjającą firmom bez zobowiązań do pomnażania wartości właścicielskiej. To bardzo groźne, bo zniszczy przedsiębiorczość, zniszczy podstawową tkankę społeczną.

Firmy społecznie odpowiedzialne istnieją w naszym kraju i nie chcemy ich potępiać ani prześladować. Podkreślamy tylko, głosząc potrzebę tolerancji, że instytucja przedsiębiorstwa ko-

mercyjnego zorientowanego na maksymalizację zysku jest dla państwa o wiele ważniejsza, bo to te firmy wzbogacają i budują naród. To inwestycja w przyszłość nas wszystkich. Tak dynamiczny rozwój Polska zawdzięczała temu, że prawdziwą przedsiębiorczość otoczyła troską. Zmiana tradycyjnego modelu biznesu nie ma uzasadnienia i może mieć fatalne skutki dla naszego kręgu cywilizacyjnego.

Oczywiście, to żart – podkreślam raz jeszcze. Na razie nikt w taki sposób nie krytykuje społecznej odpowiedzialności biznesu, chociaż przecież dobrze wiemy, że większość tzw. opiniotwórczej elity medialnej nadal nie rozumie i nie chce rozumieć CSR. Na szczęście jesteśmy wciąż traktowani jak nieszkodliwi wariaci, niepoprawni idealiści. Ale jeżeli nadarzy się okazja – a to, jak wiemy, zależy nie wiadomo od czego – to „ideologia CSR” może stać się poważnym wrogiem. Łatwo sobie wyobrazić, że nagle „wybitni” mówcy w niezliczonych wypowiedziach ośmieszają wszystko, co w jakikolwiek sposób kojarzy im się może z CSR. Jak powiedział (chyba) żartobliwie jeden z dziennikarzy, gdy za nieetyczne i naganne uznano zabieranie głosu w sprawach, o których mówca nie ma pojęcia: „trudno ode mnie wymagać, abym znał się na tym, o czym mówię, bo przecież nie o to chodzi i nie na tym polega moja rola”.

Przyznam się, że ta katastroficzna wizja pojawiła się w mojej głowie, gdy uświadomiłem sobie, że równo 20 lat temu wybierałem się do Zurychu na pierwszą moją konferencję o CSR, nie wiedząc jeszcze wtedy, czy to nie jest jakaś kolejna sekta, która mnie będzie do czegoś przekonywać. Widocznie przez te lata związałem się zbyt mocno z CSR. Na tyle mocno, że nie chciałem, aby to zniszczono, bo w pełni podzielałem przekonanie, że społeczna odpowiedzialność biznesu jest koncepcją, która naprawdę zaczęła zmieniać na poziomie globalnym relacje biznesu ze społeczeństwem. Dlatego mój ulubiony cytat z ubiegłego roku to słowa prezesa Paula Polmana: „Najważniejsze pytanie nie dotyczy tego, co ja mogę zrobić dla Unilever, lecz co Unilever może zrobić dla społeczeństwa i w jaki sposób mogę wspierać Unilever, by wypełniał tę swoją misję”.

Pewnie dlatego nadal dla mnie jest ważne, w jaki sposób CSR jest w Polsce traktowane, do jakich zmian doprowadza, jakie nowe idee są proponowane w ramach tego obszaru badań naukowych, praktyki społecznej i biznesowej. Skoro zatem rewolucji nie było i nic strasznego – ani też przelomowego w pozytywnym sensie tego słowa – się nie wydarzyło, to chciałem odnieść się do tej części CSR, która ma związek z nauką i edukacją. Pierwszy raz pisałem o tym 10 lat temu we wprowadzeniu do raportu FOB za 2003 rok. To wtedy w na-

uce coś się obudziło. Wówczas byłem przekonany, że od roku 2004, wraz z bardziej dojrzałym podejściem do CSR w najlepszych firmach, rozpocznie się fala coraz ciekawszych badań już ściśle naukowych. Jako niepoprawny idealista byłem przekonany, że wiedza o CSR wpłynie na istotne zmiany w biznesie, bo tylko dobre partnerstwo nauki i praktyki może zapewnić rzeczywistą wartość.

W ubiegłym roku opublikowano w Polsce ponad 100 artykułów w czasopismach naukowych bezpośrednio omawiających tematykę CSR, tych pośrednio dotyczących było niemal tyle samo. Ukazało się też co najmniej 25 książek naukowych, które z różnych stron analizowały CSR w Polsce. Celowo nie wspominam o setkach różnych publikacji wydawanych przez rozmaite organizacje komercyjne i nie-w-pełni-komercyjne – w mojej idealistycznej wizji to nie one tworzą wiedzę, tylko ją propagują, wykorzystują, przetwarzają. A zatem dorobek naukowy polskiego CSR był w ubiegłym roku imponujący – niestety, tylko pod względem ilości. Jeżeli ktoś z kręgu kilkuset polskich praktyków CSR, albo osób aspirujących do tego kręgu, chciałby zainspirować się dokonaniem polskiej nauki w tym zakresie, to chyba nie warto nawet próbować. Zdecydowana większość artykułów naukowych i przynajmniej połowa książek naukowych budzi mieszane uczucia.

Nauka o odpowiedzialności biznesu w polskim wydaniu jest w dużej swojej części – co było szczególnie widoczne w ubiegłym roku – odtwórcza, bo jedynie omawia dokonania niektórych naukowców i organizacji ze świata, głównie sprzed wielu lat; nieciekawa, bo nie odnosi się do przeprowadzonych badań własnych, lecz do informacji znalezionych w internecie – często przypadkowych; i banalna, bo nie proponuje nic przydatnego i inspirującego na przyszłość. Ale jest w tym coś bardzo obiecującego. Autorami są w większości młodzi pracownicy nauki – być może po kilku publikacjach, które są konieczne do zdobywania punktów, rozpoczną wreszcie własne projekty badawcze. Warto pamiętać, że to grupa przynajmniej 100 osób, już obecnie pracujących na uczelniach w różnych polskich miastach, dla których głównym obszarem zainteresowania jest CSR. Być może za kilka lat pojawią się efekty.

Ci młodzi pracownicy nauki zaczynają już prowadzić zajęcia dydaktyczne na wielu uczelniach – i to również w przyszłości może mieć bardzo pozytywne skutki. Nie wiem, czy nauczanie CSR rzeczywiście do czegoś się studentom przydaje. Myślę, że powinno ono być po prostu elementem różnych zajęć na studiach magisterskich, bo to przecież naturalna część wiedzy o świecie, ani ważniejsza, ani mniej ważna niż inne obszary informacji. Analizując wyniki badania prowadzonego w ubiegłym roku przez oikos na wielu uczelniach, przyjrzałem się bliżej „sylwetce ideowej” studentów dwóch szkół wyższych: Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego (UKSW) i Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie (UEK).

Dzisiejszy student UKSW wiedzę o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw czerpie głównie z internetu, bo na zajęcia z CSR raczej nie chodzi i ich nie potrzebuje. Jest przekonany, że w biznesie liczy się zysk za wszelką cenę, CSR jest raczej tylko wybielaniem wizerunku, a w wyborze miejsca pracy będzie kierował się przede wszystkim korzyściami finansowymi, podobnie jak w wyborach konsumenckich. Wprawdzie uważa, że w biznesie jest w zasadzie miejsce na etykę, ale nie przyczynia się ona do wyższego zysku, a rynek i tak zmusza firmy do łamania zasad etyki. Z kolei student UEK często słyszy o CSR

na różnych zajęciach, jest przekonany, że w biznesie jest miejsce na etykę i przyczynia się ona do wzrostu zysku, bo sukces w biznesie jest powiązany ze społeczną odpowiedzialnością. Do wyboru swojego pracodawcy, a także do decyzji konsumenckich podchodzi dość rozważnie, bo jest przekonany, że nie tylko pieniądze są ważne.

Mógłbym zatem pokusić się o pewne uogólnienie, chociaż zdaję sobie sprawę z tego, że to tylko niepotwierdzona do końca hipoteza. Zajęcia z CSR zmieniają podejście studiującego – przyszłego pracownika i klienta – do roli biznesu w społeczeństwie, do rynku, do własnego dalszego rozwoju. Wiedza o CSR jest dobrym przygotowaniem do bycia świadomym, aktywnym obywatelem, który chce zmieniać świat na lepsze. Tego nam ciągle najbardziej brakuje. Oczywiście, oprócz takiej elementarnej edukacji potrzebna jest też pogłębiona edukacja CSR – konkretna i praktyczna – przede wszystkim na poziomie podyplomowym, która pozwala dostrzec szersze horyzonty w już wykonywanej pracy – szczególnie tym, u których idealizm młodości dawno minął.

Jeżeli młodzi pracownicy nauki przyczynią się w końcu do rozwoju badań nad CSR w Polsce, to praktycy biznesu będą mogli dużo na tym skorzystać. Jeżeli zaś niektórzy z tych pracowników naukowych okażą się też dobrymi wykładowcami, to praktykom biznesu będzie dużo łatwiej realizować założenia swoich strategii społecznej odpowiedzialności, bo więcej będzie świadomych i aktywnych obywateli. I może katastroficzna wizja, o której pisałem wyżej, się nie spełni.

Bolesław Rok

*dyrektor Centrum Etyki Biznesu i Innowacji Społecznych,
Akademia Leona Koźmińskiego*

Trójęgłos po COP19

Andrzej Kassenberg

*Instytut na rzecz Ekorozwoju,
Koalicja Klimatyczna*

Zmiany klimatu postępują i prognozy mówią, że bez zasadniczej redukcji gazów cieplarnianych pod koniec XXI wieku czeka nas wzrost temperatury najprawdopodobniej o 4°C w stosunku do okresu przedprzemysłowego. Spowodowałoby to dalszy zasadniczy wzrost ilości i nasilenia ekstremów pogodowych i poważne straty. Naukowo przyjęta granica bezpieczeństwa to 2°C, a dzisiaj jest już 0,9°C. COP19 po raz kolejny pokazał istotne rozbieżności pomiędzy jego uczestnikami: krajami bogatymi, gospodarkami szybko rozwijającymi się, krajami najbardziej narażonymi na skutki zmian, lobby paliw kopalnych czy przedstawicielami społeczeństwa obywatelskiego. Nie podjęto zobowiązania co do dobrowolnego zgłoszenia przez poszczególne kraje wielkości redukcji gazów cieplarnianych, a jedynie przyjęto słabsze stwierdzenie, że kraje przedstawią swój wkład w ochronę klimatu.

Nie osiągnięto także pełnego porozumienia w kwestiach finansowych. W roku 2009 kraje bogate obiecały pomoc krajom biednym w przeciwdziałaniu zmianom klimatu w wysokości 100 mld USD rocznie od roku 2020, poczynając od 10 mld USD rocznie w latach 2010–12. W Warszawie ten okres początkowy został przesunięty na lata 2013–19, dodano także założenie zebrania środków prywatnych o tej samej wielkości. Jednak zobowiązania w kwestiach finansowych są miękkie.

W Warszawie dokonano natomiast uzgodnień co do mechanizmu pomocy krajom szczególnie biednym w sytuacji strat i zniszczeń powodowanych ekstremami pogodowymi (tzw. *loss and damage*).

Marcin Popkiewicz

*ASPO (Association for the Study of Peak Oil & Gas), ZiemiaNaRozdrożu.pl,
NaukaOKlimacie.pl*

Jeśli jako ludzkość uznamy, że koszty zmiany klimatu i adaptacji będą mniejsze niż koszty ograniczenia emisji gazów cieplarnianych, paliwa kopalne przez kolejne dekady będą naszym głównym źródłem energii. Jakie będą konsekwencje wyboru tej drogi? Doświadczymy drastycznego przesuwania się stref klimatycznych, całego wachlarza ekstremalnych zjawisk pogodowych, zakwaszenia i odtleniania oceanów, rozpadu wiecznej zmarzliny i oceanicznych hydratów metanu. Wszystko to można krótko podsumować jako szóste wielkie wymieranie w historii Ziemi.

Pomimo potencjalnie katastrofalnych długoterminowych konsekwencji zmiana klimatu to temat bardzo niewygodny. Brak wyceny odległych w czasie kosztów środowiskowych przez wolny rynek stanowi jedną z jego wielkich słabości. Przyjęcie do wiadomości zagrożenia zmianą klimatu oznacza przyznanie, że wolny rynek nie jest idealny – co dla wielu ludzi i organizacji jest fundamentem ich światopoglądu. Ograniczenie wzrostu temperatury do progu +2°C, za którym czeka nas rozpad wiecznej zmarzliny i destabilizacja pokładów oceanicznych hydratów metanu, oznacza ponadto konieczność pozostawienia pod ziemią 80% rezerw paliw kopalnych, co dla będących właścicielami złóż koncernów (lub krajów działających jak koncerny naftowe/węglowe, takich jak Arabia Saudyjska czy Rosja) jest trudne do przetknięcia.

Dużo łatwiej jest zanegować zmianę klimatu. I wielu ludzi, wiele organizacji, a nawet władz państwowych tak robi.

Marta Krawcewicz

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Po raz pierwszy do rozmów podczas szczytu klimatycznego został zaproszony biznes. W końcu, bo to przede wszystkim biznes będzie musiał w praktyce wdrażać decyzje polityczne, zmagać się ze skutkami zmian klimatycznych i ponosić koszty redukcji emisji CO₂.

Jest wiele rodzajów ryzyka, których firmy mogą uniknąć, jeżeli już w tej chwili będą staraty się ograniczyć emisję CO₂:

1. Ryzyko inwestycyjne – szczególnie dla firm wydobywczych i paliwowych. Jeżeli w 2015 roku, podczas COP21, dojdzie do podpisania ambitnego porozumienia ograniczającego emisję CO₂, którego celem będzie nieprzekroczenie wzrostu temperatury na Ziemi o więcej niż 2°C w stosunku do okresu sprzed rewolucji przemysłowej, firmy będą zmuszone zrezygnować z wydobywania 60–80% swoich rezerw kopalnych.

2. Ryzyko wizerunkowe – niedawno opublikowany „Brunatny ranking banków” zarzucał bankom inwestowanie w rozwój rynku węgla brunatnego. Ucierpią na tym reputacja wymienionych banków. Banki na początek, czy jednak za moment nie będą brane pod lupę inne branże i wytykane kolejne firmy związane z paliwami kopalnymi?

3. Ryzyko kosztowe – ostatnie, choć chyba najbardziej oczywiste – koszty węgla i ropy będą rosły, oparcie swojej działalności na odnawialnych źródłach energii w tej chwili może spowodować wzrost kosztów, ale w przyszłości na pewno przyczyni się do ich ograniczenia.

G4: czas na zmiany w raportowaniu zrównoważonego rozwoju

Podczas globalnej konferencji zwołanej w 2013 roku przez organizację GRI (Global Reporting Initiative) przedstawiono najnowsze wytyczne dotyczące raportowania danych pozafinansowych.

Wytyczne GRI są najczęściej stosowane podczas raportowania danych związanych ze zrównoważonym rozwojem. Umożliwiają one firmom komunikowanie wyników w zakresie gospodarki, środowiska, polityki społecznej i zarządzania. Pomagają w przygotowaniu zrozumiałych raportów zawierających informacje o kluczowych aspektach działalności organizacji w zakresie zrównoważonego rozwoju, a także umożliwiają wdrożenie dobrych praktyk raportowania w firmach. Głównym ich zadaniem jest zachęcenie przedsiębiorstw do ustalenia i analizy zależności między strategią i działalnością biznesową firm a ich wpływem na zrównoważony rozwój. Jak wynika z ankiety przeprowadzonej przez KPMG w 2013 roku, prawie 80 ze 100 największych przedsiębiorstw w 41 krajach na całym świecie opracowuje raporty dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu zgodnie z wytycznymi GRI.

W celu zapewnienia aktualnych i najlepszych wskazówek co do skutecznego raportowania oraz odzwierciedlenia ważnych obecnych i przyszłych trendów w tym zakresie, wytyczne GRI są okresowo weryfikowane. G4 to najnowsza ich wersja.

Stosowanie się do wytycznych G4 umożliwia organizacjom identyfikację zagrożeń i możliwości, co prowadzi do rozwoju i innowacyjności. Raportujące organizacje mogą skoncentrować się na kwestiach ekonomicznych, środowiskowych i społecznych, które są ważne dla ich działalności. A ujawnianie istotnych informacji buduje zaufanie, poprawia reputację przedsiębiorstwa, pomaga przystosować się do wymagań i reagować na potrzeby rynku, inwestorów oraz organów nadzoru. Wynikiem tego są bardziej zrównoważone modele biznesowe i trafniejsze decyzje strategiczne.

Wytyczne Global Reporting Initiative – G4 mają zastosowanie we wszystkich typach organizacji, niezależnie od ich rozmiaru i kraju prowadzenia działalności. Zawierają one odniesienia do innych powszechnie stosowanych zasad i stanowią zestaw wskazówek dotyczących raportowania naruszeń kodeksów i norm postępowania w zakresie zrównoważonego rozwoju. Zostały dostosowane do innych ważnych ogólnościowych zasad, w tym do Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych, zasad UN Global Compact oraz Wytycznych ONZ dotyczących Biznesu i Praw Człowieka.

Wytyczne G4 są również doskonałym narzędziem umożliwiającym generowanie istotnych informacji, które można włączyć do raportów zintegrowanych. W grudniu zeszłego roku GRI wykorzystало Zasady Ramowe wydane przez Międzynarodową Radę ds. Raportowania Zintegrowanego (International Integrated Reporting Council) jako podstawę do włączenia raportowania danych związanych ze zrównoważonym rozwojem do raportów przygotowywanych przez przedsiębiorstwa. Raportowanie zintegrowane umożliwia połączenie danych dotyczących zrównoważonego rozwoju z informacjami o innych aspektach działalności przedsiębiorstwa, wpływającymi na jego wartość oraz związanymi z tym zagrożeniami w ujęciu krótko- i długoterminowym. Zasady Ramowe wymagają od przedsiębiorstw pokazania, że posiadają one zintegrowaną strategię, co prowadzi do stworzenia trwałej wartości dla biznesu, udziałowców i społeczeństwa. W kolejnych miesiącach organizacja GRI opracuje instrukcje dotyczące wykorzystania wytycznych G4 i Zasad Ramowych do przygotowania zintegrowanych raportów.

Wytyczne G4 są przyjazne dla użytkownika, są zrozumiałe dla osób bez dużego doświadczenia w raportowaniu. Zostały one podzielone na dwa działy: Zasady raportowania oraz Wymagane informacje. Dołączony jest do nich Przewodnik wdrożenia zawierający informacje na temat stosowania zasad, przygotowania informacji oraz interpretacji różnych zagadnień opisanych w wytycznych.

GRI opracowało również stronę internetową, aby wspierać organizacje podczas przygotowywania raportów zrównoważonego rozwoju (www.globalreporting.org/reporting/g4). Użytkownicy mogą przeglądać treść wytycznych G4 w dogodny oraz zintegrowany sposób i łatwo wyszukiwać potrzebne informacje. Strona zawiera działy Zasady raportowania oraz Wymagane informacje, a także tekst wyjaśniający zawarty w Przewodniku wdrażania.

W dzisiejszych dynamicznych czasach organizacje rządowe, inwestorzy oraz społeczeństwo coraz częściej wymagają podania informacji dotyczących zrównoważonego rozwoju. Potrzebna jest większa przejrzystość danych na temat wyników i wpływu działań organizacji w zakresie zrównoważonego rozwoju. Najważniejsza jest ich przydatność. To właśnie zapewniają wytyczne G4.

Pietro Bertazzi

*starszy dyrektor ds. polityki i kwestii rządowych,
Global Reporting Initiative*

Przedsiębiorstwa przechodzą od teorii do praktyki w dziedzinie zrównoważonego rozwoju

Wiele przedsiębiorstw doskonale prosperujących na światowym rynku bardzo troszczy się o potrzeby naszej planety i jej mieszkańców. Chcą mieć pozytywny wpływ na świat. Dlatego już prawie 200 firm dołączyło do Światowej Rady Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (World Business Council for Sustainable Development – WBCSD), której członkowie właśnie rozpoczęli nowe przedsięwzięcie – program Action2020.

Czym jest program Action2020? To zestaw wytycznych dotyczących działań, dzięki którym przedsiębiorstwa mogą pozytywnie wpływać na trendy społeczne i środowiskowe, a przy tym budować swoją pozycję w obliczu zmian klimatycznych i demograficznych oraz braku wykwalifikowanej siły roboczej. Action2020 proponuje plan działania dla biznesu w zakresie zrównoważonego rozwoju w oparciu o najnowsze dane naukowe.

Przedsięwzięcie to rozpoczęło się cztery lata temu, gdy WBCSD i jej członkowie opublikowali raport Vision 2050, w którym przedstawiono priorytety dla biznesu i zrównoważonego rozwoju aż do 2050 roku.

Aby zmienić przyszłość, liderzy biznesu muszą działać już dziś. Program Action2020 zrodził się z potrzeby skupienia się na strategicznych rozwiązaniach, które umożliwią realizację celów wyznaczonych na kolejne kilka lat – horyzont czasu, który liderzy świata biznesu i polityki mogą bez trudu objąć. Program Action2020 przybliży ten horyzont, aby zmobilizować przedsiębiorstwa do dotrzymania obietnic związanych z gospodarką, społeczeństwem i ochroną środowiska złożonych w raporcie Vision 2050.

ROZWIĄZANIA BIZNESOWE POMAGAJĄ W REALIZACJI CELÓW SPOŁECZNYCH

Program Action2020 obejmuje dziewięć obszarów, takich jak zmiany klimatyczne i zasoby wodne, kompetencje i zatrudnienie oraz podstawowe potrzeby i prawa. Każdy z obszarów zawiera cel, który musi zostać zrealizowany, aby nasza planeta mogła wrócić na tor zrównoważonego rozwoju w ciągu następnej dekady. Cele społeczne, globalne w swojej naturze, nie są możliwe do osiągnięcia przez biznes w pojedynkę. Sprostanie im będzie wymagało wspólnego wysiłku nie tylko świata biznesu, lecz także innych ważnych graczy, szczególnie organów nadzoru i ustawodawców.

Action2020 pokazuje, w jaki sposób przedsiębiorstwa mogą realizować cele społeczne, wskazując im konkretne rozwiązania

biznesowe (business solutions). Są one mierzalne (przyczyniają się do zmian), skalowalne (mają znaczący wpływ na świat), powtarzalne (można je wdrożyć w wielu przedsiębiorstwach i regionach), stanowią dodatkową działalność (przedsiębiorstwa i rządy zaczynają pracować i współpracować w inny sposób) i są korzystne dla biznesu (charakteryzują się logiką handlową, która umożliwia osiągnięcie końcowego wyniku). Firmy mogą indywidualnie lub wspólnie z innymi przedsiębiorstwami wprowadzać zmiany w zakresie swojej działalności operacyjnej i handlowej. Niektóre rozwiązania biznesowe wymagają jedynie wysiłku ze strony firm, inne – także wprowadzenia zmian w przepisach i regulacjach prawnych lub nawiązania partnerstwa.

ZAANGAŻOWANIE

Ponad 40 przedsiębiorstw należących do WBCSD – globalnych liderów w swojej branży – już pracuje nad rozwiązaniami biznesowymi. Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju pomaga im skupiać wysiłki na właściwych działaniach i umożliwia nawiązanie współpracy z potencjalnymi partnerami. Dodatkowo opracowywane są również sposoby pomiaru skuteczności rozwiązań biznesowych oraz raportowania ich postępu i wpływu na świat. Action2020 stanie się platformą umożliwiającą dzielenie się rozwiązaniami z różnych sektorów oraz pokazanie innym przedsiębiorstwom działań, które mogą one podjąć indywidualnie lub we współpracy z innymi.

To jednak dopiero początek. Aby udało się dokonać istotnych zmian, program Action2020 będzie wymagał dużego zaangażowania firm z różnych branż i regionów. Każde przedsiębiorstwo może się przyłączyć.

Sukces programu Action2020 zależy od tego, w jaki sposób przedsiębiorstwa będą angażowały się we wdrażanie rozwiązań biznesowych. Im więcej będzie dostępnych takich rozwiązań, tym większa będzie skuteczność programu Action2020 w pozyskiwaniu wsparcia na całym świecie. Im więcej przedsiębiorstw wdroży rozwiązania biznesowe, tym większy będzie ich wpływ na zrównoważony rozwój. A im większa skuteczność programu Action2020, tym większe prawdopodobieństwo, że wysiłki postępowych przedsiębiorstw doprowadzą do zmian w zakresie zaspokajania najważniejszych potrzeb mieszkańców naszej planety i dbałości o Ziemię.

Peter Bakker
prezes, Światowa Rada Biznesu
na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBCSD)

CSR w badaniach w 2013 roku

Za nami kolejny rok, który obfitował w różne badania dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu. Na tych kilku stronach nie sposób opisać wszystkich – wybraliśmy jednak te, naszym zdaniem, najistotniejsze.

KONDYCJA CSR

Osoby zajmujące się społeczną odpowiedzialnością biznesu wciąż czekają na jakościową zmianę w światowej gospodarce. W dyskursie o zrównoważonym rozwoju stale powracają pytania o to, czy czeka nas globalna katastrofa, czy wręcz przeciwnie – nauczymy się żyć w pokoju i dostatku, nie przekraczając tzw. granic planetarnych. Światowy kryzys był dla wielu nadzieją na przejście do nowego rodzaju kapitalizmu, takiego, który uwzględniłby, obok kwestii ekonomicznych, również społeczne i ekologiczne. Na jakim etapie tej zmiany jesteśmy, czy w ogóle się ona rozpoczęła – możemy sprawdzić w badaniach poruszających tematykę kondycji CSR na świecie. Badanie przeprowadzone na ponad 1000 prezesów największych światowych korporacji, zrealizowane przez firmę Accenture i inicjatywę Global Compact, nie nastraja optymistycznie. **Zdecydowana większość badanych – 67% – uznała, że sektor biznesu nie podejmuje wystarczających działań, aby sprostać wyzwaniom związanym z rozwojem zrównoważonym. Pozytywne jest to, że 78% respondentów uznaje, że podejmowanie działań z zakresu zrównoważonego rozwoju sprzyja innowacyjności, a 79% uważa, że buduje to przewagę konkurencyjną w ich branży.** Wśród barier dla rozwoju koncepcji CSR w środowisku biznesowym wymienili oni m.in.: niewystarczającą ilość zasobów finansowych przeznaczanych na te działania, brak powiązania między zrównoważonym rozwojem a wartością firmy (grono sceptyków w tym przypadku rośnie bardzo szybko – z 18% badanych w 2007 roku do 37% w zeszłym roku); niewystarczającą presję ze strony konsumentów, dla których ciągle najważniejszymi czynnikami decydującymi o zakupie jest cena i jakość; wciąż niskie zainteresowanie tą sprawą inwestorów – choć w tym przypadku aż 69% badanych jest przekonanych, że ten czynnik będzie wkrótce bardzo istotnym argumentem na rzecz rozwoju biznesu w sposób zrównoważony.

Badanie „State of Sustainable Business Survey 2013”, zrealizowane przez organizacje BSR oraz GlobeScan, wskazuje z kolei, które obszary są priorytetowe dla działań społecznie odpowiedzialnych przedsiębiorstw. Badani (700 osób z całego świata zawodowo zajmujących się CSR) określili, że w 2014 roku najważniejszym tematem dla nich będą prawa człowieka, a także prawa pracownicze. Co ciekawe, zmiany klimatu,

będące na czele tej listy w 2009 i w 2010 roku, są obecnie na miejscu trzecim. Czy oznacza to, iż firmy uznają, że zrobiły już w tym zakresie wystarczająco dużo, czy może demotywujące są marne efekty negocjacji międzynarodowych prowadzonych pod egidą Organizacji Narodów Zjednoczonych (w zeszłym roku w Warszawie)?

RAPORTOWANIE W POLSCE I NA ŚWIECIE

Jednymi z ważniejszych wydarzeń w 2013 roku były zaawansowane prace nad standardem dotyczącym raportowania zintegrowanego, a także ogłoszenie wytycznych do raportowania społecznego – G4. Temu obszarowi tematycznemu poświęcone były badania „The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013”. Wynika z nich, że **raportowanie społeczne należy do standardowych praktyk biznesowych na świecie, spośród 4100 przebadanych firm raporty przygotowuje 71% (wskaźnik ten rośnie, w 2011 roku było to 64%).** Jeszcze bardziej imponująco wygląda procent raportujących spośród 250 największych światowych przedsiębiorstw – 93. Rozpowszechnienie tej praktyki jest niezależne od obszaru działalności firmy – we wszystkich branżach ponad 50% z nich przygotowuje raporty społeczne. Raportowanie zintegrowane jest wciąż mało rozpowszechnione – 10% badanych firm przygotowuje takie dokumenty, chociaż aż 51% umieszcza informacje związane z CSR w swoich dorocznych sprawozdaniach finansowych (tutaj wzrost jest niezwykle silny – w 2011 roku było to 20%, a w 2008 – tylko 8%). Innym znaczącym trendem jest korzystanie z określonych standardów dotyczących raportowania – tutaj zdecydowanym liderem jest Global Reporting Initiative, z których to wytycznych korzysta, według badania, 78% raportujących firm.

Sytuacji w Polsce przyjrzała się firma CSRinfo, realizując badanie „Raportowanie CSR w Polsce 2013”. Według niego w 2012 roku powstało 41 raportów społecznych, w tym 28 sporządzonych zostało według wytycznych GRI. W 2013 roku z kolei powstały pierwsze raporty organizacji niebiznesowych – przygotowane przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Miasto Warszawę. Według wywiadów przeprowadzonych w ramach badania z menedżerami zajmującymi się raportowaniem odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju, przygotowanie całego raportu zajmuje od 3,5 do 6 miesięcy. **Popularność raportowania społecznego w Polsce daleka jeszcze jest od standardów przyjętych na świecie, niemniej wydaje się, że jest tylko kwestią czasu kiedy i u nas ten sposób informowania o swojej odpowiedzialności będzie regułą, a nie wyjątkiem.**

WPŁYW BIZNESU NA ŚRODOWISKO

Listopad w Polsce upłynął pod znakiem szczytu klimatycznego COP19 oraz szeregu towarzyszących mu wydarzeń. Jednym z raportów, o których było głośno w środowiskach biznesowych podczas szczytu, był „Global 500 Climate Change Report 2013” przygotowany przez CDP oraz PwC, według którego 10% spośród 500 największych firm na świecie wytwarza 3,6 mld ton gazów cieplarnianych, co stanowi 73% światowej emisji. Raport wskazuje także, że firmy, które wykazują silne zaangażowanie w zarządzaniu swoim wpływem na środowisko, generują lepsze wyniki środowiskowe i finansowe. Publikacja zawiera również indeks firm najbardziej zaawansowanych w kwestii zarządzania swoim wpływem na środowisko (mierzenie i redukcja emisji gazów cieplarnianych). Firmami liderami tego rankingu zostały BMW, BNY Mellon, Cisco Systems, Daimler, Gas Natural SDG, Nestlé, Royal Philips. Oby za tymi dobrymi przykładami podążały inne firmy – to tym ważniejsze, że pewne jest, iż na kolejnych szczytach klimatycznych biznes będzie odgrywał coraz istotniejszą rolę.

RÓŻNORODNE KRAJE, RÓŻNORODNE FIRMY

Jak co roku, również w 2013 zrealizowanych zostało sporo badań dotyczących różnorodności i dyskryminacji. Na szczególną uwagę zasługują dwa, jedno przyglądające się tej tematyce z perspektywy krajów, drugie analizujące, jak polityka zarządzania różnorodnością realizowana jest przez firmy. Europejski Instytut ds. Równości Płci stworzył Gender Equality Index – narzędzie łączące wiele wskaźników (mierzących stopień równości w obszarach: praca, pieniądze, wiedza, czas, władza i zdrowie) w jeden prosty w użyciu i umożliwiający porównania instrument. Na 100-stopniowej skali, na której 1 oznacza brak równości, a 100 stan idealny, UE zdobyła 54 pkt. Polska plasuje się poniżej unijnej średniej (na 17. miejscu), uzyskując 44,1 pkt. Najlepiej radzą sobie Szwecja (74,3 pkt), Dania (73,6 pkt) i Finlandia (73,4 pkt). W żadnym z sześciu obszarów Polska nie przekroczyła unijnej średniej, najlepszy wynik osiągnęliśmy w kategorii zdrowie, mierzącej m.in. przewidywaną długość życia. Zdecydowanie najgorszy natomiast w obszarze czas, w którym brane pod uwagę było m.in. ile czasu domowym obowiązkom poświęcają pracujące zawodowo kobiety i mężczyźni (co najmniej godzinę dziennie na obowiązki takie jak sprzątanie i gotowanie poświęca 72% kobiet i tylko 14% mężczyzn).

W zeszłym roku mogliśmy zapoznać się również z wynikami Barometru Różnorodności – pierwszego ogólnopolskiego badania firm wskaźnikiem Diversity Index, służącym do kompleksowej analizy zarządzania różnorodnością w przedsiębiorstwie. Wynika z niego, że prawie 2/3 firm w Polsce zetknęło się z podejściem do zarządzania zasobami ludzkimi określanym jako „zarządzanie różnorodnością”. Jednocześnie jedynie 21% przedsiębiorstw potwierdzało, że stosuje rozwiązania z zakresu zarządzania różnorodnością w miejscu pracy, a zaledwie 2% ma odpowiednią strategię. Organizacje, które posiadały wewnętrzne regulacje w tym zakresie, deklarowały dodatkowo, że zarządzanie różnorodnością najczęściej odnosiło się do wieku (77%) i płci (63%), a zdecydowanie rzadziej do niepełnosprawności (35%) czy wyznania (20%). Te i inne badania wskazują, że sytuacja w obszarze różnorodności i dyskryminacji, choć daleka od idealnej, to z roku na rok ulega poprawie. Temat ten na pewno nadal będzie pod lupą badaczy, dla których szczególnie interesujące mogą być zmiany zachodzące wskutek dyskusji o gender w Polsce.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE MAŁEGO BIZNESU

Strategiczne podejście do zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu jest w Polsce nieustannie domeną dużych przedsiębiorstw, jednak wiele działań podejmowanych jest po to, by rozpowszechnić tę koncepcję również w sektorze małych i średnich firm. W zeszłym roku Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości zrealizowała badanie kadry zarządzającej, przeprowadzone w ramach projektu systemowego „Społeczna odpowiedzialność biznesu”. Wynika z niego, że 2/3 przedstawicieli firm z sektora MŚP nie spotkało się z pojęciem CSR, a mimo to wysoki jest wśród nich odsetek przedsiębiorców deklarujących realizowanie działań zgodnych z założeniami tej koncepcji – troskę o pracowników, o środowisko naturalne czy o społeczność lokalną deklaruje odpowiednio między 70 a 85% badanych. Najczęściej podejmowane działania to: programy szkoleniowe dla pracowników i pracowniczek, segregacja odpadów i zrównoważone gospodarowanie surowcami, współpraca z organizacjami, instytucjami, grupami oraz osobami ze społeczności lokalnej. Jeśli do tych aktywności małe i średnie przedsiębiorstwa dołożą strategiczne myślenie o swoim zaangażowaniu, będzie to z pewnością z korzyścią zarówno dla nich, jak i ich interesariuszy.

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU – PERSPEKTYWA PRACOWNIKÓW I PRACOWNICZEK

Miniony rok zaowocował również ciekawymi badaniami dotyczącymi postrzegania społecznej odpowiedzialności przez głównych interesariuszy firm, czyli pracowników i pracowniczki. Badania te potwierdziły pewne intuicje mówiące o tym, że współcześni pracownicy oczekują od firm czegoś więcej niż godziwych zarobków. „Pracownicy oczekują standardów” – jak czytamy w raporcie z badań ilościowych zrealizowanych przez ICAN Institute, Crido Taxand i Pracodawców RP – 92% badanych z polskich firm oczekuje od zarządzających podjęcia działań w zakresie podnoszenia kultury etycznej w organizacji. Niepełne wykorzystanie czasu pracy przez pracowników, a z drugiej strony niewykorzystanie potencjału pracowników – to najczęściej powtarzające się problemy etyczne w firmach zauważane przez ankietowanych (odpowiednio 41% i 37% wskazań). O tym, że etyka w biznesie jest ważna, wskazują także kolejne liczby: ponad 3/4 badanych podczas zmiany pracy zwracałoby uwagę, czy potencjalny pracodawca był zamieszany w aferę korupcyjną, a ponad połowa – czy ma kodeks etyczny. Co więcej, rzetelna realizacja działań z zakresu społecznej odpowiedzialności w firmie wpływa również na pozytywne relacje między pracodawcą a pracownikami – o czym przekonują autorzy raportu zatytułowanego „Społeczna odpowiedzialność biznesu – perspektywa pracownika”. Przedstawione analizy wywiadów IDI i CATI przybliżają nam rzeczywistość polskich przedsiębiorstw, w tym zagadnienia, takie jak nadal obecne trudności z zachowaniem równowagi pomiędzy pracą zawodową a życiem prywatnym, nierówny dostęp do możliwości rozwoju zawodowego pracowników, zalety i wady elastycznych form zatrudnienia i organizacji pracy, możliwości i ograniczenia zgłaszania zaobserwowanych nieprawidłowości w miejscu pracy. W obliczu zmieniającej się roli pracy (praca jako miejsce samorealizacji), rosnących oczekiwań pracowników wobec pracodawców, a z drugiej strony nadal wysokiego bezrobocia i zatrudniania na tzw. umowy śmieciowe – problemy te jawią się jako szczególnie ważne i godne zainteresowania zarówno małych, jak i dużych firm.

Problematyce pracowniczej poświęcone są również wyniki „II Ogólnopolskich Badań Wolontariatu Pracowniczego”, które wskazują, że od 2008 roku wolontariat pracowniczy wyraźnie zyskał na popularności wśród największych przedsiębiorstw w Polsce. Rośnie zainteresowanie tego typu zaangażowaniem pracowników – jeśli trend się utrzyma, to można się spodziewać, iż w najbliższych 3–4 latach wśród największych firm mniej więcej co dziesiąta będzie oferowała wolontariat. Pytanie: czy to dużo, czy mało? Ale najważniejsze – jaka jest jakość tego typu praktyk? Pracownicy firm rzadko bowiem wykorzystują w wolontariacie swoje cenne umiejętności zawodowe w ramach tzw. wolontariatu kompetencyjnego (zaledwie 23% ankietowanych). Realizowane przez nich działania to zazwyczaj jednorazowe projekty (67%), takie jak malowanie ścian i drobne prace remontowe, podczas gdy sami beneficjenci, na rzecz których prowadzone są działania, oczekiwaliby raczej długofalowej współpracy (86% deklaracji), zwiększenia częstotliwości akcji (25%) oraz lepszego przygotowania wolontariuszy (20%). Problem polega więc nie tylko na liczbie firm, w których program wolontariatu jest prowadzony (obecnie jedynie 5–7% badanych przedsiębiorstw i instytucji), ale na sednie prowadzonych działań – czyli jakości oferowanej pomocy: odpowiadaniu na potrzeby zarówno pracowników, jak i beneficjentów.

CO KONSUMENCI TAK NAPRAWDĘ WIEDZĄ O CSR?

Niewiele, ale chcieliby wiedzieć więcej i oczekują od firm rzetelnej i uczciwej komunikacji o produktach i prowadzonych działaniach. Takie wnioski płyną z pierwszego „Barometru CSR”, cyklicznych (jak zapewniają autorzy) badań ilościowych zrealizowanych przez Dom Badawczy Maison na zlecenie SGS Polska. Badani nie tylko chcieliby wiedzieć więcej, lecz także oczekują, że firmy będą podejmowały działania z zakresu CSR: 88% respondentów zgadza się ze stwierdzeniem, iż to dobrze, że coraz więcej firm podejmuje działania na rzecz społeczeństwa i środowiska. Wpływa to na reputację przedsiębiorstwa i przekłada się na deklaracje zakupowe – bowiem 57% badanych wierzy, że produkty i usługi firm, które angażują się w działania na rzecz społeczeństwa i środowiska, są lepszej jakości niż produkty i usługi tych, które tego nie robią. Cieszy więc fakt, że być może rośnie świadomość konsumentcka, która w dłuższej perspektywie przełoży się na decyzje o intensyfikacji działań CSR-owych w firmach.

Agata Gruszecka-Tieśluk, Marcin Grzybek
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Omówione badania:

- BSR, GlobeScan, State of Sustainable Business Survey 2013
- CDP, PwC, Global 500 Climate Change Report 2013
- Centrum Wolontariatu, II Ogólnopolskie Badania Wolontariatu Pracowniczego, 2013
- CSRinfo, Raportowanie CSR w Polsce 2013
- Europejski Instytut ds. Równości Kobiet i Mężczyzn, Gender Equality Index, 2013
- Global Compact, Accenture, The UN Global Compact-Accenture CEO Study on Sustainability 2013
- ICAN Institute, Pracodawcy RP, Crido Taxand, Potrzeby pracodawców i pracowników w zakresie HR w kontekście etyki w miejscu pracy, 2013
- Konfederacja Lewiatan, I Barometr Różnorodności, 2013
- KPMG, The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013
- PARP, Badanie kadry zarządzającej w ramach projektu Społeczna odpowiedzialność biznesu, 2013
- SGS Polska, Dom Badawczy Maison, Barometr CSR, 2013
- Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Forum Związków Zawodowych, Społeczna odpowiedzialność biznesu – perspektywa pracownika, 2013.

Co z tymi dostawcami?

Największym grzechem wobec bliźniego nie jest nienawiść, ale obojętność. (G.B. Shaw)

Od kilku dekad przedsiębiorstwa pozbywają się aktywów trwałych, czerpiąc zyski głównie ze sprzedaży i budowania wartości marki. Przenoszenie produkcji do krajów mniej rozwiniętych stało się procederem powszechnym – dzięki temu firmy drastycznie zmniejszają koszty pracy oraz inne opłaty związane z działalnością. Często jednak nie idzie za tym przenoszenie standardów etycznych (o ile dana firma takie posiada) czy chociażby podstawowych zasad bezpieczeństwa w miejscu pracy. Przedsiębiorstwa, które korzystają z usług dalekich dostawców, zwykle niewiele o nich wiedzą. Co gorsza, nie szukają tej wiedzy, nie dążą do poznania warunków, w jakich pracują ludzie zatrudnieni (legalnie lub nie) w fabrykach produkujących na ich zlecenie. Przecież pomiędzy zlecającym a wykonawcą jest kilku pośredników i tysiące kilometrów. Wiadomo, że co z oczu to z serca.

W kwietniu 2013 roku w Bangladeszu zawałiła się fabryka, w której szyto ubrania dla znanych marek – zginęło 1129 osób. W ruinach znaleziono m.in. metki Cropp, marki należącej do największej polskiej firmy odzieżowej LPP (właściciela również takich marek, jak Reserved, Mohito czy House). Część firm, które zlecały tam produkcję, przystąpiła do porozumienia na rzecz poprawy bezpieczeństwa pracy w lokalnych fabrykach – nie było wśród nich LPP. Kilka miesięcy później wiceprezes firmy w niefortunnej wypowiedzi przyznał, że spółka nie wiedziała, jakie warunki panują w fabryce, zdała się całkowicie na pośrednika. Po licznych protestach, internetowych akcjach krytykujących postawę LPP i apelach konsumentów firma zapowiedziała zmianę polityki wobec dostawców. Czas pokaże, jak to będzie wyglądać w praktyce – na razie akcje spółki osiągają rekordową wartość. Mamy zatem rosnącą grupę wrażliwych konsumentów i... nieistniejącą grupę wrażliwych inwestorów.

Wiele osób, biorąc niejako „w obronę” firmy pokroju LPP, argumentuje, że tak naprawdę wpływ zleciennodawcy na warunki pracy u odległego dostawcy jest bardzo niewielki. Rzeczywiście, zarządzanie łańcuchem dostaw to niezwykle trudny obszar, szczególnie jeśli chce się to robić zgodnie z zasadami CSR – właściciele fabryk w krajach rozwijających się nauczyli się nawet fałszować wyniki audytów społecznych. Pytanie jednak: czy fakt, iż jest to trudne, oznacza, że mamy nie próbować?

Na szczęście istnieją na świecie firmy, które umiejętnie korzystają z potencjału koncepcji odpowiedzialnego zarządzania dostawami (RSCM – Responsible Supply Chain Management), której poświęcone były dwie publikacje Forum Odpowiedzialnego Biznesu: „Wspólna odpowiedzialność. Rola dostaw i zakupów” (2011) oraz „Zrównoważony łańcuch dostaw: trendy

i innowacje” (analiza tematyczna, 2013). Nie chodzi wyłącznie o względy etyczne – odpowiedzialność nie przestania racjonalności. Wiele przykładów pokazuje, że odpowiedzialne zarządzanie, także dostawami, przekłada się na realne korzyści: wzrost zaufania konsumentów, wzrost bezpieczeństwa i ograniczenie kosztów związanych z wypadkami, wzrost efektywności itd. Firmy takie jak Patagonia, które także korzystają ze współpracy z azjatyckimi dostawcami, od lat dbają o standardy etyczne w łańcuchu dostaw.

Nie ma firm idealnych. W zglobalizowanym świecie trudno przetrwać przedsiębiorstwom, które nie optymalizują kosztów wedle reguł panujących w danej branży. Odpowiedzialność nie jest stanem, ale procesem – ta sama spółka jednego dnia może wykazać się etyczną postawą, innego przeciwnie. Możemy zatem mówić nie tyle o „firmach odpowiedzialnych”, ale „dążących do odpowiedzialności”. I na tej właśnie, jedynej chyba, podstawie my, jako konsumenci, możemy wybierać – czy chcemy kupować od firm, które pozostają obojętne, czy od takich, które się starają? Cieszy mnie, że coraz więcej osób w Polsce aktywnie wyraża swoje wartości, przytaczając się do konsumenckich bojkotów. Jakkolwiek upraszczają one świat i pokazują nadużycia w formie czarno-białej, stoi za nimi szlachetna intencja. Przede wszystkim zaś – oddalają nas one od obojętności, która jest zabójcza w metaforycznym i, w kontekście Bangladeszu, realnym sensie.

Natalia Ćwik
Go Responsible Consulting

Zaangażuj gwiazdę, a akcja się powiedzie?

Badania rynków medialnych pokazują, że obecność w reklamie osoby znanej znacznie wpływa na sprzedaż produktu. Reklama wykorzystuje rozpoznawalnych ludzi, aby ugruntować lub poprawić wizerunek firmy, zwiększyć świadomość marki, sprzedaż i wreszcie żeby być zapamiętaną. Znane twarze pomagają utrwalić reklamę, nawet długo po tym jak przestanie być emitowana. Zgodnie z badaniami przeprowadzonym przez ZenithOptimedia 83% ankietowanych utożsamia produkt z zachwalającą go gwiazdą lub odwrotnie¹. Efektem tej sympatii do promowania marek za pośrednictwem znanych twarzy jest fakt, że w co czwartej reklamie za produktem stoi popularna postać.

A JAK JEST W ŚWIECIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH?

Dokładne badania wyjaśniające, czy zaangażowanie gwiazd show-biznesu do kampanii społecznej przekłada się na jej sukces, nie zostały jeszcze przeprowadzone. Pięć edycji Plebiscytu Gwiazdy Dobroczynności organizowanego przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce pokazuje jednak, że organizacje społeczne coraz częściej współpracują z osobami publicznie znanymi. Tak jak w reklamie: marka – jaką w tym przypadku jest projekt organizacji pozarządowej – staje się rozpoznawalna. Tym samym korzyści społeczne wynikające z przeprowadzenia akcji są większe. Dobrym przykładem są kampanie 1%. Zaangażowanie osoby znanej do tego rodzaju przedsięwzięcia jest szansą na zebranie funduszy na realizację celów statutowych mniejszych lub działających lokalnie organizacji. Fundację „Szkoła Otwartych Serc” z Malborka od 2010 roku wspiera znana z TVN Agnieszka Cegielska. Dzięki wykorzystaniu jej wizerunku malborska fundacja w zeszłym roku odnotowała pięciokrotny wzrost wpływów z kampanii 1%. Z Małopolskim Hospicjum dla Dzieci od dwóch lat współpracuje aktorka Joanna Koroniewska, która nie tylko wspiera codzienne funkcjonowanie ośrodka, co bierze udział w kampaniach informacyjnych dotyczących przekazania 1% podatku na hospicjum.

OSOBOWOŚĆ I WIZERUNEK MUSI WPASOWYWAĆ SIĘ W AKCJĘ

Aby kampania z gwiazdą się powiodła, wizerunek osoby znanej musi współgrać z profilem akcji społecznej. Tak jak w typowej reklamie – najskuteczniej przemawiają do odbiorcy komunikaty, w których ambasador i produkt tworzą harmonijny i uzupełniający się obraz spełniający oczekiwania grupy docelowej. W klasycznej reklamie przykładem takiej synergii są liczne kampanie, w których ambasadorki marki, takie jak np. Joanna Bro-

dzik (marka Olay) czy Anna Maria Jopek (marka Yoskine), przy każdej obecności w mediach podkreślały swoje przywiązanie do produktu i jego walorów, deklarując wierność i wyjątkowość ich stosowania na co dzień. Robert Lewandowski publicznie pije tylko coca-cole, a Anna Mucha porusza się po mieście wyłącznie samochodami promowanej przez siebie marki. Taka pamięć o byciu ambasadorem w prywatnym życiu przynosi korzyści wizerunkowe dla marki.

Organizacje pozarządowe wykorzystujące wizerunek osób znanych powinny na początku współpracy zadać sobie pytanie: jeśli nasze marki byłyby osobowością, to jakie cechy by posiadały? Jako przykład może posłużyć Stowarzyszenie WIOSNA, autor takich marek społecznych, jak Akademia Przyszłości i Szlachetna Paczka. Szlachetną Paczkę zdefiniowało ono jako bohaterstwo i odwagę do walki o lepszą przyszłość, a Akademię Przyszłości jako siłę do przewyższania problemów, osiągania sukcesów i konfrontowania z porażkami. Jako ambasadorzy programów pomocowych WIOSNY, utożsamiani z takim stylem życia – skjarzeni zostali wybitni sportowcy, a także Szymon Majewski, Daria Widawska, Paweł Małaczyński czy Julia Kamińska.

PIĘĆ LAT GWIAZD DOBROCZYNNOŚCI

Współpraca fundacji, stowarzyszeń i innych organizacji III sektora z gwiazdami nie jest prostą sprawą. Mądre współdziałanie, które zaowocuje realną pomocą dla podopiecznych danej organizacji, to domena tych, którzy wiedzą, jak uczciwie i z szacunkiem angażować wybraną przez siebie osobę. Pięć lat Plebiscytu Gwiazdy Dobroczynności, którego celem była promocja społecznego zaangażowania osoby rozpoznawalnej oraz popularyzacja postaw dobroczynnych w społeczeństwie, pokazuje, że kluczem do sukcesu akcji społecznej z wykorzystaniem wizerunku gwiazdy jest dopasowanie jej osobowości do wydźwięku kampanii.

Aleksandra Brzozowska
*koordynatorka projektu „Gwiazdy Dobroczynności”
realizowanego przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce*

¹ „Kowalski w świecie mediów v. 5 – Celebryci w ataku – Odstona 2”, ZenithOptimedia.

Razem czy osobno?

Przez lata przywykliśmy w Polsce do krajobrazu tworzonego przez sektory, które funkcjonowały osobno na tyle długo, że w zasadzie przestały siebie dostrzegać. Ewidentne różnice w komunikacji, sposobie i tempie pracy oraz powszechne przekonanie, że przedsiębiorcy to manipulanci, pracownicy III sektora to niepraktyczni idealisci, a sektor publiczny wypełniają nieelastyczni urzędnicy – powodowały, że do niedawna trudno było wyobrazić sobie, iż ludzie z tych tak odrębnych światów mogliby usiąść przy jednym stole i wypracować projekt przynoszący zarówno indywidualne profity wynikające z łączenia sektorów, jak i osiągnąć wspólne cele, które nie byłyby możliwe w działaniu w pojedynkę. A jednak! Ostatni rok pokazał, że sektory: gospodarczy, społeczny i publiczny – zaczęły się do siebie zbliżać i dostrzegać potencjał tkwiący we współpracy.

W 2013 roku pojawiły się dwa konkursy dedykowane partnerstwom międzysektorowym. Jeden, na poziomie lokalnym, zorganizowany przez UNDP i Krajowy Ośrodek EFS, w ramach którego spośród 22 nadesłanych zgłoszeń wyróżniono 2 partnerstwa: społeczno-publiczne i społeczno-prywatne. Drugi ogłoszono z inicjatywy Komisji Europejskiej; w odpowiedzi na niego do Forum Odpowiedzialnego Biznesu, będącego koordynatorem konkursu po stronie polskiej, zgłoszono 50 partnerstw. Pięćdziesiąt partnerstw to dużo czy mało? Pesymiści powiedzą, że w skali całego kraju to mało. Faktycznie, może nie jest to oszałamiająca liczba, jednak biorąc pod uwagę – nie tak odległe w latach – uprzedzenia sektorowe, to zgłoszenie do europejskiego konkursu 50 przedsiębiorstw, które z sukcesem zrealizowały projekty w partnerstwie międzysektorowym, uważam za dobry i obiecujący znak. Przede wszystkim dlatego, że podmioty z poszczególnych sektorów coraz chętniej wchodzą w interakcję, a firmy w tej współpracy znajdują źródło budowania przewagi konkurencyjnej. Ponadto partnerstwa międzysektorowe są źródłem wartości społeczno-ekonomicznej, a po części przyczyniają się także do budowania kapitału społecznego, którego deficyt odczuwamy niemal na każdym kroku.

Przedsiębiorstwa, które realizują projekty wspólnie z partnerami z sektorów niebiznesowych, podkreślają, że chociaż współpraca międzysektorowa nie jest łatwa, to jednak warto się z nią zmierzyć, ponieważ pozwala ona osiągać wymierne biznesowe korzyści. Poza dość oczywistym i powszechnym dążeniem do budowania pozytywnego wizerunku wsparte go wiarygodnym przekazem i dzięki temu pozyskiwaniem klientów wrażliwych społecznie czy środowiskowo, ciekawe i nowe w Polsce jest to, że firmy we współpracy międzysektorowej zaczynają dostrzegać możliwość docierania do nowych

klientów, otwierania się na nowe rynki i tworzenia innowacyjnych produktów i usług.

Trudno wskazać przepis na udane partnerstwo międzysektorowe. Każde jest inne, każde żyje swoim życiem – może ewoluować, a może także się szybko zakończyć. Można jednak wyróżnić kilka wskazówek pozwalających stworzyć efektywne partnerstwo:

1. Selekcja odpowiedniego partnera – to podstawa; powinna ona wy pływać z charakteru projektu oraz zidentyfikowania zasobów, które będą potrzebne. Kluczowe jest kojarzenie się podmiotów, które poszukują w otoczeniu potrzebnych im zasobów, ale których same nie posiadają. Koalicje komplementarnych podmiotów charakteryzują się łatwością współpracy, a im większy poziom komplementarności zasobów i organizacyjnego dopasowania, tym większy potencjał do tworzenia wartości. Przy wyborze partnerów nie wolno zapominać o weryfikacji ich wiarygodności.
2. Współpraca musi być projektem opłacalnym biznesowo – jeśli partnerstwo będzie źródłem przewagi konkurencyjnej, wówczas jego rozwój nabierze tempa i rozmachu, należy jednak podkreślić, że korzyści ze współpracy muszą być bardzo wyraźnie zdefiniowane dla każdej z zaangażowanych stron. Połączone interesy współpracujących podmiotów stanowią o efektywnego partnerstwa.
3. Każdy partner musi być kompetentny w swoim obszarze działania – jak pokazują badania, kompetencje pracowników z poszczególnych sektorów stanowią kluczowy zasób, do którego można dotrzeć dzięki współpracy międzysektorowej. To właśnie doświadczenie, wiedza, umiejętności często stanowią fundament efektywnego partnerstwa międzysektorowego.

Współpraca międzysektorowa to niewątpliwie duża szansa dla biznesu i podmiotów z sektorów niebiznesowych. Dzięki łączeniu różnych zasobów oraz postrzeganiu problemu z różnych perspektyw – zdecydowanie łatwiej o innowacje społeczne, bardziej efektywne działanie, wprowadzanie pozytywnych zmian wewnątrz każdej organizacji. To właśnie różnorodność, która dotąd dzieliła, wykorzystana w odpowiedni sposób, przynosi partnerom korzyści, których nie byłoby w stanie osiągnąć w pojedynkę. Należy jednak jasno powiedzieć, że to również wyzwanie związane nie tylko z kruszeniem murów, które rosły przez lata, ale także dopasowywaniem się do siebie, uczeniem tolerancji, zrozumienia i kompromisu.

dr Marta Karwacka

ekspertka współpracująca z Forum Odpowiedzialnego Biznesu

O społecznej odpowiedzialności uczelni

Jednym z coraz częściej dyskutowanych zagadnień z zakresu społecznej odpowiedzialności jest jej odniesienie do instytucji spoza świata biznesu. Potrzebę rozumienia praw i obowiązków wobec społeczeństwa oraz innych interesariuszy przez wszystkie organizacje, nie tylko działające w celu pomnażania zysku, akcentuje m.in. standard ISO 26000. Podobnie jak przedsiębiorstwa, które powinny brać odpowiedzialność za swoje produkty i usługi, również uczelnie muszą zmierzyć się z koniecznością wzięcia odpowiedzialności za swoje decyzje. Społeczna odpowiedzialność szkół wyższych to zarówno działania adresowane do członków organizacji, jak i podejście do kształtowania relacji zewnętrznych poprzez umiejętne godzenie interesów stron zainteresowanych i uwzględnianie ich potrzeb na każdym etapie zarządzania. Oznacza to, że nie należy ograniczać się wyłącznie do dbania o wysoką jakość kształcenia, co samo w sobie bez wątpienia jest istotną kwestią. W przypadku wymiaru wewnętrznego społecznej odpowiedzialności szkoły wyższej należy przede wszystkim wziąć pod uwagę potrzeby i oczekiwania kadry, która nie tylko odpowiada za poziom kształcenia przyszłych absolwentów, ale również prowadzi badania naukowe, które wspierają rozwój gospodarki czy rozwiązują problemy społeczne i pomnażają dobro intelektualne.

Przemiany społeczno-gospodarcze odcisnęły piętno na współczesnej szkole wyższej. W ostatnich latach zauważalna staje się rosnąca konkurencja między uczelniami. Dotyczy ona nie tylko sfery finansowej i konieczności pozyskiwania funduszy na prowadzenie badań naukowych, ale przede wszystkim, za sprawą niżu demograficznego, konkurencji o studenta. W tej pogoni łatwo zapomnieć o wartościach etycznych. Dlatego tak istotne wydaje się dbanie o wysokie standardy etyczne, w tym przede wszystkim o: uczciwe konkurencje o środki finansowe na badania, unikanie konfliktu interesu, nepotyzmu, mobbingu i innych problemów natury moralnej, a także szacunek wobec całej społeczności akademickiej. Wymiar etyczny dotyczy również samych przedstawicieli nauki, którzy powinni pielęgnować etos pracowniczy, dążyć do pomnażania wiedzy i dbać o jakość badań naukowych. Odpowiedzialne podejście to także zwracanie uwagi na sposób zarządzania i administrowania.

Uczelnia, tak jak i inne podmioty, może również organizować rozmaite projekty zaangażowania społecznego adresowane do społeczności akademickiej, takie jak działania podnoszące świadomość środowiskową, a także pomoc w powrocie do pracy po urlopie rodzicielskim czy prowadzenie przyuczelnianych przedszkoli i żłobków.

Wykształcenie przyszłych kadr, które odpowiada zapotrzebowaniu rynku pracy, to jedno z wyzwań dla współczesnej szkoły wyższej. Od uczelni oczekuje się, że studentów nie tylko wyposaży w odpowiednią wiedzę, ale przede wszystkim wykształci u nich umiejętności potrzebne we współczesnym świecie. Poziom wykształcenia społeczeństwa powinien być kluczowym aspektem strategii rozwoju kraju i gospodarki opartej na wiedzy.

Komercjalizacja wiedzy, innowacyjność czy dostosowanie do warunków rynkowych to określenia, które – zgodnie z oczekiwaniami opinii publicznej – powinny charakteryzować dzisiejsze uczelnie. Jednocześnie nie należy zapominać o wielowiekowej tradycji akademickiej. Wyważenie tych dwóch punktów widzenia i umiejętne godzenie interesów także świadczą o odpowiedzialnym podejściu do zarządzania szkołą wyższą.

Uczelnie nie tylko powinny być społecznie odpowiedzialne, ale również mają za zadanie uczyć postaw etycznych czy szacunku do środowiska naturalnego. Stanowią nieodłączny element każdego społeczeństwa, a promowane przez szkoły wyższe wartości i postawy znajdują w nim potem odzwierciedlenie.

Uczelnie to również ważny interesariusz na mapie relacji w danym regionie jako pracodawca i partner do współpracy z sektorem administracji publicznej, biznesowym i pozarządowym. Otwartość na współpracę pozwala na osiągnięcie efektu synergii i wymierne rezultaty oraz na budowanie trwałych relacji z otoczeniem. Świadczy też o gotowości uczelni do podjęcia dialogu i partycypacji społecznej.

Tak jak przedsiębiorstwa, które uczą się społecznej odpowiedzialności wobec swoich interesariuszy, również szkoły wyższe powinny podjąć to wyzwanie. Społeczna odpowiedzialność nie jest sposobem na rozwiązywanie wszystkich problemów, z jakimi muszą się borykać, chcąc sprostać współczesnym wyzwaniom, ale pozwala na łatwiejsze radzenie sobie z nimi. Dzięki społecznej odpowiedzialności tradycyjna rola szkoły wyższej może zostać wzmocniona.

dr Agata Rudnicka
*Wydział Zarządzania UŁ,
Fundacja CSR Impact*

Egzamin z etyki

Etyka kojarzy się z czymś niepoliczalnym i niemierzalnym. Jeśli firma komunikuje, że prowadzi działalność w sposób etyczny, nie wiemy, jak to właściwie zweryfikować. Szczęśliwie polskie firmy mają możliwość potwierdzenia swojej kultury etycznej dzięki wykorzystaniu dostępnych standardów etycznych i coraz częściej z tego korzystają.

W Polsce najbardziej popularnymi standardami CSR są ISO 26000, Global Reporting Initiative, zasady Global Compact i wytyczne OECD. Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej od blisko dwóch lat podejmują starania, aby do tej puli dołączyć Social Accountability 8000. Jest to norma międzynarodowa i uniwersalna, dzięki czemu można ją wdrażać w wielu firmach, o różnych formach organizacyjnych. Zainteresowanie naszej organizacji SA 8000 wynika przede wszystkim z tego, że w zasadach tu zawartych położony jest duży nacisk na dialog wewnątrz przedsiębiorstw, przede wszystkim pomiędzy pracodawcą a pracownikami. Dodatkowo dzięki poświęceniu uwagi w treści dokumentu łańcuchowi dostaw i zarządzaniu współpracą z kontrahentami – norma uczy przedsiębiorstwa patrzeć na etykę przez pryzmat konkurencyjności oraz swoich atutów w relacjach z partnerami biznesowymi.

Zdaniem Douga DeRuisseau, jednego z dyrektorów Social Accountability International, jednostki zarządzającej normą SA 8000, dziś w Polsce należy przede wszystkim podnosić świadomość i pokazać przedsiębiorstwom, w czym ten standard może im pomóc. W celu upowszechnienia normy SA 8000, Pracodawcy RP – we współpracy z ICAN Institute i Crido Taxand – realizują projekt „Nowe rozwiązania w zarządzaniu HR kluczem do wzrostu adaptacyjności polskich przedsiębiorstw”. Program jest nakierowany na kompleksowe wsparcie polskich przedsiębiorstw w zakresie stosowania zasad normy.

W projekcie przewidziano szereg inicjatyw mających na celu upowszechnienie standardu SA 8000 na polskim rynku oraz wdrożenie i utrzymanie procesów etycznych w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Pierwszym podjętym przez nas działaniem było przeprowadzenie badań ilościowych i jakościowych wśród kadry zarządzającej oraz przedstawicieli pracowników co do potrzeb w zakresie zarządzania, HR i etyki w miejscu pracy. Ponadto na początku realizacji przedsięwzięcia zespół projektowy wziął udział w szkoleniu dotyczącym wprowadzania, przestrzegania i audytowania normy w przedsiębiorstwie. Było to drugie takie szkolenie w Polsce, pierwsze od 12 lat. Następnie przetłumaczono normę SA 8000 i przewodnik do jej wdrażania.

Bezpośrednie wsparcie dla przedsiębiorstw realizowane jest w trzech etapach. Pierwszy przewiduje szkolenie dotyczące normy SA 8000 dla osób zajmujących się zarządzaniem w firmach. Drugi zakłada testowanie innowacyjnego narzędzia, które opracowaliśmy po to, by jak najlepiej przygotować polskie firmy do prowadzenia działalności zgodnej z zasadami normy. W ramach trzeciego i ostatniego etapu 15 wybranych firm korzysta z audytu certyfikacyjnego.

Norma SA 8000 podlega certyfikacji, która nie ogranicza się jednak tylko do przeprowadzenia audytu w firmie. Sam audyt certyfikujący jest jednym z elementów całego procesu. Certyfikat przyznawany jest na trzy lata, a po tym czasie organizacja może ubiegać się o jego przedłużenie. SA 8000 nawiązuje do norm z zakresu jakości (ISO 9001) i środowiska (ISO 14001). Powstała na bazie standardów obejmujących prawa człowieka i prawa pracownicze, takich jak: Powszechna deklaracja praw człowieka ONZ, Konwencja Narodów Zjednoczonych, Konwencja praw dziecka i Konwencja Międzynarodowej Organizacji Pracy. Standardy certyfikowania, obejmujące dziewięć obszarów, ujęto w taki sposób, aby były mierzalne, przejrzyste i weryfikowalne.

Uzyskanie certyfikatu normy SA 8000 stanowi potwierdzenie, że firma przestrzega wymogów prawnych, a także wychodzi poza nie i dobrowolnie nakłada na siebie dodatkowe zobowiązania mające na celu podniesienie jakości własnej działalności oraz relacji z pracownikami i partnerami biznesowymi. Jednocześnie minimalizuje ryzyko nieprawidłowości oraz potencjalne ich skutki i idące za tym koszty. Firma postrzegana jest jako etyczna i wiarygodna, a także dążąca do stosowania najwyższych standardów. W ten sposób, poprzez wzmocnienie wizerunku przedsiębiorstwa prowadzącego odpowiedzialny biznes, wzrasta jego konkurencyjność. Wdrożenie zasad normy SA 8000 wnosi nową wartość w kwestie zarządzania łańcuchem dostaw, w relacje z podwykonawcami i dostawcami.

Katarzyna Różycka
dyrektor Departamentu Dialogu,
Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej

Prawa zwierząt w kontekście CSR

CSR prawie w każdej branży opiera się na aktywności w trzech obszarach: ekologii, ochronie praw ludzi oraz pracowników, a także ochronie praw zwierząt. To ostatnie zagadnienie jest najrzadziej dyskutowane głównie dlatego, że nie każda przedsiębiorczość jest związana ze zwierzętami.

Trudno byłoby rozpatrywać ten temat w kontekście przemysłu mięsnego, którego głównym źródłem przychodu jest masowa eksploatacja zwierząt, a konkretnie ich eksterminacja. Oczywiście, polemika na temat humanitarnego chowu oraz uboju miałyby tutaj rację bytu, ale niewątpliwie powiązania z etyką mogłyby być dla wielu osób sporym nadużyciem. Podobnie jest w przypadku przemysłu farmaceutycznego, gdzie nadal większość testów i badań wykonuje się na zwierzętach. Mimo możliwości prowadzenia badań chemicznych na żywych tkankach oraz ochotnikach, na całym świecie buduje się nowe laboratoria wiwiskcyjne, a w przemyśle kosmetycznym brakuje konsekwentnych zapisów blokujących testy na żywych organizmach.

Niewątpliwie jedna z najważniejszych gałęzi przemysłu, gdzie związek CSR z ochroną praw zwierząt jest szalenie istotny, to przemysł odzieżowy. Owszem, przy produkcji odzieży dochodzi do wielu nadużyć również związanych z przyrodą i prawami ludzi. Plantacje, a także przemysłowa obróbka bawełny niszczą środowisko; farbiarnie i garbarnie na całym świecie zatrzuwają wodę; szwalnie globalnego Południa zaś stosują przemoc i powodują biedę poprzez morderczą, źle opłacaną pracę, jak również mobbing na skalę nieznaną w cywilizowanych krajach. Są to problemy najbardziej istotne z punktu widzenia człowieka. Lecz etyka zakłada szacunek do wszystkich podmiotów zewnętrznych, w tym także do zwierząt.

Usankcjonowane sposoby zadawania śmierci gatunkom eksploatowanym na potrzeby mody na całym świecie pozostawiają wiele do życzenia. Są one dużo bardziej okrutne niż w przypadku bydła hodowanego na mięso, gdyż podczas zabijania zwierząt futerkowych za wszelką cenę chroni się skórę dawcy, nie zaś jego „dobre samopoczucie”. I tak w zapisach weterynaryjnych w różnych państwach są wymieniane zastrzyki z chlorem, zagazowanie, tłamanie karku czy porażenie prądem. Trudno te metody nazwać humanitarnymi, nie sposób też rozmawiać w tym przypadku o odpowiedzialności biznesu wobec kogokolwiek/czegokolwiek.

Skóry naturalne na potrzeby produkcji ubrań pozyskuje się nie od zwierząt zabijanych na mięso, jak niektórzy myślą. Nie jest

to produkt uboczny z rzeźni. W przemyśle odzieżowym skóry naturalne pochodzą głównie od specjalnie utrzymywanego w tym celu gatunku bydła. Hinduskie krowy są najliczniejszym „dawcą” tego surowca, tylko w roku 2012 zabito ich tam 63 mln. Mimo dominującego hinduizmu, którego wyznawcy powinni z należytym szacunkiem traktować święte krowy, trudno w Indiach mówić o humanitarnym traktowaniu zwierząt, gdyż tamtejsze ustawodawstwo jest dość ubogie w kwestii ochrony praw zwierząt, a już na pewno nie można mówić o etycznym traktowaniu tych, które są wywożone do rzeźni tuż za granicą z Pakistanem.

Przemysł futrzarski jako jedna z nielicznych gałęzi gospodarki, mimo krachu w 2007 roku, odnotowuje coroczny wzrost zysków, w zeszłym roku aż o 7%. Tylko na jednym targu skór i futer w Chinach sprzedaje się ok. 2 mln skalpów z runem, zaś aż 58 mld dolarów wyniosła całkowita wartość handlu skórą i wyrobami skórzanymi tylko w 2008 roku. Moda na futra staje się coraz bardziej popularna, a liczba zwierząt zabijanych dla ludzkiego kaprysu z roku na rok znacząco rośnie. Od kilkuset lat światowe tkalnie udoskonalają technologie włókiennicze, materiały odzieżowe stają się coraz lepszej jakości, coraz bardziej praktyczne, w XX wieku naukowcy opracowali tkaniny, które cechują równie doskonałe właściwości jak materiały pochodzące od zwierząt. Futra z praktycznego punktu widzenia stały się zbędne już ponad 40 lat temu, a mimo to przemysł odzieżowy nie tylko z nich nie zrezygnował, ale, co gorsza, wzmocnił ich znaczenie w masowej kulturze konsumpcji.

Dla przedsiębiorców chcących podążać ścieżką CSR istotne byłoby najpierw zrozumienie ogromnej krzywdy, jaka jest niepożrebnie wyrządzana czującym ból fizyczny oraz psychiczny zwierzętom. Do tego trzeba empatii i wykształcenia w tym kierunku. Kolejnym krokiem jest odwaga, a także konsekwencja we wprowadzaniu strategii CSR w firmie odzieżowej. Odpowiedzialność społeczna biznesu w modzie w kontekście ochrony praw zwierząt to często zmiana nie tylko planów przedsiębiorstwa w kwestii wykluczenia produktów odzwierzęcych z kolekcji, ale czasem całej strategii marketingowej firmy, być może przepozycjonowania jej na rynku. To dość radykalne posunięcie, ale np. Tommy'emu Hilfigerowi oraz Ralphowi Laurenowi udało się to bez żadnego uszczerbku na przychodach oraz wartości tych marek.

Magdalena Płonka
autorka książki „Etyka w modzie czyli CSR
w przemyśle odzieżowym”, wykładowca Międzynarodowej
Szkoły Kostiumografii i Projektowania Ubioru

Biznes na rzecz zrównoważonych miast

Najbliższe lata będą bez wątpienia należały do miast. I to z kilku powodów, a pierwszym z nich jest nasilający się proces urbanizacji. Według danych Biura Statystycznego ONZ, do 2025 roku ponad 85% mieszkańców Europy będzie żyć na terenach miejskich, a trend migracji do miast najprawdopodobniej zintensyfikuje się w przyszłości. Również nowe rozdanie funduszy europejskich i tworzona obecnie Krajowa Polityka Miejska przekierowują uwagę z państw i regionów – właśnie w stronę miast. Dofinansowane będą zatem m.in. innowacyjne rozwiązania z zakresu infrastruktury miejskiej, transportu, budownictwa, wykorzystania nowych technologii, a także włączania mieszkańców w proces zarządzania miastem.

Dlaczego miasta są tak ważne? Ponieważ jako spójne systemy szybciej reagują na zmianę niż większe struktury, typu powiaty czy województwa. W miastach szybciej można znaleźć rozwiązania na najważniejsze problemy społeczne, środowiskowe i ekonomiczne, a przede wszystkim szybciej i efektywniej wdrożyć je w życie. Rozwiązania z poziomu miast mogą być także łatwiej replikowane na terenie innych miast. Stąd często mówi się o miastach przyszłości – jako „smart cities” lub „resilient cities”. W konsekwencji tych zjawisk obserwujemy obecnie zmianę poziomu myślenia (i mówienia) o wdrażaniu idei zrównoważonego rozwoju – z poziomu globalnego na lokalny – stąd znacząca rola miast i władzy lokalnej, o czym pisał już Benjamin Barber, twierdząc, że władza powinna na powrót zostać oddana w ręce burmistrzów.

Nadal wyzwaniem pozostaje jednak takie zarządzanie miastem, aby rozwijało się w sposób zrównoważony, z jednoczesnym uwzględnieniem aspektów społecznych, środowiskowych i gospodarczych. Wymaga to ustalenia konkretnych zasad „gru w zrównoważenie”, w której brać udział będą różni aktorzy.

REGUŁY GRY

Zarządzanie miastem z uwzględnieniem perspektywy zrównoważonego rozwoju wymaga od władz lokalnych zaangażowania wielu grup w proces współtworzenia miasta, w myśl zasady: „Nic o nas bez nas”. Pierwszą z nich są mieszkańcy, coraz bardziej otwarci na dialog, domagający się możliwości współuczestniczenia w projektowaniu przestrzeni miejskiej. Powoli popularność zyskują referenda lokalne, budżety partycypacyjne czy takie koncepcje jak CitiPartnerships (projekt współpracy międzysektorowej na rzecz rozwoju miast). Liczne oddolne inicjatywy miejskie wymuszają na władzach większą transparentność w działaniach. Ciekawym przykładem jest tu

Gdynia, w której z inicjatywy prezydenta miasta uruchomiono serwis Cennik miejski. Można w nim znaleźć informacje dotyczące wydatków miasta na transport publiczny, utrzymanie terenów rekreacyjnych, placówek publicznych, a także na średnie pensje urzędników miejskich. Powoli w proces rozwoju miasta włączani są przedsiębiorcy i inwestorzy. Zrównoważone miasta to bowiem doskonały impuls do wspierania innowacyjności lokalnych przedsiębiorców, także we współpracy z ośrodkami naukowymi i badawczymi.

NOWI GRACZE

Tocząca się od wielu lat dyskusja o zrównoważonym rozwoju miast nasila się, a włączony do niej zostaje również biznes. W Polsce widoczny jest już trend zrównoważonego budownictwa – nowo powstające biurowce projektowane są w taki sposób, aby spełniały wysokie standardy środowiskowe i oczekiwanie nawet najbardziej wymagających klientów. Za nim pojawiają się liczne rozwiązania biznesowe pomagające władzom lokalnym odpowiadać na realne problemy miejskie. Wśród nich wymienić można chociażby system zarządzania sygnalizacją świetlną rozwiązujący problem zakorkowanych ulic, system monitoringu karetek skracający czas docierania pomocy do pacjentów, zdalny monitoring pomiaru zużycia wody pomagający wprowadzić realne oszczędności dla miasta i mieszkańców. Pojawia się również coraz więcej inicjatyw realizowanych we współpracy: biznes – urzędy miast. W wielu przypadkach nie można jeszcze mówić o układach partnerskich (partnerstwa publiczno-prywatne), lecz współpraca ta na pewno będzie się rozwijać.

Widać zatem, że pojęcie zrównoważonego miasta jest bardzo szerokie i swoją przestrzeń oraz inspirację do działania może tu znaleźć niemal każda branża. Najważniejszy jest tu jednak dialog społeczny i współpraca międzysektorowa, które stanowią fundament wszystkiego, co chcemy określić mianem „zrównoważony”.

Agata Gruszecka-Tieśluk
menedżerka ds. zarządzania wiedzą,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Społeczna odpowiedzialność sportu

Sport ma moc zmieniać świat. Ma moc inspirowania, ma moc jednoczenia ludzi w inny sposób. Przemawia do młodzieży w zrozumiałym dla nich języku. Sport może budować nadzieję, tam gdzie kiedyś była tylko rozpacz. Jest potężniejszy niż rządy w przetamywaniu barier rasizmu. Śmieje się w twarz wszystkim rodzajom dyskryminacji. (Nelson Mandela)

Kalendarz na rok 2014 wypełniony jest sportowymi wydarzeniami: w lutym – XXII Zimowe Igrzyska Olimpijskie w Soczi, w czerwcu i lipcu – mundial na brazylijskich stadionach, zaś we wrześniu w Polsce – Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn (kobieca wersja – we Włoszech).

Sport budzi ogromne emocje, fascynuje miliony kibiców, jest też nośnikiem wielu ważnych wartości zapisanych w credo olimpiady, w tym szlachetnej rywalizacji w duchu *fair play*. Zakończenie to w prosty sposób powinno kierować sport do idei odpowiedzialności społecznej, jednak skandale, łamanie praw człowieka czy też rażące zaniedbania pokazują główne organizacje i wydarzenia sportowe w bardzo złym świetle. Czy istnieje recepta na wprowadzenie zasad CSR w sporcie?

CZEGO NAUCZYLIŚMY SIĘ Z SOCZI?

Kiedy powstaje ten tekst, w Kraju Krasnodarskim trwają jeszcze przygotowania do igrzysk, ale w momencie jego publikacji po zniczu olimpijskim nie zostanie już żaden ślad. Warto więc postawić trzy pytania, na które odpowiedzi poznamy, być może, już po zakończeniu zawodów.

1. Czy prawa człowieka były przestrzegane?

Wystarczy przywołać sprawy łamania praw pracowników, szczególnie imigrantów, budujących obiekty olimpijskie czy słynny „paragraf 310” dający nieograniczone prawa władzy, w tym prawo wyłączenia ludności, aby zdać sobie sprawę ze skali nieprawidłowości występujących przy organizacji najważniejszego zimowego wydarzenia sportowego w 2014 roku.

2. Czy Rosji udało się zneutralizować ślad węglowy igrzysk?

XXII Zimowe Igrzyska miały być pierwszymi całkowicie zoffsetowanymi zawodami sportowymi w historii. Podawano liczbę 160 tys. metrów ton ekwiwalentu CO₂ wyemitowanego podczas podróży widzów i mediów, który miał ulec zneutralizowaniu. Dodatkowo program „Bezpieczna przyszłość” zakładał wprowadzenie energooszczędnych i niskoemisyjnych technologii w obszarach infrastruktury, przemysłu i rolnictwa na terenie Federacji Rosyjskiej. Jak ostatecznie wyglądała kwestia środowiska? Już na etapie przygotowań odkryto odpady na nielegalnym wysypisku, aktywiści mówili też o dewastowaniu cennych przyrodniczo kaukaskich terenów.

3. Czy bojkot igrzysk przyniósł zamierzony skutek?

Zgodnie z zapowiedziami, biletów na zimową olimpiadę nie potrzebowali prezydenci Francji, Niemiec i Litwy: François Hollande, Joachim Gauck i Dalia Grybauskaitė. Bojkot igrzysk

ogłosili też celebryci, m.in. Lady Gaga. Kto ostatecznie pojawił się na widowni – jest kluczowe w kontekście zaznaczenia doniosłości igrzysk.

PIŁKA JEST OKRĄGŁA, A BRAMKI SĄ DWIE

Innym przykładem nieodpowiedzialności w sporcie jest FIFA, czyli Międzynarodowa Federacja Piłki Nożnej, która wciąż wydłuża listę popełnianych nadużyć, bijąc rekordy, jeśli chodzi o organizację, bądź co bądź, pozarządową.

Zarzuty łamania praw człowieka oraz praw pracowniczych przy organizacji mistrzostw świata; braku transparentności finansowej; niejasnej polityki wynagrodzeń; braku jakiejkolwiek kontroli zewnętrznej; nieprzejrzystych struktur organizacyjnych; afery tapówkarskiej (jak te przy okazji wyborów gospodarzy mundialu w 2014, 2018 i 2022 roku) – nic dziwnego, że FIFA została nominowana w „prestżowym” konkursie Public Eye, w którym internauci wybierają najbardziej nieodpowiedzialne organizacje na świecie.

SPORT, CZYLI ODPOWIEDZIALNOŚĆ, GŁUPCZE!

Branża sportowa jest jedną z najdynamiczniej rozwijających się dziedzin gospodarki na świecie, brakuje jednak standardów, które mogłyby regulować mechanizmy działania największych instytucji oraz zrewidować międzynarodowe zawody i wydarzenia sportowe. Receptą z pewnością byłoby włączenie odpowiedzialnego biznesu do zasad funkcjonowania największych graczy na tym rynku, przykładem jest katalońska FC Barcelona. Klub poprzez Fundację FC Barcelony realizuje działania w obszarze CSR, m.in. włączając się w kampanie społeczne, wspierając UNICEF czy walcząc z ubóstwem. Przede wszystkim jednak dzięki specjalnym programom skierowanym do gorzej sytuowanych dzieci i młodzieży – daje im możliwość edukacji i rozwoju; jednym z beneficjentów programu był legendarny piłkarz Leo Messi. Ważną inicjatywą inspirowaną przez sport jest też m.in. walka z rasizmem pod egidą UEFA „NO to Racism”. Również wydarzenia sportowe mogą być organizowane w sposób zrównoważony – letnia olimpiada w Londynie przygotowana została zgodnie ze standardem ISO 20121.

Magda Andrejczuk
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Współpraca dla zmiany

Motorami zmian są innowacje społeczne, do których skutecznej realizacji niezbędne są trzy elementy: nowatorski model działania (idea), innowator – przedsiębiorca społeczny oraz zasoby na ich upowszechnianie.

W biznesie nowe, skuteczne idee szybko się rozprzestrzeniają na całym globie i każdy chce mieć do nich dostęp. W świecie nowych idei społecznych nie działają, niestety, takie siły rynkowe. Jest wręcz odwrotnie: świetne pomysły na aktywności społeczne często pozostają na poziomie lokalnym i po wieloletnich trudach udaje im się czasem osiągnąć format krajowy. Organizacjom brak bowiem zarówno zasobów (kompetencji, finansów), jak i skutecznych mechanizmów umożliwiających wdrażanie trwałych rozwiązań.

Próbą odpowiedzi na to wyzwanie jest wprowadzanie myślenia, strategii i zasobów ze środowiska biznesu do świata organizacji społecznych. Obszar łączenia finansów i kompetencji biznesowych z działaniami na rzecz rozwiązywania problemów społecznych określa się jako „społeczne finanse” lub „społeczne inwestowanie” (*social finance* lub *impact investing*). Jest to rodzaj strategicznego inwestowania połączonego z doradztwem biznesowym na rzecz generowania mierzalnych zmian (korzyści) społecznych, środowiskowych, jak również finansowych. W obszarze *impact investing* mieszczą się takie inicjatywy, jak *venture philanthropy*, *social venture*, inkubatory inicjatyw społecznych czy konkursy na biznesy społeczne.

Venture philanthropy to długofalowe wsparcie merytoryczne oraz finansowe organizacji społecznej, dostosowane do poziomu jej rozwoju, zasięgu działania, w celu zwiększenia jej skuteczności i oddziaływania społecznego. W Polsce działania w tym obszarze prowadzi Ashoka we współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Inwestorów Kapitałowych (PSIK), przenosząc modele wsparcia merytorycznego i kapitałowego przedsiębiorstw do organizacji społecznych.

Struktury **social venture**, popularne w Wielkiej Brytanii, oferują rozmaite finansowe instrumenty zwrotne (pożyczki, gwarancje), odpowiadając na bieżące potrzeby rozwojowe organizacji lub też krótkoterminowe potrzeby finansowe (np. problemy z płynnością w sytuacji oczekiwania na dotację). W Polsce tego typu instrumenty dla organizacji społecznych oferowane są m.in. przez Polsko-Amerykański Fundusz Pożyczkowy Inicjatyw Obywatelskich, Małopolski Fundusz Pożyczkowy czy Towarzystwo Inwestycji Społeczno-Ekonomicznych. Zarówno poziom wsparcia kapitałowego, jak i merytorycznego jest bardzo różny w każdym z tych podmiotów.

Inkubatory inicjatyw społecznych w polskich warunkach nie dysponują zazwyczaj kapitałem finansowym i ograniczają się do wsparcia merytorycznego. Tę lukę próbuje wypełnić międzynarodowa organizacja NESsT, która w 2013 roku rozpoczęła działalność w Polsce. Swoją ofertę kieruje do młodych organizacji społecznych, oferując im zarówno wsparcie merytoryczne, doradztwo biznesowe, jak i inwestując w ich rozwój.

Idea **konkursów na biznesy społeczne** zatacza coraz szersze kręgi i często jest wykorzystywana jako narzędzie do wyszukiwania ciekawych inicjatyw społecznych (podobnie jak w biznesie do szukania pomysłów na dobry biznes). W Polsce są to konkursy promujące ciekawe przedsiębiorstwa społeczne oferujące wsparcie merytoryczne oraz nagrody finansowe. We wszystkich kategoriach organizacje i ich partnerzy biznesowi borykają się z wyzwaniami komercjalizacji i konkurowania z innymi podmiotami działającymi na rynku.

Doświadczenia płynące z inicjatywy **Ashoka Globalizer**, wspierającej członków Ashoki we wchodzeniu na rynki międzynarodowe, pokazują, że adaptowanie myślenia, mierników czy strategii biznesowych do działalności społecznej nie stanowi zagrożenia dla realizacji ich misji społecznej. Jest wręcz odwrotnie: wiedza i doświadczenie przedsiębiorców, po odpowiedniej adaptacji, doskonale wpływają na skuteczność działań organizacji społecznych. Często również potwierdzają, że mały może więcej. Oczywiście, nie są to rozwiązania uniwersalne: to, co sprawdzi się w organizacji pracującej z osobami długotrwale bezrobotnymi, może nie zadziałać w organizacji pracującej na rzecz osób z autyzmem. Jednakże na tym między innymi polegają atrakcyjność i okazja do szukania innowacyjnych rozwiązań, otwarta zarówno dla partnerów społecznych, jak i biznesowych. Związane one są przede wszystkim z przenikaniem wiedzy, kompetencji i doświadczeń pomiędzy tymi, jak się często wydaje, odmiennymi sektorami. Wspólne działania partnerów społecznych i biznesowych w obszarze *social finance* mają już swoich pionierów w Polsce (Ashoka, PSIK, NESsT, UNDP czy FISE). Podobnie jak w innych krajach i tutaj opierają się na wiedzy, doświadczeniu, sprawdzonych modelach i strategii działalności przedsięwzięć komercyjnych. Docelowo realizują wspólne zadania, łącząc kompetencje partnerów społecznych i biznesowych na rzecz pozytywnej zmiany społecznej.

Ewa Konczal
Ashoka Poland & CEE

Kobiety w zarządach firm

W 2011 roku Viviane Reding, wiceprzewodniczącą Komisji Europejskiej odpowiedzialną za kwestie sprawiedliwości, zwróciła uwagę na zagadnienie zwiększenia dostępu kobiet do najważniejszych stanowisk w zarządach spółek. Inicjatywa „Kobiety w zarządzie – zobowiązanie dla Europy” to program skierowany do największych europejskich spółek notowanych na giełdzie. W ciągu roku od ogłoszenia inicjatywy, udział kobiet w organach zarządzających europejskich firm wzrósł z 11,8% w 2010 roku do 13,7% w styczniu 2012.

W efekcie tych działań Parlament Europejski w listopadzie 2013 roku podjął decyzję, że do 2020 roku kobiety mają stanowić 40% składu tego organu we wszystkich firmach notowanych na giełdzie, które zatrudniają więcej niż 250 osób oraz mają obroty powyżej 50 mln euro. Regulacja będzie dotyczyć wszystkich krajów Unii Europejskiej. Instytucje, którym nie uda się wprowadzić powyższych zaleceń, będą karane.

Jak wynika z najnowszego rankingu Deloitte „CE Top 500”, największych firm Europy Środkowej, w Radach Nadzorczych 91 największych polskich firm kobiety stanowią zaledwie 14,5%. Oznacza to, że przedsiębiorstwa mają przed sobą prawdziwe wyzwanie, a kobiety już teraz powinny się przygotowywać, aby odpowiednio wykorzystać możliwości wynikające z nowej regulacji.

CZY BIZNES MOŻE SKORZYSTAĆ Z WIĘKSZEJ OBECNOŚCI KOBIET?

Zgodnie z wynikami raportu Komisji Europejskiej, powstatego w oparciu o wspomniany program, równowaga płci na najwyższych stanowiskach przyczynia się do lepszych wyników przedsiębiorstw, zwiększonej konkurencyjności i korzyści ekonomicznych. Potwierdzają to także liczne badania i raporty firm rekrutacyjnych oraz doradczych, w tym firmy Deloitte. Analizy wskazują też na istnienie pozytywnej korelacji między różnorodnością a efektywnością oraz innowacyjnością przedsiębiorstw. Psychologowie podkreślają większą odporność kobiet na stres, umiejętność działania pod presją wielu zadań, lepszą organizację pracy i umiejętności współpracy zespołowej.

Dodatkowo z najnowszych badań (John Gerzema i Michael D'Antonio, *The Athena Doctrine*; wzięto w nim udział 64 tys. osób z 13 państw generujących większość światowego przychodu: Brazylia, Chile, Chiny, Francja, Indie, Indonezja, Japonia, Kanada, Korea Południowa, Meksyk, Niemcy, USA i Wielka Brytania) wynika, że świat jest zmęczony nadmiarem tradycyjnie

męskich cech w życiu, biznesie i polityce. Ocena społeczeństw w odniesieniu do naszych czasów jest wyjątkowo pesymistyczna. Dwie trzecie ludzi w wiodących krajach naszego globu uważa, że czas na wielką zmianę, a świat będzie lepszy, gdy do głosu dojdą kobiety oraz mężczyźni, którzy myślą jak kobiety.

Dla biznesu na świecie oznacza to, że wraz z wielkim trendem odwrótu od dominacji męskich cech zmieniają się definicje i oczekiwania wobec przywództwa, szczęścia i sukcesu. Współczesny lider, zdaniem badanych, ma dzielić się emocjami i odczuciami w otwarty sposób. Powinien widzieć i kreować przyszłość, wdrażając rozwiązania zapewniające raczej zrównoważony wzrost niż wyłącznie bieżące korzyści. W gospodarce o wysokim stopniu powiązań i współzależności męskie cechy, jak agresja i kontrola, są postrzegane przez badanych jako znacznie mniej efektywne niż wartości kobiece, jak współpraca i dzielenie się osiągnięciami. Natomiast sukces definiowany jest zgodnie z badaniem bardziej w kategoriach relacji i uznania niż wyników finansowych.

KLUB DELOITTE SHEXO – ROZWÓJ. PRZYWÓDZTWO. NETWORKING

Firma Deloitte, w odpowiedzi na powyższe trendy dyskutowane na rynkach Unii Europejskiej, realizuje program Deloitte „Kobiety w biznesie”, który jest częścią strategii firmy Inclusion and Diversity. Najważniejszym z elementów programu jest Klub SheXO, który istnieje od 2011 roku i skierowany jest do kobiet na stanowiskach zarządczych. Powstał on z myślą o kobietach biznesu i ich rozwoju osobistym oraz zawodowym. Tworzy przestrzeń dla regularnej wymiany myśli, rozwijania cech przywódczych oraz networkingu. W ramach działania Klubu organizowane są spotkania biznesowe, na które zapraszani są eksperci z zakresu psychologii biznesu, coachingu, mentorzy oraz ludzie sukcesu. Klub inicjuje oraz patronuje także publikacjom, które dotyczą i pogłębiają wiedzę z zakresu rozwoju zawodowego kobiet. Dodatkowo, we współpracy z naukowcami, psychologami oraz praktykami biznesu, prowadzone są badania, których celem jest lepsze rozpoznanie wyzwań oraz zmian, jakie zachodzą w tej dziedzinie.

Magda Sarzyńska
menedżer,
Deloitte

Nowy model gospodarki szansą na rozwój zrównoważony

Obecnie wiele spółek dąży do osiągnięcia stopniowego wzrostu wydajności, aby zabezpieczyć się przed skutkami nagłych wzrostów cen i niestabilną sytuacją na rynkach towarów. Coraz bardziej oczywiste staje się jednak fakt, że tradycyjne strategie zwiększenia wydajności mają ograniczoną skuteczność w obliczu ogólnosystemowych zmian, jakim podlega dzisiejsza globalna gospodarka.

Ten scenariusz jest jednym z powodów, dla których coraz więcej liderów biznesu, polityków i analityków sugeruje, że model gospodarki przerobowej, stosowany od czasów rewolucji przemysłowej, polegający na pobieraniu, przetwarzaniu i pozbywaniu się zasobów i energii, nie zapewnia socjologiczno-ekonomicznych rozwiązań potrzebnych w dzisiejszych czasach. Wygląda na to, że zmieniły się „zasady gry”. Sto lat spadków cen towarów wymazane w 10 lat, oczekiwane 3 mln nowych konsumentów klasy średniej do roku 2030 oraz bezprecedensowa niestabilność cen na rynkach — to wszystko sprawia, że liderzy świata biznesu, polityki i edukacji szukają alternatywy, która zagwarantuje dalszy postęp w XXI wieku.

Jedną z możliwości może być przejście na model gospodarki opartej na obiegu zamkniętym (circular economy), który ostatnio zyskuje popularność na świecie. Gospodarka oparta na obiegu zamkniętym to samoodnawialny system, wykorzystujący dwa oddzielne przepływy materiałów: biologiczny i techniczny. Produkty i usługi są projektowane w sposób umożliwiający optymalizację ich obiegu — materiały biologiczne powracają do sektora żywnościowego i rolniczego, a materiały techniczne są ponownie wykorzystywane w produkcji, bez negatywnego wpływu na ich jakość. Ponowne używanie i przetwarzanie materiałów pozwala na obniżenie energii wymaganej do zasilania tego systemu, dzięki czemu stopniowe przejście na wykorzystanie odnawialnych źródeł energii jest bardziej prawdopodobne.

To niewątpliwie atrakcyjna propozycja. W ciągu ostatnich czterech lat Fundacja Ellen MacArthur zyskała zwolenników tego modelu wśród liderów poszukujących nowych mechanizmów tworzenia wartości, które zapewniają długofalową przetrwanie biznesu. Aby przygotować przekonujące uzasadnienie biznesowe dla przejścia na model gospodarki o obiegu zamkniętym, Fundacja, we współpracy z firmą McKinsey and Company, opracowała trzy raporty, które udowadniają, że taka gospodarka nie tylko umożliwia oddzielenie rozwoju gospodarczego od wyczerpujących się zasobów naturalnych, ale także oferuje możliwości finansowe na poziomie ponad biliona dolarów dla innowatorów gotowych rozpocząć tę przemianę.

Coraz więcej firm już wykorzystuje tę okazję. Renault stale rozszerza zakres działalności w zakładzie produkcyjnym Choisy-le-Roi we Francji, w którym procesowi ponownej obróbki poddawane są cztery typy komponentów. Proces ten pozwala przywrócić pierwotną jakość elementów, ale przy 30–50% kosztów. Firma Kingfisher również inwestuje w innowacje związane z gospodarką opartą na obiegu zamkniętym, np. poprzez odzyskiwanie surowców ze zużytych elektronarzędzi oraz wprowadzenie pionierskiego systemu wynajmu narzędzi.

Unia Europejska także dostrzegła potencjał gospodarki opartej na obiegu zamkniętym — wyznaczono szereg priorytetów związanych z zarządzaniem zasobami do 2050 roku i rozpoczęto prace nad rozwojem zasad polityki ramowej, których celem jest zainicjowanie zmian zmierzających w kierunku wprowadzenia takiej gospodarki.

Pełne wykorzystanie możliwości tego modelu wiąże się jednak z wieloma wyzwaniami. Główne elementy wymienione w raporcie Droga w kierunku gospodarki opartej na obiegu zamkniętym (z 2012 roku) obejmują: udoskonalenie projektów produktów, aby umożliwić ich ponowne wykorzystanie i oddzielenie materiałów; budowanie solidniejszego odwróconego łańcucha dostaw oraz rozwijanie nowych modeli biznesowych. Kluczową rolę odgrywa również współpraca, ponieważ wdrożenie gospodarki o obiegu zamkniętym nie oznacza zmiany tylko jednego produktu, przedsiębiorstwa, przemysłu czy kraju. Niedawno w jednym z wywiadów wspominał o tym komisarz Janez Potočnik, mówiąc o potencjalnej współpracy pomiędzy Europą a Chinami, która mogłaby przyspieszyć proces przejścia na model takiej gospodarki. Wyzwania związane z tym systemem mogą stać się potężnym bodźcem do wdrażania innowacji i zmiany status quo, np. poprzez zastąpienie dążenia do posiadania produktu zapewnieniem dostępu do usług oraz wykorzystanie możliwości internetu do tworzenia nowych modeli biznesowych.

W świecie biznesu w Europie panuje powszechne przekonanie, że aktualne modele gospodarcze nie zapewnią długofalowego dobrobytu przy stale zwiększającej się populacji i ograniczonych zasobach. Stworzenie ramowych zasad gospodarki opartej na obiegu zamkniętym daje szansę na przyszłość. Pojawiają się obiecujące znaki nadchodzącej zmiany.

Fundacja Ellen MacArthur

Dobre praktyki polskich fundacji korporacyjnych

Forum Darczyńców wraz z przedstawicielami 45 fundacji korporacyjnych od 2012 roku realizuje projekt, którego celem jest podnoszenie standardów działania fundacji korporacyjnych w Polsce. Podczas cyklicznych spotkań przedstawiciele fundacji prezentują swoje osiągnięcia i najlepsze praktyki w obszarach, w których wypracowywane są standardy. Wybrane przykłady ilustrują wdrożone już procedury i praktyki, które służą organizacjom w podnoszeniu swojej efektywności zarówno w działalności społecznej, jak i w zarządzaniu zasobami fundacji.

NAJPIERW BADAMY, POTEM DZIAŁAMY

Fundacja Banku Ochrony Środowiska wybiera obszary zaangażowania i sposoby działania na podstawie analizy potrzeb, w zgodzie ze swoją misją i celami strategicznymi. Za cel postawiła sobie promocję prawidłowego odżywiania się i zdrowego stylu życia wśród Polaków. Korzystając z badań zewnętrznych, jak i zleconych samodzielnie, fundacja dowiedziała się m.in., że prawie 40% dzieci w Polsce je słodczyce codziennie. Był to punkt wyjścia dla projektów prozdrowotnych fundacji. Jednym z nich jest konkurs dotacyjny dla szkół, które chcą zmienić ofertę swoich sklepików szkolnych na zdrowszą.

CZYTELNA KOMUNIKACJA

Fundacje korporacyjne zalewane są prośbami o pomoc, bez odpowiednich procedur nie mogą sprawnie pracować. Brak jasno zdefiniowanych kryteriów rodzi także nieufność wobec organizacji. Fundacja TVN „Nie jesteś sam”, która pomogła już kilkunastu tysiącom osób, w swojej pracy posługuje się spisanim i upublicznionym dla wszystkich regulaminem. Kierując się zasadą uczciwości, w regulaminie wyraźnie określa, komu może udzielić pomocy, jak rozpatrywane są poszczególne prośby, jak krok po kroku o pomoc można się zgłosić.

GRANTOBIORCA TO PARTNER FUNDACJI

Mimo że trudno o równowagę sił w relacjach: darczyńca – obdarowany, należy traktować grantobiorców w sposób podmiotowy i partnerski. Fundacja PZU, która przyznaje granty lokalnie działającym organizacjom pozarządowym, kieruje się zasadą, że grantobiorcy są ekspertami w dziedzinach, którymi się zajmują. Fundacja nie ingeruje więc w działania organizacji, ale na bieżąco służy swoim grantobiorcom w kwestiach formalnych. Organizuje też bezpłatne szkolenia, pomocne w realizacji i rozliczeniu projektów.

KORPORACJE FINANSUJĄ SVOJE FUNDACJE

Mimo że korzystanie z publicznych pieniędzy przez fundacje korporacyjne jest zgodne z prawem, to firma-fundator powinna być głównym źródłem finansowania swojej fundacji. Citi Handlowy za pośrednictwem Fundacji Kronenberga realizuje programy będące wyrazem społecznej odpowiedzialności banku. Do wypełnienia celów społecznych banku fundacja otrzymuje co roku dotację na swoje działania. Fundacja ta ma modelową strukturę zarządzania swoimi finansami, zarówno na poziomie fundacji, jak i we współpracy z zewnętrznymi instytucjami kontrolnymi i doradczymi. Pozwala to na efektywne pomnażanie finansów fundacji oraz gwarantuje ich przejrzystość.

WSPÓŁPRACA Z FUNDATOREM

Fundator to nie tylko pieniądze. Firma, która powołała fundację, może stale wspierać ją także rzeczowo, doradczo oraz angażując się we wspólne przedsięwzięcia. Fundacja Nutricia, systematycznie informując swojego fundatora o postępach projektów i dalszych planach oraz angażując ekspertów ze strony fundatora, ma w firmie stałego partnera merytorycznego. Dbając o swoją niezależność, Fundacja Nutricia nigdy nie korzysta z produktów fundatora w swoich działaniach edukacji żywieniowej. Partnerski charakter relacji: fundacja – fundator oraz jasno zdefiniowany wspólny społeczny cel zapobiegają ewentualnemu wykorzystaniu fundacji do wspierania działalności biznesowej firmy.

NIEZALEŻNA KONTROLA I PRZEJRZYSTOŚĆ

Stając kontrolę nad działalnością Fundacji Przyjaciółka gwarantuje niezależna Rada Fundacji. Członkowie Rady Fundacji w żaden sposób nie są powiązani z fundatorem ani z członkami Zarządu Fundacji, których pracę oceniają. Obecnie w skład Rady Fundacji Przyjaciółka wchodzi osoby o różnych specjalnościach: prawniczka, profesor immunologii i muzyk. Dodatkowo niezależny zewnętrzny audytor co roku weryfikuje prawidłowość zarządzania finansowego fundacji. Publikując swoje raporty roczne w internecie, fundacja poddaje się też kontroli społecznej.

Fundacje korporacyjne są obecnie na półmetku pracy nad standardami dla swojego sektora. W 2014 roku skupiają się na takich obszarach, jak zespoły w fundacjach, współpraca z otoczeniem, ewaluacja swojej działalności oraz jawność, sprawozdawczość i przejrzystość. Podobnie jak w roku ubiegłym, projekt składa się z trzech komponentów: seminariów, podczas których uczestnicy poznają dobre praktyki działania fundacji korporacyjnych z Polski i z zagranicy w obszarze danego standardu, warsztatów, na których w procesie dyskusji wypracowują standardy, oraz indywidualnych spotkań coachingowo-doradczych, wspomagających fundacje we wdrażaniu przyjętych zasad działania. W maju 2015 roku wszystkie standardy zostaną ogłoszone w formie publikacji wraz ze wskazówkami, jakie kroki należy podjąć, aby praktycznie móc z nich skorzystać dla podniesienia efektywności działania fundacji korporacyjnej.

Agata Tomaszewska
Forum Darczyńców w Polsce

Projekt pt. „Podwyższenie jakości realizacji zadań publicznych przez fundacje korporacyjne w Polsce” jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

Ład organizacyjny

Ład organizacyjny to system, poprzez który organizacja podejmuje i wdraża decyzje, zmierzające do realizacji jej celów. (...) Zalecane jest, aby struktury i procesy organizacji umożliwiały:

- opracowanie strategii oraz wyznaczenie celów i wartości docelowych odzwierciedlających zaangażowanie organizacji w działania na rzecz społecznej odpowiedzialności;
- wykazywanie zaangażowania i rozliczalność kierownictwa; (...)
- propagowanie równych szans grup niedostatecznie reprezentowanych (w tym kobiet oraz grup rasowych i etnicznych) w dostępie do wyższych stanowisk w organizacji;
- osiągnięcie równowagi między potrzebami organizacji a potrzebami jej interesariuszy, z uwzględnieniem potrzeb bieżących, jak również potrzeb przyszłych pokoleń;
- ustanowienie procesów dwustronnej komunikacji z interesariuszami organizacji; identyfikowanie obszarów zbieżnych i rozbieżnych interesów oraz prowadzenie negocjacji w celu rozwiązywania ewentualnych konfliktów;
- propagowanie skutecznego uczestnictwa pracowników wszystkich szczebli w działaniach organizacji na rzecz społecznej odpowiedzialności (...).

Norma PN-ISO 26000:2012

Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności

ŁAD ORGANIZACYJNY

Praktyki w obszarze Ład organizacyjny

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
1	Bank Zachodni WBK	Generalny Kodeks Postępowania	etyka
2	Carrefour Polska Sp. z o.o.	STOP Marnotrawstwu	zarządzanie
3	CEMEX	Rok dialogów w CEMEX	dialog z interesariuszami
4	CEMEX	ETHOS – Etyka w miejscu pracy	etyka
5	Dalej Razem Sp. z o.o.	Przedsiębiorstwo zatrudniające osoby z niepełnosprawnością	zarządzanie
6	EDF Polska	Kodeks etyki EDF Polska S.A.	etyka
7	ENEA S.A.	Kodeks etyki Grupy Kapitałowej ENEA	etyka
8	ENEA S.A.	Raport społecznej odpowiedzialności biznesu Grupy Kapitałowej ENEA 2012 wg wytycznych GRI G4 w wersji online	raportowanie
9	GlaxoSmithKline	Linia etyki i rzetelności	etyka
10	Grupa Saint-Gobain	Principia Zachowania i Postępowania	etyka
11	ING Bank Śląski	ING SZTUKA ODPOWIEDZIALNOŚCI Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu ING Banku Śląskiego S.A. 2011–2012	raportowanie
12	Kimball Electronics Poland Sp. z o.o.	Powołanie Komitetu Odpowiedzialnych Społecznie	zarządzanie
13	Kompania Piwowska SA	Raport zrównoważonego rozwoju w wersji G4	raportowanie
14	Kompania Piwowska SA	Zintegrowane działania edukacyjne na rzecz przeciwdziałania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu	zarządzanie
15	Leroy Merlin Polska	Kodeks etyki Leroy Merlin Polska	etyka
16	NEUCA	Wdrożenie kodeksu postępowania NEUCA	etyka
17	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.	GAZ-SYSTEM S.A. przestrzega wytycznych określonych w ISO 26000	zarządzanie
18	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.	Wdrożenie systemu WebCSR – narzędzia IT wspierającego proces raportowania danych pozafinansowych	raportowanie
19	Orange Polska	Program Zarządzania Zgodnością w Orange Polska	compliance
20	Orange Polska	Przyjaciele CSR	zarządzanie
21	Panas Schody	Wdrożenie Kodeksu etyki Panas Schody	etyka
22	Pelion S.A.	Kodeks etyki	etyka
23	Pelion S.A.	Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu	raportowanie
24	PKO Bank Polski	Konsultacje społeczne projektu Rotunda 2013	dialog z interesariuszami
25	Polskie LNG S.A.	Dialog społeczny Polskiego LNG	dialog z interesariuszami
26	Schenker Sp. z o.o.	Compliance na co dzień	compliance
27	Skanska S.A.	Kodeks Postępowania Skanska	etyka
28	Termisil Huta Szkła Wołomin S.A.	Współpraca z różnymi interesariuszami w procesach restrukturyzacji spółki	zarządzanie
29	T-Mobile Polska S.A.	DRC Days	etyka
30	T-Mobile Polska S.A.	Dzień Wartości Firmy	etyka
31	T-Mobile Polska S.A.	Polityka przyjmowania prezentów	compliance

ŁAD ORGANIZACYJNY

W 2013 roku pierwsze polskie firmy przygotowały raporty społeczne zgodne z nowym standardem GRI G4. Zauważalny również jest nacisk na prowadzenie dialogu z interesariuszami, a nowymi praktykami, w porównaniu z ubiegłymi latami, są te dotyczące obszaru compliance w firmach.

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Rok 2013 był rokiem dialogów w CEMEX. W dwóch lokalizacjach firmy, Chetmie i Rudnikach, przeprowadzono proces dialogu z interesariuszami według międzynarodowego standardu AA 1000 SES. W ciągu roku firma zorganizowała 19 spotkań, w których uczestniczyło 1100 osób – pracowników, wolontariuszy, partnerów biznesowych oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych i samorządów lokalnych. Rozmawiano o bieżącej sytuacji firmy i rynku, priorytetowych działaniach, wyzwaniach i problemach, a także o możliwościach rozwoju współpracy. Na podstawie uzyskanych informacji został opracowany Raport zrównoważonego rozwoju CEMEX za lata 2011 i 2012.

Przedstawiciele środowisk architektów, organizacji społecznych, mediów, władz Warszawy oraz indywidualni interesariusze uczestniczyli w procesie konsultacji społecznych poświęconych rewitalizacji warszawskiej Rotundy, budynku, w którym ma swoją siedzibę jeden z oddziałów PKO Banku Polskiego. Rotunda jest istotnym elementem krajobrazu stolicy, popularnym miejscem spotkań – dlatego bank zdecydował się przeznaczyć część jej powierzchni na dodatkowe funkcje społeczne. Opinie zbierano m.in. za pomocą ankiety (dostępnej w wersji drukowanej i elektronicznej), a także podczas warsztatów i wywiadów z warszawiakami. Wyniki konsultacji zaprezentowano w raporcie, a wnioski dotyczące roli społecznej budynku zostały uwzględnione w wytycznych konkursu architektonicznego Changing The Face 2013 na projekt formy i funkcji Rotundy.

Dialog społeczny Polskiego LNG został zrealizowany w oparciu o standard AA 1000 SES. Projekt pozwolił spółce na zbudowanie trwałych relacji z otoczeniem zewnętrznym, w szczególności ze społecznością lokalną dzielnicy Warszów w Świnoujściu, gdzie budowany jest terminal LNG, a także na zidentyfikowanie i wdrożenie odpowiednich programów angażowania kluczowych interesariuszy. Realizacja projektu została podzielona na 5 etapów: Etap I – audyt procesu komunikacji, w tym mapowanie interesariuszy. Etap II – zaangażowanie kluczowych interesariuszy podczas pierwszej sesji dialogowej. Etap III – identyfikacja i agregacja oczekiwań. Etap IV – opracowanie odpowiedzi spółki. Etap V – zakomunikowanie odpowiedzi podczas drugiej sesji dialogowej, podsumowanie i audyt przebiegu projektu.

ETYKA

Tworząc Kodeks Etyki, Leroy Merlin przeprowadził m.in. kompleksowe konsultacje z pracownikami. Ostatecznie spisane zasady wspierają pracowników w podejmowaniu odpowiedzialnych decyzji w relacjach ze współpracownikami, partnerami firmy, dostawcami i instytucjami. Istotną częścią dokumentu jest aspekt współpracy z dostawcami opartej na wspólnym zaufaniu, uczciwości, zrozumieniu i profesjonalizmie. Powołana została także Komisja ds. Etyki, której zadaniem jest przeprowadzanie przeglądów etycznych, wdrażanie i udoskonalanie procedur stosowania zapisów Kodeksu.

Do tworzenia kodeksu etyki w firmie Pelion zaangażowano zespół przedstawicieli wszystkich linii biznesowych przedsiębiorstwa, co miało na celu uwzględnienie kwestii etycznych dotyczących poszczególnych grup pracowników. Zespół miał także wspierać konsultacje z pracownikami, określić zasady, które pozwolą na monitorowanie przestrzegania kodeksu, i pomagać przy jego wdrażaniu w poszczególnych liniach biznesowych. Do współpracy przy tworzeniu dokumentu zaproszono wszystkich zainteresowanych pracowników, którzy swoje opinie mogli wyrazić w ankiecie i bezpośrednich rozmowach. Powołano rzecznika ds. etyki, który upowszechnia i promuje postawy etyczne określone w kodeksie, przyjmuje i rozpatruje zgłoszenia o naruszeniach postanowień kodeksu, a także interpretuje jego zapisy i wyjaśnia wątpliwości.

CEMEX

www.cemex.pl
zatrudnienie w 2013: 1161 os.

PKO Bank Polski

www.pkobp.pl
zatrudnienie w 2013: 24 437 os.

Polskie LNG S.A.

www.polskielng.pl
zatrudnienie w 2013: 100 os.



Leroy Merlin Polska

www.leroymerlin.pl
zatrudnienie w 2013: 8000 os.

Pelion S.A.

www.pelion.eu
zatrudnienie w 2013: 7000 os.

ŁAD ORGANIZACYJNY

CEMEX
www.cemex.pl zatrudnienie w 2013: 1161 os.

Bank Zachodni WBK
www.bzwbk.pl zatrudnienie w 2013: 12 000 os.

ENEA S.A.
www.enea.pl zatrudnienie w 2013: 400 os.

Grupa Saint-Gobain
www.saint-gobain.pl zatrudnienie w 2013: 6300 os.

GlaxoSmithKline
www.gsk.com.pl zatrudnienie w 2013: 1508 os.

NEUCA
www.neuca.pl zatrudnienie w 2013: 3500 os.

Panas Schody
www.schodypanas.pl zatrudnienie w 2013: 6 os.

Najważniejsze zasady **etyki w miejscu pracy** i zarazem fundamenty kultury organizacyjnej firmy **CEMEX** określa Kodeks etyki i postępowania w biznesie. Aby poznać treść i strukturę Kodeksu, pracownicy biorą udział w specjalnym e-szkoleniu. Firma współpracuje także z niezależną organizacją non profit, Ethics Resource Center (ERC), która okresowo bada świadomość etyczną pracowników CEMEX, m.in. pytając o znajomość Kodeksu i poziom przestrzegania zasad etyki w konkretnych obszarach pracy. Opracowano narzędzie ETHOSlinia stwarzające pracownikom możliwość poufnych konsultacji, a za pomocą strony internetowej lub anonimowej linii telefonicznej można uzyskać poradę dotyczącą interpretacji przepisów Kodeksu etyki lub zawiadomić o jego naruszeniu. Każde zgłoszenie jest rejestrowane i przesyłane do rozpatrzenia przez Krajową Komisję Etyki.

Generalny Kodeks Postępowania to dokument opisujący normy etycznego zachowania dla całej **Grupy BZ WBK**. Kodeks obowiązuje wszystkich zatrudnionych przez BZ WBK, każdy jest też odpowiedzialny za przestrzeganie wyznaczonych w nim standardów etycznych. Wszyscy pracownicy mają obowiązek odbycia szkolenia e-learningowego z zasad Kodeksu. Kierownictwo wszystkich szczebli zarządzania odpowiedzialne jest za tworzenie w organizacji kultury etycznego biznesu i promowanie najwyższych standardów postępowania. Obecny kodeks jest rozwinięciem podobnego dokumentu wdrożonego w 2003 roku i utrzymuje m.in. zapisy dotyczące systemu poufnego zgłaszania nieprawidłowości drogą telefoniczną lub elektroniczną.

Wstępem do stworzenia **Kodeksu etyki Grupy Kapitałowej ENEA** było wyłonienie – w procesie konsultacji z przedstawicielami wszystkich spółek Grupy oraz pracownikami – wartości firmowych: uczciwości, kompetencji, odpowiedzialności i bezpieczeństwa. Wdrożenie Kodeksu wsparte jest systemem szkoleń dla pracowników oraz dedykowaną stroną internetową.

Zasady postępowania, wspólne dla pracowników **Grupy Saint-Gobain** na całym świecie, spisane są jako **Principia Zachowania i Postępowania**. Składają się na nie: zaangażowanie zawodowe, wzajemny szacunek, prawość, lojalność, solidarność, przestrzeganie prawa, poszanowanie środowiska, przestrzeganie zasad ochrony zdrowia i bezpieczeństwa pracy oraz poszanowanie praw pracowniczych. Principia dotyczą wszystkich obszarów związanych z pracownikami, w tym rekrutacji, tworzenia opisów stanowisk, ocen rocznych czy programów rozwojowych. Kadra kierownicza otrzymała broszurę informującą, jak mówić o wartościach, przeprowadzając rozmowy oceniająco-rozwojowe. Co dwa lata obchodzony jest Międzynarodowy Dzień Principiów, w ramach którego odbywa się szereg wydarzeń promujących zasady.

Pracownicy **GSK**, dzięki opracowanej w firmie **linii etyki i rzetelności**, mają kilka możliwości poufnego zgłaszania zachowań niezgodnych z prawem, etyką czy zasadami firmy: w rozmowie z bezpośrednim przełożonym albo menedżerem wyższego szczebla; poprzez dedykowaną stronę internetową; pocztą, na adres bezpiecznej skrytki pocztowej ulokowanej poza siedzibą firmy; dzwoniąc na bezpłatny numer Linii Raportowania obsługiwanej w języku polskim; telefonicznie lub mailem bezpośrednio do odpowiedniego specjalisty lub specjalistki ds. zgodności. Jeśli bezpośredni przełożeni nie są właściwymi adresatami zgłoszenia lub jeśli podejrzenie pozostaje aktualne mimo zgłoszenia, należy zawiadomić odpowiednio wyznaczoną menedżerkę lub menedżera.

W proces opracowania **Kodeksu Postępowania NEUCA** od początku włączeni byli pracownicy i partnerzy biznesowi firmy (aptekarze, producenci), którzy wskazali kluczowe obszary działania. Równocześnie z wprowadzeniem Kodeksu, powołano rzecznika ds. etyki, któremu wszyscy zatrudnieni mogą zgłaszać podejrzenie naruszenia zapisów Kodeksu. Każdy sygnał jest analizowany, a w razie konieczności opracowywane są plany naprawcze. Spośród pracowników firmy wyłoniono Zespół ds. Etyki, który wspomaga rzecznika w opracowywaniu strategii popularyzacji Kodeksu. Wprowadzeniu Kodeksu towarzyszyła komunikacja wewnętrzna – plakaty, ulotki, poczta mailowa, konkurs dla pracowników.

Firmą, która przygotowała i **wdrożyła kodeks etyki**, jest także **Panas Schody**. To jeden ze sposobów tworzenia kultury współodpowiedzialności pracowników za rozwój firmy zgodny z najlepszymi standardami biznesowymi.

Kodeks Postępowania Skanska, opracowany w 2002 roku, to zbiór zasad obowiązujących pracowników **Grupy Skanska** na całym świecie, odnoszących się do wszystkich aspektów

ŁAD ORGANIZACYJNY

Skanska S.A.
www.skanska.pl zatrudnienie w 2013: 7000 os.

EDF Polska
www.edf.pl zatrudnienie w 2013: 3400 os.

T-Mobile Polska S.A.
www.t-mobile.pl zatrudnienie w 2013: 5000 os.

działalności firmy. Dokument zabrania stosowania jakichkolwiek form korupcji, przekupstwa i nieuczciwych praktyk naruszających zasady konkurencji, jednocześnie reguluje kwestie prawne, ochrony środowiska i relacji wewnątrz firmy. W 2008 roku przyjęto zrewidowaną wersję dokumentu, Wytyczne Stosowania Kodeksu Postępowania – przeznaczone wyłącznie do wewnętrznego użytku pracowników, z których każdy przechodzi obowiązkowe szkolenia na temat zasad etyki Skanska. Dodatkowo opracowano strategię „pięciu zer” (zero stratnych projektów, zero naruszeń środowiska, zero wypadków, zero naruszeń etyki i zero usterek), która ma pomagać we wdrażaniu Kodeksu.

Ujednolicenie zasad etycznych i komunikacja spójnego systemu wartości we wszystkich spółkach było celem stworzenia **kodeksu etyki Grupy EDF**. Przyczynia się on do integracji Grupy i jej pracowników, budowy dobrej marki oraz postrzegania Grupy jako odpowiedzialnego pracodawcy. Kodeks etyki komunikuje w sposób jasny i zrozumiały zobowiązania pracodawcy oraz postawy, jakie są wymagane od pracowników.

Aby przekazać pracownikom wiedzę z zakresu wartości firmy, regulacji wewnętrznych, etyki zawodowej, a także odpowiednich norm, ustaw prawnych i telekomunikacyjnych, **T-Mobile Polska** zorganizowało dwudniową konferencję – **DRC Days**. Pracownicy mieli możliwość wzięcia udziału w wykładach, panelach dyskusyjnych i warsztatach przygotowanych przez Departament Prawny, Departament Bezpieczeństwa, Departament Zarządzania Zgodnością oraz Dział Ochrony Danych i Prywatności.

Raz do roku pracownicy Grupy Deutsche Telekom w różnych krajach świata celebrują kulturę organizacyjną, a każde wydarzenie w szczególności promuje jedną z pięciu wartości firmy:

- Wykraczamy ponad oczekiwania naszych klientów, oferując najprostsze rozwiązania.
- Szanujemy siebie nawzajem i działamy etycznie.
- Cenimy różne pomysły – działamy jako jeden zespół.
- Tworzymy najlepsze warunki do osiągnięcia wyników i rozwoju.
- **T-Mobile** to ja – możesz na mnie liczyć.

W 2013 roku podczas **Dnia Wartości Firmy** odbyły się targi pasji pracowników i warsztaty tematyczne prowadzone zarówno przez wewnętrznych, jak i zewnętrznych ekspertów.

RAPORTOWANIE

Kompania Piwowarska po raz ósmy opublikowała **Raport zrównoważonego rozwoju**, po raz pierwszy jednak w wersji zgodnej z międzynarodowym standardem Global Reporting Initiative G4 w wersji Core. Do jego sporządzenia wykorzystano program – matrycę SAM (Sustainability Assessment Matrix), który zbiera i monitoruje wyniki Kompanii Piwowarskiej oraz innych browarów wchodzących w skład SABMiller pod kątem 10 priorytetów zrównoważonego rozwoju.

Również **Raport społecznej odpowiedzialności biznesu GK ENEA 2012** został przygotowany według standardu GRI G4. Proces tworzenia publikacji, w który włączono przedstawicieli i przedstawicielki 13 spółek GK ENEA, obejmował konsultacje z czołowymi interesariuszami firmy (m.in. za pomocą ankiety) i warsztaty z udziałem pracowników odpowiedzialnych za kluczowe dla raportu obszary. By dotrzeć z dokumentem do jak najszerszego grona interesariuszy, udostępniono go w postaci interaktywnej strony internetowej, istnieje także angielska wersja językowa.

Pierwszy **Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu ING Banku Śląskiego** za lata 2011–2012 został przygotowany zgodnie z międzynarodowym standardem GRI, na poziomie 3.1. Dokument, w przygotowaniu którego uczestniczyli specjaliści i dyrektorzy odpowiedzialni za różne obszary działania opisane w raporcie, przedstawia dobre praktyki i cele strategiczne firmy. Opisano działania służące do wdrażania i mierzenia postępu realizacji założeń strategicznych do roku 2015. Raport jest dostępny w wersji elektronicznej, w języku polskim i angielskim, w firmowym intranecie i na ogólnie dostępnej stronie raportu rocznego (www.raportroczny.ingbank.pl).

Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu stworzony przez specjalistów z różnych spółek grupy **Pelion** miał na celu usystematyzowanie i uporządkowanie prowadzonych działań oraz pokazanie ich interesariuszom w jednym dokumencie. Jest on skierowany do

Kompania Piwowarska SA
www.kp.pl zatrudnienie w 2013: 3397 os.

ENEA S.A.
www.enea.pl zatrudnienie w 2013: 400 os.

ING Bank Śląski
www.ing.pl zatrudnienie w 2013: 8044 os.

Pelion S.A.
www.pelion.eu zatrudnienie w 2013: 7000 os.



ŁAD ORGANIZACYJNY

Operator Gazociągów
Przesyłowych GAZ-SYSTEM
S.A.

www.gaz-system.pl
zatrudnienie w 2013: 2299 os.

Dalej Razem sp. z o.o.

www.firma.dalejrazem.pl
zatrudnienie w 2013: 30 os.

MŚP

Carrefour Polska Sp. z o.o.

www.carrefour.pl
zatrudnienie w 2013: 12 500 os.

Kompania Piwowarska SA

www.kp.pl
zatrudnienie w 2013: 3397 os.

Operator Gazociągów
Przesyłowych GAZ-SYSTEM
S.A.

www.gaz-system.pl
zatrudnienie w 2013: 2299 os.

wszystkich grup interesariuszy i opiera się na zasadzie transparentności, uczciwości biznesowej i szacunku w relacjach z pracownikami, partnerami handlowymi i inwestorami. To pierwszy raport Pelion, stworzony zgodnie z wytycznymi GRI 3 na poziomie C+.

Usprawnienie zbierania danych pozafinansowych w procesie raportowania oraz zarządzanie nimi było celem **wdrożenia systemu WebCSR** przez **GAZ-SYSTEM**. Narzędzie to jest dynamiczne i pozwala na staty monitoring informacji gromadzonych według raportowanych wskaźników. Dla wybranych pracowników – użytkowników i administratorów WebCSR – przeprowadzono serię szkoleń.

ZARZĄDZANIE

Dalej Razem to przedsiębiorstwo założone przez organizację pozarządową; zatrudnia ono osoby z autyzmem, oferując im pracę zgodną z ich możliwościami i predyspozycjami. Firma podzielona jest na 4 pracownie: poligraficzną, kulinarną, rękodzielniczą oraz multimedialną. Ponad 50% zatrudnionych osób to niepełnosprawni, w tym 12 to osoby z zaburzeniami ze spektrum autyzmu. W trakcie procesu pracy odbywa się również terapia ciągła przez pracę oraz trening umiejętności społecznych. W każdej pracowni są eksperci z określonej branży, którzy doglądają jakości pracy wykonywanej przez osoby z autyzmem lub zespołem Aspergera (których predyspozycje i zainteresowania są kompatybilne z pracą wykonywaną w danym dziale), oraz asystenci i terapeuci czuwający nad procesem terapeutycznym, nad treningiem umiejętności społecznych oraz nad integracją osób z autyzmem.

Carrefour realizuje swoją strategię CSR m.in. poprzez program **STOP Marnotrawstwu**. Obejmuje on działania w 7 obszarach: edukacja pracowników na temat ekologicznych nawyków w pracy w biurach i sklepach, optymalizacja obiegu towarów, zaangażowanie dostawców w walkę z marnotrawstwem, edukacja klientów na rzecz przeciwdziałania marnotrawstwu, zmniejszenie strat w gospodarce opakowaniami, optymalizacja transportu i logistyki, racjonalizacja zużycia energii. Na „STOP Marnotrawstwu” składają się programy dla pracowników („Odpowiedzialnie każdego dnia!”) i dla klientów („Jestem EKO”), wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań w sklepach (wykorzystanie CO₂ i wód podziemnych w chłodzeniu, redukcja zużycia energii i wody) i w logistyce (aplikacja Transport Management System, program Backhoulng & Fronthoulng pomagający eliminować puste przebiegi) oraz umożliwienie dostawcom Carrefour dokonania samooceny w zakresie zrównoważonego rozwoju dzięki udostępnieniu narzędzia Autodiagnostyk.

Zintegrowane działania edukacyjne na rzecz przeciwdziałania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu realizowane przez **Kompanię Piwowarską** skierowane są do różnych grup odbiorców. Wśród inicjatyw dedykowanych pracownikom znalazły się: Pracownicza Polityka Odpowiedzialnego Spożywania Alkoholu (kontrola trzeźwości pracowników, finansowanie leczenia pracowników dotkniętych chorobą alkoholową); Polityka Komunikacji Marketingowej (określająca treść reklam, dobór kanałów komunikacyjnych, czy stosowanie oznaczeń odpowiedzialnościowych); Polityka Badań Rynkowych, Polityka Portfela Produktów i inne dotyczące obecności marek piwa w mediach społecznościowych. Pracownicy firmy i współpracujących agencji reklamowych przechodzą szereg szkoleń, podczas których zapoznają się z zasadami zawartymi w ww. politykach (w 2013 roku wzięło w nich udział prawie 2800 osób). Stworzono również skierowaną do konsumentów stronę internetową – www.abccalkoholu.pl – która zachęca do podejmowania świadomych i odpowiedzialnych wyborów związanych ze spożyciem alkoholu.

Aby zapewnić **przestrzeganie wytycznych określonych w ISO 26000 w GAZ-SYSTEM**, zdefiniowano następujące działania:

- przegląd zasad odpowiedzialności społecznej w kluczowych obszarach wskazanych w normie i analiza przy użyciu specjalnie stworzonego narzędzia diagnozy
- przygotowanie planu integracji zapisów normy z istniejącymi systemami/procesami
- budowanie świadomości na temat ISO 26000 w organizacji.

Opracowano „Ramową koncepcję wdrożenia rekomendacji wynikających z przeglądu PN-ISO 26000 dla GAZ-SYSTEM S.A.” opisującą inicjatywy do realizacji przez spółkę w następujących kategoriach: strategia i sprawozdawczość, polityka zgodności, klient, zarządzanie wpływem środowiskowym, zakupy i relacje z partnerami biznesowymi, angażowanie interesariuszy. Kolejnym etapem będą warsztaty dla kadry zarządzającej na temat aktualizacji strategii biznesowej z uwzględnieniem wcześniej wypracowanych rekomendacji.

ŁAD ORGANIZACYJNY

Termisil Huta Szkła
Wotomin S.A.

www.termisil.com
zatrudnienie w 2013: 330 os.

Orange Polska

www.orange.pl
zatrudnienie w 2013: 19 604 os.

Kimball Electronics Poland
Sp. z o.o.

www.kegroup.com/scripts/
kegroup/career_keps/
kim_jestesmy.asp
zatrudnienie w 2013: 800 os.

Orange Polska

www.orange.pl
zatrudnienie w 2013: 19 604 os.

Schenker Sp. z o.o.

www.logistics.dbschenker.pl
zatrudnienie w 2013: 1800 os.

T-Mobile Polska S.A.

www.t-mobile.pl
zatrudnienie w 2013: 5000 os.

Decyzja o opracowaniu strategii CSR w **Termisil** zapadła, kiedy firma stanęła w obliczu problemów finansowych i konieczności restrukturyzacji. Definiując misję, wizję i wartości spółki, postawiono na **współpracę z interesariuszami**. Pracownicy zostali zaangażowani w dialog na temat zmian w firmie, uczestniczyli także w szkoleniach z obszarów strategii CSR. Firma zaangażowała się w działalność na rzecz społeczności lokalnej, natomiast klienci otrzymali informacje o walorach ekologicznych i zdrowotnych szkła produkowanego przez hutę Termisil.

Przyjaciele CSR to program mający na celu wyróżnienie i wsparcie osób dobrowolnie angażujących się w działania CSR w **Orange** oraz wzmacnianie relacji i budowanie w organizacji sojuszy wokół idei odpowiedzialności biznesu. Program obejmuje zbiór inicjatyw motywujących osoby zaangażowane w CSR do dalszej współpracy. Przyjaciele CSR to pracownicy z różnych części organizacji, którzy współpracując z zespołem CSR Orange, wspierają realizację strategii firmy i samodzielnie inicjują działania, dzięki czemu pomagają budować kulturę społecznej odpowiedzialności w firmie.

Komitet Odpowiedzialnych Społecznie powstał w firmie **Kimball Electronics** w celu wsparcia działań społecznie odpowiedzialnych podejmowanych w firmie. Komitet zrzesza osoby z różnych działów. Jednym z projektów zrealizowanych przez niego w zeszłym roku był Rajd dla Ziemi – wycieczka rowerowa dla pracowników firmy, połączona z edukacją i działaniami proekologicznymi, zorganizowana 22 kwietnia – w Dzień Ziemi.

COMPLIANCE

Program Zarządzania Zgodnością w Orange Polska ma zapewnić kompatybilność działań firmy z prawem oraz jej wewnętrznymi zasadami, a także ograniczyć ryzyko postępowania niezgodnego z prawem. W spółce powołani zostali chief compliance officer oraz compliance officer, kierujący Biurem Zarządzania Zgodnością; ich zadaniem jest zapewnienie prawidłowości działania firmy w zakresie compliance. Program został zaadaptowany do obecnie funkcjonujących procesów dla poszczególnych obszarów w Orange Polska tak, aby wspierać ich prawidłowe funkcjonowanie. Stanowi również skuteczne narzędzie efektywnego zarządzania ryzykami non-compliance poprzez definiowanie, wykrywanie, monitorowanie oraz podejmowanie działań prewencyjnych i zaradczych. W ramach programu m.in. wdrożono Politykę Antykorupcyjną, przeprowadzono szkolenia dla pracowników, zorganizowano Dzień Zarządzania Zgodnością. Dodatkowo pracownicy Orange Polska, korzystając z dedykowanych kanałów, mogą zgłaszać swoje obawy lub zwrócić się o poradę w przypadku, gdy zachodzi podejrzenie naruszenia zasad Polityki Antykorupcyjnej lub innych przepisów prawa, nie obawiając się jednocześnie represji czy aktów dyskryminacji.

Celem praktyki **Compliance na co dzień** realizowanej przez **Schenker** było zwiększenie świadomości pracowników na temat zasad compliance i zachęta do stosowania ich w pracy. Złożyły się na nią następujące działania:

1. Powołanie stanowiska compliance officer – krajowego specjalisty ds. zgodności z prawem i etyką.
2. Cykl szkoleń dotyczących compliance – przeszkolono łącznie 92% wszystkich pracowników.
3. Stworzenie dedykowanej zakładki w intranecie. Zawiera ona zarówno szczegółowe wyjaśnienia pojęcia, zasady stosowania compliance w pracy, jak i zestaw potrzebnych publikacji i dokumentów. Pracownicy mogą poznać m.in. zasady postępowania z konkurencją czy sposób weryfikacji partnerów biznesowych.
4. Materiały w wewnętrznej gazecie firmowej.
5. Opublikowanie broszury „Compliance na co dzień”. Przybliżyła ona pracownikom konkretne sytuacje związane z compliance, z którymi mogą się zetknąć w codziennej pracy.
6. Przeprowadzenie ankiety „Ethic Survey” badającej wiedzę pracowników z zakresu compliance.

Pracownicy i współpracownicy **T-Mobile Polska** otrzymali jasne i łatwe w zastosowaniu zasady dotyczące **przyjmowania prezentów** od dostawców, klientów i stron współpracujących z firmą. Dodatkowo wszyscy dostawcy i partnerzy T-Mobile otrzymali list z propozycją niewysyłania firmie prezentów na święta, lecz przekazania ich równowartości Fundacji Mam Marzenie lub na wybrany cel społeczny.

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
1	Bank BGŻ	Rady Klientów w Banku BGŻ	Realizacja misji Banku Lokalnych Społeczności w sferze biznesowej i pozabiznesowej poprzez wzmocnienie partnerskich relacji z klientami.	2012
2	Grupa Żywiec	Dialog Społeczny	Włączenie partnerów społecznych w proces podejmowania decyzji biznesowych, zapraszanie ich do udziału w dialogu społecznym, opartym na grupie standardów AA 1000.	2011
3	Henkel Polska Sp. z o.o.	Program Odpowiedzialność i Troska	Inicjatywa branży chemicznej służąca m.in. ochronie środowiska i poprawie bezpieczeństwa.	2012, 2010
4	Job Impulse Polska (Grupa Job)	Kodeks Etyczny	Kodyfikacja i promocja wartości istotnych we współpracy z osobami z niepełnosprawnością.	2012
5	Kompania Piwowarska SA	Panele interesariuszy Kompanii Piwowarskiej wg standardu AA 1000 SES	Omówienie polityki przeciwdziałania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu przy wykorzystaniu panelu dla interesariuszy zgodnego ze standardem AA 1000 SES.	2011
6	Lyreco Polska S.A.	Kodeks etyczny pracowników Lyreco	Regulacja norm dotyczących ogólnych zasad etyki w biznesie i współpracy z kontrahentami. Ponadto zawarcie zobowiązań Lyreco wobec pracowników.	2012
7	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Wdrażanie wartości PKN ORLEN w spółkach Grupy Kapitałowej ORLEN – kontynuacja działań	Kontynuacja aktywności związanych z wdrażaniem „Wartości i zasad postępowania PKN ORLEN S.A.”.	2012
8	Schenker Sp. z o.o.	Przygotowanie i publikacja Raportu Społecznego DB Schenker Logistics	Raport daje szansę na dotarcie z informacją o działaniach firmy do interesariuszy, umożliwia dialog i otrzymanie ważnych informacji zwrotnych.	2012, 2011, 2005
9	T-Mobile Polska S.A.	Zarządzanie zgodnością	Stworzenie i utrzymywanie zbioru zasad i regulacji, skupionego na zapewnieniu działania w zgodzie z przepisami prawa i wymogami opisanymi w regulacjach wewnętrznych.	2012
10	Unilever Polska	Plan „Życie w sposób zrównoważony”	Zminimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko związanego ze wzrostem firmy oraz zwiększenie oddziaływania społecznego.	2011

Prawa człowieka

Organizacja jest zobowiązana do przestrzegania praw człowieka, w tym również w obrębie swojej sfery oddziaływania. (...) Często największa możliwość organizacji wspierania poszanowania praw człowieka dotyczy własnych operacji i pracowników. Dodatkowo, organizacja będzie miała możliwość pracy ze swoimi dostawcami, organizacjami partnerskimi lub innymi organizacjami, jak również z ogółem społeczeństwa. W niektórych przypadkach organizacje mogą uznać za pożądane wzmocnienie swojego oddziaływania poprzez podjęcie współpracy z innymi organizacjami i dostawcami.

Norma PN-ISO 26000:2012

Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności

PRAWA CZŁOWIEKA

Praktyki w obszarze Prawa człowieka

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
1	Bank BPH	Działalność organizacji Women's Network w Banku BPH	kobiety w biznesie
2	Capgemini Sp. z o. o.	Kobiety w Capgemini	kobiety w biznesie
3	Carrefour Polska Sp. z o.o.	Polityka różnorodności w Carrefour i podpisanie Karty Różnorodności	różnorodność
4	Dentsu Aegis Network	Różnorodność w Dentsu Aegis Network	różnorodność
5	EDF Polska	Promocja różnorodności	różnorodność
6	Grupa Saint-Gobain	Różnorodność	różnorodność
7	Henkel Polska Sp. z o.o.	Dni Różnorodności	różnorodność
8	Henkel Polska Sp. z o.o.	Women in Leadership	kobiety w biznesie
9	Infosys BPO Poland	Diversity Team	polityki i procedury
10	Monika Klonowska – Szkolenia; Relations Maria Pawłów	Edukacja w zakresie wdrażania polityki antymobbingowej i antydyskryminacyjnej oraz dobrych praktyk zarządczych	polityki i procedury
11	Pelion S.A.	Projekt Gender	kobiety w biznesie
12	Volkswagen Poznań	Polityka antymobbingowa i antydyskryminacyjna	polityki i procedury

Temat relacji praw człowieka i biznesu obecny jest nie tylko w normie odpowiedzialności społecznej ISO 26000, Wytycznych GRI czy zasadach Global Compact, ale przede wszystkim w przyjętym przez Radę Praw Człowieka ONZ pierwszym dokumencie w całości poświęconym prawom człowieka w kontekście działalności gospodarczej – Wytycznych ONZ dot. Biznesu i Praw Człowieka. Prawa człowieka stają się również coraz ważniejszym zagadnieniem dla firm działających w Polsce, jednak wciąż wyłącznie jako element różnorodności, w tym przeciwdziałania dyskryminacji oraz wprowadzania polityk równych szans w miejscu pracy.

RÓŻNORODNOŚĆ

Do końca 2013 roku Kartę Różnorodności podpisało 90 sygnatariuszy, wśród nich znalazły się zarówno duże firmy, jak i małe oraz średnie przedsiębiorstwa, a także organizacje pozarządowe. Dla **Carrefour Polska** podpisanie Karty było związane z działaniami w zakresie **polityki różnorodności**, którą firma wdrożyła i realizuje jako odpowiedzialny pracodawca. Zapisy tej polityki mówią m.in. o tym, że kompetencje są jedynym warunkiem zatrudnienia. Ponadto firma realizuje projekty na rzecz aktywizacji osób niepełnosprawnych i promuje ideę zatrudniania wspieranego, m.in. we współpracy ze Stowarzyszeniem Niepełnosprawni dla Środowiska EKON.

Sygnatariuszem Karty jest również **Grupa Saint-Gobain**, która zatrudnia ponad 6 tys. osób w różnych lokalizacjach oraz na różnych stanowiskach. Program **Różnorodność** jest odpowiedzią na potrzebę dywersyfikacji zatrudnienia oraz podkreślenia szacunku dla każdego pracownika. Jest on także traktowany jako wzmocnienie innowacyjności. W ramach tych działań powstał Poradnik Rodzica, a także „Projekt 50+ A Mature Response” mający na celu wsparcie starszych pracowników, odbyły się również akcje, m.in. promujące zdrowy styl życia (Zdrowe Bicie Serca, Światowy Dzień Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa, Dzień Zdrowego Odżywiania, Dzień Profilaktyki Antynowotworowej). Firma regularnie monitoruje również wskaźniki zatrudnienia.

PRAWA CZŁOWIEKA

Projekt **Promocja różnorodności** jest elementem polityki korporacyjnej **Grupy EDF**. Idea programu, realizowanego od 2008 roku, jest promowanie różnorodności. Od tej pory co roku organizowany jest Dzień Różnorodności. Firma propaguje i dzieli się dobrymi praktykami na lokalnym poziomie, włączając dostawców i kontrahentów w upowszechnianie różnorodności, kładzie też nacisk na sprawiedliwy proces rekrutacji. W 2013 roku w ramach tych działań EDF Polska podpisała Kartę Różnorodności, przygotowała warsztaty na temat różnorodności, a także zorganizowała konkurs na projekt zrealizowany przez zróżnicowany zespół. W Grupie EDF utworzona została również wewnętrzna organizacja mająca na celu wspieranie rozwoju zawodowego kobiet.

Firma **Henkel Polska** w 2013 roku podjęła szereg działań, pod wspólną nazwą **Dni Różnorodności**, mających na celu edukację pracowników na temat różnorodności i płynących z niej korzyści. W ramach projektu w magazynie firmowym i na stronach intranetowych ukazywały się teksty o różnorodności, a pracownicy mogli wziąć udział w warsztatach poświęconych temu zagadnieniu. Z obchodami Dni Różnorodności zbiegło się podpisanie przez Henkel Polska Karty Różnorodności. W firmie został uruchomiony także program wspierający rozwój młodych talentów oraz program mentoringowy.

Podpisanie Karty Różnorodności wpłynęło na rozwinięcie się inicjatyw związanych z różnorodnością w **Dentsu Aegis Network**. W ramach projektu **Różnorodność** firma zaangażowała się w pracę Klubu Dyrektora HR i projekt „Kobieta aktywna”, wzięła udział w badaniu Diversity Index oraz szeroko komunikowała o podpisaniu Karty. Dodatkowo wdrożyła kodeks etyczny oraz procedury zgłaszania przypadków jego naruszania, wprowadziła elastyczny czas pracy dla rodziców, badanie satysfakcji pracowników i program wspierający work-life balance.

POLITYKI I PROCEDURY

Polityki, procedury oraz inne wewnątrzinstytucjonalne rozwiązania to jedne z aktywności realizowanych przez firmy w ramach zagadnienia równego traktowania i zarządzania różnorodnością. **Volkswagen Poznań** jako odpowiedzialny pracodawca podejmuje działania mające na celu poszanowanie praw każdego pracownika. **Polityki antymobbingowa i antydyskryminacyjna** firmy są tego wyrazem, zostały one przygotowane przy ścisłej współpracy przedstawicieli pracodawcy i związków zawodowych. Celem polityki jest zapobieganie i wyeliminowanie zachowań o charakterze mobbingu i/lub dyskryminacji w relacjach pracowniczych oraz edukacja pracowników, w tym kadry kierowniczej. Polityka przewiduje wprowadzenie komisji rozpatrującej zgłoszenia nieprawidłowych praktyk, również szkolenia oraz kampanię informacyjną. Uruchomiony został także adres mailowy, na który pracownicy mogą zgłaszać informacje o nieprawidłowych praktykach oraz zadawać pytania dotyczące mobbingu i dyskryminacji.

W **Infosys BPO Poland** z inicjatywy pracowników, przy wsparciu operacyjnym i zarządczym działu HR oraz Zarządu, powstał specjalny zespół – **Diversity Team** – którego zadaniem jest integracja wszystkich pracowników oraz wsparcie w promocji i rozwijaniu idei różnorodności w firmie i poza nią. Podczas Global Village – multikulturowego eventu – pracownicy mogą poznawać kulturową i etniczną różnorodność swoich kolegów z pracy.

Dwie firmy, **Monika Klonowska – Szkolenia** oraz **Relations Maria Pawłów**, przygotowały działania związane z **edukacją w zakresie wdrażania polityki antymobbingowej i antydyskryminacyjnej oraz dobrymi praktykami zarządczymi**. W ich ramach prowadzony jest portal mobbingidyskryminacja.pl, a także rozsyłany newsletter z artykułami. Strona internetowa, skierowana do pracowników, zawiera materiały informacyjne i doradcze w kwestii przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji.

KOBIETY W BIZNESIE

Średnio tylko co 10 osoba, która zasiada w zarządach polskich firm, jest kobietą, zaś co czwarta duża jednostka w Polsce ma wyłącznie męski skład zarządu. Propozycja legislacyjna Komisji Europejskiej w sprawie promocji kobiet w biznesie, mówiąca o wprowadzeniu wyłącznie obiektywnych zasad wyboru członków rad nadzorczych dużych spółek giełdowych, jak również wewnętrzne parytety w przedsiębiorstwach i dostrzeżenie korzyści z róż-

EDF Polska
www.edf.pl
zatrudnienie w 2013: 3400 os.

Henkel Polska Sp. z o.o.
www.henkel.pl
zatrudnienie w 2013: 1000 os.

Dentsu Aegis Network
www.aemedia.com
zatrudnienie w 2013: 350 os.

Volkswagen Poznań
www.volkswagen-poznan.pl
zatrudnienie w 2013: 6500 os.

Infosys BPO Poland
www.infosysbpo.com
zatrudnienie w 2013: 1900 os.

Monika Klonowska – Szkolenia; Relations Maria Pawłów
www.mobbingidyskryminacja.pl
zatrudnienie w 2013: 1 os.

MŚP

PRAWA CZŁOWIEKA

norodnej kadry menedżerskiej – powodują, że firmy wprowadzają mechanizmy wspierające kariery zawodowe kobiet.

W ramach takich działań w **Banku BPH** funkcjonuje organizacja **Women's Network**, propagująca i realizująca założenia idei różnorodności płci w firmach. Aktywność organizacji koncentruje się na promowaniu rozwoju kobiet, doskonaleniu ich umiejętności menedżerskich i planowaniu ścieżki kariery, a także pomocy w nawiązywaniu współpracy z innymi kobietami. Cele te realizowane są poprzez szkolenia i warsztaty, spotkania z kadrą menedżerską wyższego szczebla oraz kobietami, które odniosły sukces w biznesie. Prowadzona jest również promocja profilaktyki i akcja charytatywna. Organizacja wspierała też projekt „Wiedzieć, Rozumieć, Wzmacniać”, prowadzony przez Miejskie Świetlice Socjoterapeutyczne w Gnieźnie, organizując serię warsztatów edukacyjnych dla kobiet z lokalnej społeczności, znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej bądź finansowej.

Projekt **Kobiety w Capgemini** (Women@Capgemini) realizowany przez firmę **Capgemini** polega na spotkaniach w kameralnej atmosferze, rozmowach i wymianie doświadczeń oraz dyskusji na tematy, takie jak różnorodność w miejscu pracy czy work-life balance. Pierwsza edycja tego wydarzenia miała miejsce 8 marca w biurach w Krakowie i Katowicach, gdzie odbyły się globalne sesje wideo na temat wspierania różnorodności oraz specjalne spotkania z kobietami sukcesu w Capgemini. W firmie powstała również grupa – tzw. community: Women@Capgemini. Uczestniczki grupy spotykają się raz na kwartał.

Women in Leadership to międzynarodowy program networkingu i rozwoju, realizowany w firmie **Henkel**, skierowany do kobiet zatrudnionych na stanowiskach menedżerskich. Jego celem jest wspieranie rozwoju osobistego i karier zawodowych kobiet menedżerek oraz uwolnienie potencjału tej grupy pracowniczek. Uczestniczki programu poprzez spotkania tematyczne, warsztaty, treningi rozwijają swoje menedżerskie umiejętności, a dzięki wzajemnemu wsparciu budują pewność siebie i wzmacniają w sobie poczucie sprawczości. Kobiety biorące udział w projekcie są również wolontariuszkami w programie społecznym „W drodze do pracy” (porównaj str. 112). Program skierowany jest do 30-osobowej grupy menedżerek z całej Polski.

W Grupie **Pelion** równouprawnienie jest realizowane na kilku płaszczyznach: równej płacy, jednakowego dostępu do szkoleń oraz przejrzystych ścieżek rozwoju kariery i awansów. Należąca do Grupy Pelion spółka zarządzająca aptekami Dbam o Zdrowie, jako pierwsza polska firma otrzymała certyfikat Gender Equality Project (GEP). **Projekt Gender**, realizowany w firmie, polega na niwelowaniu różnic w wynagradzaniu, dostępie do szkoleń, a także ułatwieniu młodym matkom powrotu do pracy po urlopie macierzyńskim.

PRAWA CZŁOWIEKA

Praktyki długoletnie
(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
1	ATERIMA	Bezpieczna praca za granicą	Popularyzacja bezpiecznej i legalnej pracy za granicą oraz edukacja w zakresie możliwych zagrożeń.	2012, 2011
2	Job Impulse Polska (Grupa Job)	TAKpetnosprawni	Zachęcenie pracodawców do zatrudnienia osób z niepełnosprawnością.	2012, 2011
3	Orbis S.A.	Kodeks postępowania chroniący dzieci w turystyce	Przeciwdziałanie wykorzystywaniu seksualnemu dzieci w branży turystycznej.	2012
4	RWE Polska	Kobiety z energią	Zwrócenie uwagi na kobiecy styl zarządzania, zwiększenie szans menedżerek na awans, wspieranie kobiet na stanowiskach kierowniczych w godzeniu obowiązków zawodowych i prywatnych.	2010

Praktyki z zakresu pracy

Praktyki organizacji z zakresu pracy obejmują wszystkie polityki i praktyki związane z pracą wykonywaną przez organizację, w jej obrębie lub w imieniu organizacji, łącznie z pracą zlecaną podwykonawcom. (...) Tworzenie miejsc pracy, jak również wynagrodzenie wypłacane za wykonaną pracę należą do najważniejszych dziedzin gospodarczych i społecznych, do których organizacja wnosi swój wkład. Sensowna i produktywna praca jest podstawowym elementem w rozwoju człowieka; dzięki pełnemu i bezpiecznemu zatrudnieniu podnoszone są standardy życia. Brak pracy jest główną przyczyną problemów społecznych. Praktyki z zakresu pracy mają poważny wpływ na poszanowanie prawa oraz na poczucie sprawiedliwości w społeczeństwie: społecznie odpowiedzialne praktyki z zakresu pracy mają podstawowe znaczenie dla sprawiedliwości społecznej, stabilności i pokoju.

Norma PN-ISO 26000:2012

Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Praktyki w obszarze Praktyki z zakresu pracy

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
1	ATERIMA	Rodzice pracują!	firma przyjazna rodzicom
2	ATERIMA	Zaangażowanie na rzecz Inicjatywy Mobilności Pracy	wolontariat pracowniczy
3	BASF Polska	Work-Life Balance Days	work-life balance
4	Blue Media S.A.	1 zł za 1 km rowerem do pracy	zdrowie pracowników
5	Capgemini Sp. z o.o.	Dni Otwarte dla Rodziny i Przyjaciół	integracja pracowników
6	CEMEX	Bezpieczeństwo na drodze	bezpieczeństwo w miejscu pracy
7	CEMEX	Chwyć stery kariery	szkolenia i rozwój
8	CEZ Polska Sp. z o.o.	Firmowe śniadania z prezesem Zarządu	dialog z pracownikami
9	CEZ Polska Sp. z o.o.	Liderzy Bezpieczeństwa	bezpieczeństwo w miejscu pracy
10	Citi Handlowy	Klub Wolontariusza	wolontariat pracowniczy
11	Citi Handlowy	Żyj dobrze	zdrowie pracowników
12	Cognifide Polska Sp. z o.o.	Cognifide – Job & Fun	szkolenia i rozwój
13	Credit Agricole Bank Polska	Program grantowy – element programu wolontariatu pracowniczego Credit Agricole Bank Polska „Działam, bo lubię”	wolontariat pracowniczy
14	Danone Sp. z o.o.	Inicjatywy Społeczne	partycypacja pracownicza
15	Dentsu Aegis Network	Pionierskie praktyki rekrutacyjne	rekrutacja i adaptacja
16	Dentsu Aegis Network	Wolontariat kompetencji w Dentsu Aegis Network	wolontariat pracowniczy
17	Diageo Polska Sp. z o.o.	Program Diageo Green Activation	zdrowie pracowników
18	EDF Polska	Akademia Społeczna EDF	dialog z pracownikami
19	EDF Polska	Powołanie rzecznika ds. pracowniczych	dialog z pracownikami
20	EDF Polska	Zdrowy EDF	zdrowie pracowników
21	Farm Frites Poland SA	Poruszajmy się	zdrowie pracowników
22	Global e-Business Operations	Dni Wolontariatu HP	wolontariat pracowniczy
23	Global e-Business Operations	Noce Kultury	integracja pracowników
24	Global e-Business Operations	Sprzątanie Świata	wolontariat pracowniczy
25	Global e-Business Operations	Szczśliwy Horyzont	wolontariat pracowniczy
26	Global e-Business Operations	Świąteczny Jarmark Charytatywny	wolontariat pracowniczy
27	Global e-Business Operations	Tandemy Językowe	szkolenia i rozwój
28	Grupa GPEC	Efektywny menedżer Grupy GPEC	szkolenia i rozwój
29	Grupa GPEC	Miękki start w Grupie GPEC	rekrutacja i adaptacja
30	Grupa Muszkieterów	Międzynarodowe Forum Innowacji	partycypacja pracownicza
31	Grupa Saint-Gobain	Wybiegaj w przyszłość z Saint-Gobain	zdrowie pracowników
32	Henkel Polska Sp. z o.o.	Akcja Aktywacja	zdrowie pracowników
33	Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe Sp. z o.o.	Program motywacyjny dla pracowników	zdrowie pracowników
34	Infosys BPO Poland	Corporate Kindergarten	firma przyjazna rodzicom
35	ING Bank Śląski	ING dla rodziców	firma przyjazna rodzicom
36	ING Bank Śląski	Staże dla pracowników	szkolenia i rozwój

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
37	ING Usługi Finansowe S.A.	HelpING – program wolontariatu pracowniczego	wolontariat pracowniczy
38	KGHM Polska Miedź S.A.	KGHM „Miedziane Serce”	wolontariat pracowniczy
39	Lyreco Polska S.A.	Świeć przykładem – Zgłoś zagrożenie	bezpieczeństwo w miejscu pracy
40	NSG Group w Polsce	Bezpieczeństwo pieszych w zakładzie produkcyjnym Pilkington Automotive Poland – bramki grawitacyjne	bezpieczeństwo w miejscu pracy
41	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.	Wolontariat pracowniczy	wolontariat pracowniczy
42	Orange Polska	Kompetencje Menedżera Orange	szkolenia i rozwój
43	Orange Polska	Obowiązkowy e-learning CSR dla nowych pracowników Orange Polska	szkolenia i rozwój
44	Pelion S.A.	Idea na plus	partycypacja pracownicza
45	Pelion S.A.	Pelion Wellness Program	zdrowie pracowników
46	PKO Bank Polski	Biegajmy Razem	zdrowie pracowników
47	PKO Bank Polski	Pracowniczy Program Emerytalny	wsparcie pracowników
48	Polpharma	Program Wolontariatu Pracowniczego Grupy Polpharma	wolontariat pracowniczy
49	Polska Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.	11 000 km dla komunikacji	dialog z pracownikami
50	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Pracodawca Przyjazny Rodzinie	firma przyjazna rodzicom
51	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Strona internetowa projektu Wolontariat Pracowniczy ORLEN	wolontariat pracowniczy
52	Prologis	IMPACT Day Globalny Dzień Wolontariatu Pracowniczego Prologis	wolontariat pracowniczy
53	PZU	Rzuć palenie z PZU	zdrowie pracowników
54	RWE Polska	Pracuj zdrowo i sportowo	zdrowie pracowników
55	SGS Polska Sp. z o.o.	Bezpieczne miejsce pracy – prewencja, edukacja i raportowanie	bezpieczeństwo w miejscu pracy
56	SGS Polska Sp. z o.o.	SHINE – wsparcie nowych pracowników w pierwszych miesiącach pracy	rekrutacja i adaptacja
57	Siemens Sp. z o.o.	Balans na drodze, balans w portfelu	bezpieczeństwo w miejscu pracy
58	Tchibo Warszawa	Program edukacji pracowników w zakresie CSR	szkolenia i rozwój
59	Tchibo Warszawa	Program Równowaga Praca Rodzina	work-life balance
60	T-Mobile Polska S.A.	Kids Day	integracja pracowników
61	T-Mobile Polska S.A.	Zakładowa Jednostka Ratownicza T-Mobile Polska S.A. „RESCUE TEAM”	bezpieczeństwo w miejscu pracy
62	UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.	Program wdrożeniowy dla nowych pracowników i menedżerów	rekrutacja i adaptacja
63	UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.	Wolontariat Pracowniczy	wolontariat pracowniczy
64	VIWA Entertainment Poland Sp. z o.o.	VIWA Leaders	szkolenia i rozwój
65	Volkswagen Poznań	Centrum Rehabilitacyjno-Sportowe Volkswagen Poznań	zdrowie pracowników
66	Volkswagen Poznań	Karta Stosunków Pracy	dialog z pracownikami
67	Volkswagen Poznań	StartUp	rekrutacja i adaptacja

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

DIALOG Z PRACOWNIKAMI

Dialog i bezpośrednie spotkania z pracownikami to długookresowa inwestycja w nawiązanie trwałych relacji oraz w skuteczność podejmowanych w firmie decyzji. To szczególnie ważne, gdy w przedsiębiorstwie zachodzą duże zmiany.

W związku z konsolidacją sześciu regionalnych spółek gazownictwa w jedną ogólnopolską spółkę **Polska Spółka Gazownictwa sp. z o.o.** Zarząd wyszedł naprzeciw potrzebie wzmożonej komunikacji w firmie. W tym celu od lipca do grudnia 2013 roku w siedzibach spółki odbyły się 24 spotkania. Zarząd przejechał w sumie 11 tys. km. W czasie mityngów były prezentowane i omawiane m.in. założenia modelu biznesowego, korzyści oczekiwane z konsolidacji, aktualny stan prac, główne kierunki działań w poszczególnych obszarach oraz zmiany i procesy zachodzące w obrębie spółki. Pracownicy mieli możliwość udzielenia informacji zwrotnej m.in. na temat postrzegania konkretnych spraw i wytyczonych kierunków działań. Ci, którzy nie byli na spotkaniu, mogli skorzystać z wideokonferencji lub zapoznać się z prezentacją w intranecie.

Także w **CEZ Polska Sp. z o.o.** zmiana była bezpośrednią przyczyną podjęcia dialogu z pracownikami. Chęć przedstawienia nowej prezes zespołowi sprawiła, że pojawił się pomysł na nieformalne spotkania – **firmowe śniadanie z prezesem Zarządu**. Założeniem tych comiesięcznych zgromadzeń było także wzmocnienie kultury organizacyjnej oraz systemu wartości w firmie.

Z chwilą połączenia spółek **Grupy EDF Polska** w maju 2013 roku zostało utworzone stanowisko **rzecznika ds. pracowniczych** – w celu zbudowania dodatkowego niezależnego kanału komunikacji z pracownikami i ich przedstawicielami w zakresie spraw pracowniczych oraz dodatkowego mechanizmu oceny podejmowanych działań dotyczących osób zatrudnionych. Do obowiązków rzecznika należy m.in. zbieranie od pracowników skarg dotyczących warunków pracy, relacji z przełożonymi, równego traktowania, przestrzegania zasad obowiązujących w Grupie EDF, podejmowanie i nadzorowanie działań wyjaśniających, opiniowanie działań pracodawców w obszarze spraw pracowniczych, koordynacja na szczeblu Grupy inicjatyw dotyczących przeciwdziałania wykluczeniu. Sprawy zgłaszane rzecznikowi są traktowane jako poufne, a pracownicy, jeśli wyrażą taką wolę, pozostają anonimowi.

Szczególną formą dialogu z pracownikami jest kontakt z organizacjami związkowymi. W spółkach **Grupy EDF** działają 22 związki zawodowe. Rozpoczęty w 2013 roku program **Akademia Społeczna EDF** ma na celu budowanie jak najlepszego porozumienia i doskonalenie współpracy pomiędzy reprezentacją pracodawcy i partnerów społecznych. Akademia to cykl 7 dwudniowych sesji warsztatowych przeznaczonych dla pracowników aktywnie zaangażowanych w działalność związkową. Sesje poświęcone są następującym tematom: zasady współdziałania pracodawcy z zakładowymi organizacjami związkowymi; gra strategiczna Celemi Enterprise; rynek energetyczny – przychody i koszty; rozwiązywanie konfliktów i skuteczne negocjacje; odpowiedzialność społeczna biznesu a HR; zarządzanie energią życiową; zarządzanie zmianą. Zaproszenie przyjęło i uczestniczy w Akademii 18 związków zawodowych.

W **Volkswagen Poznań** dialog z przedstawicielami pracowników uregulowała wprowadzona w 2009 roku **Karta Stosunków Pracy**, która definiuje 3 prawa do uczestnictwa w procesach firmy: powiadamianie, informowanie i współdecydowanie. Gdy pracodawca chce wprowadzić zmiany w kwestiach socjalnych, musi zostać wzięte pod uwagę zdanie przedstawicieli pracowników. Aby organizacja związkowa mogła świadomie współdecydować, przedsiębiorstwo musi odpowiednio wykwalifikować przedstawicieli pracowników, np. organizując szkolenia zaznajamiające z procesami zachodzącymi w firmie.

PARTYCYPACJA PRACOWNICZA

Mając na celu nadążanie za oczekiwaniami rynku, a nawet ich wyprzedzanie, a także doskonalenie oferowanych produktów i usług, optymalizację procesów, poszukiwanie oszczędności, budowanie wzrostu sprzedaży i satysfakcji klientów oraz aby zaangażować wszystkich pracowników w stałe poszukiwanie udoskonaleń działania organizacji – firma **Pelion** wprowadziła program **Idea na plus**, którego zadaniem jest poszukiwanie innowacyj-

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

nych rozwiązań biznesowych. Przekazywanie pomysłów pracowników odbywa się poprzez specjalną stronę internetową: www.ideanaplus.pl. Zarząd firmy zapoznaje się z każdą zgłoszoną koncepcją i podejmuje decyzję o jej akceptacji do wdrożenia. Raz na kwartał wyłaniani są zwycięzcy, których się nagradza, a ich pomysły kieruje do realizacji. Przez pierwsze 3 miesiące funkcjonowania programu zgłoszonych zostało blisko 30 sugestii.

Model biznesowy **Grupy Muszkieterów** także zakłada zaangażowanie w życie Grupy wszystkich jej członków – właścicieli supermarketów, franczyzobiorców, pracowników struktur i punktów sprzedaży – w 6 krajach europejskich, w tym także w Polsce. Celem programu **Międzynarodowe Forum Innowacji** jest inicjowanie trendów, tworzenie nowych produktów i oryginalnych usług. W jego ramach można zgłaszać pomysły w 2 kategoriach: „Innowacja” (projekty, których jeszcze nie wprowadzono w życie, na etapie pomysłu lub we wczesnej fazie realizacji) oraz „Dobre praktyki” (projekty funkcjonujące w poszczególnych punktach sprzedaży lub centrali, które mogą zostać rozpowszechnione w innych placówkach lub krajach) – przez zespoły składające się z od 2 do 5 osób. W ramach edycji 2012/2013 w Polsce nadesłana została rekordowa liczba zgłoszeń – łącznie 30 projektów. W ramach obu kategorii przewidziane są 3 nagrody finansowe.

Cele biznesowe i społeczne **Danone** chce realizować wspólnie ze swoimi pracownikami. Stąd pomysł na **Inicjatywy Społeczne** – działania pracowników Danone spoza zakresu zadań. Wyszczególniono 7 programów i obszarów działań, w których dobrowolnie uczestniczyć może każda osoba zatrudniona w Danone: 1 Jogurt Dziennie – promowanie idei jedzenia minimum jednego jogurtu każdego dnia; Podziel się Posiłkiem – program zwalczania niedożywienia wśród dzieci realizowany we współpracy z Bankami Żywności; testy wewnętrzne – udoskonalanie produktów Danone; bezpieczeństwo – działania promujące bezpieczne zachowania w pracy i poza nią; środowisko – akcje podnoszące świadomość ekologiczną pracowników; Zrównoważone Rolnictwo Danone – program współpracy z dostawcami mleka; Wizerunek pracodawcy – pokazywanie wyjątkowej atmosfery pracy w firmie na zewnątrz. W roku 2013 wskaźnik zaangażowania wszystkich pracowników wyniósł 89%.

BEZPIECZEŃSTWO W MIEJSCU PRACY

W firmie o dużej liczbie pracowników i szerokim zakresie działania bardzo ważne jest zapewnienie wszystkim bezpieczeństwa. Konieczne staje się uświadomienie pracownikom, jaki wpływ na bezpieczeństwo ma zachowanie ich samych oraz ich współpracowników. Program edukacyjno-prewencyjny **bezpieczne miejsce pracy** Grupy **SGS** składa się: z Safety Day (19 czerwca), z Safety Walk (najwyższe kierownictwo firmy odbywa 4 wizyty w roku w największych oddziałach w kraju), z Safety Talk (rozmowy przeprowadzane między kierownikami i pracownikami dotyczące zachowań niebezpiecznych), z 12 Zasad **SGS** dla życia, ze szkoleń dla pracowników i z systemu Crystal (który służy do monitorowania i raportowania zdarzeń potencjalnie niebezpiecznych w firmie, zarządzania ryzykiem i planowania kolejnych działań w całej Grupie, a od 2013 roku również w **SGS Polska**).

Bezpieczeństwo to kluczowa kwestia zwłaszcza w zakładach produkcyjnych, gdzie każdego dnia pracownicy mają do czynienia z maszynami oraz skomplikowanymi procesami i operacjami. Nie wystarczą do tego jednak same procedury, konieczne jest ludzkie zaangażowanie. Raz w roku Zarząd Elektrowni Skawina należącej do **Grupy CEZ** wręcza wyróżnienie **Lider Bezpieczeństwa** pracownikom, którzy swoją postawą, codzienną pracą, a także zaangażowaniem i pomysłowością w szczególnie sposób przyczyniają się do ochrony i wzmocnienia szeroko pojętego bezpieczeństwa w firmie. W 2013 roku wyróżnienie zostało przyznane 6 osobom.

Należące do **NSG Group** zakłady w Chmielowie i Sandomierzu to hale produkcyjne oraz magazynowe. Mimo wyznaczenia ścieżek dla pieszych i dróg dla wózków widłowych, w których dodatkowo zamontowano ograniczniki prędkości do 5 km/h, zaobserwowano, że pracownicy gwałtownie skręcali i wchodzili na drogę dla wózków. W odpowiedzi wdrożono projekt bramek grawitacyjnych – zapewniając 100% separacji dróg dla pieszych od dróg dla wózków. Zainstalowano barierki słupkowe z odpinanymi tańcuchami oraz bramki grawitacyjne otwierające się wyłącznie do strefy bezpiecznej, zabezpieczając przed nagłym wejściem w strefę wózka widłowego. Rezultatem jest całkowity brak kolizji.

Grupa Muszkieterów

www.muszkieterowie.pl
zatrudnienie w 2013: 13 000 os.

Danone Sp. z o.o.

www.danone.pl
zatrudnienie w 2013: 1400 os.

SGS Polska Sp. z o.o.

www.sgs.pl
zatrudnienie w 2013: 496 os.

CEZ Polska Sp. z o.o.

www.cezpolska.pl
zatrudnienie w 2013: 400 os.

NSG Group w Polsce

www.pilkington.pl
zatrudnienie w 2013: 2874 os.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Lyreco Polska S.A. www.lyreco.pl zatrudnienie w 2013: 579 os.
Siemens Sp. z o.o. www.siemens.pl zatrudnienie w 2013: 1000 os.
CEMEX www.cemex.pl zatrudnienie w 2013: 1161 os.
T-Mobile Polska S.A. www.t-mobile.pl zatrudnienie w 2013: 5000 os.
ING Bank Śląski www.ing.pl zatrudnienie w 2013: 8044 os.
Polski Koncern Naftowy ORLEN SA www.orten.pl zatrudnienie w 2013: 4400 os.
Infosys BPO Poland www.infosysbpo.com zatrudnienie w 2013: 1900 os.

Programy **Zgłoś zagrożenie** oraz **Świeć przykładem**, realizowane w **Lyreco**, miały na celu działanie prewencyjne i zmniejszenie liczby wypadków przy pracy oraz liczby dni absencji. Pracownicy oraz podwykonawcy mogli zgłaszać dobre praktyki w zakresie BHP stosowane w pracy lub takie, które można zastosować oraz zagrożenia występujące w pracy lub takie, które mogą się pojawić. Zgłoszono 73 dobre praktyki oraz 67 zagrożeń. W efekcie programu zmniejszyła się liczba wypadków w firmie z 14 w 2011, do 9 w 2013 roku i liczba absencji chorobowych z 405 dni roboczych w 2011 do 139 w 2013 roku.

W ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu **Siemens** przygotował kilka akcji poświęconych poprawie bezpieczeństwa pracowników na drodze oraz budowaniu świadomości w zakresie ekologicznego użytkowania samochodów i ich wpływu na środowisko. Jedno z działań to **Balans na drodze, balans w portfelu** – serie spotkań w regionach poświęcone zasadom bezpiecznej i ekologicznej jazdy. Do współpracy zaproszona została firma specjalizująca się w szkoleniu kierowców. Pracownicy mieli możliwość nie tylko posłuchania wykładu, ale i praktycznego ćwiczenia umiejętności jazdy oraz zapoznania się z zasadami ecodrivingu. W 2013 roku program objął ok. 80 kierowców.

CEMEX Polska dba o **bezpieczeństwo kierowców-podwykonawców**, dążąc do ograniczenia ryzyka związanego z transportem na drogach publicznych. Wszyscy kierowcy przewożący produkty CEMEX muszą przejść e-szkolenie. Dodatkowo wprowadzono spotkania kierowców z członkami najwyższego kierownictwa, a także praktyczne szkolenia z zasad bezpiecznej jazdy. Wykonywane są audyty kierowców przez specjalnie do tego celu wyszkolonych wewnętrznych trenerów. Pojazdy przewożące produkty oznaczono numerem telefonu, pod który mogą zadzwonić inni użytkownicy dróg, widząc bezpieczne, jak również niebezpieczne zachowanie kierowcy na drodze.

Bezpieczeństwo w **T-Mobile Polska** zapewnia **Zakładowa Jednostka Ratownicza „Rescue Team”**, która podejmuje czynności ratownicze na terenie siedziby firmy, a także na terenie kraju podczas wystąpienia zagrożeń, np. powodzi. „Rescue Team” promuje pierwszą pomoc wśród pracowników, przeprowadza szkolenia (ok. 450 osób rocznie) z zakresu ratownictwa medycznego, jak i prewencji w sytuacjach zagrożeń na terenie firmy i poza nią.

FIRMA PRZYJAZNA RODZICOM

Jedną z czterech wartości ING jest szacunek. **ING Bank Śląski** kieruje się nim, tworząc warunki pracy uwzględniające zmienne potrzeby pracowników będących rodzicami. Otrzymują oni – w zależności od sytuacji i wieku dziecka – wsparcie banku. Gdy zostają rodzicami, dostają ulotkę informującą o przysługujących im prawach i dodatkowych benefitach ze strony firmy, mają do dyspozycji „Przewodnik dla rodziców”, który stanowi kompendium wszelkich przysługujących im udogodnień. Są to m.in. dodatkowe nieobecności związane z przyjściem dziecka na świat (np. 3 dni urlopu okolicznościowego dla ojca). Bank, o ile pozwalają obowiązki na danym stanowisku, umożliwia korzystanie z elastycznych godzin pracy lub z pracy w domu. W zależności od sytuacji finansowej rodziny, dzieciom przysługuje również świadczenie pieniężne z okazji świąt Bożego Narodzenia, dofinansowanie do wyprawki szkolnej, wyjazdów kolonijnych, a w przypadku śmierci jednego z rodziców (pracownika lub jego małżonka) comiesięczna zapomoga finansowa przez 3 lata. Raz w roku – na mikołajki – dzieci pracowników otrzymują paczki. Bank organizuje także spotkania ze specjalistami poświęcone wychowywaniu dzieci.

PKN ORLEN w ramach praktyki **pracodawca przyjazny rodzinie** wdraża nowoczesne rozwiązania zmierzające do zachowania równowagi pomiędzy aktywnością zawodową a życiem rodzinnym. Są to: a) uprawnienia związane z czasem pracy; b) świadczenia socjalne realizowane ze środków Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych oraz możliwość ubiegania się o wsparcie ze środków Fundacji ORLEN – Dar Serca w przypadku choroby dziecka lub trudnej sytuacji rodzinnej; c) opieka medyczna – pracownikom będącym w ciąży oraz pracownikom wychowującym dzieci pracodawca zapewnia szeroki zakres świadczeń medycznych; d) pozostałe świadczenia – dotyczą głównie zapewnienia miejsca do karmienia dzieci oraz utrzymania kontaktu z pracownicą/pracownikiem w okresie urlopów macierzyńskich/ojcowskich.

Założenie **firmowego przedszkola Infosys BPO Poland** jest odpowiedzią na potrzeby zespołu pracowników będących rodzicami. Część budynku na parterze Infosys Green Horizon o powierzchni 300 m² została zaadaptowana na 3 sale zabaw, kuchnię, łazienkę oraz

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

szatnię. Placówka powstała przy współpracy z Centrum Rozwoju Dziecka; ma ona specjalny dwujęzyczny program edukacyjny „Dwujęzyczny świat dzieci”, oparty na metodach pozwalających pobudzać w dzieciach takie kompetencje, jak otwartość na świat, kreatywność czy samodzielność. Podczas zabaw i nauki używany jest zarówno język polski, jak i angielski. Placówka została zaplanowana na 60 dzieci.

Liczba pracowników-rodziców firmy **ATERIMA** wzrosła w 2013 roku o 80% w porównaniu do roku 2012. Działania podejmowane w ramach projekt **Rodzice Pracują!** mają na celu poprawę warunków pracy tej grupy i opierają się na przeprowadzonym w firmie badaniu potrzeb pracowników. Zostało m.in. zorganizowane spotkanie choinkowe. Firma podjęła współpracę z portalem Mamo Pracuj, w którym współtworzy cykl „Zdaniem pracodawcy” prezentujący spojrzenie na mamę w pracy z drugiej strony. Z urlopów ojcowskich skorzystało 100% uprawnionych mężczyzn. W grudniu 2013 roku ATERIMA odebrała z rąk ministra pracy i polityki społecznej nagrodę za zwycięstwo w konkursie „Firma Przyjazna Ojcom” – zdobyła pierwsze miejsce w kategorii średnich przedsiębiorstw.

WORK-LIFE BALANCE

Praca w dużej organizacji niesie ze sobą doświadczenia, z którymi nie wszyscy potrafią sobie poradzić. Natłok obowiązków, dynamika zmian sprawiają, że pracownicy zapominają o prawidłowej diecie, potrzebie aktywności fizycznej czy też mają kłopot z wyciszeniem się po trudnym dniu. Zadowolenie i dobre samopoczucie jest istotnym czynnikiem wpływającym nie tylko na wydajność pracy, ale też kształtującym kulturę korporacyjną i atmosferę w organizacji, a także sprzyjającym integracji. Dlatego też zajęcia w ramach projektu **Work-Life Balance Days** firmy **BASF Polska** poruszają tematy związane ze zdrowym trybem życia, ale dają również możliwość rozwinięcia nowych zainteresowań. Inicjatywa ma na celu poprawę ogólnego samopoczucia i zadowolenia wśród pracowników. Spotkania odbywają się raz w miesiącu. W 2013 roku było 12 mityngów, w których łącznie wzięło udział ok. 150 pracowników.

Godzeniu życia prywatnego z pracą zawodową pracowników **Tchibo Warszawa** służy program **Równowaga Praca Rodzina**. Jego zakres jest szeroki. Pracownik wybiera te elementy, które najbardziej mu odpowiadają: a) zatrudnienie i czas prasy: praca w niepełnym wymiarze godzin, job sharing, praca z domu, b) opieka nad rodziną: dodatkowe dni urlopu okolicznościowego, akcja „Dwie Godziny dla Rodziny”, program szkoleniowo-doradczy Spinacz – rozwijający kompetencje osobiste przydatne w życiu zarówno zawodowym, jak i prywatnym, wyprawka dla dziecka, zapomogi, bezpłatny urlop, c) świadczenia pracownicze: dodatkowa opieka medyczna, pakiet sportowy, programy profilaktyki zdrowotnej, sezonowe owoce i soki dla pracowników, d) wzmacnianie kultury organizacji: dobre praktyki pracownicze i menedżerskie. Program łączy perspektywę pracownika i pracodawcy. Wzmacnia zaangażowanie pracowników, lojalność w stosunku do pracodawcy; zwiększa efektywność pracy; zmniejsza rotację i wpływa na kształtowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy. Przyczynia się do poprawy stanu zdrowia, pomaga bardziej racjonalnie wykorzystać czas w pracy i poza nią; zwiększa poczucie bezpieczeństwa pracownika i jego rodziny.

ZDROWIE PRACOWNIKÓW

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom pracowników, firma **Pelion** wdrożyła pilotażowy **Pelion Wellness Program**. Zakłada on holistyczne podejście do dbania o zdrowy tryb życia pracowników i skupia się na 3 głównych obszarach: aktywność sportowa, zdrowe odżywianie i dbanie o zdrowie, równowaga między życiem prywatnym a pracą. Podjęto szereg akcji, m.in.: a) spotkania z dietetykiem, na których omawiano zagadnienie zdrowego odżywiania i przygotowywania zdrowych posiłków do pracy (80 uczestników), b) owocowe dni w firmie, podczas których zostało zjedzone prawie 2 tys. kg owoców; c) Akademia Kręgosłupa – spotkania, na których realizowano temat dbania o zdrową postawę w pracy i poza nią, oraz seria profesjonalnych masażu pleców wykonanych przez fizjoterapeutów (40 uczestników); d) uruchomiona została Drużyna Nordic Walking, która rozpoczęła treningi pod okiem trenera. Kontynuowane są również (prowadzone od kilku lat) wycieczki rowerowe dla pracowników i ich rodzin, a także przed sezonem jesienno-zimowym szczepienia przeciw grypie.

ATERIMA

www.aterima.pl
zatrudnienie w 2013: 60 os.



BASF Polska

www.basf.pl
zatrudnienie w 2013: 353 os.

Tchibo Warszawa

www.tchibo.com/pl
zatrudnienie w 2013: 600 os.

Pelion S.A.

www.pelion.eu
zatrudnienie w 2013: 7000 os.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Citi Handlowy www.citihandlowy.pl zatrudnienie w 2013: 5000 os.
EDF Polska www.edf.pl zatrudnienie w 2013: 3400 os.
Henkel Polska Sp. z o.o. www.henkel.pl zatrudnienie w 2013: 1000 os.
Farm Frites Poland SA www.ffp.pl zatrudnienie w 2013: 195 os.
Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe Sp. z o.o. www.horus.net.pl zatrudnienie w 2013: 29 os.
RWE Polska www.rwe.pl zatrudnienie w 2013: 1200 os.
Blue Media S.A. www.bluedmedia.pl zatrudnienie w 2013: 90 os.

Według Europejskiej Agencji Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy koszty wynikające ze stresu związanego z pracą zawodową w Unii Europejskiej wynoszą 20 mld euro rocznie. Odpowiedzią na ten problem w **Citi Handlowy** jest inicjatywa **Żyj dobrze**, która obejmuje 4 moduły: profilaktykę prozdrowotną, zdrowe odżywianie, równowagę w życiu, sport. Pracodawca opłaca pakiet medyczny, organizuje warsztaty o profilaktyce chorób cywilizacyjnych i zachęca do badań w ramach programu „Zdrowa kobieta, zdrowy mężczyzna”. Wprowadzono zmiany w menu na stołówkach. Przeprowadzono serię warsztatów dotyczących wzmacniania odporności poprzez zdrowe odżywianie oraz warsztaty gotowania, a także warsztaty dotyczące rozwoju osobistego, budowania relacji społecznych, komunikacji, asertywności, poczucia własnej wartości, wychowywania dzieci. Przeszkolono doradców ds. zarządzania kadrami do prowadzenia zajęć dla matek wracających z urlopów macierzyńskich i wychowawczych, a także dla menedżerów, którzy mają w swoich zespołach kobiety w ciąży i mamy. Pracownicy otrzymują karty Multisport, bank promuje i dofinansowuje pasje sportowe pracowników. Z corocznych badań „Głos Pracownika” wynika, że dla wielu osób te działania były impulsem do zmiany i do zatroszczenia się o własne zdrowie.

Projekt **Zdrowy EDF** ma na celu promocję zdrowia i zachęcanie pracowników do prowadzenia zdrowego trybu życia. Tematyka obejmuje: zarządzanie stresem, aktywność fizyczną, zdrowe odżywianie, zdrowy styl życia, równowagę: praca – życie. Dodatkowo w ramach projektu firma stworzyła Społeczność Zdrowy EDF dla pracowników szczególnie zainteresowanych tematem; odbyły się też dwudniowe warsztaty dla pracowników „Zarządzanie energią życiową w stresie”, Tydzień Zdrowia (szkolenia i warsztaty o zdrowiu, podstawowe konsultacje medyczne, czat internetowy na temat zdrowego stylu życia, konkursy i quizy dotyczące zdrowia, broszury informacyjne o aktywności fizycznej, zdrowym odżywianiu i filozofii work-life balance).

Jednym z trzech filarów strategii zrównoważonego rozwoju firmy **Henkel** są pracownicy, dlatego firma wdrożyła wewnętrzny projekt **Akcja Aktywacja** mający na celu edukację i propagowanie zdrowego stylu życia oraz aktywności sportowej. W dniu rozpoczynającym program pracownicy mieli możliwość wzięcia udziału w wykładach dietetyków oraz fizjoterapeutów, a także skorzystania z indywidualnych konsultacji (tego dnia odbyło się ich 120). Mogli także wykonać podstawowe badania oceniające stan zdrowia. W intranecie przez cały rok publikowane były informacje na temat zdrowego stylu życia, prawidłowego odżywiania i aktywności sportowej. Ponadto zawiązały się 3 drużyny sportowe – Henkel Running Team, Henkel Football Team oraz Henkel Zumba Team.

Dbanie o zdrowie i promowanie zdrowego stylu życia stanowią ważne elementy w działaniach firmy **Farm Frites Poland**. W ramach programu **Poruszajmy się** m.in. finansowany jest wynajem sali gimnastycznej, gdzie pracownicy grają w siatkówkę, oraz hali do piłki nożnej, a także dofinansowywane są karnety na basen, siłownię i zajęcia fitness. Nastąpiła reaktywacja drużyny piłkarskiej, która regularnie trenuje i bierze udział w rozgrywkach lokalnej ligi piłki nożnej. Firma wspiera pracownika-maratończyka, który w 2013 roku przebiegł m.in. Maraton Solidarności w Gdańsku, a w kolejnych dwóch latach planuje zdobyć koronę polskich maratonów. Organizowane były też wycieczki piesze i rowerowe.

Również **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** uważa, że dzięki lepszej kondycji fizycznej i integracji zwiększa się motywacja i wydajność osób zatrudnionych. Realizując **program motywacyjny dla pracowników**, firma minimum raz na kwartał zapewnia darmowe bilety/wejściówki/karnety na proponowane wydarzenie lub do ośrodka sportowo-rekreacyjnego (basen, siłownia itp.). Co najmniej raz na pół roku organizowane jest zaś spotkanie integracyjne połączone z rywalizacją sportową (m.in. kręgle, gokarty i paintball).

Program **Pracuj zdrowo i sportowo** – zainicjowany i prowadzony przez samych pracowników **RWE Polska** – ma na celu zachęcić do zdrowego stylu życia, aktywnego spędzania czasu, a także przyczynić się do integracji zespołu. W ramach kampanii zorganizowano kilka akcji prozdrowotnych, jak wykłady i spotkania z ekspertami na temat zdrowia oraz zdrowego odżywiania, przeprowadzono także szereg wydarzeń sportowych, np. wycieczki rowerowe, rejsy żeglarskie, zajęcia sportowo-rekreacyjne oraz lekcje salsy i pilatesu. Firma wspiera te działania logistycznie i finansowo.

Lokalizacja siedziby **Blue Media** w centrum Sopotu sprzyja dojeżdżaniu do pracy rowerem. Za każdy przejechany 1 km na trasie: dom – praca i praca – dom pracownicy firmy otrzymują wynagrodzenie w wysokości 1 zł, wypłacane po przejechaniu minimum 500 km. Celem

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

programu jest zwiększenie zainteresowania sportem i zdrowym trybem życia wśród zatrudnionych i zwrócenie uwagi na alternatywne środki transportu w zatłoczonym mieście.

Pracownicy **Diageo** zaczęli promować w zespole aktywności na świeżym powietrzu i spędzanie czasu bliżej natury. Zmotywowaniu miało sprzyjać zbieranie kilometrów (bieganie, jazda na rowerze i chodzenie) na cel ekologiczno-charytatywny, jakim jest budowa ogrodu terapeutycznego dla osób autystycznych; 1 km to 1 zł. Celem było zebranie 10 tys. zł. Zgłosiło się ponad 100 osób – pracowników i osób towarzyszących. W czasie trwania programu zebrano 32 914 zł – czyli osiągnięto wynik trzy razy większy od założonego.

Wśród pracowników spółek należących do Grupy Saint-Gobain jest wielu fascynatów biegania. Promocję zdrowego trybu życia i popularyzację sportu ma na celu projekt **Wybiegaj w przyszłość z Saint-Gobain**. Akcją polega na wybraniu kilku imprez biegowych organizowanych na terenie całego kraju i zachęceniu pracowników do udziału w wybranych biegach w drużynie Saint-Gobain SQUAD (ponad 30 osób). Chętnym firma ufundowała profesjonalną odzież sportową oraz pokrywa koszty udziału w zawodach. Przebiegnięte przez pracowników spółek Saint-Gobain kilometry są zliczane i przeliczane na kwotę pieniędzy przeznaczaną na cel charytatywny.

Zorganizowany w 2013 roku ogólnopolski program **PKO Bank Polski Biegajmy Razem** stał się okazją do popularyzacji wśród społeczeństwa – w tym osób zatrudnionych w banku – idei wspólnego biegania. Praktyka polegała na zachęceniu do biegania oraz udziału we wspieranych imprezach i towarzyszących im akcjach charytatywnych. Na portalu intranetowym banku uruchomiono specjalną zakładkę „Biegajmy razem”, a w niej m.in. licznik kilometrów – aplikację mierzącą zaangażowanie zatrudnionych – czy konkurs „Biegacz Miesiąca”. PKO Bank Polski wspiera ważne wydarzenia sportowe, a wśród nich szczególnie biegi masowe. Promuje modę na bieganie, a członkowie bankowej drużyny są jej najlepszymi ambasadorami. Efektem działań jest rosnąca liczba biegających i dbających o swoje zdrowie klientów i pracowników banku. Na początku 2009 roku działająca w firmie drużyna liczyła 20 pracowników, pod koniec 2013 roku – ponad 250.

Firma **PZU** skupiła się na zmianie złych nawyków, organizując dla palących pracowników całodniowe warsztaty antynikotynowe prowadzone przez profesjonalnych terapeutów metodą Allena Carra. W ramach programu **Rzuć palenie z PZU** odbyły się 4 pilotażowe sesje antynikotynowe dla 60 osób. Następnie przeprowadzono wewnętrzną kampanię promocyjną skierowaną do pracowników oraz 26 sesji antynikotynowych dla ponad 300 osób z 13 miast Polski. Zlikwidowano palarnię w centrali PZU, a w jej miejscu stworzono pokój treningowy dla pracowników.

W celu poprawienia stanu zdrowia załogi **Volkswagen Poznań** na terenie zakładu uruchomiono **Centrum Rehabilitacyjno-Sportowe VWP**. Oferuje ono doraźną pomoc rehabilitacyjną, fachową pomoc ergonomisty oraz fizjoterapeuty na stanowisku pracy, zajęcia grupowe dla różnych zespołów (pracownicy bezpośrednio produkcyjni, biurowi, kobiety, management itp.), ćwiczenia indywidualne w ramach konsultacji rehabilitacyjnej, zestaw ćwiczeń przygotowany z myślą o konkretnych dolegliwościach związanych ze stanowiskiem pracy. W 2013 roku ergonomista oraz fizjoterapeuta udzielili łącznie 1607 godzin konsultacji.

SKOLENIA I ROZWÓJ

Wzmacnianie pozycji i odpowiedzialności menedżerów jest kluczowym elementem strategii **Orange**. Firma dostrzega potrzebę budowania wspólnej kultury zarządzania i wdrożenia **8 kompetencji menedżerskich** w Grupie Orange: orientacja na klienta i jakość usług, myślenie strategiczne, orientacja na wynik, zarządzanie zmianą, przewodzenie zespołowi, rozwój pracowników, zarządzanie różnorodnością, współpraca i wywieranie wpływu. Celem jest zapewnienie balansu pomiędzy koncentracją na celach biznesowych a stylem ich osiągania – relacjami pomiędzy ludźmi. Ważne jest wzmocnienie świadomości dotyczącej różnorodności oraz siły, jaką daje różnorodność wśród pracowników, i umiejętne zarządzanie nią.

Efektywny menedżer Grupy GPEC to program rozwojowy będący odpowiedzią na potrzeby ambitnych, dynamicznie rozwijających się pracowników; umożliwia im zdobycie umiejętności, dzięki którym mogą tworzyć nowe standardy w branży energetycznej. Biorący udział w programie ma możliwość wieloaspektowego rozwoju, zgodnego z jego predyspozycja-

Diageo Polska Sp. z o.o.

www.diageo.com
zatrudnienie w 2013: 165 os.



Grupa Saint-Gobain

www.saint-gobain.pl
zatrudnienie w 2013: 6300 os.

PKO Bank Polski

www.pkobp.pl
zatrudnienie w 2013: 24 437 os.

PZU

www.pzu.pl
zatrudnienie w 2013: 16 277 os.

Volkswagen Poznań

www.volkswagen-poznan.pl
zatrudnienie w 2013: 6500 os.

Orange Polska

www.orange.pl
zatrudnienie w 2013: 19 604 os.

Grupa GPEC

www.gpec.pl
zatrudnienie w 2013: 500 os.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

mi oraz planami zawodowymi. Uczestniczy w specjalnym systemie szkoleniowym, 2 razy w roku zaś w Dniach Kadry Kierowniczej oraz kształci swoje umiejętności pod okiem mentora w ramach Akademii Rozwoju Grupy GPEC.

W firmie **VIWA Entertainment** pojawiało się coraz więcej bardzo ważnych projektów, które obejmowały osoby z różnych krajów – Polski, Bułgarii i Czech. Zrodziła się więc konieczność zintegrowania środowiska liderów, od których zależy powodzenie przedsięwzięć. Powstał program **VIWA Leaders**, który początkowo miał być miejscem poznania i integracji liderów firmy. Po ewaluacji okazało się, że jest również potrzeba podnoszenia kwalifikacji, a także stworzenia platformy integracyjnej dla liderów z różnych krajów oraz włączenia ich do współdecydowania o kierunkach rozwoju spółki. Spotkania prowadzone są w przyjaznej, rodzinnej atmosferze, połączone często z zajęciami sportowymi, tak aby pracownicy mogli oderwać się od codziennych obowiązków, ale jednocześnie – rozmawiać o przyszłości firmy.

Staże dla pracowników w **ING Banku Śląskim** to czasowe pobyty w innej jednostce, które umożliwiają pracownikowi zdobycie pożądanego doświadczenia lub wiedzy, a dla jednostki przyjmującej stanowią okazję do skorzystania z zasobu wiedzy i umiejętności stażysty. Pracownicy mogą korzystać z 2 form. Pierwsza to ministaż – dostępny w systemie ciągłym (tzn. codziennie przez okres do miesiąca) lub przez kilka godzin/dni w miesiącu. Ten typ stażu może polegać na obserwacji lub zaangażowaniu w zadania. Drugi rodzaj to staż rozwojowy – trwa on od 1 do 3 miesięcy, w pełnym wymiarze godzin, charakteryzuje go sformalizowana rekrutacja (jednostka przyjmująca przedstawia zatwierdzony przez HR projekt). Ten staż jest dostępny dla wybranych pracowników (liczy się m.in. kryterium oceny rocznej), natomiast ministaże są ogólnodostępne.

Chwyc stery kariery to inicjatywa zachęcająca pracowników **CEMEX** do udziału w procesie planowania własnej ścieżki rozwoju. W ramach programu zorganizowano cykl warsztatów – pracownicy szkolili się z filozofii rozwoju w CEMEX, zasad, ról i odpowiedzialności w procesie planowania kariery oraz procesów i narzędzi dostępnych w firmie. Drugim elementem inicjatywy były konsultacje z zewnętrznym ekspertem ds. rozwoju osobistego i rozwoju kariery, w czasie których pracownicy dowiedzieli się m.in., jak identyfikować swoje mocne i słabe strony, jak wyznaczać własne cele rozwojowe, jak pracować nad rozwojem słabych stron oraz jak najlepiej dopasować kierunek rozwoju do swojego potencjału. Udział w programie pozwala pracownikom skuteczniej zarządzać rozwojem i karierą w firmie, daje wiedzę i świadomość o możliwościach, narzędziach i procesach rozwojowych funkcjonujących w organizacji.

Branża IT zatrudnia specjalistów, których zadania wymagają permanentnego wysiłku psychicznego, zdolności analitycznych, kreatywności oraz doskonalenia umiejętności i pracy zespołowej. Wyzwaniem jest taka organizacja zajęć, która zapewni pracownikom najlepsze możliwości kooperacji, rozwoju i relaksu. Stąd kompleksowy program **Cognifide Job & Fun**, który rozpoczyna się od programu wdrożeniowego i – wykorzystując różnorodne narzędzia – towarzyszy pracownikom cały czas. Ścieżka ich rozwoju jest jasna i ogólnodostępna. W ramach dbania o work-life balance firma zapewnia elastyczny czas pracy. W biurze jest specjalna przestrzeń do relaksu. Pracownicy mają możliwość wyboru szkoleń i konferencji. Firma organizuje kursy z umiejętności miękkich oraz lekcje języka angielskiego. Rotacja pracowników utrzymuje się na poziomie 11% (średnia w branży IT – 30%). O 76% więcej osób w 2013 roku – w stosunku do poprzedniego – skorzystało z budżetu na szkolenia.

Z wewnętrznej inicjatywy pracowników **Global e-Business Operations** powstały **Tandemy Językowe**. To koncepcja mająca na celu wykorzystanie potencjału pracowników HP posługujących się wieloma językami. Liczba zgłoszonych tandemów to ponad 65. W planach jest rozszerzenie projektu na społeczność lokalną, tzn. zaoferowanie umiejętności językowych w zamian za nabycie innych, np. naprawa roweru, komputera, upieczenie ciasta.

Aby działania CSR firmy były efektywnie wdrażane, konieczne jest ich rozumienie i popieranie przez pracowników. Ważne, aby wiedzieli oni, dlaczego CSR stał się integralną częścią strategii firmy, oraz rozumieli to podejście i realizowali je w codziennych aktywnościach, a także umieli wyjaśnić je klientom czy partnerom biznesowym.

Tchibo Warszawa stworzyło program edukacji pracowników w zakresie CSR, dostosowany do 3 głównych grup pracowników: biura, sklepów i sprzedaży. Podział uwzględnił

VIWA Entertainment
Poland sp. z o.o.

www.viwa.me
zatrudnienie w 2013: 60 os.

MŚP

ING Bank Śląski

www.ing.pl
zatrudnienie w 2013: 8044 os.

CEMEX

www.cemex.pl
zatrudnienie w 2013: 1161 os.

Cognifide Polska Sp. z o.o.

www.cognifide.com
zatrudnienie w 2013: 50 os.

MŚP

Global e-Business
Operations

www.hp.com
zatrudnienie w 2013: b.d.

Tchibo Warszawa

www.tchibo.com/pl
zatrudnienie w 2013: 600 os.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

zakres omawianych informacji, dopasowanie poziomu wiedzy do grupy i wybór najbardziej efektywnych metod przekazania wiedzy oraz dostępnych kanałów komunikacji. Główne elementy programu to: a) Akademia CSR – szkolenia dla pracowników sklepów dotyczące CSR i zrównoważonego rozwoju w Tchibo, połączone z edukacją na temat ekoznaków na produktach Tchibo, b) edukacyjna wystawa i e-book „Przewodnik po odpowiedzialnym biznesie i zrównoważonym rozwoju w Tchibo”, c) Dni CSR, d) „Ekoznaki na produktach Tchibo” – cykl materiałów i konkursów edukacyjnych wyjaśniających, jakie ekoznaki znajdują się na produktach Tchibo i co one oznaczają (porównaj str. 90).

Im bardziej strategiczny charakter nadaje firma **Orange** projektom z obszaru CSR, które wkraczają w sferę biznesową, tym większa jest potrzeba zaangażowania pracowników różnych działów i na różnych stanowiskach. **Szkolenie e-learningowe z zakresu CSR** ma spełniać funkcję edukacyjną, a także być użytecznym narzędziem dla Zespołu CSR, pomagającym w komunikowaniu strategii i projektów CSR w organizacji. Można odsyłać do niego pracowników firmy w przypadku podstawowych pytań o definicje, ale też o główne projekty CSR czy narzędzia, tj. baza Indicia, raport społeczny, dialog. Szkolenie kładzie nacisk na praktyczne aspekty CSR (wpływ firmy na otoczenie, strategia, konkretne projekty). Wspiera budowanie kultury społecznej odpowiedzialności biznesu w organizacji i ułatwia znalezienie obszaru do indywidualnego zaangażowania w działania CSR.

REKRUTACJA I ADAPTACJA

Chcąc przyciągnąć najlepszych, zmienić standardowe myślenie o rekrutacji i ułatwić proces poszukiwania pracy przez młodych ludzi przy wykorzystaniu nowych technologii, **Dentsu Aegis Network** zrealizował w 2013 roku 2 pionierskie praktyki rekrutacyjne: **Isobar Explorer/Łazik** oraz **Program Stażyści**. Łazik pozwolił potencjalnym pracownikom na zdalne zapoznanie się z atmosferą pracy w firmie poprzez specjalną aplikację. Zdalnie sterowany robot umożliwiał zwiedzanie firmy; przysyłał na bieżąco obraz z kamery, a nawet umożliwiał rozmowę z pracownikami. W projekcie wykorzystano nowe technologie i social media, w ten sposób zainteresowano młodych, zaprezentowano im w niecodzienny sposób możliwości rozwoju zawodowego w agencji komunikacji reklamowej Hypermedia Isobar. Firma zorganizowała także konkurs „Zostań Gwiazdą Stażystów” (należało odpowiedzieć na 10 pytań, które przybliżały motywacje, sposób myślenia i wartości kandydatów). Oba działania zmieniły proces poszukiwania kandydatów, skracając go oraz ograniczając ilość dokumentów. Pozwoliły kandydatom na bezpośredni kontakt i poznanie agencji od środka.

Zmiana pracy lub stanowiska jest jedną z najbardziej stresujących sytuacji w życiu człowieka. **UBS Poland Service Centre** dokłada wszelkich starań, aby proces dotarcia do firmy lub zmiany roli był płynny i przyjazny. **Program wdrożeniowy „Induction” dla nowych pracowników** ma pomóc jak najszybciej odnaleźć się w nowym miejscu pracy, zaś program wdrożeniowy dla nowych menedżerów „Induction dla Managerów” – w nowej roli kierowniczej. Wszyscy nowi pracownicy (także stażyści) mają 3 dni szkolenia wdrożeniowego. Pracowników wita osobiście dyrektor zarządzający, opowiada o wartościach organizacji, jej wizji i celach. Następnie przekazywana jest im wiedza o wszystkich programach firmy, w tym o działaniach CSR oraz obszarze różnorodności. Wszystkie informacje zebrane są też w intranecie w „Strefie Nowego Pracownika”.

W ramach specjalnego programu adaptacyjnego – **Miękki start w Grupie GPEC** – każdy z nowo zatrudnionych może liczyć na szczególne traktowanie. Pomocny w trakcie pierwszych dni jest nie tylko bezpośredni przełożony pracownika, ale również wyznaczony specjalnie dla niego opiekun adaptacji, który wprowadza go w życie firmy oraz wspiera przy zapoznawaniu się z narzędziami i systemami informatycznymi, instruuje go, doradza mu, a także ułatwia nawiązywanie kontaktów z innymi osobami.

Ze względu na dużą liczbę nowo zatrudnionych, **SGS Polska** postanowiła wdrożyć program **SHINE** – pozwala on na lepszą integrację z firmą i zespołem pracowników, łatwiejsze poznanie procedur i możliwość zwrócenia się o pomoc do konkretnej, wyznaczonej osoby. SHINE składa się z 6 etapów trwających w sumie 6 miesięcy. Główne role w programie odgrywają przełożeni, kadry, opiekunowie nowych pracowników oraz nowi pracownicy. Przygotowany został pakiet informacyjny, który obejmuje zestaw instrukcji i procedur pozwalających na efektywne przeprowadzenie wdrożenia pracownika. Nowa osoba ocenia jakość przyjęcia i swój poziom satysfakcji z powitania w firmie.

Orange Polska

www.orange.pl
zatrudnienie w 2013: 19 604 os.

Dentsu Aegis Network

www.aemedia.com
zatrudnienie w 2013: 350 os.

UBS Poland Service Centre
Sp. z o.o.

www.ubs.com/microsites/
ubs-poland-service-center/en/
zatrudnienie w 2013: 631 os.

Grupa GPEC

www.gpec.pl
zatrudnienie w 2013: 500 os.

SGS Polska Sp. z o.o.

www.sgs.pl
zatrudnienie w 2013: 496 os.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Volkswagen Poznań www.volkswagen-poznan.pl zatrudnienie w 2013: 6500 os.
Capgemini Sp. z o.o. www.pl.capgemini.com zatrudnienie w 2013: 5500 os.
T-Mobile Polska S.A. www.t-mobile.pl zatrudnienie w 2013: 5000 os.
Global e-Business Operations www.hp.com zatrudnienie w 2013: b.d.
PKO Bank Polski www.pkobp.pl zatrudnienie w 2013: 24 437 os.
UBS Poland Service Centre Sp. z o.o. www.ubs.com/microsites/ubs-poland-service-center/en/ zatrudnienie w 2013: 631 os.

Celem programu wdrożeniowego **StartUp** jest umożliwienie i ułatwienie nowym pracownikom **Volkswagen Poznań** poznania przedsiębiorstwa. Trwa on od 12 do 24 miesięcy. Obejmuje szkolenia, pracę na produkcji i kontakt z klientem. Szkolenia dostarczają jednolitej wiedzy o funkcjonowaniu przedsiębiorstwa i specyfice produktu. Praca na produkcji trwająca 3 tygodnie (montaż, lakiernia, odlewnia) umożliwia poznanie procesu produkcyjnego i specyfiki pracy zmianowej. Kontakt z klientem zewnętrznym (1 dzień) daje możliwość poznania jego oczekiwań. Program przewiduje opiekę nad nową osobą ze strony przełożonego, który towarzyszy i doradza pracownikowi w czasie jego udziału w programie.

INTEGRACJA PRACOWNIKÓW

Koncepcja **Dni Otwartych dla Rodziny i Przyjaciół** wzięta się z potrzeby integracji pracowników **Capgemini** oraz chęci włączenia rodzin i bliskich w działania firmy. Projekt zakładał możliwość poznania instytucji, odwiedzenia miejsca pracy, uczestnictwo w „tourze po biurze”, odwiedzenie biurka pracownika i integrację pracowników i ich gości. Harmonogram Dnia Otwartego został przygotowany przy współpracy z zespołami ds. bezpieczeństwa, administracji, ochrony oraz Employer Brandingu. W ramach tego dnia (miał miejsce w sobotę) odbyły się spotkania z dyrektorami, którzy opowiedzieli o firmie i przybliżyli gościom, czym jest outsourcing. Poza tym dla odwiedzających przewidziano również bardziej nieformalne aktywności, m.in. gry i konkursy, fotobudkę z możliwością zrobienia zdjęcia, wspólny lunch oraz drobne upominki, a dla dzieci – kącik zabaw.

Także firmie **T-Mobile Polska** zależy na integracji pracowników w mniej formalnych okolicznościach. Chce również przybliżyć dzieciom miejsce pracy rodziców. Podczas **Kids Day** latorośle mają okazję zobaczyć rodziców podczas codziennej pracy i skorzystać ze specjalnie przygotowanych dla nich atrakcji.

Global e-Business Operations zatrudnia osoby reprezentujące różne kultury. Firmie zależy na propagowaniu otwartości i tolerancji wobec różnorodności swoich pracowników. **Noce kultury** to nieformalne spotkania, których celem jest poznanie i propagowanie pozytywnych postaw nie tylko w obszarze zawodowym, ale również prywatnym. Poprzez osobisty kontakt z przedstawicielami różnych kultur pracownicy mogą lepiej je poznać, dostrzec wspólnie wyznawane wartości oraz umocnić się w postawach pełnych tolerancji i otwartości. W pierwszej edycji wzięło udział ok. 100 osób.

WSPARCIE PRACOWNIKÓW

Dążąc do bycia odpowiedzialnym pracodawcą, **PKO Bank Polski** zaproponował rozwiązanie, które umożliwia pracownikom uzupełnienie przyszłych emerytur. W lipcu 2013 roku wprowadził dodatkowe, dobrowolne świadczenie dla zatrudnionych – **Pracowniczy Program Emerytalny (PPE)**. Program zapewnia systematyczność oszczędzania i inwestowania środków do czasu uzyskania przez pracownika uprawnień do przejścia na emeryturę. Na konto uczestników PPE bank wpłaca składkę podstawową w wysokości 3% wynagrodzenia stanowiącego podstawę składek na ubezpieczenie emerytalne. Uczestnicy PPE mają możliwość wnoszenia składek dodatkowych do programu, pomnażających wysokość zgromadzonych w PPE funduszy. W każdym momencie mogą zgłosić chęć jej odprowadzania, dokonywać zmian wysokości bądź w ogóle zrezygnować. Środki gromadzone w planie emerytalnym są inwestowane w funduszach inwestycyjnych z oferty PKO TFI. Każdy może wybrać jeden z zaproponowanych wariantów inwestowania oraz fundusze inwestycyjne w ramach wariantu. Ma też możliwość przenoszenia środków z jednego funduszu do innego. Na koniec 2013 roku pisemną deklarację dołączenia do PPE złożyło ok. 65% uprawnionych pracowników.

WOŁONTARIAT PRACOWNICZY

Firmowe programy umożliwiające pracownikom wolontariackie zaangażowanie na rzecz innych wydają się z roku na rok cieszyć rosnącą popularnością zarówno wśród wdrażających je pracodawców, jak i pracowników.

Firma **UBS Poland Services** gwarantuje swoim pracownikom minimum 16 godzin rocznie na potrzeby wolontariatu pracowniczego, w szczególny sposób adresując tę możliwość

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

do osób z pokolenia Y i Z. Angażują się oni w różnorodne inicjatywy integracyjno-edukacyjno-sportowe i charytatywne, realizowane przy współpracy z organizacjami pozarządowymi. Podejmowane przez nich działania sprzyjają międzyzespołowej i międzydziałowej integracji, umożliwiając też rozwój różnorodnych kompetencji, np. liderkich. Stworzenie programu wpłynęło na wzrost satysfakcji pracowników – obszar CSR jest jednym z najwyżej ocenianych i najbardziej docenianych.

Na wdrożenie strategii **wolontariatu pracowniczego** w 2013 roku zdecydował się **GAZ-SYSTEM**. Przygotowano ją na podstawie analizy wewnętrznej, spotkań konsultacyjnych z osobami zatrudnionymi oraz badania opinii pracowników oddziałów i centrali. Zakłada ona realizację 4 programów, z których 2 już wdrożono. Jednym z nich jest coroczna zbiórka funduszy dla podopiecznych placówki opiekuńczo-wychowawczej znajdującej się w sąsiedztwie firmy. Drugim – coroczny konkurs grantowy dla pracowników GAZ-SYSTEM, dający możliwość realizowania ich własnych pomysłów wolontariackiej działalności na rzecz otoczenia społecznego i środowiska naturalnego. W 2013 roku w działania zaangażowało się ponad 450 pracowników.

Program grantowy dla pracowników dofinansowujący projekty, w których biorą udział jako wolontariusze, jest często spotykanym rozwiązaniem w firmach. W **ING Życie** działa on pod nazwą „**HelpING**”. Wyboru spośród zgłaszanych projektów dokonuje komisja złożona z przedstawicieli różnych działów, promując te z nich, które wymagają zaangażowania i współpracy. W 2013 roku nagrodzono 13 inicjatyw, a łączna kwota przekazanych środków wyniosła ponad 70 tys. zł. W akcjach wolontariackich wzięło udział ok. 40% zatrudnionych. Poszczególne projekty były również promowane w ramach komunikacji wewnętrznej, tak aby pracownicy i przedstawiciele w terenie mogli się o nich dowiedzieć i dołączyć do realizacji pomysłu bądź też zainspirować do podjęcia podobnych działań w przyszłości.

Na zasadzie konkursu grantowego działa również uruchomiony we wrześniu 2013 roku **Program Wolontariatu Pracowniczego w Polpharmie**. Jego celem jest zaoferowanie wszystkim pracownikom Grupy Polpharma możliwości wolontariackiego zaangażowania się w swojej społeczności lokalnej oraz zjednoczenie zatrudnionych osób wokół motta firmy: „Ludzie pomagają Ludziom”. W pierwszej edycji dofinansowanie otrzymało 20 projektów z całej Polski, w których udział wzięło ponad 100 wolontariuszy. Ich działania objęły ponad 1 tys. beneficjentów.

Program grantowy jest również jednym z trzech elementów programu wolontariatu pracowniczego **Credit Agricole Bank Polska** „Działam, bo lubię”. O tym, które z projektów zostają dofinansowane, decydują wszyscy pracownicy w otwartym głosowaniu w intranecie. W jego wyniku granty są przyznawane projektom, które zdobyły najwięcej głosów, aż do wyczerpania puli 30 tys. zł przeznaczonej na ten cel przez bank. W 2013 roku granty otrzymało 15 projektów, na które zgłosowało najwięcej osób spośród 1046 głosujących. Beneficjentami większości projektów w 1. edycji programu realizowanej w 2013 roku były dzieci.

W niektórych firmach wolontariat jest wdrażany poprzez akcyjne inicjatywy angażujące jednorazowo dużą grupę pracowników. **IMPACT Day Globalny Dzień Wolontariatu Pracowniczego Prologis** to coroczna akcja, w 2013 roku przeprowadzona na terenie Centrum Rehabilitacji, Edukacji i Opieki TPD „Helenów”. Ośrodek jest placówką pomagającą dzieciom niepełnosprawnym. Grupa niemal 50 pracowników reprezentujących wszystkie działy firmy oraz Zarząd w ciągu jednego dnia wybudowała minizoo na terenie ośrodka oraz odnowiła padoki, zwiększając jakość i komfort działań rozwojowo-rehabilitacyjnych ośrodka.

Dentsu Aegis Network postawił natomiast na **wolontariat kompetencji**, uznając posiadaną specjalistyczną wiedzę mediową i programistyczną za wartościową na tyle, by zaoferować ją różnym grupom społecznym. W 2013 podzielono się nią m.in. z 8 beneficjentami warszawskiego Centrum Edukacji i Aktywizacji Osób Niepełnosprawnych, dając tym samym możliwość rozwoju cennych na rynku pracy kompetencji zawodowych.

Praca merytoryczna charakteryzowała również wolontariat w firmie **ATERIMA**. **Zaangażowanie na rzecz Inicjatywy Mobilności Pracy** to projekt, w ramach którego pracownicy wsparli Stowarzyszenie IMP reprezentujące przedsiębiorców – eksporterów usług poprzez przygotowywanie materiałów eksperckich i analiz, działania komunikacyjne, reprezento-

Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.

www.gaz-system.pl zatrudnienie w 2013: 2299 os.

ING Usługi Finansowe S.A.

www.ingzycie.pl zatrudnienie w 2013: 650 os.

Polpharma

www.polpharma.pl zatrudnienie w 2013: 4300 os.

Credit Agricole Bank Polska

www.credit-agricole.pl zatrudnienie w 2013: 5500 os.

Prologis

www.prologis.com zatrudnienie w 2013: 60 os.

MŚP

Dentsu Aegis Network

www.aemedia.com zatrudnienie w 2013: 350 os.

ATERIMA

www.aterima.pl zatrudnienie w 2013: 60 os.

MŚP

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

wanie w kontaktach zewnętrznych. Cała inicjatywa związana jest z planowanymi przez Komisję Europejską, a negatywnie ocenianymi przez branżę eksporterów usług, zmianami w zakresie Dyrektywy 96/71/WE w sprawie delegowania, na podstawie której funkcjonują europejscy eksporterzy usług do innych krajów UE.

W ramach programu wolontariatu pracowniczego KGHM „Miedziane Serce” powstała Drużyna Szpiku KGHM. W projekt zaangażowanych jest około 100 pracowników firmy, którzy angażują się w działania na rzecz osób chorych na nowotwory krwi, w szczególności na białaczkę. Wolontariusze m.in. oddają szpik, przekazują informacje o transplantacji, dokonują rejestracji potencjalnych dawców szpiku, biorą udział w sportowych imprezach charytatywnych. Dzięki ich zaangażowaniu baza potencjalnych dawców szpiku powiększyła się o ponad 700 osób.

Przyjazne wolontariatowi firmy stwarzają możliwości do działania, ale najczęściej to zatrudnione osoby są pomysłodawcami programów. Pracownicy HP (Global e-Business Operations) oraz ich przyjaciele zainicjowali projekt „Szczęśliwy Horyzont”, który poprzez stałą i długoterminową współpracę z Wrocławskim Centrum Opieki, Wychowania i Adopcji ma na celu poszerzanie horyzontów dzieci znajdujących się pod opieką tej instytucji i zachęcenie do poszukiwania własnych zainteresowań czy hobby. Co miesiąc dzieci wraz ze swoimi opiekunami mogą uczestniczyć w warsztatach i prezentacjach. Dotychczas odbyły się m.in. warsztaty rysowania komiksów, „Dzień Włoski”, „Dzień Japoński”, „Dzień Francuski”. Inne wrocławskie organizacje pozarządowe mają szansę nawiązania współpracy z wolontariuszami HP, prezentując pracownikom firmy możliwości zaangażowania się w prowadzone przez siebie działania podczas Dni Wolontariatu HP. Do tej pory odbyły się 2 edycje. Zaproszono m.in.: Fundację „Mam Marzenie”, „Ekostraż”, Fundację „Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci”, Fundację „Iskierka” i Miejskie Centrum Wolontariatu. HP uczestniczy także w Miejskich Dniach Wolontariatu, prowadząc szkolenia z zakresu wystąpień publicznych oraz roli wolontariatu w budowaniu ścieżki kariery. Kolejnym przykładem działań wolontariuszy HP jest Świąteczny Jarmark Charytatywny, podczas którego przygotowują oni domowe wypieki, ciasta oraz słodczyce i rozdają je odwiedzającym w zamian za dobrowolne datki. W akcji wzięli również udział wolontariusze z kilku lokalnych fundacji, którzy zbierali fundusze, sprzedając ozdoby świąteczne, kartki noworoczne oraz zabawki. Udało się zebrać ponad 11 tys. zł. Pracownicy HP zaangażowali się także w akcję Sprzątanie Świata. Inicjatywa polegała na oczyszczeniu z nielegalnie wywożonych odpadów terenu miejskiego, wskazanego przez Zarząd Zieleni Miejskiej miasta Wrocławia.

W firmach, w których program wolontariatu działa działa już od wielu lat, pojawiają się nowe potrzeby. W PKN Orlen zasadne okazało się utworzenie strony internetowej wolontariatu pracowniczego, która w sposób prosty, zrozumiały i zachęcający przedstawia wszystkie programy z zakresu wolontariatu, w jakie pracownicy mogą się zaangażować. Strona porządkuje również dotychczas zrealizowane inicjatywy i pozwala na szerszą komunikację projektów oraz szybsze docieranie z informacją do osób zainteresowanych. Daje też kolejną możliwość nawiązania bezpośredniego kontaktu z koordynatorami projektu w PKN ORLEN.

Wśród wolontariuszy Citi Handlowy narodziła się potrzeba większej integracji, przestrzeni do wymiany pomysłów, inspiracji, wzbogacenia własnej wiedzy i umiejętności. Tak powstał Klub Wolontariusza, którym opiekuje się działająca przy Citi Handlowy Fundacja Kronenberga. Przystąpiło do niego dotychczas ponad 70 wolontariuszy. W ramach Klubu co kwartał odbywają się spotkania tematycznie odpowiadające propozycjom zgłaszanym przez samych wolontariuszy. Mają one inspirować do podejmowania nowych działań, umiejętności nabyte podczas szkoleń zaś wspierać w pracy wolontariackiej, a nierzadko również zawodowej. Uczestnicy Klubu wypracowali także Kodeks Wolontariusza.

KGHM Polska Miedź S.A.

www.kghm.pl
zatrudnienie w 2013: 18 000 os..

Global e-Business Operations

www.hp.com
zatrudnienie w 2013: b.d.

Polski Koncern Naftowy ORLEN SA

www.orlen.pl
zatrudnienie w 2013: 4400 os.

Citi Handlowy

www.citihandlowy.pl
zatrudnienie w 2013: 5000 os.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
1	Aviva	Work-Life Balance	Działania zapewniające takie środowisko pracy i stworzenie takich warunków, by każdy pracownik mógł pogodzić życie zawodowe z życiem prywatnym.	2012
2	Bank BPH	Akcja wolontariatu „Witaj Szkoło”	Skompletowanie wyprawek szkolnych dla dzieci z niezamożnych rodzin przez wolontariuszy – pracowników banku.	2012, 2011
3	Bank BPH	Konkurs na najlepszy projekt wolontariatu „Wiosna z GE Volunteers”	Coroczny cykl projektów charytatywnych prowadzonych przez pracowników – wolontariuszy; organizowany w formie konkursu na najlepsze projekty wolontariatu nadesłane przez pracowników.	2012, 2011
4	Bank Gospodarstwa Krajowego	Bractwa sportowe pracowników	Wspieranie aktywności sportowej pracowników. Wcześniej działania opisane w praktyce: „Aktywność sportowa w BGK”.	2011
5	Bank Gospodarstwa Krajowego	Małe marzenia do spełnienia	Coroczna akcja wolontariatu pracowniczego; pracownicy odpowiadają na potrzeby wychowanków domów dziecka. Wcześniej działania opisane w praktyce „Wolontariat jest Super!”.	2012, 2010, 2009
6	Bank Gospodarstwa Krajowego	Miesiąc zdrowia	Działania na rzecz zdrowia pracowników, m.in. badania profilaktyczne, spotkania edukacyjne oraz zajęcia sportowe.	2012, 2010
7	Bank Gospodarstwa Krajowego	Na dobry początek!	Program grantowy na projekty edukacyjne dla dzieci wiejskich w wieku przedszkolnym. Działania opisane wcześniej w praktyce „Wsparcie edukacji przedszkolnej na terenach wiejskich”.	2012, 2009
8	Bank Gospodarstwa Krajowego	Przyjazne przedszkole	Budowa placów zabaw przy wiejskich przedszkolach przez wolontariuszy BGK wraz z mieszkańcami. Działania opisane wcześniej w praktyce „Wsparcie edukacji przedszkolnej na terenach wiejskich”.	2012, 2009
9	Bank Gospodarstwa Krajowego	Wolontariat pracowniczy	Wolontariusze BGK realizują własne projekty społeczne, prowadzą lekcje o finansach, oddają krew. Wcześniej działania wolontariatu pracowniczego opisane m.in. w praktyce „Wolontariat jest Super!”.	2010, 2009
10	Capgemini Sp. z o.o.	Program Grantowy Capgemini „Inwestujemy w dobre pomysły”	Udzielanie wsparcia finansowego i merytorycznego przez firmę na projekty społeczne zgłaszane przez pracowników.	2012
11	Carlsberg Polska	Budowanie kultury bezpieczeństwa wśród pracowników	Zmniejszanie liczby wypadków oraz kształtowanie właściwych postaw, bezpiecznych zachowań wśród pracowników.	2012
12	Citi Handlowy	Program Wolontariatu Pracowniczego w Citi Handlowy	Wspieranie i rozwijanie zaangażowania społecznego obecnych i byłych pracowników banku.	2012, 2010, 2006, 2005, 2004

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
13	Citi Handlowy	Wolontariat Seniorów	Aktywizacja społeczna osób starszych oraz danie im możliwości dzielenia się swoim doświadczeniem życiowym i zawodowym.	2012
14	Credit Agricole Bank Polska	Dzielmy się wiedzą	Realizacja 2 inicjatyw: wewnętrznych warsztatów specjalistycznych dla pracowników prowadzonych przez pracowników-ekspertów oraz wewnętrznej biblioteki banku – LOOKadło.	2012, 2011
15	Dentsu Aegis Network	Wellbeing AEGIS	Program skierowany do pracowników grupy Dentsu Aegis Network promujący idee work-life balance. Wcześniej była to praktyka AEGIS MEDIA.	2012
16	ENEA Operator Sp. z o.o.	Konkurs „Prace pod napięciem”	Szkolenia podnoszące bezpieczeństwo w zakresie nowoczesnego sposobu eksploataowania sieci i urządzeń elektroenergetycznych.	2011
17	ENEA S.A.	Konkurs z wiedzy energetycznej „1 z 10 000”	Konkurs dla pracowników z zakresu wiedzy energetycznej; służy podnoszeniu świadomości oraz pogłębianiu wiedzy wśród pracowników.	2012
18	Global e-Business Operations	HapPy Parenting	Program wspiera pracowników wychowujących dzieci i wracających do pracy po urlopach macierzyńskich.	2012
19	Grupa GPEC	Kondycja z Grupą GPEC	Podjęmowanie inicjatyw promujących aktywność sportową wśród pracowników Grupy GPEC.	2012
20	Grupa GPEC	Mama GPEC i Tata GPEC	Działania na rzecz wsparcia obojga rodziców w godzeniu życia zawodowego z prywatnym.	2012
21	Grupa LOTOS S.A.	Rozmawiamy o LOTOSIE	Akcja informacyjno-komunikacyjna skierowana do pracowników, podejmowana w okresach istotnych dla przedsiębiorstwa wydarzeń. Wprowadza zasady partnerstwa i przejrzystości w firmie.	2009
22	Henkel Polska Sp. z o.o.	Program wolontariatu pracowniczego MIT	Program wolontariatu pracowniczego wspierający społeczne zaangażowanie pracowników Henkla.	2012, 2010
23	IBM	Korporacyjny Korpus Pokoju	Miesięczne misje pracowników do krajów rozwijających się, gdzie pracują na rzecz lokalnych organizacji pozarządowych.	2012, 2009
24	IBM	Telepraca	Możliwość pracy z domu, w wymiarze od 1 do 5 dni w tygodniu.	2012
25	ING Bank Śląski	Dobry Pomysł	Konkurs na inicjatywy wolontariackie, realizowany od 2006 roku we współpracy z Fundacją ING Dzieciom.	2009
26	ING Bank Śląski	Życie jest darem – Pierwsza pomoc	Program ogólnodostępnych szkoleń z pierwszej pomocy dla pracowników realizowany od 5 lat przez bank.	2012, 2011
27	Kompania Piwowska SA	Platforma Wolontariatu	Obsługa techniczna programu wolontariatu pracowniczego w Kompanii Piwowskiej. Integracja w jednym miejscu danych dotyczących wolontariatu.	2012

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
28	Lyreco Polska S.A.	Wolontariat – Prezesi Wolontariusze	Zaangażowanie prezesa Lyreco, Pawła Ornatka, w działania Koalicji Prezesi-Wolontariusze.	2012
29	NSG Group w Polsce	Dzień Bezpieczeństwa w zakładach NSG Group w Polsce	Systematyczna edukacja pracowników w obszarze bezpiecznych zachowań i dbania o własne zdrowie.	2012, 2011
30	PKO Bank Polski	Program „Dzień dobry w Banku”	Adaptacja nowo zatrudnionych i zwiększenie umiejętności ułatwiających im samodzielne wykonywanie zadań. Działania opisane wcześniej w praktyce „Rozwój pracowników”.	2012
31	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	System zarządzania bezpieczeństwem pracy wykonawców zewnętrznych podczas remontów instalacji produkcyjnych	Podnoszenie świadomości bezpieczeństwa pracowników, ułatwienie komunikacji, zaangażowanie kierownictwa w zakresie odpowiedzialności za BHP. Praktyka wcześniej opisana jako „Zgłoś Zagrożenie Bezpieczeństwa”.	2012
32	Procter & Gamble Polska	Program Grantowy dla Wolontariuszy	Granty na realizację autorskich programów pracowników służących pomocą potrzebującym.	2012
33	Provident Polska S.A.	Tak! Pomagam	Program wolontariatu pracowniczego, prowadzony od 2006 roku, angażujący ponad 1 tys. firmowych wolontariuszy.	2012, 2007, 2006
34	RWE Polska	Rodziec w pracy	Inicjatywy skierowane do rodziców – pracowników RWE Polska oraz RWE Stoen Operator.	2012
35	Schenker Sp. z o.o.	Wolontariat pracowniczy „Czas Pomagania DB Schenker Logistics”	Realizowanie każdego roku 2 edycji: Świąteczny Czas Pomagania oraz Zielony Czas Pomagania. Pracownicy – w ramach konkursu – zgłaszają autorskie projekty na rzecz lokalnych społeczności. Wcześniej praktyka opisana pod nazwą „Wolontariat pracowniczy – Schenker”.	2004
36	Skanska Property Poland	Kampania „O mało co...”	Zwiększenie bezpieczeństwa pracowników.	2012
37	Skanska Property Poland	Program wdrożeniowy „Introduction” dla nowych pracowników Skanska Property Poland	Program dotyczący wszystkich nowych pracowników firmy, mający na celu pomoc w adaptacji do pracy.	2012
38	Skanska Property Poland	Tydzień Bezpieczeństwa Skanska	Popularyzacja BHP poprzez szkolenia, warsztaty i konkursy. Hasło na 2013: Bezpieczeństwo. Ucz się i bądź liderem.	2012, 2011
39	Tchibo Warszawa	Program wolontariatu pracowniczego „Wolontariusz Tchibo. Chcę pomagać!”	Program grantowy dla pracowników na projekty wolontariackie.	2012, 2011, 2010
40	Tesco Polska	Konkurs „Liderzy Wartości”	Konkurs podkreślający znaczenie wspólnych wartości w codziennej pracy oraz wyróżniający ich liderów.	2012
41	Tesco Polska	Program menedżerski Ekstraklasa	Program dla absolwentów studiów magisterskich umożliwiający szybki rozwój zawodowy.	2012

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
42	T-Mobile Polska S.A.	Firma Przyjazna Pracownikom	Umożliwienie zainteresowanym pracownikom zapoznawania się z narzędziami służącymi poprawie jakości własnego życia w oparciu o zasady work-life balance.	2012
43	Totalizator Sportowy	Program wolontariatu pracowniczego	Wolontariat pracowniczy mający formułę programu grantowego. Za realizację „Kumulacji Dobrej Woli” odpowiada korporacyjna Fundacja LOTTO Milion Marzeń.	2012, 2011
44	UPC Polska	In Heroes	Konkurs dla pracowników-wolontariuszy, którzy pomagają zdobyć środki na pomoc instytucjom i społecznościom. Rzecznictwo na rzecz osób i miejsc, które potrzebują pomocy.	2012
45	UPC Polska	Uwolnij energię!	Zachęcenie pracowników do zdrowego stylu życia, by zminimalizować negatywne skutki współczesnego trybu życia.	2012, 2011
46	Volkswagen Poznań	Checkup	Kompleksowy, bezpłatny przegląd zdrowotny pozwalający zapobiegać chorobom.	2012
47	Volkswagen Poznań	Proces Ciągłego Ulepszania	Warsztaty dla pracowników zachęcające do generowania pomysłów optymalizacyjnych.	2011
48	Volkswagen Poznań	Przyszła mama	Wieloaspektowa pomoc w godzeniu życia zawodowego z macierzyństwem.	2012, 2011
49	Volkswagen Poznań	Wyzwania demograficzne	Przygotowanie przedsiębiorstwa na zmieniającą się strukturę demograficzną załogi.	2012

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Środowisko

Decyzje i działania organizacji zawsze mają wpływ na środowisko, niezależnie od lokalizacji organizacji. Wpływy te mogą mieć związek z wykorzystywaniem zasobów, umiejscowieniem działań organizacji, emisją zanieczyszczeń, wytwarzaniem odpadów oraz wpływem działań organizacji na siedliska naturalne. W celu ograniczenia wpływu na środowisko zaleca się, aby organizacja przyjęła zintegrowane podejście uwzględniające bezpośrednie i pośrednie skutki ekonomiczne, społeczne, zdrowotne i środowiskowe swoich decyzji i działań.

Norma PN-ISO 26000:2012

Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności

ŚRODOWISKO

Praktyki w obszarze Środowisko

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
1	ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych	Proekologiczna polityka marketingowa	ekobiuro
2	Bank BGŻ	Ograniczanie emisji CO ₂ podczas Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu	zrównoważony transport
3	Bank Millennium SA	Green IT	ekobiuro
4	Bank Ochrony Środowiska	uMOCnij swój biznes	edukacja ekologiczna
5	Bank Zachodni WBK	Komórki do zbiórki	recykling
6	Bank Zachodni WBK	Zielone Biuro	ekobiuro
7	BASF Polska	Gra strategiczna online Future City	edukacja ekologiczna
8	BASF Polska	Produkty AgCelence	ekoprodukty
9	BASF Polska	Rynek Innowacji 2013	ekoefektywność
10	Capgemini Sp. z o.o.	Certyfikat Przyjazny Rowerom dla 3 biur Capgemini	zrównoważony transport
11	Carlsberg Polska	Butelka zwrotna	edukacja ekologiczna
12	Carrefour Polska Sp. z o.o.	Program dla pracowników Jestem Eko	edukacja ekologiczna
13	CEMEX	Kopalnia przywrócona naturze	edukacja ekologiczna
14	CEMEX	Paliwa alternatywne – trojakiemu rodzaju korzyści	ekoefektywność
15	CEMEX	Woda dla miasta	ekoefektywność
16	Citi Handlowy	Utrzymanie Systemu Zarządzania Środowiskowego w grupie finansowej Banku Handlowego i Wdrożenie Systemu Zarządzania Energią w Banku Handlowym w Warszawie S.A. oraz Domu Maklerskim Banku Handlowego S.A.	certyfikacja
17	E. & J. Gallo Winery	Barefoot Projekt Czysta Plaża	edukacja ekologiczna
18	EDF Polska	Czyste powietrze	ekoefektywność
19	Effective Public Relations Paulina Gadomska-Dzięcioł	Energooszczędność w moim domu	edukacja ekologiczna
20	ENEA S.A.	Projekt edukacyjny „W kontakcie z naturą Kids” realizowany w ramach Programu Wolontariatu Pracowniczego Grupy ENEA „Z porywu serca”	edukacja ekologiczna
21	Farm Frites Poland SA	Recykling odpadów	recykling
22	Farm Frites Poland SA	Sadzenie drzewek	edukacja ekologiczna
23	Fortum Power and Heat Polska	Kino letnie „Leżak Fortum”	edukacja ekologiczna
24	GlaxoSmithKline	Zrównoważony rozwój w zakładzie produkcyjnym	ekoefektywność
25	Global e-Business Operations	Segregacja odpadów	ekobiuro
26	Grupa GPEC	Budki dla jerzyków	bioróżnorodność
27	Grupa GPEC	EKO edukacja	edukacja ekologiczna
28	Grupa Raben	E-faktura + wyższa kultura	ekobiuro
29	Grupa Raben	Kalkulator CO ₂	zrównoważony transport
30	Grupa Saint-Gobain	Multi-Comfort – nowy standard budownictwa	ekobudownictwo
31	IKEA Retail	Ekolekcje z IKEA Kraków	edukacja ekologiczna
32	IKEA Retail	Farmy wiatrowe IKEA w Polsce	ekoefektywność

ŚRODOWISKO

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
33	IKEA Retail	Segregujesz – płacisz mniej! IKEA. Ty tu urządzisz	edukacja ekologiczna
34	Inter IKEA Centre Group Poland	Recykling na wielką skalę	edukacja ekologiczna
35	Jeronimo Martins Polska S.A.	Zrównoważone zarządzanie odpadami	recykling
36	Kimball Electronics Poland Sp. z o.o.	Rajd dla Ziemi	edukacja ekologiczna
37	Kompania Piwowarska SA	Wprowadzanie innowacyjnych technologii i ciągłe doskonalenie procesów logistycznych	zrównoważony transport
38	Kompania Piwowarska SA	Zmniejszenie zużycia energii i emisji CO ₂	ekoefektywność
39	KPMG Sp. z o.o.	Myśl EKologicznie	recykling
40	Kronopol Sp. z o.o.	Broszura edukacyjna „Dowiedz się więcej o formaldehydzie w środowisku”	edukacja ekologiczna
41	Kronopol Sp. z o.o.	Ekobiuro	ekobiuro
42	Lafarge	Rekultywacja żwirowni Skotnica	bioróżnorodność
43	Long Inc. Zbigniew Czmuda	Zrównoważone budownictwo	ekobudownictwo
44	Ms Services Sp. z o.o.	Ekobiuro	ekobiuro
45	Nowy Styl Sp. z o.o. (Grupa Nowy Styl)	Produkcja z korzyścią dla środowiska – ekologiczne krzesła kompozytowe w Grupie Nowy Styl	ekoefektywność
46	Orange Polska	Droga do pracy – bardziej ekologiczna	zrównoważony transport
47	Orange Polska	Miasteczko Orange	ekobudownictwo
48	Orbis S.A.	ISO 14001	certyfikacja
49	Pelion S.A.	Eko las	edukacja ekologiczna
50	PKO Bank Polski	Deregulacja	ekobiuro
51	Polpharma	Bilans masowy	ekoefektywność
52	Polpharma	Ekologiczne opakowania – zastosowanie tektury makulaturowej w opakowaniach jednostkowych leków oraz nadruk ekoznaków	ekoprodukty
53	Polpharma	Nagroda Zielonych Procesów	ekoefektywność
54	Polpharma	Zielone IT	ekobiuro
55	Polpharma	Zielony Tydzień	edukacja ekologiczna
56	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Edukacja ekologiczna i informowanie społeczności lokalnej	edukacja ekologiczna
57	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Akcja promocyjna „Gaz ziemny od PGNiG to pieniądze dla Ciebie 2013” na bazie Programu Ograniczenia Niskiej Emisji UM Krakowa	edukacja ekologiczna
58	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Ciepło z natury	recykling
59	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Proekologiczne rozwiązania	ekobiuro
60	Procter & Gamble Polska	Tydzień Ziemi – program edukacyjny dla pracowników	edukacja ekologiczna
61	Procter & Gamble Polska	Zero Odpadów Produkcyjnych Wysyłanych na Wysypiska	ekoefektywność
62	Provident Polska S.A.	Zielony Provident	ekobiuro

ŚRODOWISKO

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
63	PwC	Warsztaty z upcyclingu dla pracowników	edukacja ekologiczna
64	Renault Polska	ECO-MIASTO	zrównoważone miasto
65	RWE Polska	ECO Prestige	ekoprodukty
66	RWE Polska	Miasta Przyszłości	zrównoważone miasto
67	Schenker Sp. z o.o.	Raport Emisji w przesyłkach logistycznych	zrównoważony transport
68	Skanska S.A.	Dni Środowiska	edukacja ekologiczna
69	Sodexo Benefits and Rewards Services Polska Sp. z o.o.	Projekt e3 – elektronicznie, ekonomicznie, ekologicznie	ekobiuro
70	Stena Recycling Sp. z o.o.	Zbiórki elektroodpadów w przedsiębiorstwach i instytucjach	recykling
71	Tchibo Warszawa	Wytyczne „Tchibo Environment Plus”	ekoprodukty
72	Tchibo Warszawa	Zrównoważone wydarzenia firmowe	zrównoważone wydarzenia
73	Tesco Polska	Ekologiczne torby CIACH!	recykling
74	Tesco Polska	„Kto nie przyniesie – odpada”	recykling
75	T-Mobile Polska S.A.	Szanuję naturę – samochody elektryczne we flocie samochodowej T-Mobile	zrównoważony transport
76	TNT Express (Worldwide) Poland Sp. z o.o.	Zbieraj makulaturę, ratuj konie	recykling
77	UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.	Projekt Zielone Biuro	ekobiuro
78	Unilever Polska	Ekoefektywność produkcji 4 zakładów produkcyjnych Unilever Polska	ekoefektywność
79	Unilever Polska	Tydzień „Smarter Greener Living”	programy prośrodowiskowe
80	Unilever Polska	Zrównoważony rozwój w sieci logistycznej firmy Unilever Polska	zrównoważony transport
81	Volkswagen Poznań	Think Blue. Factory	programy prośrodowiskowe

ŚRODOWISKO

EKOBIURO

Praktyki z zakresu ekobiura wdrażać może zdecydowana większość przedsiębiorstw. Różnica polega często na skali przedsięwzięcia – od podstawowych form (recyklingu bądź oszczędzania papieru lub energii) po kompleksowe podejście zakończone certyfikatem.

Przedsiębiorstwo **Global e-Business Operations** wprowadziło segregację odpadów w budynkach firmy HP. W Karpackim Oddziale Handlowym **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** wdrożono 2 **proekologiczne rozwiązania**: segregację odpadów oraz zakup ekologicznych materiałów biurowych.

Na oszczędnościach papieru natomiast skupiły się **ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych**, prowadząc **proekologiczną politykę marketingową** (wszelkie materiały są drukowane na papierze ekologicznym); **Grupa Raben**, realizując praktykę **e-faktura + wyższa kultura** (jeżeli klienci zgodzili się otrzymywać e-fakturę, firma w ich imieniu sadziła drzewo) oraz **Sodexo Benefits and Rewards Services Polska w projekcie e3 – elektronicznie, ekonomicznie, ekologicznie** (zamówienia online, e-potwierdzenia, e-faktury, e-księgowanie, Fax2Email). Dzięki tym akcjom nie tylko zmniejszyło się zużycie papieru, ale zwiększyła szybkość komunikacji oraz wzrosła efektywność i przejrzystość procesów.

Kolejny aspekt, na który zwracają uwagę firmy, to **zielone IT**. Zarówno **Bank Millennium** (system monitorowania i ograniczenia zużycia energii, wirtualizacja infrastruktury serwerów, modernizacja komputerów, optymalizacja drukowania, elektroniczne wyciągi), jak i **Polpharma** (zbieranie zużytych tonerów, sprzedaż wycofanych z obiegu telefonów i komputerów pracownikom firmy, konsolidacja i wirtualizacja infrastruktury serwerowej, druk dwustronny, wideokonferencje) ograniczyły zużycie energii i emisję CO₂. Dodatkowo Polpharma zaoszczędzone pieniądze przeznaczyła na cele społeczne (specjalne klocki Lego dla uczniów, fantom do nauki pierwszej pomocy przedmedycznej, miasteczko rowerowe, 30 nowych zestawów komputerowych).

Kompleksowego wdrożenia **Zielonego Biura** podjął się **Bank Zachodni WBK** w swoich 30 oddziałach, gdzie zostały przeprowadzone szkolenia warsztatowe dla pracowników z ekologicznego zarządzania placówką. Po wprowadzeniu zmian i audycie Fundacja Partnerstwo dla Środowiska przyznała certyfikaty „Zielone Biuro” potwierdzające spełnianie norm ekologicznych wszystkim 30 oddziałom firmy.

Kronopol również wdrożył **ekobiuro**, poprzez m.in.: zbiórkę odpadów papierowych, kontrolę ilości wydruków, e-faktury, wprowadzenie energooszczędnych urządzeń wielofunkcyjnych oraz oświetlenia led, termomodernizację budynku czy zbiórkę elektrośmieci.

Realizując praktykę **Ekobiuro**, firma **Ms Services** położyła szczególny nacisk na edukację pracowników. Zaproszono Fundację Aeris Futuro, która w Ms Services przeprowadziła szkolenie z Zielonych Standardów i zasad prowadzenia ekobiura, w pomieszczeniach biurowych pojawiły się naklejki informacyjne, a także regularnie rozsyłane były maile opisujące te zasady.

Projekt **Zielone Biuro** firma **UBS Poland Service Centre** podzieliła na 3 części. Pierwsza była dedykowana oszczędzaniu energii (naklejki na monitory przypominające o ich wyłączeniu), druga została poświęcona promowaniu zdrowego trybu życia (dystrybucja świeżych owoców), w ostatniej, zorganizowanej pod hasłem recyklingu, dostarczono do firmy kosze do segregowania odpadów. Dodatkowo zorganizowano akcje sprzątania Dolinek Krakowskich oraz zbierania zbędnych ubrań („Refresh your wardrobe”).

Projekt Deregulacja PKO Banku Polskiego usprawnia i czyni przyjaźniejszym środowisko pracy. W wyniku podjętych działań m.in. wdrożono zasadę elektronicznej korespondencji wewnętrznej, zminimalizowano liczbę formularzy stosowanych w procesie legislacyjnym, wprowadzono możliwość sporządzania dokumentów wyłącznie w formie elektronicznej.

Działania proekologiczne podejmowane przez firmę **Provident** mają na celu: budowanie świadomości ekologicznej wśród pracowników i przedstawicieli oraz wdrażanie zielonych pomysłów, dzięki którym ograniczone zostaje zużycie energii, papieru i wody (drukowanie dwustronne, gaszenie światła, wyłączanie sprzętu biurowego po zakończeniu pracy). **Zielony Provident** to wiele inicjatyw – segregacja śmieci w wybranych oddziałach firmy czy szkolenia ekologiczne dla pracowników.

Global e-Business Operations

www.hp.com
zatrudnienie w 2013: b.d.

Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA

www.pgnig.pl
zatrudnienie w 2013: 8143 os.

ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych

www.angkredyty.pl
zatrudnienie w 2013: 8 os.



Grupa Raben

www.raben-group.com
zatrudnienie w 2013: 4500 os.

Sodexo Benefits and Rewards Services Polska Sp. z o.o.

www.sodexo.pl
zatrudnienie w 2013: 125 os.



Bank Millennium SA

www.bankmillennium.pl
zatrudnienie w 2013: 5980 os.

Polpharma

www.polpharma.pl
zatrudnienie w 2013: 4300 os.

Bank Zachodni WBK

www.bzwbk.pl
zatrudnienie w 2013: 12 000 os.

Kronopol Sp. z o.o.

www.kronopol.pl
zatrudnienie w 2013: 1000 os.

Ms Services Sp. z o.o.

www.msservices.pl
zatrudnienie w 2013: 297 os.

UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.

www.ubs.com/microsites/ubs-poland-service-center/en/
zatrudnienie w 2013: 631 os.

PKO Bank Polski

www.pkobp.pl
zatrudnienie w 2013: 24 437 os.

ŚRODOWISKO

Provident Polska S.A.

www.csr-provident.pl
zatrudnienie w 2013: 2300 os.

Stena Recycling Sp. z o.o.

www.stenarecycling.pl
zatrudnienie w 2013: 500 os.

Bank Zachodni WBK

www.bzwbk.pl
zatrudnienie w 2013: 12 000 os.

KPMG Sp. z o.o.

www.kpmg.pl
zatrudnienie w 2013: 1200 os.

TNT Express (Worldwide)
Poland Sp. z o.o.

www.tnt.com.pl
zatrudnienie w 2013: 1000 os.

Tesco Polska

www.tesco.pl
zatrudnienie w 2013: 29 000 os.

Polskie Górnictwo
Naftowe i Gazownictwo SA

www.pgnig.pl
zatrudnienie w 2013: 38 143 os.

Tesco Polska

www.tesco.pl
zatrudnienie w 2013: 29 000 os.

Jeronimo Martins Polska
S.A.

www.biedronka.pl
zatrudnienie w 2013: 45 000 os.

RECYKLING

Świadomość społeczna odnośnie do konieczności recyklingu rośnie. Niestety, często brak jeszcze odpowiedniej infrastruktury, która pozwala na bezpieczne pozbywanie się szkodliwych odpadów. Dlatego tak ważne są inicjatywy podejmowane przez biznes.

Stena Recycling zorganizowała szereg **zbiórek elektroodpadów w przedsiębiorstwach i instytucjach**, połączonych z działaniami edukacyjnymi. Podczas akcji „ElectroWaste Collection” (zbiórka elektroodpadów wśród pracowników kilkunastu budynków biurowych) udało się zgromadzić aż 9 ton elektroodpadów, które zostały sprzedane, a cały dochód przekazano Fundacji WWF Polska. Podczas kolejnej inicjatywy – „ElectroWaste Collection Challenge Week” – przedstawiciele ambasad zgromadzili 2200 kg elektroodpadów. Pojemniki do zbierania e-odpadów są w Warszawie rzadkością, dlatego akcje te stanowiły dobrą okazję do pozbycia się zużytego, niepotrzebnego sprzętu w sposób odpowiedzialny i bezpieczny.

Również Bank Zachodni WBK zaangażował się w recykling elektroodpadów, w ramach akcji **Komórki do zbiórki** organizowanej przez Fundację Nasza Ziemia. W każdym oddziale banku można było oddać swój stary telefon komórkowy i wesprzeć szlachetny cel. Dochód z ich recyklingu i sprzedaży został przeznaczony na wymianę sprzętu AGD w placówkach dziecięcych. Dzięki zaangażowaniu pracowników i klientów, w ciągu 3 miesięcy udało się zebrać 160 kg odpadów, z czego uzyskano ponad 13 tys. zł. Zakupiono energooszczędny sprzęt AGD dla 4 placówek oświatowo-wychowawczych (łódzki, płyty indukcyjne, pralki, zmywarki).

Firma KPMG zachęcała swoich pracowników, aby **Myśleli Ekologicznie**, dlatego promowała segregowanie odpadów, ze szczególnym uwzględnieniem makulatury. Dochód ze zbiórki makulatury przekazano na konto jednego z warszawskich przedszkoli, co było dodatkową motywacją dla pracowników.

Z kolei firma kurierska TNT Express przekazała 88 ton makulatury, folii i palet na rzecz Klubu Gaja. Śmieci te zostały sprzedane, a środki przeznaczone na wykup koni – uratowano 54 zwierzęta, które teraz podczas zajęć hipoterapeutycznych służą dzieciom z głębokim upośledzeniem w jednej ze szkół w Sosnowcu. W wyniku tej akcji – **Zbieraj makulaturę, ratuj konie** – udało się nie tylko ograniczyć zanieczyszczenie środowiska, ale również uratować zwierzęta, pomóc dzieciom oraz zwiększyć zaangażowanie pracowników.

Tesco Polska zorganizowało akcję **Kto nie przyniesie – odpada**. W 14 miastach Polski odbyła się 4. edycja zbiórki opakowań (organizowana w ramach obchodów Dnia bez Śmiecenia). Punkty, gdzie można je było oddać, odwiedziło ponad 20 tys. osób. Dostarczyły one w sumie 22 tony opakowań szklanych i plastikowych oraz puszek. W zamian za ich przyniesienie klientom wydano ponad 14 tys. sadzonek iglaków oraz 270 tys. zielonych punktów ClubCard. Intencją przedsięwzięcia, zorganizowanego przez Tesco Polska przy współpracy z Carlsberg Polska i Coca-Cola HBC Polska, było zachęcanie Polaków do segregacji opakowań.

Akcja **Ciepło z natury**, polegająca na poświęceniu zbiorce choinek, zorganizowana została przez Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo. W kampanii wzięły udział warszawskie firmy sprząające, które zbierają wyrzucone drzewka. Dodatkowo we wszystkich dzielnicach pojawiły się punkty mobilne, do których mieszkańcy mogli wrzucać choinki. Drzewka przerobione na biomasę zostały wykorzystane w elektrociepłowniach do produkcji ciepła i energii elektrycznej. W Warszawie uzyskano blisko 400 ton biomasy. Taka ilość pozwala na ogrzanie przez cały rok ok. 100 mieszkań o powierzchni 60 m². Podczas wszystkich dotychczasowych edycji Ciepła z natury zgromadzono ok. 1200 ton zielonego paliwa.

Skuteczną metodą zagospodarowania odpadów jest także upcycling. Dowodem na to są **Ekologiczne torby CIACHI** firmy Tesco Polska. Po zakończeniu outdoorowej kampanii reklamowej firmy większość bannerów została wykorzystana do produkcji kolorowych toreb: na zakupy (zrobione w 100% z wielkoformatowej siatki), na ramię (z grubych bannerów FLN oraz pasów samochodowych z recyklingu) czy skórek na tablet (z mniejszych bannerów FLN). W sumie wykonano 1120 toreb, które zostały przeznaczone na upominki dla współpracowników oraz nagrody w konkursach.

Jeronimo Martins Polska również dostrzegł konieczność i użyteczność recyklingu, wprowadził więc **zrównoważone zarządzanie odpadami**. Każdy sklep Biedronka oraz biura firmy

ŚRODOWISKO

mają obowiązek segregowania odpadów. Odzyskiwano makulaturę, tworzywa sztuczne, sprzęt elektryczny i elektroniczny oraz baterie. Dodatkowo zorganizowano kolejną edycję akcji ekologicznej „Zgrani z naturą”. W 12 miastach, w ciągu 2 dni, ekologiczne namioty odwiedziło kilka tysięcy osób, które za przyniesienie szklanych lub aluminiowych opakowań otrzymało 8 tys. ekotreb. Zgromadzono ponad 7 ton szkła i prawie 300 kg aluminium.

Kompleksowo do **recyklingu odpadów** podchodzi Farm Frites Poland. Firma zajmuje się produkcją frytek, więc generuje głównie odpady organiczne. Zamiast wywozić je na lokalne wysypisko śmieci lub do kompostowni oddalonej o 200 km, postanowiła rozpocząć wspólną pracę z powstałą w okolicy (30 km) biogazownią rolną, która przyjmuje odpady i osady z fabryki i przerabia je na biogaz, a następnie na zieloną energię elektryczną. Do końca 2013 roku 94% odpadów organicznych z fabryki było poddane recyklingowi.

EKOEFEKTYWNOŚĆ

Ekoefektywność da się osiągnąć w wielu wymiarach. Przedsiębiorstwa mogą np. optymalizować zużycie zasobów, unowocześniać procesy produkcyjne czy tworzyć wartość dodaną dla środowiska.

Wykorzystanie alternatywnych źródeł energii niesie korzyści środowiskowe oraz przyczynia się do niezależności energetycznej. Powodowana tymi aspektami IKEA Retail postanowiła otworzyć w Polsce już trzecią **farmę wiatrową**, która wraz z pozostałymi generuje prawie 1/3 dzisiejszego zapotrzebowania energetycznego wszystkich spółek Grupy IKEA w Polsce. Kolejną inicjatywą ograniczającą emisję CO₂ jest pozyskiwanie energii z paneli słonecznych znajdujących się na budynkach i spożytkowanie jej do podgrzewania wody w sklepach. Ponadto w niektórych placówkach dzięki pompom ciepła wykorzystuje się energię geotermalną. Celem IKEA jest wyprodukowanie przynajmniej takiej samej ilości energii ze źródeł odnawialnych, jaką sama zużywa do swojej działalności.

Zastosowanie **paliw alternatywnych** (rozdrobione odpady papierowe, plastikowe, tekstylne, mające wysoką wartość opałową) zamiast węgla kamiennego przez firmę CEMEX (Cementownia Chełm i Cementownia Rudniki) poskutkowało **trojakiem korzyściami**: środowiskowymi, społecznymi i ekonomicznymi. Spalanie odpadów w postaci paliw alternatywnych w temperaturze dochodzącej do 2000°C w piecach cementowych jest jednym z najbardziej ekologicznych sposobów ich utylizacji, a jednocześnie dobrym rozwiązaniem problemów związanych ze składowaniem. To również istotne korzyści finansowe – tańszy sposób na pozyskanie energii cieplnej. Substytucja paliw alternatywnych w cementowniach CEMEX wyniosła 81%.

Firmie CEMEX udało się również wytworzyć wartość dodaną dla środowiska i społeczeństwa poprzez stworzenie na terenie kopalni kredy CEMEX w Chełmie ujęcia wody „BARIERA”. Powstało ono w celu odwodnienia złoża na potrzeby prawidłowej eksploatacji kredy używanej do produkcji cementu. Obecnie ujęcie należy do Miejskiego Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej i dostarcza ok. 80% **wody dla miasta** i okolic. Współpraca przynosi korzyści zarówno cementowni, jak i mieszkańcom Chełma i okolic, którzy korzystają ze świeżej, pitnej wody.

Zrównoważony rozwój w zakładzie produkcyjnym firmy GlaxoSmithKline to 3 główne inicjatywy: 1) lampy hybrydowe – GSK oświetla część terenów swojej fabryki w Poznaniu lampami hybrydowymi, które pozyskują energię ze słońca bądź wiatru; 2) wyparka próżniowa ścieków poprodukcyjnych – która odparowuje wodę ze ścieków, co pozwala skutecznie zutylizować pozostałe zanieczyszczenia i dodatkowo odzyskać energię; 3) zarządzanie odpadami, które nie są niebezpieczne – segregacja odpadów u podstaw w obszarach produkcyjnych.

Firma Procter & Gamble Polska, realizując praktykę **Zero Odpadów Produkcyjnych Wysyłanych na Wysypiska**, szuka innowacyjnych metod, dzięki którym odpady mogą przynosić korzyści. P&G w Polsce skutecznie wypełnia założenia strategii – status Zero Odpadów osiągnęły wszystkie zakłady firmy. Cel ten udało się zrealizować m.in. dzięki temu, że: tworzywa sztuczne używane są do produkcji przedmiotów codziennego użytku, odpady metalowe kieruje się do huty do ponownego użycia w przemyśle metalurgicznym, palety służące do składowania produktów przetwarzane są na drewniane panele podłogowe.

Farm Frites Poland SA

www.ffp.pl
zatrudnienie w 2013: 195 os.

MŚP

IKEA Retail

www.ikea.pl
zatrudnienie w 2013: 2300 os.

CEMEX

www.cemex.pl
zatrudnienie w 2013: 1161 os.

GlaxoSmithKline

www.gsk.com.pl
zatrudnienie w 2013: 1508 os.

Procter & Gamble Polska

www.pg.pl
zatrudnienie w 2013: 3500 os.

ŚRODOWISKO

Dzięki kontroli jakości, redukcji opakowań, koncentracji produktów oraz przetwarzaniu i odzyskiwaniu materiałów, wszystkie surowce trafiające do fabryk P&G w Polsce opuszczają je w formie produktu gotowego, zostają poddane procesowi recyklingu, powtórnie użyte lub zamienione w energię. Zasoby naturalne są chronione w maksymalnym stopniu, co przynosi korzyści nie tylko firmie (w ciągu ostatnich 5 lat ponad 1 mld dolarów oszczędności w skali globalnej), ale przede wszystkim środowisku.

Przedsiębiorstwo **Nowy Styl** również minimalizuje ilość odpadów, wykorzystując je ponownie do produkcji. **Produkcja z korzyścią dla środowiska – ekologiczne krzesła kompozytowe** to działanie, którego podstawą jest zastąpienie tradycyjnej materiałochłonnej produkcji bazującej na płytach drewnopochodnych – odpadami poprodukcyjnymi (odpady z drewna oraz tapicerskie). Do wytwarzania siedzisk wykorzystywane są formy, w których powstaje gotowy element, co eliminuje powstawanie dodatkowych odpadów. Co więcej, materiały do produkcji elementów kompozytowych to przede wszystkim odpowiednio rozdrobnione i wysuszone odpady drzewne oraz ścinki tapicerskie. Technologia ta przyczyniła się do ograniczenia pracochłonności przy produkcji wyrobu, a co za tym idzie – obniżenia kosztów.

O **ekoefektywność produkcji** dba również firma **Unilever Polska**. W fabryce w Bydgoszczy zmodernizowano ogrzewanie mieszalników, a także system ogrzewania w magazynie surowców i opakowań, zrealizowano projekt rozdziatu skoncentrowanego odpadu półproduktu oraz zużytych wód technologicznych. W fabryce w Katowicach zredukowano emisję CO₂ dzięki odzyskiwaniu ciepła z kondensatu czy instalacji automatycznych i manualnych zaworów odcinających w sprężeniu system sprężonego powietrza oraz montażowi kryzy ograniczającej doływ wody do pompy próżniowej z uszczelnieniem wodnym. W fabryce w Poznaniu odzyskiwane jest ciepło z kompresorów, a woda z zaworów mieszających i wirników ponownie wykorzystywana. W fabryce w Baninie uruchomiono nową biologiczno-chemiczną podczyszczalnię ścieków. Biogaz generowany w procesie podczyszczania jest wykorzystywany na potrzeby podczyszczalni, a nadwyżki są kierowane do wytwarzania energii dla całej fabryki. Od połowy 2012 roku odpady powstające na terenie fabryk w całości są poddawane gospodarstwu wykorzystaniu. W efekcie projektu Unilever obniżył w 2012 roku w Polsce emisję na tonę produkcji o 11% w porównaniu z 2011 rokiem oraz o 62% w porównaniu do wartości wyjściowej z 2008 roku.

Zmniejszenie zużycia energii i emisji CO₂ było celem **Kompanii Piwowarskiej**. Firma osiągnęła to dzięki: zakupieniu nowych sprężarek i wymianie turbosprężarek na sprężarki śrubowe o obniżonej energochłonności oraz zastosowaniu modułów odzysku ciepła z układów chłodzenia, zainstalowaniu wymienników w ciągu spalin wylotowych w każdym z kotłów i wykorzystaniu ciepła wylotowego. Dodatkowo użyto modułu zbiorczego odzysku energii cieplnej w sprężarkach o mocy cieplnej 425 kWh. Maksymalna ilość odzyskanego ciepła stanowić może 75% wartości mocy sumarycznej sprężarek. Wdrożony projekt odzysku ciepła ze spalin poprawił wskaźnik zużycia energii o 1,4 MJ/hl, miał stosunkowo krótki okres zwrotu (3,5 roku) i przyczynił się do zmniejszenia kosztów zmiennych produkcji piwa.

W ramach poprawy ekoefektywności **Polpharma** stworzyła **bilans masowy** dla produkcji farmaceutycznej i chemicznej. Analiza bilansu pozwala kontrolować przepływ wszystkich zużywanych materiałów i produktów powstających w procesie wytwarzania, identyfikować słabe punkty w procesach produkcyjnych oraz redukować straty w obszarze zarządzania materiałami. Praktyka pozwala na dogłębną analizę słabych punktów bilansu produkcji, pokazuje kierunki działań i mobilizuje do podejmowania innowacyjnych projektów środowiskowych, takich jak: wyeliminowanie niebezpiecznych substancji i rozpuszczalników, poprawienie wydajności surowcowej, wprowadzenie regeneracji rozpuszczalników. Dzięki projektowi zużycie rozpuszczalników spadło o 21,9%, a ilość wytworzonych odpadów zmalała o 19,3%.

Dodatkowo **Polpharma** ustanowiła **Nagrodę Zielonych Procesów** dla pracowników, którzy przyczyniają się do poprawy ekowydajności procesów produkcyjnych. Inicjatywy prezentowane przez pomysłodawców są oceniane przez ekspertów z różnych obszarów firmy. Do oceny zastosowano kryteria: środowisko, finanse, transfer wiedzy oraz wartość naukowa. Na podstawie oceny kapituła nagradza 3 najlepsze pomysły. Wyróżnione zespoły otrzymują nagrody rzeczowe oraz premię finansową. Nagrodzone projekty to przykładowo: wyeliminowanie niebezpiecznych substancji i rozpuszczalników, poprawienie wydajności energetycznej i surowcowej, udoskonalenie segregacji odpadów lub zastosowanie papieru makulaturowego w opakowaniach jednostkowych (porównaj str. 69).

ŚRODOWISKO

Firma **EDF Polska** zadbała o **czyste powietrze** poprzez modernizację bloków energetycznych swoich zakładów. Celem inwestycji jest dostosowanie aktywów wytwórczych do nowych wymagań europejskich w zakresie emisji tlenków siarki i azotu oraz podniesienie ich operacyjnej efektywności, a tym samym przedłużenie okresu eksploatacji co najmniej do 2035 roku. Dzięki zabudowie instalacji, emisje tlenków siarki zmniejszą się od 5 do 7 razy, a tlenków azotu od 2 do 3 razy w zależności od lokalizacji. EDF był również jednym z partnerów Programu ograniczania emisji w Krakowie. Dzięki wspólnym działaniom partnerów mieszkańcy, którzy chcą zrezygnować z pieca i kotłowni węglowej, mogą liczyć na dofinansowanie. Głównym celem porozumienia jest likwidacja nieekologicznych palenisk jako źródła zanieczyszczenia powietrza w Krakowie oraz eliminacja zatruc tlenkiem węgla.

Jeden z projektów firmy **BASF Polska** skupił się na promocji ekoefektywności i innowacji. Wystawa **Rynek Innowacji**, prezentująca innowacje chemiczne, podróżuje po całym świecie – w maju została zaprezentowana w Warszawie. Najnowsze odpowiedzi BASF na wyzwania współczesnego świata zobaczyło ok. 1 tys. gości. Głównym tematem wystawy była zwykle niewidoczna rola przemysłu chemicznego, który oferuje inteligentne rozwiązania, np.: biodegradowalne tworzywa sztuczne, organiczne baterie słoneczne, rozwiązania dla e-mobilności, do magazynowania CO₂, ochrony roślin, materiały budowlane oraz inteligentny samochód.

BIORÓŻNORODNOŚĆ

Rzadko podejmowanym, ale bardzo istotnym tematem z zakresu ochrony środowiska jest bioróżnorodność. **Grupa GPEC** przyłączyła się do inicjatywy Stowarzyszenia Ptaki Polskie i starała się ochronić zagrożony gatunek ptaków – jerzyki. Ich liczebność w Trójmieście sukcesywnie spadała w wyniku prac termoizolacyjnych, przeprowadzanych na miejscowych budynkach, przez co ptaki zostały pozbawione dotychczasowych miejsc lęgowych. W ramach akcji **Budki dla jerzyków** na terenie Trójmiasta zamontowanych zostało kilkadziesiąt budek lęgowych, co w znacznym stopniu przyczyniło się do zatrzymania spadku liczebności tego gatunku. Grupa GPEC użyczyła również swoich budynków do zawieszenia nowych kwater dla pomorskich jerzyków.

Firmy coraz częściej biorą odpowiedzialność za swój wpływ na środowisko. Przykładem może być projekt **Rekultywacji żwirowni Skotnica** w woj. zachodniopomorskim zrealizowany przez **Lafarge**. Etap odtworzenia biologicznego polegał głównie na sadzeniu drzew i krzewów zgodnie z planem nasadzeń, opartym na bioróżnorodności i współwystępowaniu gatunków. Ponadto stworzono siedliska dla rozwoju płazów, a także czatownie dla ptaków drapieżnych. Zamiast pustynnego krajobrazu teren poeksploatacyjny Skotnica jest obecnie częścią zielonych płuc regionu z dużą liczbą gatunków fauny i flory. Udało się to osiągnąć dzięki zrehabilitowaniu 30 ha terenów, przemieszczeniu 170 tys. m³ mas ziemnych, posadzeniu 200 tys. drzew i krzewów.

CERTYFIKACJA

Przedsiębiorstwa coraz częściej sięgają po ekologiczne certyfikaty, aby potwierdzić środowiskowe walory swoich budynków, działań czy produktów. W hotelach ibis odbył się zewnętrzny audyt systemu zarządzania jakością ISO 9001 oraz systemu zarządzania środowiskowego **ISO 14001**. Dwa hotele **Orbis**: Warszawa Reduta i ibis Kraków Stare Miasto jako pierwsze w Polsce zostały wyróżnione certyfikatem ISO 14001. Potwierdza on, że zarówno obiekty, jak i ich działalność we wszystkich aspektach są przyjazne środowisku. Hotele ibis zaangażowane są w realizację inicjatyw zmniejszających zużycie wody oraz energii, wdrożenie selektywnego sortowania odpadów czy podnoszenie kwalifikacji swoich pracowników.

Na poprawę wskaźników środowiskowych firmy mogą również wpłynąć systemy zarządzania. W zeszłym roku firmie **Citi Handlowy** udało się **utrzymać System Zarządzania Środowiskowego w grupie finansowej Banku Handlowego i wdrożyć System Zarządzania Energią w Banku Handlowym w Warszawie oraz Domu Maklerskim Banku Handlowego**. Polityka środowiskowa firmy określa cele, które obejmują: zwiększanie poziomu segregacji odpadów i ich recyklingu, ograniczanie emisji CO₂, dążenie do jak najefektywniejszego zarządzania mediami, minimalizowanie zużycia surowców naturalnych. Cele energetyczne

EDF Polska

www.edf.pl
zatrudnienie w 2013: 3400 os.

BASF Polska

www.basf.pl
zatrudnienie w 2013: 353 os.

Grupa GPEC

www.gpec.pl
zatrudnienie w 2013: 500 os.

Lafarge

www.lafarge.pl
zatrudnienie w 2013: 1500 os.

Orbis S.A.

www.orbis.pl
zatrudnienie w 2013: 2800 os.

Citi Handlowy

www.citihandlowy.pl
zatrudnienie w 2013: 5000 os.

ŚRODOWISKO

zostały zapisane w Polityce Energetycznej i określają: dążenie do jak najefektywniejszego zarządzania energią, minimalizowanie zużycia surowców energetycznych, zakup energooszczędnych produktów i usług oraz zapewnienie poprawy wyniku energetycznego.

ZRÓWNOWAŻONE WYDARZENIA

Wytyczne dotyczące zrównoważonych wydarzeń firmowych wypracowało Tchibo z pomocą Fundacji Partnerstwo dla Środowiska. W wyniku prac grupy roboczej powstała kompleksowa lista sprawdzająca pomocna przy planowaniu wydarzenia firmowego, które oprócz wymiaru ekonomicznego uwzględnić ma także kwestie środowiskowe i społeczne. Uzupełnieniem listy są praktyczne dokumenty: formularz zapytania ofertowego dla drukarni, obiektu konferencyjnego, firmy cateringowej, wytyczne odnośnie do ekójazdy, materiałów szkoleniowych, konferencyjnych i promocyjnych oraz formularz do obliczania emisji CO₂. Rozwiązania opracowane przez partnerów inicjatywy są dostępne dla wszystkich zainteresowanych organizacji. Po wypracowaniu wytycznych Tchibo zdecydowało się wdrożyć je w życie przy wszystkich swoich wydarzeniach firmowych.

EKOBUDOWNICTWO

Coraz bardziej popularnym trendem w Polsce jest ekobudownictwo. Przyjazne środowisku i pracownikom jest nowo wybudowane Miasteczko Orange. Uwzględnia ono wymogi: energooszczędności, zagospodarowania terenów zielonych, zużycia energii świetlnej, czynników wpływających na zdrowie pracujących tam osób czy rozwiązań ograniczających zużycie wody. Jednym z celów Orange podczas budowy nowej siedziby firmy było zminimalizowanie wpływu na środowisko oraz osiągnięcie jak największej wydajności obiektu. Dlatego też oświetlenie elektryczne wewnątrz budynku dostosowuje się do nasilenia światła dziennego, otwierane okna umożliwiają naturalną wentylację pomieszczeń, a zarazem ograniczają korzystanie z klimatyzacji czy wentylacji mechanicznej. Ciekawostką jest także wspieranie bioróżnorodności na terenie Miasteczka (np. poprzez zainstalowanie budek dla ptaków) oraz stworzenie zielonej przestrzeni na wypoczynek.

Zasady zrównoważonego budownictwa zastosowała również firma Long Inc. Zbigniew Czmuda podczas renowacji pałacu w Wiechlicach. Do prac rewitalizacyjnych zrujnowanego, zabytkowego pałacyku i sąsiednich obiektów zatrudniono okolicznych mieszkańców, oferując im w ten sposób zatrudnienie. W remontowanych budynkach zastosowano energooszczędne rozwiązania (solary), wybudowano też własną ekologiczną oczyszczalnię ścieków. Ośrodek wypoczynkowy, w który został przekształcony pałac, prowadzi oszczędną gospodarkę wodną oraz gospodarkę odpadami. Właściciele korzystają również z dostaw ekologicznych lokalnych gospodarstw rolnych. Dzięki inwestycji nie tylko przywrócono pierwotny wygląd pałacu, ale rozwinęto w gminie turystykę i zwiększono zatrudnienie, a wszystko to z poszanowaniem środowiska naturalnego.

Popularyzacją idei ekobudownictwa zajęła się Grupa Saint-Gobain w ramach programu Multi-Comfort – nowy standard budownictwa. Założenia programu opierają się na 6 zasadach, których spełnienie daje gwarancję komfortowego użytkowania, przy zapewnieniu oszczędności: komfort termiczny, akustyczny, dobra jakość powietrza, komfort ekonomiczny, ekologia i bezpieczeństwo. Firma nie tylko promuje budowanie budynków w ekologiczny sposób, ale sama oferuje produkty, które mają deklaracje środowiskowe oraz atesty ekologiczne, są wytwarzane z naturalnych materiałów i surowców wtórnych, np. stłuczki szklanej.

ZRÓWNOWAŻONE MIASTO

Ponad 50% ludności na świecie żyje w miastach, a liczba ta stale się powiększa. W odpowiedzi na wyzwania życia miejskiego (zanieczyszczenie środowiska, hałas czy nadmierne zużycie energii) przeprowadzane są liczne konkursy promujące ideę zrównoważonego miasta. Jednym z nich jest ECO-MIASTO, konkurs organizowany przez Renault Polska przy współpracy z Ambasadą Francji w Polsce oraz Narodowym Funduszem Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. Jego celem jest promowanie zrównoważonego rozwoju miast, łączącego potrzeby społeczne, ochrony środowiska i gospodarcze. Projekt inicjuje wymianę doświadczeń między miastami oraz angażuje samych mieszkańców. Działania w ramach

Tchibo Warszawa

www.tchibo.com/pl
zatrudnienie w 2013: 600 os.

Orange Polska

www.orange.pl
zatrudnienie w 2013: 19 604 os.

Long Inc. Zbigniew Czmuda

www.palacwiechlice.pl
zatrudnienie w 2013: 25 os.

MŚP

Grupa Saint-Gobain

www.saint-gobain.pl
zatrudnienie w 2013: 6300 os.

Renault Polska

www.renault.pl
zatrudnienie w 2013: 141 os.

MŚP

ŚRODOWISKO

edycji 2013 koncentrowały się wokół najlepszych rozwiązań dla transportu w miastach oraz budownictwa. Laureaci (Kościerzyna, Zamość, Płońsk, Ełk i Warszawa) otrzymali statuetkę ECO-MIASTO 2013 oraz badanie i analizę sytuacji pod kątem zrównoważonego rozwoju, która zostanie przygotowana przez francuskiego eksperta.

Edukacją oraz promowaniem idei zrównoważonych miast zajęła się również firma RWE Polska w programie Miasta Przyszłości. Projekt poświęcony jest kluczowym wyzwaniom związanym z rozwojem ośrodków miejskich. Prowadzony z udziałem strony rządowej, samorządowej i biznesowej, zapewnia transfer wiedzy na temat rozwiązań z zakresu zarządzania miastami. Przybliża rozwiązania stosowane przez metropolie w różnych częściach świata, stymuluje wymianę doświadczeń oraz efektywniejszego włączania obywateli w zarządzanie organizmami miejskimi. W ramach programu stworzono platformę dyskusji na temat modeli i narzędzi zarządzania miastami w kontekście ich zrównoważonego i efektywnego rozwoju, a także rozwijania innowacji społecznych i budowania miast inteligentnych.

EKOPRODUKTY

Każda firma wytwarzająca produkty powinna brać pod uwagę ich oddziaływanie na środowisko. Tchibo stworzyło wytyczne „Tchibo Environment Plus”, narzędzie do rozwoju asortymentu i minimalizacji ryzyka, które ma z zaożenia zmniejszyć oddziaływanie produktów na środowisko już na etapie projektowania. Narzędzie umożliwia ciągłą optymalizację artykułów użytkowych pod kątem ich wpływu na środowisko. Dla wszystkich grup produktów zostało sformułowane 5 stopni rozwoju wymogów w zakresie ekologii: od wymogów podstawowych po innowację. Przy tworzeniu tej listy uwzględniono praktyczne możliwości wdrożenia i dostępność w łańcuchu dostaw, a także różne zastosowania na rynku masowym. Są one udokumentowane w karcie produktu i stanowią część Podręcznika Jakości Tchibo. W perspektywie długoterminowej narzędzie pozwala firmie dążyć do celu, jakim jest w 100% zrównoważona działalność.

Oprócz dbania o jak najmniejszy ślad środowiskowy produktów, można wprowadzać na rynek innowacyjne, bardziej ekologiczne rozwiązania. Firma RWE Polska dodała do swojej oferty nowy produkt, który umożliwia zakup energii ze źródeł odnawialnych potwierdzonych gwarancjami pochodzenia. Produkt ECO Prestige jest skierowany do grupy klientów biznesowych, którzy będą mieli do wyboru energię pochodzącą z elektrowni wodnych, łądowych i morskich farm wiatrowych, źródeł geotermalnych lub fotowoltaiki. Mogą z niego skorzystać firmy i instytucje, których roczne zużycie energii przekracza 1,5 GWh. Oferta ECO Prestige jest odpowiedzią na potrzeby rynkowe, skierowaną przede wszystkim do jednostek kładących nacisk na ekologię i zrównoważony rozwój.

Innowacyjny produkt wprowadziła również na rynek firma BASF Polska, która zdaje sobie sprawę z tego, że tradycyjne sposoby uprawy roślin nie wystarczą, aby zaspokoić podstawowe potrzeby żywieniowe. Z tą myślą powstały produkty AgCelence stosowane w uprawach. Wywołują one dodatkowe efekty wykraczające poza standardową ochronę roślin: poprawiają zdrowotność oraz wigor roślin, tym samym pozwalając na uzyskanie wyższych plonów. Właściwości produktów umożliwiają uprawę w trudniejszych warunkach klimatycznych, na uboższych glebach, wzmacniając odporność roślin przy jednoczesnym zachowaniu wysokich standardów środowiskowych.

Ekologiczne opakowania – zastosowanie tektury makulaturowej w opakowaniach jednostkowych leków oraz nadruk ekoznaków to dobra praktyka firmy Polpharma. Celem projektu było zastąpienie zwykłej tektury stosowanej w opakowaniach leków tekturą zawierającą większościowy udział makulatury. Drugim elementem projektu był wybór i nadruk ekoznaków: zielony punkt (oznacza wniesienie opłaty produktowej za opakowania wprowadzone na rynek, która gwarantuje, że opakowania wyrzucane przez klienta są odzyskiwane) oraz zielona wstążka (opakowanie może być poddane recyklingowi). Korzyść finansowa w zakresie zakupu materiałów opakowaniowych szacowana jest na ok. 1 mln zł rocznie. Korzyść środowiskowa – zużywając 1 tys. ton makulatury rocznie zamiast papieru, zaoszczędzono ok.: 5 tys. m³ miejsca na składowisku, 450 tys. litrów ropy, 4 mln kWh energii, 20 tys. drzew, 25 mln litrów wody.

RWE Polska

www.rwe.pl
zatrudnienie w 2013: 1200 os.

Tchibo Warszawa

www.tchibo.com/pl
zatrudnienie w 2013: 600 os.

RWE Polska

www.rwe.pl
zatrudnienie w 2013: 1200 os.

BASF Polska

www.basf.pl
zatrudnienie w 2013: 353 os.

Polpharma

www.polpharma.pl
zatrudnienie w 2013: 4300 os.

ŚRODOWISKO

ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT

W ramach zagadnienia zrównoważonego transportu pojawiły się 2 trendy: mierzenie CO₂ oraz zapewnienie pracownikom bardziej ekologicznych środków transportu.

Grupa Raben zadbała o to, aby klienci mieli dostęp do rzetelnych danych określających realną, a nie szacunkową, emisję CO₂, tworząc **Kalkulator CO₂**. Kalkulator uwzględnia nie tylko emisję wynikającą z transportu, ale również generowaną podczas przeładunku przesyłek w magazynach, np. wynikającą ze zużycia mediów. Realne dane dotyczące emisji CO₂ ułatwiają ustalenie celu dotyczącego obniżenia emisji oraz ewentualnego offsetu.

Raport emisji w przesyłkach logistycznych otrzymują również klienci **Schenker**. Narzędzie umożliwia monitorowanie wpływu na środowisko w trakcie transportu towarów. Klienci mogą stworzyć raport emisji podstawowych zanieczyszczeń środowiska wyemitowanych w trakcie przewozu przesyłek w określonym czasie i w dowolnych kierunkach w Europie: dwutlenku węgla, tlenku węgla, tlenków azotu, węglowodorów, dwutlenku siarki i zanieczyszczeń pyłowych. Program podaje również zużycie energii w kWh i zużycie paliwa w litrach. Dzięki wprowadzeniu Raportu Emisji do oferty ekonarzędzi dostępnych dla klientów DB Schenker Logistics nie tylko pełniej realizuje swoją strategię CSR, ale edukuje ekologicznie swoich partnerów biznesowych. Klienci otrzymują konkretną informację na temat wpływu ich przesyłek na środowisko naturalne. Dane mogą szybko i samodzielnie przetwarzać na własny użytek oraz wykorzystywać informacje z raportów do swojej sprawozdawczości, w tym raportów środowiskowych i raportów społecznych.

Firma **Unilever Polska** w ramach projektu **Zrównoważony rozwój w sieci logistycznej firmy Unilever Polska**, obniża emisję CO₂ w sieci transportowej oraz zwiększa efektywność sieci logistycznej. W tym celu centrum logistyczne firmy w Katowicach maksymalizuje wydajność ładunkową wykorzystywanych ciężarówek. Pojazdy te nie tylko opuszczają centra dystrybucji pełne towaru, ale też są wykorzystywane w drodze powrotnej, transportując surowce i opakowania. Umożliwia to firmie poprawienie średniego wypełnienia ciężarówki, a także znaczącą redukcję faktycznych kursów ciężarówek i kosztów związanych z przejazdami. Dzięki projektowi firma obniżyła emisję CO₂ o 9%.

Kompania Piwowarska w ramach projektu **Wprowadzanie innowacyjnych technologii i ciągłe doskonalenie procesów logistycznych** ograniczyła emisję CO₂ poprzez zastosowanie jednolitego sposobu pomiaru zużycia paliwa i zasad kontroli, a także wymianę najbardziej uciążliwych dla środowiska pojazdów oraz wprowadzenie telematyki do całej floty pojazdów ciężarowych. Po wymianie najstarszych pojazdów, każdy przejechany kilometr jest dla Kompanii Piwowarskiej tańszy, a dla środowiska mniej uciążliwy. Zastąpienie funkcjonującej do tej pory w ciężarówkach i przyczepach zabudowy metalowej lżejszą o mniej więcej 800 kg konstrukcją plankową z mikrołonicami powoduje zmniejszenie zużycia paliwa i opon. Wprowadzenie telematyki pozwala podnieść poziom kontroli nad pracą floty. Uzyskane w czasie rzeczywistym pełne dane o flocie i czasie pracy kierowców są wykorzystywane do podniesienia bezpieczeństwa kierowców, obniżenia kosztów paliwa, usług serwisowych i części. Narzędziem umożliwiającym kontrolę nad stanem technicznym pojazdu i kosztami ponoszonymi na jego utrzymanie jest system Flota II firmy Pascom. Kolejny element obejmuje podłączenie modułu GPS do szyny CAN pojazdu i uzyskanie pełnych informacji o zużyciu paliwa, technice jazdy kierowcy, awaryjnym hamowaniu, zakresie prędkości obrotowych silnika i wielu innych danych. Te informacje wykorzystywane są do oceny pracy kierowców i rozwijania ich kompetencji w zakresie ecodrivingu.

Firma **Orange Polska** zadbała, aby **Droga do pracy** była **bardziej ekologiczna**. Dzięki praktykom: „Rowerem do pracy” (stojaki dla rowerów w 43 lokalizacjach) oraz „Akademia Ekojazdy” (promowanie wśród pracowników efektywnej ekologicznej jazdy samochodem) uzyskano oszczędności z użytkowania pojazdów służbowych oraz zredukowano emisję CO₂. W Miasteczku Orange zaprojektowano 120 wygodnych miejsc parkingowych dla rowerów, z możliwością ich bezpiecznego przypięcia i monitorowanym parkingiem, prysznicami i szatniami. Stworzono dodatkowe 53 miejsca parkingowe dla pracowników dojeżdżających do pracy samochodami w grupach minimum 2-osobowych. W pobliżu głównego wejścia do Miasteczka działa jedna z największych stacji rowerowych Veturilo w Warszawie.

Również firma **Capgemini** promowała dojazd do pracy na rowerze. **Trzy biura otrzymały Certyfikat Przyjazny Rowerom** – przyznawany przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska

ŚRODOWISKO

miejscom, które spełniają określone wymagania. Aby otrzymać certyfikat, konieczne jest: posiadanie parkingu rowerowego ze specjalnym typem stojaków rowerowych, z dostępem do podstawowych narzędzi, zestawem pierwszej pomocy oraz informacją dla rowerzystów (m.in. mapą). Ponadto wyposażono wszystkie krakowskie i katowickie biura w prysznice, a parkingi rowerowe są zamykane i zadaszone.

W ramach praktyki **Banku BGŻ Ograniczanie emisji CO₂ podczas Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu** zorganizowano akcję „Ekojazda na rower!”. Celem podejmowanych w ramach niej działań była budowa świadomości ekologicznej pracowników oraz promowanie zdrowego stylu życia. Pracownicy banku byli zachęceni do przesiadania się z samochodów na rowery podczas Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu i redukcowania w ten sposób indywidualnego śladu węglowego. Równolegle w ramach szerszego oddziaływania zachęcano fanów, sponsorowanego przez bank, fanpage’a „Kocham rower” do włączenia się w akcję. W wyniku tych działań w roku 2013 podczas dnia „Ekojazda na rower!” pracownicy banku zaoszczędzili 60 kg CO₂, a fani ww. fanpage’a 2,5 tony CO₂.

T-Mobile Polska, realizując praktykę **szanuję naturę – samochody elektryczne we flocie samochodowej T-Mobile**, wprowadziło auta elektryczne do swojej floty. Przy siedzibie T-Mobile funkcjonuje stacja ładowania pojazdów elektrycznych, z której bezpłatnie mogą korzystać pracownicy i klienci firmy. Pozostałe samochody firmowe są zgodne z normą UE5 i mają filtry cząstek stałych DPF, co znacznie zmniejsza emisję sadzy.

PROGRAMY PROŚRODOWISKOWE

Firma **Volkswagen Poznań** w ramach praktyki **Think Blue. Factory** zobowiązała się do obniżenia o 25% pięciu głównych wskaźników środowiskowych (zużycie wody, energii, ilość odpadów, emisje: CO₂ oraz lotnych związków organicznych) do 2018 roku, w porównaniu ze stanem z 2010 roku. Spółka opracowała tzw. Ścieżki migracji, w których zapisano kroki dla poszczególnych lat, niezbędne do osiągnięcia celu. Wszystkie inwestycje oraz optymalizacje odbywają się przy ścisłej współpracy działów utrzymania ruchu, ochrony środowiska oraz finansów. W fabryce powołano ok. 70 konsultantów do spraw Think Blue. Factory, którzy wspierają proces wdrażania nowych rozwiązań minimalizujących wskaźniki.

Plan „Życie w sposób zrównoważony” firmy **Unilever** zakłada zmniejszenie śladu środowiskowego produktów firmy o połowę w całym łańcuchu wartości. Kampania **Smarter Greener Living Week** została przygotowana w celu edukacji pracowników i poszerzenia ich wiedzy na temat założeń planu. Kampania edukacyjna odbywała się przez cały tydzień, a każdego dnia były przygotowywane aktywności z różnych obszarów, np.: odpady – informacje o tym, jak segregować śmieci; oszczędność wody na przykładzie suchego szamponu Timotei; ekojazda, czyli nauka ekologicznej jazdy samochodem na specjalnym symulatorze; sesje informacyjne, quizy dotyczące planu. Aktywny udział w działaniach kampanii wzięło 50% pracowników. Dla firmy największą korzyścią było zwiększenie świadomości pracowników, że zrównoważony rozwój to integralny element strategii biznesowej, mocno powiązany z długoterminową wizją firmy.

EDUKACJA EKOLOGICZNA

Grupa GPEC w ramach **EKO edukacji** przeprowadziła 2 inicjatywy kształtujące wśród pracowników postawę świadomej ekologicznie pracy: Papierowy Alarm oraz Akcję pod napięciem. Kluczowym elementem każdej z nich były hasła, jakie pojawiły się na naklejkach i plakatach w siedzibach firmy (m.in.: Nie kseruję – skanuję, Nie drukuję – mailuję, Nie daj się zgasić – zgaś sam). Dzięki tym działaniom znacznie zmniejszyło się zużycie papieru oraz energii elektrycznej w Grupie GPEC.

Kolejnym przykładem działań wzmacniających wśród pracowników postawę proekologiczną jest akcja **Carrefour Polska: Jestem Eko**. Program swoim zasięgiem obejmował wszystkich pracowników i dotyczył różnych obszarów związanych z ekologią i racjonalnym gospodarowaniem. Praktykę realizowano 12 miesięcy, a każdy miesiąc poświęcony był innej tematyce. W intranecie i magazynie firmowym publikowane były porady i treści edukacyjne dotyczące ekologicznych postaw. Ponadto we współpracy z partnerami społecznymi – Federacją

Bank BGŻ

www.bgz.pl
zatrudnienie w 2013: 5591 os.

T-Mobile Polska S.A.

www.t-mobile.pl
zatrudnienie w 2013: 5000 os.

Volkswagen Poznań

www.volkswagen-poznan.pl
zatrudnienie w 2013: 6500 os.

Unilever Polska

www.unilever.pl
zatrudnienie w 2013: 3500 os.

Grupa GPEC

www.gpec.pl
zatrudnienie w 2013: 500 os.

Carrefour Polska Sp. z o.o.

www.carrefour.pl
zatrudnienie w 2013: 12 500 os.

ŚRODOWISKO

Polskich Banków Żywności i Fundacją Partnerstwo dla Środowiska – zorganizowano warsztaty dla pracowników dotyczące przeciwdziałania marnowaniu żywności i oszczędzania zasobów naturalnych.

Warsztaty dla pracowników zostały przeprowadzone również przez **PwC**, które zorganizowało zajęcia z **upcyclingu**. Warsztaty, będące elementem szerszego programu edukacyjnego dla pracowników, miały na celu promowanie powtórnego wykorzystywania materiałów uznawanych za zużyte (plastikowych butelek, stoików, starych desek) oraz pobudzanie kreatywności pracowników. Do ich przeprowadzenia zaproszono Fundację Cohabitat.

Czynnikiem wpływającym na skuteczność realizacji Wizji Zrównoważonego Rozwoju **Procter & Gamble** jest edukacja pracowników. W tym celu firma podejmuje szereg aktywności. Przykładem z 2013 roku jest **Tydzień Ziemi**, obchodzony globalnie w całej firmie. Jego celem była promocja wśród pracowników postaw proekologicznych, zachęcanie do wyrabiania w sobie proekologicznych nawyków oraz zwiększenie wiedzy na temat wysiłków, które na tym polu podejmuje P&G. W czasie 5 dni pracownicy mogli dowiedzieć się nie tylko tego, co można zmienić w życiu codziennym i w miejscu pracy tak, aby lepiej chronić zasoby Ziemi, poznali również proekologiczne inicjatywy firmy. Działaniom edukacyjnym towarzyszyła zbiórka elektrośmieci. W trakcie Tygodnia wystartowała również globalna inicjatywa „Print Smart”, zmierzająca do ograniczenia ilości zużywanego w firmie papieru.

Kolejnym przykładem działań skierowanych do pracowników są organizowane od 7 lat przez **Skanska Dni Środowiska**, które każdego roku odbywają się pod innym hasłem przewodnim. Dni Środowiska 2013 poświęcone były elektroodpadom. Celem akcji było pogłębienie wiedzy i świadomości o tym, jak postępować z wieloma rodzajami odpadów problemowych, które mogą powstać w gospodarstwie domowym. Oprócz edukacji pracowników, w czasie Dni Środowiska 2013 na terenie budowy Parku Ostrobramska w Warszawie zorganizowano zbiórkę elektroodpadów.

Kwestia odpowiedzialnego i racjonalnego gospodarowania odpadami była również tematem przewodnim **Rajdu dla Ziemi** zorganizowanego przez **Kimball Electronics Poland**. W ramach akcji odbyła się wycieczka rowerowa dla pracowników i sympatyków w okolicy Jeziora Jarostawieckiego; jej celem było sprzątanie brzegu jeziora.

W ramach działań z zakresu ekologii podejmowano również akcje o podwójnym zasięgu – aktywizujące pracowników oraz pobudzające do działań szersze społeczność.

Przykładem takich praktyk jest **Sadzenie drzewek** zainicjowane przez **Farm Frites Poland**. W ramach działań w porozumieniu z Nadleśnictwem Lębork oraz we współpracy z ZHP Lębork pracownicy firmy i ich rodziny wspólnie sadzą drzewka na wyznaczonym terenie. Założono, że zalesianie odbywać się będzie corocznie i w latach 2011–2020 zostanie posadzonych 20 tys. drzewek. Celem tej praktyki jest wzrost integracji pracowników z różnych działów, a także ich zainteresowanie się sprawami środowiskowymi.

W ciągu **Zielonego Tygodnia** pracownicy **Polpharma** otrzymują praktyczne wskazówki, jak ekologicznie postępować w życiu codziennym. Poszczególne dni podzielone są ze względu na tematy z zakresu ekologii: Dzień odpadów, Dzień promujący zdrowy styl życia i jazdę na rowerze, Dzień związany z oszczędzaniem energii i wody, Dzień substancji niebezpiecznych oraz Dzień Otwarty (kiedy zaprasza się do firmy społeczność lokalną i rodziny pracowników). Z roku na rok do działań przyłącza się coraz więcej osób, co wpływa na podniesienie świadomości ekologicznej wśród pracowników, jak również przekłada się na korzyści środowiskowe i ekonomiczne.

Edukacja ekologiczna i informowanie społeczności lokalnej Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN to szereg aktywności na rzecz szeroko pojętej społeczności lokalnej. Wszystkie działania sfokusowane były na promocji wiedzy na temat ekologii i polegały m.in. na: współpracy z uczelniami wyższymi, prelekcjach podczas posiedzeń Rady Miasta/Powiatu, monitorowaniu bieżącego stanu środowiska (stacja pomiarowa przy zakładzie monitorująca stan jakości powietrza atmosferycznego w Płocku). Nadrzędnymi wartościami praktyki była otwartość i dobre relacje ze społecznością lokalną, budowane dzięki prowadzeniu bezpośredniego dialogu z przedstawicielami społeczności lokalnej, oraz umożliwienie lepszego zrozumienia funkcjonowania zakładu produkcyjnego przez społeczność lokalną.

ŚRODOWISKO

Inny przykład praktyk edukacyjnych skierowanych do społeczności lokalnych to przeprowadzona przez **Effective Public Relations Paulina Gadomska-Dzięcioł** kampania **Energooszczędność w moim domu**. Jej celem było poszerzenie wiedzy Polaków w zakresie rozwiązań podnoszących standard energetyczny domu i metod zmniejszenia zużycia energii w mieszkaniu. W ramach inicjatywy prezentowano w mediach korzyści wynikające ze stosowania technologii i systemów ograniczających zużycie energii, pokazując równocześnie, że poprawa standardu energetycznego nie musi być kosztowna. Projekt realizowany jest przy wsparciu merytorycznym ekspertów z firm z branży budowlanej, niezależnych instytucji, ośrodków badawczych i stowarzyszeń.

Kolejnym działaniem o charakterze edukacyjnym skierowanym do społeczności lokalnej było wydanie przez firmę **Kronopol** broszury informacyjnej poświęconej zagadnieniom ekologicznym ze szczególnym uwzględnieniem kwestii formaldehydu – **Dowiedz się więcej o formaldehydzie w środowisku**. W ten sposób, w myśl zasady, że wiedza zmienia rzeczywistość, spółka zachęcała mieszkańców Żar do zdobywania informacji na temat ekologii. Broszurę przygotowano we współpracy ze specjalistami do spraw ochrony środowiska. Celem praktyki było obalenie mitów i zdementowanie nieprawdziwych informacji na temat formaldehydu: jego obecności w środowisku i emisji do atmosfery.

W partnerstwie z Fundacją Nasza Ziemia marka Barefoot zorganizowała latem serię akcji sprzątania polskich plaż – **Barefoot Projekt Czysta Plaża**. marka Barefoot. Akcje wspólnego sprzątania plaż, połączone z edukacją i zabawami ekologicznymi, miały na celu zachęcenie turystów do aktywnego działania na rzecz poprawy stanu miejsca ich wypoczynku i przedstawienie obecnej kondycji naszego Wybrzeża, wody i zasobów morskich. Efektem letniego działania był udział ponad 400 wolontariuszy zrekrutowanych wśród członków lokalnej społeczności, zebranie ponad 4 tys. litrów odpadów oraz zaangażowanie mediów regionalnych i ogólnopolskich.

Adresatami akcji **kino letnie „Leżak Fortum”**, zrealizowanej przez **Fortum Power and Heat Polska**, byli mieszkańcy Wrocławia, którzy podczas wakacji w każdy piątkowy wieczór mogli zrelaksować się na leżaku podczas oglądania filmu poruszającego kwestie ekologiczne. Przygotowane zostały także dodatkowe atrakcje, np. pokazy taneczne, wywiady, dyskusje z ekspertami i pasjonatami kina. W spotkaniach z publicznością uczestniczyli zarówno eksperci Fortum, jak i specjaliści zewnętrzni propagujący zielony i zrównoważony styl życia. W akcji wzięło udział blisko 10 tys. mieszkańców.

Firma **CEMEX** stworzyła przyrodniczą ścieżkę edukacyjną **Kopalnia przywrócona naturze**. Ścieżka została otwarta na terenie nieczynnego kamieniołomu „Lipówka” w Rudnikach koło Częstochowy. Dwukilometrowa trasa jest bezpłatna dla wszystkich odwiedzających. Wydany został również specjalny przewodnik, aby umożliwić sprawne poruszanie się po terenie kopalni. Ścieżka służy jako atrakcyjne narzędzie do edukacji dzieci i młodzieży oraz jest miejscem do aktywnego wypoczynku na łonie natury. Utworzona trasa jest efektem współpracy zespołu naukowego Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie z ekspertami Ogólnopolskiego Towarzystwa Ochrony Ptaków i pracownikami CEMEX. W grudniu 2013 roku ścieżka zdobyła tytuł „Jurajski Produkt Roku 2013”.

Inter IKEA Centre Group Poland zrealizowała w ubiegłym roku praktykę **Recykling na wielką skalę**. Cel akcji – edukacja i kształtowanie postaw proekologicznych oraz wdrażanie idei zrównoważonego rozwoju – realizowany był wielopłaszczyznowo. Projekt składał się z: otwartych warsztatów upcyclingu dla klientów Parku Handlowego we Wrocławiu, bezpłatnych warsztatów edukacyjnych i plastycznych dla przedszkoli, konkursu dla uczniów szkół podstawowych na ozdoby z odpadów i stworzenie ekologicznej choinki oraz konkursu dla widzów programu „Zrób sobie dom” TVP Wrocław. Ponadto uruchomiono strefę recyklingową dla klientów Parku Handlowego Bielany, zorganizowano sesję zdjęciową „Recykling jest w modzie”, a także utworzono stronę internetową projektu.

Część prowadzonych w ubiegłym roku praktyk na rzecz ekologii skierowana była do najmłodszych. Przykładem są warsztaty przeprowadzone w ramach **projektu edukacyjnego „W kontakcie z naturą Kids”**. Wolontariusze firmy **ENEA** prowadzili akcję w szkołach i przedszkolach. Jej celem było promowanie ekologicznych postaw wśród dzieci. Scenariusz lekcji obejmował film rysunkowy oraz omówienie zadania na rzecz ekologii, które uczniowie mieli zrealizować wspólnie w szkole. Działania wolontariuszy wspierał dedykowany projektowi serwis www.wkontakcieznatura.pl/kids. Swoją strefę wiedzy w serwisie mają także nauczyciele i rodzice, którzy mogą wykorzystać zamieszczone mate-

Effective Public Relations Paulina Gadomska-Dzięcioł

www.effectivepr.pl
zatrudnienie w 2013: 5 os.

MŚP

Kronopol Sp. z o.o.

www.kronopol.pl
zatrudnienie w 2013: 1000 os.

E. & J. Gallo Winery

www.barefootwine.com
zatrudnienie w 2013: 3 os.

MŚP

Fortum Power and Heat Polska

www.fortum.pl
zatrudnienie w 2013: 680 os.

CEMEX

www.cemex.pl
zatrudnienie w 2013: 1161 os.

Inter IKEA Centre Group Poland

www.iicg.pl
zatrudnienie w 2013: 110 os.

MŚP

ENEA S.A.

www.enea.pl
zatrudnienie w 2013: 400 os.

ŚRODOWISKO

riaty edukacyjne na temat ekologii i bezpiecznego obchodzenia się z prądem.

Podobną strukturę miał także projekt **Ekolekcje z IKEA Kraków** realizowany przez **IKEA Retail**. W ramach tej praktyki zorganizowane zostały bezpłatne lekcje (prowadzone przez koordynatora ds. zrównoważonego rozwoju IKEA Kraków) dla dzieci w wieku 5–12 lat. Tematy zajęć były następujące: zostań ekobohaterem w swoim domu; historia o odpadach (segregacja, recykling, upcycling); o smogu oraz kochamy drewno (zrównoważona gospodarka leśna). Celem praktyki była edukacja ekologiczna najmłodszych. Dzieci zdobywały wiedzę, jak samodzielnie mogą pozytywnie wpływać na środowisko naturalne, m.in. w swoim domu i codziennym życiu. Jednocześnie mogą tę wiedzę przekazywać dorosłym.

Przykładem działań edukacyjnych z zakresu ekologii był zorganizowany przez **Pelion**, w ramach praktyki **Eko las**, konkurs plastyczny dla dzieci pracowników z okazji Dnia Dziecka. Jego temat stanowiła ochrona środowiska. Prace oceniali artyści plastycy, absolwenci łódzkiej ASP. Ze wszystkich dzieł dzieci Eko Zespół stworzył Pelionowy Las. Prace wkomponowano w drzewa rosnące w jednym z łódzkich parków. Starsze dzieci miały za zadanie wykonać logo firmy z materiałów pochodzących z recyklingu lub nakręcić film zachęcający do segregowania odpadów.

Także firma **BASF Polska** podjęła działania, których celem było rozpropagowanie postaw ekologicznych wśród dzieci i młodzieży. **Gra strategiczna online Future City**, dostępna na portalu Facebook, rozwija świadomość ekologiczną i przenosi uczestnika w świat przyszłości. Jej głównym celem jest popularyzacja idei dbałości o środowisko naturalne poprzez zastosowanie innowacji naukowych. Aktywacja młodzieży poprzez grę to część złożonego procesu edukacji, w wyniku którego – być może – część młodych ludzi wybierze techniczne kierunki nauki. Interaktywne narzędzie, jakim jest gra Future City, daje możliwość wirtualnego zapoznania się z najnowszymi technologiami, które jednocześnie ułatwiają zachowanie równowagi między potrzebą rozwoju i urbanizacji a środowiskiem naturalnym.

Oferta **uMOCnij swój biznes** skierowana była do klientów **Banku Ochrony Środowiska**. Premiowała ona proekologiczne podejście do przedsiębiorczości. Na przykład przedsiębiorcy – klienci BOŚ Banku – którzy zainteresowani byli obniżeniem płatności za energię, mogli otrzymać finansowy bonus w zamian za zainstalowanie kompensatora mocy biernej, pomagającego racjonalnie gospodarować energią elektryczną. Ponadto bank może sfinansować zakup takiego kompensatora w zamian za wybór BOŚ do obsługi rachunku firmowego i wskazanych produktów.

Działaniem skierowanym do klientów była również praktyka **Butelka zwrotna** – ekologiczna akcja edukacyjna prowadzona z wybranymi partnerami handlowymi przez **Carlsberg Polska**. Polegała ona na zachęcaniu konsumentów do zwracania butelek po piwie – w trosce nie tylko o własną kieszeń, ale i środowisko. W ponad 100 punktach handlowych na czas akcji dostępne były materiały informacyjno-edukacyjne. Jako zachętę klienci, którzy przynieśli butelki, otrzymywali drobny upominek. Celem działań było kształtowanie wśród konsumentów prawidłowej postawy, właściwego zachowania wobec opakowań zwrotnych, co przyczyniło się do minimalizowania negatywnego wpływu odpadów na środowisko.

Kolejną praktyką zachęcającą klientów do odpowiedzialnego gospodarowania odpadami była akcja **Segregujesz – płacisz mniej! IKEA. Ty tu urządzisz** zorganizowana przez **IKEA Retail**. W obliczu zmian w polskim prawie firma zachęcała klientów do segregowania odpadów, prezentując płynące z tego korzyści – również finansowe, edukowała, jak to robić oraz jak sprytnie zorganizować segregowanie odpadów w domu. Ponadto oferowano systemy do sortowania w promocyjnych cenach.

Innym rodzajem pozytywnego oddziaływania na klientów była **akcja promocyjna Gaz ziemny od PGNiG to pieniądze dla Ciebie 2013**. Dzięki kampanii promującej gaz ziemny udało się dotrzeć bezpośrednio do prawie 1350 klientów, a z ponad 600 mieszkańcami nawiązano bezpośredni kontakt. Wszyscy uczestnicy otrzymali materiały informacyjne na temat gazu ziemnego. W wyniku akcji wzrosła świadomość ekologiczna wśród mieszkańców Krakowa oraz zwiększyła się liczba gospodarstw domowych korzystających z ekologicznych źródeł ogrzewania (akces zmiany systemu ogrzewania zasilanego gazem ziemnym złożyło 541 klientów), co przyczyni się do ograniczenia zanieczyszczenia powietrza w tym mieście.

ŚRODOWISKO

Praktyki długoletnie
 (opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
1	Bank Ochrony Środowiska	2 złote dla Zwierzaka	Wsparcie zagrożonych gatunków zwierząt na terenie Polski.	2012
2	Bank Ochrony Środowiska	Raport Ekologiczny	Sporządzanie corocznie (od 1998 roku) przez BOŚ Raportu Ekologicznego prezentującego proekologiczną działalność banku, zarówno w sferze biznesowej, jak i pozabiznesowej. Działania opisane w praktyce „Bank przyjazny klimatowi”.	2012, 2009
3	Carlsberg Polska	Daj śmieciom kosza, wolontariat, odpowiedzialna konsumpcja – Woodstock Festiwal	Podnoszenie świadomości ekologicznej w zakresie recyklingu i segregacji opakowań mające na celu zachęcanie do sprzątania po sobie na terenach zielonych. Działanie opisane wcześniej w praktyce „Bądź FAIR wobec środowiska. Daj śmieciom kosza”.	2012, 2011
4	Carlsberg Polska	Zielone Biuro	Prowadzenie działań minimalizujących negatywny wpływ przedsiębiorstwa na środowisko, wsparte edukacją pracowników w zakresie oszczędzania energii.	2012
5	Citi Handlowy	Więcej drzew dzięki Tobie	Promowanie ekologicznych nawyków oraz zachęcenie klientów do rezygnacji z papierowych wyciągów z kont osobistych lub kart kredytowych.	2012, 2008
6	Dentsu Aegis Network	Ekobiuro	Kompleksowe działania proekologiczne i edukacja pracowników w tym obszarze. Wcześniej była to praktyka AEGIS MEDIA.	2011
7	Grupa GPEC	Akademia Rozwoju Grupy GPEC	Projekt edukacyjny umożliwiający pracownikom wieloaspektowy rozwój, zgodny z ich predyspozycjami.	2012
8	Grupa GPEC	EKO-FIRMA	Wprowadzanie rozwiązań zmniejszających negatywny wpływ na środowisko naturalne.	2012
9	Grupa GPEC	Wspólne Działanie – Lokalne Zaangażowanie	Pracownicy wykonują działania na rzecz lokalnej społeczności. Uczą się zarządzania projektami i zespołami. Program jest połączeniem pomocy lokalnej społeczności z rozwojem zawodowym.	2012
10	IKEA Retail	EDUeko – konkurs na najbardziej ekologiczne przedszkole	Konkurs mający na celu wyróżnienie najbardziej ekologicznych przedszkoli Krakowa i okolic.	2011
11	ING Bank Śląski	Wdrożenie Systemu Zarządzania Środowiskowego wg normy ISO 14001	W 2010 roku bank wdrożył system zarządzania wg normy ISO 14001. Prowadzone są regularne audyty i przeglądy środowiskowe potwierdzające stosowanie standardów.	2010
12	Lyreco Polska S.A.	EKO JAZDA	Rozpowszechnianie wśród pracowników zasad dotyczących ekojazdy.	2012

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
13	Lyreco Polska S.A.	Ocena zielonych produktów – Certyfikat Zielonego Drzewa	Zbiór zasad oceny produktów w oparciu o międzynarodowe standardy ISO serii 14020. Umożliwia kwalifikację produktów pod kątem ich „przyjazności dla środowiska”.	2012
14	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.	Fundusz Naturalnej Energii	Program grantowy wspierający pomysły na podtrzymanie lub ratowanie środowiska naturalnego regionu.	2012, 2011
15	Pilkington Polska Sp. z o.o.	Kampania edukacyjna na rzecz zrównoważonego i energooszczędnego budownictwa z wykorzystaniem szkła	Edukowanie dotyczące wykorzystania szkła, przyczyniające się do zwiększenia energooszczędności budynków.	2012, 2011
16	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Program „Odpowiedzialność i Troska”	Globalna inicjatywa przemysłu chemicznego służąca m.in. ochronie środowiska, poprawie bezpieczeństwa.	2009
17	RWE Polska	E-mobility	Punkty bezpłatnego ładowania samochodów elektrycznych.	2011
18	Schenker Sp. z o.o.	Szkolenia i Mistrzostwa w zakresie ekologicznej i ekonomicznej jazdy	Szkolenia ekodrivingu są częścią projektu Zielona Droga. Kursy są skierowane do wszystkich przewoźników i kierowców współpracujących z DB Schenker Logistics. Praktyka wcześniej opisana pod nazwą „Szkolenia i mistrzostwa w zakresie ecodrivingu”.	2012, 2011
19	Skanska Property Poland	Zielone budownictwo w ramach strategii zrównoważonego rozwoju Skanska	Wyznaczanie nowych standardów zielonych rozwiązań, certyfikowanie budynków na najwyższych poziomach LEED.	2012, 2011
20	Stena Recycling Sp. z o.o.	STENA Ekostacja – pierwsza stacja recyklingu w Warszawie	W STENA Ekostacji mieszkańcy Warszawy i okolic mogą oddać wszelkie rodzaje odpadów.	2012
21	Tymbark-MWS Sp. z o.o. S.K.A.	Kubusiowi Przyjaciele Natury	Program edukacji ekologicznej dla przedszkoli w całej Polsce.	2012, 2011
22	Volkswagen Poznań	Niebieskie Granty	Konkurs grantowy dla organizacji pozarządowych oraz szkół promujący aktywną edukację ekologiczną.	2012

Uczciwe praktyki operacyjne

Uczciwe praktyki operacyjne dotyczą postępowania etycznego w kontaktach organizacji z innymi organizacjami. Obejmuje to relacje między organizacjami a instytucjami rządowymi, jak również między organizacjami a ich partnerami, dostawcami, wykonawcami, klientami, konkurentami i stowarzyszeniami, do których należą te organizacje. Zagadnienia związane z uczciwymi praktykami operacyjnymi dotyczą obszarów przeciwdziałania korupcji, odpowiedzialnego angażowania się w działalność w sferze publicznej, uczciwej konkurencji, działań odpowiedzialnych społecznie, relacji z innymi organizacjami oraz poszanowania praw własności.

Norma PN-ISO 26000:2012

Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

Praktyki w obszarze Uczciwe praktyki operacyjne

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
1	Aldesa Polska	Program Komunikacji Społecznej dla projektu budowy linii elektroenergetycznej	dialog i konsultacje z interesariuszami
2	ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych	Dzielimy się wiedzą na temat CSR z innymi spółdzielcami	edukacja rynku
3	ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych	Nienieodpowiedzialni – promujemy zrównoważony rozwój branży finansowej	edukacja rynku
4	Carrefour Polska Sp. z o.o.	Wprowadzenie narzędzia Autodiagnostyk dla dostawców marki własnej Carrefour	relacje z dostawcami
5	CEMEX	Bezpieczeństwo podwykonawców i dostawców	relacje z dostawcami
6	CEMEX	Kalkulator drogowy	edukacja rynku
7	Crido Taxand Sp. z o.o.	Analiza ESG spółek w Polsce	edukacja rynku
8	EDF Polska	Polityka zapobiegania oszustwom	przeciwdziałanie nadużyciom
9	Global e-Business Operations	Seminaria PMI	edukacja rynku
10	Grupa LOTOS S.A.	Portal dla dostawców	relacje z dostawcami
11	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.	Warsztaty dla pracowników „Efektywne prowadzenie rozmów z właścicielami nieruchomości”	relacje z interesariuszami
12	Polska Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.	W sieci konsultacji	dialog i konsultacje z interesariuszami
13	PwC	Warsztaty lepienia z gliny dla pracowników	relacje z dostawcami
14	PwC	Włączenie przedsiębiorstw społecznych do grona dostawców PwC	relacje z dostawcami
15	Schenker Sp. z o.o.	Przygotowanie i wdrożenie Kodeksu Dostawcy	relacje z dostawcami
16	SGS Polska Sp. z o.o.	Podnoszenie świadomości biznesu w Polsce. Cykl konferencji edukacyjnych Zrównoważony Rozwój w Praktyce	edukacja rynku
17	SGS Polska Sp. z o.o.	Udostępnienie wybranych wyników badania Barometr CSR	edukacja rynku
18	Skanska S.A. i inni	Porozumienie dla Bezpieczeństwa w Budownictwie	edukacja rynku
19	VIWA Entertainment Poland Sp. z o.o.	E-grupa Północnej Izby Gospodarczej Oddział Koszalin	edukacja rynku
20	Volkswagen Poznań	Rozwój lokalnych dostawców poprzez działania Local Content	relacje z dostawcami

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

RELACJE Z DOSTAWCAMI

Dostawcy są wciąż mało docenianą grupą w działaniach CSR-owych firm w Polsce. Choć temat łańcucha dostaw jest obecny w dyskursie o odpowiedzialności biznesu, to wąskie jest grono organizacji, które proponują swoim partnerom biznesowym rozwiązania w zakresie rozwoju kwestii etycznych, ekologicznych i społecznych.

Carrefour Polska zdecydował się na **wprowadzenie narzędzia Autodiagnostyk dla dostawców marki własnej Carrefour**, aby udzielić im konkretnych informacji na temat zrównoważonego rozwoju oraz umożliwić ocenę ich działań w tym zakresie. Narzędzie uwzględnia normę ISO 26000, poza możliwością samooceny jest źródłem materiałów edukacyjnych. Obejmuje swoim zakresem 4 obszary: polityka zarządzania, ochrona środowiska, polityka socjalna oraz ekonomia. Carrefour promuje narzędzie wśród swoich dostawców za pośrednictwem mediów, w katalogach sieci, w czasie spotkań oraz konkursów, a także podczas dedykowanego szkolenia.

Grupa LOTOS przygotowała **Portal dla dostawców**. Zawiera on wszelkie pomocne informacje i dokumenty adresowane do podmiotów zainteresowanych nawiązaniem współpracy ze spółkami grupy kapitałowej lub już będących kontrahentami firmy, m.in. Kodeks etyczny Grupy LOTOS czy tekst określający zasady współpracy z kontrahentami. Na portalu zamieszczone są także najczęściej wykorzystywane w relacjach z kontrahentami dokumenty, ponadto dostawcy mogą znaleźć informacje przydatne we współpracy z Grupą LOTOS, np. dotyczące faktury elektronicznej.

Działania w ramach **bezpieczeństwa podwykonawców i dostawców** podejmuje **CEMEX**. Na liście kwalifikowanych dostawców umieszczane są firmy, które stosują się do zasad bezpieczeństwa pracy określonych przez CEMEX, zaś zasady BHP dla podwykonawców oraz ich pracowników zawarte są w załączniku każdej umowy. Wobec firm nieprzestrzegających tych zasad stosowane są kary umowne, a w przypadku poważniejszych naruszeń CEMEX zastrzega sobie prawo rozwiązania kontraktu. Każdy pracownik podwykonawcy musi przejść szkolenie wprowadzające. Dodatkowo CEMEX zorganizował wśród podwykonawców konkurs, aby wyłonić firmy prezentujące wysoką kulturę i najlepsze standardy bezpieczeństwa pracy. Efektem tych działań jest zmniejszająca się liczba wypadków przy pracy oraz niebezpiecznych zdarzeń wśród podwykonawców.

Rozwój lokalnych dostawców poprzez działania Local Content wspiera **Volkswagen Poznań**. Jego przedstawiciele biorą aktywny udział w konferencjach tematycznych oraz w bezpośrednich spotkaniach z firmami (autorskie programy „Analiza potencjału”, „Analiza procesu produkcyjnego”). Dodatkowo Volkswagen przygotowuje potencjalnych dostawców do audytu koncernowego, przekazując informację zwrotną o mocnych stronach firmy i potencjałach do rozwoju; jest także doradcą przed audytem i pośrednikiem w kontaktach między potencjalnym dostawcą a handlowcem i audytorem. Firma wdraża nowych dostawców w zasady funkcjonowania koncernu Volkswagen poprzez przedstawienie procesu zakupowego oraz wsparcie w rejestracji na specjalnej platformie dedykowanej dostawcom.

Firma **PwC** postawiła sobie za cel **włączenie przedsiębiorstw społecznych do grona swoich dostawców**. Zamówione w zeszłym roku usługi to m.in. nocleg dla uczestników programów społecznych, catering, organizacja kreatywnych warsztatów, wynajem sali, poligrafia, przygotowanie firmowego gadżetu, a także **warsztaty lepienia z gliny dla pracowników** (poprowadzone przez Pracownię Rzeczy Różnych Fundacji Synapsis). Korzystanie z usług ekonomii społecznej promowane jest przez PwC również wśród partnerów biznesowych.

Ponieważ **DB Schenker Logistics** postępuje zgodnie z przyjętą strategią CSR, firma troszczy się, aby współpracujący z nią dostawcy przestrzegali norm etycznych, przepisów prawnych, dbali o ochronę środowiska, dobre warunki pracy oraz oferowali najwyższe standardy współpracy. **DB Schenker Logistics przygotował i wdrożył Kodeks Dostawcy**. Zebrane są w nim najważniejsze wymagania dla dostawców, m.in. przestrzeganie przepisów prawa, zasad BHP, poszanowanie norm etycznych i praw człowieka, stosowanie certyfikowanych systemów zarządzania, działanie w celu ochrony środowiska, stosowanie energooszczędnych i ekologicznych technologii. Zaakceptowanie Kodeksu Dostawcy przez partnera jest wymagane na etapie składania oferty.

Carrefour Polska Sp. z o.o.
www.carrefour.pl
zatrudnienie w 2013: 12 500 os.

Grupa LOTOS S.A.
www.lotos.pl
zatrudnienie w 2013: 1353 os.

CEMEX
www.cemex.pl
zatrudnienie w 2013: 1161 os.

Volkswagen Poznań
www.volkswagen-poznan.pl
zatrudnienie w 2013: 6500 os.

PwC
www.pwc.pl
zatrudnienie w 2013: 1700 os.

Schenker Sp. z o.o.
www.logistics.dbschenker.pl
zatrudnienie w 2013: 1800 os.

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

Operator Gazociągów
Przesyłowych
GAZ-SYSTEM S.A.

www.gaz-system.pl
zatrudnienie w 2013: 2299 os.

Polska Spółka
Gazownictwa sp. z o.o.

www.psgaz.pl
zatrudnienie w 2013: 12 984 os.

Aldesa Polska

www.aldesa.pl
zatrudnienie w 2013: 180 os.

MŚP

EDF Polska

www.edf.pl
zatrudnienie w 2013: 3400 os.

CEMEX

www.cemex.pl
zatrudnienie w 2013: 1161 os.

RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

GAZ-SYSTEM realizuje plan inwestycyjny zakładający budowę tysiąca kilometrów nowych gazociągów do końca 2014 roku. Aby usprawnić ten proces, firma przeprowadziła cykl warsztatów dla pracowników „Efektywne prowadzenie rozmów z właścicielami nieruchomości”. Ich celem było wypracowanie jednolitej strategii postępowania w kontaktach z właścicielami nieruchomości i gruntów, na których planowana jest lub trwa już budowa gazociągu. Określony został sposób budowania odpowiedzialnych relacji i narzędzia pozwalające na nawiązanie efektywnej współpracy. W warsztatach udział wzięło 68 osób z oddziałów i centrali spółki.

DIALOG I KONSULTACJE Z INTERESARIUSZAMI

Polska Spółka Gazownictwa w ramach praktyki w sieci konsultacji opracowała projekt nowej Instrukcji Ruchu i Eksploatacji Sieci Dystrybucyjnej (kodeks sieci). Konsultacje, mające na celu zebranie opinii użytkowników systemu dystrybucyjnego, trwały ponad miesiąc. Działania te zostały uzupełnione specjalnie zorganizowanym „Warsztatem podsumowującym konsultacje Instrukcji Ruchu i Eksploatacji Sieci Dystrybucyjnej”. Podczas warsztatów prelegenci wyjaśnili genezę powstania nowego kodeksu sieci, zaprezentowali uwagi otrzymane od uczestników rynku w procesie konsultacji dokumentu oraz omówili sposób ich uwzględnienia przez spółkę. Przedstawili także zasady przekazywania i udostępniania danych użytkownikom systemu dystrybucyjnego, reguły bilansowania systemu dystrybucyjnego oraz wskazali kolejne wyzwania stojące przed branżą w związku z wprowadzeniem rozliczeń w jednostkach energii.

Program Komunikacji Społecznej dla projektu budowy linii elektroenergetycznej to działanie firmy Aldesa Polska dotyczące budowy linii elektroenergetycznej 400 kV Ostrołęka – Olsztyn Mątki. Celem programu jest transparentne informowanie społeczności lokalnych na temat inwestycji oraz zapewnienie wszystkim interesariuszom możliwości wyrażenia opinii i zgłoszenia sugestii co do realizacji przedsięwzięcia. W wymianie informacji pomocna jest strona internetowa inwestycji, prezentująca bieżące prace projektowe, wyposażona w skrzynkę kontaktową. Szczególny nacisk Aldesa położyła na działania partycypacyjne, np. punkty konsultacyjne organizowane na terenie poszczególnych gmin. Okazji do wymiany poglądów dostarczyła także regionalna konferencja energetyczna „Nowa Energia dla Warmii, Mazur i Mazowsza” z udziałem władz rządowych i samorządowych. Specjalnie dla najmłodszych konsumentów energii został przygotowany program edukacyjny, który w atrakcyjnej formie gier i doświadczeń przybliży kwestie produkcji energii elektrycznej i jej bezpiecznego użytkowania.

PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

W spółkach Grupy EDF w Polsce przyjęto Politykę zapobiegania oszustwom oraz Kodeks Etyki Grupy EDF. Do polityki dołączony został przewodnik zapobiegania oszustwom jako wsparcie dla menedżerów spółek Grupy w przeciwdziałaniu fałszerstwom. Przeprowadzono obowiązkowe szkolenia z zabezpieczania ryzyka oszustw i stworzono mapę ryzyka oszustw, identyfikując potencjalnie zagrożone obszary działalności. Regularnie prowadzone są audyty wewnętrzne i zewnętrzne, stanowiące skuteczne narzędzie do walki z nieuczciwością. Opracowano oświadczenie o poszanowaniu zasad etycznych, do którego podpisania zobowiązany jest każdy pracownik.

EDUKACJA RYNKU

Kluczowym elementem dla działań realizowanych w 2013 roku w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych była edukacja rynku. W ramach tego zagadnienia firmy inicjowały projekty, konferencje i różnego rodzaju ponadbranżowe porozumienia.

CEMEX stworzył Kalkulator drogowy, który jest odpowiedzią na brak wiedzy i świadomości na temat korzyści z budowy betonowych dróg. Firma promuje wśród swoich partnerów metodę LCCA (Life Cycle Cost Analysis – Analiza Kosztów Cyklu Życia Produktów) służącą ocenie inwestycji infrastrukturalnych. W podejściu LCCA uwzględnia się nie tylko początko-

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

wy koszt budowy drogi, ale także wszystkie nakłady ponoszone na jej utrzymanie, naprawy, recykling czy likwidację. Pominięcie wyceny LCCA może prowadzić do nieadekwatnego obliczenia kosztów inwestycji. Aby lepiej zobrazować inwestorom i decydentom korzyści, CEMEX zachęca do korzystania ze specjalnie opracowanego Kalkulatora drogowego. Pozwala on na czytelne i intuicyjne porównanie kosztów budowy i utrzymania drogi asfaltowej oraz drogi betonowej, a swobodnie korzystać z niego mogą nie tylko doświadczeni drogowcy, ale i początkujący użytkownicy, np. przedstawiciele władz samorządowych. Przygotowana za pomocą tego narzędzia kalkulacja może znacznie ułatwić podjęcie decyzji inwestycyjnej.

Edukacja rynku odbywa się również poprzez inicjatywy branżowe oraz konferencje. Firma doradcza SGS Polska zorganizowała cykl konferencji edukacyjnych Zrównoważony Rozwój w Praktyce, którego celem było przybliżenie praktycznych aspektów wdrażania strategii odpowiedzialnego biznesu ze szczególnym uwzględnieniem narzędzi możliwych do wykorzystania oraz rozwiązań stosowanych przez przedsiębiorstwa w Polsce i na świecie. Podczas spotkań zaprezentowane zostały m.in. sposoby mierzenia i raportowania śladu węglowego jako jedno z działań firm na rzecz zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko naturalne. Przyjrzano się dobrym praktykom stosowanym przez firmy w takich obszarach, jak zarządzanie CSR, raportowanie, wykorzystywanie narzędzi i standardów CSR oraz komunikacja działań związanych z odpowiedzialnym biznesem.

SGS Polska przeprowadziło również, we współpracy z Domem Badawczym Maison, badanie „Barometr CSR” i udostępniło jego wybrane wyniki. W oparciu o wyniki badania zdefiniowano 6 profili konsumenckich, różniących się podejściem do działań CSR: Spełnieni Realści, Wrażliwi Intelktualiści, Eko-pragmatycy, Pasywni Pozerzy, Wykluczeni Frustraci i Korpo-Egoiści. Segmentacja ta pozwoliła na przybliżenie opinii różnych profili polskich konsumentów na temat odpowiedzialnego biznesu i komunikowanie o prowadzonych w tym zakresie działaniach.

Crido Taxand, we współpracy z firmą analityczną GES i Stowarzyszeniem Emitentów Giełdowych, przygotował Analizę ESG spółek w Polsce. Najważniejszym celem projektu jest analiza poziomu raportowania danych pozafinansowych spółek notowanych na głównym parkiecie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie i na rynku alternatywnym NewConnect. Wyniki analizy 865 firm trafiają na platformę internetową, za pomocą której każda oceniana organizacja może sprawdzić swój wynik na tle innych firm. Możliwy jest także bezpośredni kontakt z analitykami, zadawanie pytań o swoją ocenę i dodawanie informacji, dzięki którym firma może podnieść swoją ocenę i pozycję w rankingu.

ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych w ramach dzielenia się wiedzą na temat CSR z innymi spółdzielcami została zaproszona przez Związek Lustracyjny Spółdzielni Pracy do przedstawienia idei CSR podczas cyklu szkoleń dla członków rad nadzorczych spółdzielni socjalnych. Celem szkoleń było zwiększenie zaangażowania spółdzielców w utrzymanie miejsc pracy oraz rozwój aktywnych wspólnot lokalnych. Szkolenia obok zagadnień związanych z budowaniem strategii rozwoju spółdzielni, aspektów prawnych czy zarządzania zespołem obejmowały również prezentację dotyczącą idei społecznej odpowiedzialności biznesu oraz promocji dobrych praktyk CSR.

Inicjatywy branżowe są przykładami działań przyczyniających się do efektywniejszej realizacji ważnych z punktu widzenia branży zadań. Porozumienie dla Bezpieczeństwa w Budownictwie to inicjatywa skupiająca 8 dużych firm budowlanych: Bilfinger Infrastructure, Budimex, Hochtief Polska, Mostostal Warszawa, Mota-Engil Central Europe, Polimex Mostostal, Skanska i Warbud. Nadrzędnym celem przyświecającym działalności Porozumienia jest całkowite wyeliminowanie wypadków na polskich budowach. Aby to osiągnąć, zidentyfikowano i zdefiniowano 5 obszarów działania: wykwalifikowana siła robocza, szkolenia BHP, podwykonawcy, zarządzanie ryzykiem i kultura BHP. Członków Porozumienia łączą wspólne, wysokie standardy BHP. Wszystkie firmy-sygnatariusze zdecydowały także, że będą współpracować z podwykonawcami na podstawie identycznych wymagań odnośnie do BHP.

Projekt Nienieodpowiedzialni – promujemy zrównoważony rozwój branży finansowej to cykl działań ANG Spółdzielni Doradców Kredytowych. W ramach inicjatywy Fundacja Będę Kim Zechcę oraz ANG Spółdzielnia zorganizowały konferencję „Dlaczego nie możemy być nieodpowiedzialni?”, podczas której odbyły się m.in. wykłady dotyczące trendów związanych ze zrównoważonym biznesem oraz panel dyskusyjny, w którym członkowie zarządów

SGS Polska Sp. z o.o.

www.sgs.pl
zatrudnienie w 2013: 496 os.

Crido Taxand Sp. z o.o.

www.taxand.pl
zatrudnienie w 2013: 53 os.

MŚP

ANG Spółdzielnia
Doradców Kredytowych

www.angkredyty.pl
zatrudnienie w 2013: 8 os.

MŚP

Skanska S.A. i inni

www.skanska.pl
zatrudnienie w 2013: 7000 os.

ANG Spółdzielnia
Doradców Kredytowych

www.angkredyty.pl
zatrudnienie w 2013: 8 os.

MŚP

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

instytucji finansowych omawiali wyzwania stojące przed odpowiedzialną branżą finansową. Kolejnym działaniem będzie portal Nienieodpowiedzialni.pl, promujący odpowiedzialny biznes i zrównoważony rozwój w sektorze finansowym.

VIWA Entertainment
Poland sp. z o.o.

www.viwa.me
zatrudnienie w 2013: 60 os.

VIWA Entertainment jako firma działająca w branży e-commerce zainaugurowała e-grupę Północnej Izby Gospodarczej Oddział Koszalin, zrzeszającą koszalińskie firmy działające w e-commerce. Misją grupy jest rozwój i integracja zachodniopomorskiej i koszalińskiej branży e-commerce poprzez realizację wspólnych projektów, szkolenia i propagowanie idei handlu w internecie wśród koszalińskich przedsiębiorców. Grupa e-commerce to również platforma dzielenia się wiedzą z podmiotami działającymi w obszarze tradycyjnej działalności gospodarczej i zilustrowanie im możliwości poszerzenia działalności o kręgi związane z handlem elektronicznym.

Global e-Business
Operations

www.hp.com
zatrudnienie w 2013: b.d.

Pracownicy Global e-Business Operations dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem w ramach Seminariów PMI. PMI Seminars jest inicjatywą stowarzyszenia Project Management Institute polegającą na organizowaniu konferencji, spotkań i prelekcji w zakresie zarządzania projektami. Grupa, do której kierowane są spotkania, to praktycy z dziedziny zarządzania projektami. HP zdecydowało się wziąć aktywny udział w inicjatywie – wraz z lokalnym oddziałem PMI we Wrocławiu organizuje kwartalne prelekcje prowadzone przez najbardziej doświadczonych w tej dziedzinie pracowników firmy. Każde seminarium poświęcone jest innemu projektowi.

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
1	Europ Assistance Polska Sp. z o.o.	Zasady Dobrych Praktyk Assistance	Utworzenie oraz stosowanie reguły postępowania firmy świadczącej usługi assistance z klientami, partnerami biznesowymi, podwykonawcami, mediami oraz konkurencją.	2010
2	GASPOL	Forum Rozwoju Efektywnej Energii (FREE)	Promocja nowoczesnych źródeł energii na wsi, np. mikrokogeneracji i systemów hybrydowych słońce-gaz.	2012
3	GoodBrand	CR Navigator	Platforma dialogu międzysektorowego i podnoszenia świadomości na temat narzędzi zrównoważonego rozwoju.	2012, 2011
4	ING Bank Śląski	Procedura Zarządzania Dostawcami w ING Banku Śląskim	Zasady przejrzystych i etycznych relacji z dostawcami współpracującymi z bankiem.	2012
5	Lyreco Polska S.A.	Kodeks Etyczny w relacjach z dostawcami	Promowanie dostawców przestrzegających podstawowych zasad Kodeksu Etycznego.	2012

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
6	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.	Instrukcja Ruchu i Eksploatacji Sieci Przesyłowej – konsultacje z rynkiem	Warsztaty merytoryczne dotyczące rynku gazu.	2012
7	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Strategia Dialogu Społecznego w zakresie poszukiwania gazu niekonwencjonalnego oraz prowadzenia debaty publicznej	Prowadzenie dialogu i programu edukacyjnego z mieszkańcami oraz lokalnymi liderami na terenach, na których mają trwać poszukiwania gazu łupkowego. Równocześnie prowadzenie ogólnopolskiej kampanii edukacyjnej.	2012
8	SGS Polska Sp. z o.o.	Wsparcie firm w raportowaniu zaangażowania społecznego w oparciu o metodykę LBG	Działalność sieci LBG Poland umożliwia edukację firm oraz kadr zarządzających na temat potrzeby powiązania zaangażowania społecznego ze strategią firmy oraz skutecznego mierzenia stopnia realizacji zamierzonych działań. Wcześniej praktyka opisana jako „Promocja modelu LBG w Polsce jako narzędzia do mierzenia wpływu działań firmy na społeczeństwo – rozwój sieci LBG”.	2012
9	Totalizator Sportowy	„Odpowiedzialny Sprzedawca II” – szkolenia dla sprzedawców LOTTO	Szkolenia dla kolektorów z zakresu odpowiedzialnej sprzedaży.	2012
10	Volkswagen Poznań	Program Krytyczny Dostawca	Pomoc dostawcom w utrzymywaniu oraz podnoszeniu jakości oferowanych przez nich produktów/usług. Praktyka została wcześniej opisana jako „Współpraca z dostawcami w ramach programu Krytyczny Dostawca”.	2011

Zagadnienia konsumenckie

Organizacje, które dostarczają produkty i usługi konsumentom oraz innym klientom, mają wobec tych konsumentów i klientów określone obowiązki. (...) Obowiązki obejmują edukowanie i rzetelne informowanie, stosowanie uczciwych, przejrzystych i pomocnych informacji marketingowych oraz procesów dotyczących umów, promowanie zrównoważonej konsumpcji oraz projektowanie produktów i usług, do których dostęp mogą mieć wszyscy oraz, w razie potrzeby, umożliwienie dostępu do nich odbiorcom szczególnie wrażliwym i znajdującym się w niekorzystnej sytuacji społecznej.

Norma PN-ISO 26000:2012

Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

Praktyki w obszarze Zagadnienia konsumenckie

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
1	Bank Millennium SA	Strona bez barier	dostępność produktów i usług
2	Carrefour Polska Sp. z o.o.	Odpowiedzialnie każdego dnia!	odpowiedzialna konsumpcja
3	Grupa Żywiec	18+	odpowiedzialna konsumpcja
4	Grupa Żywiec	Enjoy Heineken Responsibly	odpowiedzialna konsumpcja
5	Grupa Żywiec	Sunrise	odpowiedzialny marketing
6	Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe Sp. z o.o.	Kreowanie klienta świadomego w dokonywaniu zakupów	edukacja konsumentów
7	ING Bank Śląski	Smart Saver – sposób na oszczędzanie	ułatwienia dla klientów
8	Jeronimo Martins Polska S.A.	Kampania Czytaj etykiety	edukacja konsumentów
9	Orange Polska	Jak to działa – filmy edukacyjne	edukacja konsumentów
10	Orange Polska	Mój Orange – samoobsługowa aplikacja dla klientów	ułatwienia dla klientów
11	Orange Polska	Obsługa klientów w internecie i w mediach społecznościowych	ułatwienia dla klientów
12	Orange Polska	Przeglądarka internetowa dla dzieci BeSt	zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów
13	Orange Polska	Telefoniczna opieka	zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów
14	PKO Bank Polski	Aplikacja mobilna IKO	ułatwienia dla klientów
15	PKO Bank Polski	PKO Junior	edukacja konsumentów
16	RWE Polska	Program Świadoma Energia	edukacja konsumentów
17	Tchibo Warszawa	Ekoznaki na produktach Tchibo	edukacja konsumentów
18	Tesco Polska	Oszczędzam. Nie marnuję. Przekazuję – działania edukacyjne	odpowiedzialna konsumpcja
19	T-Mobile Polska S.A.	Akcja informacyjna do klientów na temat zasad ochrony prywatności	zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów
20	Totalizator Sportowy	Certyfikacja Responsible Gaming	odpowiedzialny marketing
21	Totalizator Sportowy	Odpowiedzialna komunikacja	odpowiedzialny marketing
22	Unilever Polska	Dove. Odkryjmy w sobie piękno	odpowiedzialny marketing

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

Pierwsza edycja badań opinii konsumentów w Polsce „Barometr CSR” pokazała, że polscy nabywcy w zdecydowanej większości (88% badanych) popierają działania firm z zakresu społecznej odpowiedzialności. Z kolei 57% wierzy, że produkty i usługi firm, które angażują się w działania na rzecz społeczeństwa i środowiska, są lepszej jakości niż jednostek, które tego nie robią. Te wyniki, rosnąca liczba blogów konsumenckich, coraz więcej skarg składanych do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów czy Rzecznika Praw Konsumentów, świadczą, że polski nabywca staje się coraz bardziej świadomy, a co za tym idzie coraz bardziej wymagający. Jest to proces nadal bardzo powolny, ale świadczący o tym, że w przyszłości konsumenci mogą okazać się silną frakcją. Nic więc dziwnego, że firmy coraz częściej kierują swoje działania z zakresu CSR właśnie do tej grupy interesariuszy.

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I USŁUG

W procesie dostosowywania produktów i usług do oczekiwań konsumentów niezwykle ważne jest umożliwienie korzystania z pełnej oferty firmy osobom o wyjątkowych potrzebach. W 2013 roku **Bank Millennium SA** przebudował stronę internetową oraz system bankowości internetowej dla klientów indywidualnych tak, że zostały one w pełni dostosowane do potrzeb użytkowników z niepełnosprawnościami. Zmodyfikowana strona, jako pierwsza strona banku w Polsce, została wyróżniona certyfikatem **Strona Internetowa bez Barier** przyznawanym przez Fundację Widzialni. Daje on gwarancję pełnej zgodności z międzynarodowymi standardami dostępności stron internetowych według wytycznych zawartych w standardzie WCAG 2.0.

Bank Millennium SA

www.bankmillennium.pl
zatrudnienie w 2013: 5980 os.

UŁATWIENIA DLA KLIENTÓW

PKO Bank Polski, biorąc pod uwagę zmieniające się trendy rynkowe i potrzeby społeczne, wprowadził na rynek w marcu 2013 roku bankowość mobilną czwartej generacji, jedyne w kraju i za granicą rozwiązanie z tak bogatą funkcjonalnością. Kilka miesięcy po tym, jak udostępnił **aplikację IKO** swoim klientom, umożliwił do niej dostęp poprzez tzw. portmonetkę również pozostałym uczestnikom rynku. IKO jest także dostępne w ofercie PKO Junior dla dzieci poniżej 13. roku życia oraz dla klientów firmowych prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą lub wykonujących wolny zawód. To intuicyjne rozwiązanie umożliwia m.in. dokonywanie płatności w sklepach tradycyjnych i internetowych, wypłaty z bankomatów, zlecanie przelewów na numer telefonu odbiorcy, generowanie czeków czy sprawdzanie salda oraz historii transakcji rachunku podpętego do aplikacji. Działa na większości telefonów dostępnych na rynku, bez względu na operatora telefonii komórkowej. IKO jest także bazą dla lokalnego standardu płatności mobilnych, który PKO Bank Polski buduje wspólnie z innymi bankami.

PKO Bank Polski

www.pkobp.pl
zatrudnienie w 2013: 24 437 os.

Aplikacja Mój Orange stworzona przez **Orange Polska** ułatwia klientom i uatrakcyjnia samodzielne zarządzanie usługami w Orange za pośrednictwem smartfona. Korzystanie z niej jest bezpłatne – klienci nie ponoszą kosztów ani za samą aplikację, ani za transmisję danych. Jest ona systematycznie rozbudowywana i aktualizowana. Mój Orange dostępny jest dla wszystkich głównych systemów mobilnych: Android, iOS i Windows Phone.

Orange Polska

www.orange.pl
zatrudnienie w 2013: 19 604 os.

Orange Polska przywiązuje również dużą wagę do **obsługi klientów w internecie i mediach społecznościowych**. W listopadzie 2011 roku firma uruchomiła na Facebooku zakładkę Pomoc Orange. Za jej pośrednictwem zespół doświadczonych doradców – Orange Ekspertów – świadczy kompleksową pomoc, zarówno klientom indywidualnym, jak i biznesowym. W zakładce oferowany jest dostęp do narzędzi samoobsługowych, filmów instruktażowych, czata, awatara odpowiadającego na pytania. Dużą popularnością wśród internautów cieszy się również kanał wideo PomocOrange na YouTube, zawiera on 90 krótkich filmów instruktażowych wyjaśniających najczęstsze problemy klientów. Napisy są dostępne po polsku i po angielsku, tak by z pomocy mogły skorzystać osoby niestyszące i obcokrajowcy. Od 2010 roku działa społeczność klientów – Forum Pomocy Technicznej. Znaczący zagadnień technologicznych służą poradami i rozwiązaniami wielu problemów innym użytkownikom forum.

Wsparcie wykorzystujące nowe technologie oferuje swoim klientom także **ING Bank Śląski**, który wprowadził w życie narzędzie **Smart Saver**. Umożliwia ono oszczędzanie niewielkich kwot przy okazji wykonywania transakcji płatniczych. Posiadacz konta osobistego może zadeklarować, do jakiej kwoty mają się zaokrąglać jego wydatki lub jaki ich procent będzie

ING Bank Śląski

www.ing.pl
zatrudnienie w 2013: 8044 os.

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

odkładał. Od tego momentu wykonywane przez niego płatności kartą lub przelewem skutkują tym, że drobne kwoty (zaokrąglenie lub procent od wykonanej transakcji) automatycznie odkładają się z konta osobistego na rachunku oszczędnościowym Smart Saver. Zgromadzone w ten sposób oszczędności (do określonej kwoty) są oprocentowane wyżej niż na standardowym rachunku.

EDUKACJA KONSUMENTÓW

Edukacja konsumencka to zagadnienie niezwykle pojemne i zróżnicowane, dzięki temu daje szerokie pole do popisu firmom. Różnorodne działania organizacji mają jednak wspólny cel: podwyższenie wiedzy konsumenckiej, tak aby nabywcy podejmowali świadome decyzje, wybierając dane produkty i usługi.

Celem kampanii zorganizowanej przez firmę **Jeronimo Martins Polska** była edukacja klientów sieci Biedronka, jak poprawnie interpretować informacje zawarte na etykietach produktów. Poprzez akcję **Czytaj etykiety** próbowano uświadomić klientom konieczność zwracania uwagi na wartości odżywcze kupowanych produktów. Od marca do maja 2013 roku w blisko 100 sklepach sieci Biedronka klienci mogli skorzystać z bezpłatnych porad dietetyków i otrzymać materiały edukacyjne na temat właściwej interpretacji etykiet produktów spożywczych. Dietetycy z Polskiego Towarzystwa Dietetyki udzielili blisko 3 tys. klientów porad żywieniowych (m.in. w zakresie żywieniowym i zdrowotnym, zawartości alergenów, witamin i składników mineralnych, rodzaju substancji dodatkowych, warunków przechowywania). Dodatkowo klienci otrzymali niemal 10 tys. zestawów materiałów edukacyjnych z praktycznymi wskazówkami na temat prawidłowego żywienia i podejmowania decyzji przy półce sklepowej.

Zachęcaniem do czytania etykiet zajęło się również **Tchibo Warszawa**, które podjęło działania mające na celu wzrost świadomości konsumentów na temat zrównoważonych produktów Tchibo i zaangażowania firmy w tym obszarze. Wieloetapowy projekt rozszerzono w 2013 roku o działania ukierunkowane na konsumentów. W standardowych materiałach promocyjnych, takich jak katalog cotygodniowej oferty czy strony e-sklepu, znalazły się specjalne treści edukacyjne. Wydane zostały również materiały, które były dotarczane do zakupów w sklepach stacjonarnych i internetowym. Na profilu firmy na Facebooku opublikowano cykl postów **Poznaj EKOznaki na produktach Tchibo**, uzupełniony zakładką na temat programu zrównoważonego rozwoju firmy. Uzupełnieniem cyklu była publikacja filmów o wybranych ekoznakach na Facebooku oraz na kanale YouTube firmy.

Nacisk na przejrzystość i rzetelną informację o produktach jest również przedmiotem praktyki firmy **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe Sp. z o.o.** Od 3 lat prowadzi ona specjalistyczny blog, na którym publikuje materiały dotyczące produktów, technologii, rozwiązań i zastosowań proponowanych klientom. W przygotowanie tych treści angażują się wszyscy pracownicy będący doradcami technicznymi z poszczególnych działów. Firma jest przekonana, że **edukacja klienta i umożliwianie świadomego podejmowania decyzji zakupowych** jest fundamentem solidnej i wartościowej współpracy.

Firma **Orange Polska** z kolei postanowiła ukierunkować swoje działania na popularyzację wiedzy na temat nowych technologii wśród swoich klientów. Sfera technologiczna w telekomunikacji to bowiem dla wielu z nich dziedzina nowa, co może rodzić niezrozumienie pewnych mechanizmów, a w konsekwencji brak zaufania do operatora i nowości wprowadzanych na rynek. Dlatego Orange Polska nakręcił cykl filmów **„Jak to działa”**, w których eksperci opowiadali o różnych zagadnieniach technologicznych. Powstały odcinki poświęcone internetowi stacjonarnemu, mobilnemu oraz otwartym interfejsom programistycznym. Filmy w przystępny sposób oswiają widzów z tematami technicznymi, przekazując wiedzę prostym i obrazowym językiem. Udostępnione one zostały na blogu Orange.

Edukacja konsumencka ukierunkowana na najmłodszych jest celem działań **PKO Banku Polskiego**, który w 2013 roku wprowadził na rynek ofertę PKO Junior i zaproponował rachunek oszczędnościowo-rozliczeniowy PKO Konto Dziecka. W momencie powstania **PKO Junior** było jedynym w Polsce i prawdopodobnie jedynym na świecie kontem dla osób do 13. roku życia. Dziecko ma do niego dostęp poprzez wzbogacony o elementy edukacji finansowej serwis bankowości internetowej. Za jego pośrednictwem młody użytkownik uczy się korzystania z usług bankowości elektronicznej, tj. inicjuje przelewy internetowe

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

czy doładowania telefonu komórkowego, które akceptuje rodzic. Dziecko samodzielnie zarządza finansami osobistymi, może otrzymywać kieszonkowe, oszczędzać na określone cele, podejmować i realizować stawiane przez rodziców wyzwania. Rodzice uzyskują wsparcie działań wychowawczych w zakresie rozwoju dziecka i kształtowania pozytywnych zachowań. Dziecko, samodzielnie zarządzając kontem, poznaje funkcje pieniądza, ćwiczy wytrwałość w działaniu oraz wyrabia i utrwala dobre nawyki w tym zakresie.

Edukacja konsumencka niejednokrotnie dotyczy również kwestii środowiskowych, na co dowodem są działania prowadzone przez **RWE Polska** ujęte w **programie Świadoma Energia**. Kluczową jego częścią stało się ogólnopolskie badanie świadomości energetycznej Polaków, którego celem była identyfikacja najczęstszych sposobów oszczędzania energii w polskich gospodarstwach domowych oraz firmach, a także poznanie postaw i zachowań Polaków związanych z racjonalnym korzystaniem z energii w domu i miejscu pracy. W ramach kampanii Świadoma Energia dostępne były porady dotyczące oszczędzania energii, które można znaleźć na stronie internetowej www.rwe.pl/oszczedzam. Dodatkowo serwis ten za pomocą interaktywnego quizu umożliwia porównanie poziomu własnej świadomości energetycznej z wiedzą i zachowaniami ogółu Polaków. Przygotowano także specjalny kalkulator energetyczny, który pozwala w praktyczny sposób sprawdzić, ile zbędnej energii zużywamy w ciągu roku. Do dyspozycji przedsiębiorców RWE przekazało specjalny przewodnik biznesowy „Jak oszczędzać energię w firmie”.

ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

Na pograniczu praktyk z zakresu edukacji konsumentów i odpowiedzialnej konsumpcji znajdują się działania **Tesco Polska** w ramach kampanii **Oszczędzam. Nie marnuję. Przekazuję**. Jednym z priorytetów strategii CSR Tesco jest walka z marnowaniem żywności, dlatego firma podjęła ten temat poprzez działania skierowane do różnych grup interesariuszy i obejmujące różne obszary: edukację najmłodszych, klientów oraz swoich pracowników. Tesco włączyło się w obchody Światowego Dnia Żywności (16 października 2013) i wsparło Bank Żywności w Krakowie w zorganizowaniu konkursu kulinarnego dla dzieci. Punktem kulminacyjnym wydarzenia był pokaz kulinarny ambasadora marki Tesco, Roberta Makłowicza, prezentujący sposoby na niemarnowanie żywności. Poza tym uruchomiona została podstrona internetowa z poradami oraz informacjami na temat problemu marnowania żywności i sposobów na ograniczenie marnotrawstwa w domach. Ważnym elementem projektu był także edukacyjny tydzień dla pracowników, podczas którego na portalu: mojetesco.pl pojawiły się informacje poświęcone temu zagadnieniu.

Carrefour Polska również podjął akcję na rzecz przeciwdziałania marnowaniu jedzenia. **Odpowiedzialnie każdego dnia!** to wspólny projekt Carrefour Polska, Federacji Polskich Banków Żywności, Fundacji Partnerstwo dla Środowiska i Stowarzyszenia Niepełnosprawni dla Środowiska EKON, realizowany jako część akcji STOP Marnotrawstwu. W ramach projektu uruchomiona została internetowa baza wiedzy, w której zamieszczane są porady dotyczące przeciwdziałania marnowaniu żywności i zasobów naturalnych, a także odpowiedzialnego obchodzenia się z odpadami domowymi. Poza tym Carrefour dzieli się swoją wiedzą z klientami oraz internautami za pośrednictwem swojego profilu na Facebooku.

Temat odpowiedzialnej konsumpcji jest szczególnie ważny dla **Grupy Żywiec**, która w 2013 roku zrealizowała projekt **18+ Jestem pełnoletni**. Nie kupuję alkoholu nieletnim. Żywiec zachęca do odpowiedzialności i niekupowania alkoholu nieletnim podczas największych wydarzeń kulturalnych organizowanych przez firmę i jej marki. Akcja składa się z kilku elementów. Po pierwsze, barmani przechodzą szkolenie z ustawy o wychowaniu w trzeźwości i odpowiedzialnej sprzedaży, które przeprowadzane jest przez pracowników firmy przed każdym wydarzeniem. Po drugie, przy każdym nalewaku z piwem podczas imprezy stoi tabliczka z hasłem akcji. Każdej, zwłaszcza młodo wyglądającej osobie, która potwierdzi swoją pełnoletniość okazaniem odpowiedniego dokumentu, zakładana jest na rękę opaska z wyżej wspomnianym hasłem. Mając taką opaskę na rękę, potwierdza swoją pełnoletniość i może kupić piwo. Poza tym każda dorosła osoba, która popiera ideę 18+ i chce ją popularyzować, może otrzymać i nosić na rękę opaskę 18+.

Enjoy Heineken Responsibly to kolejny program **Grupy Żywiec**, który promuje odpowiedzialną konsumpcję alkoholu podczas Festiwalu Heineken Open'er. Uzupełniony jest on akcją Eco Action, w ramach której uczestnicy festiwalu zachęceni są do zbierania plastiko-

RWE Polska

www.rwe.pl
zatrudnienie w 2013: 1200 os.

Tesco Polska

www.tesco.pl
zatrudnienie w 2013: 29 000 os.

Carrefour Polska Sp. z o.o.

www.carrefour.pl
zatrudnienie w 2013: 12 500 os.

Grupa Żywiec

www.grupazywiec.pl
zatrudnienie w 2013: 4700 os.

Jeronimo Martins
Polska S.A.

www.biedronka.pl
zatrudnienie w 2013: 45 000 os.

Tchibo Warszawa

www.tchibo.com/pl
zatrudnienie w 2013: 600 os.

Horus Innowacyjne
Materiały Przemysłowe
Sp. z o.o.

www.horus.net.pl
zatrudnienie w 2013: 29 os.

MŚP

Orange Polska

www.orange.pl
zatrudnienie w 2013: 19 604 os.

PKO Bank Polski

www.pkobp.pl
zatrudnienie w 2013: 24 437 os.

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

wych kubków po piwie. Za przyniesione kubki otrzymują oni recyklowany koc festiwalowy, mogli wykonać biżuterię z odzyskanych puszek i kapsli lub uszyć torbę na zakupy ze zużytych bannerów Heinekena. Działania koordynowane są przez wolontariuszy – pracowników Grupy Żywiec, którzy w formie quizów, minikonkursów, krótkich dialogów prezentują zasady odpowiedzialnej konsumpcji oraz wyjaśniają fakty i mity dotyczące alkoholu.

ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KONSUMENTÓW

W dobie rozwoju nowych technologii, powszechnego dostępu do internetu oraz wymogów zakładania kont w celu używania różnych aplikacji, kwestia ochrony danych osobowych staje się niezwykle ważna. Dostrzegła to firma **T-Mobile Polska**, która zorganizowała **akcję informacyjną dla klientów na temat zasad ochrony prywatności**. W jej ramach rozesłano abonentom operatora foldery informacyjne zawierające wskazówki i rekomendacje odnośnie do podstawowych zasad ochrony prywatności. Folder informacyjny konsultowany był z Generalnym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych.

Z kolei **Orange Polska** we współpracy z Fundacją Dzieci Niczyje uruchomił specjalną bezpłatną **przeglądarkę internetową dla dzieci BeSt**, która umożliwia bezpieczne korzystanie z internetu przez dzieci w wieku 3–10 lat. Program udostępnia kilkaset bezpiecznych stron internetowych dla dzieci. Ponadto blokuje dostęp do stron spoza katalogu Sieciakowego BeSt, który prowadzony jest przez Fundację Dzieci Niczyje od 2005 roku w ramach serwisu www.sieciaki.pl. Katalog stron podzielony jest na 3 kategorie wiekowe: 3+, 6+, 9+ oraz na 8 kategorii tematycznych.

Nie tylko najmłodszym dedykowane są najnowsze rozwiązania **Orange Polska**. W 2013 roku firma uruchomiła usługę **Telefoniczna opieka**, przeznaczoną dla abonentów stacjonarnej linii telefonicznej Orange, pozwalającą w prosty i szybki sposób wezwać pomoc. Dzięki temu rozwiązaniu użytkownik usługi staje się podopiecznym Centrum Operacyjno-Alarmowego oraz otrzymuje dedykowany aparat telefoniczny z przenośnym urządzeniem, które może mieć zawsze przy sobie. Karta informacyjna, którą podopieczny wypełnia przed uruchomieniem usługi, zawiera wszystkie niezbędne dane dotyczące stanu zdrowia podopiecznego oraz kontakty do osób bliskich i sąsiadów. Wystarczy użyć przycisku SOS na urządzeniu lub aparacie, aby automatycznie połączyć się z konsultantem Centrum Operacyjno-Alarmowego, który zależnie od sytuacji udzieli wsparcia lub wezwie niezbędną pomoc: zawiadomi rodzinę, przyjaciół bądź odpowiednie służby ratunkowe.

ODPOWIEDZIALNY MARKETING

Kampanie społeczne niejednokrotnie silnie oddziałują na emocje i często przedstawiają dość drastyczne sceny. Zupełnie inaczej jest w przypadku kampanii **Unilever Polska** zatytułowanej **Dove. Odkryjmy w sobie piękno**. Zgodnie z jej hasłem marka Dove postanowiła zgłębić zagadnienie piękna i pomóc kobietom czuć się wyjątkowo oraz dostrzegać swoje piękno. Catoroczną akcję zainicjowała debata mająca na celu rozpoczęcie ogólnopolskiej dyskusji wokół mylnego i powierzchownego postrzegania piękna. W ramach kampanii powstał m.in. raport „Prawdziwe piękno. Redefinicja” oraz film „Szkice Prawdziwego Piękna”. Film obejrzało w internecie kilka milionów Polaków, a jego treść w niecodzienny sposób uświadamia kobietom, jak ich niska samoocena w dużym stopniu wpływa na różne sfery życia. „Nieśmiała Kamera Dove” to kolejny etap internetowej kampanii Dove – tym razem podejmuje temat kobiecego zakłopotania wobec obiektywu aparatu fotograficznego. Według nowego, międzynarodowego badania przeprowadzonego na zlecenie marki, 77% kobiet wstydzi się aparatu fotograficznego, twierdząc, że często są skrępowane, kiedy robi im się zdjęcie, ponieważ nie czują, że są piękne.

Grupa Żywiec, kontynuując działania z zakresu promowania odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, upubliczniła specjalny spot reklamowy w kampanii **Sunrise**. Główny bohater spotu, biorący udział w imprezie w jednym z londyńskich klubów, w pewnym momencie zabawy wybiera zamiast kolejnego piwa butelkę wody. Zachowując umiar w konsumpcji alkoholu, jest w stanie doczekać zachodu słońca i podziwiać go w towarzystwie pięknej DJ-ki, która zapewniała muzykę na imprezie. Stąd hasło: „Sunrise belongs to moderate drinkers”. Spoty emitowane były w telewizji, kinach, internecie na głównych portalach informacyjnych, a także na Facebooku. Oprócz tego butelki z „wodą Heinekena” zostały

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

wręczone pracownikom oraz uczestnikom imprez rozrywkowych w Warszawie, a także uczestnikom festiwalu Open'er w Gdyni.

Totalizator Sportowy, działając w specyficznej branży, dużą wagę przywiązuje do tego, w jaki sposób i do kogo kieruje swoje informacje reklamowe oraz marketingowe. Z tego powodu jako jeden z elementów realizowanej w spółce strategii CSR firma opracowała **Zasady odpowiedzialnej komunikacji**. Zostały one stworzone zgodnie z międzynarodowymi standardami firm loteryjnych. Zasady są niejako drogowskazem, jak budować przekaz, który będzie spójny z polityką firmy. Określają również dokładnie, do jakich grup jest kierowany. Agencje reklamowe współpracujące z firmą otrzymały w jednym dokumencie jasno określone zasady, kierunki i grupy docelowe komunikacji marketingowej spółki. Za starania zmierzające w kierunku zapewnienia bezpiecznej gry swoim klientom spółka otrzymała w roku 2013 **certifikat Responsible Gaming** przyznawany przez branżową organizację European Lotteries. Jest to najwyższe wyróżnienie branży loteryjnej, którego otrzymanie poprzedza zewnętrzny audyt. Badane są działania m.in. w takich obszarach, jak szkolenia sprzedawców, komunikacja marketingowa czy edukacja klientów. Certyfikat jest jasnym komunikatem dla klientów i partnerów biznesowych, że Totalizator Sportowy spełnia najwyższe wymagania branżowe.

Totalizator Sportowy

www.totalizator.pl
zatrudnienie w 2013: 922 os.

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
1	Bayer Sp. z o.o.	Making Science Make Sense: badania opinii społecznej „Barometr Edukacyjny Bayer”	Badanie opinii społecznej cyklicznie realizowane w Polsce w ramach globalnego programu promocji nauk ścisłych.	2012, 2011, 2010
2	Bank Zachodni WBK	Program „Obsługa bez barier”	Zapewnienie spójnych i pozytywnych doświadczeń klientom z niepełnosprawnością niezależnie od miejsca obsługi. Tworzenie udogodnień i systematyczne usuwanie barier.	2012, 2010
3	Citi Handlowy	Budowanie Niezależności Finansowej Kobiet	Poprawa pozycji ekonomiczno-finansowej kobiet doświadczających przemocy.	2012
4	Citi Handlowy	Moje finanse	Przygotowanie młodych ludzi do podejmowania racjonalnych i korzystnych dla siebie decyzji finansowych, popartych stale aktualizowaną wiedzą.	2012, 2008, 2005
5	Citi Handlowy	Tydzień dla Oszczędzania – Światowy Dzień Oszczędzania	Promowanie wśród Polaków oszczędzania, a także propagowanie rozwijania umiejętności racjonalnego gospodarowania swoimi zasobami finansowymi.	2012, 2009
6	Diageo Polska Sp. z o.o.	Kampania „Alkohol to odpowiedzialność. Pij rozważnie”	Działania edukacyjne dotyczące odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.	2012
7	RWE Polska	Klient w Centrum Uwagi	Inicjatywy dotyczące poprawy jakości obsługi klienta oraz badania satysfakcji klientów.	2012
8	Tesco Polska	Zdrowy Apetyt	Projekt edukacyjny dla klientów (strona internetowa i aplikacja mobilna) o zasadach zdrowej diety.	2012

Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej

Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej są integralnymi elementami zrównoważonego rozwoju. (...) Kwestie związane z rozwojem społeczności lokalnej, w które organizacja może wnieść swój wkład, obejmują tworzenie miejsc pracy poprzez rozszerzanie i dywersyfikację działalności gospodarczej oraz poprzez rozwój technologiczny. Organizacja może również wnieść swój wkład na drodze inwestycji społecznych w tworzenie bogactwa i dochodu poprzez: lokalne inicjatywy rozwoju ekonomicznego, szerzenie edukacji i programów rozwijania kompetencji, promowanie i ochronę kultury i sztuki oraz dostarczanie i/lub upowszechnianie usług zdrowotnych dla społeczności. Rozwój społeczności może obejmować instytucjonalne wzmocnienie społeczności, jej grup i forów zbiorowych, programów kulturalnych, społecznych i środowiskowych oraz sieci lokalnych obejmujących wielorakie instytucje.

Norma PN-ISO 26000:2012

Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Praktyki w obszarze
Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
1	AB SA	Świąteczna pomoc AB dla domów dziecka	działania charytatywno-filantropijne
2	Adecco Poland	Adecco Sales University	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji
3	Agencja PR Pan Pikto	Projekt Charity	wsparcie organizacji pozarządowych
4	AkzoNobel Decorative Paints	Siła Koloru	działania charytatywno-filantropijne
5	ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych	Powołanie fundacji korporacyjnej Będę Kim Zechcę – 10% zysków przeznaczamy na cele społeczne	działania charytatywno-filantropijne
6	ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych	Wspieramy konkurs na najlepsze przedsiębiorstwo społeczne roku	działania charytatywno-filantropijne
7	AXA Polska S.A.	„Dbam o przyszłość”, czyli wolontariat kompetencyjny w służbie młodzieży	edukacja dzieci i młodzieży
8	Bank BGŻ	Agrotalenty – edukacja dla rolnictwa	edukacja dzieci i młodzieży
9	Bank BGŻ	Otwieramy drzwi przyszłości – program stażowy dla absolwentów Klasy BGŻ	działania charytatywno-filantropijne
10	Bank BGŻ	Wykorzystanie amatorskich wyścigów do wspierania ważnych społecznie inicjatyw	działania charytatywno-filantropijne
11	Bank BPH	Projekt edukacyjny „Bankowość jest OK!”	edukacja dzieci i młodzieży
12	Bank Ochrony Środowiska	Cykl konferencji pod tytułem „Szkolne Smaki – Szkoły dobrego żywienia”	edukacja dorosłych
13	Bank Ochrony Środowiska	Eko-Polska.pl	edukacja dorosłych
14	Bank Ochrony Środowiska	„Pomagam Cały Rok” – program regularnej filantropii indywidualnej (payroll)	działania charytatywno-filantropijne
15	Bank Zachodni WBK	Karta szkolna	edukacja dzieci i młodzieży
16	BASF Polska	Konkurs Reakcja tańcuchowa	edukacja dzieci i młodzieży
17	Bayer Sp. z o.o.	Making Science Make Sense: praktyki studenckie	edukacja dzieci i młodzieży
18	Bayer Sp. z o.o.	Making Science Make Sense: program promocji nauki	edukacja dzieci i młodzieży
19	Budzowska Fiutowski i Partnerzy. Radcowie Prawni	Wsparcie dla Fundacji Jaśka Meli „Poza Horyzonty”, świadczenie pomocy prawnej dla fundacji i jej podopiecznych	wsparcie organizacji pozarządowych
20	Capgemini Sp. z o.o.	Baza potrzebujących 1% w Capgemini	działania charytatywno-filantropijne
21	Capgemini Sp. z o.o.	Zbiórka krwi	działania charytatywno-filantropijne
22	Carrefour Polska Sp. z o.o.	Świąteczna zbiórka żywności z Bankami Żywności	działania charytatywno-filantropijne
23	CEMEX	CEMEX dla uczniów i studentów – Budujemy lepszą przyszłość	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji
24	CEZ Polska Sp. z o.o.	Dzień Drzwi Otwartych	dobry sąsiad
25	Citi Handlowy	Być przedsiębiorczym	edukacja dzieci i młodzieży

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
26	Citi Handlowy	Nagroda Banku Handlowego w Warszawie S.A. za szczególny wkład w rozwój nauki w sferze ekonomii i finansów	działania charytatywno-filantropijne
27	Citi Handlowy	Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztora	działania charytatywno-filantropijne
28	Citi Handlowy	Program Business Startup	edukacja dorosłych
29	Citi Handlowy	Program Korzenie	edukacja dorosłych
30	E. & J. Gallo Winery	Barefoot – kupując... pomagasz!	marketing zaangażowany społecznie
31	Europ Assistance Polska Sp. z o.o.	Program Pomocy Europ Assistance Polska	działania charytatywno-filantropijne
32	Europ Assistance Polska Sp. z o.o.	Wsparcie przedsiębiorczej młodzieży	edukacja dzieci i młodzieży
33	Europ Assistance Polska Sp. z o.o.	Wspieramy honorowych dawców krwi	działania charytatywno-filantropijne
34	Fortum Power and Heat Polska	I Wrocławski Kongres Dzieci i Młodzieży	edukacja dzieci i młodzieży
35	Fortum Power and Heat Polska	Dni Otwarte w EC Fortum	dobry sąsiad
36	Fortum Power and Heat Polska	Honorowy Dawca Energii Fortum	działania charytatywno-filantropijne
37	Global e-Business Operations	Akcja oddawania krwi i szpiku kostnego	działania charytatywno-filantropijne
38	Global e-Business Operations	Buy a Book	działania charytatywno-filantropijne
39	Global e-Business Operations	SocialArt	działania charytatywno-filantropijne
40	Global e-Business Operations	WrOpenUp	działania charytatywno-filantropijne
41	Groupon Sp. z o.o.	Groupon Starter	działania charytatywno-filantropijne
42	Grupa Apexim AB	Spełniamy Marzenia	działania charytatywno-filantropijne
43	Grupa GPEC	Moc Bazera czyni bohatera	działania charytatywno-filantropijne
44	Grupa GPEC	Rozbieg z Grupą GPEC	aktywność fizyczna
45	Grupa LOTOS S.A.	Biało-zielona przyszłość z LOTOSEM	aktywność fizyczna
46	Grupa LOTOS S.A.	Forum Inicjowania Rozwoju	dobry sąsiad
47	Grupa Muszkieterów	Olimpijska Akademia Muszkieterów	aktywność fizyczna
48	Grupa Raben	Ankieta z podwójną satysfakcją	marketing zaangażowany społecznie
49	Grupa Raben	Transport jest potrzebny	kampania społeczna
50	Grupa Saint-Gobain	Filary sukcesu	edukacja dzieci i młodzieży
51	Grupa Sanofi	Ogólnopolska kampania edukacyjna „Prostata na lata”	profilaktyka zdrowotna
52	Grupa Sanofi	Program staży i praktyk „Student on Board”	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
53	Henkel Polska Sp. z o.o.	W drodze do pracy	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji
54	Homeschool Kuczyńscy spółka jawna	Płacimy za testy	marketing zaangażowany społecznie
55	Homeschool Kuczyńscy spółka jawna	Wielki Test Języka Angielskiego	edukacja dorosłych
56	IBM	Smarter Cities Challenge w Łodzi	inwestycje społeczne
57	IDES Consultants Polska Sp. z o.o.	Twoja kariera w Twoich rękach	edukacja dzieci i młodzieży
58	IKEA Retail	Daj się ponieść fantazji	edukacja dzieci i młodzieży
59	IKEA Retail	Mały przedsiębiorca	edukacja dzieci i młodzieży
60	IKEA Retail	„Smacznie, zdrowo, kolorowo” z IKEA Katowice	działania charytatywno-filantropijne
61	IKEA Retail	„Uszyj Jasia” z IKEA Katowice	działania charytatywno-filantropijne
62	Inclick Sp. z o.o.	Kampania społeczna „Nie robię tego za darmo”	kampania społeczna
63	INEA S.A.	eAktywni 50+, internet dla każdego	edukacja dorosłych
64	INEA S.A.	SpotHunter – mobilna gra miejska	działania charytatywno-filantropijne
65	Infosys BPO Poland	Moving beyond the limits of talent	współpraca z uczelniami
66	ING Bank Śląski	Akcje krwiodawstwa ING	działania charytatywno-filantropijne
67	ING Bank Śląski	Biegnij Warszawo	aktywność fizyczna
68	ING Bank Śląski	Globalne Wyzwanie	działania charytatywno-filantropijne
69	ING Bank Śląski	Pomarańczowy meetING – Spotkanie ze specjalistą	edukacja dzieci i młodzieży
70	ING Usługi Finansowe S.A.	Kampania Zrób rakowi wsparcie	edukacja dorosłych
71	Inter IKEA Centre Group Poland	Błyśnij dla bezpieczeństwa	działania charytatywno-filantropijne
72	IQ Marketing	Warsztaty Kreatywne	działania charytatywno-filantropijne
73	Jeronimo Martins Polska S.A.	„Codziennie bądźmy razem”	działania charytatywno-filantropijne
74	Jeronimo Martins Polska S.A.	„Dział ze sztuką”	sztuka i kultura
75	Jeronimo Martins Polska S.A.	Kino z Biedronką	sztuka i kultura
76	Jet Line Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k.	Rejsy Odkrywców i Fundacja Rejs Odkrywców	aktywność fizyczna
77	Kimball Electronics Poland Sp. z o.o.	Zbiórki dla ośrodków opiekuńczo-wychowawczych	działania charytatywno-filantropijne
78	KPMG Sp. z o.o.	Wspieramy hospicjum	działania charytatywno-filantropijne
79	Kronopol Sp. z o.o.	Człowiek roku KRONO	działania charytatywno-filantropijne
80	Kronopol Sp. z o.o.	Kronopol. Firma otwarta	dobry sąsiad
81	KRUK S.A.	Program DOBRY PLAN	edukacja dorosłych

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
82	Leroy Merlin Polska	Fundacja Leroy Merlin Polska	działania charytatywno-filantropijne
83	Lyreco Polska S.A.	Pierwsza pomoc dla przedszkolank i nauczycieli	edukacja dorosłych
84	Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna S.A.	Nagroda im. Henryka Grohmana	działania charytatywno-filantropijne
85	Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna S.A.	Piknik u Grohmana	działania charytatywno-filantropijne
86	Magya	Promowanie zdrowego żywienia dzieci oraz diety wegetariańskiej	profilaktyka zdrowotna
87	Microsoft	Office 365 dla organizacji non profit w ramach programu „Microsoft dla non profit”	wsparcie organizacji pozarządowych
88	Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice Sp. z o.o.	Konkurs grantowy „Wspieramy sąsiadów”	dobry sąsiad/działania charytatywno-filantropijne
89	Natural Pharmaceuticals	Natural Pharmaceuticals i Ratuj z Sercem – współpraca w trosce o zdrowe i aktywne serce	działania charytatywno-filantropijne
90	Nestlé Polska S.A.	Wspieranie rozwoju zawodowego młodych ludzi	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji
91	NEUCA	Akademia Młodego Farmaceuty	edukacja dzieci i młodzieży
92	NEUCA	Marsz NEUCA dla zdrowia	aktywność fizyczna
93	Oracle Polska Sp. z o.o.	Program edukacyjny Oracle Academy	edukacja dzieci i młodzieży
94	Orange Polska	Fundacja Niezłomni – ochrona infrastruktury	edukacja dorosłych
95	Orange Polska	Spotkania z pasjami	edukacja dorosłych
96	OTTO Polska Sp. z o.o.	Sztafeta firm „Podaję dalej”	działania charytatywno-filantropijne
97	Pelion S.A.	Biegam – Pomagam	działania charytatywno-filantropijne
98	Pelion S.A.	Kolacje Charytatywne	działania charytatywno-filantropijne
99	Pelion S.A.	Korki w Worki	działania charytatywno-filantropijne
100	Pelion S.A.	Payroll	działania charytatywno-filantropijne
101	Pelion S.A.	Podaruj Zdrowie Seniorom	profilaktyka zdrowotna
102	Pelion S.A.	Program 60+	profilaktyka zdrowotna
103	PKO Bank Polski	Karta „Dobro procentuje”	marketing zaangażowany społecznie
104	PKP Polskie Linie Kolejowe S.A.	Kampania społeczna Bezpieczny przejazd – „Zatrzymaj się i żyj!”	kampania społeczna
105	PKP Polskie Linie Kolejowe S.A.	Przeciwdziałanie kradzieżom i dewastacjom infrastruktury kolejowej	edukacja dorosłych
106	PM Experts Sp. z o.o.	Program Dwa Krzesła dla organizacji pozarządowych	inwestycje społeczne
107	PM Experts Sp. z o.o.	Wsparcie English Summer/Winter Camp	edukacja dzieci i młodzieży
108	Polpharma	Dzień Otwarty Polpharmy	dobry sąsiad
109	Polpharma	Kampania Ciśnienie na życie	profilaktyka zdrowotna

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
110	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Akcje krwiodawcze „Dar krwi na Dzień Dziecka” i „Dar krwi na Barbórkę”	działania charytatywno-filantropijne
111	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Festiwal Twórczości Wszelakiej	działania charytatywno-filantropijne
112	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Górnik w przedszkolu/szkole	edukacja dzieci i młodzieży
113	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Moje pierwsze dwa kółka	edukacja dzieci i młodzieży
114	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Odkrywamy talenty dziecięce	edukacja dzieci i młodzieży
115	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Otwarte działania twórcze	działania charytatywno-filantropijne
116	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	„Pomagam bo lubię...” – akcja charytatywna na rzecz domów samotnej matki	działania charytatywno-filantropijne
117	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Projekty proekologiczne realizowane z Fundacją Partnerstwo dla Środowiska oraz szkołami podstawowymi woj. podkarpackiego	edukacja dzieci i młodzieży
118	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Projekt sponsoringowy w ramach XII Ogólnopolskiego Tygodnia Czytania Dzieciom	działania charytatywno-filantropijne
119	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Świąteczna zbiórka żywności	działania charytatywno-filantropijne
120	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	„TAK dla transplantacji” – propagowanie idei transplantologii	działania charytatywno-filantropijne
121	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	Zagrzewamy do nauki	edukacja dzieci i młodzieży
122	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Plebiscyt „Polacy z werwą”	działania charytatywno-filantropijne
123	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	„Rodzinna Akademia Siatkówki”	działania charytatywno-filantropijne
124	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Spółeczna wartość programu lojalnościowego VITAY	działania charytatywno-filantropijne
125	P.P. „Porty Lotnicze”	Optimalizacja procedur lotniczych	dobry sąsiad
126	P.P. „Porty Lotnicze”	System Quota Count na Lotnisku Chopina	dobry sąsiad
127	PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA	Bezpieczna trasa	bezpieczeństwo na drodze
128	PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA	Program staży i praktyk	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji
129	PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA	Study & Fun	współpraca z uczelniami
130	Procter & Gamble Polska	Współpraca P&G i Habitat for Humanity Poland – odnowienie domów na Targówku	działania charytatywno-filantropijne
131	Provident Polska S.A.	Wokół nas	działania charytatywno-filantropijne
132	PwC	Mentoring dla liderów przedsiębiorstw społecznych	inwestycje społeczne
133	PwC	Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050	rozwój CSR
134	Quanta	Zaangażowanie społeczne	wsparcie organizacji pozarządowych

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
135	Roche Polska Sp. z o.o.	Roche Children's Walk – Mój rysunek dla Malawi	działania charytatywno-filantropijne
136	RWE Polska	POWER BOX	edukacja dzieci i młodzieży
137	Schenker Sp. z o.o.	Portal internetowy „Przejdź na stronę logistyki!” – przygotowany dla studentów przez studentów	edukacja dzieci i młodzieży
138	Schenker Sp. z o.o.	Szlachetna logistyka dla Szlachetnej Paczki	wsparcie organizacji pozarządowych
139	Sela Sp. z o.o.	Bezpieczeństwo przede wszystkim	edukacja dzieci i młodzieży
140	Siemens Sp. z o.o.	Akademia Zdrowia	profilaktyka zdrowotna
141	Skanska Property Poland	Rewitalizacja skwerku przy ul. Krochmalnej w Warszawie	działania charytatywno-filantropijne
142	Skanska Property Poland	Świetlicowy PLAC BUDOWY	edukacja dzieci i młodzieży
143	Skanska S.A.	Prezentacje inżynierskie na uczelniach	edukacja dzieci i młodzieży
144	Skanska S.A.	Program Praktyk Letnich Skanska	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji
145	Sodexo Benefits and Rewards Services Polska Sp. z o.o.	STOP Hunger	działania charytatywno-filantropijne
146	Studio 102 Sp. z o.o.	Projekt Mistrzowie	wsparcie organizacji pozarządowych
147	Tesco Polska	Ogólnopolski Program Dożywiania Potrzebujących Dzieci „Zdrowo jeść, by rosnąć w siłę” Fundacji Tesco Dzieciom	działania charytatywno-filantropijne
148	Tesco Polska	Oszczędzam. Nie marnuję. Przekazuję	działania charytatywno-filantropijne
149	Tesco Polska	Spółecznik Tesco	dobry sąsiad
150	Tesco Polska	Świąteczna Zbiórka Żywności	działania charytatywno-filantropijne
151	Tesco Polska	Tesco dla Szkół – „Talent do niemarnowania”	działania charytatywno-filantropijne
152	T-Mobile Polska S.A.	Charytatywna Kartka Marzeń na święta Bożego Narodzenia	działania charytatywno-filantropijne
153	T-Mobile Polska S.A.	Pomoc Mierzona Kilometrami	działania charytatywno-filantropijne
154	T-Mobile Polska S.A.	Spełnianie Dziecięcych Marzeń	działania charytatywno-filantropijne
155	T-Mobile Polska S.A.	Współpraca z Fundacją „Akogo?”	wsparcie organizacji pozarządowych
156	TU Europa S.A.	Europejski Pomocnik	działania charytatywno-filantropijne
157	Turner & Townsend Sp. z o.o.	Wywieranie pozytywnego wpływu na społeczność poprzez profesjonalną wiedzę i doświadczenie – projekt pro bono dla Habitat for Humanity	wsparcie organizacji pozarządowych
158	UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.	„Mała Olimpiada”	działania charytatywno-filantropijne
159	UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.	Musical Poza Horyzonty 2013 pt. „Musicalowa Podróż Poza Horyzonty”	wsparcie organizacji pozarządowych
160	UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.	„Poland Business Run”	działania charytatywno-filantropijne

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Kategoria
161	UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.	Stowarzyszenie "Women Business Network"	wsparcie organizacji pozarządowych
162	Unilever Polska	„1 lajk = 1 posiłek”. Unilever i Światowy Dzień Żywności 2013	działania charytatywno-filantropijne
163	Unilever Polska	Domestos dla UNICEF	marketing zaangażowany społecznie
164	Unilever Polska	Zaprojektuj Swoją Przyszłość	działania charytatywno-filantropijne
165	Universal McCann sp. z o.o.	Happiness Program	działania charytatywno-filantropijne
166	VIWA Entertainment Poland sp. z o.o.	VIWA Academy	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji
167	Volkswagen Poznań	1+1=3	działania charytatywno-filantropijne
168	WK Group Sp. z o.o.	Serwis internetowy wszysklykamy.pl	wsparcie organizacji pozarządowych
169	Y-Consulting	Program stażowy skierowany do studentów i absolwentów uczelni Collegium Civitas	współpraca z uczelniami
170	ZC Michaś Sp.j.	Akademia Przedszkolaka	profilaktyka zdrowotna

PM Experts Sp. z o.o.

www.pmexperts.pl
zatrudnienie w 2013: 9 os.

INWESTYCJE SPOŁECZNE

Podniesienie efektywności projektów społecznych realizowanych przez organizacje pozarządowe w Polsce leży w interesie społecznym. Niestety, NGO często nie stać na sfinansowanie udziału w odpowiednich szkoleniach rozwijających umiejętności zarządzania projektami, o które w dużej mierze oparta jest ich działalność. Realizowany przez dostarczającą szkolenia z tego zakresu firmę **PM Experts Program Dwa Krzesa dla organizacji pozarządowych** umożliwia NGO bezpłatny udział w 10-dniowym akredytowanym programie szkoleniowym Akademia PMP, opartym na standardach PMI®. Kompleksowo przygotowuje on do prestiżowej certyfikacji Project Management Professional®. Program formalnie realizowany jest od 2009 roku, a w 2013 roku miały miejsce 2 jego edycje (wzięto w nich udział 7 reprezentantów NGO).

Innego rodzaju wsparciem dla podmiotów realizujących ważne cele społeczne jest mentoring ze strony pracowników-ekspertów z firm. Działające na zasadzie wolontariatu, 2–3-osobowe zespoły złożone z pracowników **PwC** o różnych kompetencjach zapewniają **mentoring dla liderów przedsiębiorstw społecznych**. Program jest nagrodą przyznaną w konkursie na Najlepsze Przedsiębiorstwo Społeczne Roku organizowanym przez Fundację Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych. Trwa pół roku; w tym czasie mentorzy odbywają z podopiecznymi 5 sesji. Dyskutowane są na nich konkretne kwestie do rozwiązania oraz metody i podejścia, które mogą zostać zastosowane w przypadku danego przedsiębiorstwa społecznego. Trzy dotychczasowe edycje programu to wsparcie dla 11 liderów przedsiębiorstw społecznych zapewnione dzięki 23 mentorom oraz 6 dodatkowym specjalistom z PwC.

W 2013 roku firma **IBM** zrealizowała swój program **Smarter Citites Challenge** w Łodzi. Projekt polega na wykorzystywaniu zasobów organizacji do rozwiązywania palących problemów społecznych. Pierwszym jego etapem były rozmowy z przedstawicielami miasta dotyczące szczegółów problemu, który został zgłoszony – budowy efektywnego systemu

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

wsparcia społecznego dla najbardziej potrzebujących mieszkańców. Do Łodzi kilkakrotnie przyjeżdżali przedstawiciele IBM oraz organizacji partnerskiej Pyxera. Następnie wybrani eksperci (6 osób z USA, Australii, Kanady i Polski) rozpoczęli serię telekonferencji; zgłębiali podczas nich specyfikę miasta i problemu, którym mieli się zająć. Po 3 miesiącach przygotowań zespół przyleciał do Polski na 3 tygodnie, podczas których odbyły się spotkania z przedstawicielami miasta, dokonano przeglądu systemów informatycznych miasta oraz systemów zarządzania opieką społeczną. Pierwsze konkluzje grupy zostały przedstawione na konferencji kończącej jej pobyt w Łodzi, natomiast szczegółowy raport podsumowujący projekt i prezentujący wnioski dla Łodzi został opublikowany pod koniec stycznia 2014 roku.

WSPARCIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Agencja PR Pan Pikto podczas dwóch wakacyjnych miesięcy realizuje **Projekt Charity**. W 2013 roku jego celem była aktywizacja społeczności lokalnej i interesariuszy agencji, związana z pogłębieniem wiedzy na temat III sektora w Mysłowicach. W realizację projektu byli zaangażowani pracownicy firmy, stażyści i przedstawiciele 14 organizacji pozarządowych. W ciągu 2 miesięcy przeprowadzono 10 warsztatów, podczas których agencja przekazywała wiedzę, m.in. z zakresu badań marketingowych, pozyskiwania funduszy czy relacji z mediami. Zwieńczeniem projektu był wspólnie przygotowany Dzień Mysłowickich Organizacji Pozarządowych. Dzięki prowadzonym działaniom nastąpiło zwiększenie rozpoznawalności myśłowickich NGO oraz polepszenie ich komunikacji ze społecznością lokalną i mediami. Pod koniec projektu organizacje pozarządowe otrzymały Katalog Dobrych Praktyk – zbiór wskazówek pomocnych w samodzielnej realizacji wydarzeń.

Fundację Jaśka Meli „Poza Horyzonty” wspiera, poprzez świadczenie pomocy prawnej dla fundacji i jej podopiecznych, kancelaria **Budzowska Fiutowski i Partnerzy. Radcowie Prawni**. Pomoc świadczona jest pro publico bono. Kancelaria przygotowuje projekty umów, regulaminów konkursowych, zajmuje się analizą zagadnień prawnych, w tym podatkowych i ubezpieczeniowych, a także sporządza wzory wniosków w przedmiocie zwolnień podatkowych, co jest szczególnie ważne dla podopiecznych fundacji. Wiodący projekt fundacji, w który w 2013 roku była zaangażowana kancelaria, to cykl biegów Business Run (patrz str. 124). Dochód z imprezy Kraków Business Run, w której wystartowała także drużyna kancelarii, został przeznaczony na zakup protez nóg dla niepełnosprawnej Agnieszki.

Fundacja Jaśka Meli „Poza Horyzonty” otrzymała wsparcie również od firmy **UBS**. Jej pracownicy, wspólnie z podopiecznymi Stowarzyszenia dla Rodziców i Przyjaciół Dzieci z Zespołem Downa – „Zakątek 21” oraz przyjaciółmi Fundacji „Poza Horyzonty”, stworzyli profesjonalne widowisko – **Musical Poza Horyzonty 2013 pt. „Musicalowa Podróż Poza Horyzonty”**. Spektakl został wystawiony trzykrotnie w Teatrze Ludowym w Krakowie i zobaczyło go łącznie ponad 750 osób. Dzięki wsparciu sponsorów oraz sprzedaży biletów zebrano 35 tys. zł, które zostały przeznaczone na zakup protezy ręki dla podopiecznego Fundacji „Poza Horyzonty”.

Organizacje pozarządowe często borykają się z problemem dostępności nowoczesnego sprzętu i oprogramowania. **Microsoft** w ramach programu „Microsoft dla non profit” bezpłatnie oferuje swoje produkty organizacjom o charakterze niekomercyjnym. Celem programu jest pomoc organizacjom w usprawnieniu ich infrastruktury technologicznej oraz działań na rzecz swoich beneficjentów. W Polsce w roku finansowym 2013, poprzez stronę www.technologie.org.pl, najnowsze oprogramowanie Microsoft o łącznej wartości 6 156 258 zł udostępniono 470 organizacjom. We wrześniu 2013 roku Microsoft rozpoczął globalne udostępnianie **Office 365 organizacjom non profit w ramach programu „Microsoft dla non profit”**.

Quanta, małe przedsiębiorstwo świadczące usługi w zakresie stron internetowych, w ramach **zaangażowania społecznego** oferuje fundacjom, stowarzyszeniom i innym inicjatywom społecznym pomoc merytoryczną i techniczną przy uruchamianiu własnych stron internetowych (projekt „Otwarte drzwi”). Dzięki temu swoje witryny w sieci mają Fundacja Dobra z Torunia (www.fundacjadobra.pl) oraz Stowarzyszenie Strefa Mediacji z Torunia (strefamediacji.pl). Przedsiębiorstwo zamierza także systematycznie wspierać Strefę Mediacji w działaniach promujących alternatywne metody rozwiązywania sporów zamiast rozstrzygania spraw w sądzie. Dzięki projektowi „Okno aktualności” organizacje społeczne mogą liczyć na długoterminowe wolontariackie wsparcie dotyczące aktualizacji i w razie wystąpienia technicznych problemów związanych z istniejącą stroną internetową oraz tworzeniem do niej treści.

Agencja PR Pan Pikto

www.panpikto.pl
zatrudnienie w 2013: 4 os.

MŚP

Budzowska Fiutowski
i Partnerzy.
Radcowie Prawni

www.bf.com.pl
zatrudnienie w 2013: 15 os.

MŚP

UBS Poland Service Centre
Sp. z o.o.

www.ubs.com/microsites/ubs-poland-service-center/en/
zatrudnienie w 2013: 631 os.

Microsoft

www.microsoft.pl
zatrudnienie w 2013: 300 os.

Quanta

www.quanta.com.pl
zatrudnienie w 2013: 1 os.

MŚP

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Schenker Sp. z o.o.

www.logistics.dbschenker.pl
zatrudnienie w 2013: 1800 os.

Turner & Townsend
Sp. z o.o.

www.turnerandtowntsend.com/
poland.html
zatrudnienie w 2013: 23 os.

MŚP

WK Group Sp. z o.o.

www.wszyscyklikamy.pl
zatrudnienie w 2013: 14 os.

MŚP

Studio 102 Sp. z o.o.

www.studio102.pl
zatrudnienie w 2013: 7 os.

MŚP

UBS Poland Service Centre
Sp. z o.o.

www.ubs.com/microsites/
ubs-poland-service-center/en/
zatrudnienie w 2013: 631 os.

T-Mobile Polska S.A.

www.t-mobile.pl
zatrudnienie w 2013: 5000 os.

W 2013 roku **DB Schenker Logistics** po raz szósty był partnerem logistycznym Szlachetnej Paczki. Firma współpracuje ze Stowarzyszeniem WIOSNA od 2008 roku. W ramach „Szlachetnej logistyki dla Szlachetnej Paczki” nieodpłatnie dostarcza zebrane przez wolontariuszy paczki do wskazanych przez stowarzyszenie magazynów dystrybucyjnych. Podczas finałowego weekendu akcji 7–8 grudnia 2013 roku na trasach znalazło się przeszło 30 samochodów ciężarowych, które przejechały ponad 12 tys. km, dostarczając paczki do ich adresatów. Dodatkowo pracownicy oddziałów, magazynów i biur firmy co roku biorą czynny udział w projekcie jako darczyńcy, przygotowując wybranym rodzinom paczki. Organizując zbiórki, włączają w nie także klientów, dostawców oraz rodziny. W 2013 roku pracownicy różnych jednostek firmy pomogli 16 potrzebującym rodzinom.

Wywieranie pozytywnego wpływu na społeczność poprzez profesjonalną wiedzę i doświadczenie – projekt pro bono dla fundacji Habitat for Humanity to inicjatywa **Turner & Townsend**. Działające w doradztwie budowlanym przedsiębiorstwo stworzyło program, którego celem było przygotowanie kosztorysu dla projektu zagospodarowania strychów na mieszkania socjalne. Był on niezbędny przy ubieganiu się fundacji o dotację od stron trzecich. Firma pomogła również w bezpłatnym uzyskaniu koniecznej do realizacji projektu koncepcji architektonicznej planowanej inwestycji. W efekcie udało się dostarczyć rzetelną i profesjonalną analizę kosztów, która pozwoliła fundacji pozyskać środki na realizację inwestycji. Poza tym celem firmy było zwiększenie zaangażowania pracowników w działania CSR, co się udało – liczba osób, które wykorzystaty dodatkowy płatny dzień urlopu, jaki przewiduje firma na działania wolontariatu pracowniczego, wzrosła o 50% w stosunku do roku 2012.

Ideą uruchomionego w 2013 roku **serwisu internetowego wszyscyklikamy.pl** **WK Group** jest wspieranie działań prospołecznych poprzez pomoc różnym organizacjom pożytku publicznego przy jednoczesnym oferowaniu korzyści innym grupom – użytkownikom serwisu (kupującym), ofertodawcom oraz reklamodawcom. Użytkownik pomaga potrzebującym, klikając przycisk **KLIK** znajdujący się na stronie, a pieniądze pochodzące od sponsora (reklamodawcy) trafiają na konto wybranej organizacji społecznej. W zamian za klikanie użytkownik otrzymuje specjalne punkty, które może wykorzystać w późniejszym czasie na zakup ofert specjalnych. Takie zakupy nagradzane są w dwojaki sposób – połowa wpływu z ofert specjalnych zasila konta organizacji, a reszta wraca do użytkownika w postaci środków pozwalających obniżyć ceny pozostałych ofert.

Projekt Mistrzowie jest autorskim działaniem **Studia 102**; ma odpowiadać na lokalne problemy społeczne poprzez pozyskanie środków materialnych na ich rozwiązywanie oraz zdobywanie rozgłosu dla tematu. W 2013 roku odbyła się II edycja inicjatywy, w której pomoc skierowano do podopiecznych Gdańskiej Fundacji Innowacji Społecznej (GFIS) prowadzącej m.in. Domy dla Dzieci (nowatorskie rozwiązanie opieki nad dziećmi wychowującymi się bez rodziców). Do udziału w akcji zaproszono 12 lokalnych mistrzów ze świata sportu, kultury i biznesu. Stali się oni zarówno twarzami kalendarza-cegiełki, jak i ambasadorami przedsięwzięcia. W inicjatywę włączyli się także sponsorzy i partnerzy akcji (34), patroni (14), a także firmy angażujące się w sprzedaż charytatywnej cegiełki-kalendarza (39). Dzięki projektowi udało się pozyskać dla GFIS ok. 50 tys. zł, zaś ekwiwalent reklamowy został oszacowany na ponad 381 tys. zł netto.

Pracownicy firmy **UBS** są członkami założycielami i zasiadają w zarządzie **stowarzyszenia Women Business Network**. Cel statutowy stowarzyszenia – zwiększenie szans kobiet na zajmowanie stanowisk w najwyższej kadrze kierowniczej głównie w krakowskim sektorze centrów usług wspólnych oraz BPO – ma zostać osiągnięty poprzez intensywny networking, organizację sesji coachingowych oraz otwartych i bezpłatnych eventów, podczas których przemawiają inspirujący mówcy. W dużych spotkaniach bierze udział średnio 120–200 osób, dodatkowo organizowane są 30-osobowe kameralne sesje warsztatowe i coachingowe. W 2013 roku w tych wydarzeniach łącznie wzięło udział ponad 500 osób.

Nawiązanie **współpracy z Fundacją „Akogo?”** Ewy Błaszczuk to dla **T-Mobile Polska** kontynuacja działań w ramach odpowiedzialności społecznej w zakresie wdrażania inicjatyw mających na celu pomoc potrzebującym, w szczególności dzieciom. Firma, będąc partnerem fundacji, przekazuje finansowe wsparcie na jej cele statutowe, a także zapewnia stałe łącze internetowe na terenie należącej do fundacji Kliniki Budzik.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI

Firma **Y-Consulting** we współpracy z Collegium Civitas zrealizowała autorski program rozwoju młodych talentów. **Program stażowy skierowany do studentów i absolwentów uczelni Collegium Civitas** trwał 4 miesiące i był adresowany głównie do studentów kierunków związanych z PR i socjologią nowych mediów. W procesie rekrutacji wyłoniono 3 osoby. W trakcie programu stażyści zdobywali pierwsze doświadczenia w zakresie opracowywania strategii komunikacji w internecie, uczestniczyli w wewnętrznych, specjalnie projektowanych szkoleniach oraz indywidualnym programie mentorskim.

Stałą współpracę z uczelniami wyższymi prowadzi **Infosys BPO Poland** w ramach programu **Moving beyond the limits of talent**. Przedstawiciele firmy zasiadają w Radach Biznesu Uniwersytetu Łódzkiego (UŁ) oraz wspierają finansowanie inicjatyw akademickich i kół naukowych, a jej pracownicy prowadzą zajęcia na łódzkich uczelniach. Firma współtworzyła studium podyplomowe z zakresu prowadzenia centrów usług wspólnych i BPO (Business Process Outsourcing) na UŁ oraz program kierunku studiów: lingwistyka dla biznesu. Infosys jest również członkiem ICT Polska Centralna Klaster przy Politechnice Łódzkiej, którego celem jest m.in. wspieranie przedsiębiorczości oraz rozwój rynku pracy w obszarze ICT, a także rozwój i kształcenie kadr. Firma regularnie organizuje warsztaty, wykłady oraz programy stażowe. Jest partnerem programu Ticket to Your Future, umożliwiającego poznanie możliwości związanych z karierą w międzynarodowych korporacjach. Infosys jest jedną z firm założycielskich ABSL – Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce, który działa m.in. na rzecz dostosowania programów nauczania do potrzeb rynku pracy.

Głównym celem powstałego w 2010 roku z inicjatywy **PPT PKS Gdańsk-Oliwa** projektu **Study & Fun** jest międzynarodowa promocja polskich uczelni wyższych, co ma przyczynić się do zwiększenia odsetka studentów zagranicznych w Polsce. Dodatkowo we współpracy z Urzędem Miasta Gdańska wydawane są przewodniki dla obcokrajowców, mające pomóc im w odnalezieniu się w polskiej rzeczywistości i kulturze International Student Guide Gdańsk, Sopot i Gdynia. Wszystkie publikacje dostępne są w wersji drukowanej i elektronicznej. Na początku 2013 roku powstał portal Studyfun.pl, który służy promocji Polski, w tym Pomorza, jako atrakcyjnego miejsca do podjęcia nauki na studiach wyższych. Znaleźć na nim można m.in. ponad 300 wywiadów i filmów z zagranicznymi studentami. Study & Fun promuje swoje działania także na Facebooku, Twitterze i YouTube.

SZTUKA I KULTURA

Firma **Jeronimo Martins Polska** w 2013 roku prowadziła działania umożliwiające dostęp do kultury osobom, które na co dzień z różnych przyczyn mogą mieć z tym problem. W listopadzie 2013 roku przez 2 tygodnie w specjalnym namiocie-pawilonie postawionym na parkingu otwockiego sklepu Biedronka mieścił się „Dział ze sztuką”. Odbywał się tam cykl bezpłatnych spotkań (łącznie 28) poświęconych sztuce współczesnej adresowanych do różnych grup wiekowych i prowadzonych przez przedstawicieli instytucji kultury. Podczas wykładów i warsztatów starano się przybliżyć zagadnienia związane przede wszystkim ze sztuką w przestrzeni publicznej. Wizyta w sklepie stawała się okazją do uczestniczenia w kulturze. Program cieszył się dużym zainteresowaniem wśród mieszkańców Otwocka oraz okolicznych miejscowości – szacunkowo liczba odbiorców bezpośrednich wyniosła między 800 a 1 tys. osób.

Ideą projektu **Kino z Biedronką** było natomiast wzbogacenie istniejących już atrakcji letnich w miejscowościach, w których ograniczony jest dostęp do repertuaru kinowego. Widzowie bezpłatnie mogli oglądać kinowe hity ostatnich lat na specjalnie przygotowanych parkingach w sąsiedztwie sklepów. Emisje odbywały się na pneumatycznych ekranach 7-metrowej szerokości. Wśród wyświetlanych filmów znalazły się m.in. „Amelia”, „Nietykalni”, „Jesteś Bogiem”. Podczas 20 projekcji w lipcu i sierpniu 2013 roku w 20 miejscowościach kino zgromadziło blisko 3,5 tys. widzów. W 2014 roku planowana jest rozbudowa projektu pod względem liczby miast oraz różnicowania repertuaru.

EDUKACJA DOROSŁYCH

Projekt **Szkolne Smaki – Szkoty dobrego żywienia** zorganizowany przez **Bank Ochrony Środowiska**, a realizowany wspólnie z Fundacją „Szkoła na widelcu”, obejmował cykl konferencji dla dyrektorów szkół oraz warsztaty kulinarne dla osób zajmujących się zbiorowym

Y-Consulting

www.y-consulting.pl
zatrudnienie w 2013: 10 os.

MŚP

Infosys BPO Poland

www.infosysbpo.com
zatrudnienie w 2013: 1900 os.

PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA

www.pks-sa.com
zatrudnienie w 2013: 111 os.

MŚP

Jeronimo Martins Polska
S.A.

www.biedronka.pl
zatrudnienie w 2013: 45 000 os.

Bank Ochrony
Środowiska

www.bosbank.pl
zatrudnienie w 2013: 1719 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

żywieniem w szkołach. Głównym jego celem było zaprezentowanie, jak powinien wyglądać system żywienia oraz jak go wprowadzić. Do celów pośrednich należało przeciwdziałanie nadwadze i otyłości wśród dzieci i młodzieży, zaszczepienie zdrowych nawyków żywieniowych, a dzięki temu poprawa stanu zdrowia młodego pokolenia. Wszyscy uczestnicy spotkań otrzymali płytę z programem komputerowym zawierającym zestaw zbilansowanych przepisów kulinarnych, przeliczającym te przepisy na porcje dla dowolnej liczby osób oraz generującym listę zakupową.

Szkoła językowa **Homeschool Kuczyńscy** zaprosiła szkoły językowe z innych miast do współorganizacji **Wielkiego Testu Języka Angielskiego**. W każdej miejscowości, która przyłączyła się do inicjatywy, mieszkańcy mieli możliwość napisania testu sprawdzającego poziom ich kompetencji językowych. Wszyscy uczestnicy wydarzenia otrzymali swoje wyniki określające ich poziom w skali CEFR. Zostały również wyciągnięte średnie dla miast oraz średni wynik dla Polski. Celem tej inicjatywy było stworzenie możliwości bezpłatnego sprawdzenia swoich kompetencji językowych. W dwóch pierwszych edycjach testu wzięło udział ponad 10 tys. Polaków.

ING Życie prowadziło kampanię **Zrób rakowi wspak**, której której celem było promowanie profilaktyki nowotworowej w aspekcie zdrowotnym i finansowym. Klienci firmy otrzymali zaproszenia na bezpłatne badania profilaktyczne. W ramach kampanii zostały podjęte działania angażujące społeczeństwo: flash mob na Dworcu Centralnym w Warszawie z okazji Światowego Dnia Walki z Rakiem w partnerstwie z Ruchem Społecznym Polskie Amazonki, happening w ramach kampanii „Rak. To się leczy” z udziałem mężczyzn, którzy zachęcali kobiety do samobadania piersi i pobrania aplikacji PiersiBadacze, oraz charytatywny bieg „Przegonić Raka”. Ponadto firma zasponsorowała badania mammograficzne podczas pikników Radia Złote Przeboje.

Fundacja Orange (fundacja korporacyjna **Orange Polska**) zrealizowała projekt edukacyjno-animacyjny dla seniorów **Spotkania z pasjami**. W ramach działań przeprowadzono w bibliotekach w całej Polsce spotkania online w formie videokonferencji. Gośćmi byli m.in.: Krystyna Janda, Teresa Lipowska i DJ Wika. Spotkania prowadzili bibliotekarze oraz wolontariusze, którzy włączali seniorów w dyskusję poprzez czat, a także zachęcali do komentowania i refleksji na temat własnych zainteresowań. Udział w projekcie umożliwił zawiązanie się lokalnej sieci aktywnych seniorów, wymianę doświadczeń i podniesienie kompetencji. Aby wzmocnić zaangażowanie uczestników, w trakcie realizacji projektu zorganizowano konkurs na opowieść o swojej pasji. W spotkaniach wzięło udział ponad 7 tys. seniorów.

W 2011 roku **INEA** rozpoczęła projekt **eAktywni 50+**, internet dla każdego, którego celem jest walka z wykluczeniem cyfrowym seniorów. W ramach inicjatywy INEA zapewniła łącze internetowe oraz przekazała oprogramowanie antywirusowe do pracowni komputerowych, w których zorganizowano kursy komputerowe. Opracowany został skrypt szkoleniowy i materiały, które przekazano uczestnikom. Ze względu na duże zainteresowanie kursami podjęto współpracę w tym zakresie z kolejnymi partnerami. Ponadto nagrano kursy komputerowe, które zostały wyemitowane na antenie Wielkopolskiej Telewizji Kablowej oraz udostępnione w internecie.

W odpowiedzi na problem kradzieży i dewastacji infrastruktury, w 2013 roku z inicjatywy **Orange Polska** powstała **Fundacja Niezłomni**, angażująca do wspólnego podejmowania działań podmioty z branży kolejowej, energetycznej i telekomunikacyjnej. W prace włączani są regulatorzy rynku telekomunikacyjnego, energetycznego i kolejowego przy wsparciu innych organów państwowych, w tym policji. Podjęte aktywności wzmocniły świadomość społeczeństwa na temat zagrożeń wynikających z kradzieży infrastruktury i spowodowały większą częstotliwość reakcji na powyższe zjawisko. W ramach działań fundacji m.in. przeprowadzono kampanię społeczną „Nie reagujesz – akceptujesz”.

Do wyżej opisanych działań przyłączyły się **PKP Polskie Linie Kolejowe**, realizując praktykę **Przeciwdziałanie kradzieżom i dewastacjom infrastruktury kolejowej**. Jej celem było: uświadomienie społeczeństwu skutków kradzieży lub dewastacji infrastruktury oraz zmiana postawy z biernoj na aktywną, zachęcenie do reagowania na tego typu zdarzenia. W efekcie udało się poprawić bezpieczeństwo oraz jakość świadczonych usług przewozu osób i towarów.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Celem **Programu Korzenie** prowadzonego przez Bank **Citi Handlowy** jest upowszechnianie wiedzy o historii Banku Handlowego w Warszawie oraz prezentacja dorobku i osiągnięć jego założyciela – Leopolda Kronenberga. W ramach praktyki podejmowane były wielotorowe działania, wśród nich: uczestnictwo w projekcie Muzeum Powstania Warszawskiego „Raz, dwa, trzy – Warszawiankiem jesteś Ty!”; wydano także publikacje związane z sylwetką Kronenberga; wspólnie z NBP zorganizowano doroczną konferencję The European Association for Banking and Financial History, która zgromadziła wybitnych specjalistów oraz przedstawicieli banków europejskich. Ponadto gromadzono dokumenty i pamiątki związane z działalnością banku i rodziny Kronenbergów.

Bank **Citi Handlowy** realizował także program **Business Startup**. Składał się on z 2 modułów: Startup, skierowanego do studentów zakładających firmy w Akademickich Inkubatorach Przedsiębiorczości, oraz Business – skierowanego do firm, które zakończyły już okres preinkubacji. Moduły obejmowały: diagnozowanie potrzeb firmy oraz dobrane narzędzi pomagających w promocji, pozyskanie nowych klientów lub inwestorów, indywidualne spotkania z doświadczonymi przedsiębiorcami i praktykami. Organizowano także cykliczne spotkania z przedsiębiorcami, którzy osiągnęli sukces; dzielili się oni swoim doświadczeniem i strategiami pomagającymi w rozwoju biznesu. Ponadto zapraszano gości specjalnych – guru biznesu, odnoszących sukcesy przedsiębiorców, innowatorów oraz prezesów firm.

Od 5 lat **Grupa KRUK** organizuje w Polsce Dzień bez Długów, który jest elementem programu **DOBRY PLAN**. Działania były nastawione na uwypuklenie znaczenia wczesnej edukacji finansowej, uświadomienie dzieciom wartości pieniądza oraz naukę oszczędności i rozsądnego gospodarowania pieniędzmi. DOBRY PLAN to również konkurs. W jego I edycji eksperci stworzyli plan wyjścia z zadłużenia i pomogli wybranym rodzinom wyjść na finansową prostą. W II edycji osoby, którym udało się pozbyć długów, mogły podzielić się swoimi historiami. Na podstawie nadesłanych prac powstaje poradnik pt. „Jak wyszliśmy z długów. Historie i porady osób zadłużonych”.

Na portalu **Eko-Polska.pl** stworzonym przez **Bank Ochrony Środowiska** użytkownicy tworzą interaktywną mapę. Są na niej ciekawe miejsca na majowy piknik, weekendowe wypadki, piesze czy rowerowe wycieczki. Znajdują się tam informacje o gospodarstwach agroturystycznych, hotelach i pensjonatach położonych w bezpośrednim sąsiedztwie atrakcyjnych z punktu widzenia kontaktu z naturą lokalizacji. Ponadto na portalu można zbierać punkty i wymieniać je na eko-Nagrody oraz wspierać eko-Inicjatywy. Codziennie trafiają tam też ekologiczne wiadomości, miejsca, wydarzenia i inicjatywy. Serwis można śledzić na bieżąco, korzystając z aplikacji mobilnej.

Firma **Lyreco** nawiązała współpracę z Urzędem Gminy Michałowice (gmina, na terenie której zlokalizowana jest siedziba firmy) w celu realizowania projektów na rzecz rozwoju społeczności lokalnej. Pierwszą inicjatywą była organizacja bezpłatnego szkolenia z zakresu udzielania pierwszej pomocy dzieciom dedykowana nauczycielom i wychowawcom z czterech publicznych placówek oświatowych na terenie gminy. W sfinansowanym przez Lyreco szkoleniu wzięło udział 14 osób.

EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻY

Moje pierwsze dwa kółka to kampania zorganizowana przez **PGNiG** po to, by wprowadzić dzieci w rowerowy świat. W ramach projektu zakupiono rowery biegowe i udostępniono je dzieciom z przedszkoli w gminach leżących nieopodal Gdańska. Nauka jazdy połączona była z poznawaniem podstawowych zasad ruchu drogowego oraz konkursami, w których każdy uczestnik otrzymał drobny upominek. Opracowano także pakiet edukacyjny składający się z różnych pomocy dydaktycznych o tematyce rowerowej.

Akcja edukacyjna **Górnik w przedszkolu i szkole** to przedsięwzięcie **PGNiG**. Z okazji górniczego święta pracownicy firmy odwiedzają w galowych mundurach przedszkola i szkoły. Górnicy prowadzą prezentację na temat procesu powstawania, poszukiwania i wydobywania ropy naftowej i gazu ziemnego. Demonstrują m.in. próbki ropy naftowej, skał, z których pozyskiwana jest ropa i gaz, lampę naftową, elementy sprzętu ratownika górniczego. Dzieci otrzymują podczas spotkań upominki. Dodatkowo przedszkola zapraszane są do uczestnictwa w obchodach Barbórki.

Citi Handlowy

www.citihandlowy.pl
zatrudnienie w 2013: 5000 os.

KRUK S.A.

www.pl.kruk.eu
zatrudnienie w 2013: 1395 os.

Bank Ochrony Środowiska

www.bosbank.pl
zatrudnienie w 2013: 1719 os.

Lyreco Polska S.A.

www.lyreco.pl
zatrudnienie w 2013: 579 os.

Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA

www.pgnig.pl
zatrudnienie w 2013: 8143 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Polskie Górnictwo Naftowe
i Gazownictwo SA

www.pgnig.pl
zatrudnienie w 2013: 8143 os.

Skanska Property Poland

www.skanska.pl
zatrudnienie w 2013: 70 os.

MŚP

BASF Polska

www.basf.pl
zatrudnienie w 2013: 353 os.

Bayer Sp. z o.o.

www.bayer.com.pl
zatrudnienie w 2013: 600 os.

RWE Polska

www.rwe.pl
zatrudnienie w 2013: 1200 os.

Fortum Power
and Heat Polska

www.fortum.pl
zatrudnienie w 2013: 680 os.

Firma PGNiG realizowała także praktykę **Odkrywamy talenty dziecięce**. Jej częścią był konkurs „Bajka o cieple” przeprowadzony wśród dzieci pracowników. Trzeba było napisać kreatywną opowieść, w której główną rolę odgrywa ciepło. Na podstawie najlepszej bajki powstał scenariusz spektaklu. Przeprowadzono także casting do przedstawienia oraz warsztaty teatralne w Teatrze Rampa. Podczas finału III edycji Bajkowego Festiwalu Teatralnego dzieci pracowników PGNiG TERMIKA wystawiły spektakl na podstawie zwycięskiej bajki.

Projekt **Skanska Property Poland Świetlicowy PLAC BUDOWY** to seria warsztatów dla uczniów szkoły podstawowej znajdującej się w pobliżu przyszłej budowy Skanska. Obejmuje on cykliczne spotkania, w czasie których uczestnicy mają za zadanie m.in. skonstruować przedmiot, makietę, model lub element małej architektury. W trakcie warsztatów uczniowie mogą także zobaczyć ciekawe rozwiązania ze świata architektury i urbanistyki. Z odpadów powstała już „wymienialnia książek i czasopism”, która stoi na korytarzu szkolnym. Meble dostępne w „wymienialni” zostały wykonane przez uczestników z materiałów recyklingowych. Cały cykl warsztatów zakończy impreza plenerowa, której towarzyszyć będą otwarte zajęcia i akcje happeningowe.

Konkurs **Reakcja łańcuchowa** zorganizowany przez BASF skierowany jest do uczniów w wieku 14–18 lat. Zadaniem zespołu, na czele którego stał nauczyciel, było stworzenie konstrukcji „Reakcji łańcuchowej” (działającej dzięki serii reakcji chemicznych i zjawisk fizycznych) oraz nagranie krótkiego filmu dokumentującego cały eksperyment. Konkurs miał zachęcić młodych ludzi do kreatywnego wykorzystania znajomości chemii i fizyki. Zwycięskie drużyny otrzymały atrakcyjne nagrody, takie jak wyposażenie pracowni chemicznej.

Celem praktyki firmy **Bayer Making Science Make Sense: program promocji nauki** było propagowanie znaczenia nauki dla jakości codziennego życia. Działania miały kilka wymiarów: cykl warsztatów interaktywnych, wystawa popularnonaukowa Anniversary Tour, badanie opinii młodych Polaków na temat znaczenia nauki dla ich życia oraz program praktyk studenckich. Warsztaty laboratoryjne odbywały się w salonie multimedialnym BayLab w Warszawie, gdzie można obejrzeć animowane i trójwymiarowe filmy, wziąć udział w grach oraz przyjrzeć się z bliska zjawiskom chemicznym, fizycznym i biologicznym. Pod okiem moderatorów dzieci przeprowadziły szereg praktycznych ćwiczeń laboratoryjnych. Na profilu akcji na Facebooku zamieszczono przykłady doświadczeń, które można wykonać w domu.

Również warsztaty laboratoryjne dla dzieci ze szkół podstawowych i gimnazjalnych, prowadzone w ramach programu **Making Science Make Sense: praktyki studenckie**, odbywają się w warszawskim salonie popularnonaukowym BayLab. Tworzone są i prowadzone przez studentów, a dotyczą tematyki z obszarów chemii, inżynierii materiałowej i ochrony środowiska. Najbardziej aktywni studenci zapraszani są do szerszych form współpracy przy innych projektach realizowanych przez firmę **Bayer**. Program praktyk pozwala studentom zaangażować swą wiedzę, kreatywność i energię w działania edukacyjne.

Program edukacyjny **POWER BOX** jest efektem współpracy między RWE a Centrum Nauki Kopernik (CNK). Powstał, aby edukować dzieci ze szkół podstawowych w zakresie technologii przyszłości, przetwarzania i produkcji energii. Program opiera się na specjalnie zaprojektowanym zestawie doświadczalnym POWER BOX, dzięki któremu uczniowie samodzielnie przetestowali, w jaki sposób można pozyskiwać energię z wiatru i słońca, jak ją magazynować, ile energii zużywają różne źródła światła, na czym polega funkcja „stand-by”, a także na jakiej zasadzie działa samochód elektryczny. Dodatkowo w zestawie znajduje się gra edukacyjna na temat dywersyfikacji źródeł energii. Doświadczenia zostały opracowane przez specjalistów z CNK i zaprojektowane tak, aby mogły być wykorzystywane na różnych lekcjach, pomagając zrozumieć zjawiska przyrodnicze.

Firma **Fortum Power and Heat Polska**, jako partner strategiczny I **Wrocławskiego Kongresu Dzieci i Młodzieży**, przygotowała program zawierający doświadczenia i eksperymenty z zakresu energii i ekologii. W namiocie sferycznym przy wrocławskiej Pergoli ustawiono minilaboratorium, w którym eksperci prowadzili zajęcia zarówno dla przedszkolaków, jak i gimnazjalistów oraz licealistów. Celem była edukacja energetyczna nastawiona na rozwiązywanie konkretnych zadań praktycznych oraz nauka poprzez zabawę. Dla uczestników kongresu minilaboratorium jest alternatywą dla tradycyjnego sposobu nauki, z jakim młode ma styczność na co dzień.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Bank BGŻ

www.bgz.pl
zatrudnienie w 2013: 5591 os.

Skanska S.A.

www.skanska.pl
zatrudnienie w 2013: 7000 os.

NEUCA

www.neuca.pl
zatrudnienie w 2013: 3500 os.

IDES Consultants Polska
Sp. z o.o.

www.ides.pl
zatrudnienie w 2013: 10 os.

MŚP

Grupa Saint-Gobain

www.saint-gobain.pl
zatrudnienie w 2013: 6300 os.

Polskie Górnictwo
Naftowe i Gazownictwo SA

www.pgnig.pl
zatrudnienie w 2013: 8143 os.

Schenker Sp. z o.o.

www.logistics.dbschenker.pl
zatrudnienie w 2013: 1800 os.

Bank BPH

www.bph.pl
zatrudnienie w 2013: 6050 os.

Program stypendialny **Banku BGŻ Agrotalenty – edukacja dla rolnictwa** ma być wsparciem edukacyjnym dla rolnictwa i jego nowoczesnych rozwiązań. Zakłada wielotorowe działania na rzecz innowacyjności, w tym: warsztaty innowacyjnego rolnictwa i finansowania agrobiznesu dla młodzieży, seminaria i warsztaty prowadzone z opiekunami uczestników Olimpiady Wiedzy i Umiejętności Rolniczych, wsparcie finansowe laureatów olimpiad tematycznych, Klub Agrotalentów – coachingowy program dla stypendystów, staże i zajęcia warsztatowe dla stypendystów i studentów SGGW oraz budowanie lokalnych ośrodków wsparcia rolnictwa.

W marcu każdego roku na wyższych uczelniach technicznych w całej Polsce **Skanska** organizuje cykl **Prezentacji inżynierskich** dla studentów kierunków technicznych. Są one prowadzone przez pracowników firmy. Ich celem jest edukowanie młodych ludzi i przekazywanie im informacji na temat nowych technologii, BHP czy nowości w branży budowlanej. Tematyka dotychczasowych prezentacji dotyczyła m.in. projektu Złote Tarasy w Warszawie, północnego odcinka autostrady A1, zielonego budownictwa, bezpieczeństwa pracy podczas realizacji projektów budowlanych oraz specyfiki pracy w branży budowlanej.

Projekt **Akademia Młodego Farmaceuty** firmy **NEUCA** miał uzupełnić program studiów o praktyczne zagadnienia związane z pracą farmaceuty. Realizowany był na trzech Wydziałach Farmaceutycznych w Polsce, w jego ramach zorganizowano spotkania poświęcone opiece farmaceutycznej nad pacjentami oraz zagadnieniom związanym z zarządzaniem i pracą w aptece. Część wykładową połączono z konkursem dla studentów.

Warsztaty dedykowane studentom i absolwentom uczelni wyższych **Twoja kariera w Twoich rękach** organizowane są przez **IDES Consultants Polska** kilka razy w roku. Podczas szkoleń uczestnicy dowiadują się m.in., jakie są efektywne metody na poszukiwanie pracy; na co pracodawcy zwracają uwagę, poszukując kandydatów do pracy; jak dać się zauważyć na rynku oraz jak przygotować profesjonalne dokumenty aplikacyjne. Praktyka ta ma przygotować młodych ludzi do aktywnego uczestnictwa w rynku pracy.

W celu uzupełnienia luki pomiędzy oczekiwaniami pracodawców a edukacją szkolną i uniwersytecką **Grupa Saint-Gobain** wspólnie z Polskim Stowarzyszeniem Zarządzania Kadrami stworzyła program edukacyjny **Filary sukcesu**. Tytułowe filary to trzy obszary: wiedza teoretyczna, umiejętności praktyczne oraz proaktywność. Aby wzmocnić każdy z nich, na różnych uczelniach przeprowadzono warsztaty eksperckie i branżowe, zainicjowane zostały projekty i liczne konkursy. Powstał Program Ambadorski dla aktywnych studentów i dedykowana strona internetowa www.filarysukcesu.pl.

Z kolei do uczniów ze szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z regionu mazowieckiego skierowany był program realizowany przez PGNiG o nazwie **Zagrzewamy do nauki**. Mentorzy-pracownicy prowadzili warsztaty techniczne, zajęcia rozwijające umiejętności miękkie, opiekowali się uczniami podczas praktyk zawodowych, a także przygotowali materiały na zajęcia i ułożyli konkursy wiedzy. Uczniowie mieli też możliwość wzięcia udziału w Programie Stypendialnym, a szkoły otrzymały dofinansowanie na wyposażenie pracowni. Jednym z efektów działań jest przywrócenie do Klasyfikacji Zawodów Szkolnictwa Zawodowego zawodu „technik energetyk”.

Schenker zorganizował konkursu na **Portal internetowy „Przejdź na stronę logistyki!” – przygotowany dla studentów przez studentów**. Zadanie konkursowe polegało na przedstawieniu ciekawego pomysłu na stronę internetową firmy, dedykowaną studentom i absolwentom, która uwzględnić miała współczesne metody komunikacji. Nagrodą w konkursie był płatny staż, w czasie którego zwycięski zespół miał szansę na zrealizowanie własnego pomysłu na stronę internetową. Przygotowana witryna niesie ze sobą również istotne korzyści dla szerszej grupy studentów i środowiska akademickiego.

W ramach projektu edukacyjnego **Bankowość jest OK!** realizowanego przez **Bank BPH** dzieci i młodzież zapoznawano z zasadami funkcjonowania banku. Zajęcia przeprowadzono w placówkach edukacyjnych w całym kraju. Na warsztatach przekazano wiadomości z zakresu podstaw bankowości oraz znaczenia i pomocy banku w organizowaniu finansów rodziny. Całość zajęć prowadzona była w formie grupowych ćwiczeń, gier i zabaw oraz scenek teatralnych. Prawie 2 tys. uczniów dowiedziało się, co to jest bank, w jaki sposób można oszczędzać, jak założyć konto bankowe, jak zrobić przelew, jak obliczyć odsetki od lokaty lub kredytu. W realizację projektu zaangażowało się prawie 120 pracowników-wolontariuszy.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Citi Handlowy

www.citihandlowy.pl
zatrudnienie w 2013: 5000 os.

IKEA Retail

www.ikea.pl
zatrudnienie w 2013: 2300 os.

ING Bank Śląski

www.ing.pl
zatrudnienie w 2013: 8044 os.

Bank Zachodni WBK

www.bzwbk.pl
zatrudnienie w 2013: 12 000 os.

Sela Sp. z o.o.

www.selabhp.pl
zatrudnienie w 2013: 15 os.

MŚP

AXA Polska S.A.

www.axa.pl
zatrudnienie w 2013: 600 os.

Europ Assistance Polska
Sp. z o.o.

www.europ-assistance.pl
zatrudnienie w 2013: 150 os.

MŚP

IKEA Retail

www.ikea.pl
zatrudnienie w 2013: 2300 os.

Bank Citi Handlowy prowadził program **Być Przedsiębiorczym**, aby młodym ludziom przekazać wiedzę z zakresu przedsiębiorczości oraz wykształcić w nich postawy przedsiębiorczości. Program składał się z 2 modułów. Celem pierwszego, „Przedsiębiorczość”, adresowanego do gimnazjalistów, było kształtowanie umiejętności i kompetencji przedsiębiorczych, takich jak: organizacja pracy własnej i grupy, komunikacja, rozwiązywanie konfliktów. Drugi moduł, „Młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo”, adresowany był do uczniów szkół ponadgimnazjalnych i miał przygotować młodzież do prowadzenia działalności gospodarczej (poprzez samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej pod okiem edukatorów).

Międzyszkolny konkurs ekonomiczny pod nazwą **Mały przedsiębiorca**, którego celem było zapoznanie uczniów tódzkich szkół podstawowych z zagadnieniami dotyczącymi przedsiębiorczości i finansów, zorganizowała **IKEA Retail**. Do zadań uczestników należało m.in. zaplanowanie budżetu domowego, stworzenie pomysłu na biznesplan, a także wymyślenie hasła reklamowego. Dzieci obejrzały scenkę przygotowaną przez uczniów z Klubu Młodego Konsumenta, na podstawie której musiały odpowiedzieć na pytania dotyczące prawa konsumenckiego. Nauczyciele przygotowujący uczniów do konkursu spotkali się z doradcą metodycznym, wymienili się doświadczeniami we wprowadzaniu zagadnień ekonomicznych i otrzymali wskazówki do pracy.

Pomarańczowy meetING to cykl spotkań ze specjalistami **ING Banku Śląskiego** na wybranych uczelniach. W jego ramach studenci mają możliwość odbycia bezpłatnych szkoleń z zakresu finansów, bankowości i nieruchomości. Podczas spotkań bankowcy dzielą się ze studentami wiedzą i doświadczeniem z codziennej pracy. Szkolenia odbyły się na uniwersytetach ekonomicznych we Wrocławiu, w Katowicach i Krakowie. Zespół projektowy liczył blisko 30 osób wspieranych przez ambasadorów ING na uczelniach oraz studenckie organizacje. Dodatkową wartością było wzmocnienie więzi między pracownikami firmy.

Bank Zachodni WBK realizował projekt **Karta szkolna**, którego główne cele to podniesienie poziomu bezpieczeństwa w szkołach oraz edukacja ekonomiczna. Bank wyposaża i przekazuje na własność szkoły system, który kontroluje dostęp do pomieszczeń. Wszyscy uczniowie i pracownicy szkoły otrzymują karty szkolne. Poza podstawową funkcją identyfikatora, pełnią one również rolę kart płatniczych. Można zasilać je przelewem bankowym i dokonywać płatności. We wszystkich szkołach uczestniczących w projekcie prowadzone są specjalne lekcje z zakresu zarządzania budżetem i przedsiębiorczości, opracowane przez wykwalifikowanych metodyków i prowadzone przez ekspertów z banku.

Działania w ramach praktyki **Bezpieczeństwo przede wszystkim** realizowanej przez firmę **Sela** opierały się na szeroko rozumianej edukacji na temat bezpieczeństwa w miejscu pracy. Firma włączyła się do akcji Centralnego Instytutu Ochrony Pracy „Bezpieczna Szkoła”, w ramach której przeszkolono uczniów i rodziców z zakresu pierwszej pomocy. Ponadto prowadzono cykl audycji w Radiu Plus „ABC BHP”, a w telewizji regionalnej blok w programie „Autotest” pt. „Bezpieczeństwo”. W czasie działań współpracowano ze Sztabem Ratownictwa Zielonogórskiego. Sela jest również partnerem corocznych Zielonogórskich Ćwiczeń Służb Ratowniczych.

AXA Polska wspólnie z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości rozpoczęła program edukacji o ubezpieczeniach dla młodzieży **Dbam o przyszłość**. Ma on uświadomić uczniom szkół ponadgimnazjalnych, z jakimi ryzykami mogą się w życiu spotkać, oraz pokazać, jak za pomocą ubezpieczeń mogą minimalizować ich finansowe konsekwencje. Program jest oparty na wolontariacie pracowników, którzy wspierają nauczycieli w lekcjach z podstaw przedsiębiorczości, dzielą się wiedzą oraz umiejętnościami praktycznymi. Ważnym elementem spotkań jest także prezentacja doświadczeń i przemysłów dotyczących własnej drogi zawodowej i edukacyjnej.

Europ Assistance Polska, realizując projekt **Wsparcie przedsiębiorczej młodzieży**, przyłączył się do akcji „Dzień Przedsiębiorczości” i „Otwarta Firma”. W ich ramach pracownicy firmy szerzą wiedzę o finansach i ubezpieczeniach wśród młodzieży ze szkół gimnazjalnych oraz ponadgimnazjalnych.

Projekt **Daj się ponieść fantazji** realizowany był przez **IKEA Retail** na terenie Łodzi. Przeprowadzono warsztaty m.in. w zakresie prawidłowego postępowania z elektrośmieciem (wspólnie z Fundacją Ośrodka Edukacji Ekologicznej i firmą Remondis Electrorecycling), wykorzystania wiatru jako źródła energii odnawialnej czy prawidłowych zasad żywienia.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Akcja była kontynuacją wcześniej podejmowanych projektów, w tym ekoferii. Do realizacji działań zaangażowani zostali pracownicy firmy, którzy przygotowali merytorykę do przeprowadzanych warsztatów, opracowali materiały edukacyjne oraz poprowadzili warsztaty.

W ramach **projektów proekologicznych realizowanych przez PGNiG z Fundacją Partnerstwo dla Środowiska oraz ze szkołami podstawowymi woj. podkarpackiego** zrealizowane zostały następujące wydarzenia: Certyfikat Zielonej Flagi, Tydzień ekologiczny „Z przyrodą na TY” i projekt Ekologią Malowane Święta Bożego Narodzenia. Skupiono się na organizacji różnego typu akcji, spotkań, lekcji edukacyjnych, konkursów poszerzających i promujących świadomość ekologiczną zarówno uczniów, jak i ich rodziców.

PM Experts wsparło projekt **English Summer/Winter Camp** organizowany przez gdański oddział Project Management Institute. Jego celem jest umożliwienie dzieciom wychowującym się w domach dziecka, a także w biednych rodzinach uczestniczenia w wakacyjnych kursach języka angielskiego, opartych o najwyższej jakości materiały i praktyki edukacyjne. Z projektu rocznie korzysta 70 dzieci. Oprócz codziennej nauki języka angielskiego uczestnicy obozu brali udział w wielu warsztatach prowadzonych m.in. przez pracowników PM Experts.

Założeniem **Programu edukacyjnego Oracle Academy** prowadzonego przez **Oracle Polska** jest wspieranie procesu dydaktycznego w szkołach wszystkich szczebli w Polsce. Nauczyciele i wykładowcy mogą korzystać z przygotowanych materiałów szkoleniowych, włączając je w standardowy program nauczania. Otrzymują również zniżki na szkolenia i egzaminy związane z rynkiem IT. Pracownicy firmy angażują się w rozwój projektu, organizując spotkania ze studentami i uczniami, dając im możliwość kontaktu z ekspertami i poszerzenia swojej wiedzy.

TWORZENIE MIEJSC PRACY I ROZWOJ KOMPETENCJI

Na rosnący problem bezrobocia wśród absolwentów firmy odpowiadają programami staży, po których najlepsi często otrzymują oferty zatrudnienia.

Adecco Sales University to cykliczny program darmowych szkoleń **Adecco Poland** dedykowanych w szczególności młodym osobom na rynku pracy – absolwentom lub studentom ostatnich lat. Udział w nim mogą wziąć wszyscy, którzy chcą się nauczyć, jak się poruszać na rynku usług Business to Business (B2B) i zostaną zakwalifikowani przez firmę do programu. Poprzez przeprowadzane szkolenia Adecco wdraża kandydatów do pracy w obszarze usług B2B, pomaga im poznać własne predyspozycje, mocne i słabe strony, a najbardziej wyróżniających się uczestników zatrudnia. Cykl treningów prowadzą pracownicy, dla których jest to okazja do wykazania się w nowej roli, podzielenia się swoją wiedzą i umiejętnościami. Do udziału w programie zgłosiło się 173 chętnych, przyjęto 88, zaś 9 osób zatrudniono. Tym samym firma zyskała cennych pracowników, których koszt pozyskania był o 21% niższy w stosunku do tradycyjnie prowadzonej rekrutacji.

Program staży i praktyk Student on Board, adresowany głównie do studentów ostatnich lat oraz absolwentów, zadebiutował w **Grupie Sanofi** w 2010 roku. Od tego czasu nawiązano współpracę z ponad 60 studentami. Dzięki programowi mają oni możliwość bliższego poznania firmy, jej pracowników oraz specyfiki pracy w międzynarodowej jednostce z branży farmaceutycznej. Studenci zdobywają unikalne doświadczenie i wiedzę oraz kompetencje pożądane na rynku pracy. Po zakończeniu programu stażowego prawie 50% z nich pozostaje w firmie. Szczegółowe informacje można znaleźć na stronie www.studentonboard.pl.

Nestlé Polska poszerza swoje dotychczasowe działania na rzecz **wspierania rozwoju zawodowego młodych ludzi**, do których należy m.in. Program Praktyk Letnich, organizowany w Polsce od prawie 15 lat. Składają się na niego: Summer Internship Program (przeznaczony dla słuchaczy studiów o profilu ekonomicznym) oraz Technology Engineering Development (dedykowany studentom uczelni technicznych), na które co roku aplikuje ok. 3 tys. osób. Prawie połowa stażystów po zakończeniu praktyk otrzymuje oferty pracy. W listopadzie 2013 roku firma ogłosiła rozpoczęcie Europejskiej Inicjatywy na rzecz Zatrudniania Ludzi Młodych. W jej ramach w ciągu najbliższych 3 lat Nestlé w Polsce zatrudni w różnych obszarach działalności firmy 360 młodych ludzi do 30. roku życia, zaś 400 osobom stworzy

Polskie Górnictwo
Naftowe i Gazownictwo SA

www.pgnig.pl
zatrudnienie w 2013: 8143 os.

PM Experts Sp. z o.o.

www.pmexperts.pl
zatrudnienie w 2013: 9 os.

MŚP

Oracle Polska Sp. z o.o.

www.oracle.com
zatrudnienie w 2013: 500 os.

Adecco Poland

www.adecco.pl
zatrudnienie w 2013: 250 os.

Grupa Sanofi

www.sanofi.pl
zatrudnienie w 2013: 1000 os.

Nestle Polska S.A.

www.nestle.pl
zatrudnienie w 2013: 5000 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

możliwość odbycia praktyk i staży w swoich spółkach. Ponadto zbuduje program konsultacji zawodowych w szkołach i na uczelniach wyższych „Gotowość do pracy”. Wspólnie z dostawcami stworzy także platformę Sojusz dla Młodych, dzięki której również partnerzy biznesowi będą mieli wpływ na poprawę sytuacji na rynku pracy.

Program Praktyk Letnich Skanska daje szansę zdobycia i sprawdzenia umiejętności potrzebnych w pracy inżyniera lub specjalisty. Przez 12 tygodni wybrane osoby pracują pod okiem doświadczonych opiekunów oraz uczestniczą w szkoleniach rozwojowych i spotkaniach integracyjnych. Ci, którzy się sprawdzą, zostają zatrudnieni. Do tej pory odbyło się 8 edycji programu, w których uczestniczyło łącznie ponad 500 praktykantów. Z młodymi inżynierami przez cały czas trwania praktyk współpracowało dotychczas 445 przeszkolonych opiekunów – pracowników Skanska. W program zaangażowane było niemal 400 projektów Skanska oraz 7 zespołów (m.in. HR, Komunikacja). Zatrudnienie w firmie znalazło 70% praktykantów. W 2013 roku napłynęła rekordowa liczba zgłoszeń – 3930. Ostatecznie w programie wzięło udział 41 osób, z którymi współpracowało 38 opiekunów.

Program staży i praktyk PPT PKS Gdańsk-Oliwa studenci zaczynają od tygodniowego szkolenia obejmującego: program operacyjny PasCom, program telematyczny TX-Connect, procedury ISO, akty prawne i przepisy, zarządzanie projektami oraz szkolenie BHP. Stażyści poznają specyfikę pracy w każdym z Zespołów Funkcjonalnych Działu Operacji oraz w Dziale Sprzedaży. W dalszym etapie wdrażają się do zajęć w Dziale Fakturowania, Dziale Technicznym i Dziale Rozliczeń Kierowców oraz Dziale Finansowym. W stażach wzięło udział 12 osób. Po ich zakończeniu 6 stażystów zostało zatrudnionych. Ponadto firma organizuje praktyki; w latach 2005–2013 odbyły je 23 osoby (uczniowie i studenci). Siedmioro z nich rozpoczęło pracę w przedsiębiorstwie. Program jest realizowany we współpracy z Uniwersytetem Gdańskim i Wyższą Szkołą Bankową w Gdańsku.

W ramach programu realizowanego przez **CEMEX dla uczniów i studentów – Budujemy lepszą przyszłość** na dwóch uczelniach, Politechnice Częstochowskiej i Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, odbywa się cykl specjalistycznych warsztatów – Akademia Umiejętności – prowadzony przez praktyków biznesu z zakresu produkcji materiałów budowlanych, bezpieczeństwa pracy, ochrony środowiska, zrównoważonego rozwoju, a także prawa pracy. Szkoła Dobrych Praktyk to moduł dedykowany uczniom szkół ponadgimnazjalnych (z Chełma i Częstochowy), którzy zainteresowani są tematyką produkcji materiałów budowlanych i chcą pogłębić swoją wiedzę w tej dziedzinie. Uczniowie mają okazję odwiedzenia zakładów produkcyjnych CEMEX, a także odbycia praktyk zawodowych w firmie. Projekt jest realizowany wspólnie z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości i Polskim Stowarzyszeniem Zarządzania Kadrami. W 2013 roku inicjatywą objęto 100 uczniów i studentów.

Pomysł projektu **VIWA Academy** powstał w firmie **VIWA Entertainment Poland**, aby przeciwdziałać procesowi emigracji specjalistów informatyków z Koszalina. W projekcie bierze udział Politechnika Koszalińska i Fundacja Polak 2.0. Zrekrutowani do niego studenci zostali podzieleni na dwie grupy, które uczestniczyły w kursach prowadzonych przez programistów z firmy – autorów programu nauczania, dając szansę zdobycia doświadczenia w programowaniu. Dwie najlepsze osoby wyłonione spośród uczestników otrzymają propozycję kilkumiesięcznego stażu w firmie. Planowane jest rozszerzenie projektu również na szkoły średnie.

W drodze do pracy to społeczny projekt aktywizacji zawodowej kobiet pozostających dłużej bez pracy – od minimum roku – bez pracy. Jest realizowany przez firmę **Henkel** we współpracy z Fundacją Miejsce Kobiet. Głównym celem projektu jest pomoc bezrobotnym kobietom w nabyciu umiejętności wspierających ich powrót na rynek pracy. Poszczególnymi elementami kursu są m.in. trening psychologiczny, ćwiczenia z autoprezentacji, zajęcia z przedsiębiorczości czy konkretne szkolenia zawodowe. W ramach zajęć odbywają się także wspólne warsztaty z pracowniczkami firmy Henkel, dzięki którym uczestniczki kursu mają okazję zetknąć się z bliską z realiami pracy w międzynarodowej organizacji. W projekcie mogą wziąć udział kobiety pełnoletnie, z wykształceniem średnim lub wyższym, zamieszkałe na terenie województwa mazowieckiego, posiadające status osoby bezrobotnej, a także osoby nieaktywne zawodowo, pozostające co najmniej rok bez pracy. W ramach projektu od października 2013 do czerwca 2014 roku przeprowadzone zostaną 3 pełne programy szkoleniowe, w których weźmie udział łącznie 60 osób.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

DOBRY SĄSIAD

Dni otwarte w firmach to dobra okazja do nawiązania bliższych relacji między przedsiębiorstwem a społecznością lokalną. Dwie spółki **Grupy CEZ w Polsce**: Elektrownia Skawina oraz Elektrociepłownia Elcho w Chorzowie zorganizowały **Dzień Drzwi Otwartych** dla okolicznych mieszkańców. Głównym celem było ukazanie codziennej pracy zakładów produkcyjnych, zaprezentowanie nowoczesnych metod wytwarzania energii i racjonalnych sposobów korzystania z niej. Wydarzenie odbyło się pod hasłem „Ciepło sieciowe w Twoim Domu – komfort i bezpieczeństwo”. W trakcie wycieczki wewnątrzni eksperci opowiadali o najnowszych metodach ogrzewania domu oraz o tym, jak zapewnić sobie bezpieczną, a zarazem komfortową i dopasowaną do własnych potrzeb metodę ogrzewania. W obu spotkaniach wzięło udział łącznie ok. 500 osób.

Dwie edycje **Dni Otwartych** w swoich elektrociepłowniach w Zabrze i Częstochowie – wiosną i jesienią – zorganizowała firma **Fortum**. W wydarzeniach brali udział okoliczni mieszkańcy oraz uczniowie lokalnych szkół. Mieli oni okazję zobaczyć m.in. składowisko węgla, kotłownię kotłów pyłowych, maszynownię, główną nastawnię, chłodnie kominowe, budynek hali maszynowni, a także dowiedzieć się, w jaki sposób funkcjonuje elektrociepłownia oraz jakie procesy zachodzą w trakcie produkcji energii i ciepła. Zwiedzających oprowadzali przewodnicy Fortum. łącznie w wydarzeniach wzięło udział ponad 2 tys. osób.

Kronopol od 2011 roku realizuje program **Firma Otwarta**, w ramach którego zaprasza do zakładów produkcyjnych najmłodszych mieszkańców Żar. Wizyty uczniów to z jednej strony szansa na zaprezentowanie im historii, filozofii i zachowań proekologicznych firmy, z drugiej zaś – na zapoznanie ich z procesami produkcji wyrobów drewnopochodnych oraz realizowanymi przez firmę działaniami marketingowymi i biznesowymi na rynku polskim oraz rynkach zagranicznych. Dodatkowo dla dzieci i młodzieży odwiedzających zakład produkcyjny organizowane są konkursy plastyczne.

Polpharma, będąc największym pracodawcą w Starogardzie Gdańskim, buduje relacje ze społecznością lokalną, m.in. urządzając **Dzień Otwarty**. W laboratoriach i na oddziałach produkcyjnych pracownicy organizują pokazy, symulacje procesów i eksperymenty chemiczne dla gości. Dodatkowo można wtedy m.in. zmierzyć ciśnienie krwi, zapisać się do banku dawców szpiku, wziąć udział w szkoleniu z pierwszej pomocy przedmedycznej i w konkursach na rowerowym torze przeszkód, a także zdać egzamin na kartę rowerową. Podczas Dnia Otwartego wręczane są nagrody Zielonego Procesu pracownikom najbardziej zaangażowanym w inicjatywy ekologiczne; a w ramach wspólnej akcji z „Dziennikiem Bałtyckim” zebrano także 8200 kg makulatury, 483 kg sprzętu elektrycznego i elektronicznego, 120 kg baterii, 200 kg plastikowych nakrętek oraz 30 kg przeterminowanych leków.

Spółecznicy to pracownicy **Tesco**, którzy są reprezentantami firmy w kontaktach i budowaniu relacji międzysąsiedzkich; 33 osoby z Działów Obsługi Klienta pracują razem z lokalną społecznością w swoim mieście i działają na rzecz lokalnych potrzeb, poświęcając na to 10% swojego czasu pracy. Każda z tych osób realizowała w ramach projektu plan 13 akcji skierowanych do lokalnej społeczności. Były to m.in. wycieczki do sklepu Tesco dla dzieci i młodzieży, prezentacje lokalnych szkół gastronomicznych organizowane w pasażach sklepów Tesco, eventy promujące zdrowe odżywianie (akcja „Owoc zamiast słodyczy”), badania medyczne, rejestracja dawców szpiku oraz udział w dniach sportu w lokalnych szkołach. łącznie w wydarzeniach wzięło udział ponad 26 tys. ludzi.

Grupa LOTOS to jeden ze współzałożycieli **Forum Inicjowania Rozwoju**, wieloaspektowego projektu współpracy międzysektorowej, którego celem jest prowadzenie partnerskich programów na rzecz rozwoju lokalnych społeczności i wyrównywanie dysproporcji społecznych w obszarach: kultura, edukacja i rozwój gospodarczy. Do partnerstwa włączani są przedstawiciele wszystkich sektorów (w tym także małe i średnie firmy oraz podmioty ekonomii społecznej), a każdy z nich angażowany jest zgodnie ze swoimi kompetencjami merytorycznymi. Projekt realizuje ponad 20 podmiotów, m.in. Grupa LOTOS, Energa, PGNiG, PwC, Pracodawcy Pomorza. Przedsięwzięciu patronują Marszałek Województwa Pomorskiego oraz Prezydent Miasta Gdańska.

Porty Lotnicze podejmują działania zmniejszające niedogodności związane z działalnością Lotniska Chopina. Jednym z elementów mających wpływ na okolicznych mieszkańców jest sposób wykonywania startów i lądowań, a działania w tym zakresie znajdują się

CEZ Polska Sp. z o.o.

www.cezpolska.pl
zatrudnienie w 2013: 400 os.

Fortum Power and Heat Polska

www.fortum.pl
zatrudnienie w 2013: 680 os.

Kronopol Sp. z o.o.

www.kronopol.pl
zatrudnienie w 2013: 1000 os.

Polpharma

www.polpharma.pl
zatrudnienie w 2013: 4300 os.

Tesco Polska

www.tesco.pl
zatrudnienie w 2013: 29 000 os.

Grupa LOTOS S.A.

www.lotos.pl
zatrudnienie w 2013: 1353 os.

P.P. „Porty Lotnicze”

www.lotnisko-chopina.pl
zatrudnienie w 2013: 2391 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

w kompetencjach Polskiej Agencji Żeglugi Powietrznej (PAŻP). Porty Lotnicze, po przeprowadzeniu odpowiednich analiz, zasygnalizowały PAŻP potrzebę dokonania modyfikacji standardowych tras startów w związku z tym, że zaobserwowano odstępstwa dotyczące tras rzeczywistych w stosunku do nominalnych, co powodowało przesunięcie ruchu lotniczego i większe uciążliwości dla okolicznych mieszkańców. Zmiany zostały wprowadzone i poskutkowały większym uporządkowaniem ruchu lotniczego – pozytywne efekty potwierdzone są pomiarami natężenia hałasu. Oprócz tej **optymalizacji procedur lotniczych**, Porty Lotnicze wprowadziły również **System Quota Count**. Wszystkim statkom powietrznym operującym na Lotnisku Chopina przydzielona została określona liczba punktów w przedziale od 0,25 do 16 w zależności od poziomu hałasu, jaki powodują przy starcie lub lądowaniu. Im samolot mniej hałasuje, tym otrzymuje niższą wartość. Wszystkie operacje startu lub lądowania zaplanowane na jedną noc są sumowane według wartości punktowej przyznanej samolotom, które je wykonują. Suma nie może przekroczyć limitu 32 punktów. Liczba operacji lotniczych może się różnić każdej nocy, ale zasięg hałasu powodowany przez statki powietrzne nie przekroczy powyższej wartości. Limit punktów w systemie Quota Count wyznaczany jest dla jednej nocy w oparciu o założenia przyjęte do określenia granicy obszaru ograniczonego użytkowania dla Lotniska Chopina przez Sejmik Województwa Mazowieckiego. Procedura umożliwia osiągnięcie kompromisu pomiędzy potrzebami przewoźników lotniczych i pasażerów korzystających z lotniska a osób mieszkających w pobliżu portu.

BEZPIECZEŃSTWO NA DRODZE

Edukacja dzieci i ich rodziców w zakresie bezpiecznego poruszania się po drodze była celem festynu **Bezpieczna trasa** przygotowanego przez **PPT PKS Gdańsk-Oliwa**. Spotkanie zorganizowano w czerwcu 2013 roku, we współpracy ze strażą pożarną, strażą miejską, policją oraz lokalnymi firmami. W wydarzeniu wzięło udział 300 osób.

AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA

Trzy kluczowe obszary zaangażowania społecznego **Grupy Kapitałowej LOTOS** to wyrównywanie różnic społecznych poprzez edukację, bezpieczeństwo w ruchu drogowym, a także ochrona środowiska. W sposób szczególny rozwijane są projekty edukacji sportowej dzieci i młodzieży, w tym program **Biało-zielona przyszłość z LOTOSEM**, realizowany we współpracy z Akademią Piłkarską Lechii Gdańsk. Jego celem jest upowszechnianie piłki nożnej i rozwoju fizycznego oraz zasad fair play wśród dzieci i młodzieży. Podopiecznymi projektu są dzieci w wieku 7–12 lat; w 2013 roku ich liczba wyniosła ok. 1800 osób. Głównym działaniem w ramach programu jest tworzenie zamiejscowych oddziałów Akademii Piłkarskiej Lechii Gdańsk w małych i średnich miejscowościach na Pomorzu. Zostały one otwarte w Bytowie, Starogardzie Gdańskim, gminie Pruszcz Gdański, Ustce, gminie Krokowa, Nowym Dworze Gdańskim, Chojnicach, Stężycy, Kartuzach i Luzinie; kluby miejscowe otrzymały wsparcie w postaci strojów treningowego i meczowego dla zawodników oraz trenerów, pomocniczego sprzętu treningowego, wynagrodzeń trenerów oraz zapewnienia szkoleń i staży trenerskich. Dodatkowo wdrożony został program stypendialny skierowany do zawodników trenujących w ośrodkach Akademii. W jego ramach firma finansuje stypendia dla najlepszych zawodników w kategorii sportowej i socjalno-sportowej. Dotychczas otrzymały je 104 osoby w łącznej kwocie 114 300 zł.

Młodych sportowców wspiera również **Grupa Muszkieterów**, realizując praktykę **Olimpijska Akademia Muszkieterów**. Jest to program skierowany do młodych szermierzy (w wieku 13–18 lat), którzy w przyszłości mają szansę reprezentować Polskę i odnosić sukcesy na europejskich i międzynarodowych imprezach sportowych, takich jak igrzyska olimpijskie. Grupa Muszkieterów inicjatywę realizuje od 2009 roku we współpracy z klubem sportowym Warta Poznań. Ponadto sekcja szermiercza klubu otrzymuje od firmy wsparcie finansowe na zakup profesjonalnego sprzętu oraz organizację imprez sportowych.

Propagująca aktywność sportową **Grupa GPEC** została głównym partnerem promocji 51. edycji gdańskiego Biegu Westerplatte. Wśród uczestników wydarzenia znalazła się firma drużyna biegaczy. Realizując praktykę **Rozbieg z Grupą GPEC**, firma przygotowywała również specjalne treningi oraz rozgrzewki dla mieszkańców Trójmiasta, np. podczas Dnia Serca zorganizowanego w Kociewiu, w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu.

PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA

MŚP

www.pks-sa.com

zatrudnienie w 2013: 111 os.

Grupa LOTOS S.A.

www.lotos.pl

zatrudnienie w 2013: 1353 os.

Grupa Muszkieterów

www.muszkieterowie.pl

zatrudnienie w 2013: 13 000 os.

Grupa GPEC

www.gpec.pl

zatrudnienie w 2013: 500 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ING Bank Śląski

www.ing.pl

zatrudnienie w 2013: 8044 os.

Jet Line Spółka z o.o. Sp. k.

www.jetline.pl

zatrudnienie w 2013: 27 os.

MŚP

NEUCA

www.neuca.pl

zatrudnienie w 2013: 3500 os.

Grupa Sanofi

www.sanofi.pl

zatrudnienie w 2013: 1000 os.

Polpharma

www.polpharma.pl

zatrudnienie w 2013: 4300 os.

Magya

www.wegemaluch.pl

zatrudnienie w 2013: 1 os.

MŚP

Siemens Sp. z o.o.

www.siemens.pl

zatrudnienie w 2013: 1000 os.

Bieganie jest sportem wspieranym także przez **ING Bank Śląski**. Firma zaprosiła do udziału w wydarzeniu **Biegnij Warszawo** swoich pracowników. Każdy ze startujących bankowców mógł pobiec charytatywnie na rzecz Fundacji ING Dzieciom. W wydarzeniu wzięło udział 180 pracowników, co oznacza, że na konto fundacji wpłynęło 180 tys. zł. Oprócz biegaczy firma wspiera również inne grupy sportowe, uprawiające m.in. piłkę nożną, siatkówkę, koszykówkę, tenis.

Firma **Jet Line** zaprosiła dzieci i młodzież zagrożone wykluczeniem społecznym na rejsy na żaglowcach. Od maja 2012 roku zorganizowała 4 tygodniowe, pełnomorskie **Rejsy Odkrywców**. Wzięło w nich udział łącznie 47 młodych osób z 3 ośrodków opiekuńczo-wychowawczych. Cały program koordynowała powołana przez Jet Line **Fundacja Rejs Odkrywców**.

Marsz NEUCA dla zdrowia to doroczna inicjatywa firmy farmaceutycznej **NEUCA** mająca aktywizować mieszkańców Torunia. Głównym elementem akcji jest kilkukilometrowy marsz, w którym mogą wziąć udział wszyscy chętni. Organizator zapewnia uczestnikom kije do nordic walking, opiekę profesjonalnych instruktorów, a także szereg prozdrowotnych atrakcji. Dodatkowo za każdy kilometr przebyty przez uczestnika marszu NEUCA przekazuje 2 zł na rzecz Toruńskiej Fundacji na Rzecz Hematologii. W 2013 roku w marszu wzięło udział blisko 3 tys. osób, co przełożyło się na 120 tys. zł przekazanych fundacji.

PROFILAKTYKA ZDROWOTNA

Nowotwór prostaty to obecnie trzecia pod względem częstości przyczyna zgonów spowodowanych chorobami nowotworowymi wśród mężczyzn w Polsce. Tymczasem wcześniej wykryty jest uleczalny. **Grupa Sanofi** we współpracy z Fundacją Wygrajmy Zdrowie prowadzi od 2011 roku **ogólnopolską kampanię edukacyjną „Prostata na lata”**, aby zwiększyć świadomość społeczeństwa na temat raka gruczołu krokowego, wesprzeć pacjentów onkologicznych w ich walce z chorobą oraz przełamać tabu związane z chorobami stercza. W ramach kampanii powstało wiele materiałów edukacyjnych, m.in. kompleksowy poradnik dla pacjentów oraz foldery edukacyjne, które trafiły do placówek onkologicznych w całej Polsce. Na stronie www.prostatanalata.pl pacjenci i ich rodziny znajdą informacje na temat choroby, sposobów jej leczenia oraz porady z zakresu psychoonkologii.

Kampania Ciśnienie na życie Polpharmy służyła z kolei podniesieniu poziomu wiedzy na temat profilaktyki schorzeń układu krążenia, aby minimalizować ryzyko poważnych zdarzeń kardiologicznych, takich jak zawał serca czy udar niedokrwieny mózgu. Z danych Polskiego Towarzystwa Kardiologicznego wynika, że choroby układu sercowo-naczyniowego odpowiadają za 48% zgonów w Polsce. W ramach kampanii w 40 miejscowościach na terenie całego kraju wykonano 200 tys. pomiarów ciśnienia krwi. Za każdy pomiar firma przekazała złotówkę na rzecz Kliniki Zdrowego Serca w Zabrze. Kampanii towarzyszyło również nowe badanie wieku serca za pomocą specjalnie przygotowanej aplikacji „Wiek serca” stworzonej przez ekspertów z Uniwersytetu Gdańskiego – pierwsze na taką skalę w Europie. Zwieńczeniem działań będzie raport „Serce Polaka”, w którym wykorzystane zostaną dane z tysięcy pomiarów ciśnienia tętniczego.

Przedsiębiorstwo **Magya**, twórca portalu Wegemaluch.pl, za cel postawiło sobie **promowanie zdrowego żywienia dzieci oraz diety wegetariańskiej**. Przyczyną podjęcia tych działań była niedostępność diety wegetariańskiej w publicznej oświacie oraz brak zrozumienia jej pracowników dla innych preferencji dietetycznych rodziców. W listopadzie 2012 roku na portalu Wegemaluch.pl opublikowana została petycja w sprawie umożliwienia rodzicom wyboru diety wegetariańskiej w ośrodkach edukacji publicznej. Pod wpływem postulatów w niej zawartych Ministerstwo Edukacji oraz Instytut Żywności i Żywienia zmieniły swoje stanowisko i uznały dietę wegetariańską za odpowiednią w kontekście żywienia dzieci i młodzieży. W listopadzie 2013 roku przedsiębiorstwo wydało książkę „Zdrowy maluch”, która kompleksowo porusza zagadnienie prawidłowo zbilansowanej diety. Obecnie firma dąży do tego, aby w placówkach oświatowych uczniowie mieli dostęp do świeżych, sezonowych warzyw i owoców.

W 2013 roku **Siemens** (sektor Healthcare, który dostarcza rozwiązania dla potrzeb diagnostyki, leczenia i technologii w medycynie) wspólnie z TVP Info przygotował **Akademii Zdrowia**. Program poświęcony medycynie, diagnostyce i terapii miał na celu uświadamiać

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

widzów, w jaki sposób dbać o zdrowie i walczyć z wieloma poważnymi chorobami. W 12 odcinkach pokazywano nowoczesne metody diagnostyczne, niektóre przypadki zachorowań, opisywano fakty i obalano mity. Główną rolę w Akademii Zdrowia odgrywali profesorowie, eksperci z różnych dziedzin medycyny, którzy dzielili się z widzami wiedzą i doświadczeniem lekarskim. W Akademii pokazano również sprzęt medyczny wspierający rozwój efektywnej diagnostyki medycznej w Polsce. Program emitowany był w 2013 roku, w soboty, a średnia oglądalność jednego odcinka wyniosła ok. 200 tys. widzów.

Pelion prowadzi aktywne działania skierowane do seniorów. Jednym z nich była dwudniowa akcja **Podaruj Zdrowie Seniorom**, adresowana do mieszkańców Płocka w wieku 50+ i objęta patronatem Prezydenta Miasta. Pierwszego dnia zebrano wnioski o pomoc na leczenie od osób w trudnej sytuacji materialnej bądź życiowej. Przekazano im działające na zasadzie przedpłaty karty Podaruj Zdrowie, które można realizować, wyłącznie kupując leki w aptekach na terenie całego kraju. Drugiego dnia odbyło się seminarium naukowe poświęcone tematyce profilaktyki i promocji zdrowia seniorów, zorganizowane wspólnie przez **Dbam o Zdrowie** (korporacyjną fundację Pelion) oraz **Partnerstwo 50+**, skupiające 3 płockie organizacje zajmujące się opieką nad osobami starszymi, samotnymi i niepełnosprawnymi – **Polski Komitet Pomocy Społecznej Zarząd Płocki**, **Polski Czerwony Krzyż Zarząd Rejonowy w Płocku** oraz **Fundację Agencji Służb Społecznych**.

Celem **Programu 60+**, zainicjowanego i realizowanego przez **Pelion** jest z kolei aktywne działanie na rzecz obniżenia całościowych kosztów terapii lekowych dla osób po 60. roku życia. Program skupia farmaceutów, negocjatorów cen, analityków, specjalistów ds. monitorowania rynku; funkcjonuje w ponad 2 tys. aptek w całej Polsce. W jego ramach podejmowane są działania mające na celu z jednej strony obniżenie cen leków dla ludzi po 60. roku życia, z drugiej zaś podniesienie świadomości na temat różnic w cenach leków i możliwości korzystania z tańszych zamienników. Zainicjowano także kampanię promującą aktywne postawy osób starszych – powołano **Bank Aktywności Seniorskich** gromadzący informacje na temat wydarzeń dla seniorów i przeprowadzono akcję, podczas której uczono podstaw udzielania pierwszej pomocy. Wydawany jest również „Magazyn 60+”, dostosowany w formie i treści do potrzeb seniorów. W programie wzięło udział przeszło 1,3 mln osób po 60. roku życia, ponad 3 tys. leków objęto monitoringiem cen, co przelicza się na ponad 154 mln zł oszczędności uczestników Programu 60+.

Firma **ZC Michaś** zrealizowała projekt **Akademia Przedszkolaka**, który powstał w trosce o prawidłowy rozwój najmłodszych. Dedykowany jest on dzieciom w wieku 3–6 lat. Do jego głównych założeń należy popularyzacja aktywnego spędzania czasu, integracja dzieci w różnym wieku i z różnych grup społecznych oraz wychowanie przyszłych sportowców. Stworzono 4 grupy po 100 osób, które odbywają 2 treningi w tygodniu po 75 minut na obiektach KS Skra Częstochowa. Zajęcia odbywały się także na terenie budynków przedszkolnych. Łącznie w projekcie uczestniczyło 700 dzieci z częstochowskich przedszkoli. W realizację projektu zaangażowani byli zawodowi trenerzy KS Skra oraz wolontariusze z **ZC Michaś**.

KAMPANIA SPOŁECZNA

Jednym ze zjawisk niosących ryzyko poważnych negatywnych konsekwencji społecznych jest powszechność bezpłatnych staży i praktyk dla osób wchodzących na rynek pracy – studentów i absolwentów. Zwrócenie uwagi na skalę problemu oraz próby jego rozwiązywania poprzez promowanie etycznych firm oferujących wynagrodzenie za wykonywaną dla nich pracę jest celem rozpoczętej we wrześniu 2013 roku **kampanii społecznej „Nie robię tego za darmo”**. Została ona zainicjowana przez **Inclick** i jest organizowana we współpracy z **Fundacją Wspieramy Wielkich Jutra** oraz **PR Commercial Communications**. W ramach kampanii uruchomiono stronę internetową www.nierobietegozadarmo.pl, na której zamieszczane są historie byłych praktykantów i stażystów, a także głosy pracodawców oraz stanowiska ekspertów ds. rynku pracy i doradztwa zawodowego. Prowadzona jest również komunikacja w mediach społecznościowych oraz w tradycyjnych mediach. Pod koniec 2013 roku w kampanię zaangażowało się blisko 50 koalicjantów, wśród których znalazły się także uczelnie wyższe.

Kampania społeczna **Bezpieczny przejazd – „Zatrzymaj się i żyj!”** to odpowiedź **PKP Polskie Linie Kolejowe** na dane wskazujące większą śmiertelność w wypadkach na przejazdach

Pelion S.A.

www.pelion.eu
zatrudnienie w 2013: 7000 os.

ZC Michaś Sp.j.

www.michas.com.pl
zatrudnienie w 2013: 110 os.

Inclick Sp. z o.o.

www.inclick.pl
zatrudnienie w 2013: 8 os.

PKP Polskie Linie Kolejowe S.A.

www.plk-sa.pl
zatrudnienie w 2013: 40 000 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

drogowo-kolejowych w porównaniu z innymi kolizjami drogowymi oraz brak zachowania szczególnej ostrożności przez kierowców jako ich główną przyczynę. Kampania, prowadzona od roku 2005, jest kierowana do wszystkich użytkowników ruchu drogowego (kierowców, rowerzystów, pieszych) z podziałem na osoby dorosłe i dzieci. Jej cel to podnoszenie świadomości o zagrożeniach związanych z uczestnictwem w ruchu na przejazdach i terenach kolejowych, co ma przyczynić się do zwiększenia bezpieczeństwa w tych miejscach. W 2013 roku o 1/4 zmniejszyła się liczba osób poszkodowanych w zdarzeniach na kolei, zaś liczba wypadków i incydentów spadła o 7,6%.

Transport jest potrzebny to kampania **Grupy Raben** promująca rolę oraz znaczenie jakości usług logistycznych. Jej ideą jest uświadomienie wagi transportu zarówno dla gospodarki, jak i dla każdego człowieka. Ponadto podjęto również działania na rzecz edukacji w zakresie bezpieczeństwa drogowego.

MARKETING ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

Producent win, **E. & J. Gallo Winery**, włączył się z marką **Barefoot** w realizację programu **Zielona Stopa Filantropa**, organizując specjalną promocję sprzedaży win w sieci hipermarketów w całej Polsce od kwietnia do maja 2013 roku. W ramach akcji **„Barefoot – kupując... pomagasz!”** od każdej sprzedanej butelki przekazane zostało 10% na wsparcie celów statutowych **Fundacji Nasza Ziemia**. Tym samym klienci, którzy kupili wino **Barefoot**, przyczynili się do osiągnięcia celów inicjatywy **Zielona Stopa Filantropa**: udało się zakupić pralkę oraz dwie łódki o najwyższej klasie energooszczędności dla **Domu Pomocy Społecznej „Budowlani”** w Warszawie.

Klienci **Grupy Raben**, wypełniając badanie satysfakcji w 2013 roku, nie tylko po raz pierwszy robili to online, ale również przyczyniali się do wsparcia akcji **„Pierwszy fotelik”** promującej bezpieczne przewożenie dzieci w fotelikach samochodowych. Za każdą wypełnioną ankietę firma przekazywała bowiem 1 euro na **Stowarzyszenie Partnerstwo dla Bezpieczeństwa Drogowego** – organizatora działania. Akcja **„Ankieta z podwójną satysfakcją”** zaowocowała zwiększeniem liczby wypełnionych ankiet w badaniu satysfakcji klienta oraz wzrostem postrzegania **Grupy Raben** jako firmy społecznie odpowiedzialnej (80% klientów).

Chcąc zaangażować klientów w inicjatywę społeczną, **PKO Bank Polski** stworzył specjalną kartę płatniczą **„Dobro procentuje”**, będącą rozwinięciem realizowanego od 10 lat projektu partnerskiego **Karta Inteligo z Sercem**. Część dochodów banku z transakcji bezgotówkowych dokonywanych przy użyciu karty jest przekazywana na wsparcie inicjatywy charytatywnej. Jej wyboru dokonują samodzielnie klienci w momencie aktywacji karty, wybierając jedną z organizacji przypisanych do obszaru zdrowie, nadzieja, edukacja lub ekologia. Wysokość kwoty przekazywanej przez bank zależy od stopnia transakcyjności karty. Karta jest dostępna od początku lutego 2013 roku i według stanu na koniec grudnia 2013 roku aktywnie korzystało z niej ponad 62 tys. klientów.

Marketing zaangażowany społecznie może być też nietypowym narzędziem motywowania uczniów do nauki. Na taki pomysł wpadła szkoła językowa **Homeschool Kuczyńscy**, wiążąc ich postępy w nauce z możliwością stworzenia szans na naukę i rozwój innym dzieciom – tym, które wspiera UNICEF. Autorski program **„Płacimy za testy”** polega na tym, że za każdy dobrze napisany test firma przekazuje pieniądze na konto UNICEF. Uczniowie szkoły piszą sprawdziany dwa razy w roku i, w zależności od uzyskanego wyniku, do organizacji trafia: 5, 3 lub 1,5 zł (za określony wynik testu, odpowiednio: 100–95%, 94–85% i 84–75%). Rocznie dzięki wynikom uzyskanym przez studentów z testów przekazywane jest ok. 1 tys. zł.

Fundacja Unilever oraz **UNICEF** podjęły współpracę w celu poszerzania dostępu ludzi do podstawowych urządzeń sanitarnych, co poprawi ich stan zdrowia i samopoczucie. W ramach partnerstwa **Domestos dla UNICEF**, **Unilever** daje swoim konsumentom możliwość wsparcia programu poprawy dostępu do podstawowych urządzeń sanitarnych poprzez przekazywanie 5% średnich zysków otrzymanych z wptywów ze sprzedaży specjalnie oznaczonych butelek **Domestos**. Środki te wspierają programy UNICEF na Filipinach, w Sudanie Południowym oraz w Wietnamie.

Grupa Raben

www.raben-group.com
zatrudnienie w 2013: 4500 os.

E. & J. Gallo Winery

www.barefootwine.com
zatrudnienie w 2013: 3 os.

MŚP

Grupa Raben

www.raben-group.com
zatrudnienie w 2013: 4500 os.

PKO Bank Polski

www.pkobp.pl
zatrudnienie w 2013: 24 437 os.

Homeschool Kuczyńscy
spółka jawna

www.homeschool.pl
zatrudnienie w 2013: 3 os.

MŚP

Unilever Polska

www.unilever.pl
zatrudnienie w 2013: 3500 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ROZWÓJ CSR

W lutym 2010 roku Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBSCD) opublikowała dokument „Vision 2050. The new agenda for business”. Firma **PwC** rozpoczęła realizację inicjatywy na gruncie polskim. Po blisko półrocznym procesie angażującym w 14 sesjach konsultacyjnych i debatach eksperckich ok. 150 przedstawicieli różnych środowisk branżowych, 28 maja 2012 roku miała miejsce inauguracja raportu „**Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050**”. Towarzyszyło jej podpisanie „Deklaracji biznesu na rzecz zrównoważonego rozwoju” przez przedstawicieli najwyższego kierownictwa 46 polskich przedsiębiorstw. Opracowany raport wskazuje na kluczowe wyzwania i obszary priorytetowe, w których biznes powinien przyjąć aktywną postawę na rzecz wsparcia przemian społeczno-gospodarczych. W Ministerstwie Gospodarki 28 lutego 2013 roku zainicjowano II etap projektu, w ramach którego ruszyła współpraca biznesu i administracji w wybranych obszarach tematycznych „Wizji”. Do grona sygnatariuszy „Wizji” dołączyły kolejne firmy. Celem dalszych prac jest wypracowanie konkretnych rozwiązań wobec współczesnych wyzwań społeczno-gospodarczych dla biznesu. Inicjatywie patronują Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Środowiska oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

DZIAŁANIA CHARYTATYWNO-FILANTROPIJNE

Od 2009 roku **Port Lotniczy Kraków** realizuje konkurs grantowy **Wspieramy Sąsiadów**, którego zadaniem jest finansowe wsparcie inicjatyw lokalnych z terenu gmin Liszki i Zabierzów, bezpośrednio sąsiadujących z lotniskiem i znajdujących się w obszarze ograniczonego użytkowania. W tym czasie odbyło się 5 edycji konkursu, podczas których wpłynęło 356 wniosków, z czego dofinansowanie otrzymało 80 projektów na łączną kwotę ponad 0,5 mln zł. Zrealizowane przedsięwzięcia to m.in. zakup książek do gminnych bibliotek, przeprowadzenie dodatkowych zajęć lekcyjnych i sportowych, budowa nowych placów zabaw, zmodernizowanie boisk sportowych, zrewitalizowanie ścieżki spacerowo-rekreacyjnej, organizacja wystaw, koncertów oraz wycieczek. Dodatkowo firma zorganizowała nieodpłatne szkolenie dla potencjalnych grantobiorców z zakresu prawidłowego przygotowania wniosków do konkursu.

Projekt grantowy prowadzi również **Groupon**. Poprzez platformę **Groupon Starter** mieszkańcy Krakowa, Poznania, Łodzi, Trójmiasta, Warszawy oraz Wrocławia mogli zgłaszać pomysły na lokalne inicjatywy społeczne. Ze 120 projektów wybrano po 3 najciekawsze w każdym mieście, które zostały poddane pod głosowanie internautów. Autorzy koncepcji, które wzbudziły największe zainteresowanie i zdobyły najwięcej głosów, otrzymali od Groupon granty w wysokości 10 tys. zł na ich realizację.

W czasie 3 edycji programu grantowego **Wokół nas** zrealizowanych zostało ponad 200 projektów. Celem programu firmy **Provident** jest poprawa jakości życia poprzez rozpoznanie potrzeb lokalnych społeczności i pomoc w najpilniejszych sytuacjach po konsultacjach z lokalnymi władzami. Projekt objął zasięgiem 8 regionów Polski, a jego budżet wyniósł 500 tys. zł.

Główną ideą akcji **Zaprojektuj Swoją Przyszłość** była aktywizacja studentów do działalności w lokalnych społecznościach w zakresie zrównoważonego rozwoju. Inicjatywa miała formę konkursu – koła naukowe uczelni wyższych z całej Polski rywalizowały ze sobą o granty na realizację przedstawionych przez siebie projektów CSR. Pracownicy firmy **Unilever** wybrali w anonimowym głosowaniu 3 ich zdaniem najlepsze projekty, które otrzymały granty w wysokości 4 tys. zł. W 2014 roku przedsięwzięcie zostanie rozszerzone na inne kraje w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, w tym Węgry, Czechy i Rumunię.

Citi Handlowy ustanowił dwie nagrody, którymi honoruje osoby szczególnie zasłużone dla polskiej nauki i kultury. Jedną z nich jest **Nagroda Banku Handlowego w Warszawie za szczególny wkład w rozwój nauki w sferze ekonomii i finansów**. Należy ona do najbardziej prestiżowych wyróżnień dla naukowców w Polsce i zwana jest „polskim Noblem ekonomicznym”. Wnioski o przyznanie nagrody składają mające siedzibę w Polsce uczelnie i instytuty o profilu ekonomicznym, banki i instytucje samorządu gospodarczego, wydawnictwa ekonomiczne oraz członkowie jury. Wyboru laureata dokonuje co roku jury złożone z najwybitniejszych polskich ekonomistów. Prace są również konsultowane na drodze recenzji naukowej z akademickimi ekspertami zewnętrznymi. Uroczystość wręczenia nagród corocznie jest połączona z konferencją ekonomiczną. W 2014 roku odbędzie się 20.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

edycja konkursu. Natomiast **Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztora** przyznawana jest co roku przez Citi Handlowy za działania służące ochronie polskiego dziedzictwa kulturowego zarówno w kraju, jak i za granicą. Kapituła programu, pod przewodnictwem prof. Andrzeja Rotermunda, dyrektora Zamku Królewskiego w Warszawie, wybiera laureata spośród kandydatów zgłoszonych przez instytucje kultury. Wręczenie nagrody odbywa się w Zamku Królewskim w Warszawie z udziałem zaproszonych gości ze świata kultury oraz polityki, m.in. przedstawicieli Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwa Spraw Zagranicznych i Kancelarii Prezydenta RP. Ważnym elementem programu jest promocja osób i przedsięwzięć związanych z obszarem dziedzictwa narodowego.

Z kolei **Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna**, przyznając **Nagrodę im. Henryka Grohmana**, wyróżnia osoby i firmy szczególnie zaangażowane na rzecz społeczności lokalnej. W 2013 roku nagrodę otrzymali: w kategorii przedsiębiorstwo – Ceramika Paradyż za wieloletnie wsparcie Łódź Design Festiwal oraz współpracę z ASP w Łodzi; w kategorii osoba – Ireneusz Kowalewski za 20 lat Oscarów Jazzowych, a także Irimina Kubiak i Jacek Kłak (grupa Moda Forte) za organizację Fashion Week Poland.

Na profilu Przepisy.pl prowadzonym przez markę Knorr na portalu Facebook 16 października został opublikowany specjalny post informujący o Światowym Dniu Żywności. Za każde kliknięcie pod postem „Lubię to!” Fundacja **Unilever** zobowiązała się przekazać równowartość jednego posiłku dla potrzebujących dzieci. W efekcie akcji „**1 lajk = 1 posiłek**” niemal 18 tys. potrzebujących dzieci otrzymało jedzenie.

Kwestią żywności zajęła się również firma **Tesco**. W ramach projektu **Tesco dla Szkół – „Talent do niemarnowania”** na próbie 1 tys. nauczycieli przeprowadzono badania, które wskazały, że problem marnowania żywności jest obserwowany w co trzeciej szkole. Ponad 4,5 tys. uczniów regularnie marnuje jedzenie. Najczęstsze powody to zastępowanie pełnowartościowych posiłków słodyczami i fakt, że dzieci nie lubią tego, co przygotowują im rodzice. Nauczycielom często brak zaś wiedzy i narzędzi dydaktycznych do edukowania na temat racjonalnego gospodarowania jedzeniem. Dzięki projektowi Tesco dla Szkół nauczyciele poświęcają problemowi marnowania żywności więcej czasu. W szkołach objętych programem znacznie częściej kontrolowany jest asortyment sklepu szkolnego, zaobserwowano tam też zmniejszenie marnowania żywności wśród uczniów o ponad 50% w stosunku do pozostałych placówek.

Celem **Programu Dożywiania Potrzebujących Dzieci „Zdrowo jeść, by rosnąć w siłę”** realizowanego przez Fundację Tesco Dzieciom jest nie tylko dożywianie potrzebujących dzieci, ale również ich edukacja w zakresie szeroko rozumianego zdrowego trybu życia. Program finansowany jest głównie ze zbiórki publicznej prowadzonej przez Fundację w sklepach **Tesco**. Zebrano 300 tys. zł, co pozwoliło na wydanie ponad 100 tys. posiłków dla blisko 1 tys. dzieci. Dodatkowo dzieci-beneficjenci projektu angażowane były w planowanie jadłospisu, w zakupy oraz przygotowanie posiłków. Każde z nich uczestniczyło także w 6 zajęciach edukacyjnych.

Tesco realizuje także program **Oszczędzam. Nie marnuję. Przekazuję**, który polega na przekazywaniu nadwyżek towaru, niesprzedanych przed upływem terminu przydatności do spożycia, Bankowi Żywności. Dzięki temu pełnowartościowe produkty trafiają do najbardziej potrzebujących. Codzienny proces selekcjonowania żywności odbywa się na podstawie szczegółowego raportu strat i obejmuje żywność nadającą się do spożycia, przed upływem terminu ważności, przede wszystkim warzywa, owoce oraz pieczywo. Od października do grudnia 2013 roku przekazano ponad 32 tony żywności, o łącznej wartości ok. 145 tys. zł.

Podczas akcji **STOP Hunger** organizowanej przez **Sodexo** prowadzona jest zbiórka żywności i pieniędzy, które następnie z pomocą Banku Żywności są rozdzielane między osoby niedożywione i głodujące. Organizowana jest też aukcja charytatywna, podczas której pracownicy firmy licytują np. nagrody i medale zdobyte przez pozostałych pracowników, a dochód z aukcji przeznaczany jest na dożywienie potrzebujących. Drugim działaniem prowadzonym przez firmę w ramach STOP Hunger jest dofinansowywanie posiłków dla warszawskiego Towarzystwa Przyjaciół Dzieci.

Trzy firmy zrealizowały w zeszłym roku akcję **Świąteczna Zbiórka Żywności**. Wydarzenie, koordynowane przez Federację Polskich Banków Żywności, miało miejsce w dniach od 29

Łódzka Specjalna Strefa
Ekonomiczna S.A.

www.sse.lodz.pl
zatrudnienie w 2013: 30 os.

MŚP

Unilever Polska

www.unilever.pl
zatrudnienie w 2013: 3500 os.

Tesco Polska

www.tesco.pl
zatrudnienie w 2013: 29 000 os.

Sodexo Benefits
and Rewards Services
Polska Sp. z o.o.

www.sodexo.pl
zatrudnienie w 2013: 125 os.

MŚP

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Carrefour Polska Sp. z o.o.
www.carrefour.pl zatrudnienie w 2013: 12 500 os.
Tesco Polska
www.tesco.pl zatrudnienie w 2013: 29 000 os.
Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA
www.pgnig.pl zatrudnienie w 2013: 8143 os.
AB SA
www.ab.pl zatrudnienie w 2013: 389 os.
Kimball Electronics Poland Sp. z o.o.
www.kegroup.com/scripts/ kegroup/career_keps/kim_ jestesmy.asp zatrudnienie w 2013: 800 os.
Global e-Business Operations
www.hp.com zatrudnienie w 2013: b.d.
Polski Koncern Naftowy ORLEN SA
www.orlen.pl zatrudnienie w 2013: 4400 os.
KPMG Sp. z o.o.
www.kpmg.pl zatrudnienie w 2013: 1200 os.
Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA
www.pgnig.pl zatrudnienie w 2013: 8143 os.
IQ Marketing
www.iq-marketing.pl zatrudnienie w 2013: 75 os.

listopada do 1 grudnia. W 113 placówkach sieci **Carrefour Polska** zebrano ponad 37 ton żywności, która trafiła do najbardziej potrzebujących. W sklepach **Tesco Polska** zgromadzono 84 tony żywności, poza tym firma postanowiła przekazać tzw. Top-Up – dodatkowe 20% żywności do puli uzbieranej przez klientów. Zaangażowanie firmy obejmowało też działania wolontariatu pracowniczego – przez 3 dni zbiórki wolontariusze Tesco pomagali wolontariuszom Banków Żywności. Wśród nich był również prezes Tesco Polska, który zachęcał pracowników do zaangażowania, a klientów – do wsparcia akcji. Pracownicy Pomorskiego Oddziału Handlowego **PGNiG** uczestniczyli w projekcie „Świąteczna zbiórka żywności” – zbierali artykuły spożywcze (cukier, mąka, makaron, ryż, olej, przetwory mięsne i warzywne z długą datą ważności, słościki itp.) i przygotowywali paczki świąteczne dla osób potrzebujących. Zbiórka trwała od 3 do 11 grudnia 2013 roku. Produkty trafiły do 30 osób wskazanych przez Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej w Gdańsku.

Firma **AB** zorganizowała **Świąteczną pomoc dla domów dziecka**. Akcja polegała na zakupie najbardziej potrzebnych rzeczy (chemii, kosmetyków pielęgnacyjnych, słodyczy, pościeli, zabawek oraz przyborów szkolnych) dla podopiecznych Domu Dziecka w Bierutowie, Rodzinnych Domów Dziecka we Wrocławiu oraz Wrocławskiego Hospicjum dla Dzieci. Wartość darów w 2013 roku wyniosła 20 tys. zł.

Dwa razy do roku – na Dzień Dziecka oraz przed świętami Bożego Narodzenia – **Kimball Electronics** organizuje na terenie firmy **zbiórki dla ośrodków opiekuńczo-wychowawczych**. W roku 2013 akcja świąteczna trwała cały grudeń. Rozpoczął ją mikołajkowy kiermasz ciast i kartek wykonanych przez dzieci ze wspieranego przez firmę ośrodka. Środki uzyskane podczas kiermaszu zostały przeznaczone na zakup wyposażenia i sprzętu dla placówki.

Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci otrzymało wsparcie od **Global e-Business Operations**. Akcja **Buy a Book** polegała na zbiórce książek i płyt wśród pracowników firm zaangażowanych w projekt. Rzeczy te były sprzedawane podczas specjalnie zorganizowanego wydarzenia na wrocławskim Rynku, a wszystkie środki (17 tys. zł zebrane podczas I edycji akcji i 13 tys. zł podczas II edycji) zostały przekazane na rzecz hospicjum.

Spoteczna wartość programu lojalnościowego VITAY realizowanego przez **PKN ORLEN** polega na tym, że klienci w nim uczestniczący mają możliwość transferu punktów na rzecz podopiecznych rodzinnych domów dziecka. Środki są przekazywane na konto korporacyjnej Fundacji ORLEN – Dar Serca, która rozdziela je zgodnie z wolą darczyńców. W 2012 roku klienci stacji paliw PKN ORLEN ofiarowali punkty VITAY o łącznej wartości 92 308 zł. Środki te wydatkowane były zgodnie z intencją darczyńców na dofinansowanie obiadów, zajęć rehabilitacyjnych, zakup przyborów szkolnych oraz stypendia. Nowym elementem programu jest akcja propagująca bezpieczeństwo „Nie dla dymu” organizowana pod patronatem Komendy Głównej Państwowej Straży Pożarnej. Klienci stacji paliw ORLEN, przekazując 6900 pkt VITAY na pomoc dzieciom z rodzinnych domów dziecka, w podziękowaniu za nie otrzymują czujnik dymu.

Firma **KPMG** od kilku lat w ramach działalności pro bono przeprowadza audyt jednego z wrocławskich hospicjów dla dzieci. W 2013 roku dodatkowo wśród pracowników biura we Wrocławiu zorganizowano zbiórkę pieniędzy na rzecz tej instytucji.

W czerwcu 2013 roku wśród pracowników Karpackiego Oddziału Handlowego **PGNiG** ogłoszona została akcja „**Pomagam bo lubię...**” – **zbiórka charytatywna na rzecz Domów Samotnej Matki** w Krakowie i Tarnowie, której celem było zebranie darów rzeczowych oraz pieniędzy na zakup potrzebnych artykułów i wyposażenia. Pracownicy KOH dary przekazali do placówek przed świętami Bożego Narodzenia.

Agencja kreatywna **IQ Marketing** przygotowała cykl warsztatów dla podopiecznych Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Piasecznie, w którym kształcą się uczniowie (7–21 lat) upośledzeni umysłowo w stopniu lekkim i umiarkowanym, z autyzmem, w tym z zespołem Aspergera. **Warsztaty Kreatywne** towarzyszą ważnym wydarzeniom (Dzień Kobiet, święta Bożego Narodzenia) i są dostosowane do potrzeb edukacyjnych wychowanków ośrodka. Efekty prac (np. filcowe broszki, przepisy na pierogi) firma rozsyła jako prezenty do swoich partnerów biznesowych, promując w ten sposób zawiązane partnerstwo. W projekt aktywnie angażuje się ok. 20% pracowników firmy.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Happiness Program realizowany przez dom mediowy **Universal McCann** umożliwił dzieciom z warszawskiego domu dziecka zdobycie ciekawych doświadczeń. Firma nawiązała współpracę ze swoimi partnerami biznesowymi, czyli mediami. Dzięki stacji TVN dzieci pojechały na plan filmowy serialu „Lekarze”, gdzie mogły obserwować prace nad jego tworzeniem, przymierzyć fartuchy, dotknąć rekwizytów i zdobyć autografy aktorów. Uczestnicy akcji odwiedzili także plan filmowy serialu „Na wspólniej”. Do projektu dołączyła również Interia.pl, która dla podopiecznych warszawskiego ośrodka zdobyła bilety na mecz Legia Warszawa – Pogoń Szczecin oraz koszulki i szaliki. W ramach współpracy z „Gazetą Wyborczą” dzieci zostały zabrane na wieczorną wycieczkę do drukarni, gdzie pod okiem szefa produkcji zobaczyły, jak powstaje kolejne wydanie popularnego dziennika. Wydawnictwo Axel Springer z kolei zorganizowało dla nich dedykowaną wizytę na stadionie Legii, połączoną z wycieczką, wyjściem na murawę, poczęstunkiem w łóży vipowskiej i pamiątkowym zdjęciem. Na koniec Radio ZET pokazało dzieciom, jak wygląda studio radiowe.

Inicjatywa **Spełnianie Dziecięcych Marzeń** zrodziła się z akcji „T-Mobile dookoła świata”. Pracownicy **T-Mobile**, jeżdżąc na rowerach oraz biegając, zbierali kilometry na cel charytatywny – wsparcie finansowe Fundacji Mam Marzenie. Fundacja spełnia marzenia nieuleczalnie chorych dzieci. Na jej rzecz przekazano 80 125 zł; w ramach tej kwoty wybrano podopiecznych, których marzenia zostały sfinansowane. Pracownicy T-Mobile byli bezpośrednio zaangażowani podczas każdej realizacji marzenia. W 2013 roku 46 wolontariuszy firmy włączyło się do spełniania marzeń 23 dzieci. Drugim projektem T-Mobile skierowanym do podopiecznych Fundacji Mam Marzenie była **Charytatywna Kartka Marzeń na święta Bożego Narodzenia**. Firma zrezygnowała w 2013 roku z wysyłania standardowych kartek/prezentów do klientów i partnerów przed świętami Bożego Narodzenia. Zamiast tego rozdane zostały Kartki Marzeń o nominale 100 zł; ich wartość przekazywana była na rzecz fundacji. Odbiorca mógł również wybrać marzenie konkretnego dziecka, które w ramach jego kartki zostało dofinansowane. Dodatkowo każdy pracownik firmy zamiast prezentu na święta otrzymał od Zarządu analogiczną kartkę o nominale 10 zł. Łączna uzbierana kwota to 90 860 zł.

Podobny projekt przeprowadziła **Grupa Apexim**. Akcja **Spełniamy Marzenia** polegała na realizacji marzeń ciężko chorych dzieci z Polski (z województw, na terenie których działa firma) i Niemiec. Finansowana jest ze sprzedaży paliw na stacjach Apexim AB. Przedsięwzięcie Spełniamy Marzenia pozwoliło w 2013 roku na zrealizowanie marzeń 3 chorych dzieci. Cały projekt przeprowadzony został we współpracy z organizacją Pomoc Potrzebującym im. Adama Baranowskiego i Fundacją Mam Marzenie.

Firma **Pelion** wraz ze swoją korporacyjną Fundacją Dbam o Zdrowie od 4 lat organizuje **Kolacje Charytatywne**, podczas których zbierane są środki na pomoc różnym instytucjom. W 2013 roku była ona dedykowana Polskiemu Towarzystwu Wspierania Osób z Nieswoistymi Zapaleniami Jelita. Podczas Kolacji przeprowadzona została licytacja prac artystów plastyków oraz koszulek sportowców z olimpiady w Londynie. W spotkaniu uczestniczyło ok. 100 gości, zebrano 35 300 zł.

W ramach akcji **Korki w Worki** w firmie **Pelion** zebrano wśród pracowników przedsiębiorstwa 50 kg plastikowych nakrętek. Zostały one sprzedane firmie zajmującej się recyklingiem, a zysk przekazano łódzkiemu hospicjum dla dzieci.

Bardzo prostą, choć jeszcze nierozpowszechnioną w Polsce formą działalności charytatywnej firm jest **payroll**. Pracownicy wszystkich spółek **Pelion** mają możliwość wsparcia działań Fundacji Dbam o Zdrowie poprzez zadeklarowanie końcówki (resztówki) ze swojego wynagrodzenia. Co miesiąc jest ona przekazywana na konto fundacji. Wpłaty można deklarować zarówno na cele statutowe, jak i na pomoc konkretnym podopiecznym. Na pasku wynagrodzeń co miesiąc jest wyszczególniona kwota przekazana fundacji.

W **Banku Ochrony Środowiska** projekt składki pracowniczej realizowany jest pod hasłem „**Pomagam Cały Rok**”. Pracownicy firmy dobrowolnie deklarują przekazanie dowolnej części swojego wynagrodzenia na cele społeczne. Suma ta co miesiąc odpisywana jest od pensji pracownika, a każda darowizna trafia na dwa cele: na stypendia dla zdolnych dzieci z rodzin o niskich dochodach (50% kwoty, współpraca z Fundacją Świętego Mikołaja) oraz na fundusz wsparcia dla pracowników BOŚ w trudnej sytuacji losowej (50% kwoty).

Universal McCann Sp. z o.o.
www.universalmccann.pl zatrudnienie w 2013: 60 os.

MŚP

T-Mobile Polska S.A.
www.t-mobile.pl zatrudnienie w 2013: 5000 os.

Grupa Apexim AB
www.apeximab.pl zatrudnienie w 2013: 230 os.

MŚP

Pelion S.A.
www.pelion.eu zatrudnienie w 2013: 7000 os.

Bank Ochrony Środowiska
www.bosbank.pl zatrudnienie w 2013: 1719 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Volkswagen Poznań

www.volkswagen-poznan.pl
zatrudnienie w 2013: 6500 os.

AkzoNobel
Decorative Paints

www.akzonobel.com
zatrudnienie w 2013: 550 os.

INEA S.A.

www.inea.pl
zatrudnienie w 2013: 240 os.

Łódzka Specjalna Strefa
Ekonomiczna S.A.

www.sse.lodz.pl
zatrudnienie w 2013: 30 os.

MŚP

Procter & Gamble Polska

www.pg.pl
zatrudnienie w 2013: 3500 os.

Skanska Property Poland

www.skanska.pl
zatrudnienie w 2013: 70 os.

MŚP

ANG Spółdzielnia
Doradców Kredytowych

www.angkredyty.pl
zatrudnienie w 2013: 8 os.

MŚP

Na prośbę pracowników, **Volkswagen Poznań** daje możliwość wsparcia finansowego wybranej przez nich organizacji pozarządowej. Dzięki temu każdy zatrudniony może przekazać z comiesięcznej wypłaty 1 zł na organizację wybraną przez głosowanie na dany rok kalendarzowy. Goście i osoby zwiedzające fabrykę również mają możliwość udzielenia wsparcia poprzez wrzucenie dowolnej kwoty pieniędzy do skarbon ustawionych na terenie wszystkich zakładów firmy. W realizowany od 2010 roku Program **1+1=3** w roku 2013 zaangażowało się blisko 94% pracowników. W 4 (zakończonych już) edycjach akcji udało się zebrać i przekazać kwotę ponad 228 tys. zł. Na ten sam cel dodatkowo przeznaczono 58 tys. zł – dochód z koncertu charytatywnego z okazji 20-lecia istnienia firmy.

Siła koloru to projekt **AkzoNobel**, w ramach którego firma buduje w Warszawie siłownię plenerowe. Wybór każdej lokalizacji poprzedzają rozmowy z instytucjami publicznymi i konsultacje społeczne. Ze strony projektu (www.silakoloru.pl) użytkownicy mogą pobrać plany treningowe, mogą na niej również porównać z innymi wyniki swoich treningów, sprawdzić nadchodzące wydarzenia w ramach projektu. Dodatkowo firma zaangażowała się w pomoc Fundacji Rak’n’Roll (przeznaczono środki na odnowienie poczekalni w Centrum Onkologii). We wszystkie elementy akcji zaangażowani byli pracownicy firmy.

Projekt skierowany do mieszkańców Poznania, miasta będącego siedzibą firmy, zrealizowała również **INEA**, działający na terenie Wielkopolski operator multimedialny. **SpotHunter – mobilna gra miejska** łączy w sobie lokalność, integrację, poznawanie struktury miasta z nowoczesnością i innowacyjnością oraz celem charytatywnym. Chętni ściągają bezpłatną aplikację, logują się do gry i wyposażeni w smartfony ruszają na poszukiwanie nagród ukrytych w labiryncie poznańskich ulic. Gracz, który zakończy rozgrywkę, znajdując się w posiadaniu wirtualnej nagrody, staje się jej realnym właścicielem. W 2013 roku za każdego uczestnika, który wziął udział w grze, **INEA** przekazała 1 zł na rzecz Ziemia Dawidziaka, podopiecznego Fundacji „Potrafię pomóc”.

Piknik u Grohmana jest inicjatywą **Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej** skierowaną do mieszkańców Łodzi. W cztery lipcowe soboty firma zorganizowała otwarte pikniki z muzyką na żywo. Wydarzenia organizowane były we współpracy z fundacją Q4Q, powiązaną z Filharmonią Łódzką. Główne cele pikników to: integracja łódzian; wejście w przestrzeń miejską do tej pory zamkniętą dla działań artystycznych; pokazanie stolicy regionu jako miejsca atrakcyjnego turystycznie; poszerzenie oferty kulturalnej miasta.

Innym przykładem zaangażowania firmy na rzecz okolicznych mieszkańców jest **współpraca P&G i Habitat for Humanity Poland w zakresie odnowienia domów na warszawskim Targówku**, w pobliżu należącej do firmy fabryki pieluszek Pampers. Zaangażowanie P&G objęło wsparcie finansowe oraz pracę 50 wolontariuszy (pracowników firmy). W ramach prac osuszone i zaizolowane zostały fundamenty oraz piwnice dwóch budynków. Dzięki temu władze Targówka mogły zrealizować ocieplenie ścian zewnętrznych obu budynków, co pozwoliło zmniejszyć bardzo wysoką wilgotność panującą w mieszkaniach, a także obniżyć koszty ogrzewania. Efektem była poprawa warunków życia kilkudziesięciu rodzin.

Skanska była partnerem merytorycznym projektu **Rewitalizacja skwerku przy ul. Krochmalnej w Warszawie**. Realizowany był on w partnerstwie organizacji pozarządowych, samorządu i przedsiębiorstw. Zastosowano tu oryginalną w polskich warunkach metodę działania, wykorzystującą doświadczenie amerykańskiej organizacji Project for Public Spaces. Polega ona m.in. na angażowaniu lokalnych mieszkańców poprzez warsztaty i animację lokalną. W efekcie nawiązywany był dialog, który pozwala na zrozumienie potrzeb mieszkańców i jak najlepsze dopasowanie programu rewitalizacji do ich wymagań. Po wypracowaniu spójnej, kompleksowej koncepcji aranżacji danego miejsca następuje wdrożenie procesu rewitalizacji. Etap realizacji był głównym obszarem zaangażowania ze strony Skanska.

ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych, powołując fundację korporacyjną **Będę Kim Zechcę**, zdecydowała jednocześnie o **przekazywaniu 10% zysku na programy społeczne** przez nią prowadzone. Fundacja angażuje się w projekty związane z 3 głównymi obszarami: programy stypendialne dla młodych ludzi, których zdolności, predyspozycje i pasje nie idą w parze z możliwościami finansowymi, z sytuacją materialną; wspieranie przedsiębiorczości młodych ludzi kończących edukację; propagowanie idei zrównoważonego rozwoju firm i tworzenia organizacji odpowiedzialnych społecznie.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Leroy Merlin Polska

www.leroymerlin.pl
zatrudnienie w 2013: 8000 os.

Capgemini Sp. z o. o.

www.pl.capgemini.com
zatrudnienie w 2013: 5500 os.

Europ Assistance Polska
Sp. z o.o.

www.europ-assistance.pl
zatrudnienie w 2013: 150 os.

MŚP

Global e-Business
Operations

www.hp.com
zatrudnienie w 2013: b.d.

ING Bank Śląski

www.ing.pl
zatrudnienie w 2013: 8044 os.

Polskie Górnictwo
Naftowe i Gazownictwo SA

www.pgnig.pl
zatrudnienie w 2013: 8143 os.

ANG Spółdzielnia
Doradców Kredytowych

www.angkredyty.pl
zatrudnienie w 2013: 8 os.

MŚP

Polski Koncern Naftowy
ORLEN SA

www.orlen.pl
zatrudnienie w 2013: 4400 os.

W 2013 roku powstała również **Fundacja Leroy Merlin Polska**. Głównym jej celem jest finansowe wspieranie społecznych inicjatyw pracowniczych poprzez programy grantowe. Każdy zespół chcący ubiegać się o dofinansowanie musi złożyć wniosek, który rozpatrywany jest przez specjalnie powołaną komisję. Beneficjentami są najczęściej: placówki wychowawczo-edukacyjne, domy dziecka, lokalne organizacje pozarządowe, schroniska dla zwierząt, domy pomocy społecznej i rodziny w trudnej sytuacji mieszkaniowej. Natomiast rodzaje zrealizowanych do tej pory projektów to: remonty, wolontariat hospicyjny, warsztat teatralny, zabawy choinkowe, paczki z żywnością, aukcja na rzecz NGO, spełnione marzenie nieuleczalnie chorego chłopca oraz założenie ogrodów edukacyjnych. W 2013 roku do projektu zgłosiło się łącznie 665 wolontariuszy – pracowników Leroy Merlin z całej Polski, wykonano w sumie 55 remontów.

Wiele firm angażuje się na rzecz osób potrzebujących, organizując akcje krwiodawcze. **Capgemini** urządza **zbiórki krwi** w swoich biurach w Krakowie oraz Katowicach. Z punktu widzenia pracowników istotna była możliwość oddania krwi w siedzibie firmy, bez konieczności wizyty w Regionalnym Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa. W ramach akcji 82 osoby oddały 36 litrów krwi.

Firma **Europ Assistance Polska** wsparła **honorowych dawców krwi**, promując ideę honorowego oddawania krwi własnymi kanałami komunikacyjnymi. Ponadto firma zorganizowała zbiórki krwi wśród pracowników i partnerów biznesowych oraz wsparła materialnie Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa.

Global e-Business Operations umożliwia swoim pracownikom zostanie dawcą szpiku kostnego oraz uczestniczenie w honorowym krwiodawstwie poprzez organizowanie na terenie swoich biur stanowisk krwiodawczych. W efekcie **Akcji Oddawania Krwi i Szpiku Kostnego** 61 osób oddało 27 litrów krwi.

Od 2002 roku pracownicy **ING Banku Śląskiego** regularnie biorą udział w **akcjach krwiodawstwa**, organizowanych we współpracy z Regionalnymi Centrami Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa. Akcje odbywają się w 2 cyklach: wiosennym (marzec – kwiecień) oraz jesiennym (wrzesień – październik). W 2013 roku było: 6 akcji w Katowicach, 2 akcje w Rudzie Śląskiej, 2 akcje w Szczecinie i 2 akcje w Warszawie. Udział w nich wzięło blisko 250 pracowników banku, którzy oddali ponad 100 litrów krwi.

W zielonogórskim oddziale **PGNiG** od 1968 roku działa Klub Honorowych Dawców Krwi PCK „Nafta”. Wspierając działalność klubu, Dział Komunikacji i Public Relations od kilku lat organizuje **akcje krwiodawcze „Dar krwi na Dzień Dziecka” i „Dar krwi na Barbórkę”**, skierowane zarówno do pracowników, jak i mieszkańców Zielonej Góry. W wydarzenie zaangażowani są m.in. wolontariusze PCK oraz Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa, które udostępnia krwiobus. Celem działań jest edukacja na temat idei oddawania krwi i szpiku kostnego, a także wzrost liczby osób oddających honorowo krew.

Karpacki Oddział Handlowy **PGNiG** postanowił wesprzeć akcje popularyzujące ideę transplantacji ratującej życie, promujące zdrowy styl życia, profilaktykę medyczną. W tym celu włączył się w ogólnopolski program Fundacji Śląskiego Centrum Chorób Serca w Zabrzu **„TAK Dla Transplantacji”**. Dzięki zrealizowanym projektom sponsoringowym w 2013 roku firma dotarła z informacją o współpracy z fundacją bezpośrednio do ponad 150 tys. potencjalnych i obecnych klientów na terenie KOH.

Idea przedsiębiorczości społecznej, łączącej cele społeczne i ekonomiczne, jest szansą na rozwiązanie wielu problemów społecznych. Osiem osób – współpracowników **ANG Spółdzielni Doradców Kredytowych** – na zasadzie wolontariatu dołączyło do grupy ekspertów oceniających aplikacje do **konkursu na najlepsze przedsiębiorstwo społeczne roku**. Pracownicy spółdzielni opiniowali wnioski od strony finansowej, a także uczestniczyli w wizytach lokalnych w przedsiębiorstwach. Firma była również sponsorem koncertu podczas gali finałowej konkursu, która odbyła się 22 listopada 2013 roku.

PKN ORLEN stworzył i realizuje **plebiscyt „Polacy z werwą”**, aby promować i uhonorować najzdolniejszych i najbardziej twórczych młodych Polaków w 7 kategoriach: design, innowacje w biznesie, kultura i sztuka, ochrona środowiska, medycyna, nauka oraz sport. Zwycięzcy otrzymali granty w wysokości 50 tys. zł, z przeznaczeniem na dalszy rozwój zawodowy. Laureaci wyłonieni zostali w czasie trzyetapowego głosowania, angażującego

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

zarówno jury składające się ze specjalistów i autorytetów w danych dziedzinach, jak i szerszą publiczności – poprzez głosowanie internetowe.

„Człowiek Roku KRONO” to konkurs organizowany przez firmę **Kronopol**, promujący prospołeczną postawę wśród mieszkańców województwa lubuskiego. Zwycięzca plebiscytu zostaje wyłoniony na podstawie następujących kryteriów: wpływ kandydata na życie społeczne w swoim regionie/środowisku; promocja pozytywnej postawy i zaangażowania; popularyzacja aktywnego trybu życia; uczynność, skromność, życzliwość; człowieczeństwo – szczególna osobowość; inne szczególne osiągnięcia.

Firma **PGNiG** włączyła się w inicjatywę **Ogólnopolski Tydzień Czytania Dzieciom**, której głównym celem jest propagowanie codziennego czytania latoroślom jako skutecznej i przyjaznej metody wspomagania ich wszechstronnego rozwoju. Działanie w głównej mierze polegało na współpracy i wsparciu finansowym bibliotek organizujących szereg wydarzeń skierowanych do dzieci i młodzieży.

Program stypendialny Klasa BGŻ kierowany do zdolnych absolwentów gimnazjów z mniejszych miejscowości i obszarów wiejskich zakłada zagwarantowanie nauki 70 uczniom rocznie w najlepszych szkołach licealnych w 5 miastach akademickich. Aby zapewnić absolwentom możliwość działania na rzecz środowisk lokalnych, z których pochodzą, **Bank BGŻ** opracował skierowany do nich **program stażowy Otwieramy drzwi przyszłości**. Projekt zakładał dwutorowy rozwój stypendystów: biznesowy (przeprowadzenie analizy biznesowej dotyczącej rozwoju produktów i usług banku) oraz społeczny („Lokalne potrzeby, lokalne problemy” – przedstawienie rekomendacji pomocy społecznej dla grup wykluczonych i aktywizacji społecznej w lokalnych środowiskach poprzez budowanie partnerstw biznes – organizacje społeczne – władze samorządowe; 60% projektów zaowocowało takimi trójstronnymi spotkaniami). Dodatkowo Stowarzyszenie Absolwentów Klasy BGŻ uruchomiło program **Możesz na Mnie Polegać**, przyznający granty na realizację projektów społecznych w macierzystych miejscowościach absolwentów. W 2013 roku program realizowano w 9 miejscowościach.

Inną praktyką **Banku BGŻ** było **wykorzystanie amatorskich wyścigów do wspierania ważnych społecznie inicjatyw**. Firma zachęcała swoich pracowników i klientów do uczestnictwa w Tour de Pologne Amatorów. Część opłaty startowej (10 zł) było przekazywane na rzecz uruchomienia Kliniki Budzik, prowadzonej przez Fundację Ewy Błaszczuk „Akogo?”. Ponadto bank ustawił trenażery dla kibiców wyścigu, zachęcając do wykrecania kilometrów, które przeliczane były na złotówki. W ten sposób zostało przekazane dodatkowe 5 tys. zł na rzecz Kliniki Budzik.

Podobny pomysł wykorzystany został przez **T-Mobile Polska**. Wraz z partnerami: telewizją TVN, Radiem ZET, Grupą Onet, Endomondo oraz firmą Samsung zainaugurował on projekt **Pomoc Mierzona Kilometrami**, w ramach którego wszyscy, którzy biegali, jeździli na rowerze, rołkach, spacerowali lub uprawiali sport na wózku, mogli przekazać przemierzane przez siebie podczas aktywności fizycznej kilometry do wspólnej puli, w zamian za nie T-Mobile skierował 1 mln zł na rzecz niepełnosprawnych podopiecznych Fundacji TVN „nie jesteś sam”. W całej akcji aktywnie wzięło udział ponad 200 tys. osób, które łącznie przebyły dystans ponad 40 mln km.

Korporacyjna Fundacja Dbam o Zdrowie, założona przez firmę **Pelion**, została partnerem społecznym wydarzenia Łódź Maraton Dbam o Zdrowie. W ramach projektu **Biegam – Pomagam** zachęca uczestników biegu do założenia zbiórki biegowej na profilu fundacji w portalu Siepomaga.pl. Efekty akcji to 15 założonych zbiórek, 380 osób, które wsparły zbiórki, i 18 tys. zł zebranych na cel charytatywny.

Poland Business Run to inicjatywa firmy **UBS**, również wykorzystująca bieganie jako sposób nie tylko na promocję zdrowego stylu życia, ale także pomoc osobom potrzebującym. W 2013 roku zorganizowano 3 biegi – w Krakowie, Poznaniu, Katowicach – w których wzięło udział 4555 biegaczy, dzięki czemu zebrano 400 tys. zł. Kwota ta przeznaczona została na zakup protez dla 4 osób – podopiecznych Fundacji Jaśka Meli „Poza Horyzonty”. Projekt rozrasta się, w kolejnej edycji planowane jest zorganizowanie biegów w 5 miastach.

W **sztafecie firm „Podaję dalej”**, organizowanej przez Opolskie Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej przy wsparciu **OTTO Polska**, wzięło w 2013 roku udział 17 czteroosobowych zespołów. Drużyny biegną półmaraton i zbierają pieniądze na cel charytatywny. Zwyciężają 2 zespoły – ten, który najszybciej przybiegnie do mety, oraz ten, który zbierze najwięcej środków. W 2013 roku udało się pozyskać 32 tys. zł.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

bowych zespołów. Drużyny biegną półmaraton i zbierają pieniądze na cel charytatywny. Zwyciężają 2 zespoły – ten, który najszybciej przybiegnie do mety, oraz ten, który zbierze najwięcej środków. W 2013 roku udało się pozyskać 32 tys. zł.

Aby można było wziąć udział w projekcie **Honorowy Dawca Energii Fortum**, należało ściągnąć na telefon darmową aplikację, która, w czasie treningu, zliczała wybiegane kilometry i automatycznie przeliczała je na wyprodukowaną energię. Na koniec akcji organizator, firma Fortum, przekazał darowiznę na cele charytatywne w każdym z 4 miast, na rzecz których uczestnicy mogli przekazać wybieganą przez siebie energię. Były to miejscowości, w których Fortum ma oddziały: Częstochowa, Wrocław, Zabrze, Bytom. Łącznie w akcję zaangażowało się ok. 1 tys. osób, które przebiegły ponad 50 tys. km.

Siedzibą **Global e-Business Operations** jest Wrocław. Właśnie w tym mieście wolontariusze z firmy zorganizowali w partnerstwie z kinem Nowe Horyzonty, organizacją HumanDoc oraz Komisją Europejską wydarzenie kulturalne **SocialArt**, podczas którego miała miejsce wystawa plakatów oraz wyświetlane były filmy dokumentalne i fabularne dotyczące wykluczenia społecznego w dzisiejszym świecie. W trzydniowym evencie wzięło udział 1670 osób.

Kolejną inicjatywą **Global e-Business Operations** skierowaną do mieszkańców Wrocławia było, zorganizowane wspólnie z wrocławskim oddziałem firmy IBM GSDC Polska Sp. z o.o. oraz Google, **WrOpenUp**. Wolontariusze firm biorących udział w akcji, przeszkoleni uprzednio w zakresie komunikacji międzykulturowej, koordynowali i przeprowadzili warsztaty z kompetencji międzykulturowych dla ponad 220 uczniów i studentów oraz towarzyszące wydarzenia (warsztaty kreatywne i medialne), a także opiekowali się grupami młodzieży gimnazjalnej i ponadgimnazjalnej realizującymi projekty z zakresu różnorodności kulturowej i etnicznej.

Polacy mają od 2004 roku możliwość przekazania 1% swojego podatku dochodowego na rzecz wybranej organizacji pożytku publicznego. **Capgemini** stworzyło wewnętrzną bazę takich organizacji, polecanych przez pracowników firmy. Baza dostępna była dla wszystkich (niemal 6 tys.) zatrudnionych osób.

Grupa GPEC została Partnerem Strategicznym I edycji akcji „**Moc Bazera czyni bohatera**” – kampanii społeczno-edukacyjnej, której podstawowym celem jest przeciwdziałanie przemocy wśród dzieci w wieku szkolnym. W ramach projektu organizowano spotkania w trójmiejskich szkołach, w czasie których promowano wśród dzieci właściwe postawy obywatelskie w przypadku zetknięcia się z agresją. W akcji wzięło udział 86 szkół.

Firma **PGNiG** wsparła **Ogólnopolski Festiwal Twórczości Wszelakiej Osób Głuchoniewidomych**, który zorganizowany został przez Towarzystwo Pomocy Głuchoniewidomym w Olsztynie. Celami projektu było: poszerzanie świadomości społecznej o osobach z jednocześnie poważnym uszkodzeniem wzroku i słuchu; budzenie poczucia wartości osób głuchoniewidomych dzięki występom publicznym oraz stwarzanie możliwości do przetłumaczenia ograniczeń wynikających z ich niepełnosprawności; rozbudzanie aktywności i chęci działania osób głuchoniewidomych poprzez pracę warsztatową.

Zielonogórski oddział **PGNiG** zaangażował się w międzyszkolny projekt edukacyjno-wychowawczy **Otwarte działania twórcze**, w ramach którego spotykają się grupy młodzieży sprawnej oraz niesprawnej intelektualnie. Młodzi ludzie uczestniczą w warsztatach, wycieczkach i integracyjnych zabawach plastycznych.

Akcja „**Uszyj Jasia**” z **IKEA Katowice** polegała na szyciu poszewek na poduszki dla Górnośląskiego Centrum Zdrowia Dziecka. W projekt zaangażowało się 76 osób (pracownicy, osoby odwiedzające sklep w dniu zycia, blogerki, uczniowie szkół krawieckich); uszyły one wszystkie potrzebne szpitalowi 584 jaśki.

W ramach kolejnego projektu **IKEA Katowice – „Smacznie, zdrowo, kolorowo”** firma przekazała jednej ze szkół podstawowych w Tychach kuchnię, która została wcześniej wykorzystana przez IKEA w reklamie. W tej nowo zaaranżowanej przestrzeni w szkole odbywają się zajęcia z gotowania, przeliczania jednostek itp.

Podczas **Globalnego Wyzwania** pracownicy **ING Banku Śląskiego** organizują spotkania z dziećmi w świetlicach środowiskowych, szkolnych, domach dziecka, oddziałach szpitali.

Fortum Power
and Heat Polska

www.fortum.pl
zatrudnienie w 2013: 680 os.

Global e-Business
Operations

www.hp.com
zatrudnienie w 2013: b.d.

Capgemini Sp. z o.o.

www.pl.capgemini.com
zatrudnienie w 2013: 5500 os.

Grupa GPEC

www.gpec.pl
zatrudnienie w 2013: 500 os.

Polskie Górnictwo
Naftowe i Gazownictwo SA

www.pgnig.pl
zatrudnienie w 2013: 8143 os.

IKEA Retail

www.ikea.pl
zatrudnienie w 2013: 2300 os.

ING Bank Śląski

www.ing.pl
zatrudnienie w 2013: 8044 os.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

nych, bibliotekach szkolnych i publicznych, w trakcie których czytają i przekazują każdemu dziecku bezpłatny egzemplarz książki biblioterapeutycznej „Lucjan. Lew, jakiego nie było”. W 2013 roku liczba zaangażowanych pracowników wyniosła 1 tys., a spotkali się oni z 4 tys. dzieci. Zorganizowano również kiermasze charytatywne i intranetową aukcję rękodzieła, z których dochód przeznaczony został na cele społeczne.

Firma **Inter IKEA Centre Group Poland** poprzez organizację konkursu **Błyńnij dla bezpieczeństwa** chciała podnieść świadomość dzieci na temat ich bezpieczeństwa na drodze. Konkurs, skierowany do przedszkolaków i uczniów szkół podstawowych z klas 1–3, polegał na stworzeniu projektu odblasku, który zostałby następnie wyprodukowany i bezpłatnie rozdyskrybuowany do szkół i przedszkoli. Łącznie zgłoszono 344 projekty, a placówki, z których nadesłano 10 najwyżej ocenionych, otrzymały nagrody finansowe.

Fundacja Faktu oraz **Jeronimo Martins Polska S.A.** powołali do życia wspólny program charytatywny „**Codziennie bądźmy razem**” i związany z nim fundusz. W jego ramach w 2013 roku zostały wydane 3 książeczki z płytami, dochód z ich sprzedaży przekazano na cele programowe fundacji. Kilkadziesiąt tysięcy sprzedanych książek przełożyło się na pomoc 35 dzieciom z poważnymi dysfunkcjami psychoruchowymi. Polegała ona zazwyczaj na opłaceniu kosztownych cykli rehabilitacyjnych, których cena jednostkowa waha się w granicach 4–9 tys. zł.

Współpraca Natural Pharmaceuticals z inicjatywą Ratuj z Sercem polegała na przekazaniu wybranym instytucjom wysokiej klasy automatycznego defibrylatora oraz przeprowadzeniu szkolenia z jego użycia. Urządzenia zostały przekazane Akademii Wychowania Fizycznego w Katowicach, Urzędowi Miasta w Luboniu, Ochotniczej Straży Pożarnej w Chętnie oraz na plażę w Mielnie. W czasie wydarzeń związanych z przekazaniem defibrylatorów zostało przeszkolonych ponad 570 plażowiczów oraz ponad 40 pracowników lokalnych instytucji.

Wiele projektów społecznych **PKN ORLEN** poświęconych jest sportowi – zarówno amatorskiemu, jak i wyczynowemu. Szczególnym zainteresowaniem firmy cieszą się sporty motorowe, lekka atletyka oraz siatkówka. **Rodzinna Akademia Siatkówki** to projekt skierowany do podopiecznych rodzinnych domów dziecka z całej Polski. Około 50 dzieci wraz z opiekunami miało możliwość uczestniczenia w finale mistrzostw Polski w siatkówce plażowej ORLEN Beach Volley Tour 2013. Wyjazd został wzbogacony o zajęcia sportowe prowadzone przez polskie gwiazdy piłki plażowej, a także inne atrakcje – warsztaty i wycieczki.

Mała Olimpiada to organizowane corocznie przez pracowników **UBS Poland Service Centre** zawody sportowe dla dzieci z domów dziecka (w 2013 roku byli to podopieczni Stowarzyszenia Rodzin Adopcyjnych i Zastępczych „Pro Familia”). W zmaganiach uczestniczą zarówno dzieci pracowników UBS, jak i z domów dziecka. Uczestnicy zabawy mają zapewnione atrakcje w postaci jazdy off-road jeepami oraz udział w zajęciach sportowych (przeciąganie liny, sztafety, gra w dwa ognie, rzuty do kosza itp.). Po zakończeniu zawodów wszystkie dzieci, niezależnie od wyników, są nagradzane złotymi medalami oraz sportowymi bluzami.

Roche Polska zorganizowała wśród swoich pracowników akcję pod hasłem „**Mój rysunek dla Malawi**” połączoną ze zbiórką funduszy na rzecz organizacji wspierających potrzebujące dzieci w Polsce oraz w Malawi. Pieniądze były zbierane poprzez aukcję rysunków dzieci pracowników oraz tzw. wymianę talentów pracowników Roche na wsparcie dla potrzebujących. Dodatkowo Zarząd firmy przekazał dwukrotność zebranej kwoty na pomoc humanitarną dla Malawi.

Ideą akcji **Europejski Pomocnik** jest pomoc chorym dzieciom, dla których zbierane są pieniądze wśród pracowników **TU Europa**, najczęściej na sfinansowanie operacji lub rehabilitacji. Pracownicy mogą zgłosić dziecko ze swojego otoczenia, któremu dedykowana jest dana edycja. W celu zbiórki funduszy w firmie uruchamia się tzw. Europejski Pomocnik oferujący specjalne gadżety (koszulki, kubki, torby na zakupy, breloczki). Każdy zatrudniony może kupić dowolną ilość gadżetów – zebrane środki przekazywane są na zdefiniowany wcześniej cel.

Program Pomocy Europ Assistance Polska realizowany jest w 3 etapach: przyjęcie zgłoszeń, analiza sytuacji oraz decyzja i uruchomienie środków. Adresaci programu otrzymują niezbędny do rehabilitacji i funkcjonowania sprzęt.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Praktyki długoletnie
(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
1	ATERIMA	Bezpłatne udźwiękowione lekcje języka niemieckiego	Podnoszenie kompetencji językowych za pomocą bezpłatnego kursu publikowanego w internecie.	2012
2	Bank BGŻ	Jeźdź z głową	Promocja bezpiecznych zachowań na drodze wśród wszystkich uczestników ruchu drogowego.	2012
3	Bank Gospodarstwa Krajowego	Młody Obywatel	Program edukacji obywatelskiej angażujący młodzież, nastawiony na budowę lokalnego kapitału społecznego.	2012
4	Bank Zachodni WBK	Program Santander Universidades	Część globalnego programu realizowanego przez Grupę Santander. Celem jest wspieranie polskich uczelni wyższych w realizacji projektów (badawczych, naukowych, edukacyjnych) oraz wsparcie współpracy środowiska akademickiego i biznesu.	2012
5	Capgemini Sp. z o.o.	Capgemini Teatralnie	Spektakl charytatywny grany przez pracowników firmy na rzecz Stowarzyszenia SIEMACHA, corocznie od 2008 roku. Praktyka wcześniej opisana jako „Projekt Teatr”.	2012, 2011
6	Citi Handlowy	Gra internetowa „Pierwszy milion”	Poszerzenie wiedzy z zakresu działania rynku i produktów finansowych oraz podniesienie umiejętności zarządzania finansami osobistymi.	2012
7	Citi Handlowy	Odzyskiwanie Dzieł Sztuki	Odzyskiwanie dóbr kultury utraconych przez Polskę w czasie i w wyniku II wojny światowej.	2012
8	Credit Agricole Bank Polska	Bank z klasą. Cała wiedza o bankowości	Bank poprzez zabawę zachęca dzieci do oszczędzania i wprowadza w świat finansów. Wcześniej była to praktyka Lukas Banku.	2012, 2010
9	Credit Agricole Bank Polska	Współpraca partnerska z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu	Prowadzenie wykładów i warsztatów dla studentów przez ekspertów banku. Celem jest przekazanie praktycznej, biznesowej wiedzy studentom.	2012, 2011
10	DENTSU AEGIS NETWORK	Future Proof – lokalne działania wpisujące się w globalną strategię Grupy Dentsu Aegis Network	Zbiór działań lokalnych, których celem jest zaangażowanie w działalność społeczną i ekologiczną. Wcześniej była to praktyka AEGIS MEDIA.	2012
11	Diageo Polska Sp. z o.o.	Społeczności Lokalne	Wolontariat pracowniczy oraz inne działania prowadzone przez pracowników na rzecz społeczności lokalnych.	2012
12	ENEA S.A.	Lekcje edukacyjne „Nie taki prąd straszny”	Edukacja dzieci przez wolontariuszy Grupy ENEA poruszająca tematykę bezpiecznego obchodzenia się z prądem.	2012, 2011

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
13	Fortum Power and Heat Polska	Fortum dla Śląskich Dzieci	Wspieranie młodzieży śląskiej, będącej w trudnej sytuacji materialno-życiowej. Inicjatywa realizowana we współpracy z Fundacją Ulica.	2012
14	Fortum Power and Heat Polska	Gra Energetyczna Fortum	Gra planszowa opracowana przez specjalistów Fortum dla uczniów gimnazjów oraz liceów. Jej celem jest promocja wiedzy na temat energii i ekologii wśród młodzieży.	2012
15	Fortum Power and Heat Polska	Lato z Teatrem	Organizacja warsztatów teatralnych dla dzieci i młodzieży. Inicjatywa prowadzona wspólnie z Teatrem Nowym w Zabrzu.	2012
16	Fortum Power and Heat Polska	Uniwersytet dla Dzieci	Cykl warsztatów dla dzieci, poświęcony różnym zagadnieniom związanym z energią ciepłą. Działania wcześniej opisane jako praktyka „Energia edukacji”.	2012
17	GlaxoSmithKline	Promyk Dnia	Zakładanie świetlic środowiskowych na obszarach zagrożonych biedą, o wysokim bezrobociu. Działania wcześniej opisane w praktyce „Świetlice środowiskowe Promyk Dnia”.	2008
18	Grupa GPEC	Bo święta potrzebują ciepła	Przekazanie prezentów oraz świątecznego czeku przez pracowników i klientów na zakup sprzętu medycznego dla beneficjenta akcji świątecznej.	2012
19	Grupa Muszkieterów	Konwój Muszkieterów	Wsparcie finansowe najbardziej potrzebujących placówek społecznych na terenie całej Polski.	2011
20	Grupa Muszkieterów	Place Zabaw – Muszkieterowie	Budowanie nowoczesnych, bezpiecznych placów zabaw dla najmłodszych na terenie 14 województw w Polsce.	2012, 2009
21	Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe Sp. z o.o.	Bądź Widoczny – Bądź Bezpieczny	Działania poprawiające bezpieczeństwo pieszych i rowerzystów – uczestników ruchu drogowego.	2012
22	IBM	Program Nauczania Początkowego KidSmart	IBM przekazało do przedszkoli specjalne edukacyjne centra komputerowe.	2012
23	IBM	Reading Companion	Bezpłatny portal do nauki języka angielskiego online, oparty na technologii rozpoznawania głosu.	2012, 2010
24	IBM	Teachers Try Science	Portal dla nauczycieli z pomocami do prowadzenia zajęć multimedialnych.	2012
25	IKEA Retail	Program stypendialny „Na Rodzinę Można Liczyć”	Program stypendialny na rzecz uczniów, których sytuacja życiowa nie pozwala na pełny dostęp do edukacji pozaszkolnej i rozwój talentów.	2012
26	IKEA Retail	W IKEA „Każdy pluszak to historia”	Za każdą zakupioną w IKEA zabawkę pluszową przekazywane jest 1 euro na rzecz IKEA Foundation.	2011
27	ING Bank Śląski	Praktyka z Lwem	Program płatnych praktyk wakacyjnych dla studentów, funkcjonujący w banku od 2006 roku.	2012

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
28	Jeronimo Martins Polska S.A.	Mistrzostwa Polski i Świata Dzieci z Domów Dziecka w Piłce Nożnej	Wsparcie Mistrzostw Polski i Świata Dzieci z Domów Dziecka w Piłce Nożnej.	2012
29	Jeronimo Martins Polska S.A.	Ogólnopolski Festyn Rodzinny z okazji Dnia Dziecka „Bądźmy razem”	Festyn potączony z akcją pomocy dzieciom. Wcześniej praktyka opisana jako „Współpraca z Caritas Polska”.	2012
30	Lyreco Polska S.A.	Lyreco for Education	Zbiórka środków na edukację i rozwój dzieci, przeprowadzona wśród klientów i dostawców Lyreco oraz pracowników.	2012
31	MASPEX-GMW Sp. z o.o. S.K.A.	Klub Bezpiecznego Puchatka	Edukacja i poprawa bezpieczeństwa dzieci na drodze.	2012
32	Nestlé Polska S.A.	Program edukacyjny „Żyj smacznie i zdrowo”	Edukowanie młodzieży w zakresie zdrowego odżywiania, gotowania, racjonalnych zakupów i niemarnowania żywności. Wcześniej praktyka opisana jako „Jedz smacznie i zdrowo”.	2010
33	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.	Wyprawki szkolne dla pierwszoklasistów	Przekazywanie wyprawek dla pierwszoklasistów na terenach, na których spółka realizuje inwestycje.	2012
34	Orbis S.A.	Accordeon Samodzielności	Program szkoleń, staży i wsparcia psychologicznego, mający umożliwić młodym ludziom w trudnej sytuacji życiowej wejście na rynek pracy.	2012
35	Pelion S.A.	Dzień Godności	Wolontariusze-pracownicy oraz znane osobistości spotykały się z młodzieżą w szkołach, by porozmawiać o godności.	2012
36	Pelion S.A.	Łódź Maraton Dbam o Zdrowie	Wydarzenie sportowe i społeczne, którego celem była promocja zdrowia i aktywnego trybu życia.	2012
37	Pelion S.A.	Razem Możemy Więcej!	Międzysektorowe działania na rzecz osób będących w trudnej sytuacji życiowej.	2012
38	PKO Bank Polski	Bankowa Akcja Honorowego Krwiodawstwa	Edukacja z zakresu krwiodawstwa, krwiolecznictwa, zbieranie krwi i pozyskiwanie nowych krwiodawców.	2012
39	PKO Bank Polski	Program Edukacji Ekonomicznej Najmłodszych	Przekazywanie dzieciom zasad oszczędzania i gospodarowania pieniędzmi oraz zarządzania własnym budżetem.	2011
40	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	ORLEN na rzecz ochrony zdrowia i życia	Współpraca z jednostkami zawodowych i ochotniczych straży pożarnych w całym kraju.	2012
41	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Program ORLEN. Bezpieczne Drogi (OBD)	Realizacja długofalowego programu społecznego na rzecz poprawy bezpieczeństwa na polskich drogach.	2012, 2007

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Praktyki długoletnie

(opisane w jednej z poprzednich edycji raportu, realizowane również w 2013 roku)

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
42	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Rozwój projektu Future Fuelled by Knowledge – Przyszłość zasilana wiedzą poprzez wejście z komunikacją w nowoczesne media elektroniczne	Inicjowanie oraz podniesienie jakości debaty publicznej na temat najważniejszych wyzwań dla polskiej i światowej gospodarki oraz edukacja społeczna w zakresie najważniejszych kwestii ekonomiczno-gospodarczych.	2012
43	Provident Polska S.A.	Kultura dzielenia się wiedzą	Cykl spotkań dla studentów prowadzonych przez ekspertów z firmy.	2011
44	PwC	Program coachingowy dla liderów społecznych „Dwa sektory – jedna wizja”	Wymiana wiedzy i inspiracji między liderami biznesu i liderami społecznymi.	2012, 2011
45	Robert Bosch Sp. z o.o.	Akademia Wynalazców im. Roberta Boscha	Projekt edukacyjny dla gimnazjalistów, promujący nauki ścisłe oraz wspierający talenty.	2012, 2011
46	Scanmed Multimedix S.A.	Wybierz zdrowie! Pamiętaj o profilaktyce	Akcje profilaktyczne dotyczące chorób cywilizacyjnych.	2012
47	Scanmed Multimedix S.A.	Wygraj życie – wykonaj mammografię!	Działania mające na celu uświadamianie kobiet o konieczności przeprowadzania badań mammograficznych.	2012
48	Schenker Sp. z o.o.	Program stażowy Sales Consulting Trainee Programme	Program stażowy skierowany do absolwentów i studentów. Został uruchomiony w firmie, aby pozyskać młodych, zdolnych pracowników, a absolwentom ułatwić znalezienie pracy lub praktyk w branży TSL.	2012
49	Skanska S.A.	Bezpieczni w pobliżu budowy	Od 2008 roku organizowane są prelekcje dla dzieci, uczące bezpiecznych zachowań poza domem. Wcześniej praktyka opisana jako „Bezpieczni w drodze do szkoły”.	2010
50	TelePolska	Program abonencki – Społeczny Operator Telekomunikacyjny	Wsparcie finansowe w formie marketingu społecznie zaangażowanego, umożliwiające finansowanie partnerom stałych działań na rzecz pomocy dzieciom i młodzieży.	2012, 2010
51	Tesco Polska	Pomóżmy zwierzętom przetrwać zimą	Piąta edycja akcji, której celem była pomoc bezdomnym zwierzętom poprzez zaangażowanie społeczności lokalnej do udziału w zbiórce.	2011
52	T-Mobile Polska S.A.	Świąteczna Aukcja Charytatywna	12. Świąteczna Aukcja Charytatywna rzeczy zrobionych przez pracowników. Pozyskane fundusze zostały przeznaczone dla lokalnej społeczności.	2012
53	Tymbark-MWS Sp. z o.o. S.K.A.	Turniej „Z podwórka na Stadion o Puchar Tymbarku”	Aktywizacja sportowa dzieci.	2012
54	Unilever Polska	Światowy Dzień Mycia Rąk	Praktyka polegająca na promowaniu mycia rąk z użyciem mydła wśród dzieci w wieku przedszkolnym.	2012

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lp.	Nazwa firmy	Nazwa praktyki	Opis praktyki	Raporty, w których praktyka została opisana
55	UPC Polska	Akademia e-Bezpieczeństwa	Edukacja dorosłych i dzieci w zakresie bezpieczeństwa dzieci i młodzieży w internecie.	2012, 2009
56	UPC Polska	Akademia e-Seniora	Autorski program edukacyjny dla osób 50+ z zakresu obsługi komputera i internetu. Wcześniej praktyka opisana jako „e-Akademia UPC”.	2012, 2009, 2008
57	UPC Polska	Internet Starter	Pomoc osobom wykluczonym cyfrowo, przekazanie młodzieży pozytywnych wzorców zachowań, uwrażliwienie na potrzeby innych.	2012
58	UPC Polska	Koalicja Cyfrowego Włączenia Generacji 50+ „Dojrzałość w sieci”	Koalicja międzysektorowa na rzecz zmniejszania poziomu wykluczenia cyfrowego osób 50+.	2012, 2010
59	Volkswagen Poznań	Volkswagen Poznań Mini Handball	Kompleksowy program nauki gry w piłkę ręczną dla dzieci ze szkół podstawowych.	2012, 2011
60	Wawel SA	Słodki Dzień Dziecka	W ramach inicjatywy do domów dziecka trafia co roku ponad 6 ton słodczy oraz nagrody. Organizowane są także konkursy i akcje angażujące całe ośrodki.	2012

- Łączna liczba artykułów podejmujących tematykę odpowiedzialnego biznesu i powiązane z nią zagadnienia:

5591

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2013 roku

To o 67% więcej niż w roku ubiegłym

Wybrane artykuły z 2013 roku

RAPORTOWANIE CSR PRZEZ HR

Raporty społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) według standardu GRI to świetny materiał nie tylko dla obecnych pracowników i ich rodzin, ale również dla potencjalnych pracowników. Jaką rolę w raportowaniu społecznej odpowiedzialności biznesu odgrywa menedżer HR? Jakie dane powinien zgromadzić i ujawniać? *Liliana Anam („Personel Plus”, 1.01.2013)*

WERSYTY ODPOWIEDZIALNOŚCI

Raportowaniem społecznym rządzi ta sama reguła, co rynkiem wydawniczym: autora ocenia się po drugiej książce. Aż 1940 stron liczą wszystkie raporty społeczne nagrodzone w konkursie Raporty Społeczne w latach 2009–2011, co daje średnio 88 stron na jeden dokument. *Dorota Olczyk („Press”, 1.02.2013)*

CSR POTRZEBNY W KRYZYSIE

Strategia CSR w czasach kryzysu porządkuje działania i pomaga oszczędzać. Właśnie teraz jej brak może zacząć najbardziej doskwierać przedsiębiorcom. *Agnieszka Ostojka-Badziak („Businessman”, 1.02.2013)*

RAPORTOWANIE SPOŁECZNE: KOSZT, KTÓRY SIĘ ZWRACA

Coraz częściej i coraz więcej mówi się o raportowaniu wyników działalności gospodarczej. Cel wydaje się być dosyć jasny: uzupełnienie podstawowych informacji o tym, jaki zysk spółka generuje (raportowanie finansowe) – o dodatkowe informacje, w jaki sposób go generuje; czy realnie buduje wartość dodaną, czy tylko ją transferuje. *Jacek Dymowski („Ekologia i Rynek”, 1.02.2013)*

PRESTIŻ WARTO ZACZĄĆ BUDOWAĆ OD POCZĄTKU DZIAŁALNOŚCI

Społeczna odpowiedzialność biznesu nie jest zarezerwowana tylko dla największych firm. Dla młodego przedsiębiorcy ważne jest budowanie swojej marki. Nie zawsze jest to możliwe dzięki reklamie czy działaniom marketingowym. *Aleksandra Fandrejewska („Rzeczpospolita”, 6.02.2013)*

SPOŁECZNY ZNACZY ODPOWIEDZIALNY. I OPŁACALNY

Od pierwszego notowania indeksu RESPECT, zrzeszający elitę spółek odpowiedzialnych społecznie, wzrósł prawie o 60 proc. Jak tu nie wierzyć w skuteczność CSR? Wybuch kryzysu finansowego w 2008 r., którego gospodarcze skutki odczuwamy do dziś, nadał nowy wymiar

debacie na temat etyki prowadzenia biznesu i nadzoru korporacyjnego, szczególnie w sektorze bankowym i finansowym. *Cezary Koprowicz („Forbes”, 1.03.2013)*

PREZESIE, DAJ WĘDKĘ, NIE PACZKĘ

Czy paczki świąteczne dla dzieci w domach dziecka to dobry pomysł dla firm na pomaganie? Nie, choć uspokoi sumienie prezesa. Jak w takim razie mogą pomagać przedsiębiorstwa? *Katarzyna Zachariasz („Gazeta Wyborcza”, 21.03.2013)*

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW KORZYSTNA W BIZNESIE

Prowadzenie działalności gospodarczej w sposób odpowiedzialny jest już dzisiaj standardem. Świadomość firm w zakresie przejrzystości i uczciwości działań rośnie. Długoterminowy wpływ na otoczenie przekłada się nie tylko na korzyści wizerunkowe, ale też na finansowe. Zmiany w zarządzaniu wymuszają również przepisy prawa nakładające coraz większą odpowiedzialność na instytucje nadzorcze. *Bogdan Sadecki („Wprost”, 25.03.2013)*

DUŻA ODPOWIEDZIALNOŚĆ MAŁYCH I ŚREDNICH

W cieniu łatwiej jest pozostać małym i średnim firmom. Ale to nie zwalnia ich ze społecznej odpowiedzialności. CSR wydaje się być domeną korporacji. To właśnie duże firmy, często oddziały globalnych koncernów jako pierwsze zaczęły angażować się w tę tematykę, pierwsze opublikowały raporty społeczne, pierwsze zainicjowały tworzenie uporządkowanych strategii w tym zakresie. Dlatego pojawia się pytanie: a co z małymi i średnimi przedsiębiorstwami? *Jacek Dymowski („Ekologia i Rynek”, 1.04.2013)*

CENTRA HANDLOWE ZIELENIEJĄ WOLNO

Do tej pory w Polsce powstał tylko jeden „zielony” od podstaw outlet, ale sieci handlowe powoli przekonują się do ekologii. O ile certyfikat energetyczny dla biurów to już norma, to w centrach handlowych dopiero zaczyna się o tym mówić. Obecnie spośród 380 polskich centrów handlowych jedynie ponad 30 ma certyfikat. *Emil Górecki („Puls Biznesu”, 05.04.2013)*

IDEALISTA NA ETACIE W KORPORACJI

Praca eksperta CSR pozwala łączyć społeczne zaangażowanie z karierą w firmie.

Jednak nietatwo ją zdobyć. Na opublikowaną ofertę pracy na stanowisko specjalisty ds. CSR w grupie Lotos zgłosiły się dziesiątki kandydatów. *Anita Błaszczak („Rzeczpospolita”, 24.04.2013)*

NAJPIERW ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA DZIAŁANIA FIRMY, POTEM ODDZIAŁYWANIE NA JEJ DOSTAWCÓW

W rozwijaniu społecznej odpowiedzialności biznesu decydującą rolę odgrywają same firmy. Wpływ interesariuszy, zwłaszcza klientów i konsumentów, na praktykę ich postępowania jest w Polsce ograniczony. Większą presję wywierają na firmy normy prawa, regulatorzy rynku i instytucje rządowe. *(„Dziennik Gazeta Prawna”, 24.04.2013)*

CZYM DLA NAS JEST OCHRONA ŚRODOWISKA

Najważniejszym czynnikiem różnicującym działania wobec ochrony środowiska jest wielkość firmy. Im większa firma, tym większy jest jej wpływ na środowisko – a z drugiej strony – tym większa presja ze strony przepisów prawnych, wynika z ubiegłorocznego badania GfK Polonia przeprowadzonego telefonicznie na zlecenie Green Cross Poland wśród 500 osób. *Karolina Baca-Pogorzelska („Rzeczpospolita”, 25.04.2013)*

NARZĘDZIA DO WYKORZYSTANIA OD ZARAZ

W perspektywie długoterminowej przedsiębiorstwa postępują w sposób odpowiedzialny wobec swojego bezpośredniego otoczenia i dbają o to, by ich działania przyczyniały się do rozwoju społeczności. Zakładanie firmy w danej okolicy, mieście, kraju czy regionie oznacza zaangażowanie na rzecz społeczności lokalnej i jej rozwoju. *(„CR Navigator”, 1.05.2013)*

STRATEGICZNY FILAR ZRÓWNOWAŻONEJ PRZYSZŁOŚCI

Z powodu ścisłych związków ze środowiskiem i klimatem turystyka uważana jest za wysoce wrażliwy na klimat sektor gospodarki, podobny do sektora rolnego, ubezpieczeń, energii i transportu. Jednocześnie sektor turystyczny zauważalnie przyczynia się do zmian klimatu poprzez emisję gazów cieplarnianych, pochodzących zwłaszcza z transportu i zakwaterowania turystów. *Ivana Galić („CR Navigator”, 1.05.2013)*

MY RATUJEMY TO JEDZENIE, INACZEJ BY SIĘ ZMARNOWAŁO

Parking na tyłach galerii handlowej. Magda właśnie zeskoczyła z wielkiego

kontenera. Piotrek chwyta ją w ramiona i zakręca. – Zobacz, znalazłem żonę na śmietniku! – śmieje się. Bezdomni? Anarchiści? Nie, to freeganie, którzy przyszli tutaj „na zakupy”. *Maria Hawranek („Gazeta Wyborcza Kraków”, 10.05.2013)*

SZMACIANY BIZNES

Po katastrofie w fabryce odzieżowej w Bangladeszu świat oburzył się na tamtejsze warunki pracy. Obłudnie i na krótko. Ważne, że na Dalekim Wschodzie jest tanio. Korzystają z tego również polskie firmy. *Joanna Solska („Polityka”, 27.05.2013)* — *Laureat konkursu Pióro odpowiedzialności*

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU – CZY TO SIĘ OPŁACA?

CSR to nie tylko 42,2 mld dol., które koncern BP musiał zapłacić za katastrofalny wyciek ropy w Zatoce Meksykańskiej, czy Julia Roberts z ponętym dekoltem w filmie „Erin Brockovich”. Odpowiedzialność za działania wpływające na środowisko i jakość życia ludzi to inwestycja w przyszłą pozycję firmy. *Natalia Ćwik („Proseed”, 1.06.2013)*

ZIELONY WZROST

Trzy skuteczne sposoby na opracowanie proekologicznych produktów. Wkrótce po tym, jak w 1987 roku w sprzedaży pojawiły się filtry do wody marki Brita, wytwarzająca je firma Clorox została liderem w produkcji dzbankowych systemów filtrujących, a w 2002 roku kontrolowała już 70% rynku tych urządzeń. *Gregory Unruh, Richard Ettenson („Harvard Business Review”, 1.06.2013)*

ODPOWIEDZIALNA STRATEGIA – ODPOWIEDZIALNE ZARZĄDZANIE ŁAŃCUCHEM DOSTAW

Firma odpowiedzialna śledzi i stara się minimalizować swój negatywny wpływ na otoczenie, w którym funkcjonuje na poszczególnych etapach łańcucha dostaw. Jest to element strategii zarządzania łańcuchem dostaw i jednocześnie wielkie wyzwanie dla wszystkich osób zajmujących się logistyką w firmach. *Agnieszka Siarkiewicz („Logistyka a Jakość”, 1.07.2013)*

W DOBREJ SPRAWIE

Co sprawia, że firmy rezygnują z dążenia do zysku i poświęcają swój czas na pracę dla ogółu? W jaki sposób charytatywne działania związane są z rosnącym znaczeniem społecznej odpowiedzialności biznesu? *Alex Hayes („Eurobuild Central & Eastern Europe”, 1.07.2013)*

PRASA

O ŁĘJSZY ŚLAD

Inwestując w proekologiczne produkty i usługi, firmy szykują się na czas, kiedy klienci uznają, że bycie zielonym się opłaca. Z początkiem lipca w Polsce zaczął obowiązywać nowy system gospodarowania odpadami. Jego elementem jest zróżnicowanie opłat za śmieci tak, by premiować ich segregowanie. *Beata Goczał („Press”, 1.07.2013)*

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ W RĘKACH DOGMATYKÓW

Bywa, że koncentrujemy się na jednym wymiarze zrównoważonego rozwoju, całkowicie ignorując pozostałe. Im dłużej, im bardziej dogłębnie zajmuję się tematem społecznej odpowiedzialności biznesu, tym częściej zastanawiam się, na czym w praktyce polega ta odpowiedzialność. *Jacek Dymowski („Ekologia i Rynek”, 1.08.2013)*

SPRZĄTANIE MIAST Z NADMIARU REKLAM

Przez wiele lat nagłaśniano kontrowersje wokół polskiego outdooru. Problemów jest wiele: płachty zawieszane na blokach i kamienicach skutecznie zabierające mieszkańcom światło i powietrze; megalomania reklamodawców; agresywność przekazu i drobni przedsiębiorcy, którzy czasami za nic mają estetykę i przepisy prawa. *Marcin Świejkowski (kampaniespoleczne.pl, 19.08.2013)*
— Laureat konkursu Pióro odpowiedzialności

JUŻ OBOWIĄZEK CZY JESZCZE WYBÓR?

Komisja Europejska wprowadza rozwiązania zmierzające do tego, by duże firmy oraz spółki giełdowe raportowały dane niefinansowe na temat m.in. wpływu na środowisko, społeczeństwa czy lokalną gospodarkę. Decyzja o rozpoczęciu procesu raportowania przez firmę miewa różne motywacje – globalna strategia, notowanie w indeksie giełdowych spółek odpowiedzialnych społecznie czy wreszcie coraz większa presja regulatorów. *Mirella Panek-Owsiańska („Brief”, 1.09.2013)*

WHISTLEBLOWING, CZYLI ZAPOBIEGANIE ZAGROŻENIOM

Zdarzenia spowodowane łamaniem prawa bądź zasad etycznych przez członków organizacji mogą zagrozić firmie. Zarządzanie ich zgłaszaniem, choć trudne, jest konieczne. *Robert Sroka („Harvard Business Review”, 1.09.2013)*
— Laureat konkursu Pióro odpowiedzialności

SMARTCITY

Miasto, niczym żywy organizm, dynamicznie reaguje na nasze potrzeby, ekologiczne i przyjazne mieszkańcom, świetnie skomunikowane wewnętrznie i z resztą świata. Czy tak będą wyglądały metropolie przyszłości? *Krzysztof Józwiak („Uważam Rze”, 30.09.2013)*

BUDOWA ZRÓWNOWAŻONYCH MIAST

Wydolne i konkurencyjne ekonomicznie miasta stanowią ogromną szansę dla sektora prywatnego. W 2011 roku w miastach mieszkało 3,6 miliarda ludzi. Do 2050 roku liczba ta zwiększy się niemal dwukrotnie i przekroczy 6 miliardów. *John D. Macomber („Harvard Business Review”, 1.10.2013)*

PRAWNE KORZYŚCI DLA PRZEDSIĘBIORCÓW, KTÓRZY STAWIAJĄ NA DZIAŁANIA SPOŁECZNE I INNOWACJE

Prawo pomaga tym, którzy realizują działania w zakresie CSR oraz rozwijają innowacyjne projekty. Dobra znajomość oraz umiejętne stosowanie przepisów prawnych może przynieść zaangażowanemu w te działania przedsiębiorcy realne profity. Według badań, przeprowadzonych wiosną 2013 roku wśród wielkopolskich przedsiębiorców, to właśnie działania prospołeczne – oprócz ekologii – najczęściej kojarzą się ze społeczną odpowiedzialnością. *Bartosz Kozłowski („As Biznesu”, 1.10.2013)*

RESPECT INDEX W NOWEJ ODSŁONIE

W ostatnich dniach warszawski indeks spółek odpowiedzialnych społecznie RESPECT osiąga kolejne historyczne maksima. Giełda jednak nie spoczywa na laurach. W ostatnim czasie zmianie uległy zasady i częstotliwość kwalifikacji spółek do tego indeksu, a obecnie rozpoczął się ostatni etap VII już edycji tego projektu. *Jacek Kuchenbeker, Tomasz Wiśniewski („Gazeta Giełdy Parkiet”, 26.10.2013)*

KARTA RÓŻNORODNOŚCI – WSPARCIE DLA PRACODAWCY I PRACOWNIKA

Idea zarządzania różnorodnością nie jest jeszcze powszechnie znana polskim pracodawcom, niemniej zatacza wśród nich coraz szersze kręgi. Najczęściej pojawia się w korporacjach, do których trafia z zagranicznych spółek matek. *Ewa Wojstawowicz („Personel Plus”, 1.11.2013)*

KRĘGOSŁUP MORALNY FIRMY

Naruszenie zasad etycznych wcześniej czy później wzbudza zainteresowanie społeczne, ale w tym przypadku nie jest ono korzystne dla rozwoju biznesu. Warto zatem nie zamykać oczu na dylematy moralne, przed jakimi staje przedsiębiorstwo. *Bolesław Rok („THINKTANK”, 1.11.2013)*

PREZES W ROLI WOŁONTARIUSZA

Czy osoby na najwyższym szczeblu powinny się angażować w inicjatywy społeczne? Przykład idzie z góry, dlatego większe zaufanie może wzbudzić szef, który nie tylko wygłasza mądre frazesy czy też deleguje zadania, ale sam zakasa rękawy i razem z zespołem angażuje się w działania. *Katarzyna Klimek-Michno („Personel i Zarządzanie”, 1.12.2013)*

CORAZ WIĘCEJ KONKRETÓW

Koncepcje zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu coraz częściej stają się istotnymi elementami głównej strategii korporacyjnej. Tworzeniu takich zintegrowanych rozwiązań sprzyja rosnąca popularność nowoczesnych standardów raportowania. *Marcin Kaczmarczyk („Forbes”, 1.12.2013)*

CSR MOTOREM INNOWACYJNOŚCI

Inwestycje w innowacje to konieczność. Wiele firm dochodzi jednak do wniosku, że można połączyć je z działaniami z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Zyskują firma, pracownik i klient. *Patrycja Otto („Dziennik Gazeta Prawna”, 17.12.2013)*

DROGA KU DOJRZAŁOŚCI

Finał 7. edycji konkursu Raporty Społeczne pokazał, że poziom sprawozdań pozafinansowych w Polsce nie tylko jest coraz wyższy, ale i wyrównany. A jaka jest przyszłość raportowania społecznego? *Ewa Albińska („Kompedium CSR”, 20.12.2013)*

ŁUDZKA POMOC POD LOGO FIRMY

Już sześć na 100 dużych spółek realizuje program wolontariatu. To trzykrotnie więcej niż przed pięcioma laty. Lista znanych firm, które mogą się pochwalić nie tylko filantropią, ale też działaniami społecznymi swych pracowników, rośnie z roku na rok. *Anita Błaszczak („Rzeczpospolita”, 23.12.2013)*

KALENDARIUM

Wybrane wydarzenia z 2013 roku

KONFERENCJE, SEMINARIA, SPOTKANIA



24 stycznia
Prezentacja wyników VI edycji projektu RESPECT Index

Warszawa
Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie

24 stycznia
Spotkanie z dr. Michaeliem K. Addo

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Instytut Allerhanda

25 stycznia
Implementacja Wytycznych ONZ ds. Biznesu i Praw Człowieka. Szanse, Wyzwania i Krajowy Plan Wdrażania Wytycznych

Warszawa
Instytut Allerhanda
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem konferencji

29 stycznia
SRI Workshop Day 2013

Warszawa
Grupa Robocza ds. Odpowiedzialnych Inwestycji



30 stycznia
Spotkanie inaugurujące Certyfikat Zielony Sklep

Warszawa
Fundacja Partnerstwo dla Środowiska
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem merytorycznym spotkania



5 lutego
Równość (znaczy) dzieciństwo? Demograficzne wyzwania Europy

Warszawa
Fundacja im. Friedricha Eberta i Fundacja ICRA

KALENDARIUM

6 lutego
Work-life balance w biznesie
 Lublin
 Związek Prywatnych Pracodawców Lubelszczyzny ZPPL „Lewiatan”

14 lutego
Polska 2050 – węgiel a gospodarka niskoemisyjna
 Warszawa
 Koalicja Klimatyczna

14 lutego
Polska Karta Różnorodności – rok doświadczeń, rok wyzwań
 Warszawa
 Forum Odpowiedzialnego Biznesu

14 lutego
Jaka energia dla Polski?
 Warszawa
 CR Navigator

20 lutego
Social Entrepreneurship. How Businesses Can Transform Society
 Warszawa
 Szkoła Główna Handlowa

21 lutego
Uelastycznienie czasu pracy w Polsce. Ile pracy w pracy?
 Warszawa
 Centrum Partnerstwa Społecznego „Dialog” im. Andrzeja Bączkowskiego

27 lutego
Biznes społecznie odpowiedzialny w kontekście dialogu MSP i NGO
 Płock
 Międzynarodowe Centrum Rozwoju Lokalnego CIFAL, Instytut ONZ ds. Badań i Szkoleń UNITAR
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem konferencji

28 lutego
Inauguracja II etapu projektu „Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050”
 Warszawa
 Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Środowiska, PwC, Forum Odpowiedzialnego Biznesu

28 lutego
Odnawialne źródła energii w Polsce
 Warszawa
 Ośrodek Analiz Politologicznych, Instytut Nauk Politycznych UW

28 lutego
Spółeczna odpowiedzialność biznesu w wydaniu studenckim – projekty zmieniające świat w praktyce
 Łódź
 Międzynarodowa Organizacja Studencka Enactus Uniwersytetu Łódzkiego

1 marca
Bioróżnorodność i bezpieczeństwo żywności – sprzeciw wobec GMO
 Warszawa
 Stowarzyszenie Forum Rolnictwa Ekologicznego im. Mieczysława Górnego i Stowarzyszenie Inżynierów i Techników Ogrodnictwa (SITO)

7 marca
Dobra diagnoza potrzeb pierwszym krokiem do sukcesu fundacji
 Warszawa
 Forum Darczyńców w Polsce

13 marca
Spółeczna Odpowiedzialność Uczelni
 Warszawa
 Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Zespół ds. CSR przy Ministerstwie Gospodarki, UNDP

13 marca
Różnorodność procentuje!
 Toruń
 Diversity Index

14 marca
Efektywność społecznej zaangażowania firm, czyli model LBG w praktyce
 Warszawa
 SGS Polska
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem konferencji

22 marca
Co myślimy, gdy kupujemy? Czyli jak przekonać Polaków do zrównoważonych, ekologicznych postaw konsumenckich
 Warszawa
 Ministerstwo Gospodarki

25 marca
Racjonalne wykorzystanie zasobów wodnych i surowcowych – dobre praktyki w Polsce i Europie
 Kraków
 Instytut Gospodarki Surowcami Mineralnymi i Energią PAN

26 marca
CSR w twojej firmie? To możliwe!
 Zielona Góra
 Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej, Region Zielonogórski NSZZ „Solidarność”

27 marca
Ogłoszenie Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2012. Dobre praktyki”
 Warszawa
 Forum Odpowiedzialnego Biznesu

27 marca
Międzysektorowe rendez-vous, czyli ekonomia społeczna jako innowacyjny model biznesowy
 Łódź
 Instytut Spraw Obywatelskich

8 kwietnia
Równość kobiet i mężczyzn na rynku pracy: oczekiwania i rzeczywistość
 Warszawa
 Ośrodek Interdyscyplinarnych Badań nad Płcią i Sytuacją Kobiet Instytutu Studiów Społecznych UW, Katedra UNESCO Kobiety – społeczeństwo – rozwój, Katedra Socjologii Zmiany Społecznej APS

11 kwietnia
Raport CSR... i co dalej?
 Warszawa
 SGS Polska

15 kwietnia
Kwoty płci na stanowiskach kierowniczych
 Warszawa
 Katedra Polskiego Prawa Publicznego, Sejm RP, Komisja Europejska

18 kwietnia
Jak budować przewagę konkurencyjną wdrażając CSR?
 Olsztyn
 Warmińsko-Mazurskie Forum Społecznie Odpowiedzialnego Biznesu

23 kwietnia
Gała VII Rankingu Odpowiedzialnych Firm
 Warszawa
 „Dziennik Gazeta Prawna”
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem merytorycznym rankingu

KALENDARIUM

23 kwietnia
Spółeczna odpowiedzialność biznesu – koncepcja, działania, nowe wyzwania
 Gorzów Wielkopolski
 Instytut Ekonomiczny Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej

25 kwietnia
Spółeczna odpowiedzialność biznesu – perspektywa pracownika
 Warszawa
 Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Forum Związków Zawodowych

26 kwietnia
CSR szansą dla MŚP?
 Warszawa
 Krajowa Izba Gospodarcza

5–12 maja
Tydzień inny niż wszystkie
 cała Polska
 Fundacja Sendzimira
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem inicjatywy

8 maja
Spotkanie Klubu Asa Biznesu
 Poznań
 Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa, Związek Pracodawców WIPH, Centrum PISOP

8–9 maja
7. Międzynarodowa Konferencja Fundraisingu
 Warszawa
 Polskie Stowarzyszenie Fundraisingu
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

9 maja
Społeczeństwo FAIR
 Warszawa
 Parlamentarny Zespół Zrównoważonego Rozwoju Społecznego

10–11 maja
Akademia Odpowiedzialnego Biznesu 2013 „CSR – jak to się robi?”
 Warszawa
 Liga Odpowiedzialnego Biznesu

11–12 maja
Ekologiczny Kongres Gospodarczy
 Katowice
 Fundacja Piaskowy Smok, Zieloni, ATTAC Polska

14 maja
Jak efektywnie zarządzać CSR? Struktury, procesy, narzędzia
 Warszawa
 SGS Polska
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem wydarzenia

16 maja
Dobre praktyki doskonalenia zarządzania – społeczna odpowiedzialność organizacji
 Warszawa
 Ministerstwo Gospodarki, Krajowa Izba Gospodarcza, Polskie Centrum Badań i Certyfikacji S.A.

16 maja
Kobiety w świecie logistyki – relacje a biznes
 Warszawa
 Portal Pracujwlogistyce.pl
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

17 maja
Obrazy ubóstwa i wykluczenia społecznego, czyli jak w Polsce mówi się o biedzie?
 Warszawa
 Instytut Spraw Publicznych, Zespół Badań nad Ubóstwem IFiS PAN, Instytut Filozofii i Socjologii APS

21 maja
Raportowanie zintegrowane kluczem do budowania przewagi konkurencyjnej firmy
 Warszawa
 Forum Odpowiedzialnego Biznesu, PwC

22 maja
(Nie)równość płci – ile to kosztuje?
 Warszawa
 Ambasada Szwecji, Instytut Szwedzki, Instytut Spraw Publicznych

22–23 maja
XVII Międzynarodowa Konferencja Energetyczna EuroPower
 Warszawa
 MM Conferences
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem wydarzenia

23 maja
II Konferencja Fundraising dla NGO
 Poznań
 Fundacja Kształcenia Ustawicznego Peritia
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem konferencji

23 maja
III Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Wolność a/i odpowiedzialność. Problemy funkcjonowania współczesnych mediów”
 Podkowa Leśna
 Wyższa Szkoła Teologiczno-Humanistyczna, Polskie Towarzystwo Naukowe Prawa Prasowego, Wydawnictwo Naukowe SCRIPTORIUM

3 czerwca
II Śląski Okrągły Stół nt. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Efektywne wdrażanie CSR w regionach europejskich
 Katowice
 Biuro Regionalne Województwa Śląskiego w Brukseli, Rada do spraw Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

4 czerwca
Jak minimalizować koszty przedsiębiorstwa, wdrażając rozwiązania ekologiczne?
 Olsztyn
 Warmińsko-Mazurskie Forum Społecznie Odpowiedzialnego Biznesu

5 czerwca
Forum Edukacyjne dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw „Współpraca – to się opłaca”
 Warszawa
 Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

10–11 czerwca
VII Ogólnopolska Konferencja Naukowa „Społeczna odpowiedzialność organizacji. Diagnoza i doskonalenie”
 Wrocław
 Katedra Socjologii i Polityki Społecznej UE we Wrocławiu, Katedra Teorii Zarządzania SGH
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym wydarzenia

13 czerwca
Zasady dobrego grantodawstwa – współpraca z beneficjentami
 Warszawa
 Forum Darczyńców

14–15 czerwca
V Kongres Kobiet
 Warszawa
 Stowarzyszenie Kongres Kobiet

KALENDARIUM

18–19 czerwca
III Międzynarodowa Konferencja Logistyka Odzysku
Wrocław
Eko Cykl Organizacja Odzysku S.A.
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem konferencji

20–21 czerwca
Beyond Business as Usual. CSR Trends
Łódź
Wydział Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego, Fundacja CSR Impact
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem konferencji

21–23 czerwca
II Festiwal Sztuki Kreatywnego Recyklingu
Biała Podlaska
Fundacja EkoMiko, Fundacja Kreacja Magia Rąk
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem wydarzenia

25–26 czerwca
IV Kongres Innowacyjnej Gospodarki
Warszawa
Krajowa Izba Gospodarcza

27 czerwca
Inwestowanie dla zysku i korzyści społecznych
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, BSD Consulting, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych

28 czerwca
Sygnalista w zakładzie pracy. Systemy wewnętrznego sygnalizowania nieprawidłowości z perspektywy pracodawcy
Warszawa
Fundacja im. S. Batorego

3 lipca
Międzynarodowe korporacje a warunki życia i przestrzeganie praw człowieka w krajach globalnego Południa. Jakie działania mogą podjąć organizacje pozarządowe?
Warszawa
Fundacja CentrumCSR.PL, Grupa Zagranica

3–5 września
XXIII Forum Ekonomiczne w Krynicy
Krynica-Zdrój
Fundacja Instytut Studiów Wschodnich

10 września
BAROMETR CSR. Czyli co polski konsument sądzi o odpowiedzialnym biznesie?
Warszawa
SGS Polska

12 września
Finanse w fundacjach korporacyjnych
Warszawa
Forum Darczyńców

25–26 września
Filary współpracy organizacji pozarządowych z biznesem: partnerstwo, synergia, komunikacja, rezultaty
Sopot
Fundacja Duende

25–27 września
Europejskie Forum Nowych Idei
Sopot
Konfederacja Lewiatan

27 września
Mierzenie rezultatów działań społecznych
Warszawa
Forum Darczyńców w Polsce, Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy

27 września
Różnorodność – sprawdzam. Wdrażanie antydyskryminacyjnej edukacji obywatelskiej do systemu edukacji formalnej
Białystok
Stowarzyszenie na rzecz Kultury i Dialogu 9/12, Instytut Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku

3 października
I Ekologiczne spotkanie networkingowe
Sosnowiec
Cudotwórnia Events, Sosnowiecki Park Naukowo-Technologiczny
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem wydarzenia

3 października
Kongres CSR – Today Tomorrow – Business, People, World
Warszawa
Skill Group

3 października
CSR. Dobra wola, misja czy konieczność?
Warszawa
VFP Communications

9 października
Raportowanie w Polsce 2013
Warszawa
CSRinfo

15 października
Zrównoważona przyszłość branży spożywczej
Warszawa
Det Norske Veritas Business Assurance

16 października
Projektowanie uniwersalne a społeczna odpowiedzialność biznesu
Warszawa
Biuro Pełnomocnika Rządu ds. Osób Niepełnosprawnych

17 października
Zarządzanie różnorodnością na rzecz wzrostu sprzyjającego włączeniu społecznemu
Warszawa
Komisja Europejska, Pełnomocnik Rządu ds. Równego Traktowania, Forum Odpowiedzialnego Biznesu

17 października
Dlaczego nie możemy być nieodpowiedzialni?
Warszawa
Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych, Towarzystwo Naukowe Prakseologii, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Akademia Leona Koźmińskiego

22 października
Etyczna firma – nowoczesne podejście do zarządzania ryzykiem
Warszawa
SGS Polska

23 października
Czas na przedsiębiorczość społeczną: solidarność na miarę XXI wieku
Warszawa
Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Janusza Korczaka, ConCorda, „THINKTANK”, Global Compact, Instytut Lecha Wałęsy
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

24 października
BRUDNY ZYSK. Biznes – prawa człowieka – kraje rozwijające się
Toruń
Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu, Fundacja CentrumCSR.PL

KALENDARIUM

24 października
Nauka o zmianach klimatu – jak rozmawiać ze społeczeństwem?
Warszawa
IPCC, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Polska Akademia Nauk, Fundacja im. Heinricha Bölla, Koalicja Klimatyczna

24 października
3. Forum Employer Branding
Warszawa
Kalitero PR
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem wydarzenia

29 października
Anty-Konferencja CSR
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

6–7 listopada
Future4Build
Warszawa
Sapphire Ventures
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

6–7 listopada
Rozpowszechnianie wolontariatu pracowniczego w firmach i organizacjach społecznych w Polsce
Warszawa
Fundacja Jeden Drugiemu

7 listopada
Innowacyjny potencjał różnorodności
Warszawa
CR Navigator, Henkel Polska
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

9–18 listopada
Akademia Jesienna „Wyzwania zrównoważonej gospodarki wodnej. Usługi ekosystemów w dobie zmian klimatycznych”
Poznań
Fundacja Sendzimira

11–22 listopada
Konferencja Narodów Zjednoczonych w sprawie Zmian Klimatu COP19
Warszawa
ONZ, Ministerstwo Środowiska

14 listopada
Sustainable investment: exploring strategies for resource efficiency and economic growth
Warszawa
Carbon Disclosure Project

17 listopada
Climate Solutions
Warszawa
WBCSD
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem instytucjonalnym wydarzenia

18–19 listopada
Corporate Sustainability and Eco-Innovations
Warszawa
Akademia Leona Koźmińskiego

19 listopada
CSR – dobry biznes
Bielsko-Biała
Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej Subregionu Południowego
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

22 listopada
Rozwój przedsiębiorczości w województwie śląskim w kontekście CSR
Katowice
Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego

25 listopada
Transformacja – jak odpowiedzialnie zarządzać procesem zmian
Warszawa
PGNiG
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem konferencji

26 listopada
Jak zarabiać na CSR-rze?
Toruń
GoodBrand & Company, Izba Przemysłowo-Handlowa w Toruniu

26 listopada
Polski Kongres Prawa Pracy 2013
Warszawa
Instytut Allerhanda
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem wydarzenia

27 listopada
Górnicza solidarność zawodowa. System pomocy w polskim przemyśle wydobywczym – dobre praktyki
Katowice
Główny Instytut Górnictwa
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

28 listopada
Postaw na pracę – możliwości i korzyści zatrudniania osób niepełnosprawnych
Wrocław
Fundacja Aktywizacja

28–29 listopada
Innowacje społeczne. Nowe otwarcie
Warszawa
CR Navigator, GoodBrand & Company

3 grudnia
Ekoinnowacje w przemyśle spotkań
Kraków
Fundacja Aeris Futuro
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

3 grudnia
Konferencja Raporty Społeczne 2013
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, PwC, SGS

5 grudnia
Wolontariat drogą do odpowiedzialnego przywództwa
Warszawa
Koalicja „Prezisi-wolontariusze 2011”
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem medialnym wydarzenia

10 grudnia
Akademia CSR „Rozwój odpowiedzialnego biznesu”
Warszawa
„Puls Biznesu”

11 grudnia
Odpowiedzialna gospodarka lasami świata
Kraków
Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć

12 grudnia
Relacje fundacji korporacyjnej z fundatorem
Warszawa
Forum Darczyńców

17 grudnia
Prezentacja wyników VII edycji projektu RESPECT Index
Warszawa
Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie

19 grudnia
EMAS, czyli efektywne zarządzanie gospodarką odpadami
Warszawa
Generalny Dyrektor Ochrony Środowiska, Ministerstwo Środowiska

Więcej w e-booku na odpowiedzialnybiznes.pl

KALENDARIUM

KONKURSY, NAGRODY

I

IV edycja plebiscytu Gwiazdy Dobroczynności

Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce

II

luty
Sukces Pisany Szminką
Bizneswoman Roku

Radio PiN, Sukces Pisany Szminką

III

European CSR Award Scheme for Partnerships, Innovation and Impact (Europejskie nagrody CSR na rzecz partnerstw, innowacji i wptywu)

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

IV

Najlepsze Miejsca Pracy Polska 2013

Great Place To Work® Institute Polska

V

VII edycja Rankingu Odpowiedzialnych Firm

Centrum Etyki Biznesu Akademii Leona Koźmińskiego, „Dziennik Gazeta Prawna”, PwC
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem konkursu

VI

Liderzy zrównoważonego rozwoju „Forbes”, PwC

VII

Mazowiecka Firma Równych Szans

Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza

VIII

Nagroda Gospodarcza Prezydenta RP

Prezydent Rzeczpospolitej Polskiej

IX

Lodołamacze 2013

Polska Organizacja Pracodawców Osób Niepełnosprawnych

X

VIII edycja Konkursu Verba Veritatis

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych, Akademia Leona Koźmińskiego
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem konkursu

XI

Ekobiuro 2013

Fundacja Aeris Futuro

XII

Ekolaury PIE

Polska Izba Ekologii

XIII

Ekoodpowiedzialni w biznesie

portal Ecomanager.pl
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem konkursu

XIV

Firma z przyszłością

Pomorska Izba Rzemieślnicza MŚP

XV

GreenEvo

Ministerstwo Środowiska

XVI

Liderzy odpowiedzialnego biznesu 2013

Pracodawcy RP

XVII

Małopolski Lider Przedsiębiorczości Społecznej

Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem konkursu

XVIII

Najlepsze Partnerstwo Społeczne 2013 roku

Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Biuro Projektowe w Polsce (UNDP) oraz Krajowy Ośrodek Europejskiego Funduszu Społecznego
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem medialnym konkursu

XIX

Pracodawca Przyjazny Pracownikom

NSZZ „Solidarność”

XI

Europejskie Nagrody „Biznes dla Środowiska”

Fundacja Partnerstwo dla Środowiska

XII

Liderzy Filantropii

Forum Darczyńców
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem medialnym konkursu

XIII

Najlepsze Przedsiębiorstwo Społeczne Roku

Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych

XIV

Partner Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego

Partnerstwo dla Bezpieczeństwa Drogowego

XV

Plebiscyt As Odpowiedzialnego Biznesu

Centrum PISOP, Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem medialnym plebiscytu

XVI

Pracodawca godny zaufania

Krajowa Izba Gospodarcza

XVII

Firma Przyjazna Środowisku

Centrum Wspierania Inicjatyw Pozarządowych, Stowarzyszenie Europa Nasz Dom

XVIII

Lubuskie Perły Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej

XIX

Przedsiębiorstwo Fair Play

Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym

XX

Raporty Społeczne 2013

Forum Odpowiedzialnego Biznesu, PwC, SGS

XXI

Złote Spinacze

Związek Firm Public Relations

Więcej w e-booku na odpowiedzialnybiznes.pl

KALENDARIUM

BADANIA

II Ogólnopolskie Badania Wolontariatu Pracowniczego

Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu w Warszawie

Badania Kadry Zarządzającej w ramach projektu „Społeczna odpowiedzialność biznesu”

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Badanie społecznej wartości dodanej podmiotów ekonomii społecznej w Polsce za pomocą narzędzia ESometr

J. Głowacki, M. Jelonek

Barometr CSR

SGS Polska

Postrzeganie współpracy z organizacjami pozarządowymi przez przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne

M. Karwacka

Pracownicy o pracodawcach. Społeczna odpowiedzialność biznesu w świetle badań jakościowych

K. Klincewicz

Raportowanie CSR – Ankieta KPMG. Edycja 2013

KPMG

Społeczna odpowiedzialność biznesu – perspektywa pracownika

Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Forum Związków Zawodowych

Trust Barometer 2013

Edelman Polska

Wielkopolski CSR – 2013. Wyniki diagnozy społecznej odpowiedzialności wielkopolskich przedsiębiorców

As Biznesu

PUBLIKACJE

Budny zysk. Jak korporacje, banki i fundusze inwestycyjne czerpią zyski z tamania praw człowieka

Fundacja CentrumCSR.PL

CSR w obszarze energia i środowisko. Doświadczenia firm skandynawskich

Skandynawsko-Polska Izba Gospodarcza

Dobre praktyki w zarządzaniu wiekiem i zasobami ludzkimi ze szczególnym uwzględnieniem pracowników 50+

Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym

Dobroczynność bez VAT

Bank Żywności

Etyka w modzie, czyli CSR w przemyśle odzieżowym

M. Płonka

Etyka w zarządzaniu: rozszerzanie granic odpowiedzialności

K. Różycka, R. Sroka, Ł. Świerżewski

Inwestowanie dla zysku i korzyści społecznych

R. Paul Herman

Inwestowanie społecznie odpowiedzialne

M. Czerwona

Koncepcja rachunku kosztów i korzyści w rachunkowości przedsiębiorstwa

T. Szot-Gabryś

Mechanizmy samoregulacji branżowych wsparciem dla rozwoju społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

Deloitte

Modele zrównoważonego biznesu w budowie długoterminowej wartości przedsiębiorstw z uwzględnieniem ich społecznej odpowiedzialności

A. Jabłoński

Model upowszechniania dobrych praktyk CSR w branży elektromaszynowej

Z. Mietlewski, B. Tchórz, Ł. Różankowski

Odpowiedzialny biznes w gospodarce sieciowej

J. Szumniak-Samolej

Podstawy odpowiedzialności społecznej w zarządzaniu

B. Rok

Społeczna odpowiedzialność biznesu w nowej gospodarce

red. P. Płoszajski

Społeczna odpowiedzialność biznesu w świetle analiz bibliometrycznych i opinii pracowników na temat równowagi między życiem zawodowym a prywatnym

M. Żemigata

Społeczna odpowiedzialność małego przedsiębiorstwa: identyfikacja, ocena, kierunki doskonalenia

A. Sokołowska

Świat bez ubóstwa. Czas na przedsiębiorstwo społeczne

M. Yunus

Tanie komputery na koszt pracowników fabryk sektora IT w Chinach

S. Stracke, N. Lendal, F. Johannisson

Tworzenie wspólnej wartości ekonomiczno-społecznej w Polsce: szansa czy problem dla polskich przedsiębiorstw?

Pracodawcy RP, Koalicja CR, PwC

Uwarunkowania realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w przedsiębiorstwach polskich na tle doświadczeń Wielkiej Brytanii i Niemiec

T. Teneta-Skwiercz

Warunki pracy w sektorze IT w Polsce. Studia przypadku fabryk firm: Sharp, Chung Hong, Jabil i Flextronics

Fundacja CentrumCSR.PL

Wolontariat pracowniczy w 10 krokach

Fundacja Jeden Drugiemu

Wskazówki dla doradców. Społeczna odpowiedzialność biznesu dla małych i średnich przedsiębiorstw

J. Knopf, B. Mayer-Scholl

Zarządzanie przez odpowiedzialność: podstawa odpowiedzialnego biznesu

A. Kisil

KALENDARIUM



ZWYCIĘZCY KONKURSU:

Kategoria małe i średnie przedsiębiorstwo:

- **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe Sp. z o.o.**, projekt Bądź widoczny – bądź bezpieczny

Kategoria duże przedsiębiorstwo:

- **Orange Polska**, projekt Bezpieczeństwo w sieci

Konkurs European CSR Award Scheme for Partnerships, Innovation and Impact (Europejskie nagrody CSR na rzecz partnerstw, innowacji i wpływu) powstał w celu nagrodzenia partnerstw ustanowionych pomiędzy przedsiębiorstwem i co najmniej jednym pozabiznesowym interesariuszem. Na poziomie europejskim konkurs koordynowany był przez CSR Europe oraz Business in the Community, które kierowały konsorcjum złożonym z 29 krajowych organizacji. **Forum Odpowiedzialnego Biznesu było polskim partnerem konkursu.**



RANKING ODPOWIEDZIALNYCH FIRM 2013 ROKU

1. GlaxoSmithKline Pharmaceuticals S.A.
2. Kompania Piwowarska S.A.
3. Nutricia
4. Danone Sp. z o.o.
5. PKN Orlen S.A.
6. Schenker Sp. z o.o.
7. Tesco Polska Sp. z o.o.
8. Grupa Lotos S.A.
9. Orange Polska (d. TP S.A.)
10. Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.

Lista najbardziej odpowiedzialnych społecznie firm w podziale branżowym

Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy

1. Bank BGŻ
2. Bank Handlowy w Warszawie S.A.
3. ING Bank Śląski S.A.

Ranking Odpowiedzialnych Firm jest publikowany przez „Dziennik Gazetę Prawną” od 2007 roku.

Tworzy go dr Bolestaw Rok z Centrum Etyki Biznesu i Innowacji Społecznych Akademii Leona Koźmińskiego, za weryfikację wyników odpowiada PwC. **Patronem Rankingu Odpowiedzialnych Firm jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu.**

WYRÓŻNIENIA:

- IQ Marketing, projekt Zatrudnij Asa
- Danone Sp. z o.o., projekt Partnerstwo dla Zdrowia
- GlaxoSmithKline Poland S.A., projekt Mam haka na raka
- Microsoft Sp. z o.o., projekt Biblioteka – miejsce bezpiecznego internetu
- PwC, program coachingowy dla liderów społecznych
- UPC Polska Sp. z o.o., projekt Koalicja Cyfrowego Włączenia Generacji 50+

Dobra konsumpcyjne

1. Kompania Piwowarska S.A.
2. Nutricia
3. Danone Sp. z o.o.

Farmacja i medycyna

1. GlaxoSmithKline Pharmaceuticals S.A.
2. Polpharma S.A.
3. Grupa Sanofi w Polsce

Paliwa, energetyka i wydobywanie

1. PKN Orlen S.A.
2. Grupa Lotos S.A.
3. Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo S.A.

Produkcja przemysłowa i chemiczna

1. Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.
2. CEMEX Polska Sp. z o.o.
3. Danfoss Poland Sp. z o.o.

Telekomunikacja, technologia, media i rozrywka

1. Orange Polska (d. TP S.A.)
2. Totalizator Sportowy Sp. z o.o.
3. IBM

Transport, usługi, handel

1. Schenker Sp. z o.o.
2. Tesco Polska Sp. z o.o.
3. Tchibo Warszawa

KALENDARIUM



K O N K U R S Raporty Społeczne

LAUREACI KONKURSU RAPORTY SPOŁECZNE 2013:

- **nagroda główna:** CEMEX Polska Sp. z o.o., *Raport zrównoważonego rozwoju CEMEX Polska 2011–2012*
- **nagroda Ministerstwa Gospodarki:** Orange Polska, *Raport Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2012*
- **najlepszy debiut:** ING Bank Śląski S.A., raport *ING SZTUKA ODPOWIEDZIALNOŚCI Raport Odpowiedzialności Społecznej ING Banku Śląskiego S.A. 2011–2012*

Konkurs Raporty Społeczne organizowany jest przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, PwC i SGS, pod patronatem Ministerstwa Gospodarki.



NAGRODY GŁÓWNE W KATEGORIACH:

- **kampanie organizacji pozarządowych:** Zbieramy na cycki, nowe fryzury i dragi (Fundacja Rak'n'Roll)
- **kampanie instytucji publicznych:** Ojczysty – dodaj do ulubionych (Narodowe Centrum Kultury)
- **kampanie firm komercyjnych i fundacji firm:** Zatrudnij Asa (Fundacja SYNAPSIS, IQ Marketing, AtomClick)
- **kampanie lokalne:** Wiekowe zajawkowe! (Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Krakowie)
- **kampanie o tematyce zdrowotnej:** SM – Walcz o siebie (TELESCOPE, PTSR, Neuropozytywni, Fundacja Urszuli Jaworskiej)
- **kampania 1%:** Jest między nami chemia (Stowarzyszenie Wspierania Onkologii UNICORN)
- **akcje obywatelskie:** There is a city (Black Rabbit)

- **nagroda dziennikarzy:** CEMEX Polska Sp. z o.o., *Raport zrównoważonego rozwoju CEMEX Polska 2011–2012*

- **nagroda internautów:** Tauron Polska Energia S.A., *Raport zrównoważonego rozwoju Grupy TAURON 2012*

– wyróżnienia:

- Grupa Żywiec S.A.**, *Raport Społeczny Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2012*
- Kompania Piwowarska S.A.**, *Raport zrównoważonego rozwoju Kompanii Piwowarskiej 2013*
- Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.**, *PZU 2.0 Zmieniamy się na dobre*
- Orange Polska**, *Raport Społecznej Odpowiedzialności Orange Polska 2012*
- GlaxoSmithKline Pharmaceuticals S.A.**, *Raport Społeczny 2011–2012*

WYRÓŻNIENIA W KATEGORIACH:

- **kampanie organizacji pozarządowych:** Jeszcze żywy KARP. Odstona: Nie baw się w kata, kup karpia w płatach (Stowarzyszenie Ekologiczno-Kulturalne Klub Gaja) Autyzm wprowadza w błąd (Fundacja SYNAPSIS) Pełnoprawni i aktywni (Fundacja Aktywnej Rehabilitacji) Rak'n'Roll Records – charytatywna wytwórnia muzyczna (Fundacja Rak'n'Roll)
- **kampanie instytucji publicznych:** Cyfryzacja (Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji) Nekrolog (Komenda Główna Policji, Biuro Ruchu Drogowego) Polacy 2012. Wszyscy Jesteśmy Gospodarzami (Rząd RP)
- **kampanie lokalne:** A+B = Absolutnie Bezpieczni (Stalexport Autostrada Małopolska S.A.) Darłowska Laponia Świętego Mikołaja (Darłowskie Centrum Wolontariatu) Projekt SAMI (Darłowskie Centrum Wolontariatu)
- **kampanie firm komercyjnych i fundacji firm:** Rejsy Odkrywców 2012 – w maju na Zawiszy (Fundacja Rejs Odkrywców)

Organizatorem konkursu Kampania Społeczna Roku jest portal www.kampaniespoleczne.pl i Fundacja Komunikacji Społecznej. **Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest partnerem konkursu.**

O FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU



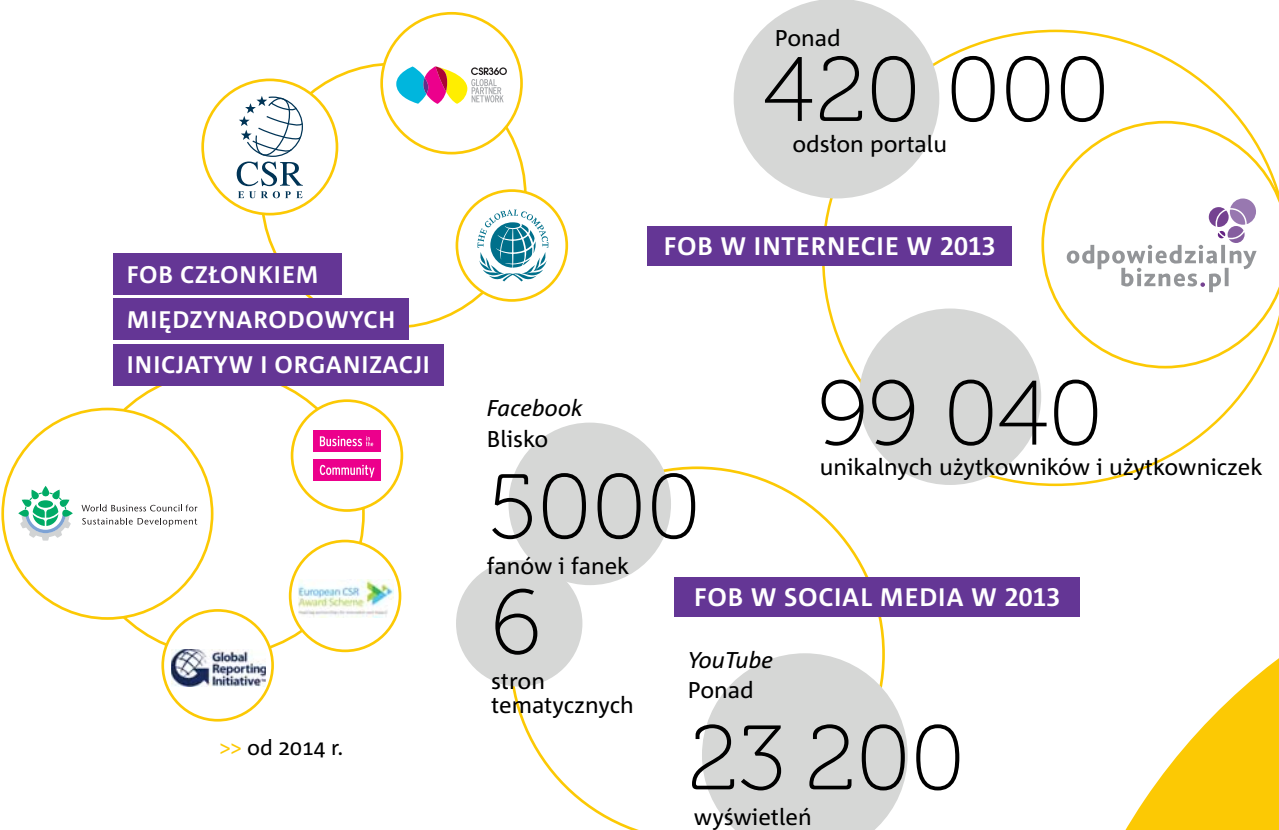
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

JEST NAJSTARSZĄ I NAJWIĘKSZĄ ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ W POLSCE, KTÓRĄ ZAJMUJE SIĘ KONCEPCJĄ SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W KOMPLEKSOWY SPOSÓB.

Forum to organizacja typu think-and-do-tank, będąca rzecznikiem prowadzenia biznesu w sposób odpowiedzialny, czyli biorący pod uwagę wpływ przedsiębiorstwa na środowisko i społeczeństwo. Jesteśmy platformą współpracy i dialogu wyznaczającą trendy i kierunki odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju w Polsce.

KONTAKT
e-mail: biuro@fob.org.pl
www.odpowiedzialnybiznes.pl
facebook.com/ForumOdpowiedzialnegoBiznesu

14 lat na rynku



O FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU





KONTAKT
Magdalena Andrejczuk
Menedżerka Programu Partnerstwa
e-mail: magdalena.andrejczuk@fob.org.pl
tel. 663 020 358, 22 627 18 71

PROGRAM PARTNERSTWA

to kompleksowy program współpracy FOB z firmami, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do szerzenia idei CSR w Polsce.

Partnerzy Strategiczni

– firmy, liderzy odpowiedzialnego biznesu, którzy chcą dzielić się swoimi doświadczeniami w zakresie odpowiedzialnego biznesu, zobowiązują się długofalowo wspierać rozwój idei CSR i rozwijać swoje działania.

Współpraca z
49
Partnerami
Strategicznymi

Wymiana wiedzy i doświadczeń

13

spotkań edukacyjnych:
prace Grupy Roboczej,
spotkania tematyczne,
szkolenia, spotkania
z ekspertami

Promocja dobrych praktyk i wiedzy

6

publikacji (broшуry
i analizy tematyczne),
newslettery, webinaria,
sekcja w portalu
odpowiedzialnybiznes.pl

Networking i integracja

Analiza
tematyczna

PROGRAM PARTNERSTWA W 2013 ROKU

W 2013 ROKU

Współpraca z
11
Partnerami
Wspierającymi

Partnerzy Wspierający

– firmy lub instytucje, które wspierają FOB w profesjonalnym i sprawnym zarządzaniu stowarzyszeniem, udostępniając swoje narzędzia lub usługi.



KONTAKT
Ewa Wojsławowicz
e-mail: ewa.wojslawowicz@fob.org.pl
tel. 697 679 706, 22 627 18 71
www.kartaroznorodnosci.pl
facebook.com/zarządzanieroznorodnoscia

KARTA RÓŻNORODNOŚCI

to dobrowolne zobowiązanie pracodawcy do aktywnego przeciwdziałania dyskryminacji, wprowadzenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

Od lutego 2012 roku ponad **90 firm, organizacji i instytucji** podpisało Kartę Różnorodności w Polsce.

Fakultatywny Program Edukacyjny Karty Różnorodności to:

- szkolenia
- spotkania eksperckie
- narzędzia do implementacji zapisów Karty
- publikacje
- konferencje



>> 17 października 2013, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, międzynarodowa konferencja „Diversity Management for Inclusive Growth”

Polska Karta Różnorodności należy do Europejskiej Platformy Kart Różnorodności przy Dyrekcji Generalnej ds. Sprawiedliwości Komisji Europejskiej.

Różnorodność w miejscu pracy

to pracownicy i pracownice – którzy różnią się ze względu na wiek, płeć, niepełnosprawność, wyznanie, status rodzinny czy styl życia.

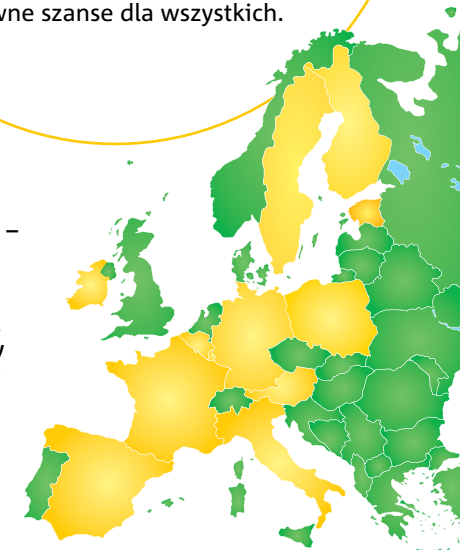
Różni ludzie

to różne pomysły, większa efektywność, a także przyjazne miejsce pracy i równe szanse dla wszystkich.



„Łączy nas różnorodność!” – przewodnik po zarządzaniu różnorodnością w miejscu pracy z pomocą Karty

KARTA
RÓŻNORODNOŚCI
W EUROPIE –
12 KRAJÓW,
6,5 TYS. PRACODAWCÓW



KARTA
RÓŻNORODNOŚCI
W POLSCE
W 2014 ROKU

KOORDYNATOR
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

PATRON HONOROWY
PEŁNOMOCNIK RZĄDU
DO SPRAW RÓWNEGO TRAKTOWANIA

PATRON MEDIALNY
Ministerstwo Pracy
i Polityki Społecznej

PATRON MEDIALNY
GazetaPraca.pl

OPIEKUN
orange

UCZESTNICY
PROGRAMU
EDUKACYJNEGO
W 2014 ROKU

KPMG

Grupa Żywiec

Deloitte

SAINT-GOBAIN

BATON AMERICAN
TOBACCO
POLSKA

Henkel

Carrefour

ArcelorMittal

PROVIDENT

orange

DANONE

T

NUTRICIA

Bank BPH

SEPHORA

WHERE BEAUTY BEATS

TOTALIZATOR SPORTOWY

SIEMENS

EDF

CEMEX

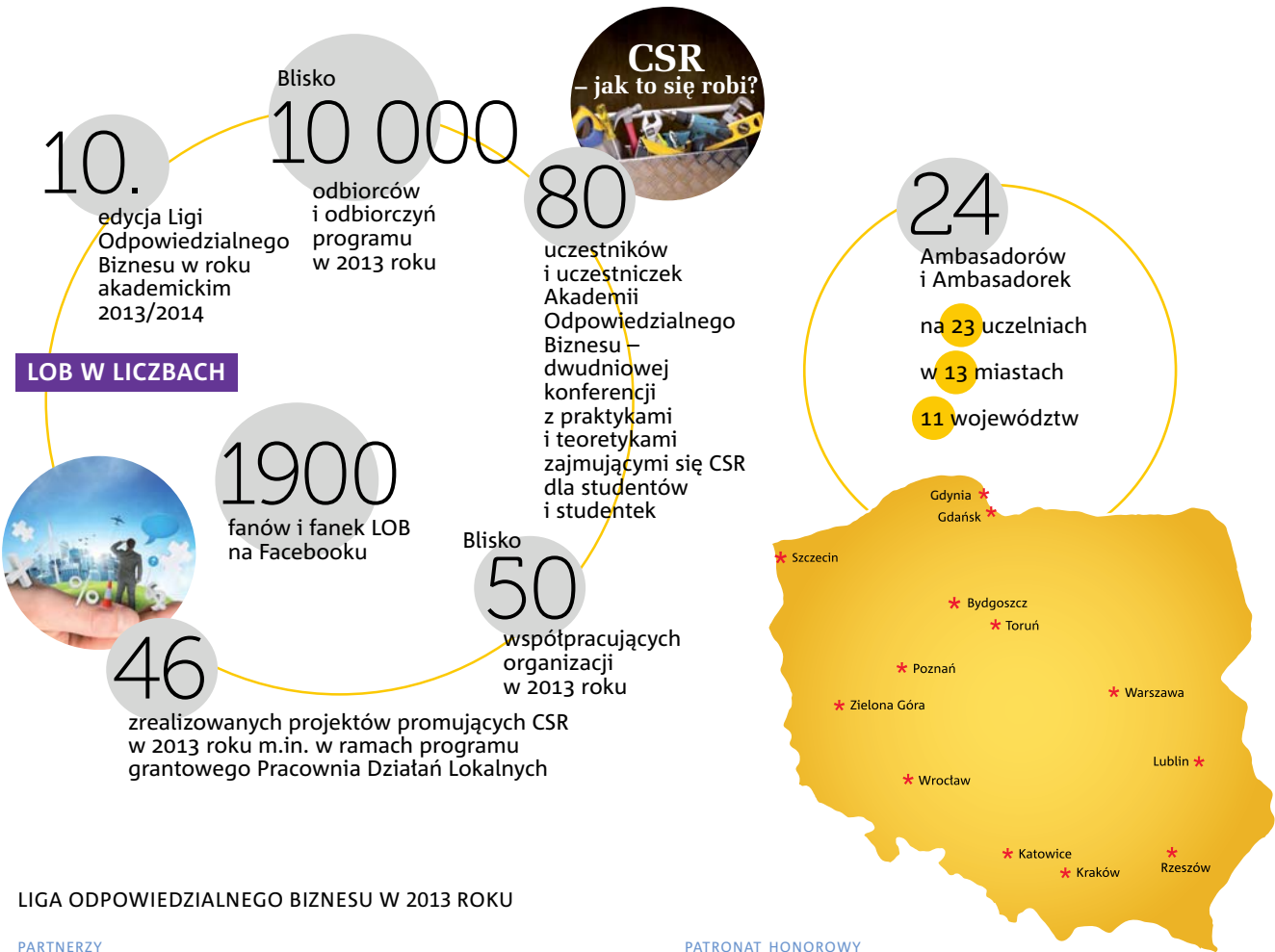
O FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU



KONTAKT
Piotr Sobolewski
e-mail: piotr.sobolewski@fob.org.pl
lob@lob.org.pl
www.lob.org.pl
facebook.com/LigaOdpowiedzialnegoBiznesu

LIGA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

to program skierowany do środowiska akademickiego: studentów i studentek oraz organizacji studenckich.
Buduje nowe kadry innowatorów, menadżerów, liderów zmian.
To płaszczyzna wymiany wiedzy i doświadczenia między praktykami CSR a młodymi ludźmi.
To narzędzie zmian świadomości społecznej na temat CSR, miejsce działania i energii.



LIGA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU W 2013 ROKU

PARTNERZY



PATRONAT HONOROWY



PATRONI MEDIALNI



INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
1	AB SA	1	Świąteczna pomoc AB dla domów dziecka	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
2	Adecco Poland	2	Adecco Sales University	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	113
3	Agencja PR Pan Pikto	3	Projekt Charity	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	105
4	AkzoNobel Decorative Paints	4	Siła Koloru	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	124
5	Aldesa Polska	5	Program Komunikacji Społecznej dla projektu budowy linii elektroenergetycznej	Uczciwe praktyki operacyjne	dialog i konsultacje z interesariuszami	84
6	ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych	6	Proekologiczna polityka marketingowa	Środowisko	ekobiuro	65
		7	Dzielimy się wiedzą na temat CSR z innymi spółdzielcami	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	85
		8	Nienieodpowiedzialni – promujemy zrównoważony rozwój branży finansowej	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	85
		9	Powołanie fundacji korporacyjnej Będę Kim Zechcę – 10% zysków przeznaczamy na cele społeczne	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	124
		10	Wspieramy konkurs na najlepsze przedsiębiorstwo społeczne roku	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
7	ATERIMA	11	Rodzice pracują!	Praktyki z zakresu pracy	firma przyjazna rodzicom	47
		12	Zaangażowanie na rzecz Inicjatywy Mobilności Pracy	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	53
8	AXA Polska S.A.	13	„Dbam o przyszłość”, czyli wolontariat kompetencyjny w służbie młodzieży	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	112
9	Bank BGŻ	14	Agrotalenty – edukacja dla rolnictwa	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	111
		15	Ograniczanie emisji CO ₂ podczas Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu	Środowisko	zrównoważony transport	73
		16	Otwieramy drzwi przyszłości – program stażowy dla Absolwentów Klasy BGŻ	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	126
		17	Wykorzystanie amatorskich wyścigów do wspierania ważnych społecznie inicjatyw	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	126
10	Bank BPH	18	Działalność organizacji Women's Network w Banku BPH	Prawa człowieka	kobiety w biznesie	38
		19	Projekt edukacyjny „Bankowość jest OK!”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	111
11	Bank Millennium SA	20	Green IT	Środowisko	ekobiuro	65
		21	Strona bez barier	Zagadnienia konsumenckie	dostępność produktów i usług	91

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
12	Bank Ochrony Środowiska	22	Cykl konferencji pod tytułem „Szkolne Smaki – Szkoły dobrego żywienia”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	107
		23	Eko-Polska.pl	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	109
		24	„Pomagam Cały Rok” – program regularnej filantropii indywidualnej (payroll)	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	123
		25	uMOCnij swój biznes	Środowisko	edukacja ekologiczna	76
		26	Generalny Kodeks Postępowania	Ład organizacyjny	etyka	28
13	Bank Zachodni WBK	27	Karta szkolna	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	112
		28	Komórki do zbiórki	Środowisko	recykling	66
		29	Zielone Biuro	Środowisko	ekobiuro	65
		30	Work-Life Balance Days	Praktyki z zakresu pracy	work-life balance	47
14	BASF Polska	31	Gra strategiczna online Future City	Środowisko	edukacja ekologiczna	76
		32	Konkurs Reakcja Łańcuchowa	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	110
		33	Produkty AgCelence	Środowisko	eko produkty	71
		34	Rynek Innowacji 2013	Środowisko	ekoefektywność	69
15	Bayer Sp. z o.o.	35	Making Science Make Sense: praktyki studenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	110
		36	Making Science Make Sense: program promocji nauki	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	110
16	Blue Media S.A.	37	1 zł za 1 km rowerem do pracy	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	48
17	Budzowska Fiutowski i Partnerzy. Radcowie Prawni	38	Wsparcie dla Fundacji Jaśka Meli „Poza Horyzonty”, świadczenie pomocy prawnej dla fundacji i jej podopiecznych.	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	105
18	Capgemini Sp. z o. o.	39	Baza potrzebujących 1% w Capgemini	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
		40	Certyfikat Przyjazny Rowerom dla 3 biur Capgemini	Środowisko	zrównoważony transport	72
		41	Dni Otwarte dla Rodziny i Przyjaciół	Praktyki z zakresu pracy	integracja pracowników	52
		42	Kobiety w Capgemini	Prawa człowieka	kobiety w biznesie	38
		43	Zbiórka krwi	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
19	Carlsberg Polska	44	Butelka zwrotna	Środowisko	edukacja ekologiczna	76
20	Carrefour Polska Sp. z o.o.	45	Odpowiedzialnie każdego dnia!	Zagadnienia konsumenckie	odpowiedzialna konsumpcja	93
		46	Polityka różnorodności w Carrefour i podpisanie Karty Różnorodności	Prawa człowieka	różnorodność	36
		47	Program dla pracowników Jestem Eko	Środowisko	edukacja ekologiczna	73
		48	STOP Marnotrawstwu	Ład organizacyjny	zarządzanie	30
		49	Świąteczna Zbiórka Żywności z Bankami Żywności	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
		50	Wprowadzenie narzędzia Autodiagnostyk dla dostawców marki własnej Carrefour	Uczciwe praktyki operacyjne	relacje z dostawcami	83

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
21	CEMEX	51	Bezpieczeństwo na drodze	Praktyki z zakresu pracy	bezpieczeństwo w miejscu pracy	46
		52	Bezpieczeństwo podwykonawców i dostawców	Uczciwe praktyki operacyjne	relacje z dostawcami	83
		53	CEMEX dla uczniów i studentów – Budujemy lepszą przyszłość	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	114
		54	Chwyć stery kariery	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	50
		55	ETHOS – Etyka w miejscu pracy	Ład organizacyjny	etyka	28
		56	Kalkulator drogowy	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	84
		57	Kopalnia przywrócona naturze	Środowisko	edukacja ekologiczna	75
		58	Paliwa alternatywne – trojakiemu rodzaju korzyści	Środowisko	ekoefektywność	67
		59	Rok dialogów w CEMEX	Ład organizacyjny	dialog z interesariuszami	27
		60	Woda dla miasta	Środowisko	ekoefektywność	67
22	CEZ Polska Sp. z o.o.	61	Dzień Drzwi Otwartych	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	dobry sąsiad	115
		62	Firmowe śniadania z prezesem Zarządu	Praktyki z zakresu pracy	dialog z pracownikami	44
		63	Liderzy Bezpieczeństwa	Praktyki z zakresu pracy	bezpieczeństwo w miejscu pracy	45
23	Citi Handlowy	64	Być przedsiębiorczym	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	112
		65	Klub Wolontariusza	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	54
		66	Nagroda Banku Handlowego w Warszawie S.A. za szczególny wkład w rozwój nauki w sferze ekonomii i finansów	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	120
		67	Nagroda im. prof. Aleksandra Gieysztora	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	121
		68	Program Business Startup	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	109
		69	Program Korzenie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	109
		70	Utrzymanie Systemu Zarządzania Środowiskowego w grupie finansowej Banku Handlowego i Wdrożenie Systemu Zarządzania Energią w Banku Handlowym w Warszawie S.A. oraz Domu Maklerskim Banku Handlowego S.A.	Środowisko	certyfikacja	69
		71	Żyć dobrze	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	48
24	Cognifide Polska Sp. z o.o.	72	Cognifide – Job & Fun	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	50
25	Credit Agricole Bank Polska	73	Program grantowy – element programu wolontariatu pracowniczego Credit Agricole Bank Polska „Działam, bo lubię”	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	53
26	Crido Taxand Sp. z o.o.	74	Analiza ESG spółek w Polsce	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	85
27	Dalej Razem Sp. z o.o.	75	Przedsiębiorstwo zatrudniające osoby z niepełnosprawnością	Ład organizacyjny	zarządzanie	30
28	Danone Sp. z o.o.	76	Inicjatywy Społeczne	Praktyki z zakresu pracy	partycypacja pracownicza	45

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
29	Dentsu Aegis Network	77	Pionierskie praktyki rekrutacyjne	Praktyki z zakresu pracy	rekrutacja i adaptacja	51
		78	Różnorodność w Dentsu Aegis Network	Prawa człowieka	różnorodność	37
		79	Wolontariat kompetencji w Dentsu Aegis Network	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	53
30	Diageo Polska Sp. z o.o.	80	Program Diageo Green Activation	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	49
31	E. & J. Gallo Winery	81	Barefoot – kupując... pomagasz!	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	marketing zaangażowany społecznie	119
		82	Barefoot Projekt Czysta Plaża	Środowisko	edukacja ekologiczna	75
32	EDF Polska	83	Akademia Społeczna EDF	Praktyki z zakresu pracy	dialog z pracownikami	44
		84	Czyste powietrze	Środowisko	ekoefektywność	69
		85	Kodeks etyki EDF Polska S.A	Ład organizacyjny	etyka	29
		86	Polityka zapobiegania oszustwom	Uczciwe praktyki operacyjne	przeciwdziałanie nadużyciom	84
		87	Powołanie rzecznika ds. pracowniczych	Praktyki z zakresu pracy	dialog z pracownikami	44
		88	Promocja różnorodności	Prawa człowieka	różnorodność	37
		89	Zdrowy EDF	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	48
33	Effective Public Relations Paulina Gadomska-Dzięciot	90	Energooszczędność w moim domu	Środowisko	edukacja ekologiczna	75
34	ENEA S.A.	91	Kodeks etyki Grupy Kapitałowej ENEA	Ład organizacyjny	etyka	28
		92	Projekt edukacyjny „W kontakcie z naturą Kids” realizowany w ramach Programu Wolontariatu Pracowniczego Grupy ENEA „Z porywu serca”	Środowisko	edukacja ekologiczna	75
		93	Raport społecznej odpowiedzialności biznesu Grupy Kapitałowej ENEA 2012 wg najnowszych wytycznych GRI G4 w wersji online	Ład organizacyjny	raportowanie	29
35	Europ Assistance Polska Sp. z o.o.	94	Program Pomocy Europ Assistance Polska	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	128
		95	Wsparcie przedsiębiorczej młodzieży	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	112
		96	Wspieramy honorowych dawców krwi	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
36	Farm Frites Poland SA	97	Poruszajmy się	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	48
		98	Recykling odpadów	Środowisko	recykling	67
		99	Sadzenie drzewek	Środowisko	edukacja ekologiczna	74
37	Fortum Power and Heat Polska	100	I Wrocławski Kongres Dzieci i Młodzieży	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	110
		101	Dni Otwarte w EC Fortum	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	dobry sąsiad	115
		102	Honorowy Dawca Energii Fortum	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
		103	Kino letnie „Leżak Fortum”	Środowisko	edukacja ekologiczna	75

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
38	GlaxoSmithKline	104	Linia etyki i rzetelności	Ład organizacyjny	etyka	28
		105	Zrównoważony rozwój w zakładzie produkcyjnym	Środowisko	ekoefektywność	67
39	Global e-Business Operations	106	Akcja oddawania krwi i szpiku kostnego	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
		107	Buy a Book	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
		108	Dni Wolontariatu HP	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	54
		109	Noce Kultury	Praktyki z zakresu pracy	integracja pracowników	52
		110	Segregacja odpadów	Środowisko	ekobiuro	65
		111	Seminaria PMI	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	86
		112	SocialArt	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
		113	Sprzątanie Świata	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	54
		114	Szczęśliwy Horyzont	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	54
		115	Świąteczny Jarmark Charytatywny	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	54
		116	Tandemy Językowe	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	50
		117	WrOpenUp	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
40	Groupon Sp. z o.o.	118	Groupon Starter	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	120
41	Grupa Apexim AB	119	Spełniamy Marzenia	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	123
42	Grupa GPEC	120	Budki dla jerzyków	Środowisko	bioróżnorodność	69
		121	Efektywny menedżer Grupy GPEC	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	49
		122	EKO edukacja	Środowisko	edukacja ekologiczna	73
		123	Miękki start w Grupie GPEC	Praktyki z zakresu pracy	rekrutacja i adaptacja	51
		124	Moc Bazera czyni bohatera	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
43	Grupa LOTOS S.A.	125	Rozbieg z Grupą GPEC	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	aktywność fizyczna	116
		126	Biało-zielona przyszłość z LOTOSEM	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	aktywność fizyczna	116
		127	Forum Inicjowania Rozwoju	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	dobry sąsiad	115
44	Grupa LOTOS S.A.	128	Portal dla dostawców	Uczciwe praktyki operacyjne	relacje z dostawcami	83
	Grupa Muszkietierów	129	Międzynarodowe Forum Innowacji	Praktyki z zakresu pracy	partycypacja pracownicza	45
		130	Olimpijska Akademia Muszkietierów	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	aktywność fizyczna	116

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
45	Grupa Raben	131	Ankieta z podwójną satysfakcją	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	marketing zaangażowany społecznie	119
		132	E-faktura + wyższa kultura	Środowisko	ekobiuro	65
		133	Kalkulator CO ₂	Środowisko	zrównoważony transport	72
		134	Transport jest potrzebny	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	kampania społeczna	119
46	Grupa Saint-Gobain	135	Filary Sukcesu	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	111
		136	Multi-Comfort – nowy standard budownictwa	Środowisko	ekobudownictwo	70
		137	Principia Zachowania i Postępowania	Ład organizacyjny	etyka	28
		138	Różnorodność	Prawa człowieka	różnorodność	36
		139	Wybiegaj w przyszłość z Saint-Gobain	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	49
47	Grupa Sanofi	140	Ogólnopolska kampania edukacyjna „Prostata na lata”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	profilaktyka zdrowotna	117
		141	Program staży i praktyk „Student on Board”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	113
48	Grupa Żywiec	142	18+	Zagadnienia konsumenckie	odpowiedzialna konsumpcja	93
		143	Enjoy Heineken Responsibly	Zagadnienia konsumenckie	odpowiedzialna konsumpcja	93
		144	Sunrise	Zagadnienia konsumenckie	odpowiedzialny marketing	94
49	Henkel Polska Sp. z o.o.	145	Akcja Aktywacja	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	48
		146	Dni Różnorodności	Prawa człowieka	różnorodność	37
		147	W drodze do pracy	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	114
		148	Women in Leadership	Prawa człowieka	kobiety w biznesie	38
50	Homeschool Kuczyńscy spółka jawna	149	Płacimy za testy	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	marketing zaangażowany społecznie	119
		150	Wielki Test Języka Angielskiego	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	108
51	Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe Sp. z o.o.	151	Kreowanie klienta świadomego w dokonywaniu zakupów	Zagadnienia konsumenckie	edukacja konsumentów	92
		152	Program motywacyjny dla pracowników	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	48
52	IBM	153	Smarter Cities Challenge w Łodzi	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	inwestycje społeczne	104
53	IDES Consultants Polska Sp. z o.o.	154	Twoja kariera w Twoich rękach	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	111

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
54	IKEA Retail	155	Daj się ponieść fantazji	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	112
		156	Ekolekcje z IKEA Kraków	Środowisko	edukacja ekologiczna	76
		157	Farmy wiatrowe IKEA w Polsce	Środowisko	ekoefektywność	67
		158	Mały przedsiębiorca	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	112
		159	Segregujesz – płacisz mniej! IKEA. Ty tu urządzisz	Środowisko	edukacja ekologiczna	76
		160	„Smacznie, zdrowo, kolorowo” z IKEA Katowice	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
55	Inclick Sp. z o.o.	161	„Uszyj Jasia” z IKEA Katowice	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
		162	Kampania społeczna „Nie robię tego za darmo”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	kampania społeczna	118
		163	eAktywni 50+, internet dla każdego	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	108
56	INEA S.A.	164	SpotHunter – mobilna gra miejska	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	124
		165	Corporate Kindergarten	Praktyki z zakresu pracy	firma przyjazna rodzicom	46
57	Infosys BPO Poland	166	Diversity Team	Prawa człowieka	polityki i procedury	37
		167	Moving beyond the limits of talent	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	współpraca z uczelniami	107
58	ING Bank Śląski	168	Akcje krwiodawstwa ING	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
		169	Biegnij Warszawo	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	aktywność fizyczna	117
		170	Globalne Wyzwanie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
		171	ING dla rodziców	Praktyki z zakresu pracy	firma przyjazna rodzicom	46
		172	ING SZTUKA ODPOWIEDZIALNOŚCI Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu ING Banku Śląskiego S.A. 2011-2012	Ład organizacyjny	raportowanie	29
		173	Pomarańczowy meetING – Spotkanie ze specjalistą	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	112
		174	Smart Saver – sposób na oszczędzanie	Zagadnienia konsumenckie	ułatwienia dla klientów	91
		175	Staże dla pracowników	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	50
		176	HelpING – program wolontariatu pracowniczego	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	53
		177	Kampania Zrób rakowi wspan	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	108

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
60	Inter IKEA Centre Group Poland	178	Błyśnij dla bezpieczeństwa	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	128
		179	Recykling na wielką skalę	Środowisko	edukacja ekologiczna	75
61	IQ Marketing	180	Warsztaty Kreatywne	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
62	Jeronimo Martins Polska S.A.	181	„Codziennie bądźmy razem”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	128
		182	„Dział ze sztuką”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	sztuka i kultura	107
		183	Kampania Czytaj etykiety	Zagadnienia konsumenckie	edukacja konsumentów	92
		184	Kino z Biedronką	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	sztuka i kultura	107
		185	Zrównoważone zarządzanie odpadami	Środowisko	recykling	66
63	Jet Line Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. k.	186	Rejsy Odkrywców i Fundacja Rejs Odkrywców	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	aktywność fizyczna	117
64	KGHM Polska Miedź S.A.	187	Wolontariat Pracowniczy KGHM „Miedziane Serce”	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	54
65	Kimball Electronics Poland Sp. z o.o.	188	Powołanie Komitetu Odpowiedzialnych Społecznie	Ład organizacyjny	zarządzanie	31
		189	Rajd dla Ziemi	Środowisko	edukacja ekologiczna	74
		190	Zbiórki dla ośrodków opiekuńczo-wychowawczych	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
66	Kompania Piwowarska SA	191	Raport zrównoważonego rozwoju w wersji G4	Ład organizacyjny	raportowanie	29
		192	Wprowadzanie innowacyjnych technologii i ciągłe doskonalenie procesów logistycznych	Środowisko	zrównoważony transport	72
		193	Zintegrowane działania edukacyjne na rzecz przeciwdziałania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu	Ład organizacyjny	zarządzanie	30
		194	Zmniejszenie zużycia energii i emisji CO ₂	Środowisko	ekoefektywność	68
67	KPMG Sp. z o.o.	195	Myśl EKologicznie	Środowisko	recykling	66
		196	Wspieramy hospicjum	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
68	Kronopol Sp. z o.o.	197	Broszura edukacyjna „Dowiedz się więcej o formaldehydzie w środowisku”	Środowisko	edukacja ekologiczna	75
		198	Człowiek roku KRONO	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	126
		199	Ekobiuro	Środowisko	ekobiuro	65
		200	Kronopol. Firma otwarta	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	dobry sąsiad	115
69	KRUK S.A.	201	Program DOBRY PLAN	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	109
70	Lafarge	202	Rekultywacja żwirowni Skotnica	Środowisko	bioróżnorodność	69

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
71	Leroy Merlin Polska	203	Fundacja Leroy Merlin Polska	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
		204	Kodeks etyki Leroy Merlin Polska	Ład organizacyjny	etyka	27
72	Long Inc. Zbigniew Czmoda	205	Zrównoważone budownictwo	Środowisko	ekobudownictwo	70
73	Lyreco Polska S.A.	206	Pierwsza pomoc dla przedszkolek i nauczycieli	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	109
		207	Świeć przykładem – Zgłoś zagrożenie	Praktyki z zakresu pracy	bezpieczeństwo w miejscu pracy	46
74	Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna S.A.	208	Nagroda im. Henryka Grohmana	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	121
		209	Piknik u Grohman'a	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	124
75	Magya	210	Promowanie zdrowego żywienia dzieci oraz diety wegetariańskiej	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	profilaktyka zdrowotna	117
76	Microsoft	211	Office 365 dla organizacji non profit w ramach programu „Microsoft dla non profit”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	105
77	Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice sp. z o.o.	212	Konkurs grantowy „Wspieramy sąsiadów”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	120
78	Monika Klonowska – Szkolenia; Relations Maria Pawłów	213	Edukacja w zakresie wdrażania polityki antymobbingowej i antydyskryminacyjnej oraz dobrych praktyk zarządczych	Prawa człowieka	polityki i procedury	37
79	Ms Services Sp. z o.o.	214	Ekobiuro	Środowisko	ekobiuro	65
80	Natural Pharmaceuticals	215	Natural Pharmaceuticals i Ratuj z Sercem współpraca w trosce o zdrowe i aktywne serce	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	128
81	Nestle Polska S.A.	216	Wspieranie rozwoju zawodowego młodych ludzi	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	113
82	NEUCA	217	Akademia Młodego Farmaceuty	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	111
		218	Neuca dla zdrowia	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	aktywność fizyczna	117
		219	Wdrożenie kodeksu postępowania NEUCA	Ład organizacyjny	etyka	28
83	Nowy Styl Sp. z o.o. (Grupa Nowy Styl)	220	Produkcja z korzyścią dla środowiska – ekologiczne krzesła kompozytowe w Grupie Nowy Styl	Środowisko	ekoefektywność	68
84	NSG Group w Polsce	221	Bezpieczeństwo pieszych w zakładzie produkcyjnym Pilkington Automotive Poland – bramki grawitacyjne	Praktyki z zakresu pracy	bezpieczeństwo w miejscu pracy	45

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
85	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A.	222	GAZ-SYSTEM S.A. przestrzega wytycznych określonych w ISO 26000	ład organizacyjny	zarządzanie	30
		223	Warsztaty dla pracowników „Efektywne prowadzenie rozmów z właścicielami nieruchomości”	Uczciwe praktyki operacyjne	relacje z interesariuszami	84
		224	Wdrożenie systemu WebCSR – narzędzia IT wspierającego proces raportowania danych pozafinansowych	ład organizacyjny	raportowanie	30
		225	Wolontariat pracowniczy	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	53
86	Oracle Polska Sp. z o.o.	226	Program edukacyjny Oracle Academy	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	113
87	Orange Polska	227	Droga do pracy – bardziej ekologiczna	Środowisko	zrównoważony transport	72
		228	Fundacja Niezłomni – ochrona infrastruktury	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	108
		229	Program Zarządzania Zgodnością w Orange Polska	ład organizacyjny	compliance	31
		230	Jak to działa – filmy edukacyjne	Zagadnienia konsumenckie	edukacja konsumentów	92
		231	Kompetencje Menedżera Orange	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	49
		232	Miasteczko Orange	Środowisko	ekobudownictwo	70
		233	Mój Orange – samoobsługowa aplikacja dla klientów	Zagadnienia konsumenckie	ułatwienia dla klientów	91
		234	Obowiązkowy e-learning CSR dla nowych pracowników Orange Polska	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	51
		235	Obsługa klientów w internecie i w mediach społecznościowych	Zagadnienia konsumenckie	ułatwienia dla klientów	91
		236	Przeglądarka internetowa dla dzieci BeSt	Zagadnienia konsumenckie	zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów	94
		237	Przyjaciele CSR	ład organizacyjny	zarządzanie	31
		238	Spotkania z pasjami	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	108
		239	Telefoniczna opieka	Zagadnienia konsumenckie	zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów	94
88	Orbis S.A.	240	ISO 14001	Środowisko	certyfikacja	69
89	OTTO Polska Sp. z o.o.	241	Sztafeta firm „Podaję dalej”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	126
90	Panas Schody	242	Wdrożenie Kodeksu etyki Panas Schody	ład organizacyjny	etyka	28

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
91	Pelion S.A.	243	Biegam – Pomagam	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	126
		244	Eko las	Środowisko	edukacja ekologiczna	76
		245	Idea na plus	Praktyki z zakresu pracy	partycypacja pracownicza	44
		246	Kodeks etyki	ład organizacyjny	etyka	27
		247	Kolacje Charytatywne	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	123
		248	Korki w Worki	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	123
		249	Payroll	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	123
		250	Pelion Wellness Program	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	47
		251	Podaruj Zdrowie Seniorom	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	profilaktyka zdrowotna	118
		252	Program 60+	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	profilaktyka zdrowotna	118
		253	Projekt Gender	Prawa człowieka	kobiety w biznesie	38
		254	Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu	ład organizacyjny	raportowanie	29
92	PKO Bank Polski	255	Aplikacja mobilna IKO	Zagadnienia konsumenckie	ułatwienia dla klientów	91
		256	Biegajmy Razem	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	49
		257	Deregulacja	Środowisko	ekobiuro	65
		258	Karta „Dobro Procentuje”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	marketing zaangażowany społecznie	119
		259	Konsultacje społeczne projektu Rotunda 2013	ład organizacyjny	dialog z interesariuszami	27
		260	PKO Junior	Zagadnienia konsumenckie	edukacja konsumentów	92
		261	Pracowniczy Program Emerytalny	Praktyki z zakresu pracy	wsparcie pracowników	52
93	PKP Polskie Linie Kolejowe S.A.	262	Kampania społeczna Bezpieczny przejazd – „Zatrzymaj się i żyj!”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	kampania społeczna	118
		263	Przeciwdziałanie kradzieżom i dewastacjom infrastruktury kolejowej	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dorosłych	108
94	PM Experts Sp. z o.o.	264	Program Dwa Krzesa dla organizacji pozarządowych	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	inwestycje społeczne	104
		265	Wsparcie English Summer/Winter Camp	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	113

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
95	Polpharma	266	Bilans masowy	Środowisko	ekoefektywność	68
		267	Dzień Otwarty Polpharmy	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	dobry sąsiad	115
		268	Ekologiczne opakowania – zastosowanie tektury makulaturowej w opakowaniach jednostkowych leków oraz nadruk ekoznaków	Środowisko	eko produkty	71
		269	Kampania Ciśnienie na życie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	profilaktyka zdrowotna	117
		270	Nagroda Zielonych Procesów	Środowisko	ekoefektywność	68
		271	Program Wolontariatu Pracowniczego Grupy Polpharma	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	53
		272	Zielone IT	Środowisko	ekobiuro	65
		273	Zielony Tydzień	Środowisko	edukacja ekologiczna	74
96	Polska Spółka Gazownictwa sp. z o.o.	274	11 000 km dla komunikacji	Praktyki z zakresu pracy	dialog z pracownikami	44
		275	W sieci konsultacji	Uczciwe praktyki operacyjne	dialog i konsultacje z interesariuszami	84
97	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	276	Akcja promocyjna „Gaz ziemny od PGNiG to pieniądze dla Ciebie 2013” na bazie Programu Ograniczenia Niskiej Emisji UM Krakowa	Środowisko	edukacja ekologiczna	76
		277	Akcje krwiodawcze „Dar krwi na Dzień Dziecka” i „Dar Krwi na Barbórkę”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
		278	Ciepło z natury	Środowisko	recykling	66
		279	Festiwal Twórczości Wszelakiej	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
		280	Górnik w przedszkolu/szkole	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	109
		281	Moje pierwsze dwa kółka	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	109
		282	Odkrywamy talenty dziecięce	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	110
		283	Otwarte działania twórcze	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	127
		284	„Pomagam bo lubię...” – akcja charytatywna na rzecz domów samotnej matki	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
		285	Proekologiczne rozwiązania	Środowisko	ekobiuro	65
		286	Projekt sponsoringowy w ramach XII Ogólnopolskiego Tygodnia Czytania Dzieciom	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	126
		287	Projekty proekologiczne realizowane z Fundacją Partnerstwo dla Środowiska oraz szkołami podstawowymi woj. podkarpackiego	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	113

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
	cd. Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA	288	Świąteczna zbiórka żywności	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
		289	„TAK dla transplantacji” – propagowanie idei transplantologii	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
		290	Zagrzewamy do nauki	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	111
98	Polskie LNG S.A.	291	Dialog społeczny Polskiego LNG	ład organizacyjny	dialog z interesariuszami	27
99	Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	292	Edukacja ekologiczna i informowanie społeczności lokalnej	Środowisko	edukacja ekologiczna	74
		293	Plebiscyt „Polacy z werwą”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	125
		294	Pracodawca Przyjazny Rodzinie	Praktyki z zakresu pracy	firma przyjazna rodzicom	46
		295	„Rodzinna Akademia Siatkówki”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	128
		296	Spółeczna wartość programu lojalnościowego VITAY	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
		297	Strona internetowa projektu Wolontariat Pracowniczy ORLEN	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	54
100	P.P. „Porty Lotnicze”	298	Optymalizacja procedur lotniczych	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	dobry sąsiad	115
		299	System Quota Count na Lotnisku Chopina	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	dobry sąsiad	115
101	PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA	300	Bezpieczna trasa	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	bezpieczeństwo na drodze	116
		301	Program staży i praktyk	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	114
		302	Study & Fun	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	współpraca z uczelniami	107
102	Procter & Gamble Polska	303	Tydzień Ziemi – program edukacyjny dla pracowników	Środowisko	edukacja ekologiczna	74
		304	Współpraca P&G i Habitat for Humanity Poland – odnowienie domów na Targówku	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	124
		305	Zero Odpadów Produkcyjnych Wysyłanych na Wysypiska	Środowisko	ekoefektywność	67
103	Prologis	306	IMPACT Day Globalny Dzień Wolontariatu Pracowniczego Prologis	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	53
104	Provident Polska S.A.	307	Wokół nas	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	120
		308	Zielony Provident	Środowisko	ekobiuro	65

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
105	PwC	309	Mentoring dla liderów przedsiębiorstw społecznych	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	inwestycje społeczne	104
		310	Warsztaty lepienia z gliny dla pracowników	Uczciwe praktyki operacyjne	relacje z dostawcami	83
		311	Warsztaty z upcyclingu dla pracowników	Środowisko	edukacja ekologiczna	74
		312	Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	rozwój CSR	120
		313	Włączenie przedsiębiorstw społecznych do grona dostawców PwC	Uczciwe praktyki operacyjne	relacje z dostawcami	83
106	PZU	314	Rzuć palenie z PZU	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	49
107	Quanta	315	Zaangażowanie społeczne	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	105
108	Renault Polska	316	ECO-MIASTO	Środowisko	zrównoważone miasto	70
109	Roche Polska Sp. z o.o.	317	Roche Children's Walk – Mój rysunek dla Malawi	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	128
110	RWE Polska	318	ECO Prestige	Środowisko	eko produkty	71
		319	Miasta Przyszłości	Środowisko	zrównoważone miasto	71
		320	POWER BOX	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	110
		321	Pracuj zdrowo i sportowo	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	48
		322	Program Świadoma Energia	Zagadnienia konsumenckie	edukacja konsumentów	93
111	Schenker Sp. z o.o.	323	Compliance na co dzień	Ład organizacyjny	compliance	31
		324	Portal internetowy „Przejdź na stronę logistyki!” – przygotowany dla studentów przez studentów	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	111
		325	Przygotowanie i wdrożenie Kodeksu Dostawcy	Uczciwe praktyki operacyjne	relacje z dostawcami	83
		326	Raport Emisji w przesyłkach logistycznych	Środowisko	zrównoważony transport	72
		327	Szlachetna Logistyka dla Szlachetnej Paczki	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	106
112	Sela Sp. z o.o.	328	Bezpieczeństwo przede wszystkim	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	112
113	SGS Polska Sp. z o.o.	329	Bezpieczne miejsce pracy – prewencja, edukacja i raportowanie	Praktyki z zakresu pracy	bezpieczeństwo w miejscu pracy	45
		330	Podnoszenie świadomości biznesu w Polsce. Cykl konferencji edukacyjnych Zrównoważony Rozwój w Praktyce	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	85
		331	SHINE – wsparcie nowych pracowników w pierwszych miesiącach pracy	Praktyki z zakresu pracy	rekrutacja i adaptacja	51
		332	Udostępnienie wybranych wyników badania Barometr CSR	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	85
114	Siemens Sp. z o.o.	333	Akademia Zdrowia	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	profilaktyka zdrowotna	117
		334	Balans na drodze, balans w portfelu	Praktyki z zakresu pracy	bezpieczeństwo w miejscu pracy	46

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
115	Skanska Property Poland	335	Rewitalizacja skwerku przy ul. Krochmalnej w Warszawie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	124
		336	Świetlicowy PLAC BUDOWY	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	110
116	Skanska S.A.	337	Dni Środowiska	Środowisko	edukacja ekologiczna	74
		338	Kodeks Postępowania Skanska	Ład organizacyjny	etyka	29
		339	Program Praktyk Letnich Skanska	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	114
		340	Prezentacje inżynierskie na uczelniach	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	edukacja dzieci i młodzieży	111
	Skanska S.A. i inni	341	Porozumienie dla Bezpieczeństwa w Budownictwie	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	85
117	Sodexo Benefits and Rewards Services Polska Sp. z o.o.	342	Projekt e3 – elektronicznie, ekonomicznie, ekologicznie	Środowisko	ekobiuro	65
		343	STOP Hunger	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	121
118	Stena Recycling Sp. z o.o.	344	Zbiórki elektroodpadów w przedsiębiorstwach i instytucjach	Środowisko	recykling	66
119	Studio 102 Sp. z o.o.	345	Projekt Mistrzowie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	106
120	Tchibo Warszawa	346	Ekoznaki na produktach Tchibo	Zagadnienia konsumenckie	edukacja konsumentów	92
		347	Program edukacji pracowników w zakresie CSR	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	50
		348	Program Równowaga Praca Rodzina	Praktyki z zakresu pracy	work-life balance	47
		349	Wytyczne „Tchibo Environment Plus”	Środowisko	eko produkty	71
		350	Zrównoważone wydarzenia firmowe	Środowisko	zrównoważone wydarzenia	70
121	Termisil Huta Szkła Wołomin S.A.	351	Współpraca z różnymi interesariuszami w procesach restrukturyzacji spółki	Ład organizacyjny	zarządzanie	31
122	Tesco Polska	352	Ekologiczne torby CIACH!	Środowisko	recykling	66
		353	„Kto nie przyniesie – odpada”	Środowisko	recykling	66
		354	Ogólnopolski Program Dożywiania Potrzebujących Dzieci „Zdrowo jeść, by rosnąć w siłę” Fundacji Tesco Dzieciom	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	121
		355	Oszczędzam. Nie marnuję. Przekazuję	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	121
		356	Oszczędzam. Nie marnuję. Przekazuję – działania edukacyjne	Zagadnienia konsumenckie	odpowiedzialna konsumpcja	93
		357	Spółecznik Tesco	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	dobry sąsiad	115
		358	Świąteczna Zbiórka Żywności	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	122
		359	Tesco dla Szkół – „Talent do niemarnowania”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	121

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
123	T-Mobile Polska S.A.	360	Akcja informacyjna do klientów na temat zasad ochrony prywatności	Zagadnienia konsumenckie	zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów	94
		361	Charytatywna Kartka Marzeń na Święta Bożego Narodzenia	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	123
		362	DRC Days	Ład organizacyjny	etyka	29
		363	Dzień Wartości Firmy	Ład organizacyjny	etyka	29
		364	Kids Day	Praktyki z zakresu pracy	integracja pracowników	52
		365	Polityka przyjmowania prezentów	Ład organizacyjny	compliance	31
		366	Pomoc Mierzona Kilometrami	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	126
		367	Spełnianie Dziecięcych Marzeń	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	123
		368	Szanuję naturę – samochody elektryczne we flocie samochodowej T-Mobile	Środowisko	zrównoważony transport	73
		369	Współpraca z Fundacją „Akogo!”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	106
370	Zakładowa Jednostka Ratownicza T-Mobile Polska S.A. „RESCUE TEAM”	Praktyki z zakresu pracy	bezpieczeństwo w miejscu pracy	46		
124	TNT Express (Worldwide) Poland Sp. z o.o.	371	Zbieraj makulaturę, ratuj konie	Środowisko	recykling	66
125	Totalizator Sportowy	372	Certyfikacja Responsible Gaming	Zagadnienia konsumenckie	odpowiedzialny marketing	95
		373	Odpowiedzialna komunikacja	Zagadnienia konsumenckie	odpowiedzialny marketing	95
126	TU Europa S.A.	374	Europejski Pomocnik	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	128
127	Turner & Townsend Sp. z o.o.	375	Wywieranie pozytywnego wpływu na społeczność poprzez profesjonalną wiedzę i doświadczenie – projekt pro bono dla Habitat for Humanity	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	106
128	UBS Poland Service Centre Sp. z o.o.	376	„Mała Olimpiada”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	128
		377	Musical Poza Horyzonty 2013 pt. „Musicalowa Podróż Poza Horyzonty”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	105
		378	„Poland Business Run”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	126
		379	Program wdrożeniowy dla nowych pracowników i menedżerów	Praktyki z zakresu pracy	rekrutacja i adaptacja	51
		380	Projekt Zielone Biuro	Środowisko	ekobiuro	65
		381	Stowarzyszenie „Women Business Network”	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	106
		382	Wolontariat Pracowniczy	Praktyki z zakresu pracy	wolontariat pracowniczy	52

INDEKS FIRM I ICH DOBRYCH PRAKTYK

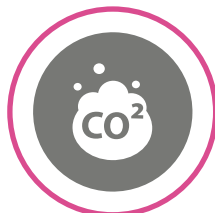
Lp.	Nazwa firmy	Lp.	Nazwa praktyki	Obszar wg ISO 26000	Kategoria	str.
129	Unilever Polska	383	„1 lajk = 1 posiłek”. Unilever i Światowy Dzień Żywności 2013	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	121
		384	Ekoefektywność produkcji 4 zakładów produkcyjnych Unilever Polska	Środowisko	ekoefektywność	68
		385	Domestos dla UNICEF	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	marketing zaangażowany społecznie	119
		386	Dove. Odkryjmy w sobie piękno	Zagadnienia konsumenckie	odpowiedzialny marketing	94
		387	Tydzień „Smarter Greener Living”	Środowisko	programy prośrodowiskowe	73
		388	Zaprojektuj Swoją Przyszłość	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	120
		389	Zrównoważony rozwój w sieci logistycznej firmy Unilever Polska	Środowisko	zrównoważony transport	72
130	Universal McCann sp. z o.o.	390	Happiness Program	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	123
131	VIWA Entertainment Poland sp. z o.o.	391	E-grupa Północnej Izby Gospodarczej Oddział Koszalin	Uczciwe praktyki operacyjne	edukacja rynku	86
		392	VIWA Academy	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji	114
		393	VIWA Leaders	Praktyki z zakresu pracy	szkolenia i rozwój	50
132	Volkswagen Poznań	394	1+1=3	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	działania charytatywno-filantropijne	124
		395	Centrum Rehabilitacyjno-Sportowe Volkswagen Poznań	Praktyki z zakresu pracy	zdrowie pracowników	49
		396	Karta Stosunków Pracy	Praktyki z zakresu pracy	dialog z pracownikami	44
		397	Polityka antymobbingowa i antydyskryminacyjna	Prawa człowieka	polityki i procedury	37
		398	Rozwój lokalnych dostawców poprzez działania Local Content	Uczciwe praktyki operacyjne	relacje z dostawcami	83
		399	StartUp	Praktyki z zakresu pracy	rekrutacja i adaptacja	52
		400	Think Blue. Factory	Środowisko	programy prośrodowiskowe	73
133	WK Group Sp. z o.o.	401	Serwis internetowy wszyscyklikamy.pl	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	wsparcie organizacji pozarządowych	106
134	Y-Consulting	402	Program stażowy skierowany do studentów i absolwentów uczelni Collegium Civitas	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	współpraca z uczelniami	107
135	ZC Michaś Sp.j.	403	Akademia Przedszkolaka	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	profilaktyka zdrowotna	118

KALKULATOR

Dzięki wykorzystaniu papieru Cocoon Silk pochodzącego w 100% z recyklingu, zamiast papieru niemakulaturowego, negatywny wpływ na środowisko został zmniejszony o:

1250

kg mniej odpadów



168

kg mniej gazów
cieplarnianych

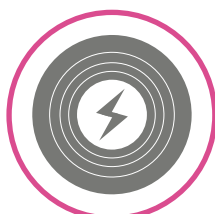
1679

km krótsza podróż
samochodem
średniej klasy
europejskiej

34 662

litrów mniej
zużytej wody

3194

kWh mniej
zużytej energii

2031

kg mniej
zużytego drewna

PUBLIKACJE FORUM



WSPÓLNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

RÓŻNORODNOŚĆ



TRENDY CSR



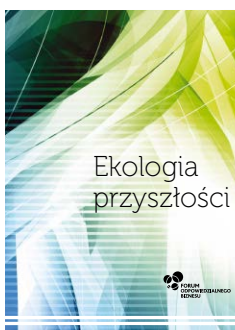
15
polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu

15
polskich przykładów społecznej odpowiedzialności biznesu

Jak uczyć
o społecznej odpowiedzialności i zrównoważonym rozwoju

EDUKACJA O CSR

PUBLIKACJE PROGRAMU PARTNERSTWA



RAPORT ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

www.odpowiedzialnybiznes.pl

Dziesiątki ważnych informacji.
Od ręki. Online.



PARTNERZY STRATEGICZNI



PARTNERZY WSPIERAJĄCY

