



FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU



RAPORT

ODPOWIEDZIALNY
BIZNES W POLSCE
Dobre praktyki

2016



ZOBACZ DZIAŁANIA
PRAKTYKÓW



ZAINSPIRUJ SIĘ



DOSKONAŁ
SWÓJ BIZNES

NAJWIĘKSZA W POLSCE **WYSZUKIWARKA** **DOBRYCH PRAKTYK CSR**

7 OBSZARÓW
NORMY
ISO 26000

**PONAD
500**
FIRM

27
BRANŻ

15
EDYCJI
RAPORTU

**PRAWIE
3000**
PRZYKŁADÓW
DZIAŁAŃ FIRM

PRZESZUKAJ NASZĄ BAZĘ

[ODPOWIEDZIALNYBIZNES.PL/DOBRE-PRAKTYKI/](https://odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki/)



SPIS TREŚCI

| | | | | |
|--|---|--|---|---|
| | | Słowo wstępne <i>Marzena Strzelczak</i> | #CSRwPL2016 <i>Mirella Panek-Owsiańska</i> | Co nowego czeka nas w standardach raportowania w 2017 r.? <i>Jacek Dymowski</i> |
| | | 3 | 4 | 8 |
| Świadomość wpływu – czy na pewno wiesz, co zmienia wolontariat twoich pracowników? <i>Karol Krzyczkowski</i> | CSR w badaniach w 2016 r. <i>Marcin Grzybek</i> | Partnerstwo na rzecz realizacji środowiskowych Celów Zrównoważonego Rozwoju <i>Maria Andrzejewska</i> | Dlaczego zarządzanie wiekiem potrzebne jest polskim firmom? <i>Marzena Strzelczak</i> | Edukacyjna działalność biznesu. Przedmiot obowiązkowy <i>Ewa Albińska</i> |
| 9 | 10 | 13 | 14 | 16 |
| Zwierzęta zasługują na więcej <i>Dobrośtawa Gogłóza</i> | Cele Zrównoważonego Rozwoju | DOBRE PRAKTYKI |  | Ład organizacyjny |
| 17 | 18 | 20 | | 20 |
|  | Prawa człowieka |  | Praktyki z zakresu pracy |  |
| | 28 | | 34 | |
| Środowisko |  | Uczciwe praktyki operacyjne |  | Zagadnienia konsumenckie |
| 60 | | 76 | | 84 |
|  | Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej | PRASA | Wybrane artykuły z 2016 r. | KALENDARIUM WYDARZEŃ |
| | 94 | 135 | 135 | 138 |
| Konferencje, seminaria, spotkania | Badania, publikacje | Wyniki X Rankingu Odpowiedzialnych Firm, konkursu „Raporty Społeczne 2016”, projektu „Edukacyjne działania biznesu. Lista najbardziej znaczących inicjatyw” | 0 Forum Odpowiedzialnego Biznesu | Indeks firm |
| 138 | 141 | 142 | 144 | 146 |

RAPORT

ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

Dobre praktyki

2016

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” to cykliczna publikacja Forum Odpowiedzialnego Biznesu, będąca zestawieniem działań firm w zakresie CSR z danego roku. Stanowi największy w Polsce przegląd biznesu społecznie odpowiedzialnego. Zgłoszenia i publikacja dobrych praktyk są bezpłatne. Zgłoszenia do Raportu przyjmowane są co roku poprzez dedykowany formularz on-line, w okresie: początek grudnia – początek stycznia. Szczegółowe informacje dostępne są na stronie www.odpowiedzialnybiznes.pl

Koordinatorka wydania:

Marcin Grzybek

Nadzór merytoryczny:

Marzena Strzelczak

Redakcja:

Ewa Albińska
Marta Borowska
Patrycja Godlewska
Marta Górską
Marcin Grzybek
Karol Krzyczkowski
Agnieszka Siarkiewicz
Ewa Wojciechowicz

Współpraca:

Agnieszka Kłopotowska
Marzena Strzelczak


Redakcja i korekta:

Beata Stadrzyński-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.dobra-drukarnia.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](http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/pl)

ISBN 978-83-940034-7-0

Wydawca:

Forum Odpowiedzialnego Biznesu
ul. Szpitalna 5/20, 00-031 Warszawa
tel.: +48 22 627 18 71
e-mail: biuro@fob.org.pl
www.odpowiedzialnybiznes.pl



Marzena Strzelczak
DYREKTORKA GENERALNA
I CZŁONKINI ZARZĄDU
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Szanowni Państwo!

Na początek dobra wiadomość i podziękowania. Wbrew przewidywaniom, odpowiedzialny biznes w Polsce nie umarł, przeciwnie, ma się dobrze, a jego rozwój nabiera nowego tempa. Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”, najbardziej popularna publikacja Forum Odpowiedzialnego Biznesu, po raz kolejny pobił ubiegłoroczny rekord. I to nie tylko jeśli chodzi o liczbę inicjatyw, których jest blisko 10% więcej niż w poprzedniej edycji, ale także w odniesieniu do liczby firm, których praktyki zakwalifikowały się do Raportu – w sumie 180, o jedną czwartą więcej niż w 2016 r. To istotny wzrost, mimo wysokich kryteriów kwalifikacji praktyk, bardzo więc Państwu dziękujemy za wszystkie zgłoszenia! Niezmiernie nas cieszy, że ten budzący nadzieję opis polskiego biznesu ukazuje najnowsze, jubileuszowe, 15. wydanie Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”.

W obecnej edycji, po raz pierwszy, podjęliśmy próbę pokazania tego, jak polski biznes kontrybuje do realizacji globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju, ustanowionych przez ONZ w 2015 r. Zachowując tradycyjny podział publikacji na siedem obszarów ISO 26000, każdą praktykę pokazujemy również w kontekście Celów Zrównoważonego Rozwoju. I tak, zdecydowanie najbardziej powszechne w Polsce jest zainteresowanie realizacją celu 4. Dobra jakość edukacji – tu zakwalifikowały się 92 praktyki, oraz celu 3. Dobre zdrowie i jakość życia – 69 praktyk. Zrównoważone miasta i społeczności, czyli cel 11., to 38 praktyk. Choć każdy z 17 celów jest w Raporcie reprezentowany, to niektóre jeszcze czekają na zdecydowanie większe zainteresowanie; celowi 14. Życie pod wodą – odpowiada zaledwie 1 praktyka. Również cel 17. Partnerstwo na rzecz Celów – to w obecnej edycji jedynie 6 praktyk, zdecydowanie za mało. To właśnie partnerstwa publiczne bądź publiczno-prywatne i z udziałem obywateli są kluczowe dla pomysłnej realizacji praktycznie wszystkich celów.

Jednak, tak jak w latach ubiegłych, kluczem podziału praktyk w Raporcie są obszary normy ISO 26000. Niezmiernie najpopularniejsze są trzy z nich: zaangażowanie społeczne (blisko 400 nowych i długoletnich praktyk), miejsce pracy (ok. 200 praktyk nowych i długoletnich) oraz środowisko naturalne (w sumie 117 praktyk). W tegorocznej publikacji każdy z siedmiu rozdziałów prezentujących praktyki opatrzony jest również syntetycznym wstępem. Wszystkie opisy praktyk można odnaleźć też w wyszukiwarce: odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki, to bardzo praktyczne narzędzie, warto z niego korzystać, planując nowe aktywności. Z okazji jubileuszu Raport otrzymał też nieco odnowioną szatę graficzną, mamy nadzieję, że będzie się Państwu podobała.

Jak zawsze naszej publikacji towarzyszą artykuły eksperckie, które otwiera obszernie podsumowanie minionego roku autorstwa prezeski Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Mirelli Panek-Owsiańskiej, napisane po raz kolejny we współpracy z gronem osób kształtujących polski CSR. Doktor Jacek Dymowski podejmuje gorący w tym roku temat zmian w raportowaniu, a Maria Andrzejewska, dyrektorka Centrum UNEP/GRID-Warszawa, pisze o partnerstwie na rzecz realizacji środowiskowych Celów Zrównoważonego Rozwoju. Wolontariat to pasja Karola Krzyczkowskiego, jego artykuł poświęcony jest mierzeniu wpływu wolontariatu. Ewa Albińska koordynująca ubiegłoroczne Targi CSR i Listę edukacyjnych działań biznesu podsumowała natomiast rolę biznesu w edukacji, a Marcin Grzybek badania CSR. Do przygotowania artykułu zaprosiliśmy również Dobroslawę Gogtożę, opisującą projekt „Otwarte klatki”, mający na celu poprawę losu zwierząt. Wreszcie, mój tekst poświęcony zarządzaniu wiekiem, które jest wiodącym tematem Karty Różnorodności w 2017 r., także znalazł swoje miejsce w tegorocznej publikacji.

Mamy nadzieję, że jubileuszowy Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” będzie dla Państwa inspiracją, kopalnią wiedzy i pomysłów, a także zachętą do nowych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju Polski i świata. W imieniu całego Zespołu i Zarządu Forum Odpowiedzialnego Biznesu życzę miłej lektury i powodzenia w realizacji praktyk CSR!



**Mirella
Panek-Owsiańska**
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

#CSRwPL2016

#EDUKACJA – PRZEDMIOT OBOWIĄZKOWY

5808 internautów oddało 17424 głosy na najciekawsze inicjatywy edukacyjne firm, a 10 finalistów zostało nagrodzonych podczas Targów CSR. W sumie do projektu **Listy działań edukacyjnych** zainicjowanego przez FOB napłynęło 271 zgłoszeń, co pokazuje, że ten typ działalności stanowi dla wielu firm istotny obszar zaangażowania. Od kwestii bezpieczeństwa w sieci, poprzez edukację ekologiczną i prozdrowotną, do edukacji seniorów – organizacje starają się dzielić swoim doświadczeniem i know-how z wieloma różnymi grupami interesariuszy.

#ZESPÓŁ DS. CSR – REAKTYWACJA

We wrześniu 2016 r. reaktywował się Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, tym razem jako organ pomocniczy Ministra Rozwoju i Finansów. W ramach Zespołu będą też pracować trzy Grupy Robocze – ds. strategicznych, ds. etyki i standardów prowadzenia biznesu oraz ds. edukacji i popularyzacji CSR. Miejmy nadzieję, że tym razem perspektywa pracy Zespołu i Grup Roboczych jest dłuższa, że uda się dokończyć kilka projektów oraz mieć istotny wpływ na działania systemowe.

#RAPORTUJ ALBO ZGIŃ!

Nowelizacja ustawy o rachunkowości wprowadziła przepisy implementujące Dyrektywę 2014/95/UE1, której głównymi założeniami jest zwiększenie transparentności informacji społecznych i środowiskowych w obszarze społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Oznacza to, że w Polsce ok. 300 podmiotów spełniających kryteria zatrudnienia (średniorocznie min. 500 osób) i dochodów (suma aktywów bilansu powyżej 85 mln zł LUB suma przychodów netto ze sprzedaży towarów

i produktów powyżej 170 mln zł), w tym tzw. jednostki zainteresowania publicznego, będzie musiało ujawniać dane związane ze swoimi politykami dotyczącymi kwestii społecznych, środowiskowych i pracowniczych. Dodatkowo duże spółki giełdowe zostały zobowiązane do ujawniania danych z zakresu różnorodności. Oznacza to, że w 2018 r. powinniśmy otrzymać dużą porcję informacji niefinansowych, także od firm, które do tej pory w żaden sposób nie raportowały takich danych.

#ROŚNIE RESPECT INDEX

W 2016 r., w porównaniu z pierwszą publikacją w 2009, RESPECT Index zwiększył swoją wartość o 50%, w skład indeksu weszło 25 spółek, w tym 4 debiutantów. Dla wielu firm znalezienie się w tym indeksie stanowi powód do dumy, niestety, jeszcze nie jest to stanowisko w pełni podzielane przez środowiska inwestorskie. Mam nadzieję, że nowy prezes GPW zwróci większą uwagę na działania edukacyjne.

#WARTO POCZYTAĆ

W 2016 r. ukazało się kilka nowych książek poświęconych zrównoważonemu rozwojowi oraz różnym aspektom społecznej odpowiedzialności biznesu. W „Marketingu wartości” Justyna Bakalarska analizuje m.in. wpływ wartości na markę przedsiębiorstwa oraz innowacje marketingowe pokolenia prosumentów. Z kolei w „Sile współpracy” dr Marta Karwacka, która jest także autorką bloga o odpowiedzialnej modzie **How to wear fair**, rozważa korzyści ze współpracy międzysektorowej.

Innym blogiem, do którego warto regularnie zaglądać, jest **Biznes (nie)etyczny**, prowadzony przez dr Magdalенę Krukowską, która doświadczenie dziennikarskie łączy z pasją do CSR, pokazując jego jasne i ciemne strony.

Zainteresowani raportowaniem mogą śledzić hashtag **#reportingLiveBlog** używany przez FOB do oznaczania postów dotyczących raportowania danych pozafinansowych.

W publikacji „Odpowiedzialność się opłaca, czyli CSR w MŚP” wydanej przez PARP znajdziemy inicjatywy środowiskowe, społeczne i pracownicze podjęte przez małe i średnie przedsiębiorstwa z różnych regionów Polski, które skorzystały z projektu PARP-u wspierającego CSR.

Raport „Społeczna odpowiedzialność biznesu w polskich realiach. Teoria i praktyka” fundacji CentrumCSR.PL stanowi efekt trwającego półtora roku obywatelskiego monitoringu 227 spośród najważniejszych przedsiębiorstw działających w Polsce. Na prawie 130 stronach raportu przeanalizowanych zostało 16 branż pod kątem 12 wskaźników kluczowych dla odpowiedzialności biznesu – od praw człowieka, przez raportowanie społeczne, do walki z korupcją.

„Foresight CSR” nr 3 wydawany przez Go Responsible został poświęcony projektowaniu innowacji społecznych, współpracy biznesu i organizacji pozarządowych oraz innowacjom technologicznym, które mogą realnie przyspieszyć rozwój społeczny i gospodarczy.

Warto także sięgnąć po anglojęzyczną pozycję „Social Responsibility of Organizations. CSR 1.0, CSR 2.0 and what's next?”, autorstwa dr Magdaleny Rojek-Nowosielskiej z Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Pożyteczną pozycją jest z pewnością **„Raportowanie niefinansowe. Poradnik dla raportujących”** przygotowany w ramach grupy roboczej Zespołu ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. Publikacja zawiera wskazówki dotyczące procesu raportowania oraz bardzo ciekawą tabelę: wyselekcjonowane najlepsze standardy raportowania, jak i zarządzania CSR – do czego mogą się przydać, gdzie są dostępne i w jakim stopniu pokrywają się z wymogami nowej unijnej dyrektywy związanej z raportowaniem niefinansowym.

Nowością, po którą warto z pewnością sięgnąć, jest raport **„Ekonomia współpracy w Polsce 2016”**, porządkujący i analizujący zjawisko ekonomii współpracy (collaborative economy) w kontekście pierwszego w Polsce szczegółowego badania użytkowników przygotowanego przez społeczność ekonomiiwspolpracy.pl. Z raportu dowiemy się m.in., że ekonomia współpracy to znacznie więcej niż serwisy typu UBER, Blablacar, Airbnb, Kickstarter, PolakPotrafi.pl, TakeTask oraz Khan Academy. Jest to fundamentalna zmiana modeli organizacyjnych i dystrybucyjnych, idąca w kierunku rozproszonych sieci połączonych ze sobą jednostek i społeczności, co umożliwia radykalne zwiększenie efektywności wykorzystywanych zasobów.

We wstępie do raportu **„W kierunku gospodarki obiegu zamkniętego. Szanse i wyzwania”** możemy przeczytać, że „przejście do gospodarki obiegu zamkniętego może być największą od 250 lat rewolucją w globalnej gospodarce i jednocześnie szansą na zmiany w procesie organizowania produkcji i konsumpcji. Esencją gospodarki obiegu zamkniętego jest nowy sposób patrzenia na relację między rynkami, klientami i zasobami naturalnymi. Dzięki tej optyce powstają nowe modele biznesowe napędzane przez przetomowe rozwiązania nowych technologii, w szczególności tych cyfrowych”.

Polecam oczywiście wszystkie publikacje i analizy FOB-u, a szczególnie **„Komunikacja a wolontariat”** oraz unikalną na rynku polskim pozycję z cyklu **„Wspólna odpowiedzialność – Rola strategii”**, poświęconą różnym aspektom tworzenia i wdrażania strategii CSR.

#KONFERENCYJNIE

Jeśli ktoś szuka inspiracji CSR-owych na konferencjach (choć sama mam do tej formy sceptyczny stosunek), w 2016 r. z pewnością mógł je znaleźć na **Targach CSR** – największej, odbywającej się co 2 lata, imprezie, podczas której można poznać dobre praktyki firm, porozmawiać z praktykami, posłuchać prelekcji i dyskusji. Przez Targi przewinęło się ponad 2 tys. osób, miejmy nadzieję, że ich zdobyte tam inspiracje przerodzą się także w konkretne działania. Było to największe wydarzenie organizowane dotychczas przez FOB, wszystkich zainteresowanych zapraszamy na następane Targi, które odbędą się w 2018 r.

Konferencja **Nienieodpowiedzialni** ma swoje stałe miejsce w kalendarzu wartościowych wydarzeń CSR-owych, gromadząc nie tylko przedstawicieli i przedstawicielki branży finansowej. Motywem przewodnim konferencji 2016 był człowiek jako najważniejszy interesariusz branży finansowej. Zaprezentowano m.in. wykłady na temat humanistycznych wyzwań w świecie finansów i człowieka jako źródła wartości ekonomicznej przedsiębiorstwa. Szukano inspiracji, jak firmy finansowe mogą stawać się lepszymi organizacjami, zarówno ze względu na wartość ekonomiczną, jak i społeczną, dla dobra wspólnego.

Dużymi wydarzeniami związanymi z wdrożeniem unijnej dyrektywy o raportowaniu danych pozafinansowych były konferencje zorganizowane w czerwcu przez Ministerstwo Rozwoju oraz we wrześniu przez Ministerstwo Finansów, GPW, Bank Światowy i Deloitte.

Nowym, ważnym tematem dyskusji była **gospodarka obiegu zamkniętego** (circular economy), zarówno konferencja, która odbyła się w listopadzie, jak i Koalicja na rzecz Gospodarki Obiegu Zamkniętego to z pewnością miejsce twórczych i ciekawych dyskusji o nowych trendach.

Cieszy, że coraz więcej ciekawych imprez odbywa się poza stolicą, w Krakowie można było uczestniczyć w cyklu 11 spotkań CSR KRK, a pierwsza edycja konferencji **Open Eyes Economy** zgromadziła znaczne grono prelegentów i prelegentek, pokazując potencjał łączenia turkusowych idei z odpowiedzialnością. W Trójmieście podczas kolejnego **Forum Inicjowania Rozwoju** nagrodzono najlepsze projekty międzysektorowe i dyskutowano o odpowiedzialności liderów, a kolejna edycja **EFNI** gościła panel poświęcony ekonomii współpracy. W 5 miastach Polski odbywał się spotkania i dyskusje w ramach **Tygodnia Odpowiedzialnego Biznesu** zorganizowanego przez CSRInfo.

Dużo działo się wokół przedsiębiorców społecznych – druga edycja **Społecznego StartUpu Ashoki**, w Warszawie pojawiła się organizacja **MakeSense**, Światowy Tydzień Przedsiębiorczości odbywał się pod hasłem przedsiębiorczości społecznej, a podczas Gamification Camp **Gere Fun for Good** przedsiębiorcy społeczni uczyli się wykorzystywania mechanizmów grywalizacji.

Z imprez promujących kwestie różnorodności warto wspomnieć o **Dniu Różnorodności** zorganizowanym przez FOB, **III Kongresie Różnorodności** Be.Navigatora i Henkla poświęconemu nowej perspektywie przywództwa oraz konferencji **Diversity Changemakers** w Krakowie poświęconej wpływowi na otoczenie oraz zmianie, jaką wywoływać mogą działania podejmowane w obszarze różnorodności.

Środowiska zajmujące się naukowo społeczną odpowiedzialnością biznesu spotkały się na konferencjach **„CSR beyond voluntariness. CSR Trends III”** w Łodzi, **„Positive management and leadership in socially responsible organisations”** w Toruniu. W warszawskiej SGH odbyła się konferencja **„Przyszłość Zarządzania. CSR w nowej gospodarce”** połączona z jubileuszem prof. Piotra Płoszajskiego, Akademia im. Leona Koźmińskiego zorganizowała z kolei konferencję **„Jakość życia zawodowego. Klimat etyczny i innowacyjny miejsca pracy”**.

Nowatorską formułę spotkań zaproponowała Akademia Rozwoju Filantropii, organizując pierwsze **Giving Circle Polska**. W czasie spotkania 4 organizacje prezentowały na scenie swoje projekty, starając się o ich sfinansowanie przez zgromadzonych gości, udało się zebrać ponad 20 tys. zł.

#KONSUMENCKO

Fundacja Kupuj odpowiedzialnie opublikowała wyniki testów na obecność toksycznego chromu VI w butach. Przebadano 64 pary butów skórzanych 23 europejskich marek obuwniczych, w tym dwóch polskich marek, CCC i Wojas. Okazuje się, że wszystkie wyniki mieszczą się w dopuszczalnej normie ustalonej przez UE.

Fundacja zorganizowała także spotkanie z byłymi pracownikami plantacji bananów w Ekwadorze. Goście opowiadali m.in. o tym, jak uprawiane są banany – czym opryskiwane, jaki to ma wpływ na zdrowie i środowisko i co możemy zrobić, by w Polsce można było kupować owoce fair trade.

#SDG W POLSCE

Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDGs) to najbardziej gorący temat międzynarodowego CSR-u, także w Polsce myślenie w kategoriach 17 celów zaczyna się przebijać do świadomości opinii publicznej.

Global Compact Poland spotkało się w gronie Ambasadorów Zrównoważonego Rozwoju i wraz z Partnerami oraz Przyjaciółmi przyznało statuetki **Architektów Zrównoważonego Rozwoju**, które w poszczególnych kategoriach otrzymali: prawa człowieka – ojciec Ludwik Wiśniewski; standardy pracy – Bartłomiej Piotrowski; ochrona środowiska – prof. Maciej Nowicki; kultura i sztuka – Elżbieta Penderecka; sport i zdrowie – Czesław Lang; promocja Polski w świecie – Kalman Mizsei.

Z kolei podczas 6. Targów CSR miała miejsce premiera przygotowanego przez CSR Consulting przewodnika dla firm po Celach Zrównoważonego Rozwoju. Publikacja „SDGs w praktyce” to podsumowanie pierwszej fazy projektu realizowanego przez firmę, którego celem jest zachęcanie i wsparcie firm w przełożeniu globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju ogłoszonych przez ONZ na strategię biznesowe i strategię CSR, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki poszczególnych branż.

W Poznaniu zaś odbył się **I Festiwal Filmów Odpowiedzialnych „17 celów”**. Podczas Festiwalu zaprezentowano wybitne filmy dokumentalne związane z tematyką wzrostu gospodarczego, rozwoju społecznego i ochrony środowiska połączone z konkursem na najbardziej wartościowe filmy reklamowe i promocyjne podmiotów gospodarczych mówiących o społecznej odpowiedzialności w ich strukturach. Nagrodę Złotej Tarczy za film „Warszawski sen” zrealizowany przez Fundację Instytut Innowacji odebrała Katarzyna Gontarczyk. Magda Bodzan w imieniu Instytutu Globalnej Odpowiedzialności odebrała Srebrną Tarczę za film „Skąd się bierze głód – najpilniej strzeżona tajemnica XXI wieku”. Brązową Tarczę jury nagrodziło film „Nie bój się pomagać” w reżyserii Stanisława Mąderka.

#CSR W MSP

Największym projektem w ostatnich latach na rzecz małych i średnich przedsiębiorstw jest realizowany przez PARP projekt **„Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”**, finansowany ze środków Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy. Przeszło 170 przedsiębiorstw zostało wspartych kwotą ponad 12 mln zł. Projekt prowadzony przez PARP został oparty na 3 komponentach: budowaniu kompetencji w dziedzinie CSR, pomocy we wdrażaniu rozwiązań CSR przez realizację pilotażowych projektów w MŚP, upowszechnianiu dobrych praktyk i działaniach komunikacyjnych na temat rezultatów projektów wdrożonych przez MŚP. Z ewaluacji wynika, że dzięki działaniom zrealizowanym w obszarze CSR, 52% przedsiębiorstw biorących w nim udział wprowadziło nowe produkty (towary lub usługi), 46% przedsiębiorstw rozwinęło nowe obszary działalności, 57% firm pozyskało nowych klientów, a w 22% przedsiębiorstwach odnotowano zmniejszenie kosztów działalności.

#G4 PO POLSKU

Międzynarodowe wytyczne **G4 Global Reporting Initiative (GRI)** dotyczące sprawozdawczości z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu zostały przetłumaczone na język polski. Pozwoli to wszystkim raportującym firmom na używanie spójnej wersji językowej. Partnerami tłumaczenia są: Ministerstwo Rozwoju, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Deloitte, Grupa LOTOS S.A., Krajowa Izba Biegłych Rewidentów, Provident Polska S.A.

#40 LAT WYTICZNYCH OECD

Dzięki współpracy Ministerstwa Rozwoju z Forum Odpowiedzialnego Biznesu i PGNiG udało się opublikować polską wersję **Wytycznych OECD dotyczących należytej staranności w zakresie istotnego angażowania interesariuszy w sektorze wydobywczym**. Celem Wytycznych jest przekazanie przedsiębiorcom praktycznych wskazówek związanych ze współpracą z interesariuszami, w tym m.in. w jaki sposób angażować interesariuszy (np. społeczności lokalne) w odpowiedzialne prowadzenie działalności biznesowej w sektorze wydobywczym.

W październiku 2016 r. Ministerstwo Rozwoju zorganizowało konferencję dotyczącą odpowiedzialnego prowadzenia biznesu w Polsce w kontekście zadań wynikających z Planu na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju oraz zaleceń zawartych w Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych, których 40-lecie obchodziliśmy w 2016 r. Konferencja wpisująca się także w obchody 20-lecia przystąpienia Polski do OECD.

Warto także odnotować, że polski **Krajowy Punkt Kontaktowy OECD (KPK OECD)** funkcjonujący od 2011 r. w Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych został przeniesiony do Ministerstwa Rozwoju. Rolą KPK OECD jest przede wszystkim promocja i upowszechnianie Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych oraz prowadzenie w sytuacjach szczególnych – postępowań mających na celu rozwiązanie konfliktów, jakie mogą się pojawiać w drodze wdrażania tych Wytycznych przez przedsiębiorstwa wielonarodowe.

#PRAWA CZŁOWIEKA

W Ministerstwie Spraw Zagranicznych trwają prace nad **Krajowym Planem Działania na rzecz wdrożenia Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka** – projekt opublikowano w grudniu.

W ramach Dnia z Ramami Sprawozdawczości zgodnymi z Wytycznymi ONZ dotyczącymi biznesu i praw człowieka odbyło się seminarium organizowane przez Mazars in Poland oraz Polski Instytut Praw Człowieka i Biznesu (PIHRB) z udziałem Richarda Karmela, eksperta, współtwórcy ram sprawozdawczości oraz webinarium na ten temat we współpracy FOB i PIHRB.

Helsińska Fundacja Praw Człowieka wspólnie z Polską Radą Biznesu przeprowadziła cykl 9 wykładów otwartych „Biznes a prawa człowieka – współczesny stan dyskusji”. W ramach projektu odbyły się wykłady połączone z dyskusją na tematy z pogranicza biznesu i ochrony praw człowieka. Celem projektu było zrekonstruowanie współczesnego stanu dyskusji wokół praw człowieka w kontekście funkcjonowania biznesu oraz edukacji uczestników wykładów o współczesnych wyzwaniach dla biznesu, jakie wynikają z praw człowieka. Wnioski płynące z wykładów zostaną zawarte w raporcie wydanym na koniec projektu.

#STUDIA

Osoby głodne CSR-owej wiedzy mogły zapisać się na VIII już edycję studiów podyplomowych „**CSR. Strategia odpowiedzialnego biznesu**” na Akademii Leona Koźmińskiego albo na III edycję studiów „**Manager CSR**” w Collegium Civitas. O ile wiem, w innych miastach podejmowano kolejne próby uruchomienia studiów o tej tematyce, niestety, nie udało się zebrać odpowiedniej liczby studentów. Ciekawie zapowiadają się studia przygotowywane przez Wyższą Szkołę Informatyki i Ekonomii w Olsztynie pod patronatem Ashoka Polska, które mają być poświęcone **innowacjom społecznym**. Mam też nadzieję, że uda się zebrać chętnych na studia o „**Zarządzaniu Zrównoważonym Rozwojem Miast**” przygotowywane przez Międzynarodowe Centrum Kształcenia Politechniki Krakowskiej oraz Fundację Sendzimira.

#MIERZENIE

Forum Darczyńców rozpoczęło realizację projektu „Działamy dla zmiany”, którego głównym celem jest wzmocnienie potencjału organizacji grantodawczych i ich beneficjentów do mierzenia efektów swoich działań i komunikowania ich opinii publicznej.

Z badań Stowarzyszenia Klon/Jawor wynika, że aż dwie trzecie organizacji w żadnej formie nie prowadzi systematycznej oceny własnych działań ani analizy efektów pracy. Robi to mniej niż jedna dziesiąta podmiotów trzeciego sektora. Z drugiej strony inne badania Klon/Jawor pokazują, że efekty aktywności organizacji dostrzega na co dzień mniej niż połowa Polek i Polaków, a aż 28% w ogóle ich nie widzi. Dostrzeganie efektów natomiast mocno wpływa na zaufanie i skłonność do filantropii: więcej darczyńców jest wśród tych, którzy zauważają na co dzień skutki działań organizacji lub grup społecznych – 79%. Wynika z tego prosty wniosek: aby przekonać do organizacji obywateli i podnieść ich zaangażowanie w sprawy społeczne, należy pokazać im rezultaty pracy organizacji. A żeby móc to zrobić, trzeba najpierw samemu je poznać, zmierzyć lub w jakikolwiek sposób rzetelnie ocenić. Projekt zakończy się w 2017 r.

#KROWARZYWA

Duży rozgłos w mediach miała historia, która wydarzyła się w Krowarzywa – warszawskiej knajpie sprzedającej wegańskie burgery. Zwolnieni pracownicy, okupując lokal, utworzyli związek zawodowy, domagając się zatrudnienia na umowę o pracę i cofnięcia monitoringu wizyjnego. Po 10 dniach negocjacji, komentowanych przez wielu dziennikarzy i dziennikarki, osiągnięto porozumienie. Był to jeden z ciekawszych case'ów, gdzie okazało się, że można mieć odpowiedzialny produkt, ale nie oznacza to automatycznej odpowiedzialności w innych obszarach, np. praw pracowniczych.

Dziękuję członkom i członkiniom grupy CSR Polska na Facebooku, którzy wspierali mnie swoją pamięcią i inspiracjami podczas pisania tego artykułu.



**Jacek
Dymowski**
NIEZALEŻNY
KONSULTANT

Co nowego czeka nas w standardach raportowania w 2017 r.?

Chyba nigdy wcześniej, w stosunkowo krótkiej historii społecznie odpowiedzialnego raportowania, jeden rok nie przyniósł tak wiele zmian jak rok bieżący. Z jednej strony faktem stają się przepisy wynikające z implementacji w krajach europejskich postanowień Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/95/UE z 22 października 2014 r. Tym samym raportowanie niefinansowe przestaje być dobrowolną aktywnością, a staje się dla wielu przedsiębiorstw obowiązkiem prawnym, którego niewypełnienie będzie oznaczać sankcje. Z drugiej strony Global Reporting Initiative (GRI) postanowiło przekształcić wytyczne w standardy raportowania. Poza tym obserwować można też zmiany w raportowaniu wynikające z przyjęcia przez społeczność międzynarodową Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs). Jesteśmy również świadkami kształtowania się wzorców raportowania zintegrowanego.

Szybko postępujące zmiany zawsze oznaczają dodatkowe trudności i konieczność angażowania zasobów po stronie zainteresowanych przedsiębiorców. Są też po prostu wyzwaniem dla osób odpowiedzialnych za sprawozdawczość i społecznie odpowiedzialne zarządzanie. Jak zatem najefektywniej odnaleźć się w natłoku zmian?

Najważniejszą zmianą jest nowelizacja ustawy o rachunkowości, wynikająca z implementacji prawa unijnego, która nakłada na duże podmioty nowe obowiązki sprawozdawcze. Na wstępie należy uspokoić zarówno podmioty, które tego typu raporty opracowują od lat (np. w oparciu o GRI), jak i te, które nigdy sprawozdań niefinansowych nie publikowały. Te pierwsze nie powinny obawiać się rewolucji – mogą pozostać przy wykorzystywanych wcześniej standardach czy wytycznych raportowania. Są zobowiązane jednak spełnić jeden warunek: ich sprawozdania muszą

m.in. objąć wszystkie obszary, o których mówi znowelizowana ustawa o rachunkowości. To niby drobiazg, ale trzeba pamiętać, że jeśli nawet któryś z obszarów nie okazał się dla danej spółki istotnym elementem w analizie materialności, to chcąc wypełnić wymagania ustawowe, powinna go uwzględnić. Nie są to jednak zmiany, które należałoby nazwać uciążliwymi, a raczej wymagającymi pewnej uwagi na etapie definiowania treści.

Z kolei podmioty, które wcześniej nie raportowały, nie muszą obawiać się konieczności wdrożenia złożonego raportowania w oparciu o wytyczne lub standardy GRI. W wersji minimum raportująca spółka może po prostu posłużyć się wprost ustawą lub dyrektywą, uwzględniając w swoim raporcie wszystkie wskazane tam informacje na temat modelu biznesowego, wymienionych polityk, wskaźników wyników, kategorii ryzyka itd. Pomocny może okazać się tu np. krajowy Standard Informacji Niefinansowych (SIN) opracowany przez Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych oraz Fundację Standardów Raportowania. Wsparciem może być też oczywiście GRI. Bezsprzeczną zaletą SIN jest jego syntetyczność, ponieważ mieści się on na ok. 20 stronach, podczas gdy GRI na kilkuset. Wydaje się też, że nowa sprawozdawczość powinna być dość prosta dla spółek, które wcześniej aplikowały do RESPECT Index. Ankieta RESPECT Index wymaga bowiem zebrania szeregu danych, które mogą okazać się bardzo przydatne w sprawozdaniu niefinansowym. Co ważne, wszystkie trzy dokumenty: wytyczne GRI G4, SIN oraz ankieta RESPECT Index – dostępne są bezpłatnie, w języku polskim.

Warto wspomnieć również o nowej wersji GRI, które z formalnego punktu widzenia przestają być nazywane wytycznymi, a stają się standardami. Nowe standardy są już dostępne na stronie organizacji (w języku angielskim), lecz oficjalnie zastąpią dotychczas obowiązujące wytyczne GRI G4 dopiero w połowie przyszłego roku. Tym samym czasu na przystosowanie się do nich jest aż nadto. Do tego momentu można swobodnie korzystać zarówno z wytycznych GRI G4, jak i ze standardów. Oczywiście nowo raportujących należałoby zachęcać do korzystania z nowych standardów. Co warto jednak podkreślić: zmiany i wynikające z nich różnice pomiędzy wytycznymi GRI G4 a standardami GRI trudno nazwać rewolucyjnymi. Podkreślają to zresztą sami autorzy, wskazując, że spółka raportująca w GRI G4 nie będzie miała żadnych problemów z przejściem na nowe standardy. Różnice dotyczą tak naprawdę szczegółów. Co więcej dostępny jest arkusz kalkulacyjny, który „przepisuje” stare wskaźniki na nowe ze standardów.

Poręczne „ściągawki” pomagające przepisać wskaźniki jednego standardu na drugi nie są zresztą niczym nowym i były publikowane przy okazji przejścia z GRI G3.1 na GRI G4. Analogiczne, bardzo praktyczne dokumenty pozwalają przepisać np. wspomniane we wstępie SDGs na GRI. Tym samym ich uwzględnienie w indeksie CSR jest niezmiernie proste dla każdego raportującego.

Zmiany, choć liczne, nie okażą się więc aż tak dotkliwe, jak mogłoby się wydawać. Warto korzystać z dostępnych narzędzi, warto też obserwować trendy w raportowaniu. Standardy to bowiem jedno. Pewne dobre praktyki, które trudno jest opisać normami, to coś całkiem innego. Będą się dopiero docierać w miarę rosnącego wykorzystania sprawozdawczości przez rynek. Dotyczy to zwłaszcza raportowania zintegrowanego. Dobrze jest więc wynajdywać ciekawe rozwiązania i próbować wykorzystywać je we własnej sprawozdawczości. Warto też po prostu wstąpić do głoś odbiorów, w tym uczestników rynku kapitałowego, wypracowując taką formę sprawozdawczości, która najlepiej będzie spełniała swój informacyjny charakter.



**Karol
Krzyczkowski**
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Świadomość wpływu – czy na pewno wiesz, co zmienia wolontariat twoich pracowników?

W każdej zgłoszonej do niniejszego raportu praktyce, oprócz szczegółowo opisanych działań, otrzymujemy także mierniki jej sukcesu i efektywności działań. O ile w przypadku praktyk dotyczących szeroko pojętego wolontariatu pracowniczego nie ma problemu z opisem tych wskaźników ilościowo, to bardzo rzadko znajdujemy dobrze dobrane i opisane wskaźniki jakościowe.

Z opisu zgłaszanych praktyk wyłania się obraz wolontariatu pracowniczego, który na pewno działa, wciąga pracowników i wpisuje się w działalność firm. Ale to, jakie zmiany dla społeczności i dla pracowników niesie, pozostaje często tylko w sferze naszych domysłów.

Mierzenie wpływu jest wyzwaniem nie mniejszym niż realizacja samego programu wolontariatu pracowniczego. Wymaga przede wszystkim stabilności wolontariatu w firmie i okresowego zbierania danych – zarówno od społeczności, jak i od wolontariuszy. Zmiany będą widoczne wtedy, kiedy będziemy mogli porównać ze sobą kolejne dane.

Niestety, zdobycie tych informacji wymaga pytań otwartych. Nie da się z prostych „tak/nie” wygenerować ładnego wykresu do prezentacji. Odpowiedzi na pytania otwarte nie są proste do przetworzenia i wymagają zaangażowania przy ich opracowywaniu oraz wyciągania z nich konkretnych wniosków¹. Mierzenie jest również o tyle wymagające, że musi zacząć się przed wystaniem wolontariuszy do realizacji projektów, a kończyć po ich powrocie

i rozliczeniu, co znacznie wydłuża czas trwania ich obsługi i komplikuje administrację całego przedsięwzięcia.

Owocuje jednak nie tylko danymi jakościowymi, ale także pokazuje kierunki zmian i trendy, które umiejętnie wykorzystane przez koordynatora umożliwią dalszy rozwój programu wolontariatu i dopasowanie go do potrzeb wszystkich interesariuszy.

Podejście jakościowe zmienia styl myślenia o wolontariacie. Pojawiają się pytania o to, jak trwałe działania wolontariusze realizują. Czy jeśli po projekcie ich zabraknie, to efekt ich działań będzie utrzymany? Czy udany dla wolontariuszy projekt, który bez problemu można powtarzać rok do roku dla tej samej społeczności, rzeczywiście coś zmienia? Jeśli rzeczywiście coś zmieniłoby, to czy jego realizacja byłaby co roku potrzebna?

Sojusznikiem biznesu w mierzeniu wpływu społecznego są organizacje pozarządowe. Diagnozy społeczne, rozliczanie efektów i pokazywanie zmiany to dla nich umiejętności niezbędne do funkcjonowania. Od posiadania tych kompetencji zależy istnienie większości z nich – bo to ze zmian, które wnoszą w życie społeczności, są rozliczane przez swoich członków, darczyńców, beneficjentów, partnerów i wspierające je fundusze grantowe².

Rozmowę z partnerem społecznym warto więc zacząć od pytania „jaką zmianę możemy wnieść”, a zakończyć pytaniem „co udało nam się zmienić?”. I na podstawie partnerskiej relacji realizować działania wolontariuszy, które będą widoczną i znaczącą zmianą dla społeczności.

Wolontariat oprócz zmiany w społeczności reorientuje też samych wolontariuszy. Nawet jeśli ich pierwszą motywacją jest chęć oderwania się od pracy lub zintegrowania z grupą, to w zamian za działanie wolontariusze rozwijają swoje kompetencje³. Jeśli oni sami nie są tego świadomi, to świadomy być powinien koordynator. I powinien wiedzieć, jakie kompetencje rozwijają jego wolontariusze oraz w jaki sposób wykorzystać wolontariat pracowniczy do budowy potencjału pracowników swojej firmy.

Najgorsze, co może nas spotkać w realizowaniu programów wolontariatu pracowniczego, to rutyna. Coroczne, mechaniczne powielanie tego samego schematu działania z wiarą, że skoro działało w zeszłym roku, to w tym też zadziała. To, owszem, będzie działało, ale do czasu, kiedy o jakość i trwałość zmian zapytają się sami wolontariusze. Szczególnie ci, którzy będą widzieli, że efekt ich poprzedniej pracy nie jest dalej utrzymany. Mogą zadać pytanie, gdzie teraz jest ten „odtrąbiony sukces”, którym zakończyły się poprzednie projekty.

Sukces wolontariatu łatwo opisać, przyjmując jako wskaźnik liczbę informacji o akcji w mediach lokalnych – a z takimi opisami efektywności działań niejednokrotnie się spotykamy wśród zgłaszanych do raportu praktyk. Papier i informacje prasowe przyjmą wszystko. Wolontariusze i społeczność są pod tym względem o wiele bardziej wymagające.

Dlatego w porę nauczymy się mierzyć nasz rzeczywisty wpływ. I zróbmy to z pożytkiem dla społeczności i wolontariatu.

¹ Firma = zaangażowanie, zeszyt 3, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2009, s. 30.

² M. Dadel, Jak stworzyć dobry projekt?, Warszawa 2007, s. 6.

³ II Ogólnopolskie Badania Wolontariatu Pracowniczego, Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu w Warszawie, Warszawa 2013, tabela 17. Praca jako wolontariusz a kompetencje.



**Marcin
Grzybek**
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

CSR w badaniach w 2016 r.

PERSPEKTYWA POLSKA

W 2016 r. Forum Odpowiedzialnego Biznesu zrealizowało kolejną turę badania sygnatariuszy Karty Różnorodności. Tym razem badanie **Zarządzanie różnorodnością** poszerzone zostało o próbę ogólnopolską. Jeśli chodzi o grupy docelowe, na których firmy koncentrują swoją działalność z zakresu zarządzania różnorodnością, **tematem absolutnie priorytetowym wśród sygnatariuszy była i nadal jest równość płci** (95% wskazań). Grupy istotne dla sygnatariuszy to także osoby z niepełnosprawnościami, osoby młode i seniorzy. Zbliżone są wyniki dla próby ogólnopolskiej, z tą różnicą, że pierwsze miejsce zajmują seniorzy (68%), a kolejne: zagadnienie równości płci, osoby młode i kwestia niepełnosprawności. Porównując te wyniki z pierwszą edycją badania (z 2014 r.), widać wyraźnie, że w ciągu ostatnich 2 lat bardzo mocno wzrosła świadomość i zrozumienie kwestii związanych z zarządzaniem różnorodnością na pewno wśród sygnatariuszy Karty Różnorodności, ale także w polskim biznesie w ogóle. Respondenci wskazywali także na bariery towarzyszące wprowadzaniu zarządzania różnorodnością w ich firmach oraz korzyści z tym związane. Sygnatariusze uznali, że największą przeszkodą – 42% wskazań – był brak lub niewystarczająca wiedza na temat zarządzania różnorodnością, jako kolejne wymienili brak zaangażowania ze strony pracowników (23%) oraz brak osoby odpowiedzialnej za ten temat (18%). W grupie firm z próby ogólnopolskiej podobnego zdania jest odpowiednio – 35%, 53% i 33% respondentów. Jeśli chodzi o obszary, które ulegają poprawie dzięki wdrażaniu różnorodności w miejscu pracy, sygnatariusze Karty Różnorodności wymienili: atmosferę w firmie (74%), wizerunek firmy (71%), przyciąganie i utrzymanie utalentowanych osób (58%), lojalność pracowników (53%), ogólną przewagę konkurencyjną (39%) oraz zwiększa-

nie różnorodności klientów (27%). Widać zatem wyraźnie, że **zarządzanie różnorodnością może mieć ogromny wpływ na pracowników i nieść bardzo konkretne korzyści**.

Celem badania **CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej** było pogłębienie wiedzy na temat poziomu zaangażowania w CSR firm stowarzyszonych we Francusko-Polskiej Izbie Gospodarczej. Badanie przeprowadzono na podstawie 65 ankiet, wypełnionych przez firmy stowarzyszone we Francusko-Polskiej Izbie Gospodarczej. Wyniki badania wskazują, że nadal **nie ma w Polsce, tak wyczekiwanej przez wielu, presji konsumentów wobec firm**. 71% respondentów uważa, że konsumenci przy wyborze produktów lub usług nie biorą pod uwagę, czy firma jest odpowiedzialna społecznie, a według 63% konsumenci nie wiedzą, czym jest CSR. Firmy, które wzięły udział w badaniu, wskazały również, jakie działania z zakresu CSR realizują dla poszczególnych grup interesariuszy. I tak, wśród działań nakierowanych na klientów najczęściej wskazały uzyskały: transparentność, dbałość o podawanie informacji dotyczących produktu lub usługi (80%) oraz komunikowanie się z klientami poprzez różne kanały: internet, media, spotkania, eventy (68%). Niestety, **niewielu respondentów (14%) wskazało na dopasowanie oferty do poszczególnych grup defaworyzowanych – widać tutaj bardzo szerokie pole do działania**. Wśród działań nakierowanych na pracowników najczęściej wskazały (82%) uzyskała dbałość o rozwój pracowników (oferta szkoleniowa, dofinansowanie nauki) – dziwić może jedynie, że nadal nie jest to 100%. Po 65% respondentów potwierdziło, że ich firmy prowadzą polityki różnorodności (poszanowanie i równouprawnienie ze względu na płeć, wiek, narodowość itp.) oraz wprowadziły kodeks etyczny i możliwość zgłaszania naruszenia zasad etyki przez pracowników. Również w tym przypadku celem powinno być 100%, ale i tak cieszy, że rozwiązania te są dość szeroko rozpowszechnione.

Druga edycja Barometru CSR, badania realizowanego przez CSR Consulting i Maison & Partners, pokazała, że **polscy konsumenci pozytywnie oceniają podejmowanie przez firmy działań CSR**. W porównaniu z pierwszą edycją z 2013 r. o 10 punktów procentowych (z 62 do 72%) wzrosła liczba osób, które deklarują, że działania z zakresu CSR wzbudzają ich pozytywne odczucia wobec firmy. Ciekawy rozkład odpowiedzi otrzymano przy pytaniu o rozumienie działań społecznych i środowiskowych. **34% respondentów uważa, że CSR to innowacyjne podejście do rozwoju biznesu**, które przynosi korzyści dla społeczeństwa i firmy. 30% konsumentów sądzi, że jest to sposób komunikacji i budowania wizerunku firm. 20% zgadza się ze stwierdzeniem, że takie działania to konieczność dla firm, które chcą dorównać konkurencji, natomiast tylko 16% uważa je za hipokryzję ze strony firm, które angażują się wyłącznie dla osiągnięcia zysków. W ramach badania o raz kolejny zdefiniowano sześć profili konsumenckich, różniących się między sobą podejściem do działań CSR, są to: Spelnieni Realności, Wrażliwi Intelktualności, Ekopragmatycy, Pasywni Pozerzy, Wykluczeni Frustraci i Korpoegości.

Bardzo istotnym dla rozwoju CSR w Polsce projektem był realizowany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości program **„Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”**. W 2016 r. został on poddany ewaluacji, która dostarcza wielu cennych wniosków i rekomendacji. Według autorów badania **wspieranie przedsiębiorców w prowadzeniu działań zgodnie z zasada-**

mi CSR to inwestycja, która jest korzystna dla wszystkich uczestników rynku, ponieważ pozwala podnosić standardy relacji biznesowych, wspiera innowacyjność – poprzez rozwój nowych produktów i usług posiadających atrybuty społeczne czy środowiskowe, pomaga ograniczać wpływ działalności przedsiębiorstw na środowisko naturalne oraz wzmacniać relacje ze społecznością, w której funkcjonuje dane przedsiębiorstwo. W ramach programu przedsiębiorcy otrzymali dofinansowanie na realizację projektów związanych z trzema obszarami: zaangażowanie społeczne, środowisko, relacje z personelem. Dzięki przeprowadzeniu tych projektów przedsiębiorcy osiągnęli szereg korzyści biznesowych, np. w 22% przedsiębiorstw realizacja projektu wpłynęła na zmniejszenie kosztów, w 21% pozwoliła wprowadzić nowe produkty, a 46% przedsiębiorstw rozwinęło nowe obszary działalności. Program pozwolił firmom nie tylko na poprawę relacji z otoczeniem, ale też na rozwój działalności biznesowej w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

ODPOWIEDZIALNE INWESTYCJE

Analiza badania **Investing For a Sustainable Future**, zrealizowanego przez MIT Sloan Management Review oraz The Boston Consulting Group, wskazuje, że inwestorzy widzą silną zależność pomiędzy wynikami działalności firm powiązanych ze zrównoważonym rozwojem a wynikami finansowymi – dlatego często wykorzystują dane pozafinansowe jako racjonalne uzasadnienie dla decyzji inwestycyjnych. Badanie zrealizowano w ponad 100 krajach, na grupie przeszło 3 tys. menedżerów. **75% kadry zarządzającej wyższego szczebla firm inwestycyjnych zgodziło się, że dobre wyniki z zakresu CSR/zrównoważonego rozwoju są wyraźnie znaczące/bardzo ważne podczas podejmowania decyzji inwestycyjnych.** Jednakże tylko 60% menedżerów spółek notowanych na giełdzie jest przekonanych, że faktycznie są one wyraźnie znaczące/bardzo ważne dla inwestorów w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych. Pokazuje to, jak duży jest rozdźwięk pomiędzy opiniami menedżerów a tym, co uważają i jak zachowują się osoby zarządzające funduszami inwestycyjnymi. Co więcej, z badania wynika, że inwestorzy gotowi są wycofać swoje fundusze: prawie połowa z nich twierdzi, że nie zainwestuje w firmę z historią słabych wyników zrównoważonej działalności. Około 60% członków zarządu firm inwestycyjnych stwierdziło, że są gotowi na **sprzedaż udziałów firm, których osiągi w zakresie zrównoważonego rozwoju są niezadowalające.**

Siódma edycja **SRI Study** ukazuje skalę i znaczenie inwestycji społecznie odpowiedzialnych w 13 krajach europejskich. Badanie zrealizowane przez Europejskie Forum ds. Zrównoważonego Inwestowania (Eurosif – *European Sustainable Investment Forum*) oraz firmę EY potwierdza, że coraz więcej inwestorów przy podejmowaniu decyzji o zaangażowaniu kapitałowym w spółki, oprócz kryteriów finansowych, bierze pod uwagę wskaźniki niefinansowe. **Zarządzający blisko połową aktywów w Europie w swoim spektrum inwestycyjnym nie uwzględniają podmiotów, które nie spełniają określonych kryteriów etycznych lub środowiskowych.** Okazuje się, że analiza spółek pod kątem spełniania wymagań etycznych, społecznych i środowiskowych jest szczególnie popularna wśród inwestorów francuskich i holenderskich. Badanie obejmowało także rynek polski. W Polsce rynek odpowiedzialnych inwestycji rozwija się bardzo powoli. Zaledwie kilka funduszy inwestycyjnych stosuje jakiegokolwiek formalne kryteria etyczne lub środowiskowe. Nie zmienia to jednak faktu, że **polskie**

spółki, które mają w planach skorzystanie z kapitału inwestorów z Europy Zachodniej, mogą zwiększyć swoje szanse na pozyskanie środków poprzez zrozumienie i spełnienie wymagań międzynarodowych standardów etycznych, takich jak: Global Compact, Wytyczne OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych lub ISO 26000 czy Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka.

TRENDY GLOBALNE

Z badania **State of Sustainable Business Survey**, zrealizowanego przez BSR oraz GlobeScan, możemy się dowiedzieć, jakie są priorytety w zakresie zrównoważonego rozwoju wśród firm na świecie. Okazuje się, że nadal, a nawet w jeszcze większym zakresie niż w poprzednich edycjach badania, **najistotniejsze kwestie to prawa człowieka i zmiany klimatu.** Trendy te znajdują potwierdzenie w najważniejszych wydanych ostatnio dokumentach dotyczących zrównoważonego rozwoju: Celach Zrównoważonego Rozwoju, Porozumieniu klimatycznym z Paryża (COP21) oraz Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka. Branie pod uwagę Celów Zrównoważonego Rozwoju przez polskie firmy znajduje również potwierdzenie w niniejszym raporcie, wydaje się jednak, że nasz rynek pozostaje w tyle za trendami światowymi, jeśli chodzi o 2 ww. obszary – a więc przeciwdziałanie zmianom klimatu i, w szczególności, prawa człowieka. Bardzo istotnym wynikiem badania jest to, że kadra zarządzająca kładzie nacisk na zrównoważony rozwój: niemal połowa firm potwierdziła, że **CEO sytuują zrównoważony rozwój w pierwszej piątce swoich priorytetów**, co jest też znaczącym wzrostem w porównaniu z badaniem z 2015 r. Autorzy badania sprawdzali również, jakie grupy interesariuszy mają największy wpływ na rozwój kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem w firmach, i okazuje się, że są to konsumenci. Kolejne miejsca zajmują organizacje pozarządowe, inwestorzy, regulatorzy rynku i pracownicy. Jest to istotna wskazówka, być może w związku z tym działania popularyzujące CSR powinny w większym stopniu być skierowane właśnie na konsumentów?

Bardzo ciekawym badaniem dla wszystkich osób zawodowo zajmujących się CSR jest **The CR and Sustainability Salary Survey**. W roku 2016 zrealizowana została już jego szósta edycja. Wśród niemal 1300 respondentów przeważali mieszkańcy Wielkiej Brytanii (61%) oraz innych krajów europejskich (18%). Z badania wynika, że średnie roczne zarobki w branży CSR to (w przeliczeniu) około 300 tys. zł (wzrost o 8% w stosunku do badania z 2014 r.). Co ciekawe, według danych z badania, konsultanci zarabiają średnio o kilkanaście procent mniej niż osoby pracujące w firmach. Prawdopodobnie w Polsce daleko nam do osiągnięcia tego typu warunków pracy, ale oczywiście branża CSR nie jest tu szczególnym wyjątkiem. Wśród respondentów obie płcie reprezentowane były niemal dokładnie po równo i to również jest coś, co odróżnia polski rynek, na którym na stanowiskach powiązanych z CSR i zrównoważonym rozwojem pracują głównie kobiety. Autorzy badania pytali też o **najważniejsze kompetencje**, jakie według respondentów mają osoby pracujące w branży CSR. Na pięciu pierwszych miejscach znalazły się: **angażowanie interesariuszy, wywieranie wpływu i przekonywanie, planowanie i rozwój strategii, zarządzanie projektami, umiejętności badawcze i analityczne.** Bardzo pozytywne jest to, że niezależnie od kwestii płac, praca w CSR przynosi satysfakcję. Około 80% respondentów zadeklarowało, że są zadowoleni z wykonywanej pracy, a jeszcze więcej – bo aż 93% – poleca tę ścieżkę kariery.

OPISANE BADANIA:

Barometr CSR; CSR Consulting, Maison & Partners

CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej; Francusko-Polska Izba Gospodarczej

Ewaluacja programu „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”; Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Investing For a Sustainable Future; MIT Sloan Management Review, The Boston Consulting Group

SRI Study; Eurosif, EY

State of Sustainable Business Survey; BSR, GlobeScan
SRI Study; Eurosif, EY

The CR and Sustainability Salary Survey; Acre, Flag, Carnstone

Zarządzanie różnorodnością; Forum Odpowiedzialnego Biznesu



Maria Andrzejewska
DYREKTOR CENTRUM
UNEP/GRID-WARSZAWA

Partnerstwo na rzecz realizacji środowiskowych Celów Zrównoważonego Rozwoju

Zdrowie człowieka i kondycja planety w znacznym stopniu zależą od odporności ekosystemów, racjonalnego wykorzystania surowców, szczególnie tych nieodnawialnych oraz od szeregu innych czynników będących elementami zrównoważonego rozwoju. Liczne przepisy regulujące kwestie środowiskowe oraz wdrażanie innowacji technologicznych i ekonomicznych mają za zadanie przeciwdziałać zwiększającej się presji człowieka na środowisko. Są to działania ważne, lecz niewystarczające, aby świat mógł rozwijać się w sposób zrównoważony.

Do najbardziej cennych i wrażliwych zasobów naturalnych należy woda. Woda w kolorze niebieskim, czysta i smaczna – to obraz z naszych marzeń i pragnień, jak daleki jednak od rzeczywistości. Ocenia się, że w skali globalnej około 1/3 ludności zamieszkuje tereny cechujące się średnim lub wysokim zagrożeniem dostępu do zasobów wodnych. Prognozy wzrostu liczby ludności, a więc i liczby gospodarstw domowych, rozwoju gospodarczego, intensyfikacji produkcji rolniczej etc. są w ścisłej relacji do zwiększonego popytu na wodę, wiąże się to z kolei z nadmierną eksploatacją źródeł wodonośnych oraz zanieczyszczeniem zarówno wód płynących, jak i gruntowych. Zmiany klimatu, którym przeciwdziałamy z dość miernym skutkiem, pogłębiają ten problem.

Bardzo ważny głos w dyskusji o przeciwdziałaniu zagrożeniom został przedstawiony w raporcie organizacji The Nature Conservancy, pt. „Beyond the Source: The environmental, eco-

nomic and community benefits of source water protection”. Raport odwołuje się do ogromnych możliwości natury, które w znakomity sposób mogą wesprzeć działania związane z minimalizacją zagrożenia zasobów wodnych. Wiemy, jak ważna jest ochrona obszarów wodonośnych poprzez zalesianie, ochronę siedlisk i różnorodności biologicznej, zachowanie zielonej infrastruktury na obszarach rolniczych oraz odpowiednio prowadzone praktyki rolnicze. Koncepcja usług ekosystemowych jest swoistą odpowiedzią na wyzwania związane z jakością i ilością zasobów wodnych.

Wody słodkie, obszary przybrzeżne, morza i oceany są jednymi z kilku paneuropejskich priorytetów środowiskowych. Są one ujęte w Agendzie na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030 i zawartych w niej Celach Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals, SDGs) oraz powiązanych z nimi zadaniach.

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ należy postrzegać jako strategiczną szansę na uwzględnienie podejścia ekologicznego w procesach transformacyjnych, a także jako mechanizm wspierający wzmocnienie zdolności adaptacyjnych na wszystkich poziomach. Nie wolno postrzegać ich jako koszt czy przeszkodę dla rozwoju. Wyznaczono zadania [164] oraz opracowano długą listę wskaźników [241], które pozwolą monitorować postępy realizacji poszczególnych zadań, a zarazem pilnować, by wizje i ambicje regionalne nie wychodziły poza globalne progi bezpieczeństwa ekologicznego.

Wyzwania dotyczą wszystkich: rządów, które muszą dostosować strategie rozwojowe do wyzwań Agendy 2030, administracji publicznej i samorządowej, przedstawicieli nauki, biznesu, organizacji pozarządowych oraz społeczności lokalnych. Każdy ma w tym procesie istotną rolę do spełnienia, szczególnie odpowiedzialność spoczywa jednak na biznesie. To w jego rękach jest bowiem inspirowanie i współpraca z R&D, inwestowanie w nowe rozwiązania technologiczne przyjazne dla środowiska, wspieranie ochrony ekosystemów, wzmocnienie społeczności lokalnych, edukacja dostawców, konsumentów, promowanie nowego sposobu myślenia, w którym wartości społeczne i środowiskowe są równoprawne z ekonomicznymi.

Odpowiedzią na powyższe wyzwania i potrzeby jest zainicjowane przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa we wrześniu 2016 r. Partnerstwo na rzecz realizacji środowiskowych Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ „Razem dla środowiska”.

Działając w ścisłym partnerstwie z Programem Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska (UNEP), realizujemy cel, którym jest dążenie do zrównoważonego rozwoju w warunkach współpracy wielu stron, w oparciu o zasadę odpowiedzialności za środowisko. Partnerstwo ma służyć **wymianie myśli, idei, doświadczeń, dobrych praktyk** oraz wiananiu szerokiej współpracy na rzecz realizacji SDGs. Działania Partnerstwa ukierunkowane są na edukację i budowanie świadomości. Partnerstwo inicjuje i **realizuje projekty na rzecz realizacji SDGs związane ze środowiskiem i zdrowiem człowieka**

Nie ulega wątpliwości, że zdrowie Ziemi i zamieszkujących ją ludzi zależy od tego, czy wspólnie uda nam się dokonać szybkiej transformacji obecnych systemów produkcji i konsumpcji, ponieważ to one w znacznym stopniu odpowiadają za stan środowiska, a także za nierówności dotyczące zdrowia ludzi i poziomu ich dobrobytu.



Marzena Strzelczak
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Dlaczego zarządzanie wiekiem potrzebne jest polskim firmom?

Zarządzanie wiekiem jest tematem wiodącym aktywności Karty Różnorodności w 2017 r. Mamy nadzieję, że działania te dadzą początek projektom, które będą wspierać polski biznes w budowaniu włączających i sprzyjających innowacjom organizacji, walce o talenty, stawianiu czoła wyzwaniom demograficznym, wreszcie – przeciwdziałaniu dyskryminacji.

Tempo zmian technologicznych i demograficznych sprawia, że pracodawcy muszą całkowicie zmienić struktury organizacyjne, systemy zarządzania talentami i strategię kadrowe. Takie wnioski przynosi najnowszy raport Deloitte „Global Human Capital Trends 2017. Zmiana zasad w erze cyfryzacji”, z którego wynika także, że budowanie organizacji przyszłości to priorytet dla niemal 90% szefów działów HR i prezesów firm. Jednak tylko kilkanaście procent ankietowanych przyznaje, że wie, jak taką organizację zbudować, a pewnych zasad w tym procesie nie można pominąć.

Sitą organizacji przyszłości są: szybkość dostosowania się do zmian zachodzących w otoczeniu, praca zespołowa, która zastępuje dotychczasową hierarchiczność, ciągły dialog z pracownikami i klientami, otwarcie na opinie i potrzeby klientów oraz pracowników. To biznes uczący się i wspierający w tym procesie swoich pracowników, otwarty na ich potrzeby i możliwości. To organizacja innowacyjna i oparta na wartościach, poszukująca znacznie więcej niż pozytywnego wyniku ekonomicznego dla swoich pracowników, klientów, dla swego otoczenia.

Także w Polsce wiele się pisze o potrzebie rozwoju innowacyjności firm, ich produktywności i ekspansji zagranicznej, również w kontekście Strategii Odpowiedzialnego Rozwoju dla Polski. Oczywiście narzędzia administracyjne mogą wspierać te procesy,

niemniej kluczowi są tu liderzy i zespoły pracowników. A te będą coraz bardziej zróżnicowane.

CORAZ DŁUŻSZA AKTYWNOŚĆ ZAWODOWA

Dane demograficzne są jednoznaczne. „100 lat” to już nie tylko tradycyjne życzenie urodzinowe, ale jak przewidują autorzy wydanej w ubiegłym roku książki „The 100-Year Life: Living and working in an age of longevity” bardzo realna perspektywa. Kariera zawodowa przyszłości to jakieś 60–70 lat. Organizacje, które chcą odnieść sukces, muszą być do tych zmian przygotowane, umieć je wykorzystać. I, choć w Polsce wydaje się to jeszcze mało realne, biorąc pod uwagę, że mniej niż połowa osób w wieku powyżej 55 lat jest aktywna zawodowo, to jednak dane demograficzne mówią coś innego.

Polska, podobnie jak większość krajów europejskich, w szczególności tych z byłego bloku wschodniego, będzie musiała sprostać wyzwaniom związanym ze starzeniem się społeczeństw. Żyjemy coraz dłużej, niestety, towarzyszy temu ujemny przyrost naturalny. W efekcie, jak alarmował GUS, podsumowując w maju 2016 r. dane za poprzedni rok, „**Polska wyludnia się. Ubywa pracujących, a przybywa emerytów**”.

Co prawda obecnie wiek statystycznego Polaka to wciąż mniej niż 40 lat (mniej niż średnia w UE), jednak w perspektywie 2050 r. będzie to już prawie 50 lat (więcej niż średnia w UE), przy czym jedną trzecią społeczeństwa będą stanowili ludzie w wieku 65 lat lub więcej. Będziemy jednym z najstarszych społeczeństw europejskich. W tym kontekście koniecznością stanie się, również w Polsce, znacznie dłuższy niż jest to obecnie okres aktywności zawodowej. Z pewnością nie będzie to łatwe. Nie tylko uwzględniając obecną niewielką aktywność zawodową Polaków po 55 roku życia, ale także nasze przekonania.

Szóste europejskie badanie warunków pracy (EWCS) pokazuje, że jedynie ok. 50% Polek i Polaków uznaje, że będzie mogło pracować do 60 roku życia – to jeden z najniższych wskaźników w Europie. Nie tylko w zestawieniu z danymi z krajów skandynawskich, gdzie uważa tak ok. 80% pytanych, ale też ze średnią dla UE wynoszącą 73%. Niemniej, jak wskazują dane demograficzne, konieczne, także w Polsce, stanie się budowanie środowiska pracy, w którym miejsce znajdą już nie dwa, a trzy lub cztery pokolenia pracowników. A więc także stwarzanie im możliwości rozwoju i zdobywania nowych kompetencji, wdrażanie nowych modeli pracy – zdalnej, elastycznej, dostosowanej do ich potrzeb i możliwości. Oraz, co kluczowe, kształtowanie przekonania sprzyjających wydłużonej aktywności zawodowej i budowanie motywacji trafiających do bardzo różnorodnych pracowników, budowanie ich zaangażowania, gotowości do pracy zespołowej, do zmian funkcji i ról.

DOBRE PLANOWANIE I OTWARTOŚĆ

Tego wszystkiego nie da się osiągnąć bez planowania i zarządzania zmianami. Wiele się mówi o najmłodszych pokoleniach Y i Z, przede wszystkim w kontekście wojny o talenty i dostosowywania organizacji do ich oczekiwań. Jednak organizacje przyszłości to także firmy pełne dojrzałych pracowników. Aby tak zróżnicowany zespół dobrze współpracował, potrzebne są zmiany, również na poziomie nieświadomych uprzedzeń. Jak pokazują badania europejskie Eurobarometr, najpowszechniejszą formą dyskryminacji jest ta ze względu na wiek; doświadczyło jej 7% respondentów (5% starszych niż 55 lat i 2% poniżej 30 roku życia). Równocześnie 56% Europejczyków uznało, że wiek (powyżej

55 lat) może być przeszkodą podczas ubiegania się o pracę; przy czym 16% uznaje, że na niekorzyść kandydata może działać także jego wiek poniżej 30 lat. Jak widać, to ogromne pole do wspólnej aktywności biznesu, administracji i organizacji pozarządowych, tym bardziej że poziom świadomości tych wyzwań w Polsce jest bardzo niewielki.

Jednak już dziś słyhać o planowanych przez rząd zachętach do wydłużania okresu aktywności zawodowej (mimo skróconego wieku emerytalnego). Zachęty kierowane do pracowników są z pewnością ważne. Nie mniej istotne – współpraca i zachęty kierowane do pracodawców. Różnorodne zespoły i doświadczeni pracownicy, a także zarządzanie różnorodnością jako narzędzie, które może pomóc w procesie tworzenia organizacji przyszłości, są wciąż w Polsce mało doceniane. Wielu pracodawców jest zdania, że zatrudniając wyłącznie na podstawie kompetencji, potwierdzają nie tylko wizerunek firmy otwartej i tolerancyjnej, ale też tworzą firmę przyjazną różnorodnym pracownikom. Niestety, to za mało. Warto zadbać o regulacje wspierające atmosferę wzajemnego szacunku i zrozumienia oraz szkolenia pomagające pracownikom zrozumieć nieświadome uprzedzenia i obszary do rozwoju, budujące otwarte i włączające miejsca pracy. Uczyć młodych menedżerów, jak efektywnie zarządzać starszymi pracownikami, starszych, jak z powodzeniem motywować młodych, budować międzypokoleniowe sieci mentoringowe. Analizując strukturę wiekową pracowników, przygotować się do nieuniknionych zmian w przyszłości, wyposażając różne generacje w kompetencje i umiejętności, które pomogą im tworzyć różnorodne, innowacyjne i efektywne zespoły.

CO DAJE ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ?

Zarządzanie różnorodnością, w tym zarządzanie wiekiem, pomaga w rozwiązywaniu narastających wyzwań demograficznych, ale różnorodność wiekowa może być też siłą organizacji, wspierać jej wyniki. By było to możliwe, firma i jej pracownicy muszą nauczyć się wykorzystywać właściwe narzędzia i metody współpracy, komunikacji, motywacji, tak różne dla rozmaitych grup, np. wiekowych. Badania pokazują, że bardziej zróżnicowane zespoły, pracujące w otwartym i przyjaznym otoczeniu lepiej oceniają ryzyko, osiągają lepsze wyniki i działają w sposób bardziej wydajny. Poczucie akceptacji w miejscu pracy przekłada się na wzrost zaangażowania pracowników, a to z kolei oznacza dla firmy konkretne korzyści. Ważnym aspektem promowania różnorodności jest oczywiście poprawa wizerunku i reputacji przedsiębiorstwa. Nie tylko ze względu na klientów, ale i potencjalnych pracowników.

Ważne z perspektywy pracodawców powinny być także wyniki europejskiego badania (Eurobarometr) wykazujące, że społeczeństwo popiera działania promujące różnorodność w miejscu pracy. 79% respondentów Europejczyków popiera: szkolenie pracowników i pracodawców w kwestiach dotyczących różnorodności, 76% – monitorowanie procedur rekrutacji, a 69% – monitorowanie struktury zasobów ludzkich.

ZMIANY NASTĘPUJĄ POWOLI

Forum Odpowiedzialnego Biznesu przeprowadziło w ciągu ostatnich pięciu lat dwa badania (w 2014 i 2016 r.) na temat zarządzania różnorodnością w Polsce. Obie edycje pokazują stały wzrost zainteresowania tematem, zarówno wśród organizacji, które podpisały Kartę Różnorodności, jak i niezwiązanych z projektem. Polscy sygnatariusze Karty Różnorodności najczęściej (95%) skupiają się na wyrównywaniu szans kobiet i mężczyzn; to wzrost

o 26% w stosunku do wyników sprzed 2 lat. Nie omawiając szczegółowo wszystkich danych, warto przywołać ważne w kontekście zarządzania wiekiem. W ciągu 2 lat, które upłynęły od pierwszego badania sygnatariuszy, widać, że coraz poważniej traktowane są też wyzwania demograficzne – specjalne działania z myślą o pracownikach młodych i starszych podejmuje już ponad 70% organizacji z tej grupy (2 lata wcześniej było to ok. 50%).

Coraz popularniejsze są też działania na rzecz lepszej równowagi między życiem zawodowym i osobistym pracowników, obecnie jest to już 82% wobec 65% w 2014 r. Temat różnorodności jest stałym elementem komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej (86%), zdecydowanie więcej firm prowadzi też szkolenia podnoszące świadomość pracowników w tym zakresie – to obecnie 74% firm-sygnatariuszy wobec 59% w 2014 r. Wszystko to potrzebne elementy budowania miejsca pracy otwartego na różne pokolenia.

To, co jednak martwi, to fakt, że ponad połowa polskich firm (próba ogólnopolska) nie prowadzi *żadnych* działań związanych z zarządzaniem różnorodnością i, co więcej, uznaje ten stan za optymalny – ponad 90% w tej grupie nie zamierza takich czynności podjąć w przyszłości. W tym kontekście trudno myśleć optymistycznie o wyzwaniach, przed którymi stoją polskie firmy. By mogły z sukcesem je podjąć, ale też wykorzystać wynikające z nich szanse, potrzebne są programy i projekty inicjowane przez biznes i dla biznesu. Wiele też jest przestrzeni dla wsparcia systemowego, nowych rozwiązań, które mogą zapewnić regulacje administracyjne. Zarządzanie wiekiem jest w tym kontekście jednym z narzędzi wspierających tak potrzebne zmiany i zdecydowanie zastępuje na uwagę większą, niż to ma miejsce obecnie.



Ewa Albińska
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Edukacyjna działalność biznesu. Przedmiot obowiązkowy

Rok 2016 dla Forum Odpowiedzialnego Biznesu to okres przygotowań do 6. Targów CSR, w znacznej mierze organizacyjnych, ale równie ważna była strona merytoryczna tego wydarzenia. Szybko edukacja stała się tematem przewodnim. Przeraził nas jednak jego ogrom i różnorodność. Przeraził, ale i zachęcił do szukania formuły, jak pokazać to, co robi sektor biznesowy na rzecz popularyzowania wiedzy na różne tematy. Rozumiana przez nas edukacja nie zawężyła się do kwestii formalnej bądź współpracy biznesu ze szkołami. To oczywiście ważny aspekt tematu, ale chodziło nam o wkład biznesu w edukowanie społeczeństwa. Edukację w tym projekcie traktowaliśmy szeroko. Wyróżniliśmy też jej kilka kategorii: edukacja w zakresie zdrowia, bezpieczeństwa, ekologii, współpracy z dostawcami, rynku pracy, konsumpcji, stylu życia, kultury, technologii, nauki i rozwoju. Odbiorców tych działań także rozumieliśmy szeroko, włączając pracowników, konsumentów, społeczności lokalne i inne.

Na podstawie dotychczasowych działań, choćby corocznego zbierania dobrych praktyk, wiedzieliśmy, że edukacja to zagadnienie ważne dla firm odpowiedzialnych społecznie. Zresztą nie ma się co dziwić. Trudno być odpowiedzialnym, nie widząc swojego wpływu na otoczenie. Częścią wpływu jest odpowiedzialność za to, jakich informacji udzielamy i czy podejmujemy trud, aby uczyć i przekazywać wiedzę. A ponieważ kosztowała bliska ciątu, to firma najczęściej robi to w zakresie swojej działalności, łącząc ze strategią biznesową.

„Edukacyjne działania biznesu. Lista najbardziej znaczących inicjatyw” to projekt, który miał być odpowiedzią na potrzebę zebrania od firm informacji o ich edukacyjnych przedsięwzięciach. Do projektu zaprosiliśmy dziennik „Rzeczpospolita”, dzięki czemu znacznie wzrosła szansa na dotarcie do szerokiego grona firm i społeczeństwa (w pierwszym etapie każda osoba mogła zgłosić działanie edukacyjne prowadzone lub współprowadzone przez biznes). Oddźwięk – mimo że nabór działań do Listy przypadł na okres wakacyjny – był duży. Zgłoszonych zostało ponad 300 inicjatyw edukacyjnych. Każda z nich została poddana wstępnej ocenie formalnej polegającej na ustaleniu, czy jest realizowana przez biznes jako lidera lub współlidera projektu, czy polega na edukowaniu w znaczeniu: uczenia pewnych umiejętności, dostarczania wiedzy, ale też – uświadamiania istnienia i/lub rozwiązania danego problemu oraz czy była realizowana na terenie Polski.

Po przejściu tej formalnej weryfikacji poprosiliśmy firmy o wypełnienie karty opisu dla każdej inicjatywy. Kapituła składająca się z 18 ekspertek i ekspertów oceniała w sumie 271 projektów 99 firm. Brane były pod uwagę 3 wymiary: istotność, spójność i jakość działań, czyli: czy za pośrednictwem tej inicjatywy biznes odpowiada na ważny problem społeczny lub problem jest ważny dla danej grupy interesariuszy? Czy inicjatywa jest spójna z profilem działalności firmy i/lub stanowi kontynuację dotychczasowych działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu? Czy podjęte działania w ramach inicjatywy rzeczywiście przyczyniają się do rozwiązania danego problemu społecznego? Czy działania są dobrze dobrane do zidentyfikowanego problemu?

Do ostatniego etapu, w którym wzięli udział internauci, zakwalifikowało się 51 inicjatyw. Ostateczną listę 10 nagrodzonych dyplomem i wyszczególnionych w „Rzeczpospolitej” wybrali internauci w czasie głosowania. A zainteresowanie było imponujące. Zagłosowało 5808 osób. Całą listę z 51 inicjatywami znajdziecie Państwo na stronie 143.

Procedury i liczby są ważne, gdyż nakreślają pewien obraz, ale celem nie było tylko nagrodzenie, lecz pokazanie, że biznes na płaszczyźnie edukacyjnej robi bardzo wiele. Często społeczeństwo nie kojarzy kampanii czy programu z konkretną firmą, ale dowiaduje się o problemie. Od razu nasuwa się pytanie, co by było gdyby firmy tego nie robiły, czy zrobiłby to ktoś inny? Są takie działania, jak np. kwestia bezpieczeństwa dzieci w internecie, że oprócz Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę, jako pierwsze przychodzi nam do głowy właśnie firmy telekomunikacyjne. A kwestie umów z gwiazdkami i fałszywych przedstawicieli podszywających się pod duże marki? – tu też znana jest działalność firm, które ten problem nagłaśniają.

Sceptycy mogą stawiać zarzut, że takie działania edukacyjne to marketing, promocja, uwiarygodnianie marki. Wszystko jest jednak kwestią proporcji i dobrego smaku. Ostatecznie chodzi o korzyść społeczną. Nie ma znaczenia, czy osoba niedomagająca zmobilizuje się do pójścia na badania, dlatego że zachęci ją do tego kampania firmy X, czy Ministerstwa Zdrowia. Oby poszła. A im więcej działań uświadamiających, tłumaczących, tym większa szansa na odzew po drugiej stronie.



Dobroślawa Gogłóża

PREZESKA I ZAŁOŻYCIELKA
STOWARZYSZENIA OTWARTE
KLATKI, KOORDYNATORKA
NEAR NETWORK FOR EASTERN
EUROPEAN ANIMAL RIGHTS

Zwierzęta zastępują na więcej

Czasy, w których klienci głosowali tylko za pomocą portfeli, mamy już dawno za sobą. W dobie mediów społecznościowych, niezadowoleni klient lub klientka poinformują o przyczynach swojego rozczarowania wszystkich znajomych.

Jeśli przyczyną zawodu będzie powodowane przez firmę cierpienie zwierząt, nie skończy się na wpisach na Facebooku. Organizacje mogą spodziewać się petycji za wycofaniem produktów z półek sklepów, pikiet pod swoimi siedzibami w najbardziej prestiżowych lokalizacjach, zasypywania biura tysiącami maili i listów oraz trwającego wiele dni blokowania linii telefonicznej przez osoby dzwoniące w sprawie konkretnych przypadków okrucieństwa wobec zwierząt.

To nie koniec listy potencjalnych zagrożeń. Im dłużej trwa opór firmy we wprowadzaniu lepszych rozwiązań dobrostanowych, tym bardziej prawdopodobne jest powstanie spersonalizowanych stron internetowych ze zdjęciami i filmami przedstawiającymi praktyki, których zakończenia ludzie domagają się od przedsiębiorstwa. Same filmy i zdjęcia trafiają do gazet i telewizji, bo przemoc wobec zwierząt porusza społeczeństwo i przez to jest bardzo interesującym dla mediów tematem.

Im znaczniejsza marka, tym wyższe prawdopodobieństwo, że w wywieranie na nią nacisku włączą się celebryci, co da kampanii jeszcze większy zasięg medialny. W grę wchodzi też rozdawanie klientom przed sklepami ulotek na temat okrutnych praktyk stosowanych przez organizacje, pokazywanie klientom filmów z ferm, w których firma zaopatruje się w produkty, oraz optacanie billboardów albo reklam telewizyjnych informujących o praktykach przedsiębiorstwa. Warto zaznaczyć, że takie billboardy lub reklamy są optacane dzięki akcjom crowdfundingowym, w które

ludzie bardzo chętnie się włączają, a sama zbiórka dodatkowo nagłaśnia problem i doprowadza do kolejnego nadszarpnięcia wizerunku firmy.

To wszystko sprawia, że nawet olbrzymie marki decydują się przy pierwszej okazji siadać do stołu z organizacjami działającymi na rzecz zwierząt i rozmowa toczy się już tylko o tym, ile realnie potrzebują czasu na wymuszenie zmian na swoich dostawcach albo na znalezienie nowych dostawców. Większość sukcesów w zakresie rezygnacji m.in. z używania jajek klatkowych lub futer ze zwierząt została osiągnięta bez nawet jednego dnia kampanii. Dla obu stron jest to rozwiązanie najbardziej korzystne.

Obecnie organizacje prozwierzęce zdecydowały się skupić na kilku najbardziej drastycznych praktykach i wspólnie dążyć do całkowitego odestania ich do lamusa. Jeśli firma jest zaangażowana w stosowanie którejs, może bardzo szybko stać się obiektem agresywnej i medialnej kampanii, więc dobrze rozważyć wycofywanie się z nich, zanim dojdzie do konfrontacji.

Do tych praktyk należą:

- wykorzystywanie futer ze zwierząt,
- używanie angory (sierści królików, często wrywanej żywcem),
- sprzedawanie foie gras (wątrób przymusowo tuczonych kaczek lub gęsi),
- używanie jajek klatkowych (oznaczonych numerem „3”),
- stosowanie mięsa świń z ferm, które trzymają zwierzęta w klatkach,
- stosowanie mięsa świń z ferm, które nie przeszły na kastrację chemiczną (kastracja mechaniczna polega na obcinaniu małym prosiakiem jąder bez znieczulenia),
- niedostosowanie się do minimum dobrostanowego dla hodowli brojlerów (minimum dobrostanowe określa m.in. zagęszczenie zwierząt na fermie),
- używanie w produktach kosmetycznych tzw. oleju z norek (toju norek, który produkują niektóre fermy futrzarskie),
- używanie puchu kaczek lub gęsi, który pochodzi z ferm foie gras albo z ferm stosujących podskub przyżyciowy (wrywanie żywcem piór).

Co do wszystkich tych praktyk jest już konsensus, że nie będą akceptowane i organizacje prozwierzęce stopniowo zastosują nacisk na firmy, żeby się z nich wycofywały. Te praktyki są uznane za absolutnie niemoralne i nie ma znaczenia to, że obecnie są legalne.

W Polsce największy nacisk kładziony jest lub będzie w niedługim czasie na to, żeby firmy rezygnowały z futer odzwierzęcych, jajek z ferm klatkowych oraz aby wprowadziły lepszy dobrostan na fermach kurczaków brojlerów i fermach świń. W lutym odbyło się w Warszawie kilkudniowe szkolenie organizowane przez Open Wing Alliance oraz Stowarzyszenie Otwarte Klatki dla kilkudziesięciu osób z kilkunastu różnych organizacji na temat tego, jak wspólnie działać na rzecz lepszego dobrostanu zwierząt hodowlanych. Mamy na tym polu w Polsce już kilka sukcesów, ale szczerze wierzę, że to dopiero początek.



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU (Sustainable Development Goals) ustanowione zostały we wrześniu 2015 r. Na drodze konsultacji zostało wyznaczonych 17 głównych celów podzielonych na 169 bardziej szczegółowych zadań. W ich wyznaczenie włączeni zostali również przedstawiciele biznesu.

Cele realizowane będą do 2030 r., a ich osiągnięcie nie jest możliwe bez zaangażowania biznesu. Stanowią one obecnie najważniejszy wyznacznik dla wszystkich firm i instytucji chcących realizować swoje działania w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

W niniejszej edycji Raportu po raz pierwszy postanowiliśmy powiązać dobre praktyki firm z Celami Zrównoważonego Rozwoju, do osiągnięcia których się przyczyniają. Chcemy w ten sposób promować Cele i zachęcić wszystkie firmy, aby tworząc i realizując czy to pojedyncze działania, czy też całe strategie odpowiedzialnego biznesu – brały pod uwagę wyzwania zrównoważonego rozwoju zdefiniowane na poziomie globalnym.

Przy zgłaszaniu dobrych praktyk prosiliśmy, aby firmy wskazywały, do realizacji których Celów według nich dana praktyka się przyczynia (dotyczyło to tylko praktyk nowych, dlatego przy praktykach długoletnich Cele nie zostały uwzględnione). Finalnie decyzja o przyporządkowaniu Celów do praktyk należała do osób redagujących praktyki. Jednak w związku z bardzo szerokim zakresem większości Celów oraz ograniczoną wiedzą na temat zgłoszonych praktyk, prosimy o potraktowanie tego jako propozycji, która ma mieć przede wszystkim funkcję edukacyjną.

INICIATYWY NA RZECZ PROMOCJI CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU, REALIZOWANE PRZEZ FIRMY I INSTYTUCJE W POLSCE W 2016 R.:

Firma CSR Consulting wraz z partnerami branżowymi PKN ORLEN, Bankiem BGŻ BNP Paribas oraz Grupą Polpharma zainicjowała projekt na rzecz promocji Celów Zrównoważonego Rozwoju wśród firm działających w Polsce. Pierwszym jego etapem było przeprowadzenie cyklu warsztatów branżowych dotyczących włączenia się polskiego biznesu w realizację SDGs. Warsztaty obejmowały trzy branże: paliwowo-energetyczną, finansową i ochrony zdrowia. Podczas warsztatów uczestnicy wypracowali mapę SDGs dla poszczególnych branż, zdefiniowali najważniejsze zagadnienia i potencjalne kierunki działań w wybranych, ważnych dla poszczególnych branż Celach. Do udziału w projekcie zaproszono ekspertów i praktyków CSR, którzy jako Rada Ekspertów zweryfikowali rezultaty i wnioski z warsztatów oraz wypracowali zagadnienia ważne dla biznesu w Polsce w ramach poszczególnych Celów. Wszystkie wnioski z przeprowadzonego projektu oraz rekomendacje dla firm zostały zebrane w publikacji „**SDGs w praktyce. Przewodnik dla firm**”, która jest narzędziem wspierającym firmy w realizacji Celów. Stworzona została również platforma internetowa będąca centrum wiedzy, dobrych praktyk i inspiracji na temat Celów Zrównoważonego Rozwoju: www.sdgs.pl.

Realizacja przez Polskę Celów Zrównoważonego Rozwoju w ramach przyjętej Agendy 2030 wiąże się z koniecznością określenia strategii jej wdrożenia. Wsparciem w tym procesie jest **analiza stanu wyjściowego wdrażania SDGs w Polsce**. Została ona wykonana przez firmę Deloitte, na zlecenie Ministerstwa Rozwoju. Ekspertyza polegała na dokonaniu przeglądu i oceny pozycji Polski na tle innych krajów w zakresie realizacji SDGs na podstawie wskaźników uwzględnianych w wybranych indeksach i zestawieniach międzynarodowych. Analiza stanu wyjściowego odnosiła się również do priorytetów Strategii Odpowiedzialnego Rozwoju (SOR), wskazując, w jakim zakresie SOR może wspierać wdrażanie SDGs. Wyniki analizy wskaźników stanowiły podstawę do kierunkowych rekomendacji w zakresie monitorowania stanu wdrażania SDGs. Wnioski z analizy przyczyniają się do nakreślenia kierunku działań administracji publicznej oraz podmiotów prywatnych i innych interesariuszy w zakresie wdrażania SDGs w Polsce. Jednocześnie opracowane w ramach ekspertyzy obszary tematyczne stanowią punkt wyjścia prac grupy roboczej ds. strategicznych zmierzających do określenia priorytetów Krajowego Planu Działań w zakresie CSR.

Pierwszą inicjatywą powstałą w 2016 r. Fundacji CSR Res Severa był **I Festiwal Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów”**. Jest to jedyny w Polsce festiwal poświęcony filmom promocyjnym i reklamowym z zakresu CSR i zrównoważonego rozwoju. Festiwal ma charakter konkursu najlepszych krótkich form filmowych wyprodukowanych przez przedsiębiorstwa, organizacje non profit, jednostki samorządu terytorialnego oraz inne podmioty. Spośród 50 zgłoszonych, do udziału w konkursie zostało zakwalifikowanych 15 filmów, które poruszają ważne problemy społeczne, upowszechniają założenia społecznej odpowiedzialności biznesu, a także propagują uniwersalne wartości. Festiwal to też przegląd najlepszych filmów dokumentalnych poświęconych zrównoważonemu rozwojowi. Nagrodę Złotej Tarczy otrzymał film „Warszawski sen” zrealizowany przez Fundację Instytut Innowacji. Film Instytutu Globalnej Odpowiedzialności „Skąd się bierze głód – najpilniej strzeżona tajemnica XXI wieku” otrzymał Srebrną Tarczę. Brązową Tarczę Jury nagrodziło film „Nie bój się pomagać” w reżyserii Stanisława Mąderka. Jury przyznało także jedno wyróżnienie: otrzymał je film „Majsterkowy powrót do szkoły 2015” firmy Castorama Polska.



Cel 1
11 praktyk

Wylimitować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie



Cel 2
17 praktyk

Wylimitować głód, osiągnąć bezpieczeństwo żywnościowe i lepsze odżywianie oraz promować zrównoważone rolnictwo



Cel 3
69 praktyk

Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt



Cel 4
92 praktyki

Zapewnić wszystkim edukację wysokiej jakości oraz promować uczenie się przez całe życie



Cel 5
9 praktyk

Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt



Cel 6
6 praktyk

Zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wody i warunków sanitarnych poprzez zrównoważoną gospodarkę zasobami wodnymi



Cel 7
11 praktyk

Zapewnić wszystkim dostęp do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie



Cel 8
29 praktyk

Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywnie zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi



Cel 9
27 praktyk

Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność



Cel 10
18 praktyk

Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami



Cel 11
38 praktyk

Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu



Cel 12
12 praktyk

Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji



Cel 13
13 praktyk

Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom



Cel 14
1 praktyka

Chronić oceany, morza i zasoby morskie oraz wykorzystywać je w sposób zrównoważony



Cel 15
20 praktyk

Chronić, przywrócić oraz promować zrównoważone użytkowanie ekosystemów lądowych, zrównoważone gospodarowanie lasami, zwalczanie pustyń, powstrzymać i odwracać proces degradacji gleby oraz powstrzymać utratę różnorodności biologicznej



Cel 16
6 praktyk

Promować pokojowe i inkluzywne społeczeństwa, zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wymiaru sprawiedliwości oraz budować na wszystkich szczeblach skuteczne i odpowiedzialne instytucje, sprzyjające włączeniu społecznemu



Cel 17
6 praktyk

Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju



ŁAD ORGANIZACYJNY



19 praktyk nowych

32 praktyki długoletnie

35 firm

W obszarze ład organizacyjny znalazło się 19 nowych praktyk i 32 długoletnie, zgłoszonych przez 35 firm.

W zeszłym roku opisane zostały łącznie 63 praktyki. Może to świadczyć albo o faktycznie mniejszym zainteresowaniu firm społecznie odpowiedzialnymi działaniami w tym obszarze normy ISO 26000, albo też o wypełnieniu wymagań i skupieniu się na kontynuacji już wcześniej wdrażanych praktyk. Niezmiennie kluczowymi praktykami tego obszaru są te dotyczące dialogu z interesariuszami, etyki i zarządzania CSR.

Realizując działania związane z dialogiem z interesariuszami, firmy najczęściej korzystają ze standardu AA1000. Warto jednak zwrócić uwagę na to, że wykorzystanie dialogów z interesariuszami jest bardzo szerokie. Najczęściej służy zebraniu oczekiwań dotyczących danych, które powinny zostać zaprezentowane w raportach społecznych. Rozwinięcie tej koncepcji stanowi dialog, którego tematem jest zrównoważony rozwój całej branży. Jest to bardzo ciekawe rozwiązanie, bowiem firma będąca inicjatorem takiej dyskusji przyjmuje na siebie rolę lidera branży w kontekście jej zrównoważonego rozwoju, a zatem może wyznaczać trendy w tym zakresie i inspirować swoich konkurentów. Jeszcze innym sposobem na wykorzystanie dialogu z interesariuszami jest włączenie ich w dyskusję nad rozwiązaniem konkretnych problemów pojawiających się w relacji firmy z jej interesariuszami. Dzięki temu zaproponowane rozwiązanie ma szansę być bardziej dostosowane do potrzeb obu stron i spodziewać się można łatwiejszej jego akceptacji przez interesariuszy. W końcu firmy korzystają z narzędzi dialogu, by włączyć interesariuszy w planowanie konkretnych działań, produktów lub usług. Analizując rozwiązania z zakresu etyki wprowadzane przez firmy, widać bardzo wyraźnie, jak ważne jest odpowiednie ich

komunikowanie do pracowników.

Bez skutecznej komunikacji, bez wsparcia pracowników – nawet najlepsze kodeksy i programy etyki pozostaną suchymi zapisami, które nie przełożą się na życie codzienne firm. W tym kontekście istotne jest, by pamiętać o zróżnicowanych możliwościach oraz potrzebach pracowników – i dostosowaniu do nich przekazu związanego z wartościami i sferą etyczną.

Wszyscy z niecierpliwością czekamy na pierwsze efekty wprowadzenia dyrektywy w sprawie ujawniania informacji niefinansowych. W niniejszym Raporcie zdecydowaliśmy się nie pokazywać już nowych praktyk opisujących publikację raportu społecznego firmy, zainteresowanym tematem polecamy konkurs Raporty Społeczne, w którym nagradzane są najlepsze raporty prezentujące dane pozafinansowe. Czy faktycznie od przyszłego roku lawinowo wzrośnie liczba raportów społecznych publikowanych przez firmy w Polsce? Bardzo na to liczymy, choć oczywiście ważniejsza jest jakość tych raportów – to, by ich treść odzwierciedlała faktyczną odpowiedzialność firm wobec społeczeństwa i środowiska.

ŁAD ORGANIZACYJNY



Liczba zatrudnionych pracowników w 2016 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 18

COMPLIANCE

O rozwój infrastruktury etycznej zadbała również firma **SITECH**. Wdrożenie polityki **Compliance** objęło kilka aspektów. W firmie obowiązują zasady postępowania zawarte w „Code of Conduct”. Działa instytucja Compliance Officer. Pracownicy mają również dostęp do Przewodnika Antykorupcyjnego. Regulacje upowszechniane są poprzez kampanie informacyjne i szkolenia, a także udział firmy w Międzynarodowym Dniu Przeciwdziałania Korupcji.

1900



DB Schenker opracował program edukacyjny dotyczący etyki i compliance. **Gra „Fair Play”** zwiększa świadomość pracowników w zakresie przestrzegania prawa, walki z korupcją, w obszarze postępowania z upominkami, w sytuacji konfliktu interesów, ochrony aktywów, zgodności z przepisami po stronie klientów, zasad postępowania w kontaktach z konkurencją. W 2016 r. udział w grze „Fair Play” wzięło 97% pracowników.

2014

2037

W firmie **SumiRiko Poland** cyklicznie przeprowadzane są szkolenia dla pracowników (również nowo zatrudnionych) z zakresu **Kodeksu Postępowania**. Po szkoleniu wszyscy pracownicy otrzymują kieszonkową wersję kodeksu. Zagadnienia z zakresu kodeksu omawiane są również w ramach stałej rubryki w gazetce zakładowej.

2014

1400

Pracownikom i współpracownikom **T-Mobile Polska** dostarczane są jasne i łatwe w zastosowaniu zasady dotyczące **polityki przyjmowania prezentów** od dostawców, klientów i stron współpracujących z T-Mobile.

2013

4350

Zarządzanie Zgodnością w T-Mobile Polska polega na stworzeniu i utrzymywaniu spójnego zbioru zasad i regulacji skupionych na zapewnieniu działania spółki w zgodzie z przepisami prawa i wymogami opisanymi w normach wewnętrznych (polityki i procedury). Zarządzanie opiera się przede wszystkim na Kodeksie Etyki Biznesu.

2012

4350

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Firmy w Polsce widzą coraz większą wartość w rozwijaniu dialogu ze swoimi interesariuszami, korzystają z międzynarodowych wzorców i standardów. Dodatkowo szukają ciekawych formuł na aranżowanie spotkań ze swoim otoczeniem.

CEMEX Polska zorganizował **Okrągły stół ekspertów CEMEX – Zrównoważony rozwój w branży budowlanej**. Celem praktyki było stworzenie platformy do wymiany doświadczeń i poruszania wyzwań istotnych nie tylko dla firmy, ale dla całej branży w obszarze zrównoważonego rozwoju. W ramach spotkania odbyły się 3 bloki tematyczne, które umożliwiły zebranie eksperckich rekomendacji i sugestii. Dialog z ekspertami przeprowadzony został według standardu AA1000SES.

1100



Także według standardu AA1000SES **dialog z interesariuszami** przeprowadził po raz pierwszy **Credit Agricole Bank Polska**. Panel został podzielony na 3 główne bloki tematyczne: społeczna odpowiedzialność biznesu w banku, charakter regionu i istotne kwestie społeczne regionu, społeczna rola banku. Spotkanie było elementem przygotowania do raportowania danych niefinansowych.

5300



Grupa Raben przeprowadziła projekt sesji dialogowych **„Wspólna droga” w ramach standardu AA1000SES**. Do rozmów zaproszeni zostali interesariusze z 3 lokalizacji: Gądek koło Poznania, Straszyna koło Gdańska oraz Grodziska Mazowieckiego. Celem przedsięwzięcia było poznanie potrzeb i oczekiwań przedstawicieli lokalnych społeczności, dostawców usług oraz sąsiadów. W ramach działań zebrano 183 postulaty interesariuszy.

4500



DB Schenker zaprosił swoich interesariuszy do **białostockiego oddziału**. Spotkanie odbyło się w ramach projektu DB Schenker jako Preferowany Sąsiad. W zgromadzeniu wzięło udział kilkunastu przedstawicieli instytucji państwowych i samorządowych, organizacji społecznych, lokalnych uczelni oraz środowiska biznesowego, w tym klientów DB Schenker. Uczestnicy dyskutowali o działaniach firmy i oczekiwaniach lokalnej społeczności. Sesja dialogowa zorganizowana została zgodnie ze standardem AA1000SES.

2037



Stalą formułą kontaktu z interesariuszami wypracował także **Zakład Utylizacyjny** w Gdańsku. W 2014 r. powołał **Radę Interesariuszy** jako oficjalny organ o charakterze konsultacyjnym i kontrolno-opiniotwórczym. Rada była odpowiedzią na potrzeby mieszkańców, które dotyczyły znalezienia rozwiązań redukujących uciążliwości odorowe Zakładu. Dzięki zaangażowaniu jej członków udało się wspólnie wypracować wartościowe rekomendacje. Działaniami, które wpłynęły pozytywnie na relacje z najbliższym otoczeniem oraz przyczyniły się do ograniczenia emisji odorowej z poszczególnych elementów

Zakładu, są m.in. budowa i rozbudowa sieci odgazowywania kwater (ostatnia w 2016 r.) oraz wymiany wsadu do biofiltrów.



W związku z planowaną inwestycją w Rudzie Śląskiej firma **ENERIS Surowce** podjęła szerokie **konsultacje społeczne**. Postanowiła dotrzeć z rzetelną informacją o budowie Ekologicznego Centrum Odzysku, czyli elektrociepłowni na odpady resztkowe i osady ściekowe, wytwarzającej ciepło, prąd i chłód. Konsultacje dodatkowo miały rozwijać dialog z mieszkańcami i budować relacje z przedstawicielami społeczności lokalnej.



Z kolei **projektowanie włączające realizowane poprzez warsztaty kreatywno-facylitacyjne** umożliwia **PKP** zaangażowanie społeczeństwa i jednostek samorządu terytorialnego w proces planowania funkcjonalno-użytkowego. Włączenie interesariuszy może się odbywać na najwcześniejszym etapie przygotowywania przedsięwzięć polegających na przebudowie lub budowie dworców kolejowych. W ten sposób wzrasta możliwość znaczącej poprawy jakości życia użytkowników i dostępności do infrastruktury transportu kolejowego.



ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych co roku prowadzi **dialog z interesariuszami** wewnętrznymi i zewnętrznymi zgodnie ze standardami AA1000. Spotkania są okazją do poznania oczekiwań interesariuszy, wysłuchania ich opinii dotyczących działań, planów oraz oczekiwań wobec Spółdzielni, ale również wobec całej branży. Odpowiedzi na zgłoszone oczekiwania są ujęte w zintegrowanym raporcie społecznym Spółdzielni.



Rady Klientów to cykliczne spotkania z klientami ważnymi dla **Banku BGZ BNP Paribas** oraz opiniotwórczymi w lokalnych społecznościach. Celem zgromadzeń jest wypracowywanie rozwiązań poprawiających jakość współpracy obu stron oraz zapoznanie się ze zdaniem klientów i posłużenie się ich opiniami do budowania przewagi konkurencyjnej Banku. W 2016 r. odbyło się 7 spotkań w grupach po 15 uczestników.



W 2016 r. w ramach **Dialogu Społecznego z interesariuszami Grupy Żywiec** firma zorganizowała spotkania w Leżajsku, Warce, Elblągu oraz Żywcu, gdzie zlokalizowane są jej browary. W dialogu wzięło w sumie udział 76 przedstawicieli administracji publicznej, organizacji pozarządowych oraz

ośrodków akademickich. Podczas spotkań odbyły się także konsultacje w sprawie propozycji nowej współpracy ze społecznością lokalną: Funduszu Społecznego Grupy Żywiec.



ETYKA

Tydzień Wartości to cykliczne spotkanie, którego celem jest przedstawienie nowego spojrzenia na wartości będące wyznacznikami **Grupy Adamed**. Edycja w 2016 r. odbyła się pod hasłem „Gramy w jednej drużynie!” i zorganizowana została w siedzibach firmy w Pieńkowie oraz Centrum Produkcyjno-Logistycznym w Pabianicach i Ksawerowie. Każdy dzień Tygodnia poświęcony był dyskusjom nad jedną z wartości i głębszemu spojrzeniu na reguły promowane w firmie. Efektywność praktyki mierzona jest badaniem zaangażowania. W sondażu wzięło udział 92% współpracowników – to rekord w historii badań w Grupie Adamed.



ING Bank Śląski na poziomie globalnym zdecydował się ujednolicić kryteria oceny pracowników. Wprowadził tzw. Pomarańczowy Kod, który determinuje sposób, w jaki realizowane są cele, określa tożsamość i definiuje, czego w codziennych relacjach pracownicy mogą oczekiwać od siebie nawzajem. **KUDOS** to globalna platforma online, na której pracownicy ING mogą wyrażać uznanie dla swoich kolegów i koleżanek za działania zgodne z Pomarańczowym Kodem. Wszyscy pracownicy mogą wzajemnie się nagradzać, wysyłając KUDOS – elektroniczne uznanie. Każdy pracownik może wystać maksymalnie 5 KUDOS-ów tygodniowo. W Polsce 72% uprawnionych pracowników wysłało KUDOS-y. Wśród aktywnych użytkowników rozlosowywane są nagrody.



Przed wyzwaniem wprowadzenia **Kodeksu Postępowania Etycznego** stanęła firma **DOZAMEL**. Wskazano kluczowe procesy i wartości w spółce oraz opisano zasady postępowania w codziennych sytuacjach. Reguły te zostały pogrupowane w 9 obszarów. Są nimi: ochrona majątku spółki, informacje poufne, zasady dotyczące bezpieczeństwa, zasady dotyczące poczty elektronicznej i internetu, zasady ochrony środowiska oraz BHP, polityka kadrowa, konflikt interesów, sposób postępowania z klientami oraz uczciwa konkurencja.



Program Etyczny działa w **Grupie ERGO Hestia**. Jego filarami są „Kodeks postępowania” oraz „Reguły Przeciwdziałania Nadużyciom”. Powołany został także Oficer ds. Przeciwdziałania Nadużyciom. Z funkcjonującymi procedurami



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŁAD ORGANIZACYJNY

mi z zakresu etyki i zgodności w ramach 4 szkoleń w 2016 r. zapoznanych zostało 100% nowych pracowników.



W celu przypomnienia pracownikom zasad Kodeksu Etycznego **Bank Millennium** przeprowadził intranetową kampanię informacyjną „**Etyka w Biznesie**”. Kampania zaczęła do zapoznania się z zasadami kodeksu banku oraz sposobami zgłaszania jego naruszeń. Szkolenie z Kodeksu Etyki było adresowane do wszystkich pracowników sieci sprzedaży, a także osób, które ukończyły je ponad 2 lata temu.



Obowiązujący w **ANG Spółdzielni Doradców Kredytowych** **Kodeks Etyki** jest raz w roku aktualizowany. Jego naruszenie może być zgłaszane do **Komisji Etyki**. Etyka jest stale obecna w komunikacji ze współpracownikami, stanowi element szkoleń, a tematy związane z odpowiedzialną sprzedażą są omawiane podczas licznych spotkań i organizowanej przez ANG konferencji „Nienieodpowiedzialni”. A tym współpracownikom, którzy wyróżniają się etyczną postawą i promowaniem dobrych praktyk wewnątrz Spółdzielni, przyznawana jest nagroda.



Kodeks etyki Credit Agricole Bank Polska jest zbiorem zasad etycznych obowiązujących w spółce. Dokument jest na bieżąco aktualizowany.



Opracowany w 2012 r., a zaktualizowany w 2014 r. **Kodeks Etyczny Grupy Job** to deklaracja przestrzeganych przez firmę reguł w biznesie. Zestawiony jest w oparciu o 3 obszary, do których spółka przywiązuje szczególną wagę w codziennej pracy: polityka antykorupcyjna, etyczne zarządzanie zasobami ludzkimi oraz polityka ekologiczna.



W **Kompanii Piwowskiej** **Kodeks Etyki** funkcjonuje od 2004 r. Pracownicy firmy mają możliwość anonimowego zgłaszania jego naruszeń przez różnorodne kanały komunikacyjne, m.in. infolinię oraz mailowo. Wszystkie osoby w momencie zatrudnienia podpisują Kodeks Etyki oraz uczestniczą w szkoleniu z obowiązujących w firmie zasad etyki. Obligatoryjne jest także zaliczenie szkolenia online. W 2016 r. wprowadzono dodatkowo zasadę ochrony sygnalistów.



Wprowadzony w 2011 r. **Kodeks Etyki LW „Bogdanka”** wskazuje wartości i zasady etyczne, którymi należy kierować się w spółce, oraz przedstawia potencjalne sytuacje konfliktowe. Każda nowo zatrudniona osoba otrzymuje egzem-

plarz kodeksu. Na straży przestrzegania Kodeksu Etyki stoi Rzecznik ds. Etyki.



Polpharma buduje swoją kulturę i popularyzuje zasady etyczne wśród pracowników w oparciu o **Program Etyczny**. Jego głównym elementem jest Kodeks Etyki Grupy Polpharma, zaś pozostałe elementy to: rozwiązania instytucjonalne, system zgłaszania naruszeń, edukacja etyczna oraz komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna. Firma angażuje się również w budowę standardów etycznych na rynku. Współtworzyła m.in. Standard Minimum Programu Etycznego UN Global Compact.



Szkolenie z zakresu **etyki** jest elementem kursu wprowadzającego dla każdego nowego pracownika **PwC**, który otrzymuje także egzemplarz Kodeksu postępowania. Firma cyklicznie organizuje szkolenia z zakresu etyki, na których pracownikom przedstawiane są prawidłowe wzorce postępowania, a także na konkretnych przypadkach wskazywane właściwe ścieżki działania i podejmowania decyzji.



Kodeks Etyki wskazuje najważniejsze zasady postępowania wszystkim osobom zatrudnionym w **Grupie Scanned**, określając wspólne wartości, cele i misję. Pracowników wspiera w postępowaniu zgodnie z przepisami prawa i standardami etycznymi, na kierownictwo zaś nakłada szczególną odpowiedzialność i konieczność przykładowego zachowania. Kodeks stanowi także informację dla interesariuszy dotyczącą tego, czego mogą oczekiwać i wymagać od pracowników.



Dostępna w intranecie **Skanska w Polsce „Biblioteka dylematów etycznych”** zbiera zapytania i zgłoszenia przekazane do rozpatrzenia Komitetowi ds. Etyki. Jest na bieżąco uzupełniana o nowe dokumenty.



Komitet ds. Etyki stanowi organ opiniotwórczo-doradczy dla prezesa Zarządu **Skanska w Polsce** w przedmiocie zagadnień natury etycznej związanych z Kodeksem postępowania Skanska oraz innymi dokumentami tworzącymi Program Kodeksu postępowania Skanska danej jednostki i z naruszeniem ich postanowień.



Mapa Etyki to narzędzie wykorzystywane w celu określenia statusu etyki w danej komórce i pomagające przygotować Plan Etyki dla danej jednostki **Skanska w Polsce**. Dzięki zawartym w niej wskaźnikom możliwe jest dobranie

odpowiednich szkoleń, inicjatyw i narzędzi, by stale podnosić świadomość etyczną pracowników.



Kodeks postępowania Skanska w Polsce określa sposób, w jaki pracownicy powinni postępować w kontaktach ze współpracownikami, klientami, społecznościami, w których pracują, i z innymi interesariuszami. Dostarcza praktycznych wskazówek, jak się zachować zgodnie z wartościami firmy, i zawiera wiele przykładów, które na co dzień pomogą wdrażać te koncepcje w życie. Kodeks został opracowany w 2002 r., a w 2016 – odnowiony.



Dzień Wartości Firmy to inicjatywa podejmowana przez spółki Grupy Deutsche Telekom (w tym **T-Mobile Polska**) w celu zaakcentowania wspólnie podzielanej wartości kultury korporacyjnej. Wartości firmowe opisują kulturę korporacyjną firmy oraz określają sposób działania pracowników.



RAPORTOWANIE

Firmy coraz częściej podejmują praktyki mające na celu ukazanie ich zaangażowanie na rzecz rozwoju kraju bądź regionu. Firma **3M** swoją 25-letnią obecność na polskim rynku postanowiła podsumować wydaniem **Raportu Wpływu**. Stworzenie raportu stanowiło asumpt do zbadania realnego wpływu firmy 3M m.in. na polską gospodarkę, środowisko i społeczność lokalne. Raport przyczynił się także do wzmocnienia relacji z interesariuszami firmy (2500 egzemplarzy raportu trafiło w ręce samych pracowników) i umożliwił wyznaczenie kluczowych celów w zakresie zrównoważonego rozwoju. Powstaniu raportu towarzyszyła kampania digitalowa, podsumowująca najważniejsze dane. Do stycznia 2017 r. materiał poświęcony 25-leciu 3M w Polsce obejrzało na kanale Youtube.com ponad 58 tys. osób.



ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych opublikowała **trzeci zintegrowany raport społeczny** „Służba i biznes”, który powstał w oparciu o dialog z interesariuszami, standardy GRI G4 oraz standardy raportowania zintegrowanego IIRC. W dokumencie opisane są wyzwania dla spółdzielni oraz całej branży, zaprezentowane odpowiedzi na oczekiwania interesariuszy, a także przedstawione plany na przyszłość i wyniki finansowe.



Raport zrównoważonego rozwoju Grupy Enea za rok 2015 jest konsekwencją podjętego zobowiązania, a także przejawem transparentności w komunikowaniu danych pozafinansowych, celów strategicznych, jak też ich przełożenia na podjęte przez spółki Grupy działania i inicjatywy oraz ich ekonomiczne, społeczne i środowiskowe skutki. W pracach nad raportem, wydanym wg standardu GRI G4, brali udział przedstawiciele 10 spółek Grupy. 2012



Grupa Kapitałowa LOTOS przygotowuje **Zintegrowany Raport Roczny** w wersji elektronicznej. Publikacja ma postać interaktywnej platformy internetowej, której odbiorcy mogą skorzystać z wielu funkcjonalności ułatwiających dotarcie do interesujących ich danych, a także m.in. z porównywania wyników oraz samodzielnego generowania niezbędnych analiz i wykresów. 2015



W **Raporcie Wpływu Grupy Żywiec „Wartość tworzona w partnerstwie”** przeczytać można m.in. o tym, że firma od lat stawia na polskich dostawców (np. w blisko 92% realizując swoje zamówienia u lokalnych producentów i podwykonawców) oraz o tym, że działa zgodnie z założeniami tzw. circular economy (np. odpady poprodukcyjne, takie jak młoto browarniane oraz gęstwa drożdżowa, są w 100% wykorzystywane w rolnictwie). 2014



Raport Zintegrowany Grupy ORLEN, publikowany od 2015 r., zastąpił wydawane osobno raporty roczne, CSR i środowiskowe. Jest przygotowywany zgodnie z wytycznymi IIRC oraz GRI G4. W raporcie za 2015 r. po raz pierwszy została opisana działalność pozafinansowa całej Grupy ORLEN i kluczowe kapitały firmy. Dokument jest publikowany online, zawiera praktyczne narzędzia interaktywne i udogodnienia dla niedowidzących. 2015



ZARZĄDZANIE

Bank Zachodni WBK w oparciu o Cele Zrównoważonego Rozwoju wdrożył **7 polityk społeczno-środowiskowych**. Obejmują one polityki: zrównoważonego rozwoju, dotyczącą zmian klimatycznych, praw człowieka, wolontariatu oraz 3 polityki sektorowe: związane z sektorem obronnym, sektorem energetycznym, soft commodities. Mają stanowić uzupełnienie dla innych wytycznych, którymi kierują się pracownicy banku. Miernikiem sukcesu wdrożenia polityk jest



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŁAD ORGANIZACYJNY

ograniczenie transakcji, które potencjalnie mogłyby być ryzykowne dla banku i które stanowią zagrożenie dla środowiska naturalnego.



Ze względu na wzrost zatrudnienia firma **Stanley Black & Decker Polska** stanęła przed wyzwaniem lepszego monitorowania kwestii związanych z jakością pracy. Zdecydowała się na wdrożenie **certyfikatu SA8000** dotyczącego społecznej odpowiedzialności biznesu, którego głównym obszarem oddziaływania są kwestie pracownicze. Zgodnie z certyfikatem firma przeprowadza audyty wewnętrzne, wykonywane przez pracowników lokalnego oddziału, a także z pozostałych lokalizacji w Polsce. Prowadzony jest również bieżący monitoring dostawców zewnętrznych.



Inicjatywę mającą na celu promocję zasad i działań zrównoważonego rozwoju we wszystkich jego aspektach wśród pracowników zorganizowała **ERGO Hestia**. W firmie odbył się **Tydzień Zrównoważonego Rozwoju – Złap Równowagę**. Przez cały tydzień miało miejsce wiele wydarzeń. Stworzono między innymi Miasteczko Zrównoważonego Rozwoju, aby pokazać w praktyce najważniejsze firmowe projekty społeczne i ekologiczne oraz przedstawić nowe inicjatywy i promować zdrowy styl życia. W sumie przedsięwzięcie skierowane była do 2000 pracowników z 7 spółek należących do Grupy ERGO Hestia.

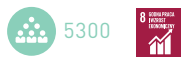


Firma **Rödl & Partner** w 2016 r. wdrożyła swoją pierwszą **strategię CSR**. W ramach realizacji procesu wyznaczono osobę spośród partnerów, która jest bezpośrednio odpowiedzialna za zagadnienie CSR; stworzono regularnie komunikującą się grupę roboczą złożoną z osób na różnorodnych stanowiskach, z różnych działów i ze wszystkich biur w Polsce, jej działania koordynowane są przez przedstawiciela Zarządu odpowiedzialnego za CSR oraz przez osoby z działu marketingu i z działu HR; przeprowadzono ankietę wśród pracowników na temat dotychczasowych i przyszłych działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, filantropią i mecenatem artystycznym; na podstawie ankiety dla pracowników oraz konsultacji wewnętrznych stworzono strategię CSR dla firmy.



Na początku 2016 r. **Credit Agricole Bank Polska** wdrożył **Strategię i politykę Społecznej Odpowiedzialności Biznesu**. Strategia banku pozycjonuje CSR jako integralną część wszystkich obszarów prowadzonej działalności. W celu efektywniejszego zarządzania, koordynacji, raportowania i promocji CSR powołano grupę roboczą CSR Green Evolution złożoną ze specjalistów – przedstawicieli kluczowych obszarów banku. Strategia CSR banku obejmuje 3 cele strategiczne: wspieranie społeczności lokalnych w realizacji wyzwań dotyczących zrównoważonego rozwoju; doskonalenie relacji z pracownikami i klientami; zarządzanie ryzykiem, w tym

ryzykiem pozafinansowym; oraz 10 działań priorytetowych. Wprowadzona strategia i polityka CSR wykorzystana będzie do procesu przygotowania do raportowania danych niefinansowych.



Ład Spółdzielni to zbiór zasad i regulacji, których celem jest zapewnienie równowagi między interesami podmiotów zaangażowanych w działania **ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych**. Znajomość i przestrzeganie jego zapisów jest obowiązkowe dla wszystkich współpracowników, normy te są elementem szkoleń, a ewentualne zgłoszenia dotyczące naruszenia zasad mogą być analizowane przez Komisję Etyki.



Bank BGŻ BNP Paribas prowadzi **analizę ryzyk CSR w polityce kredytowania firm**. Oznacza to, że transakcje w takich sektorach, jak np. energetyczny, węglowy, obronny, leśny, energii atomowej oraz rolniczy, na każdym etapie są szczegółowo analizowane przez zespół ekspertów pod kątem zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju. Wszyscy klienci banku, działający w ww. sektorach, są informowani o politykach CSR oraz otrzymują niezbędne wsparcie w celu zrozumienia procesu takiej analizy.



Cel programu **Carrefour Polska STOP Marnotrawstwu** to walka z codziennym marnotrawstwem na każdym szczeblu funkcjonowania firmy i promowanie dobrego gospodarowania wśród pracowników, dostawców oraz klientów sieci. Firma ogranicza zużycie energii, stosuje jej odnawialne źródła i proekologiczne rozwiązania w sklepach, współpracuje z Bankami Żywności, edukuje klientów, szkoli dostawców i realizuje dla nich m.in. kampanię Autodiagnostyk.



Dalej Razem to przedsiębiorstwo założone przez organizację pozarządową. Firma **zatrudnia osoby z zaburzeniami ze spektrum autyzmu**, oferując im pracę zgodną z ich możliwościami i predyspozycjami. Poprzez pracę następuje ich usamodzielnianie i rozwój umiejętności społecznych. Ponad 50% zatrudnionych w firmie to osoby z niepełnosprawnością.



Poddając się certyfikacji **standardu SA8000**, firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** zadbała o wszystkie kwestie wymagane przez normę w następujących blokach tematycznych: praca dzieci, praca przymusowa, BHP, prawo do zrzeszania się, dyskryminacja, praktyki dyscyplinujące, godziny pracy, wynagrodzenie oraz systemy zarządzania.



Funkcjonujący w **Grupie Scanmed** system zarządzania zapewnia zgodność polityk i procedur firmy z wymaganiami międzynarodowej normy **SA8000**. Norma ułatwia angażowanie wszystkich interesariuszy w podejmowane przez organizację działania, zapewniając przy tym przestrzeganie zasad równego traktowania i etycznego postępowania.



Zasady **SQAS (Safety & Quality Assessment System)** pozwalają sprawdzać poziom bezpieczeństwa i jakość działań operacyjnych w obrocie produktami chemicznymi. W wyniku pierwszego badania SQAS **DB Schenker** w Polsce zdobył 90% punktów, co jest wynikiem ponadprzeciętnym, w 2016 r. osiągnął jeszcze wyższy wynik – 95%.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

A close-up photograph of a child's hand and foot, both covered in various colors of paint (yellow, green, blue, red). The child is wearing a colorful, patterned shirt. The background is blurred. A white rectangular box with a thin border is overlaid on the image, containing the text 'PRAWA CZŁOWIEKA'.

PRAWA CZŁOWIEKA



11 praktyk nowych

16 praktyk długoletnich

23 firmy

11 praktyk nowych i 16 długoletnich (realizowanych przez 23 firmy) znalazło się w obszarze prawa człowieka.

Są to liczby zbliżone do ubiegłorocznej edycji. Obserwujemy również kontynuację trendów i tematów w obszarze. Firmy podejmują inicjatywy na rzecz równoprawienia oraz wsparcia i aktywizacji kobiet. Zwykle odbywa się to przez organizację dodatkowych zajęć bądź szkoleń skierowanych do tych grup. Są to bardzo cenne i ciekawe praktyki, bezpośrednio wpisują się one w tematykę 5. Celu Zrównoważonego Rozwoju. Szczególnie kibicować należy takim rozwiązaniom, które poza „miękkimi” narzędziami, jak szkolenia, networking, mentoring, wprowadzają „twarde”, policzalne cele, np. zwiększenie do 30% liczby kobiet wśród kadry menedżerskiej.

Najpopularniejszym tematem w tym obszarze pozostaje różnorodność. Podejmowane są działania mające na celu określenie struktur i ram zarządzania różnorodnością, a także budowanie wspierającej je infrastruktury. Na szczególną uwagę zasługują projekty ukierunkowane na konkretne grupy, w szczególności narażone na dyskryminację. Opisane są praktyki wspierające osoby z niepełnosprawnościami czy pracowników LGBT.

Firmy podejmują też działania mające na celu tworzenie systemów zapobiegających dyskryminacji w miejscu pracy. Należą do nich polityki antydyskryminacyjne i antymobbingowe, a ich wprowadzenie w firmie często wsparte jest kampanią informacyjną oraz dedykowanymi szkoleniami.

Jednym z narzędzi wspierających zapobieganie dyskryminacji w miejscu pracy jest Karta Różnorodności – program koordynowany w Polsce przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu od 2012 r. W 2017 r. Karta poszczycić się może ponad

160 sygnatariuszami, a największym wydarzeniem promującym wiedzę z zakresu różnorodności będzie Ogólnopolski Dzień Różnorodności, z konferencją w Warszawie 24 maja, której temat przewodni stanowi zarządzanie wiekiem.

PRAWA CZŁOWIEKA



Liczba zatrudnionych pracowników w 2016 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie



Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 18

EDUKACJA

Bezpieczna praca za granicą to kampania edukacyjno-informacyjna **Grupy Aterima**. Celem przedsięwzięcia jest promocja legalnych i bezpiecznych wyjazdów zarobkowych poza Polskę i zwrócenie uwagi osób wyjeżdżających na zagrożenie handlem ludźmi. Projekt realizowany jest wraz ze Stowarzyszeniem PoMOC. W ramach kampanii tworzone są bezpłatne materiały edukacyjne i akcje informacyjne w mediach.



Bezpłatny, dostępny dla wszystkich newsletter z bloga (www.mobbingidyskryminacja.pl/blog/), w którym co tydzień publikowane są artykuły z zakresu **przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji** to działanie realizowane w partnerstwie firm: **Monika Klonowska – szkolenia, Relations Maria Pawtów**.

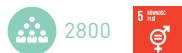


KOBIETY W BIZNESIE

Sanofi promuje równouprawnienie i rozwój kobiet w ramach praktyki **Gender balance**. Jej założenia realizowane są na wiele sposobów – od regulacji antidyskryminacyjnych, zapisanych w podstawowych dokumentach statutowych, po rozbudowane narzędzia rozwojowe, wzmacniające potencjał kobiet. W firmie prowadzony jest mentoring, działa Strefa Menedżera, podejmowane są lokalne inicjatywy na rzecz równouprawnienia.



Blisko 70% pracowników wrocławskiego Centrum **Hewlett Packard Enterprise** stanowią kobiety. **Women@HPE** jest to inicjatywa wewnętrzna, dotycząca kariery zawodowej i prywatnej kobiet. Powstała w 2013 r. Grupa liczy kilkanaście osób, które organizują różnego rodzaju przedsięwzięcia. W 2016 r. zespół przygotował między innymi szereg szkoleń z zarządzania zmianą, budowania kariery zawodowej oraz zrównoważonego łączenia życia zawodowego z prywatnym.



Stworzony przez **Deloitte Klub SheXO** skierowany jest do kobiet na stanowiskach kierowniczych i zarządczych. Tworzy przestrzeń dla regularnej wymiany myśli, rozwijania cech przywódczych oraz networkingu. W ramach Klubu organizowane są spotkania biznesowe, na które zapraszani są eksperci, m.in. z dziedziny psychologii biznesu, coachingu i mentoringu.



Cele wewnętrznej **Sieci Kobiet Interp'elles Polska** zawiązanej w **EDF Polska** to wspieranie rozwoju zawodowego kobiet, zapewnianie równych szans rozwoju kariery dla kobiet i mężczyzn, zwiększenie do 30% liczby kobiet wśród kadry menedżerskiej, wypetnienie zobowiązań Karty Różnorodności. Na przetomie 2015 i 2016 r. uruchomiono program rozwojowy „Sięgaj po więcej” – składający się z pięciu sesji szkoleniowych, zaangażowaniu się każdej uczestniczki w jeden z pięciu projektów do realizacji oraz wysyłanych materiałów edukacyjnych. W programie dedykowanym dla kobiet zatrudnionych w Grupie EDF wzięło udział ponad 40 pracownic..



Łoża Kobiet Biznesu to platforma networkingowa, której istotnym elementem są warsztaty będące okazją do wymiany doświadczeń zawodowych oraz dzielenia się wiedzą. Łoża jest obecna we wszystkich oddziałach **PwC** w Polsce. Gospodyniami spotkań są partnerki i menedżerki firmy. Uczestniczą w nich zawsze goście specjaliści, którzy dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem.



Chcąc **zwiększyć udział kobiet w zatrudnieniu**, **The Boston Consulting Group** organizuje serię inicjatyw w skierowanych do studentek najlepszych uczelni biznesowych i technicznych w kraju i za granicą. W trakcie wydarzeń odbywają się warsztaty, konsultacje z ekspertkami. BCG organizuje także próbne rozmowy kwalifikacyjne skierowane do kobiet, po których kandydatka otrzymuje informację zwrotną o rozmowie.



POLITYKI I PROCEDURY

Agora była jedną z pierwszych spółek, w której powstała polityka przeciwdziałania dyskryminacji i molestowaniu w miejscu pracy. Jej pierwsza wersja weszła w życie już w 2003 r. Celem polityki jest stworzenie kultury organizacyjnej gwarantującej wzajemne wspieranie się wszystkich pracowników w codziennych obowiązkach. Działania promujące różnorodność wewnątrz organizacji pomagają tworzyć zróżnicowany, ale sprawnie współpracujący zespół. Przekłada się to na strukturę zatrudnienia w spółce. Udział kobiet i mężczyzn wśród pracowników jest prawie równy [49% mężczyźni, 51% kobiety; dane dotyczą Grupy Agora za 2016 r. – bez Helios S.A.], zaś na stanowiskach kierowniczych całkowicie równy.

Wśród pracowników firmy znajdują się także osoby z różnym stopniem niepełnosprawności (3%; dane dotyczą Grupy Agora za 2016 r. – bez Helios S.A.). U podłoża **polityki różnorodności** realizowanej w Grupie znajduje się Karta Agory, która powstała wraz z „Gazetą Wyborczą” i spółką.



Wskaźnikiem mierzącym efektywność dobrej praktyki spółki **DOZAMEL** jest między innymi skuteczne zakomunikowanie jej wszystkim pracownikom. Treść zarządzenia w sprawie wdrożenia **Polityki Antymobbingowej** wraz z jej tekstem otrzymali wszyscy zatrudnieni. Podpisane oświadczenia o zapoznaniu się z dokumentem dołączono do akt osobowych pracowników. Bieżący dostęp do aktualnej wersji Polityki możliwy jest po zalogowaniu się do intranetu. We wrześniu i październiku 2016 r. wszyscy pracownicy zostali przeszkoleni, czym jest mobbing oraz jakie mają prawa i obowiązki. Omówiono także sposoby przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji w miejscu pracy w świetle obowiązującej w spółce Polityki Antymobbingowej.



Zadaniem specjalnego zespołu **Diversity Team** jest integracja wszystkich pracowników **Infosys Poland** oraz – poprzez działania zespołu – wsparcie promowania i rozwijanie idei różnorodności w firmie i poza nią.



Polityka antymobbingowa i antydyskryminacyjna została wprowadzona w **Volkswagen Poznań** jako porozumienie pomiędzy pracodawcą a związkiem zawodowym. Celem Polityki jest eliminowanie zachowań o charakterze mobbingu lub dyskryminacji w relacjach pracowniczych oraz edukacja pracowników. Powołano komisję rozpatrującą zgłoszenia nieprawidłowych praktyk, a także uruchomiono adres mailowy, pod który pracownicy mogą zgłaszać informacje o nieprawidłowych praktykach.



RÓŻNORODNOŚĆ

W obszarze praw człowieka realizowane są również praktyki skierowane do konkretnych grup zagrożonych wykluczeniem. **Credit Suisse** posiada **wewnętrzną grupę LGBT** (LGBT Open Network), której celem jest wspieranie pracowników LGBT. Skupia ona zarówno osoby LGBT, jak i heteroseksualne, którym bliskie są idee otwartości na różnorodność. Celem grupy jest głównie inicjowanie projektów związanych z przeciwdziałaniem dyskryminacji szczególnie osób LGBT w firmie

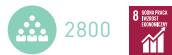
(w tym: analiza polityk, opracowywanie materiałów edukacyjnych).. W Credit Suisse powstała również grupa sojuszników LGBT, która liczy ok. 200 osób.



Osoby niewidome i niedowidzące często są wykluczone z segregowania odpadów. Praktyka **ENERIS Surowce „Segreguję – nie widzę przeszkód”** to pierwszy w Europie projekt, który ma za zadanie systemowe ułatwienie osobom z niepełnosprawnością wzroku ochronę środowiska poprzez właściwe sortowanie odpadów. Służy do tego bezpłatny zestaw 6 naklejek, które mają: napisy w alfabecie Braille’a dla osób niewidomych; kontrastowe kolory dla osób słabowidzących oraz starszych; proste i wypukłe piktogramy dla osób z problemami w czytaniu bądź na przykład dzieci.



W **Hewlett Packard Enterprise** od 2014 r. dzięki **projektowi DIVE.IN** zdecydowanie zwiększyła się świadomość pracowników oraz kadry menedżerskiej w zakresie aktywizacji osób niepełnosprawnych. Od początku istnienia grupie projektowej udało się wdrożyć i przeprowadzić szereg inicjatyw, m.in.: aktywizację pracowników niepełnosprawnych w firmie, panele dyskusyjne z udziałem niepełnosprawnych aktywistów (sportowiec, v-loger, przedsiębiorca) organizowane w siedzibie firmy, zajęcia w placówkach wczesnoszkolnych, obchodzenie Międzynarodowego Dnia Osób Niepełnosprawnych, udział w dedykowanych konferencjach i targach pracy oraz nawiązanie współpracy z innymi firmami z sektora, fundacjami i stowarzyszeniami NGO w ramach tematyki „CSR+missing D”.



W **Orange Polska** została opracowana **Polityka Zarządzania Różnorodnością**. Powstała w procesie dialogu z różnymi działami Orange, przy współpracy z firmą doradcą Deloitte. Proces pozwolił na wyróżnienie kluczowych wymiarów różnorodności w Orange Polska [płeć, wiek, kompetencje/ wiedza/ doświadczenie/ sposób myślenia, zdolności psychofizyczne – (nie)pełnosprawność, status rodzicielski], a także na określenie 8 obszarów, które wspierają kulturę Orange czerpiącą z różnorodności (dotyczące ludzi: rekrutacja, rozwój zawodowy, wynagrodzenia, przywództwo; dotyczące firmy: środowisko pracy, zarządzanie ryzykiem, wizja i strategii, działalność biznesowa).



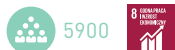
Także w wymiarze strukturalnym swoją praktykę realizuje **Bank BGŻ BNP Paribas**. **Program Różnorodności** stanowi w firmie dualny system. Z jednej strony rozwijana jest wewnętrzna infrastruktura, która ustala normy działania oraz wspiera zarządzanie różnorodnością: podpisanie Karty



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAWA CZŁOWIEKA

Różnorodności, wprowadzenie Polityki Różnorodności i Zasady Zarządzania Różnorodnością, pozostanie sygnatariuszem The ILO Global Business & Disability Network Charter. Równolegle firma prowadzi działania, których celem jest promowanie różnorodności oraz budowanie świadomości pracowników, włączając wszystkie szczeble zarządzania bankiem. Dodatkowo ustanowiony został Diversity Officer, odpowiedzialny za realizację celów wynikających z wytycznych w zakresie zarządzania różnorodnością.



W 2016 r. kolejnej edycji Kongresu Różnorodności, organizowanego przez **BETTER.** i Henkel Polska, towarzyszył **Przegląd „Praktyki o różnorodności”**. Celem inicjatywy było zaprezentowanie najbardziej innowacyjnych i angażujących polskich, dobrych praktyk w zakresie zarządzania różnorodnością. Zgłoszonych zostało 16 przykładów działań, spośród których eksperckie jury wyłoniło 6. Ich prezentacja odbyła się podczas III Kongresu Różnorodności, 9 listopada. W Kongresie wzięło udział 200 osób, a 140 oglądało streaming online.



Po podpisaniu przez **Volkswagen Motor Polska** Karty Różnorodności w marcu 2016 r., firma zorganizowała w maju **Dzień Różnorodności**. Polegał on na prezentacji niecodziennych zainteresowań i ciekawych hobby pracowników, w celu uświadomienia skali różnorodności wśród załogi. Oprawę Dnia Różnorodności stanowiła wystawa wartości i fotografii grupy Respekt.



Tydzień Różnorodności w Capgemini Polska to cykl krótkich spotkań i pogadań z pracownikami na temat wielu aspektów różnorodności. SeminaRIA i warsztaty prowadzą goście z zewnątrz oraz organizacje partnerskie. Celem długoterminowym jest promowanie szacunku dla różnorodności.



Henkel Polska od 2013 r. organizuje **Tydzień Różnorodności**, którego celem jest promowanie wśród pracowników idei różnorodności i uczenie ich, jak skutecznie współdziałać w różnorodnych zespołach. Edycja w 2016 r. poświęcona była tematyce współpracy i komunikacji międzypokoleniowej. Pracownicy uczestniczyli w spotkaniu z ekspertem, odbyła się wewnętrzna debata oraz zainaugurowano cykl edukacyjnych warsztatów dla pracowników „Siła Różnorodności”.



Wsparcie różnorodności w ArcelorMittal Poland przejawia się m.in. poprzez realizację programu WEL@ ArcelorMittal Poland dedykowanego kobietom chcącym realizować się zawodowo w roli menedżera. Program spotkań inspiracyjnych i warsztatów ma na celu poszerzenie rozumie-

nia roli menedżerskiej i wzmocnienie zaangażowania kobiet w proces podejmowania decyzji biznesowych. W drugiej edycji programu wzięło udział 16 kobiet.



Win with Capgemini to program wspierania zatrudniania osób niepełnosprawnych w **Capgemini Polska**. Stworzony został w oparciu o Konwencję o prawach osób niepełnosprawnych, wprowadza adaptacje przestrzeni biurowej, szkolenia świadomościowe oraz szereg działań na rzecz edukacji osób z niepełnosprawnościami.



Kampania Strefy Job na rzecz Poczucia Własnej Wartości ma na celu wyjście naprzeciw potrzebom grup, które mogą być narażone na dyskryminację w procesach rekrutacji, m.in. osób 50+, kobiet, niepełnosprawnych, przedstawicieli środowisk LGBT oraz byłych więźniów. W ramach kampanii **Job Impulse Polska** podkreśla potencjał, jaki niosą ze sobą reprezentanci grup defaworyzowanych i promuje tworzenie zespołów różnorodnych.



Realizowany od 2011 r. autorski program **Job Impulse Polska TAKpełnosprawni** ma na celu promocję zatrudniania osób z niepełnosprawnością wśród klientów firmy. Założeniem tego modelu współpracy jest wsparcie w procesie tworzenia zespołów różnorodnych, tj. integrujących pracowników z niepełnosprawnością.



Projekt **Prawdziwy talent nie ma barier** został stworzony, aby aktywizować zawodowo osoby z niepełnosprawnościami. **OTTO Work Force Polska** zatrudnia takich pracowników od 2012 r. (obecnie jest ich 30). Objęli oni stanowiska w działach: rekrutacji, kadrowo-płacowym, IT i marketingu. Pracują na zasadzie telepracy (home office), przy czym firma zapewnia wyposażenie stanowisk pracy w komputer, telefon i dostęp do internetu.



Projekt **PwC Bez barier** polega na wyrównaniu szans osób z niepełnosprawnościami wkraczających na rynek pracy, poprzez umożliwienie im zdobycia profesjonalnego doświadczenia, zachęcenie studentów niepełnosprawnych do aplikowania na staże w firmie, sprawdzenie, czy istniejące w PwC rozwiązania są dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych, zmianę kultury organizacji i rozwianie ewentualnych obaw bądź przetłamanie barier wśród pracowników.





Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

A close-up photograph of a person's hands, wearing a white long-sleeved shirt, using silver scissors to cut a piece of green fabric. The fabric is draped and folded on a light-colored surface. The person's left hand holds the fabric steady while the right hand operates the scissors. The background is slightly blurred, showing a white surface and a dark area.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY



99 praktyk nowych

106 praktyk długoletnich

75 firm

W tegorocznych praktykach z zakresu pracy nadal – podobnie jak w poprzednich edycjach Raportu – liczne są działania z zakresu wolontariatu pracowniczego oraz bezpieczeństwa w miejscu pracy.

Wyraźnie widać, że wolontariat pracownicy (21 praktyk nowych) staje się strukturalną częścią działań firmy. Często wpisuje się w jej strategię i wartości. Firmy na działania wolontariackie swoich pracowników przeznaczają specjalne budżety, a niektóre – także do 4 pełnopłatnych dni w roku. Powołują komisje, które oceniają wnioski na dofinansowanie działań. Z reguły też oddelegowują do zarządzania wolontariatem w firmie koordynatorów odpowiadających za sprawne zarządzanie tymi działaniami. Jedną z organizacji przygotowała specjalną aplikację dla wolontariuszy, co jest dowodem na skalę, jaką przybierają te działania. Wolontariat daje poczucie wspólnoty w pracy, przyczynia się do integracji zespołu. Wiąże więc pracowników ze sobą, ale też z firmą, która niejako staje się mentorem i sponsorem tych działań.

Bezpieczeństwo zawsze na topie. Wśród 17 nowych praktyk z zakresu bezpieczeństwa mowa o szkoleniach, bieżącym zgłaszaniu potencjalnych zagrożeń, monitoringu, kampaniach, dniach, a nawet tygodniach poświęconych bezpieczeństwu. Wszystko po to, aby zwiększyć świadomość pracowników, włączyć ich we wspólną odpowiedzialność za bezpieczne miejsce pracy, aby bezpieczeństwo stało się ich własną wartością, a także korzyścią. Coraz więcej praktyk dotyczących tego obszaru zaczyna obejmować swoim zasięgiem nie tylko pracowników, ale też podwykonawców oraz kontrahentów.

Liczne są także działania związane ze szkoleniami i rozwojem. Widać w nich praktyczne podejście do uczenia się. Nie chodzi

o „wYROBIE NIE GODZIN SZKOLENIOWYCH”, ale o to, aby uczyć przez praktykę. Zarówno poprzez uczenie się od siebie nawzajem, dzieląc się własnym doświadczeniem, szukając wspólnie konkretnych rozwiązań, jak też przez możliwość popracowania przez jakiś czas na innym stanowisku bądź poprzez warsztaty, podczas których pracownicy mogą odgrywać rozmaite sytuacje, wcielając się w różne role, często dotąd nieznanne.

Czwartą kategorią pod względem liczby praktyk jest zdrowie pracowników. Dominują te, które zapewniają dostęp do badań oraz konsultacji lekarskich. Są też takie, które generalnie promują zdrowy tryb życia, właściwą dietę, różne sporty i aktywności ruchowe oraz pomagają walczyć z natęgiem.

Ogólny odbiór działań w tym obszarze daje wrażenie zaangażowania i włączania pracowników w życie firmy. Przejawia się to szczególnie w kategorii partycypacja pracownicza (8 nowych praktyk), ale też w innych. Firmy chcą słuchać pracowników, a pracownicy chcą być wysłuchani i mieć wpływ. Obie strony widzą, że aktywne włączanie w procesy ulepszania, decydowania, dzielenia się doświadczeniem i spostrzeżeniami – procentuje.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY



Liczba zatrudnionych pracowników w 2016 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie



Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 18

BEZPIECZEŃSTWO W MIEJSCU PRACY

Antalis Poland w ramach **Dni Bezpieczeństwa** zorganizowało 6 grup warsztatowych, dla dyrektorów, kierowników, pracowników biurowych i pracowników magazynu. Łącznie dla prawie 80 osób. Warsztaty miały różnorodną formę – zarówno filmy obrazujące różnorodność zdarzeń wypadkowych, jak i ćwiczenia praktyczne. Dyrektorzy i kierownicy mieli możliwość przećwiczyć jazdę wózkami widłowymi – po wcześniejszym instruktazhu poprowadzonym przez wykwalifikowanych trenerów.



300



Sanofi w ramach **Dnia Bezpieczeństwa** promuje zasady bezpiecznej jazdy, ekof jazdy i ergonomii. Program rozszerzono o pierwszą pomoc oraz praktyczne elementy użytkowania pojazdów – zmiana kół, dobór i ustawienia fotelików dziecięcych. Pracownicy zostali przeszkoleni w niekonwencjonalny sposób na 7 stacjach praktycznych: pierwsza pomoc, foteliki dziecięce, koncentracja, egzamin na prawo jazdy, ekof jazda, ergonomia, pit stop challenge (zestaw naprawczy i jak przeżyć awarię).



1000



Podnoszenie bezpieczeństwa i dbałość o zasoby naturalne są wpisane w strategię **DB Cargo Polska**. W Światowy Dzień Bezpieczeństwa zorganizowano **Dzień Zdrowia Bezpieczeństwa – wydarzenie dla klientów, pracowników i służb cywilnych**, któremu towarzyszyły prelekcje, szkolenia i pokazy symulujące niebezpieczne zdarzenia.



3200



Dzień dobry z BHP to minuta dziennie poświęcona bezpieczeństwu pracy. Projekt polega na codziennym przypominaniu pracownikom firmy **TAURON Polska Energia** prawidłowych zachowań podczas wykonywania obowiązków służbowych oraz na zwiększeniu zaangażowania kadry nadzorującej w kreowanie bezpiecznych warunków pracy. Codziennie na koniec dnia pracownik służby BHP przesyła do przełożonego hasło dotyczące bezpieczeństwa pracy na kolejny dzień. Przekazywane jest ono pracownikom w czasie pierwszego spotkania w danym dniu roboczym, tj. na dzień dobry.



25 000



Według danych PIP, wskaźnik wypadków śmiertelnych w budownictwie jest trzykrotnie wyższy niż w innych działach gospodarki. **Tydzień Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy** w firmie **Eiffage** to program profilaktyczny, podczas którego pracownicy i głównie podwykonawcy uczestniczą w szkoleniach, seminariach, pokazach bezpiecznej pracy oraz warsztatach. Pracownicy, którzy nie mogli osobiście wziąć udziału w seminarium, skorzystali z transmisji online. W programie w 2016 r. uczestniczyło łącznie 90 osób w edycji wiosennej i 250 w jesiennej. W 2016 r. odnotowano jedynie jeden wypadek przy pracy, bez wypadków ciężkich, śmiertelnych i zbiorowych.



35



Celem **kampanii Świeć przykładem** jest podniesienie ogólnej świadomości w zakresie rozpoznawania ryzyka oraz budowanie kultury bezpieczeństwa, opartej na indywidualnej odpowiedzialności za bezpieczeństwo, a także rozpowszechnienie tych wartości wśród możliwie najszerszej grupy pracowników **BASF Polska**. We wszystkich lokalizacjach w Polsce (w Warszawie, Myślenicach, Śremie, Janikowie i Środzie Śląskiej) odbyły się po 2 sesje warsztatowe. Dotyczyły psychologii ludzkich zachowań oraz wartości stojących za filarami kultury bezpieczeństwa firmy. Szczególnie ważne było dotarcie do indywidualnych wartości i zmiana perspektywy z „muszę” w kierunku „chcę” być bezpieczny.



700



CEMEX stwierdził, że 95% urazów u kierowców nastąpiło poza pojazdem. Większość – u klientów podczas prac rozładunkowych. Stworzono więc procedurę, aby po przybyciu na miejsce kierowca wymierzał i ogradzał pachotkami drogowymi teren potrzebny do kontroli miejsca rozładunku. Następnie przeprowadza ocenę ryzyka. Jeśli nie ma ryzyka dla dalszej pracy – przystępuje do rozładunku towaru. Jeżeli zagrożenia są zbyt duże i nie mogą być kontrolowane, kontaktuje się ze swoją firmą po dalsze instrukcje. Przy kolejnej dostawie zapisuje problemy w ostrzeżeniach o zagrożeniu (Hazard alert) i wręcza przełożonym po powrocie do zakładu. Na podstawie analizy dokumentów **„Moja przestrzeń”** tworzone są plany poprawy warunków bezpieczeństwa dla kierowców w miejscach rozładunku u klientów.



1100



Pracownicy firmy **Kuehne + Nagel**, jak każdej innej z branży usług logistycznych, są narażeni na czynniki szkodliwe, takie jak stres, hałas, dźwiganie. Celem programu **Bezpieczeństwo dobre dla ciebie, dobre dla rodziny, dobre dla firmy** jest zwiększenie świadomości pracowników w zakresie BHP oraz ochrony środowiska. Firma prowadzi konferencje i warsztaty, podczas których pracownicy dzielą się dobrymi praktykami. Dzięki podjętym działaniom zmniejszyła się absencja pracownicza i liczba wypadków w pracy. Wzrosła świadomość i zaangażowanie pracowników oraz wykrywalność zagrożeń.



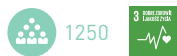
1438



Kompania Piwowarska zorganizowała szkolenia **grup ratowników medycznych** dla wszystkich pracowników, którzy wyrazili chęć niesienia pomocy innym w sytuacjach zagrożenia. Co kilka tygodni grupa spotykała się, by doskonalić i utrwalić umiejętności, a pod koniec kwietnia wzięła udział w Światowym Dniu Bezpieczeństwa KP zorganizowanym na terenie każdego browaru. W ramach projektu przeszkolono 30 pracowników, browary zostały wyposażone w defibrylatory ratunkowe, natomiast dla grup został zakupiony sprzęt szkoleniowy – defibrylatory i manekiny.



ANWIL prowadzi działalność, która wymaga zachowania najwyższych standardów bezpieczeństwa na wszystkich etapach cyklu produkcji. Firma propaguje kulturę zapobiegania wypadkom dzięki przestrzeganiu zasad BHP i ppoż., także wśród kontraktorów. Od 2014 r. organizuje **Konkurs dla kontraktorów ANWIL** wykonujących prace remontowe na terenie firmy dotyczący zasad BHP i ppoż. Od momentu ogłoszenia pierwszego konkursu nie było żadnego wypadku w trakcie prac remontowych na terenie zakładu.



Potrzeba edukacji w zakresie dobrych praktyk i zasad bezpieczeństwa, problemy komunikacyjne z osobami niepolskojęzycznymi oraz niejednolita świadomość bezpieczeństwa pracy wśród pracowników firm podwykonawczych sprawiły, że w **EDF Polska** został stworzony **System identyfikacji bezpiecznych zachowań wśród pracowników podwykonawców**. Nagradzani są pracownicy, których cechują bezpieczne zachowania, czyli wstrzymywanie prac niebezpiecznych, zgłaszanie zdarzeń potencjalnie wypadkowych (osoby te dostają wyróżnienie – dyplom prezesa, drobne upominki i pochwałę na forum pracowniczym), a pozytywne praktyki i zachowania są katalogowane.



EDF Polska wydało także **Niezbędnik BHP dla firm zewnętrznych w wersji polskiej, angielskiej i ukraińskiej dla podwykonawców**. Publikacja ma formę kieszonkową, więc pracownik może mieć ją przy sobie w trakcie pracy. Firma odnotowała trzykrotny spadek liczby wypadków w Grupie EDF w Polsce w porównaniu z 2015 r. Wzrosła świadomość wśród pracowników znaczenia BHP.



NUTRICIA postawiła sobie za cel „zero wypadków w pracy i w domu”, dlatego wdrożono w firmie **Program bezpieczeństwa pracowników WISE** (ang. *Work In Safe Environment*). Obejmuje on szkolenia z pierwszej pomocy oraz szkołę bez-

piecznej jazdy w 3 etapach zaawansowania. Regularnie ogłaszane są też konkursy dotyczące bezpieczeństwa. W firmie działają specyficzne dla środowiska produkcyjnego praktyki: System LOTO (Lockout Tagout) chroniący przed niekontrolowanym uwolnieniem się energii podczas ingerencji w maszynę; 12 standardów bezpieczeństwa; opracowanie instrukcji do czynności rutynowych wykonywanych przez operatorów; stosowanie matrycy kompetencji dla pracowników liniowych; analiza zdarzeń potencjalnie wypadkowych metodą „5 X why”; rzetelna analiza zdarzeń „o mało co” wprowadzająca działania profilaktyczne w ratowaniu życia. W zakładzie zatrudniającym ponad 700 pracowników, od prawie 4 lat nikt nie doznał obrażeń przy pracy.



W **PKN ORLEN** bezpieczeństwo behawioralne jest tak samo ważne jak techniczne oraz systemowe w dążeniu do rozwoju bezwypadkowej kultury pracy. **System Wsparcia Pracowników** to okresowa wizyta doradcy na stanowisku pracy w celu oceny zachowań oraz konstruktywny dialog z pracownikiem lub kontraktorem dla zapobiegania niebezpiecznym zachowaniom oraz ich korekty, poprawy świadomości w zakresie bezpieczeństwa pracy, kształtowania bezpiecznych nawyków, eliminowania ryzykownych zachowań.



W **DB Schenker** troska o środowisko oraz bezpieczeństwo jest podstawą strategii. W ramach **Planu Bezpiecznej Jazdy** firma formułuje działania związane z odpowiednim sposobem rekrutacji i edukacji kurierów zatrudnianych przez współpracujące z DB Schenker firmy przewozowe; organizuje szkolenia prowadzone przez policję, ratowników medycznych i specjalistów w zakresie zabezpieczeń ładunków; prowadzi działania związane z weryfikacją i monitoringiem zachowań w pracy terminalowej i na drogach. Plan określa też postępowanie w razie wypadku, działania powypadkowe i pomoc dla poszkodowanych kurierów. Efekty to malejąca liczba wypadków drogowych z udziałem kierowców DB Schenker. W 2016 r. było o 38% mniej zdarzeń niż w 2014 r.



Od 2013 r. **DB Schenker** prowadzi program „**Czy jadę bezpiecznie?**”. Ponad 3500 samochodów oznaczonych zostało specjalną naklejką z informacją, która zachęca użytkowników dróg do zadzwonienia na infolinię 500 707 000 i podzielenia się opinią na temat stylu jazdy kuriera. Zaplanowano schemat postępowania ze zgłoszeniem (transfer informacji od telefonu użytkownika drogi, poprzez koordynatora ds. współpracy z kierowcami, do szefa oddziału, przewoźnika oraz kuriera). Następnego dnia od daty zgłoszenia przeprowadzana jest rozmowa z kurierem i jego szefem – przewoźnikiem. Średnio w miesiącu wpływa ok. 150 zgłoszeń. Ponad 30% to pochwały, pozostała część to uwagi krytyczne. Od czasu wdrożenia kampanii zaobserwowa-



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

no spadek liczby poszkodowanych i zdarzeń drogowych z udziałem kierowców DB Schenker.



Poprawa widoczności składów kolejowych ma na celu zwiększenie bezpieczeństwa użytkowników dróg publicznych na skrzyżowaniach z torami kolejowymi. Taśmami odblawowymi oklejono wszystkie aktualnie eksploatowane lokomotywy **ORLEN Koltrans**. Na cysternach na początku pchanego składu zostały umieszczone oświetlenia w formie dodatkowej lampy z wiązką mrugającego światła. Od momentu oklejenia taśmami pojazdów trakcyjnych nie odnotowano wjazdu pojazdów drogowych na skrzyżowania torów z drogami publicznymi w lokomotywy ORLEN Koltrans.



Od trzech lat **ANWIL** organizuje **Tydzień Bezpieczeństwa Pracy i Ochrony Zdrowia**. Głównym celem przedsięwzięcia jest pogłębianie wiedzy pracowników na temat bezpiecznej pracy. W 2016 r. – w ramach Tygodnia – ANWIL zorganizował konferencję o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w aspekcie Dyrektywy SEVESO III.



W zakładach **Grupy Polpharma** od 2012 r. organizowany jest **Tydzień Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy**. W 2016 r. razem z CIOP-PIB przygotowano kolejną, trzecią już, konferencję w ramach kampanii społecznej „Zdrowe i bezpieczne miejsce w pracy” pod hasłem „Bezpieczni na starcie, zdrowi na mecie”. Inne aktywności to badania profilaktyczne, szkolenia z gaszenia pożarów, kurs pierwszej pomocy i utworzenie First Response Team.



Grupa Żywiec po raz trzeci zorganizowała **Tydzień Bezpieczeństwa** w 2016 r. Tematem przewodnim było „Ż w równowadze”. W wydarzeniu wzięło udział ponad 1500 pracowników firmy w 12 lokalizacjach. Pracownicy uczestniczyli w przygotowanych aktywnościach z zakresu bezpieczeństwa na drodze, w miejscu pracy, a także zdrowia i bezpieczeństwa w codziennych aspektach naszego życia (np. radzenie sobie ze stresem, pierwsza pomoc).



Tydzień Bezpieczeństwa to inicjatywa **Skanska w Polsce** służąca poprawie bezpieczeństwa na budowach w Polsce. Działania związane z propagowaniem zasad BHP mają na celu przede wszystkim postrzeganie kultury pracy i bezpieczeństwa jako istotnej wartości, o której należy pamiętać.



Co roku w siedzibie **Grupy LOTOS** w Gdańsku organizowany jest **Dzień Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy**. Do tej pory odbyło się 7 edycji programu. Jest to akcja profilaktyczna, podczas której pracownicy mają możliwość poddać się badaniom i uzyskać konsultacje lekarskie, wziąć udział w warsztatach doskonalących ich wiedzę i umiejętności w zakresie ochrony zdrowia oraz konkursach BHP i ochrony zdrowia.



Dzień Bezpieczeństwa w zakładach NSG Group w Polsce to długofalowy program edukacyjny na rzecz poprawy standardów bezpieczeństwa i przeciwdziałania wypadkom przy pracy, realizowany w spółkach **Pilkington**. Działania obejmują m.in. prezentacje i konkursy BHP – angażujące także szkoły i mieszkańców, pokazy udzielania pierwszej pomocy, prezentacje zasad użytkowania ochron indywidualnych oraz badania profilaktyczne dla pracowników.



Dzień Bezpieczeństwa to inicjatywa **Skanska w Polsce** mająca na celu zwiększenie promowania bezpieczeństwa i zdrowia oraz szerzenie świadomości pracowników w zakresie wybranej tematyki BHP. Na ten cel przygotowywane są prezentacje, broszury i plakaty skierowane do pracowników. Materiały opracowywane są w 5 językach: polskim, angielskim, czeskim, ukraińskim i słowackim, dzięki czemu mogą zapoznać się z nimi wszyscy zatrudnieni.



W **Stanley Black & Decker Polska** regularnie przeprowadzane są **dzienne audyty BHP** poprawiające warunki pracy. Cztery działy stanowiące odrębne zespoły pracownicze mają przypisane odmienne kolory i listy kontrolne z pytaniami obejmującymi kluczowe standardy BHP. Każdy dział ma przypisaną taką samą liczbę punktów kontrolnych, które audytor może odjąć po stwierdzeniu nieprawidłowości. Kolejnym wprowadzonym narzędziem stały się wskaźniki czytelne dla wszystkich pracowników oddziału.



Raz w tygodniu pracownicy **EDF Polska** otrzymują mail z wiadomościami na każdy dzień, a raz w miesiącu specjalną wkładkę umieszczoną w biuletynie firmy. W 2015 r. uruchomiono tworzenie animowanych wersji **Wiadomości bezpieczeństwa**, które z racji większej atrakcyjności przyczyniają się do poprawy komunikacji zasad bezpieczeństwa i dalszego podnoszenia świadomości w tym obszarze.



Pracownicy **ANWILU** mają do czynienia z substancjami, które stosuje się w określonych warunkach z przestrzeganiem rygorystycznych zasad postępowania. Dzięki programowi **Zgłoś zagrożenie** sami identyfikują potencjalne niebezpieczeństwa,

proponując sposób ich eliminacji. Odbywa się to przez wypełnienie formularza w intranecie. W 2016 r. w ramach programu zidentyfikowano 375 potencjalnych zagrożeń, z których wyeliminowano 357, czyli 95%.



W **CEMEX Polska** od 2008 r. działa **System „Kart zdarzeń potencjalnie wypadkowych/zagrożeń”** (KZPWZ). Za jego pomocą pracownicy, a od 2016 r. także pracownicy kontrahentów i partnerzy mają możliwość zgłaszania zauważonych zdarzeń potencjalnie wypadkowych lub zagrożeń.



Program ciągłego doskonalenia należy do długofalowych działań **Grupy VELUX** i realizowany jest zgodnie z filozofią biznesową Kaizen. Głównym jego celem jest wzrost świadomości i dbałości pracowników o bezpieczeństwo pracy oraz motywacja do wprowadzania usprawnień w tym zakresie. Każdy pracownik może zgłosić pomysł na usprawnienie procesów produkcyjnych. Rocznie realizowanych jest ponad 5500 usprawnień na bazie pomysłów pracowników.



Program Stop Wypadkom w Polpharmie to system zgłaszania i reagowania na sytuacje potencjalnie niebezpieczne, oparty o wskaźnik dla realizacji i oceny programu. Wskaźnik uzależniony jest od liczby wypadków w danym miejscu pracy. Większa liczba zdarzeń wypadkowych oznacza oczekiwanie większej aktywności od menedżerów i pracowników w zakresie zapobiegania wypadkom. Projekt ten funkcjonuje od 2012 r. Dzięki niemu w 2013 r. wyeliminowano 547 zdarzeń potencjalnie wypadkowych, w 2014 – 580, w 2015 – 894, w 2016 – 1172.



Program „Zachęt BHP” angażuje pracowników **PKN ORLEN** w monitorowanie środowiska pracy i proponowanie usprawnień eliminujących/zmniejszających ryzyko uaktywnienia się niezidentyfikowanych zagrożeń. Prowadzony jest konkurs dotyczący działań naprawczych zaproponowanych przez pracowników w celu eliminacji/ograniczenia zidentyfikowanych zagrożeń. Ponadto został przygotowany Quiz BHP pytania związane są z Kompleksowym Systemem Prewencji).



Wdrożenie BBS w Oddziale Łódź firmy **DB Schenker** rozpoczęto pilotażem pod hasłem „Widzę i reaguję”. BBS to metoda, która uczy pracowników współodpowiedzialności. Po odkryciu przyczyny zachowania ryzykownego pracownik obserwator wraz z pracownikiem wykonującym daną czynność

określają, jak można tę samą pracę wykonać w całkowicie bezpieczny sposób. W 2016 r. BBS uruchomiono także w Krakowie, Warszawie i Poznaniu.



Skrót KYT z języka japońskiego (kiken yochi training) oznacza bezpieczeństwo i przewidywanie. Intencją trwającego 20 minut interaktywnego **szkolenia KYT** jest ćwiczenie umiejętności przewidywania zagrożeń w miejscu pracy i podejmowania kroków w celu ich usunięcia. Szkolenia takie odbywają wszyscy pracownicy **SumiRiko Poland**.



Firma **3M Poland** prowadzi różnorodne **programy związane z ochroną środowiska i bezpieczeństwem pracy**. W ramach akcji „Walk and talk” nagradzani są pracownicy, którzy wyróżniają się przestrzeganiem zasad BHP i ochrony środowiska. Program Behavioral Based Safety bazuje na obserwacji zachowań pracowników w trakcie wykonywania obowiązków i bieżącym korygowaniu ich błędów. Prowadzone są także cykliczne szkolenia z zakresu udzielania pierwszej pomocy oraz koordynacji ewakuacji.



Kwestie zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy (BHP) w **Lubelskim Węglu Bogdanka** stanowią element **Zintegrowanego Systemu Zarządzania BHP, Jakością i Środowiskiem**. Procedury, w zakresie zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy, zgodne są z normą OHSAS 18001 i PN-N 18001. W Spółce wdrożono także system zarządzania bezpieczeństwem powszechnym.



W 2016 r. odbyło się specjalistyczne **szkolenie z ratownictwa medycznego** dla pracowników grupy **Dentsu** oraz szkolenie odświeżające wiedzę dla stałych ratowników. Została powołana nowa grupa ratunkowa oraz ewakuacyjna. W siedzibie firmy został umieszczony defibrylator.



Aby zwiększyć **bezpieczeństwo podwykonawców Polpharmy** objęci są oni dodatkowymi działaniami. Wymagania dotyczące BHP uwzględnione są w umowach. Podwykonawcy zostają zapoznani z zagrożeniami i zasadami postępowania. Działania pracowników są monitorowane, a zachowania niepożądane oraz niebezpieczne – odnotowane i mogą skutkować nałożeniem kar lub wydaleniem z zakładu.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Celem konkursu dla operatorów wózków widłowych „Tańczący z paletami” jest propagowanie bezpiecznych zachowań w magazynie. Turniej składa się z 2 etapów. Zwycięzcy lokalnych edycji spotkają się w finale, który odbywa się w centrali **Grupy Raben**. Dla laureatów przewidziano nagrody pieniężne.



2014

4500

Członkowie **Zakładowej Jednostki Ratowniczej „Rescue Team”** wywodzą się z różnych departamentów **T-Mobile Polska** z całego kraju. Do ich najważniejszych zadań należy podejmowanie czynności ratowniczych na terenie TMPL, w tym reagowanie na system powiadamiania ratunkowego „SMS na Ratunek” oraz podejmowanie czynności ratowniczych na terenie Rzeczypospolitej Polskiej podczas wystąpienia zagrożeń takich jak np. powódź.



2013

4350

DIALOG Z PRACOWNIKAMI

Celem spotkań z cyklu **Śniadanie z HR w ArcelorMittal Poland** jest stworzenie przestrzeni do swobodnej komunikacji i dialogu pracowników z różnych obszarów z działem HR. Śniadania mają formułę ok. 2-godzinnych porannych spotkań w gronie od 10 do 15 osób. Gospodarzem każdego spotkania jest reprezentant innego działu z obszaru HR. Przedstawia on uczestnikom swój zespół, a także przybliża najważniejsze wyzwania i nowe projekty, które przed nim stoją. Każde ze spotkań poświęcone jest innemu motywowi przewodnim, np. rekrutacji, szkoleniom i rozwojowi, bądź zagadnieniom z obszaru kadr i płac. Uczestnicy mają czas na zadanie pytań, zachęcani są też do dzielenia się swoimi pomysłami oraz sugestiami dotyczącymi usprawnień lub nowych rozwiązań.



14 000

W **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** zostały stworzone 3 dodatkowe **kanaty komunikacji**. Są to: 1. Dedykowana skrzynka mailowa na sugestie dotyczące rozwoju przedsiębiorstwa lub innych pomysłów i uwag. 2. Skrzynka fizycznie umieszczona w firmie na anonimowe uwagi/skargi. 3. Narzędzie informatyczne pozwalające zgłaszać (również anonimowo) naruszenia zasad etycznych.



2014

35

Praktyka **After Hours z Członkami Zarządu** ma na celu ciągły i bezpośredni kontakt pracowników regionalnych na różnych szczeblach zatrudnienia z członkami Zarządu **T-Mobile Polska**. Jej celem jest wymiana doświadczeń, poglądów zawodowych i dyskusja o sytuacji w regionie. Spotkania mają charakter nieformalny, odbywają się raz w miesiącu.



2014

4350

W **Volkswagen Poznań** w 2009 r. została wprowadzona **Karta Stosunków Pracy**. Dokument ten definiuje prawa (do powiadamiania, informowania i współdecydowania) przedstawicieli pracowników do uczestnictwa w procesach firmy. W praktyce oznacza to, że np. gdy pracodawca chce wprowadzić zmiany w kwestiach socjalnych, zdanie przedstawicieli pracowników musi zostać wzięte pod uwagę.



2013

9000

FIRMA PRZYJAZNA RODZICOM

ERGO Hestia jako pierwszy ubezpieczyciel w Polsce otworzyła **przedszkole dla dzieci pracowników**. Programy nauczania są bogate w ciekawe i oryginalne zajęcia, warsztaty i wydarzenia. Przedszkole przyjmuje również dzieci z orzeczeniem o niepełnosprawności. Oprócz sal zabaw, dzieci mają do dyspozycji m.in. salę do rehabilitacji, logopedyczną, teatralną, a także salę artystyczną przystosowaną m.in. do malowania i pracy w glinie – łącznie 900 m² oraz plac zabaw o powierzchni 700 m². Przedszkole współpracuje z firmową Fundacją Artystyczna Podróż Hestii podczas organizacji warsztatów twórczych. Do przedszkola uczęszcza 72 dzieci.



1997

Półkolonie **„Wakacje z T-Mobile”** powstały z myślą o ułatwieniu rodzicom-pracownikom **T-Mobile Polska** opieki nad dziećmi w czasie wakacji. Dzieci uczyły się programowania, brały udział w zajęciach z budowy robotów, poznawały zasady działania telefonii komórkowej, zwiedzały firmę, były w kinie i bawiły się na dziedzińcu biurowca. Wzięty też udział w warsztatach tanecznych, odwiedziły Manufakturę Cukierków, a także bawiły się w bawialni. Firma planuje kontynuować działanie i wzbogacać plan półkolonii, aby oferowany zakres zajęć był jak największy.



4350

Każdy pracownik **Antalis Poland**, któremu urodzi się dziecko, dostaje **bon upominkowy dla młodych rodziców** do sklepu z artykułami dziecięcymi w wysokości kilkuset złotych w celu skompletowania wyprawki dla nowo narodzonego dziecka.



300

Bank Gospodarstwa Krajowego wdraża rozwiązanie **firmy przyjaznej rodzicom**. Przyznaje dwa dni opieki nad dzieckiem dla rodzica, niezależnie od drugiego rodzica (w 2016 r. skorzystały z tego 472 osoby czyli ok. 1/3 pracowników). Dla nowo narodzonych dzieci wypłaca „becikowe” (49 osób w 2016 r., bank przeznaczył na ten cel ponad 50 tys. zł). Oferuje dofinansowanie do opieki medycznej członków rodzin pracowników oraz do wczasów i wyjazdów dla dzieci. Organizuje mikotajki dla dzieci pracowników oraz w grudniu przekazuje pracownikom przedpłacone karty płatnicze specjalnie na wydatki dla dzieci. W 2016 r. w badaniu satysfakcji i zaangażowania wyszło,

że 77% pracowników-respondentów jest zadowolonych z równowagi pomiędzy pracą a życiem rodzinnym.



Chcąc wesprzeć pracowników i ich rodziny, firma **Dentsu Aegis Network Polska** uruchomiła w 2015 r. w budynku firmy **Wonderland**, czyli miejsce profesjonalnej opieki dla dzieci w godzinach pracy ich rodziców. Prowadzone są też dodatkowe zajęcia, takie jak półkolonie czy obchody Dnia Dziecka. W 2016 r. Wonderland odwiedzało ok. 80 dzieci miesięcznie, w miesiącach letnich ta liczba ulegała podwojeniu.



Przedszkole firmowe powstało przy biurwcu **Infosys Poland**, które w ten sposób aktywnie wspiera pracowników godzących rolę rodzica małego dziecka z obowiązkami zawodowymi.



Pokój Przyjazny Rodzicom to specjalnie wydzielona przestrzeń w Biurze Głównym **T-Mobile Polska**, gdzie pracownicy mogą pracować, jednocześnie mając pod opieką swoje dzieci. Praktyka ta ułatwia godzenie roli rodzicielskiej z rolą zawodową.



Projekt Rodzice na TAK obejmuje szereg inicjatyw skierowanych do rodziców i dzieci, m.in.: stronę intranetową z poradami dla rodziców; dofinansowanie projektów kulturalnych i sportowych promujących rodzinne spędzanie czasu; wydarzenia i konkursy skierowane do dzieci lub rodziców; udostępnienie w centrali **Banku Millennium** w Warszawie pokoi do karmienia dzieci.



W ramach praktyki **Pracodawca Przyjazny Rodzinie PKN ORLEN** zapewnia wiele świadczeń prorodzinnych: dodatkowe 2 dni opieki nad dzieckiem do 3 roku życia, dodatkowa godzina na karmienie, żłobek, pakiet świadczeń socjalnych, upominek dla nowo narodzonych dzieci, badania kobiet w ciąży, pokoje dla matek karmiących, przesyłanie informacji z firmy do osób na urloпах rodzicielskich, a także przewodnik dla rodziców w intranecie.



Program **Przyszła mama w Volkswagen Poznań** ma na celu stworzenie warunków do godzenia życia zawodowego z prywatnym przyszłej mamy. W jego ramach firma oferuje np. krótszy dzień pracy, miejsce parkingowe, pomieszczenie dla matek karmiących.



INTEGRACJA PRACOWNIKÓW

Hestia Po Godzinach to spotkania integracyjne po pracy. Gośćmi są osoby ze świata kultury, sztuki, teatru, sportu i polityki. Spotkania prowadzone są przez jednego z pracowników **ERGO Hestii** – doświadczonego radiowca. Najlepsze pytania do gości są nagradzane upominkami związanymi z zaproszoną osobą. Do tej pory na spotkaniach gościli m.in.: Marian Opania, Zygmunt Miłoszewski, Edward Dwurnik, Dorota Kolak, siatkarze z LOTOS Trefl Gdańsk, John Porter, Stanisław Tym, Mirosław Baka, Zbigniew Zamachowski, Marek Kamiński, Katarzyna Figura, Czesław Lang, Krzysztof Skiba, Katarzyna Bonda, Mateusz Damięcki, Paweł Huelle, prof. Jerzy Limon, Leszek Możdżer, Stefan Chwin, Wojciech Pszoniak, prof. Bogdan Wojciszke, Tymon Tymański oraz prof. Zbigniew Izdebski.. Spotkania są otwarte też dla mieszkańców Trójmiasta.



Bezpiecznie, zdrowo, sportowo – Dzień Otwarty Grupy Nowy Styl to coroczne wydarzenie o charakterze integracyjno-edukacyjnym dla pracowników **Grupy Nowy Styl** oraz ich rodzin. W jednym miejscu spotykają się pracownicy wszystkich lokalizacji: zakładów produkcyjnych i biur firmy. To okazja do poruszania kwestii wartości w grupie, edukowania i angażowania pracowników. W 2016 r. firma promowała kulturę bezpieczeństwa oraz ducha sportu. W Dniu wzięto udział ponad 800 osób dorosłych i 730 dzieci. Jak co roku, mogli zwiedzać fabryki firmy. Następnie korzystali z atrakcji festynu, zajęć edukacyjnych, prac plastycznych oraz wydarzeń sportowych.



Rodziny pracowników **PKN ORLEN** stanowią dla firmy ważną część społeczności lokalnej. Podczas **Dnia otwartego dla rodzin pracowników PKN ORLEN** pracownicy firmy mają okazję do pokazania rodzinom swojego miejsca pracy. Wykwalifikowani przewodnicy-pracownicy opowiadają o PKN ORLEN, procesach produkcyjnych, produktach i ochronie środowiska oraz ciekawostkach z życia firmy. Jedną z atrakcji jest poligon Zakładowej Straży Pożarnej, gdzie prezentowane są pokazy ratownictwa technicznego i drogowego, sekcji wysokościowej oraz ćwiczenia gaśnicze czy trening działań ratunkowych (nauka udzielania pierwszej pomocy) – działania



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

te przyczyniają się do poszerzania wiedzy na temat bezpieczeństwa i ochrony zdrowia i życia pracowników i ich rodzin.



W **DB Schenker** pracuje ok. 2 tys. pracowników. Na co dzień nie wszyscy mają możliwość wzajemnego poznania się i wymiany doświadczeń. W 2016 r. po raz pierwszy zorganizowany został **Dzień Otwarty dla rodzin pracowników**. Jego celem było pokazanie dzieciom i partnerom pracowników miejsca pracy, zapoznanie z firmą, branżą i zawodami związanymi z logistyką. Najliczniejszą grupą odwiedzających były dzieci, które miały szansę dowiedzieć się, czym zajmują się ich rodzice. Starsze dzieci i młodzież bawiły się podczas gry „Poznaj biuro swoich rodziców”. Były też logistyczne warsztaty plastyczne, zajęcia muzyczne i liczne konkursy. Dzieci mogły np. odkryć, ile samochodów funkcjonuje we flocie DB Schenker oraz czym zajmują się programiści.



T-Mobile Polska stara się wyjść naprzeciw oczekiwaniom pracowników, organizując atrakcje dla dzieci, aby mogły one poznać otoczenie, w którym pracują rodzice. W czasie **Dnia Dziecka w T-Mobile** rodzice z dziećmi uczestniczyli w warsztatach ceramicznych – wspólnie tworzyli zastawy do firmowych kuchni. Były również pokazy filmowe. Dla dzieci, które nie mogły uczestniczyć w imprezie, został przygotowany konkurs „Rozśpiewane Dzieci T-Mobile”.



W 2016 r. w **Dentsu Aegis Network Polska** kontynuowana była inicjatywa **Odwiedziny dzieci w firmie**. Zorganizowano „Dzień Przedsiębiorczości” dla młodzieży licealnej z LXX Liceum Ogólnokształcącego w Warszawie, a troje licealistów odbyło w firmie miesięczne praktyki zawodowe. Odbyła się również kolejna edycja imprezy mikotajkowej dla dzieci pracowników pod hasłem: technologia i muzyka.



Hewlett Packard Enterprise w ramach jednodniowej akcji **Take Our Children To Work**, organizowanej od 2012 r., zaprasza dzieci pracowników do biura, gdzie poznają pracę rodziców, zapoznają się z nowymi technologiami i wartościami propagowanymi przez HPE, jak wielokulturowość oraz znaczenie edukacji i współdziałania na rzecz innych.



Kids Day to dzień, kiedy dzieci pracowników **T-Mobile Polska** odwiedzają miejsce pracy rodziców. W firmie czekają na nich konkursy, zabawy i przedstawienia. Mają również możliwość odwiedzenia swoich rodziców przy ich stanowiskach pracy.



Praktyka **One Team** to szereg działań i projektów, które mają wesprzeć adaptację i integrację pracowników expatów w **Luxoft Poland** i w Polsce. Są to m.in.: dedykowany program induction, w czasie którego otrzymują oni najważniejsze informacje pomagające w pierwszych dniach, w tym związane z legalizacją ich pobytu w Polsce, oraz szkolenia miękkie na temat różnic kulturowych i sposobów adaptacji.



ORLEN Olimpiada to rozgrywki sportowe w 11 dyscyplinach, w których rywalizowało 2 tys. pracowników z polskich i zagranicznych spółek **GK ORLEN**. Dodatkowo zorganizowano piknik rodzinny, w którym wzięło udział kilkanaście tysięcy osób (pracownicy wraz z rodzinami) oraz otwartą imprezę dla mieszkańców Płocka.



Dzień zdrowia i bezpieczeństwa TRI Poland dedykowany jest pracownikom **SumiRiko Poland** (d. TRI Poland) oraz ich rodzinom. Podczas imprezy uczestnicy mogą dokonać pomiaru ciśnienia, poziomu glukozy, cholesterolu, EKG, jak również uzyskać porady dietetyka.



PARTYCYPACJA PRACOWNICZA

Raz w roku pracownicy **Banku Gospodarstwa Krajowego** mogą wziąć udział w **konkursie Idea-lista**, zgłaszając swoje pomysły na poprawę funkcjonowania firmy w 6 różnych kategoriach: organizacja pracy, efektywność kosztowa i wynikowa banku, kultura organizacyjna i wizerunek banku, procesy, ekologia i inne. Pomysłodawca prezentuje opis pomysłu i jego cel, uzasadnienie wdrożenia, korzyści oraz decyduje, czy chce zaangażować się w jego realizację. Pomysły są analizowane przez Komisję i konsultowane z zespołem ekspertów z danej dziedziny. Komisja podejmuje decyzję, które pomysły zostaną wdrożone w banku. W 2016 r. odbyła się druga edycja programu.



Celem konkursu **Innovation Bootcamp** jest pobudzenie kreatywności pracowników w **Grupie ING**, a także promowanie innowacyjnego podejścia w codziennej pracy. Konkurs wspiera również współpracę lokalną i międzynarodową. Pracownicy wszystkich krajów Grupy ING zgłaszają bez ograniczeń pomysły na nowe produkty i usługi. Projekt trwa 6 miesięcy, jest podzielony na 3 etapy. Do finału dostaje się kilka zespołów, których rozwiązania rozwijane są globalnie. Co roku zgłaszanych jest kilkaset innowacyjnych pomysłów. W 2016 r. zgłoszono ponad 450 z Polski, przy ponad 2 tys. pomysłów globalnych.



Program Sugestii Pracowniczych przyczynia się do wykorzystania potencjału innowacyjnego pracowników fabryk **Grupy Nowy Styl**. Służy zbieraniu inicjatyw i pomysłów pracowników dotyczących usprawnień technologicznych i konstrukcyjnych, utrzymania ruchu oraz bezpieczeństwa w zakładach produkcyjnych. Dzięki stworzonym ścieżkom oceny i weryfikacji pomysłów, pracownicy mogą śledzić status swoich zgłoszeń. Jeśli przeszedł pozytywną weryfikację, są wdrażane. Oprócz premii za każde zgłoszenie, przyznawane są też nagrody roczne za najlepsze pomysły i dla najaktywniejszych. W 2016 r. było 1178 zgłoszeń, 777 zostało zrealizowanych lub było w trakcie realizacji. Od początku trwania programu na jednego pracownika fabryki przypadło średnio 1,7 sugestii.

 6000


Inicjatywa **Klubów Stuchamy i działamy** polega na zaoferowaniu pracownikom **Orange Polska** możliwości podejmowania własnych inicjatyw i wdrażania usprawnień w swoim bezpośrednim środowisku pracy. W ramach projektu przygotowane zostały ramy operacyjne programu i założenia metodologiczne oraz narzędzia z zakresu kaizen. W realizację projektu zaangażowali się pracownicy i menedżerowie. Aby dodatkowo motywować pracowników, przygotowano konkurs ogólnofirmowy na najlepsze usprawnienia. W 2 lata po uruchomieniu inicjatywy wdrożonych zostało blisko 100 konkretnych usprawnień operacyjnych; uruchomionych zostało ponad 150 klubów, a w projekt zaangażowało się blisko 1 tys. pracowników.

 16 000


Pracownicy firmy **SITECH** mogą składać **wnioski racjonalizatorskie** na poprawę miejsca pracy (w wersji papierowej i elektronicznej w specjalnym systemie, który umożliwia sprawdzenie statusu wniosku). Dzięki tym pomysłom udaje się tworzyć bezpieczne stanowiska pracy, osiągać lepsze rezultaty oraz zwiększać zadowolenie z pracy. Pracownik, którego wniosek został wdrożony, otrzymuje premię. Co miesiąc wybierany jest również autor najlepszego wniosku racjonalizatorskiego, który dostaje specjalną nagrodę. Dzięki temu działaniu wzrasta motywacja pracowników, pobudzana jest ich kreatywność, a dzięki możliwości współdecydowania zwiększa się ich zaangażowanie.

 1900


Pracownicy **Skanska w Polsce** w corocznym badaniu zaangażowania i rozmowach z przełożonymi wskazywali, że chcą, by ich opinia była w firmie brana pod uwagę. Stąd inicjatywa, w ramach której od marca do końca maja 2016 r. odbyło się 77 **spotkań zespołów pracowników „Twoja opinia ma znaczenie”**. Wzięło w nich udział 6500 pracowników produkcyjnych i umysłowych. Poznawali oni założenia nowego biznesplanu Skanska i cele z nim związane. Rozmawiali

o wartościach, etyce, bezpieczeństwie, sytuacji w firmie, o tym, co jest dobre, a co wymaga korekty, oraz poznawali się lepiej podczas gier i warsztatów.

 7000

Firma **SumiRiko Poland** postanowiła zachęcić pracowników do zaangażowania się w udoskonalenie miejsca pracy. A ponieważ to oni wiedzą najwięcej na temat zagrożeń i słabych punktów na ich stanowisku, stąd nazwa projektu **Suiage dla bezpiecznej pracy** (z języka japońskiego dosłownie: „wysysanie informacji od pracowników”). Za pomocą formularza pracownicy mogą zgłaszać swoje zastrzeżenia oraz sugestie co do rozwiązań lub usuwania potencjalnych zagrożeń, jakie mogą się pojawić na ich stanowisku pracy. Wszystkie formularze są analizowane przez przełożonych i raportowane do centrali w Japonii. Od początku roku finansowego było 336 zgłoszeń. Działanie przyczyniło się do zmniejszenia wypadków przy pracy z 5 w 2015 r. do 1 na koniec 2016 r.

 1400


Jedną z form **współdecydowania** i współdziałania w kwestiach istotnych dla **SITECH** jest dialog społeczny z dwoma organizacjami związkowymi, które reprezentują pracowników. Chęć dialogu i współdziałania to powód podpisania porozumienia pomiędzy organizacjami związkowymi i reprezentacją zarządu o powołaniu komisji w SITECH. Porozumienie umożliwia trwałą i efektywną współpracę pomiędzy organizacjami związkowymi a pracodawcą. Powołane na mocy porozumienia komisje – ds. personalnych, BHP, gospodarczych, planowania i ds. wniosków racjonalizatorskich, ds. pracy zespołowej – reprezentowane są przez obydwie strony, a ich prace przyczyniają się do poprawy funkcjonowania przedsiębiorstwa przy uwzględnieniu głosu pracowników.

 1900

W celu wzmocnienia dialogu w **Infosys Poland** oraz usprawnienia przepływu informacji między pracodawcą a pracownikami powołano **Radę Pracowników**. Pracownicy mogą kierować do Rady wszelkie problemy, szczególnie o charakterze grupowym, z którymi spotykają się w codziennej pracy. Członkowie Rady je omawiają, a następnie kierują do odpowiedniego działu w organizacji, a także wspierają działania mające na celu ich rozwiązanie.

2015

 2500

Centrum Innowacji oparte jest na idei crowdsourcingu – czerpaniu wiedzy z doświadczeń wielu osób. Stanowi wewnętrzny mechanizm w **PKO Banku Polskim** ułatwiający rozwiązywanie konkretnych zadań, usprawniający istniejące procesy oraz umożliwiający proponowanie nowatorskich



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

koncepcji. Do zarządzania zgłaszanymi przez pracowników inicjatywami stworzono specjalne narzędzie informatyczne, udostępniane w intranecie.



Z inicjatywy pracowników z ogólnego budżetu firmy **PRESS-SERVICE Monitoring Mediów** wydzielana jest co roku kwota na **Budżet Pracowniczy**. O jej wydatkowaniu zdecydować mogą wszyscy w głosowaniu. Projekty na wykorzystanie środków powinny uwzględniać interesy oraz potrzeby pracowników i mogą być zgłaszane przez minimum 3 osoby. Program jest realizowany od 2014 r. i angażuje blisko 60% całego zespołu PSMM.



Praktyka **Proces Ciągłego Ulepszania** polega na organizacji warsztatów i szkoleń dla pracowników **Volkswagen Poznań**, podczas których generowane są pomysły optymalizacyjne.



PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM W MIEJSCU PRACY

Wielość wewnętrznych i zewnętrznych kontaktów pracowników **Orange Polska** implikuje wprowadzenie jednolitych norm i wartości. W celu uwrażliwienia na standardy postępowania, wprowadzono **Szkolenie „Etyka w Orange – czy wiesz, jak działać?”** – dające możliwość zapoznania się z przyjętymi w firmie zasadami etyki, które obowiązują wszystkich pracowników. Zakres szkolenia obejmuje: relacje z klientami, z dostawcami, ze współpracownikami, konflikt interesów, sieci i systemy informatyczne, Kodeks Etyki, Przewodnik w tematach etycznych. Szkolenie zostało wprowadzone jako nieobowiązkowe w drugim kwartale 2016 r. i do końca roku skorzystało z niego ponad 40% pracowników. Instruktaż jest obowiązkowy dla wszystkich nowych pracowników zatrudnianych w firmie.



ING Bank Śląski buduje zróżnicowaną komunikację podnoszącą **świadomość ryzyka** wśród pracowników. Wykorzystuje do tego narzędzia komunikacji wewnętrznej, a także szkolenia stacjonarne z trenerami wewnętrznymi i zewnętrznymi oraz instruktaże prowadzone przez menedżerów.



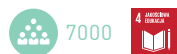
W ramach praktyki **Równe szanse i przeciwdziałanie dyskryminacji w pracy** organizowane są specjalne spotkania oraz prelekcje i szkolenia mające na celu podnoszenie świadomości pracowników **SumiRiko Poland**. Również na łamach gazetki zakładowej publikowane są przydatne informacje o tej

tematyce. Powstały specjalne tablice informacyjne na terenie całej fabryki, jak również wszyscy pracownicy otrzymują broszurki podsumowujące zakres informacji przekazywanych podczas szkoleń w ramach kampanii.

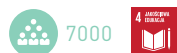


REKRUTACJA I ADAPTACJA

Celem **Dni Otwartych dla językowców** jest pokazanie osobom z zewnątrz, jak wygląda **Capgemini Polska**, oraz zachęcenie do aplikowania do pracy w firmie. Prowadzone są krótkie szkolenia, np. z obsługi klienta oraz „office tour” wraz z wizytą w wybranym dziale. Uczestnicy mają możliwość konsultowania CV lub przejścia wstępnej rozmowy kwalifikacyjnej, firma zaś – bezpośredniego kontaktu z potencjalnym kandydatem. Grupą docelową są studenci znający język francuski i niemiecki, co wynika z potrzeb rekrutacyjnych firmy. Dni otwarte odbywają się kilka razy w roku, a dzięki ich organizacji firma zyskuje świadomych uczestników procesu rekrutacji oraz pracowników, rozgłos w mediach społecznościowych, a także większą rozpoznawalność wśród studentów.



Mobilne Przystanki Pracy to projekt **Capgemini Polska** mający na celu dotarcie z ofertą pracy do osób, które nie znają firmy, nie pracowały w korporacji. Na rynku 3 miast: Olesna, Nysy, Krapkowic, we wrześniowe soboty 2016 r. stanął duży obrandowany namiot, w którym przedstawiciele firmy (jednocześnie mieszkańcy tych miast) oraz rekruter przedstawiali zainteresowanym przechodniom oferty pracy, a także profil działalności firmy. Mieszkańcy mieli możliwość złożenia tego dnia aplikacji, a także zrobienia bezpłatnie profesjonalnego zdjęcia do CV. W spotkaniach uczestniczyło ok. 350 osób. Podczas eventów wpłynęło 17 aplikacji, a dodatkowo w czasie trwania promocji – kolejne 55.



Promedica Care, która organizuje legalne wyjazdy za granicę do pracy w charakterze opiekuna/ki osób starszych – aby wyjść naprzeciw osobom, które mają problem z dojazdem do najbliższego oddziału firmy – ruszyła z projektem **Mobilna rekrutacja**. Rekrutacyjny bus dojeżdża do małych miejscowości, gdzie każdy zainteresowany pracą za granicą może zapoznać się z warunkami zatrudnienia oraz charakterystyką zawodu opiekuna/ki osób starszych. Udało się dotrzeć do 70 miast, gdzie bus odwiedziło 1200 osób.



Welcome Day to spotkanie osób wybranych w ramach rekrutacji na staże wakacyjne oraz opiekunów staży w firmie **Pelion**. Wydarzenie było oficjalnym rozpoczęciem letniej edycji programów stażowych oraz elementem kompleksowej adaptacji młodych talentów w firmie. Spotkaniu towarzyszyła wymiana doświadczeń pomiędzy młodym pokoleniem a kadraj

zarządzającą. Uczestnicy wzięli udział w warsztacie „Jak stworzyć adekwatną strategię CSR?“, podczas którego m.in. wyznaczyli cele społeczno-ekonomiczne.



Proces adaptacji w firmie **BEST** obejmuje 3 grupy: nowi pracownicy (2 dni szkoleń, przedstawienie pozostałym pracownikom, wręczenie tzw. welcomepack: Kodeks etyki, Handbook, podręcznik „Co należy wiedzieć o pracy w BEST?” oraz gadzety firmowe); pion operacji (dwumiesięczny cykl dotyczący obsługi systemów IT, zarządzania wierzytelnościami i obsługi klienta); nowi menedżerowie (wspieranie rozwoju kompetencji menedżerskich w awansie wewnętrznym).



„Wsparcie na starcie” to program adaptacyjny dla nowych pracowników **Grupy Kapitałowej LOTOS**. Nowo zatrudniony pracownik otrzymuje wsparcie w postaci: opiekuńczego pomagającego we wdrożeniu w zadania i funkcjonowanie w firmie; materiałów informacyjnych wraz z multimedialną prezentacją o firmie i sposobach dotarcia do ważnych dla siebie informacji; cyklu szkoleń; wizyty na instalacjach produkcyjnych – poznanie specyfiki rafinerii.



StartUp to kompleksowy, ustandaryzowany program wdrożeniowy dla nowych pracowników **Volkswagen Poznań**. W ramach programu pracownicy poznają wszystkie najważniejsze obszary firmy oraz zasady jej funkcjonowania.



SZKOLENIA I ROZWÓJ

W 2016 r. **Orange Polska** i **Sanofi** zdecydowały się nawiązać współpracę i razem zrealizować **program cross mentoringu** – aby zapewnić top menedżerom (często z długim stażem w firmach) możliwość wymiany doświadczeń z osobami spoza swoich miejsc pracy i branż. Ze strony Sanofi w programie uczestniczą 4 mentorzy i 3 mentee, z ramienia Orange odpowiednio – 3 i 4. Po mityngu inauguracyjnym odbyły się tzw. spotkania zerowe, na których każda z par miała za zadanie sprawdzić, czy osoba z pary jest odpowiednim partnerem do przyszłej „drogi mentoringowej”. Na te spotkania każda para miała miesiąc. Informacje od uczestników programu – po 3 miesiącach jego trwania – wskazują, że jest on szczególnie ważny w kontekście dzielenia się doświadczeniami biznesowymi.



Celem firmy **CEMEX** jest, aby obecni pracownicy 50+ byli przygotowani do pracy do osiągnięcia wieku emerytalnego i pozostali do tego czasu w pełni produktywni i zaangażowani. Pracownicy 50+ stanowią prawie 1/3 wszystkich zatrudnionych, za 10 lat grupa ta będzie stanowić ok. 40%. **Holistyczne podejście CEMEX do zarządzania wiekiem i bezpieczeństwem pracy** uwzględnia kontekst życiowy i cykl życia zawodowego pracownika; działania są dostosowane do sytuacji życiowej i zawodowej, etapu rozwoju kariery zawodowej pracowników w trzech grupach wiekowych: 30-, 30-50, 50+. Dodatkowo dla byłych pracowników (emerytów lub rencistów) rozwijane są działania pozwalające na pozostanie aktywnym zawodowo w bardzo elastycznych formach współpracy (program CEMEX Alumni).



W **Carrefour Polska** pracują 4 generacje, a średnia wieku wynosi 39 lat. Z potencjału różnorodności i wymiany perspektyw w codziennej praktyce biznesowej korzysta Zarząd oraz młodzi liderzy zatrudnieni w centrali spółki i dziale operacyjnym. Pilotażowy projekt **Comex Shadows** polega na dialogu międzypokoleniowym. Dyrekcja wykonawcza i młodzi pracownicy pokolenia Y z różnych obszarów – konsultują kluczowe decyzje. Od 2016 r. 12 pracowników w wieku poniżej 30 lat ma swojego mentora w Dyrekcji Generalnej Carrefour, a przedstawiciele Zarządu mają 12 partnerów w organizacji z pokolenia Y. Praktyka wpływa na podnoszenie kompetencji strategicznych i wzbogacanie eksperckiej wiedzy u młodych oraz poszerzanie perspektywy i innowacyjności u doświadczonych pracowników.



Sesje **peer learning dla menedżerów** to rodzaj ustrukturyzowanego grupowego doradztwa i giełdy wymiany doświadczeń. Pomagają szerzyć wiedzę i dobre praktyki menedżerskie poprzez uczenie się menedżerów od siebie budowania współpracy i zaufania w **Orange Polska**. Jedna sesja trwa ok. 1,5 godz. i jest prowadzona w małych grupach: 6 osób oraz moderator z HR. W trakcie sesji omawiany jest jeden z tematów. Osoba, która zaproponowała zagadnienie, jest klientem, a pozostali wcielają się w rolę konsultantów, którzy w uporządkowany przez moderatora sposób dzielą się swoimi pomysłami. Celem nie jest rozwiązanie sytuacji klienta, a zainspirowanie go, jak może to zrobić. Wybór działania należy do klienta.



Program Job Rotation polega na czasowej zmianie obszaru pracy, ma na celu zwiększenie praktycznej wiedzy i umiejętności pracowników **BEST** poprzez praktykę w nowym dziale. Umożliwia indywidualny rozwój, zapewnia szansę na realne poszerzanie kompetencji oraz zwiększa współodpowiedzialność



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

za realizację celów w całej firmie. Program opiera się na formule „on the job training” (szkolenie praktyczne bezpośrednio na stanowisku pracy). Zakłada, że najwięcej i najszybciej uczymy się poprzez praktykę. W 2016 r. udział w projekcie rozpoczęło 7 pracowników. Około 35% osób korzystających z programu zmieniło ścieżkę kariery, zostając na nowych stanowiskach.



Poprzez akcję **Dzień z Klientem** pracownicy z wewnętrznych działów **T-Mobile Polska** mają szansę poznać specyfikę pracy sprzedawcy. Zdobyta wiedza wykorzystywana jest w późniejszym procesie przygotowywania nowej oferty. Cel akcji to zaangażowanie pracowników, których codzienne obowiązki nie są związane z obsługą interesantów, w budowanie wizerunku firmy i satysfakcji klienta. Rozmowa z klientem podczas oczekiwania na konsultanta, zabawa z dziećmi lub wykorzystanie posiadanej wiedzy, doświadczenia i zaproponowanie klientowi najlepszego rozwiązania to zadania, z którymi można się zmierzyć podczas Dnia z Klientem. W ciągu 14 dni w akcji udział wzięło 170 osób.



Program **Postaw na Swój Rozwój** pokrywa do 95% kosztów kształcenia pracowników **Amazon Fulfillment Poland**, nie wiążąc ich żadną umową lojalnościową. Umożliwia pracownikom udział w kursach i szkoleniach pozwalających na zdobycie umiejętności zawodowych, certyfikatów lub ukończenia szkoły, nawet jeśli nie są one ważne z punktu widzenia kariery w firmie. Uczestnictwo w programie edukacyjnym może trwać do 4 lat. Przez ten czas pracownik może otrzymać kwotę 6500 zł rocznie. Pracownik, który z sukcesem ukończy program i zdecyduje się opuścić organizację, otrzyma od Amazon dodatkowe wsparcie finansowe w wysokości zależnej od stażu pracy. Dotychczas z programu Postaw na Swój Rozwój skorzystało w Polsce kilkuset pracowników.



Wakacje z rozwojem to program realizowany od lipca do początku września, sprzyjający pogłębieniu wiedzy o rozwoju. Celem jest samodoskonalenie się oraz pokazanie pracownikom **mBanku**, że rozwijać się można wszędzie w bardzo różnorodny sposób. Wszystkie działania prowadzone były w oparciu o trenerów i konsultantów wewnętrznych. Pracownikom proponowano udział w wielu wydarzeniach: warsztatach rozwoju osobistego, konsultacjach indywidualnych z trenerami wewnętrznymi dotyczących tworzenia planów rozwoju, konsultacjach z rekruterami, spotkaniach, których ideą było dzielenie się wiedzą, a także planszowych grach szkoleniowych. Dzięki programowi zaprezentowano innowacyjne formy rozwoju oparte na działaniach mobilnych.

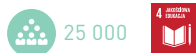


Akademia ANG Biznes składa się z 3 etapów: akademia Start dla doradców bez jakiegokolwiek doświadczenia, alfabet współpracy z klientem; etap II dla doradców, którzy już mają

na koncie zamknięte transakcje i szukają specjalistycznej wiedzy; akademia dla mentorów, czyli doradców z długim stażem i wieloma sukcesami. Akademia miała dać doradcom **ANG Biznes** wiedzę i umiejętności pozwalające swobodnie pracować z klientami firmowymi, których specyfika wymaga szczególnego podejścia, innej wiedzy i odmiennego stylu pracy. W jej ramach odbywał się również trening z zakresu misji i wartości firmy, a także zasad odpowiedzialnej sprzedaży. Przeszkolono ponad 150 osób. Celem było, aby doradca, który wziął udział w Akademii, zrealizował pierwszą transakcję do 3 miesięcy po ukończeniu szkolenia – 60% uczestników osiągnęło taki rezultat.



Program rozwojowy Skuteczni Liderzy w Jednej Dystrybucji skierowany jest do kadry zarządzającej średniego szczebla **TAURON** Dystrybucja, TAURON Dystrybucja Serwis i TAURON Dystrybucja Pomiary (kierownicy wydziałów, działów, regionów, starsi mistrzowie, koordynatorzy z regionów, koordynatorzy terenów pomiarowych) – łącznie ok. 500 liderów. Program trwa od 2015 do 2017 r. Zaplanowano działania rozwojowe oparte na modelu 70-20-10, tzn. 70% to praktyczne doświadczenie, 20% uczenie się od innych i 10% szkolenia. Program umożliwia rozwijanie kompetencji w obszarach: zarządzanie ludźmi, zarządzanie wynikami, zarządzanie zmianą, myślenie strategiczne, decyzyjność oraz orientacja na klienta.



Stażyści oraz młodzi pracownicy często posiadają wiedzę jedynie teoretyczną i nie są gotowi, aby przelożyć ją na działania zawodowe. Wybór ścieżki rozwoju jest dla nich trudny, a często także przypadkowy. BSS, spółka z Grupy **Pelion**, uruchomiła nowy program – **Akademia Biznesu** – który wychodzi naprzeciw temu problemowi i jednocześnie daje możliwość wyłonienia utalentowanych osób przez pracodawcę. Skierowany jest do najmłodszych pracowników, stażystów i praktykantów firmy. Akademia to cykl warsztatów o tematyce ściśle powiązanej z działalnością przedsiębiorstw, z zakresu podstaw finansów, sprawozdawczości, podatków, prawa, prawa pracy oraz controllingu. Prowadzący warsztaty to doświadczeni menedżerowie, eksperci BSS, w tym biegli rewidenci.



W **Centrum Szkoleniowym SITECH** warsztaty prowadzone są w teorii i praktyce. Pracownicy szkoleni są przez wykwalifikowanych trenerów wewnętrznych m.in. z obszaru Lean Manufacturing, Nowej Koncepcji Logistycznej, 5S i zasad ergonomii. Firma dąży do tego, aby wszyscy zatrudnieni, niezależnie od zajmowanego stanowiska, znali procesy i systemy produkcyjne w firmie.



Co miesiąc w **Banku Gospodarstwa Krajowego** odbywa się **panel ekspertów**, który sprzyja dzieleniu się wie-

dzą. Dzięki panelom pracownicy mają lepszą orientację w zakresie pracy kolegów z innych departamentów oraz poszerzają wiedzę z danego obszaru tematycznego i poszukują praktycznych sposobów jej wykorzystania w codziennej pracy. Po spotkaniu w intranecie publikowana jest prezentacja multimedialna, podsumowanie i komentarze uczestników.



Akademia ENERIS została wdrożona w 2015 r. jako narzędzie pozwalające na zbliżenie się do dotąd pomijanej grupy pracowników – kierowców, ładowaczy i pracowników sortowni. Chodziło o możliwość bezpośredniego dotarcia z najważniejszymi informacjami oraz prowadzenia dialogu i poznania poglądów pracowników **ENERIS Surowce**. Akademia to 4-godzinne, obowiązkowe, realizowane w godzinach pracy instruktaże prowadzone przez przeszkolonych trenerów wewnętrznych. Składa się z 4 bloków: strategia firmy i jej inwestycje; bezpieczeństwo; ekologia i zyski z niej płynące oraz obsługa klientów (mieszkańców).



„Przepis na mistrza” to projekt **Carrefour Polska** obejmujący szkolenia i kursy umożliwiające pracownikom zdanie egzaminu i uzyskanie certyfikatu czeladniczego w zawodzie rzeźnika, piekarza i cukiernika. Został on skierowany w pierwszej kolejności do obecnych pracowników, mających długoletni staż i będących ekspertami w swojej dziedzinie, jednak nieposiadających odpowiednich certyfikacji.



Kodeks Współpracy to zbiór 5 reguł dobrej współpracy z klientami wewnętrznymi w **Credit Agricole Banku Polskim**. Dokument powstał, aby zwiększyć sprawność i efektywność realizacji indywidualnych zadań oraz międzyzespołowych projektów, których wyniki mają istotny wpływ na satysfakcję klienta zewnętrznego.



Autorski, wewnętrzny program szkoleniowy **Let's Share** miał swoją drugą edycję w 2016 r. Wyłonionych zostało 10 kolejnych osób z kilku spółek **Dentsu Aegis Network Polska**, które zostały przeszkolone z umiejętności trenerskich. Przez cały rok prowadziły one szkolenia z różnych tematów, takich jak: design thinking w praktyce, marketing doświadczeń, nowe technologie w marketingu oraz performance marketing od podstaw. Łącznie przeprowadzono 45 szkoleń, w których wzięło udział ponad 300 osób.



Praktyka **Dzielmy się wiedzą** składa się z 2 inicjatyw: wewnętrznych szkoleń/warsztatów specjalistycznych dla pracowników **Credit Agricole Banku Polskiego** prowadzonych przez pracowników-ekspertów w danej dziedzinie (w tym Zarząd) oraz wewnętrznej biblioteki banku – BibliotekaCA.



Hestyjna Akademia Rozwoju Talentów (HART) to autorski programy szkoleniowy kierowany do pracowników, którzy wyróżniają się zaangażowaniem w pracę, twórczym podejściem do swoich zadań, nastawieniem na sukces własny i swojego zespołu, a także predyspozycjami do zarządzania pracą innych. Program jest realizowany od 15 lat. Około 70% osób, które go ukończyły, awansowało w ramach **Grupy ERGO Hestia** i stanowi obecnie większość w kadrze menedżerskiej.



You Grow to projekt rozwojowy dla najbardziej utalentowanych pracowników firmy **Henkel Polska**. Powstał z myślą o osobach, które nie pełnią jeszcze funkcji menedżerskich, ale wyróżniają się ponadprzeciętnym zaangażowaniem i potencjałem do objęcia stanowisk kierowniczych w przyszłości. Program opiera się na 4 kluczowych elementach: indywidualnym planie rozwoju, współpracy międzydziałowej, programie szkoleniowym Mini-MBA i grach symulacyjnych.



Szkola Liderów DB Schenker „Lider przyszłości – współpraca i rozwój” to program podnoszenia kwalifikacji i doskonalenia umiejętności menedżerskich dla kadry kierowniczej oraz osób o wysokim potencjale rozwojowym. Projekt realizowany jest w firmie od 2002 r. Skierowany jest on do tych osób z kadry menedżerskiej, które niedawno otrzymały awans lub w niedalekiej przyszłości otrzymają oraz kierują zespołami pracowników i je rozliczają.



Raz w miesiącu w firmie **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** odbywają się **inspirujące sesje video**, na których prezentowane są wszystkim pracownikom wystąpienia motywacyjne (np. z konferencji TEDx). Spotkania te spełniają funkcję motywującą i inspirującą.



Tematyka **inspirujących wykładów dla pracowników ING Banku Śląskiego** dobierana jest z myślą o pracownikach z różnych obszarów firmy. W 2016 r. odbyły się cztery



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

wykłady: Rafała Ohme, Jakuba B. Bączka, Pauli Wąsowskiej oraz księdza Jacka Stryczka.



W ramach **Programu Zarządzania wiedzą w organizacji** pracownicy **mBanku** występują w roli trenerów i dzielą się ekspercką wiedzą. W projekcie powstały m.in. Akademia Ryzyka, Akademia Finansów i Program dzielenia się wiedzą. Przedsięwzięcie wspierane jest narzędziami mobilnymi, nowoczesną wyszukiwarką intranetową zawierającą indywidualny profil pracownika oraz mapę przepływu wiedzy w organizacji.



Akademia Zakupowa rozwija merytoryczne i interpersonalne kompetencje pracowników Biura Zakupów **PKN ORLEN** poprzez szkolenia, treningi oraz gry zespołowe. Bazuje na rzeczywistych case studies. Pracownicy mają dostęp do materiałów edukacyjnych, e-learningów, źródeł inspiracji. Rozwój następuje w 3 wymiarach: Lider w Zmianie, Partner w Biznesie i Ekspert w Zakupach. Rozwijane są też umiejętności leaderskie kierowników zespołu i category managerów.



W ramach II edycji **Programu Mentoringu w Sanofi** przeprowadzono szkolenia dla nowych mentorów, spotkania doszkalające dla doświadczonych, a informacyjne dla mentee i ich przełożonych. Powstało kilkanaście nowych par mentoringowych. Poszerzono grupę mentee o osoby, które w 2016 r. po raz pierwszy objęły stanowiska zarządzające zespołami.



W **ING Banku Śląskim** prowadzona jest **ekologiczna edukacja pracowników**. Ma ona na celu zwiększenie ich świadomości ekologicznej, wzmocnienie pozytywnych nawyków, a także propagowanie rozwiązań technologicznych i organizacyjnych przyjaznych dla środowiska.



WOLONTARIAT PRACOWNICZY

Aplikacja dla Wolontariuszy Fundacji Orange zapewnia dostęp do aktualnych i archiwalnych projektów oraz do swojego profilu (w przyszłości profili innych wolontariuszy). Pozwala na dodawanie projektów i zapraszanie do nich wolontariuszy. Wolontariusze przyłączają się do wybranych inicjatyw według obszaru zainteresowań (uczenie, animowanie dzieciom czasu wolnego, remontowanie i inne), czasu (dysponują godziną czy całym dniem) oraz terminu wydarzenia i miejsca akcji (miejsceowość i organizacja). Mają oni aktualny podgląd – co, gdzie i kiedy się dzieje, mogą przeczytać szczegółowy opis i dotrzeć do wybranej akcji. Koordynator ma

dostęp do aktualnych statystyk, wie, gdzie i kiedy dzieją się projekty oraz ilu wolontariuszy bierze w nich udział, zna wyniki ankiet podsumowujących. W jednym miejscu ma dane, kogo ubezpieczyć i komu wystać koszulki oraz potrzebne materiały. Dzięki aplikacji może być w stałym kontakcie z wolontariuszami, liderami drużyn, wolontariusze mogą też kontaktować się między sobą.



Wolontariat pracowniczy w ANWILU to inicjatywy oddolne, zgłaszane przez pracowników i przez nich przeprowadzane. Realizowane są te projekty, które po analizie zawartości merytorycznej i możliwości technicznych ich wykonania, zyskują akceptację zespołu ds. wolontariatu pracowniczego działającego w ANWILU. W ramach działań wolontariackich realizowane są zbiórki rzeczy dla placówek opiekuńczo-wychowawczych, schronisk dla zwierząt, osób fizycznych, zajęć rekreacyjnych, animacyjnych dla dzieci ze świetlic środowiskowych, jak również prace remontowe i porządkowe na rzecz beneficjentów. W 2016 r. 224 pracowników (prawie 18% zatogi) było zaangażowanych w 9 inicjatyw dobroczynnych, w tym 7 oddolnych.



Pracownicy **Banku Zachodniego WBK** w ramach wewnętrznej akcji zbierali artykuły spożywcze na rzecz Banków Żywności z całej Polski. Zaangażowało się 60 wolontariuszy w 12 miastach Polski. Zebrane produkty trafiły do potrzebujących za pośrednictwem organizacji charytatywnych współpracujących z Bankami Żywności. Były to: świetlice środowiskowe, noclegownie, ośrodki wychowawcze, hospicja, ośrodki wsparcia dla kobiet samotnie wychowujących dzieci oraz domy dziecka. Podczas zbiórki żywności – **wolontariat pracowniczy** zebrano 3338,60 kg żywności, która trafiła do 1113 osób.



Kompania Piwowarska wsparta projekt Szlachetna Paczka. W pierwszym etapie firma ogłosiła nabór na liderów, którzy po szkoleniu z motywacji i współpracy w grupie rozpoczęli kompletowanie swoich zespołów wolontariuszy, z którymi w następnym etapie wybrali rodziny lub osoby samotne z istniejącej bazy oraz zorganizowali akcję przygotowania paczek. Każdy pracownik zgłaszający swój udział w projekcie otrzymywał od firmy 100 zł na przygotowanie paczki. W akcji **Prezentujemy się Szlachetnie – Szlachetna Paczka** wzięło udział 1350 pracowników Kompanii, którzy przy wsparciu swoich rodzin, przyjaciół i partnerów biznesowych pomogli 52 rodzinom, ustanawiając rekord pod względem liczby zaangażowanych wolontariuszy z jednej firmy w 15-letniej historii projektu Stowarzyszenia WIOSNA. Była to zarazem największa akcja wolontariatu pracowniczego firmy. Łączna wartość 904 paczek wyniosła 212 513 zł, z czego ponad 1/3 to środki przekazane przez samych wolontariuszy.



Co roku z okazji Międzynarodowego Dnia Niestyszących pracownicy warszawskiego i gdańskiego oddziału firmy **Bayer** odwiedzają podopiecznych Towarzystwa Opieki nad Ociemniałymi w Laskach oraz Ośrodka dla Niestyszących w Wejherowie. Podczas wizyt gospodarze i goście wspólnie angażują się w aktywności kulturalne oraz prace porządkowe i ogrodnicze na terenie ośrodków. W ramach **wolontariatu Better Life** udato się m.in. wyposażyć salę gimnastyczną w Laskach w sprzęt rehabilitacyjny oraz wyposażyć siłownię zewnętrzną Ośrodka w Wejherowie i przekazać dotację. Podopieczni składają rewizyty, uczestnicząc w warsztatach popularnonaukowych w Salonie Zdrowia Baylab oraz biorąc udział w koncertach w Filharmonii Narodowej.



Credit Suisse daje możliwość wykorzystania maksymalnie 4 płatnych dni w roku na udział w **programach wolontariatu pracowniczego**, których łącznie jest ponad 15. Można zaangażować się w wolontariat kompetencyjny bądź akcyjny. Pracownicy Credit Suisse pomagają we Wrocławskim Hospicjum dla Dzieci, w Infopunkcie Nadodrże dzieciom w odbieraniu lekcji, a także poprowadzą warsztaty w Miejskim Centrum Wolontariatu. Organizują dla dzieci z Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania programy rozwojowe. Z fundacją Habitat for Humanity pomagają remontować budynki z przeznaczeniem na mieszkania dla osób potrzebujących. Zbierają śmieci. Organizują zbiórki karmy oraz akcesoriów dla zwierząt, pomagają przy budowaniu budek dla ptaków, bud dla psów, odnawianiu boksów dla koni oraz przygotowują koty do adopcji. W 2016 r. zaangażowało się prawie 1800 pracowników, przepracowując 21 853 godziny.



Hestyjne Centrum Wolontariatu rozwija się od 2013 r. Wzmacnia i wspiera aktywną postawę pracowników **ERGO Hestii**, którzy działają społecznie, w organizacjach pozarządowych. Koordynuje wzajemną pomoc dla tych spośród pracowników, którzy znajdują się w trudnej sytuacji. Wspomaga również działania firmowych Fundacji: Integralia oraz Artystyczna Podróż Hestii. Od początku istnienia Centrum pracownicy zaangażowali się w wolontariat 2907 razy.



Kopalnia Aktywności to projekt wolontariatu pracowniczego realizowany przez 5 partnerów: Fundację Rzecz Społeczna, Grupę FAMUR i Grupę KOPEX oraz Stowarzyszenie Chcemy Pomóc i Fundację TDJ. Projekt łączy wiedzę i doświadczenie dwóch sektorów: biznesu i NGO. Zrekrutowano 20 liderów spośród pracowników Grupy **FAMUR** i Grupy KOPEX, którzy przeszli cykl szkoleń z zakresu m.in. pracy w zespole i analizy problemów społecznych. Równoległe do szkoleń rozpoczęto prace nad przygotowaniem autorskich projektów społecznych tworzonych przez samych pracowników. Dotyczą one tema-

tów związanych z muzyką, bezpieczeństwem jazdy, ekologią, edukacją i ze sportem. W 2016 r. 20 uczestników wzięło udział w 24 godzinach warsztatów oraz skorzystało z ok. 20 godzin wsparcia mentorów – przedstawicieli lokalnych NGO.



Wolontariat pracowniczy wynika z jednej z 10 ambicji zrównoważonego rozwoju **ArcelorMittal Poland** „Zaangażowanie i aktywne uczestnictwo w życiu lokalnych społeczności”. Od 2012 r. firma ma regulamin Wolontariatu Pracowniczego, a prezes Sanjay Samaddar objął wolontariat pracowniczy honorowym patronatem. Działania realizowane są poprzez: Dzień Wolontariatu i akcje wolontariackie organizowane w ciągu roku oraz Program Minigrantów „Działam, pomagam, jestem wolontariuszem”. Są przedsięwzięcia, które przygotowuje koordynator wolontariatu pracowniczego w firmie i zaprasza do udziału pracowników, ale również sami pracownicy organizują akcje, które zgłaszają do koordynatora, a firma w miarę możliwości je wspiera. Statystyki dotyczące 2016 r. to: 55 różnych akcji, 262 wolontariuszy, 1200 godzin, 4,5 tys. beneficjentów.



W 2016 r. podjęto decyzję o ustrukturyzowaniu wolontariatu pracowniczego w Cognifide. Każdy pracownik w ramach **Do good @ Cognifide**, niezależnie od biura, w którym pracuje (Poznań, Londyn czy Nowy Jork), może zgłosić swoją inicjatywę, która w całości byłaby finansowana z zaplanowanego na te działania budżetu. Każdy ma także do dyspozycji 8 godzin w ciągu roku na działania wolontariackie wewnątrz, jak i na zewnątrz firmy. Wyłoniono 7 projektów, które najbardziej wpisywały się w strategię zrównoważonego rozwoju **Cognifide Polska**. W ich realizację zaangażowanych jest 20% pracowników firmy.



Intencją powstania programu **Działamy i wspieramy** była chęć integracji pracowników firmy **De Heus**, wzmocnienie ich identyfikacji z firmą oraz ze społecznością lokalną i zaangażowanie obu grup w działania na rzecz wsparcia dzieci. Projekty mogą zgłaszać wszyscy pracownicy. Ocenia je trzyosobowa komisja, reprezentująca marketing (sprzedaż), HR (administracja) i produkcję. W ramach projektu udato się przeprowadzić działania edukacyjne dla ponad 250 dzieci, w które zaangażowało się 59 pracowników (10% całej załogi De Heus).



Od lutego 2016 r. pracownicy **Grupy Azoty PUŁAWY** rozpoczęli realizację własnych pomysłów na pomaganie w ramach **Wolontariatu Pracowniczego**. W konkursie mogą



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

wziąć udział zespoły wolontariackie składające się z minimum 3 pracowników, którzy realizują projekty w czasie wolnym od pracy, na zasadzie dobrowolności i z własnej inicjatywy, a za swoją działalność nie otrzymują wynagrodzenia. Zwyciężyło 10 projektów, każdy zespół otrzymał 5 tys. zł na realizację. W trakcie realizacji liczba wolontariuszy zwiększyła się z 53 do 72 pracowników. Wspólnie przepracowali oni ponad 2000 godzin roboczych, co daje przeszło rok pracy na etacie.



Wolontariat Pracowników to program, dzięki któremu osoby zatrudnione w firmach należących do **Grupy GPEC**, w różnych działach i na różnych szczeblach, mają szansę na realizację własnych pomysłów na rzecz lokalnej społeczności. W ramach programu mogą one wykonać prace na rzecz domów dziecka, szpitali, hospicjów, szkół specjalnych, schronisk dla zwierząt czy środowiska naturalnego. Pracownicy zgłaszają pomysły na projekty do Kapituły Wolontariatu, która następnie analizuje zgłoszenia i przekazuje rekomendacje Zarządowi. Zarząd zatwierdza projekt, a Kapituła i pomysłodawca wybierają Lidera Projektu, który uruchamia zapisy do projektu i ustala z Zarządem zakres wsparcia. W 2016 r. zrealizowano 5 projektów.



Fundacja LOTOS przeprowadziła ankietę wśród pracowników **Grupy LOTOS** dotyczącą nastawienia, doświadczenia i wiedzy na temat działań wolontariackich. Okazało się, że możliwość wyboru przez pracowników projektu, który rozwiąże problem, wspomocze środowisko czy osoby, z którymi wolontariusz jest związany, to jeden z priorytetów w kierunkach planowania programu wolontariatu w LOTOSIE. Jesienią 2016 r. odbyła się pierwsza edycja **Programu minigrantów w ramach Programu Wolontariatu**. Warunkiem dopuszczenia projektu do oceny było zaplanowanie jego przeprowadzenia w grupie minimum 3 pracowników pod opieką lidera. Wyłonione inicjatywy mogły liczyć na opiekę mentorską i doradztwo na każdym etapie realizacji projektu ze strony Fundacji LOTOS oraz partnera projekt – Regionalnego Centrum Wolontariatu. Granty otrzymało 11 projektów. Maksymalna kwota dofinansowania to 3 tys. zł, a całkowita pula do rozdysponowania sięgała 30 tys. zł.



Celem **konkursu grantowego Wspieramy Wolontariuszy** jest przyznanie dotacji najlepszym projektom, zgłoszonym przez pracowników **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**. W ramach jednego projektu musi być zaangażowanych minimum 2 pracowników lotniska lub firm, które mają siedziby na terenie portu. Warunkiem realizacji jest nawiązanie współpracy z instytucją partnerską (publiczną, np. szkołą, przedszkolem, domem opieki, szpitalem, schroniskiem, hospicjum, ośrodkiem opiekuńczo-wychowawczym lub niepubliczną placówką oświatową). Maksymalna kwota dotacji wynosi 5 tys. zł. Oceny projektów dokonuje Komisja Konkursowa. W ramach pierwszej edycji konkursu zrealizowano 6 projektów, w które zaangażowało się 51 wolontariuszy.

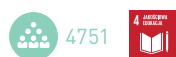
Po zakończeniu działań wszystkie zostały przedstawione w intranecie w ramach Ogólnopolskiego Tygodnia Odpowiedzialnego Biznesu.



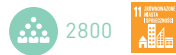
W **programie grantowym „Mam dobry pomysł. Pomagam”** pracownicy **PKN ORLEN** mogą zgłaszać swoje projekty społeczne, które są weryfikowane i nagradzane. W 2016 r. firma przyznała pracownikom środki finansowe na bardzo różne przedsięwzięcia, m.in. skierowane do dzieci i młodzieży, w tym z niepełnosprawnościami, ubogich rodzin, bezdomnych zwierząt, środowiska naturalnego. Wśród działań znalazły się prace remontowe i budowlane, organizacja rozgrywek sportowych i turniejów. Łącznie w realizacji przedsięwzięć wzięło udział 1958 wolontariuszy, którzy działali na rzecz 777 beneficjentów, w 4 województwach.



Pracownicy **PKN ORLEN** w ramach **wolontariatu integracyjnego „Działamy razem. Pomagamy”** swoje akcje kierowali przede wszystkim do dzieci – dzieląc się z nimi wiedzą, umiejętnościami, przygotowując warsztaty tematyczne czy związane z zainteresowaniami (organizacja pikniku żeglarskiego). Nie zabrakło również inicjatyw remontowych, podczas których zbudowano boisko do gry w piłkę oraz przeprowadzono prace ogrodowo-porządkowe na rzecz Świetlicy Środowiskowej w Reszlu. Łącznie w działaniach wzięło udział ponad 760 wolontariuszy, którzy wsparli przeszło 260 beneficjentów.



Wolontariat i współpraca z biurem **Europejskiej Stolicy Kultury (ESK)** umożliwiły pracownikom **Hewlett Packard Enterprise** współorganizowanie imprez kulturalnych i uczestniczenie w nich. Projekty zakładały zarówno kontakt z artystami, jak i np. współtworzenie map interesujących miejsc dla gości zagranicznych. Łącznie w różnych wydarzeniach wzięło udział 40 osób. W ramach programu „HPE Gives” godziny wolontariackie mogą zostać wymienione na datki dla wybranej organizacji charytatywnej. Szacuje się, że w związku z wolontariatem w wydarzeniach ESK pracownicy przekazali dodatkowo 1500 USD na cele charytatywne.



Program **Give Time Together** to zbiór akcji wolontariackich organizowanych przez pracowników **Sabre Polska** na rzecz organizacji charytatywnych i lokalnych społeczności. Pracownicy firmy raz do roku mają możliwość zostania wolontariuszami w godzinach swojej regularnej pracy. W 2016 r. wśród 20 akcji na rzecz 17 podmiotów działało 400 wolontariuszy. Ich beneficjentami byli wychowankowie domów dziecka, seniorzy z domów pomocy społecznej, osoby bezdomne, dzieciaki z lokalnego przedszkola, oraz bezdomne zwierzęta.



Pracownicy **Sanofi** wraz z Dobrymi Pomysłami „ę” (d. Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „ę”) zainicjowali **Program Wolontariatu**, który zakłada wolontariat kompetencyjny oraz wzajemne oddziaływanie – wolontariusze w zamian uczą się nowych rzeczy od osób, które wspierają. Pracownicy wybrali 5 projektów wolontariackich: Wokół stołu – wspólne gotowanie dzieci i dorosłych, wraz z zasadami zdrowego i racjonalnego odżywiania; Cała Praga śpiewa – aktywizacja seniorów z odwołaniem do ich wspomnień, kultury i tradycji, w formie śpiewania i organizowania koncertów zespołu seniorów z warszawskiej Pragi; Dom. Projekt o przestrzeni domowej starszych osób – na podstawie informacji o życiu starszych osób, uczestnicy wymyślają rozwiązania i przygotowują obiekty ułatwiające życie seniorom; Rośnij WAW – zielona mapa Warszawy – stworzenie graficznej mapy unikatowych, zielonych miejsc Warszawy, będącej przewodnikiem spacerowym; Autentyzm – projekt łączący fotografie rodzinne i wstęp do genealogii.

 1000

Ochronka Betlejem w Wolbromiu gromadzi dzieci zagrożone wykluczeniem społecznym. Dla podopiecznych Ochronki menedżerowie **SumiRiko Poland** w ramach wolontariatu raz w miesiącu organizują **warsztaty tematyczne „Ochronkowe Dzieciaki”**. Dotychczas zrealizowano spotkanie dotyczące Święta Niepodległości, warsztaty rękodzieła, dzieł kultury japońskiej oraz spotkanie o tematyce świątecznej. Każdorazowo uczestniczy w nich ok. 20 dzieci.

 1400

Współpracownicy **ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych** wspierają podopiecznych Fundacji Będę Kim Zechcę swoją wiedzą i doświadczeniem na zasadzie **tutoringu**. W roku szkolnym 2015/2016 tutorzy pomagali 11 młodym osobom. Dodatkowo objęli oni wsparciem 6 podopiecznych ośrodka Centrum Edukacyjnego „Trampolina”.

 2015  575

Wolontariat kompetencji w Dentsu Aegis Network Polska polega na dzieleniu się umiejętnościami, wiedzą i doświadczeniem przez liderów firmy. Program globalny nosi nazwę „Route 500”, a dodatkowa ścieżka związana z działaniami CSR: „Route to Good”.

 2014  700

Klub Wolontariusza to oddolna inicjatywa wolontariuszy **Citi Handlowego** poszukujących sposobu na integrację oraz inspirację osób angażujących się w wolontariat.

 2013  4000

Podstawę **programu wolontariatu pracowniczego „Możesz na mnie polegać”** stanowią 4 filary zaangażowania: wolontariat indywidualny, kompetencyjny, akcyjny oraz wolontariat zespołowy, w ramach którego zespoły pracowników otrzymują środki na lokalną pomoc społeczną. Wszystkim pracownikom **Banku BGŻ BNP Paribas** przysługuje jeden dzień wolny na wolontariat.

 2015  5900

W programie **„Wolontariat jest super!”** pracownicy **Banku Gospodarstwa Krajowego** realizują własne projekty społeczne, oparte na zidentyfikowanych przez nich problemach lokalnych. Najlepsze koncepcje są dofinansowywane ze środków Fundacji BGK. W 2016 r. pracownicy Grupy BGK angażowali się 162 razy i przepracowali 1926 godzin podczas 33 projektów społecznych na rzecz 5 tys. odbiorców. Dotychczas pracownicy BGK zrealizowali 179 projektów społecznych.

 2009  1355

W ramach **Programu Grantowego Capgemini „Inwestujemy w dobre pomysły”** firma udziela wsparcia finansowego i merytorycznego na projekty społeczne zgłaszane przez pracowników.

 2012  7000

Celem **Programu Wolontariatu Pracowniczego w Citi Handlowym** jest wspieranie i rozwijanie zaangażowania społecznego obecnych i byłych pracowników banku.

 2004  4000

Elementem programu wolontariatu pracowniczego **Credit Agricole Bank Polska** „Działam, bo lubię” jest **program grantowy**. Daje on szansę pracownikom na zdobycie dofinansowania na realizację własnych działań wolontariackich. O tym, które z projektów zostają dofinansowane, decydują wszyscy pracownicy banku poprzez głosowanie w intranecie. Łączna pula dofinansowania wynosi 30 tys. zł.

 2013  5300

Program wolontariatu pracowniczego w DB Cargo Polska Kolej na pomaganie powstał po to, by wspierać i aktywizować działania o charakterze społecznym i wolontariackim wśród pracowników.

 2015  3200


Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W **Grupie Enea** realizowany jest kompetencyjny program wolontariatu pracowniczego „**Pierwsza pomoc – ratownictwo przedmedyczne**”. Skierowany jest on do pracowników, dzieci oraz uczestników eventów, którzy chcą poszerzyć swoją wiedzę z zakresu udzielania pierwszej pomocy. W 2016 r. w programach wolontariatu kompetencyjnego Grupy Enea wsparcie uzyskało 8114 beneficjentów.

 2011  15 040

Program **wolontariatu pracowniczego Grupy Żywiec PoMOcNA Grupa**, zapoczątkowany w 2009 r., ma charakter konkursu grantowego. Oceny projektów dokonuje Rada Programowa, w skład której wchodzi przedstawiciele firmy. Wolontariusze m.in.: remontują domy dziecka, prowadzą warsztaty, budują budy w schroniskach. W 2016 r. dofinansowano 14 projektów, w których udział wzięło 154 pracowników. Całościowa kwota dofinansowań wyniosła 65 tys. zł.

 2014  2000

Za pośrednictwem światowego **Programu wolontariatu pracowniczego MIT, Henkel Polska** wspiera lokalne społeczności w rozwiązywaniu ich problemów. Inicjatywa działa na zasadzie wewnętrznego konkursu zgłoszeń, a pomoc może mieć charakter wsparcia finansowego, rzeczowego, np. w gotowych produktach lub w dodatkowym wymiarze urlopu, udzielonego pracownikowi na rzecz realizowanego projektu.

 2010  950

Projekt „Senior” realizowany jest we współpracy z Wrocławskim Centrum Seniora. Od 2014 r. pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** prowadzą szkolenia komputerowe i kursy językowe dla lokalnych seniorów. W przerwie wakacyjnej zorganizowano też spacer z przewodnikiem. Dodatkowo seniorzy podczas Dni Seniora zapraszani są do siedziby firmy na warsztaty artystyczne i ruchowe.

 2014  2800

Celem projektu **Wolontariat Seniorów** realizowanego przez **Citi Handlowym** jest aktywizacja społeczna osób starszych oraz danie im możliwości dzielenia się swoim doświadczeniem życiowym i zawodowym.

 2012  4000

Miasto Wrocław organizuje co roku Wrocławskie **Dni Wolontariatu**, w trakcie których wolontariusze z wrocławskich firm organizują otwarte szkolenia i warsztaty. W 2016 r. wolontariusze **Hewlett Packard Enterprise** przeprowadzili szkolenia z efektywnego przygotowania i udziału w rekrutacji, gry biznesowe, warsztaty kreatywności oraz sesję w języku angielskim na temat budowania kariery.

 2013  2800

Dobry Pomysł to konkurs dla pracowników **ING Banku Śląskiego** na projekty wolontariackie. Organizowany jest wspólnie z Fundacją ING Dzieciom, która wspiera grantami finansowymi realizację zwycięskich pomysłów. W 2016 r. jury konkursowe wyłoniło 50 projektów do realizacji.

 2009  8000

Firma **Jet Line** wspiera inicjatywy realizowane w ramach **wolontariatu pracowniczego**: zbiórki ubrań i AGD dla osób potrzebujących, a także rzeczy do schronisk dla zwierząt. Po raz kolejny została także przeprowadzona zbiórka żywności i pieniędzy dla byłych żołnierzy AK, mieszkających na Białorusi.

 2015  30 

Program Wolontariatu Pracowniczego „Zróbmy razem coś dobrego” realizowany jest w **mBanku** w formie konkursu grantowego od 2009 r. Trzy razy w roku pracownicy mogą zgłaszać swoje propozycje działań wolontariackich i uzyskać na nie do 2 tys. zł grantu. Dofinansowano już ponad 100 inicjatyw, w tym 3 w 2016 r., w które zaangażowało się 26 wolontariuszy.

 2014  6533

Od 2013 r. **Polpharma** rozwija **Program Wolontariatu Pracowniczego** w formie konkursu grantowego. Zakłada on dofinansowanie 20 najciekawszych projektów zgłoszonych przez pracowników w kategoriach: zdrowie i profilaktyka zdrowotna, poprawa jakości życia, edukacja i wyrównanie szans, pomoc humanitarna, rozwój lokalny i ekologia. Do 2016 r. pracownicy spędzili ponad 10 tys. godzin, realizując 80 projektów.

 2013  1900

Tak! Pomagam to program wolontariatu pracowniczego realizowany w **Provident Polska** od 2006 r. W ciągu roku odbywają się dwie edycje programu. Do tej pory wolontariusze zrealizowali blisko 500 projektów. W każdej edycji bierze udział ponad 300 wolontariuszy. Firma przekazała na ten cel 1,4 mln zł.

 2006  2000

Pracownicy **Grupy Raben** mogą wziąć udział w akcji **wolontariatu pracowniczego Wykaż się inicjatywą**. Jej celem jest zaktywizowanie pracowników do zachowań przedsiębiorczych, a przede wszystkim prospołecznych oraz ekologicznych mających na celu wspieranie i rozwój społeczności lokalnej. Realizowane działania to m.in. ekologiczne warsztaty w przedszkolach oraz wyposażanie lokalnych świetlic środowiskowych w niezbędny sprzęt.

 2014  4500

DB Schenker od 2008 r. realizuje program **wolontariatu pracowniczego „Czas Pomagania DB Schenker”** (łącznie 373 projekty). Każdego roku są dwie edycje. Program ma charakter konkursu, Kapituła wyłania projekty spełniające zdefiniowane kryteria. W każdej edycji uczestniczy średnio 500 pracowników, 30 klientów, 45 firm przewozowych i ok. 90 kurierów. Wolontariusze firmy przepracowali już łącznie 25 673 godziny na rzecz 35 855 beneficjentów.

 2004  2037

Program **wolontariatu pracowniczego Aktywne TRI** ma na celu wspieranie inicjatyw pracowników **SumiRiko Poland** (d. TRI Poland) na rzecz społeczności lokalnej. Dwa razy do roku odbywa się nabór wniosków, a specjalna komisja wybiera spośród nich te, których autorzy otrzymują finansowe wsparcie na realizację projektu.

 2011  1400

Program **wolontariatu pracowniczego „Radość pomagania”** w **T-Mobile Polska** składa się z 3 etapów: Tworzymy-Licytujemy-Pomagamy. Pracownicy wraz z rodzinami tworzą przedmioty, które następnie trafiają na aukcję charytatywną. Przekazują również na licytację „prezenty pełne pasji”. T-Mobile podwaja to, co uzbierają pracownicy.

 2014  4350

Rok 2016 to ósma edycja programu wolontariatu **Kumulacja Dobrej Woli**. Tym razem pracownicy **Totalizatora Sportowego** zaangażowali się w różnorodne działania na rzecz społeczności lokalnych poprzez 95 projektów, które zostały wybrane przez kapitułę konkursu.

 2011  1272

WORK-LIFE BALANCE

Dni Równowagi to jedna z inicjatyw **ArcelorMittal Poland**, która ma na celu zwiększenie efektywności pracy pracowników, a także poprawę komfortu ich życia codziennego. W Dniach Równowagi 2016 (warsztaty „Równowaga wewnętrzna” i „Sen na zdrowie”, warsztat muzycznej relaksacji, wykład Olgi Kozierowskiej – promotorki kobiet w środowisku biznesowym) wzięło udział ok. 140 pracowników.

 2015  14 000

Firma **BASF Polska** realizuje **inicjatywę Work-Life Balance** poprzez organizację wydarzeń oraz akcji, których celem jest budowanie zaangażowania pracowników z każdej

lokalizacji firmy, sprzyjanie lepszemu poznawaniu się, a także tworzenie przyjaznej atmosfery pracy. Są to m.in.: spotkania świąteczne, rozgrywki sportowe oraz masaże.

 2013  700

Wellbeing Dentsu to program skierowany do pracowników grupy **Dentsu Aegis Network** promujący idee work-life balance. W 2016 r. wspierano firmowe drużyny sportowe, przeprowadzono cykl masaży biurowych dla pracowników, promowano zdrowy tryb życia oraz żywienia poprzez organizację „Dnia Zdrowia” dla pracowników.

 2012  700

Flex@PwC to system umożliwiający dopasowanie systemu pracy do indywidualnych potrzeb. Obejmuje on 4 rozwiązania: 1. Zredukowane godziny pracy. 2. Dopasowanie godzin, w których pracownik pracuje. 3. Ustalenie dni w tygodniu/miesiącu, w które pracownik pracuje z domu. 4. Możliwość wzięcia od 1 do 4 miesięcy przerwy w pracy, w ramach których firma zobowiązuje się płacić relatywnie do okresu nieobecności 25% pensji za każdy miesiąc urlopu.

 2014  2000

Program Równowaga Praca Rodzina to rozwiązania, które mają pomóc pracownikom **Tchibo Warszawa** w zachowaniu równowagi pomiędzy pracą zawodową a życiem prywatnym.

 2013  550

WSPARCIE PRACOWNIKÓW

Wszyscy pracownicy, którzy rozstają się z firmą **Antalis Poland**, objęci są programem **Outplacement** (indywidualny). Jego celem jest przede wszystkim pomoc w znalezieniu satysfakcjonującej kontynuacji ścieżki zawodowej lub zmiana dotychczasowej kariery.

 300

Pracowniczy Program Emerytalny w Banku Gospodarstwa Krajowego jest formą zorganizowanego, grupowego i systematycznego inwestowania w przyszłą emeryturę, prowadzonego ze środków pracodawcy. Pracownik, który przystąpił do PPE, otrzymuje – oprócz wynagrodzenia – dodatkowe środki finansowe przeznaczone na cele emerytalne. Składka podstawowa, której koszt ponosi pracodawca, to 7% wynagrodzenia (jest to maksymalna składka, którą zgodnie z przepisami prawa może zadeklarować pracodawca). Uczestnik programu może także zadeklarować



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

dowolną składkę dodatkową, którą będzie opłacał z własnych środków. Do programu mogą przystąpić pracownicy, którzy zatrudnieni są na podstawie umowy o pracę od co najmniej 12 miesięcy.

 1355

Marszbieg Charytatywny stał się stałym elementem firmowego Tygodnia Zdrowia, który w **ArcelorMittal Poland** organizowany jest corocznie na początku października. Trasa Marszbiegu jest wyznaczana na terenie zakładów: Kraków, Dąbrowa Górnicza i Zdzieszowice. Pracownicy, podwykonawcy i pracownicy spółek maszerują, biegają, truchtają z kijkami lub bez. Każdy pokonany kilometr potwierdzony przybiciem pieczętki w punkcie kontrolnym skutkuje przekazaniem przez firmę 5 zł na leczenie lub rehabilitację dzieci pracowników. W 2016 r. w inicjatywie udział wzięło 1372 pracowników, którzy pokonali łącznie 9077 km, co dało kwotę 45 385 zł.

 14 000 

Program wsparcia Pracowników BIBUS MENOS to 3 filary: zdrowie, pomoc socjalna, rozwój pracowników. Jej celem jest stworzenie przyjaznego środowiska pracy i utrzymanie satysfakcji pracowników na odpowiednim poziomie. Jednym ze sposobów badania efektywności projektu jest monitorowanie poziomu wykorzystania dostępnych udogodnień w odniesieniu do całkowitej liczby pracowników, np. z programu multisport korzysta 25% zatrudnionych, zaś z programu prywatnej opieki medycznej – 90%. Wskaźnikiem jest też staż pracy w firmie: 31% pracowników pracuje 5–10 lat, 10,5% – między 10 a 15, zaś 12% – powyżej 15 lat.

 115  

Dziecko jednego z pracowników **Pelion** urodziło się z pętlą serca. **Serce Mikołaja** wymaga operacji, która może odbyć się w Niemczech. Pracownicy firmy bardzo szybko zareagowali na informację o chorobie dziecka. Zostały opracowane specjalne plakaty, ruszyła komunikacja zachęcająca wszystkie spółki do włączenia się do pomocy. Pracownicy ruszyli w Polskę do spółek z grupy, gdzie organizowali zbiórki środków na ten cel, smażąc gofry. Chętny mógł wpłacić dowolną kwotę jako darowiznę na konto DOZ Fundacji na leczenie Mikołaja. Udało się zebrać ponad 130 tys. zł.

 9178 

Na stronie internetowej www.slowamajamoc.com **mBank** zachęca klientów do pokazania, jak wielką moc mają ich słowa, i opisanie na dowolnych platformach społecznościowych sytuacji, w której pracownik banku pozytywnie ich zaskoczył. Dzięki hashtagowi **#StowaMajaMoc** każdy komentarz jest przekazywany pracownikom mBanku. Nagrywano także rozmowy z bohaterami akcji, podczas których udało się uchwycić, jak wygląda każda twarz, niezależnie od wieku, gdy się mimowolnie uśmiecha, słysząc pozytywne informacje. Celem akcji jest zwrócenie uwagi na moc słów, które piszemy w internecie i zachęcenie zadowolonych z jakości obsługi

klientów banku do podzielenia się pozytywnymi wrażeniami w mediach społecznościowych.

 6533

W związku z trudną sytuacją kilku rodzin pracowników **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice** od 2015 r. **święteczna pomoc** dla potrzebujących ma charakter wewnętrznej zbiórki. Rodziny wskazuje Zakładowa Komisja Świadczeń Socjalnych. Zachowana jest anonimowość, a do informacji podaje się wyłącznie wiek i płeć dzieci oraz potrzeby rodzin. Przez tydzień wolontariusze zbierają datki oraz dary rzeczowe.

 2015  610

W **PKO Banku Polskim** prowadzony jest **Pracowniczy Program Emerytalny**, w ramach którego systematycznie gromadzone są pieniądze na przyszłe świadczenie emerytalne.

 2013  25 400

W ramach **Pracowniczego Programu Emerytalnego** każdy z pracowników **Volkswagen Poznań** otrzymuje bonus finansowy. Celem programu jest chęć zapewnienia pracownikom finansowego bezpieczeństwa na przyszłość oraz podniesienie świadomości co do konieczności i mechanizmów oszczędzania.

 2014  9000

ZAAANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW

Celem **Play BEST** jest zwiększenie zaangażowania pracowników **BEST** w realizowane w firmie projekty i aktywności. Program oparty jest na idei grywalizacji. Wśród nagród są bilety do kina, bony подарunkowe do sklepów, gadzety firmowe oraz wejściówki na basen i do SPA, a także dodatkowy dzień płatnego urlopu. Obszar grywalizacji to: efektywność; onboarding – pełnienie funkcji opiekuna nowo zatrudnionego pracownika; wolontariat pracowniczy i kompetencyjny; transfer wiedzy; testy wiedzy; innowacyjność; udział w projektach; prymus – ponadprzeciętne zaangażowanie, wykraczające poza zakres obowiązków służbowych; równy gość – pomoc współpracownikowi w realizacji zadania; zdrowie. Na koniec 2016 r. aktywne konta w systemie Play BEST miało 86% pracowników; 486 osób otrzymało w 2016 r. łącznie 10 473 punkty – o 28% więcej punktów i 32% więcej użytkowników niż w 2015 r.

 490

W odpowiedzi na potrzeby pracowników **Grupa GPEC** wdrożyła program **Grupa GPEC Gra** – platformę grywalizacyjną, w ramach której pracownicy realizują zadania związane m.in. z: dbaniem o zdrowie, rozwijaniem pasji, uprawianiem sportu i rozwijaniem umiejętności zawodowych. Zadania podzielone są na 3 misje tematyczne: work-life balance, proz-

drowotne, biznesowe. Za każde zadanie zdobywa się punkty. Po zebraniu wystarczającej liczby punktów uczestnik może je wymienić na wybraną przez siebie nagrodę: rzeczową (np. bilety do kina, elektroniczne wagi, zestawy narzędzi dla majsterkowiczów) lub rzeczową (np. wsparcie inicjatywy charytatywnej, możliwość zaproszenia znajomych do loży z cateringiem na mecz piłki nożnej). Od momentu uruchomienia do aplikacji weszło ok. 50% pracowników Grupy GPEC. Wykonali oni prawie 30 tys. zadań (czyli ok. 1600 w tygodniu).



Firma **Orange Polska** stanęła przed wyzwaniem, jak efektywnie i skutecznie przekazać pracownikom informacje o nowej strategii i jej filozofii działania – tak aby każdy wiedział, co ona dla niego oznacza, i zaangażował się w jej realizację. Skorzystano z formy gry. **Miasto Orange – gra strategiczna** składa się z rundy wprowadzającej i 5 rund wokół 5 obszarów strategii i ma formułę wirtualnej podróży po mieście, stąd nazwa. Każdy z grających zespołów przygotował swój profil, wybierał nick i awatara oraz dodawał opis. Zadania miały różnorodną formę (quizy, zagadki, rebusy, układanki i symulacje rozmów) oraz zakres merytoryczny. Gracze zbierali dobre praktyki klienckie, które można byłoby przynieść do firmy, szukali pomysłu na nową usługę czy inicjatywę usprawniającą lub oszczędnościową. Gra stała się głównym narzędziem wspierającym komunikację nowej strategii.



ZDROWIE PRACOWNIKÓW

CEMEX propaguje aktywny tryb życia i zachęca wszystkich do aktywności fizycznej poprzez cykl różnych działań oraz wsparcie finansowe inicjatyw sportowych. W ramach **wspierania rozwoju sportu wśród pracowników CEMEX** firma powołała Pracownicze Kluby Sportowe. Klub tworzy grupa minimum 5 pracowników CEMEX, których łączy wspólna aktywność fizyczna. Kluby otrzymują wsparcie finansowe CEMEX na: zakup strojów, sprzętu sportowego lub szkoleniowego niezbędnego do uprawiania danej dyscypliny; wpisowe lub startowe do zawodów; wynajem obiektów, urządzeń i sprzętu sportowego; opłacenie kadry szkoleniowej, trenerów, instruktorów itp. Utworzono 27 Klubów w sekcjach takich jak: biegi, pływanie, tenis, nordic walking, piłka nożna, nurkowanie, wędkarstwo, siatkówka oraz kolarstwo.



Feel Good @ Cognifide ma na celu dbałość o wellness i well-being pracowników **Cognifide Polska**. Opiera się on na 4 filarach: zdrowie i dobry tryb życia; dobre samopoczucie w pracy; przyjazne otoczenie; integracja i relaks. Głównym wskaźnikiem pozwalającym zmierzyć efektywność programu jest rotacja pracowników. Utrzymuje się ona na niskim

poziomie 15% (przy średniej rotacji 26% w Polsce w 2016 r.). Zgodnie z corocznym badaniem pracowniczym Puls Cognifide, 82% pracowników deklaruje dumę z pracy w firmie, 90% uważa, że Cognifide ma dobrą opinię jako pracodawca, a 86% pracowników poleciłoby pracę swoim znajomym.



Głównymi czynnikami jakości zdrowia są m.in. dieta, ćwiczenia, odpoczynek. Każdy z tych elementów jest szczegółowo przedstawiony na **wystawie Health Expo**. Jej celem jest propagowanie wśród pracowników **Credit Suisse (Poland)** zdrowego stylu życia oraz edukacja, w jaki sposób chronić zdrowie. W ramach wystawy przeprowadza się degustację zdrowych potraw, pomiar poziomu glukozy we krwi oraz cholesterolu, pomiar ciśnienia krwi, hydroterapię, test harwardzki, spirometrię, masaż rozluźniający, pomiar wzrostu tkanki tłuszczowej i masy ciała oraz ustala tzw. rzeczywisty wiek biologiczny każdego z uczestników.



Centrum Zdrowego Pracownika jest zlokalizowane w Gdańsku, w budynkach siedziby **ERGO Hestia**. Składa się ono z 2 jednostek: gabinetu profilaktyki medycznej oraz sali ćwiczeń. W gabinecie pracownicy mogą wykonać USG oraz odbyć konsultację ze specjalistą: internistą, radiologiem, dietetykiem, dermatologiem lub endokrynologiem. Badania i wizyty realizowane są w ramach rocznego limitu finansowanego przez pracodawcę. Pracownicy mogą też korzystać z szerokiej oferty ponad 860 badań laboratoryjnych albo ze specjalnie opracowanych przez Centrum pakietów, np. dla kobiet dojrzałych. Do dyspozycji jest nowoczesna sala ćwiczeń dostępna 7 dni w tygodniu. W sali organizowane są tematyczne zajęcia grupowe oraz indywidualne konsultacje z trenerem. Z gabinetu profilaktyki zdrowotnej skorzystało 1181 osób, a z sali ćwiczeń 770.



W 2016 r. w ramach **Programu Promocji Zdrowia** Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych **Grupy GPEC** został rozszerzony o: cykliczne dostawy owoców dla pracowników (2 razy w tygodniu), cykliczne zajęcia z trenerem personalnym w miejscu pracy (2 razy w tygodniu), dofinansowanie świeżo wyciskanych soków w bufecie i karnety na masaże. Dodatkowo postawiono stacje i wiaty rowerowe oraz przebieganie dla pracowników-rowerzystów. Została uruchomiona platforma grywalizacyjna „Grupa GPEC Gra”, w której pracownicy zbierają punkty m.in. w obszarze prozdrowotnym. Grupa GPEC wspiera finansowo drużyny sportowe utworzone przez pracowników.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

PKN ORLEN zmienił organizację czasu pracy z pięciodobowego na czterobrygadowy. **Niwelowanie skutków pracy zmianowej** polegało na organizacji spotkań edukacyjnych specjalistów z dziedziny dietetyki i aktywności fizycznej z pracownikami zatrudnionymi w systemie zmianowym, w tym pracy nocnej, i dystrybucji materiałów dydaktycznych. Dzięki tym działaniom udało się podnieść świadomość pracowników dotyczącą zdrowego stylu życia, a poprzez to wpłynąć na minimalizację absencji w pracy.



Polpharma zdecydowała się pomóc swoim pracownikom uzależnionym od nikotyny. W Światowym Dniu Rzucania Palenia odbyło się spotkanie informacyjne z terapeutą dla osób chcących rozstać się z nałogiem. Uczestnicy wcześniejszych edycji **programu antynikotynowego** są ambasadorami akcji i dzielą się swoimi doświadczeniami z terapii. Łącznie w 3 lokalizacjach Grupy Polpharma od 2013 r. w terapii wzięło udział ok. 70 pracowników, a 79% deklaruowało uwolnienie się od nałogu.



Rośnie zachorowalność na raka skóry, która związana jest z brakiem odporności, ale przede wszystkim ze zmianami środowiska. W ramach **powakacyjnej kontroli onkologicznej – nowotwory złośliwe** lekarze specjaliści zbadali pod kątem nowotworów znamiona skórne pracowników **Pelion**. Znamiona uznane za niebezpieczne usunięto. W badaniach wzięło udział ponad 80 pracowników Spółek Pelion Healthcare Group.



ProFit – program prozdrowotny – stawia na promocję zdrowia, badań profilaktycznych oraz aktywności fizycznej wśród pracowników **PwC**. W ramach inicjatywy m.in. został otwarty interwencyjny gabinet lekarski, organizowane są cykliczne badania profilaktyczne oraz spotkania dotyczące zdrowia i sportu (m.in. z trenerem personalnym i dietetykiem, konsultacje z lekarzami oraz zajęcia zumbi).



Elementem strategii CSR **Polpharmy** jest popularyzacja zasad profilaktyki zdrowotnej wśród pracowników. Na terenie 6 lokalizacji Grupy w Polsce została zorganizowana seria akcji profilaktycznych w miejscu pracy. **Program profilaktyki zdrowotnej „Tu i teraz!”** podzielony jest na 3 części: badania okulistyczne pod kątem jaskry (580 osób); kardiologiczne i diabetologiczne – pomiar ciśnienia, oznaczenie poziomu cholesterolu i glukozy, wywiad i obliczenie wieku serca (670 osób); dermatologiczne (410 osób) – konsultacja zmian skórnych przy użyciu dermatoskopu. W 2017 r. badania zostaną rozszerzone.



W ramach działań **SITECH dla zdrowia** funkcjonuje całodobowe ambulatorium oferujące opiekę medyczną pracownikom, którzy mogą skorzystać z badań laboratoryjnych, diagnostycznych oraz z wizyt u specjalistów, w tym psychologa i fizjoterapeuty. Firma oferuje pracownikom ubezpieczenia grupowe, prywatną opiekę medyczną oraz karnety na basen, saunę i fitness, a także szczepienia. Rok 2016 był rokiem zdrowia w **SITECH** – co miesiąc odbywały się różne działania profilaktyczne. Przeprowadzono 7 akcji profilaktycznych, w których wzięło udział 1249 pracowników.



W firmie **TAURON Polska Energia** realizowany jest program **Profilaktyka zdrowia w trosce o zdrowie pracowników TAURON Wydobycie** w zakresie narządów ruchu. Obejmuje on bezpłatną konsultację lekarską oraz bezpłatne zabiegi rehabilitacyjne. Udział w programie może zgłosić każdy pracownik spółki bezpośrednio do realizatora projektu. Z programu skorzystało 284 pracowników na kwotę 133 965 zł.



Średnia wieku pracowników w **DOZAMEL** jest dość wysoka, a fluktuacja kadr niska, stąd postanowiono **rozszerzyć pracowniczy pakiet ubezpieczeniowy o pakiet medyczny i assistance**. Podstawowy zakres pakietu medycznego obejmuje m.in. możliwość rejestracji do wielu specjalistów bez skierowania, dostęp do ponad 300 badań i zabiegów diagnostycznych oraz rehabilitacyjnych, możliwość skorzystania z częściowej refundacji świadczeń medycznych spoza wytypowanych placówek medycznych. Pakiet assistance uprawnia ubezpieczonego do opieki domowej, transportu medycznego oraz wizyt lekarskich w domu. Dodatkowo pracownicy mają możliwość ubezpieczenia swojego partnera i dzieci w programie partnerskim i rodzinnym. Z rozbudowanego pakietu korzysta 94% zatrudnionych.



Firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** chce utrzymać zdrowie pracowników na dobrym poziomie. Stąd wdrożenie programu **Opieki Medycznej dla pracowników**. Dzięki pakietom od Allianz, których koszt w 80% pokrywa firma, pracownicy mają natychmiastowy dostęp do specjalistów oraz badań diagnostycznych oraz laboratoryjnych. Z pakietów korzysta 90% załogi.



Wzrasta liczba rodziców, którzy nie szczepią dzieci, oraz tych, którzy wahają się, czy to robić, i poszukują wiarygodnych informacji na temat szczepień i szczepień. Celami projektu **Tradycja Ludwika Pasteur & Innowacyjność Sanofi Pasteur** są: poszerzenie wiedzy na temat szczepień i wartości szczepień, zwiększenie poziomu akceptacji szczepień wśród pracowników firmy, wzrost świadomości, że szczepienia są nie tylko dla dzieci i że powinniśmy się szczepić przez całe życie. Kompleksowa kampania informacyjno-edukacyjna realizowana jest za pomocą różnych form i kanałów:

zewnątrznych oraz wewnętrznych w **Sanofi**, m.in.: wideoblogów i blogów, vaxipedii (na wzór Wikipedii), cyklicznych artykułów w czasopiśmie Sanofi (ZOOM i eZOOM) oraz spotkań dla pracowników.



Program **ANWIL na sportowo** obejmuje najbardziej popularne dyscypliny sportu: siatkówkę, koszykówkę, piłkę nożną, biegi i tenis stołowy. Zajęcia prowadzą profesjonalni trenerzy, a koordynatorami poszczególnych grup są wolontariusze zrekrutowani spośród pracowników **ANWILU**. Część uczestników programu to półprofesjonalści startujący w zawodach zewnętrznych pod wspólnym brandem ANWILTEAM.



Bank BGŻ BNP Paribas organizuje **Dni CSR** pod hasłem „Jesteśmy CSR”. Na 3 dni aktywności składało się: badanie krwi, nauka pierwszej pomocy, jazda do pracy rowerem zamiast samochodem, przerwy relaksujące, spotkania z dietetykiem, warsztaty dedykowane obsłudze osób z różnymi niepełnosprawnościami.



DOZAMEL wspiera rozwój sportu wśród pracowników i firm z terenu Wrocławskiego Parku Przemysłowego.

W ramach tych działań w 2016 r. wsparł 26 treningów i imprez strzeleckich Bractwa Kurkowego Miasta Wrocławia, start w XXXV Mistrzostwach Polski Dziennikarzy w Strzelectwie i w II Strzeleckich Mistrzostwach WPP oraz udział w 14 biegach i maratonach.



(Y)our move to realizowany od 2014 r. program **Henkel Polska**, który promuje zasady rozwoju wśród pracowników i zachęca ich do prowadzenia zrównoważonego stylu życia i pracy. W jego ramach odbywają się akcje związane z promocją zdrowia, odpowiedzialnej konsumpcji, aktywnego trybu życia i szeroko pojętego dobrostanu.



Inicjatywa **WELLNESS** realizowana jest w ramach globalnego programu **Hewlett Packard Enterprise**. Podstawowym jej celem jest propagowanie wśród pracowników zdrowego stylu życia i komfortu w pracy. W 2016 r. akcje skierowane były na działania edukacyjno-prewencyjne dotyczące chorób nowotworowych.



W ramach **programu motywacyjnego dla pracowników firmy Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** kilka razy na rok pracownicy otrzymują możliwość odebrania darmowych biletów/wejściówek/karnetów na proponowane wydarzenie lub do ośrodka sportowo-rekreacyjnego. Raz na rok organizowane jest także spotkanie integracyjne, połączone z rywalizacją sportową.



Około 5% (160 osób) spośród pracowników **Infosys Poland** bierze czynny udział w biegach ulicznych i przełajowych. Zawiązanie nieformalnej grupy **Infosys Run** jest oddolną inicjatywą pracowników silnie wspieraną przez firmę. Wpływa ona na integrację oraz pozytywne relacje między pracownikami, jak również wspiera i promuje aktywny tryb życia.



Coroczna akcja **Postaw na Ruch** polega na zachęcaniu pracowników **Kompanii Piwowarskiej** do aktywności fizycznej w okresie od wiosny do jesieni. Od edycji w 2015 r. zmienił się cel społeczny – kilometry, które pracownicy zbierają za pomocą specjalnej aplikacji na telefon, są wymieniane na środki finansowe dla 3 tandemowych klubów rowerowych dla niewidomych.



Nie goląc zarostu przez listopad, uczestnicy akcji **November** w firmie **Luxoft** i na całym świecie stają się „chodzącymi plakatami” prowokującymi do debaty na temat przedmiotu kampanii – raka prostaty i jąder. Swoim zachowaniem pomagają w przelamywaniu tabu i zwiększaniu społecznej świadomości dotyczącej jednego z największych problemów zdrowotnych wśród mężczyzn.



Dni zdrowia i bezpieczeństwa to cykl wydarzeń dla pracowników **DB Cargo Polska**. Przedsięwzięcie ma promować zdrowy styl życia. W 2016 r. działania były realizowane przez cały październik pod hasłem „Już nie dzień, a cały miesiąc...”. Pracownicy mieli do dyspozycji zdrowe produkty podnoszące odporność (cytryny i herbaty ziołowe). Dodatkowo mogli korzystać z darmowych warsztatów kulinarnych z udziałem dietetyka.



Grupa Raben od 6 lat organizuje **Tydzień Zdrowia**. Do pracowników codziennie wysyłane są newslettery, które w 2016 r. dotyczyły zbilansowanej diety, pozytywnej moty-



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

wacji, aktywności fizycznej, cyfrowego detoksu oraz klimatoterapii. Uczestnicy programu mogli także wziąć udział w spotkaniach z dietetykami, trenerami fitness, ergonomistami, lekarzami i kosmetyczkami.



Program PULS to akcja ochrony zdrowia dla pracowników **Pelion**, w ramach którego otrzymują oni kompleksową opiekę medyczną połączoną z profilaktyką i edukacją.



W fabryce samochodów **Volkswagen Poznań** znajduje się **Centrum Rehabilitacyjno-Sportowe** z siłownią i salą fitness oraz gabinetem fizjoterapeutycznym. Pracownicy spółki mają możliwość bezpłatnego udziału w ćwiczeniach grupowych i indywidualnych. Dział Ochrony Zdrowia prowadzi także konsultacje rehabilitacyjne, indywidualne porady fizjoterapeutyczne oraz porady ergo- i fizjoterapeutyczne na stanowisku pracy.



Checkup to kompleksowy, bezpłatny przegląd zdrowotny pozwalający monitorować stan zdrowia i zapobiegać chorobom. Blisko 80% pracowników **Volkswagen Poznań** skorzystało już z tej oferty.





Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki



ŚRODOWISKO



72 praktyki nowe

45 praktyk długoletnich

64 firmy

Do tegorocznej edycji Raportu aż 64 firmy zgłosiły działania realizowane na rzecz środowiska. Zgłoszono także rekordową liczbę 72 nowych dobrych praktyk, czyli o 15 więcej niż rok temu. Tym samym tegoroczny Raport podsumowuje działania z zakresu: bioróżnorodności, certyfikacji, edukacji ekologicznej, tworzenia ekobiur, ekobudownictwa, efektywności, ekoproduktów, programów prośrodowiskowych, recyklingu i zrównoważonego transportu.

Analiza praktyk w obszarze środowisko pokazuje, że do najchętniej podejmowanych działań wciąż należy edukacja ekologiczna (12 nowych praktyk), a dominują tu firmy branży energetycznej i wydobywczej. Adresatami działań są nie tylko dzieci, ale także konsumenci, klienci, mieszkańcy dużych miast oraz przedstawiciele określonych branż – np. rolnicy.

Firmy chętnie angażują się również w programy prośrodowiskowe (11 nowych praktyk), stanowiące często długofalowe i szeroko zakrojone działania, które obejmują zarówno edukację ekologiczną, jak i podejmowanie konkretnych prac na rzecz środowiska, np. zagospodarowywanie nieużytków, sprzątanie terenów zielonych w miastach czy górach. Opisane są tu także wysiłki podejmowane wewnątrz organizacji – redukcja CO₂ oraz wdrażanie systemów zarządzania.

Firmy nie tylko porządkują tereny zielone i opiekują się nimi, ale coraz częściej otaczają troską także mieszkańców tych miejsc – zwierzęta. Swoje działania na rzecz bioróżnorodności opisało 9 firm. Są to zarówno jednorazowe akcje (sadzenie miododajnych roślin; przenoszenie gadów i ptaków z terenu budowy), jak i programy prowadzone długofalowo przy wsparciu innych organizacji. Inicjatywy na rzecz bioróżnorodności są szczególnie ważne, gdyż

często oznaczają wspieranie gatunków zagrożonych wyginięciem. Opieką objęte są najczęściej pszczoły i ptaki (orły, rybotowy, sokoły), ale także gady i płazy. Rosnącą popularnością cieszy się zrównoważony transport (10 nowych praktyk). Ta kategoria obejmuje wszystkie działania mające na celu ograniczenie liczby przejazdów samochodem, a co za tym idzie – zmniejszenie emisji CO₂. Firmy najczęściej przekonują pracowników do organizowania wspólnych podróży służbowych i przejazdów do pracy, co możliwe jest dzięki specjalnym platformom internetowym i aplikacjom. Organizowane są także dni bez samochodu i promowane zamienianie samochodu na rower.

Prowadzenie ekobiura stało się już niejako standardem na polskim rynku. Troska o szeroko pojęte zielone biura odzwierciedla się już coraz częściej także w ekobudownictwie (1 praktyka rok temu, 4 praktyki w tym roku). Firmy wprowadzają normy środowiskowe, inwestują w biurowce przyjazne środowisku; wdrażają systemy zagospodarowania wód podziemnych czy zarządzania zużyciem energii i wody. Efektywnie energetyczne stają się nie tylko biura, ale także sklepy, fabryki oraz hale produkcyjne.

Rosnąca popularność działań z obszaru środowiska nie jest przypadkowa. Z jednej strony – wymagają ich zmiany zachodzące w środowisku (zły stan powietrza, zanieczyszczenia, zmiany klimatu), z drugiej – przynoszą bezpośrednie korzyści finansowe samym firmom. Można się zatem spodziewać, że kolejny rok przyniesie jeszcze więcej dobrych praktyk firm podejmowanych w trosce o naszą planetę.

ŚRODOWISKO



Liczba zatrudnionych pracowników w 2016 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



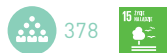
Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie



Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 18

BIORÓŻNORODNOŚĆ

Firma **Objectivity** wraz ze Stowarzyszeniem Natura i Człowiek zaprojektowała i wykonała największą w Polsce rabatę w kształcie trzmiela, która za zgodą urzędników miejskich znalazła swoje miejsce w Parku Grabiszyńskim, jednym z najstarszych i największych parków miejskich we Wrocławiu. Rabatę z ponad 240 sadzonkami roślin pokarmowych dla trzmieli posadzili wolontariusze z firmy. Projekt **Trzmieliej Rabaty** był poprzedzony kampanią edukacyjną skierowaną do pracowników, uwrażliwiającą ich na potrzeby pszczół i uczącą o ich roli w ekosystemie.



Na dachu biurowca centrali **ERGO Hestii** zamieszkały **Pszczoly Hestii**. Prawie 60 tys. pszczół rasy Kraińskiej, nie-agresywnych w stosunku do ludzi i chętnie wykorzystywanych w środowisku miejskim, znalazło przystań w ekologicznej pasiece na szczycie budynku Marina 2. Firma wspiera także lokalny ekosystem nasadzeniami miododajnych roślin. W Parku Hestii posadzono ponad 20 gatunków miododajnych roślin, stanowiących źródło pożywienia dla pszczół. W 2016 r. po raz pierwszy klienci firmy poczęstowani zostali miodem z pasieki. Docelowo na dachu ma zamieszkać 600 tys. pszczół.



Firma **Carrefour Polska** zainicjowała projekt **Pszczele hotele**. Na dachach budynków, w których znajdują się sklepy Carrefour, zainstalowano 20 „pszczelich hoteli” dla owadów żyjących w miastach. „Hotele” dają schronienie od deszczu i zimy. Po ustawieniu ule czekają na zasiedlenie przez pszczele rodziny, a jeżeli są one zbyt małe, dołączane są do nich rodziny z pasieki. Sieć „Pszczelich hoteli” rozwijana jest w partnerstwie z firmą „Pszczelarz Kozacki”. Patronem inicjatywy jest UNEP/GRID Warszawa. W 2017 r. firma planuje podwojenie liczby „pszczelich hoteli”.



Podczas prac przygotowawczych na terenie inwestycji **DB Schenker** znaleziono siedlisko żab z gatunku kumak nizinny. Firma podjęła decyzję o budowie **nowego domu dla żab w Stawigudzie**. Aby wylapać wszystkie zwierzęta, inwestycja została objęta nadzorem przyrodniczym, a teren wokół zyskał specjalne ochronne ogrodzenie. Zamontowano także pułapki żywotowne. W czasie nadzoru przyrodniczego schwymano 50 gadów i płazów. Wszystkie przeniesiono w okolice pobliskiego

zbiornika wodnego. Na terenie inwestycji pozostawiono ogrodzenie, aby uniknąć ponownego zasiedlenia przez płazy i gady.



Firma **Polenergia** prowadzi **ochronę błotniaka łąkowego na terenie farm wiatrowych oraz w ich sąsiedztwie**. Tereny te pozostają pod obserwacją ornitologa podczas okresu lęgowego w celu lokalizacji i ochrony gniazd ptaków tego rzadkiego w Polsce gatunku. Ptaki są obrączkowane. Dzięki montażowi i kojca z siatki wokół gniazd błotniaki łąkowe są chronione przed drapieżnikami i niebezpieczeństwem, jakie mogą nieść pojazdy rolnicze. Aby jeszcze bardziej chronić ptaki przed drapieżnikami, są podejmowane dodatkowe działania, na przykład wysypywanie atestowanego zapachowego repelentu w celu odstraszenia niebezpiecznych dla ptaków zwierząt.



EDF Polska wspiera **ochronę bioróżnorodności** poprzez **reintrodukcję sokotów wędrownych**. Na nowym kominie elektrociepłowni EDF w Gdyni zamieszkała para tych ptaków, która, dzięki staraniom pracowników EDF i Stowarzyszenia na Rzecz Dzikich Zwierząt „SOKÓŁ”, zyskała nowe gniazdo, zaopatrzone w kamery do podglądu online. Komunikacja zbudowana została wokół kluczowych momentów z życia sokotów: nadanie imion, złożenie jaj, obrączkowanie. Na YouTube opublikowano ok. 6 tys. filmików z życia ptaków. W maju na stronę podglądu weszło ponad 212 tys. internautów.



Polski Koncern Naftowy ORLEN rozpoczął współpracę ze Stowarzyszeniem Ptaki Polskie w zakresie ochrony polskich orłów, rzadkich i ginących gatunków. W ramach **programu „ORLEN dla Orłów”** firma wspiera leczenie orłów poprzez pomoc udzielaną ośrodkom rehabilitacji dzikich ptaków w całej Polsce, pokrywa koszty związanych z opieką weterynaryjną, zabiegami, zakupem lekarstw i karmy. Do tej pory programem zostało objętych 11 bielików, z czego 2 zostały wyleczone i wypuszczone na wolność, oraz 1 orlik krzykliwy. Firma popularyzuje wiedzę o orłach i promuje idee ich pilnej ochrony, a także włącza klientów stacji paliw ORLEN – uczestników programu VITAY – do działań na rzecz orłów.



Rybołów należy do jednych z najbardziej narażonych na wyginięcie gatunków ptaków szponiastych w Polsce i jest pod ścisłą ochroną. **Grupa Enea** dla stworzenia rybołowom większej liczby siedlisk do gniazdowania wykorzystata infrastrukturę przesyłu energii elektrycznej, instalując na słupach sztuczne platformy. Spółka Enea Operator i Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska w Gorzowie Wielkopolskim zawarły porozumienie, by wspólnie podjąć działania na rzecz **ochrony rybotowa**.



Promocja idei bioróżnorodności przez dział Crop Protection BASF Polska

ma na celu popularyzowanie dobrych praktyk rolniczych, które wspierają utrzymanie bioróżnorodności w przyrodzie poprzez umożliwienie uzyskania wysokich plonów przy minimalnej ingerencji w środowisko naturalne. W Polsce rozpoczęto współpracę z 3 gospodarstwami, w których realizowane są takie działania. W 2016 r. skupione były one głównie wokół bioróżnorodności. Praktyki popularyzowano również podczas organizowanych w gospodarstwach szkoleń. Firma nawiązała także współpracę z Centrum UNEP/GRID Warszawa, realizującym Program Środowiskowy Organizacji Narodów Zjednoczonych.



Pierwsza **budka lęgowa dla sokołów wędrownych** została powieszona na kominie Elektrociepłowni **Zakładów Azotowych „Puławy”** w 2006 r. W 2013 r. pierwsza para sokołów przystąpiła do lęgu, a następnie odchowala dwójkę piskląt. W kolejnych dwóch latach ptaki te doczekały się trójczeków i czworaczeków.



PKN ORLEN uczestniczy w **odbudowie populacji sokoła wędrownego** od 1999 r. Współpracuje ze Stowarzyszeniem na Rzecz Dzikich Zwierząt „SOKÓŁ”. Co roku sporządzana jest dokumentacja filmowa i fotograficzna gniazdującego sokoła w dniu obrączkowania piskląt oraz przegląd konserwacji budek poza okresem lęgowym. Od czasu pierwszego lęgu w 2002 r. na terenie PKN ORLEN wykluły się 42 piskląta.



Na sieciach elektroenergetycznych zarządzanych przez **TAURON** żyje ok. 1800 bocianich par. Chcąc zapewnić bezpieczeństwo ptakom i pewność dostaw energii klientom, firma, w ramach praktyki **Bocian nasz**, wynosi na specjalne, bezpieczne platformy bocianie gniazda i zapewnia ich pielęgnację.



CERTYFIKACJA

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne należące do Grupy Servier prowadzi program redukcji zużycia energii, którego celem jest ograniczenie emisji CO₂ poprzez racjonalne wykorzystywanie mediów. Przeprowadzono analizę obszarów znaczącego wykorzystania mediów oraz utworzono system stałego monitorowania zużycia energii. Powstała baza wskaźników pozwala na ocenę wyników energetycznych oraz celów na kolejne lata. W 2016 r. firma uzyskała **Certyfikat ISO 50001**. W wyniku podjętych

działań w 2016 r. zużyto 30% mniej energii na wyprodukowanie 1 opakowania tabletek niż w roku bazowym 2012.



PCC EXOL wspiera **zrównoważoną produkcję oleju palmowego i jego pochodnych**. Firma promuje koncepcję, że produkcja musi odbywać się w sposób niepowodujący zagrożen środowiskowych oraz nie może negatywnie oddziaływać na społeczności lokalne. Pozyskanie certyfikatu RSPO w wariacie Mass Balance pozwala formalnie popierać ideę zrównoważonej produkcji oleju palmowego oraz dialogu zainicjowanego przez organizację RSPO, która opracowała globalny standard zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do produktów wytwarzanych z oleju palmowego.



Citi Handlowy prowadzi działalność proekologiczną poprzez **wdrożenie i utrzymanie Systemu Zarządzania Środowiskowego i Energią** zgodnie z wymaganiami normy PN-EN ISO 14001 oraz PN-EN ISO 50001.



Fundacja Partnerstwo dla Środowiska i firma **Tchibo Warszawa** powołały roboczy zespół, który stworzył nowy standard – **Certyfikat Zielony Sklep**, dedykowany branży handlu detalicznego. Certyfikat ten jest wdrożony we wszystkich sklepach Tchibo. Co 2 lata odbywa się audyt środowiskowy i recertyfikacja sklepów Tchibo.



EDUKACJA EKOLOGICZNA

W ramach akcji **Natura potrzebuje superbohaterów**, podjętej przez **AXN Poland**, zorganizowano konkurs skierowany do uczniów oraz wychowanków placówek wsparcia dziennego. Jego celem była edukacja ekologiczna i próba wprowadzenia zmian w świadomości młodych Polaków. Uczestnicy tworzyli plakat promujący akcję „Sprzątanie świata”, a następnie tworzyli z odpadów przydatne w szkole przedmioty. Organizowali także wydarzenia promujące „Sprzątanie świata” np. w formie happeningu oraz porządkowania wyznaczonego terenu. Nagrodą dla grupy był 4-dniowy wyjazd na Zieloną Ekoszkolę. Do konkursu zgłosiło się 70 grup dzieci i młodzieży z 51 placówek w Polsce. W 3 etapach nadstawo w sumie 173 prace. Oddano 48 950 głosów, a strona internetowa miała ponad 220 tys. odston.



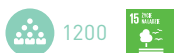
Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŚRODOWISKO

Kampania **Postaw na Stońce** realizowana przez **Bank Ochrony Środowiska** promuje odnawialne źródła energii i pomaga przekonać się, że korzystanie z energii słońca w domu czy w szkole jest możliwe i opłacalne. Bank upowszechnia pojęcie „prosumenta” – obywatela, który produkuje, konsumuje i sprzedaje energię elektryczną. W ramach programu uruchomiono informacyjną akcję społeczną oraz projekty edukacyjne w szkołach.



Grupa Górażdzie zorganizowała polską edycję konkursu **Quarry Life Award**. Jego celem jest popularyzacja wiedzy na temat walorów przyrodniczych kopalni surowców mineralnych, wspieranie projektów naukowych i edukacyjnych na terenach kopalń, a także promocja proprzyrodniczych kierunków rekultywacji. Konkurs kierowany jest do studentów, naukowców i organizacji działających na rzecz ochrony przyrody. Uczestnicy, indywidualnie lub zespołowo, zgłaszali propozycje działań i wskazywali kopalnię, w której chcą realizować prace badawcze. Spośród 22 nadesłanych projektów jury wybrało 5 najciekawszych, które były realizowane w kopalniach należących do Grupy Górażdzie.



Autorskie **przedstawienie ENERIS „Najlepszy prezent”** powstało jako narzędzie wspólnej edukacji **ENERIS Surowce** i samorządów lokalnych. Widowisko uczy najmłodszych segregowania odpadów, troski o środowisko i odpowiedzialności za swoje działania. Partnerem akcji jest Związek Międzygminny „Gospodarka Komunalna” Libiąża, Chrzanowa, Trzebini. Bohaterowie spektaklu wspólnie z widzami zgłębiają wiedzę na temat segregacji surowców. Placówki oświatowe i kulturalne bezpłatnie wypożyczają dekoracje, rekwizyty, stroje, otrzymują teksty piosenek i podkłady muzyczne, dzięki czemu profesjonalisci i amatorzy z lokalnych kółek teatralnych mogą wystawiać sztukę.



Konferencja Dni Oszczędzania Energii pod hasłem „Poprawa efektywności energetycznej budynków objętych ochroną konserwatorską” została zorganizowana przez Dolnośląską Agencję Energii i Środowiska oraz Stowarzyszenie na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju. Celem wydarzenia była popularyzacja zasad zrównoważonego rozwoju, ujętego w programach rewitalizacji miast. Firma **BASF Polska** była mecenasem spotkania, a także zapewniała wsparcie merytoryczne – specjaliści z Działu Chemii Budowlanej opowiadali o idei budownictwa zrównoważonego w procesie poprawy efektywności energetycznej budynków historycznych. W konferencji wzięto udział 250 osób.



W ramach **Kampanii Ekologiczny Dom** specjaliści **BASF Polska** za pośrednictwem mediów – od branżowych portali internetowych po telewizyjne programy śniadaniowe – podejmowali zagadnienia związane z oszczędzaniem energii, zrów-

noważonym budownictwem oraz prezentowali możliwości, jakie dla renowacji budynków niesie stosowanie nowoczesnych, innowacyjnych, a zarazem ekologicznych materiałów oraz technologii. Celem kampanii było podniesienie świadomości na temat potrzeb oraz możliwości ograniczenia zużycia energii w gospodarstwach domowych.



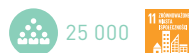
BASF Polska w ramach praktyki **Ochrona wody w rolnictwie** prowadzi działania mające na celu zwiększenie świadomości potrzeby ochrony zasobów wody. Skierowane są one zarówno do zespołu firmy, jak i rolników. Podczas 5 konferencji regionalnych w całej Polsce przedstawiono wiele prezentacji. Opublikowano cykl artykułów eksperckich w korporacyjnym magazynie adresowanym do klientów i partnerów biznesowych. Dobre praktyki w zakresie ochrony wody w rolnictwie są również elementem prelekcji i spotkań ze studentami uczelni rolniczych, a także ważną częścią zainicjowanego pod koniec 2016 r. Programu Agro Ambasadorów BASF, którego celem jest promocja idei rolnictwa zrównoważonego wśród studentów.



Program **Niska Emisja – Wielka Sprawa** przeprowadzono w Warszawie, Poznaniu, Bytowie, Kraśniku i Chrzanowie. W miastach tych odbywały się pikniki z ekspertami, na których mieszkańcy dowiadywali się, czym jest niska emisja i dlaczego jest szkodliwa. W lokalnej prasie ukazały się artykuły poświęcone temu problemowi. Program prowadzony jest przez pracowników i specjalistów firmy **Veolia Energia Polska**. Partnerami zewnętrznymi są urzędy miast oraz Izba Gospodarcza Ciepłownictwo Polskie.

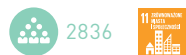


W ramach **akcji edukacyjnej „Nie bądź biernym palaczem”** firma **TAURON Polska Energia** informowała o problemie niskiej emisji. W centrum Katowic i Chorzowa rozwieszono reklamy wielkoformatowe, rozstawiono namiot, w którym edukowano odwiedzających, i zorganizowano happening.



W związku z zanieczyszczeniem powietrza w Krakowie, **EDF Polska** we współpracy z Urzędem Miasta Krakowa **promuje ciepło sieciowe i ciepło wody użytkowej**. Działania objęły m.in.: organizację kampanii reklamowej „Pokochasz ciepłą wodę”; kampanię informacyjną w internecie oraz w wybranych dzielnicach w trakcie festynów lokalnych; dofinansowanie budowy wewnętrznej instalacji grzewczej dla spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych oraz wsparcie ich w kwestiach formalnych; wspólnie z dystrybutorem przyłączenie budynków dotychczas ogrzewanych z palenisk węglowych do miejskiej sieci ciepłowniczej. Podpisano 3 umowy kompleksowe na podłączenie podgrzewaczy CWU dla 167 budynków, 60 budynków natomiast przygotowywanych jest do zmiany dotychczasowego sposobu pozyskiwania ciepłej wody metodą wykorzystującą indywidualne podgrzewacze wody na system

centralnej ciepłej wody użytkowej. Złożonych zostało także 5590 wniosków na likwidację ponad 8490 pieców i kotłów węglowych.



W wyniku partnerstwa **CEMEX** z Akademią im. Jana Długosza w Częstochowie, gminą Rędziny oraz Stowarzyszeniem Ruch Inicjatyw Społeczno-Ekologicznych „Przytulnia” na terenie kamieniołomu „Lipówka” odbył się **piknik edukacyjny „Dzień Różnorodności nie tylko biologicznej”**. W jego trakcie nastąpiło otwarcie nowej części edukacyjnej ścieżki „Kopalnia przywrócona naturze” opracowanej przez naukowców z Państwowego Instytutu Geologicznego. Podczas pikniku można było wziąć udział w spacerach tematycznych oraz warsztatach (m.in. pierwszej pomocy), a także zwiedzić cementownię „Rudniki”. Pod okiem instruktora chętni poznawali tajniki jazdy na torze PumpTrack.



STUDIO 102 przygotowało projekt **Z głową – Pozbądź się wszystkiego, co nie jest Ci potrzebne**, którego celem jest edukowanie, w jaki sposób mądrze – czyli praktycznie, opłacalnie i wygodnie – pozbywać się zbędnych rzeczy, zgodnie z koncepcją 3R (Reduce/Reuse/Recycle). Podpowiada, do jakiego rodzaju odpadów dana rzecz jest zaliczana i gdzie można ją wyrzucić. Stronę projektu, stanowiącą źródło wiedzy, odwiedza średnio 274 użytkowników miesięcznie. W ramach kampanii w mediach społecznościowych edukacyjne treści dotarły do 26 968 odbiorców.



DB Cargo Polska realizuje akcję **Ekoludek Leon radzi**. Jej celem jest promowanie ekologicznych postaw wśród pracowników poprzez wskazywanie i stymulowanie zachowań przyjaznych środowisku, np. gaś światło, oszczędzaj wodę, zamykaj okna, gdy korzystasz z ogrzewania lub klimatyzacji.



No printing Day to akcja społeczno-ekologiczna zachęcająca do ograniczenia drukowania – przede wszystkim w miejscu pracy. Kontynuowana jest wewnątrz firmy **KPMG** oraz za pośrednictwem Facebooka. 2012 1500



Podczas **Zielonego Tygodnia w Polpharmie** pracownicy otrzymują praktyczne wskazówki dotyczące np.: odpadów, drugiego życia rzeczy, zdrowego stylu życia i jazdy na rowerze, oszczędzania energii i wody, postępowania z substancjami niebezpiecznymi. Organizowany jest także Dzień Otwarty,

kiedy zaprasza się do firmy społeczność lokalną i rodziny pracowników.



Stałym elementem strategii **ANWILU** jest troska o środowisko oraz edukacja ekologiczna. Konkurs **„Pan Karp zarybia Wisłę”** to wspólna inicjatywa – realizowana od 2015 r. – Towarzystwa Promocji Ryb oraz ANWILU, której celem jest podniesienie świadomości najmłodszych w zakresie znaczenia ryb dla ekosystemu.



LW Bogdanka, we współpracy z OTOP-em, prowadzi **ścieżkę edukacyjną „Nadrybie”**, wytyczoną wokół Zalewu Nadrybskiego – sztucznego zbiornika, który powstał w wyniku prowadzonych tam robót górniczych. Ścieżka umożliwia obserwację charakterystycznych gatunków zwierząt. Na terenie ścieżki prowadzone są lekcje przyrody i biologii oraz inne działania edukacyjne.



Akcja **Edukacja ekologiczna** polega na zbieraniu odpadów w miejscach wyznaczonych przez przedstawicieli urzędów miast. W tych działaniach uczestniczą pracownicy **PKN ORLEN** i ich rodziny. Akcje sprzątanía świata są połączone z zabawami dla dzieci, uczą je segregacji odpadów oraz utrwalają zasady właściwego postępowania.



Niebieskie Granty to konkurs grantowy dla organizacji pozarządowych oraz placówek edukacyjnych promujący zaangażowanie na rzecz ochrony środowiska. Realizowany jest przez **Volkswagen Poznań**.



Program **Z Kujawskim pomagamy pszczołom** realizowany przez **ZT „Kruszwickę”** składa się z 3 filarów. Zakładanie miejsc przyjaznych pszczołom aktywizuje lokalne społeczności do działań na rzecz pszczoł. Aktywna edukacja dzieci, młodzieży i wychowawców odbywa się w ramach Akademii Przyjaciół Pszczoł. Budowanie świadomości społecznej w mediach wieńczy zaś Wielki Dzień Pszczoł. Partnerem programu jest Fundacja Nasza Ziemia.

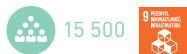


Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŚRODOWISKO

EKOBIURO

Nowy biurowiec centrali **Grupy Muszkieterów** otrzymał **Certyfikat „Zielone Biuro”**, przyznawany przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska. W biurowcu zainstalowano m.in. urządzenia ograniczające zużycie energii elektrycznej oraz zwiększono ilość odzyskiwanych materiałów. Wprowadzony został elektroniczny system obiegu dokumentów; instalacja grzewcza zaś ma regulator pogodowy, a temperatura w pomieszczeniach jest kontrolowana centralnie, tak aby ograniczyć zbędne zużycie energii.



PGE Polska Grupa Energetyczna otrzymała **certyfikat Zielonego Biura**. Jego wydanie poprzedzone było przeglądem środowiskowym budynku przy ul. Mysiej 2 w Warszawie, który został przeprowadzony przez niezależnego audytora z Fundacji Partnerstwo dla Środowiska. Certyfikat potwierdza, że firma ma opracowaną i wdrożoną politykę środowiskową, zarządza w sposób zrównoważony energią elektryczną, ciepłą, wodą i ściekami, ogranicza ilość odpadów w budynku, monitoruje zużycie surowców oraz prowadzi działania z zakresu edukacji ekologicznej skierowane do pracowników i interesariuszy. Certyfikacja Zielonego Biura prowadzona jest również w pozostałych spółkach Grupy.



ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych kontynuuje **proekologiczną politykę marketingową**: dąży do tego, aby spółdzielcy i doradcy korzystali z papieru pochodzącego w 100% z recyklingu. Wszystkie materiały marketingowe (wizytówki, plakaty, zaproszenia, teczki, notesy, koperty, kalendarze itd.) drukowane są na takim właśnie papierze.



W oddziałach **Banku Zachodniego WBK** wprowadzane są zmiany polegające na oszczędzaniu energii elektrycznej, segregacji odpadów, zakupie sprzętów przyjaznych środowisku, dodatkowo prowadzone są szkolenia dla pracowników z ekologicznego zarządzania placówką. W 2016 r. **certyfikat Zielone biuro** otrzymało kolejnych 17 oddziałów, w sumie jest ich już ...



Biura **ING Banku Śląskiego** w Katowicach przy ul. Sokolskiej 34 i Chorzowskiej 50 oraz w Warszawie przy ul. Puławskiej 2 mają certyfikaty **Zielonego Biura**.



System **e-dokumenty w ING Banku Śląskim** został wprowadzony w 2015 r. Dokumenty przychodzące do banku rejestrowane są i skanowane przez pracowników kancelarii, a następnie skany przesyłane są do właściwych jednostek. W dokumentacji wewnętrznej zastosowano m.in. elektronicz-

ną listę obecności, e-oświadczenia oraz e-rezerwację (delegacji, biletów, sałek spotkań).



Grupa Raben zachęca swoich klientów do zrezygnowania z papierowych wersji faktur na rzecz ich elektronicznych odpowiedników. Za każdą zgodę na otrzymywanie e-faktury firma sadzi drzewo w imieniu klienta. Do tej pory w ramach projektu **e-faktura=wyższa kultura** zostało posadzonych 7500 drzew, które zneutralizowały w całym cyklu życia 5 625 000 kg CO₂.



W ramach **modernizacji oddziałów i biur ING Banku Śląskiego** wdrożono rozwiązania techniczne i technologiczne zmniejszające zużycie energii (energooszczędne oprawy oświetleniowe, samoczynne systemy sterujące oświetleniem, reklamy zewnętrzne w technologii LED). Zdemontowano klimatyzatory z freonem i zastąpiono je urządzeniami wypełnionymi czynnikiem chłodzącym.



Segregację surowców wtórnych wdrożono w centralach **ING Banku Śląskiego**. Pracownicy mają również możliwość zbierania baterii oraz – w ramach umowy bezpiecznego niszczenia nośników danych – papieru i bezpiecznej makulatury, która jest poddawana w 100% recyklingowi.



W ramach programu **Zielone IT w Polpharmie** zużyty sprzęt komputerowy jest sprzedawany, a pozyskane w ten sposób środki są przeznaczane na inicjatywy społeczne i proekologiczne. Trwają prace nad wprowadzeniem elektronicznego obiegu większości korespondencji przychodzącej. W serwerowni stosuje się przez większą część roku chłodzenie z wykorzystaniem powietrza zewnętrznego (free cooling).



EKOBUDOWNICTWO

Firma **BIBUS MENOS** zbudowała nowy **biurowiec przyjazny środowisku**. Aby przedsięwzięcie wyróżniało się niskim poziomem eksploatacji mediów i było przyjazne dla środowiska, zastosowano oświetlenia LED polskiej produkcji, pompy ciepła, centrale wentylacyjne z systemem odzysku ciepła i schematy segregacji śmieci – wszystkie te struktury zintegrowano w Building Management System. Wykorzystane rozwiązania gwarantują obniżenie poboru energii elektrycznej i gazu.



„Barometr zdrowych domów 2016” to raport **Grupy VELUX i spółek siostrzanych** w Polsce przedstawiający, jak Polacy postrzegają swoje zdrowie, warunki domowe, czynniki które wpływają na ich samopoczucie oraz co ich motywuje do inwestycji w dom. W raporcie zawarte zostały wskazówki dotyczące dbania o środowisko domowe, tzw. 5 cech zdrowego domu. Dokument powstał w oparciu o badanie opinii i postaw, przeprowadzone przez Grupę VELUX w 14 krajach, wśród 14 tys. Europejczyków. Z inicjatywy polskiego przedstawiciela firmy został rozbudowany o pogłębioną analizę wyników badań dotyczących Polski.



PKP realizuje projekt **Innowacyjne Dworce Systemowe**, polegający na zastąpieniu niszczących obiektów dworcowych nowoczesnymi budynkami na podstawie ujednoczonego projektu, z wykorzystaniem zaawansowanych ekologicznych rozwiązań konstrukcyjnych. Należą do nich: pompy ciepła, system odzyskiwania ciepła, system odzyskiwania wody deszczowej (zielony dach), oświetlenie LED oraz panele słoneczne. Nowatorskim elementem jest zastosowanie dynamicznej iluminacji, czyli zintegrowanego systemu sprawiającego, że dworzec rozświetli się, sygnalizując przyjazd pociągu na stację. Obiekty są w pełni dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych. W ramach projektu IDS do użytku podróźnych oddano 4 dworce – w Strzelcach Krajeńskich, Ciechanowie, Mławie oraz Nasielsku.



DB Schenker uruchomiło pod Olsztynem i Zieloną Górą **dwa nowe, przyjazne środowisku terminale**. Od 2014 r. funkcjonuje także ekologiczny terminal pod Białymstokiem z certyfikatem BREEAM. Zastosowane w zielonych terminalach rozwiązania spełniają najwyższe normy pod względem oszczędności energii, redukcji emisji CO₂ (efektem jest oszczędność ok. 31 400 ton CO₂ rocznie), efektywnej gospodarki wodnej i cieplnej. Są to m.in. lampy LED i solarne, kolektory słoneczne podgrzewające wodę użytkową, zbiorniki na deszczówkę. Gromadzona woda deszczowa, która jest ponownie wykorzystywana w wodociągach, to ok. 7 tys. litrów. Zamontowano ekologiczne urządzenia grzewczo-wentylacyjne pozwalające na odzysk ciepła. Wszystkie terminale powstały z dala od centrów miast.



EKOEFEKTYWNOŚĆ

W **Grupie VELUX** obowiązuje **CUBE – bezpaletowy system pakowania, magazynowania i transportu okien**. Opiera się on na prostej koncepcji zmiany sposobu pakowania okien. Zamiast układać je na drewnianych paletach, są one sklepane po 7 lub 14 sztuk specjalnym środkiem na bazie wody. Taki

zestaw jest następnie oklejany folią wielokrotnego użytku. Konstrukcja przyjmuje kształt stabilnego sześcianu i stąd też pochodzi jego angielska nazwa – CUBE („kostka”). Dzięki zastosowaniu ekologicznego systemu CUBE możliwe są: redukcja emisji CO₂ podczas transportu (w skali europejskiej o 2 tys. ton rocznie), oszczędność paliwa i mniej przejazdów samochodów transportowych (łączna liczba przebytych kilometrów zredukowana o ok. 2,5 mln w skali roku).



Firma **PepsiCo** wdrożyła innowacyjne rozwiązania technologiczne pozwalające na **zmniejszenie zużycia energii i wody w czterech zakładach produkcyjnych w Polsce**. W dwóch z nich wprowadzony jest odzysk ciepła z linii produkcyjnych. Instalacja w Grodzisku Mazowieckim osiąga moc do 2 MW ciepła – tyle ile miejska kotłownia ogrzewająca 1 tys. domów jednorodzinnych. Odzyskanym ciepłem podgrzewane są zbiorniki oleju i woda oraz ogrzewane są budynki. Gromadzony jest także biogaz odpadowy ze ścieków po płukaniu ziemniaków. Jego spalanie pozwala zasilać linie produkcyjne oraz utrzymać procesy technologiczne w oczyszczalni ścieków. Dzięki temu w zakładzie zmniejszono zużycie prądu o 4,5%. W zakładach w Michrowie i Żninie ciepło generowane przez kompresory powietrza wykorzystywane jest do podgrzewania wody potrzebnej przy produkcji. W ciągu ostatnich 6 lat zakłady PepsiCo w Polsce obniżyły zużycie energii i wody na jednostkę gotowego produktu średnio o jedną czwartą.



W **Carrefour Polska** system nadzoru zużycia energii elektrycznej został zmodernizowany i rozbudowany o podliczniki mierzące zużycie energii poszczególnych rozwiązań. Unowocześniony **Evolution System w sklepach Carrefour** umożliwia ciągłą kontrolę zużycia energii i nadzór nad obciążeniami chwilowymi pod kątem badania przyczyn, a także pozwala wyeliminować niepotrzebnie załączone urządzenia oraz analizować czas ich pracy. System wskazuje największe źródła obciążeń oraz umożliwia analizę i eliminację nieekonomicznych przekroczeń składowych zużycia energii.



Jednym z proekologicznych rozwiązań stosowanych w **Carrefour Polska** jest system **FCH HVAC** (Free Cooling and Heating System), który zagospodarowuje wody podziemne do obniżenia lub podwyższenia temperatury powietrza w obiekcie. Urządzenia wykorzystują niskotemperaturową energię geotermalną zakumulowaną w gruncie i wodach podziemnych, a następnie przekazują energię do wymienników ciepła chłodu w centrach wentylacyjnych i odbiornikach chłodu. Dzięki systemowi FCH zużycie energii elektrycznej i cieplnej spada o 50%.



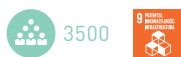
Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŚRODOWISKO

W **Grupie Agora** obowiązują **normy środowiskowe w drukarniach**. W Pionie Druku wdrożony został Zintegrowany System Zarządzania, oparty na normach: ISO 9001:2008 – dotyczącej zarządzania jakością; ISO 14001:2004 – odnoszącej się do zarządzania środowiskowego, oraz OHSAS 18001:2007 – obejmującej zarządzanie BHP. Drukarnie podjęły kroki na rzecz zmniejszenia zużycia zasobów i surowców oraz zminimalizowania strat technologicznych, a głównie strat papieru. Zwiększono do blisko 60% udział w produkcji papierów pochodzących w 100% z recyklingu. W drukarniach zainstalowano obieg wody lodowej umożliwiający wykorzystanie zewnętrznej temperatury jako czynnika chłodu. Zastosowano odzysk ciepła odpadowego, wykorzystywanego do ogrzewania wody użytkowej oraz do centralnego ogrzewania. Zamontowano strefowe wyłączniki oświetlenia, które oświetlają tylko pracujące urządzenia. Zmniejszono ilość wytwarzanej makulatury o 44,5 tony rok do roku. Wartość zaoszczędzonej emisji CO₂ w 2016 r. wyniosła 10 279 ton.



Investycja w **nowoczesną halę magazynowo-produkcyjną w fabryce VELUX w Namysłowie** wpłynęła na usprawnienie procesu produkcji, poprawę bezpieczeństwa pracy, a także szereg oszczędności w fabryce. Dzięki bliskości magazynu materiały i komponenty są dostarczane na czas na stanowiska produkcyjne dwóch linii jednocześnie, według ustalonej sekwencji produkcyjnej. Pozwala to operatorom skupić swoją uwagę na bezpieczeństwie, jakości oraz efektywności pracy. Korytarz rozładunkowy, oddzielony od magazynu ścianą, z dwiema bramami szybkobieżnymi, pozwala na sprawny rozładunek materiałów, poprawia bezpieczeństwo i warunki pracy oraz ogranicza straty ciepła, a tym samym – emisję CO₂. Dzięki nowej lokalizacji długość dróg transportowych została zmniejszona o ok. 14 tys. km rocznie.

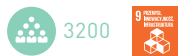


Volkswagen Poznań uruchomił pod Wrześnią **nową fabrykę modelu Volkswagen Crafter**. W trakcie budowy zakładu zorganizowano 10 spotkań konsultacyjnych ze społecznością lokalną, a każde z nich zgromadziło blisko 100 mieszkańców. Niemieckie Towarzystwo Zrównoważonego Budownictwa przyznało fabryce certyfikat DGNB najwyższego stopnia, co poświadcza wysokie ekologiczne i społeczno-społeczne standardy. Zastosowano m.in. roboty wydajne energetycznie i obiegowy przepływ wody w kabinie kontroli szczelności samochodu. 80% ciepła wytworzonego w trakcie procesów lakierniczych odzyskiwane jest poprzez rekuperację i wykorzystywane ponownie. Dzięki dwustopniowemu systemowi redukcji emisji lotnych będą one o ponad 40% niższe niż dopuszczalne normy w Polsce i UE.



Firma **DB Cargo Polska** przeprowadziła **termomodernizację hali produkcyjnej** w celu zmniejszenia emisji CO₂ oraz poprawy warunków pracy. Investycja polegała między innymi na demontażu i wykonaniu dociepleń ścian, wymianie okien i przeszkleń. Efektem modernizacji jest zmniejszenie zapotrzebowania na energię potrzebną do ogrzania hali, co wpływa

na redukcję emisji CO₂. Uzyskano także wzrost temperatury na hali o średnio 6 stopni w miesiącach zimowych.



Mostostal Warszawa wybudował **mosty kompozytowe wg technologii opracowanej w ramach projektu Com-bridge**. Powstały dwa takie mosty. W ich konstrukcji wykorzystano kompozyt włóknisty o osnowie polimerowej, powszechnie stosowany w przemyśle kosmicznym i lotniczym. Zaletą kompozytów są niższe koszty utrzymania wykonanych z nich konstrukcji. Nie ulegają one korozji jak stal ani erozji jak beton. Przekłada się to na dłuższy komfort użytkowania takich obiektów, a większa trwałość pozwala na oszczędności. Mosty te wypadają korzystniej od budowanych tradycyjnie, biorąc pod uwagę tzw. cykl życia obiektu zarówno pod względem kosztów (LCCA), jak i względów środowiskowych i społecznych (LCA).



TAURON Polska Energia prowadzi działania mające na celu **zagospodarowanie ubocznych produktów wydobycia**. W ostatnim czasie dla TAURON Wydobycie wiodącym kierunkiem zagospodarowania odpadów wydobywczych są inwestycje na bazie kruszyw, polegające na budowie obiektów nadpoziomowych, użyteczności publicznej z zagospodarowaniem rekreacyjnym, sportowym, edukacyjnym i kulturowo-kontemplacyjnym. Dzięki temu możliwe jest dostarczenie rozrywki i wypoczynku społecznościom gmin związanym z funkcjonowaniem kopalń TAURON Wydobycie.



Bank Gospodarstwa Krajowego realizuje ideę **Banku EKO-logicznego**. Pracownicy są zachęceni do zwracania większej uwagi na to, co drukują i w jaki sposób. Zorganizowano także 2 konkursy. W indywidualnym pracownicy przesyłali zdjęcia pokazujące, jak spędzają wakacje w sposób ekologiczny. W konkursie departamentowym celem było jak największe ograniczenie wydruków w ramach danej jednostki w określonym czasie. Powstał katalog dobrych praktyk dla pracowników. Dzięki wprowadzonym rozwiązaniom zmniejszono liczbę wydruków o prawie 900 tys. w stosunku do analogicznego okresu w 2015 r.



Za pomocą **autorskiej metody kategoryzacji produktów według kryteriów zrównoważonego rozwoju – Metody Sustainable Solution Steering** – analizuje się, w jaki sposób produkty **BASF** przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju. Pozwala to na odróżnienie wyrobów innowacyjnych i wpisujących się w strategię od tych, które nie spełniają kryteriów odpowiedzialnego i zrównoważonego rozwoju.



Program Oszczędzania Energii realizowany w zakładach produkcyjnych **Polpharmy** polega na edukacji pracowników, prowadzeniu działań technicznych oraz organizacyjnych zmierzających do redukcji zużycia energii. Każda inicjatywa optymalizująca zużycie energii poprzedzona jest analizą techniczno-ekonomiczną, a efekty rozwiązań są monitorowane za pomocą audytów kontrolnych oraz danych pomiarowych z systemów automatyki, zainstalowanych w infrastrukturze technicznej zakładu.



2014

1900

Nagroda Zielonego Procesu ustanowiona została w 2008 r. w celu docenienia inicjatyw pracowników **Polpharmy**, które przyczyniają się do ograniczania negatywnego wpływu firmy na środowisko i poprawy ekologiczności prowadzonych procesów. Poza wyróżnieniem, nagrodami są premie finansowe oraz możliwość zasadzenia własnego drzewa na terenie firmy.



2013

1900

EKOPRODUKTY

Firma **LPP** zrezygnowała z naturalnych futer. Mimo że nie były one wykorzystywane w kolekcjach marek LPP na szeroką skalę, stanowiły wykończenie wybranych modeli odzieży i akcesoriów. Latem 2016 r. LPP zawarło porozumienie z organizacją „Otwarte Klatki”, w ramach którego przystąpiło do międzynarodowej inicjatywy Fur Free Retailer. Firma zadeklarowała tym samym, że nigdy nie będzie już wykorzystywać tego surowca. Modele wyprodukowane wcześniej przekazano na cele charytatywne – trafiły one do gdańskich placówek wspierających kobiety w trudnej sytuacji życiowej.



1700



W ramach praktyki **odpowiedzialny potów z Carrefour** firma **Carrefour Polska** promuje sprzedaż ryb certyfikowanych i od lokalnych dostawców oraz wspiera polskich hodowców i rybaków we wdrażaniu praktyk ograniczających wpływ ich działalności na środowisko naturalne. Sieć zwiększa ofertę ryb pochodzących ze zrównoważonych połowów morskich i stódkowodnych oraz hodowli prowadzonych w sposób odpowiedzialny. Carrefour wzmacnia współpracę z kluczowymi organizacjami działającymi na rzecz ochrony ekosystemów wodnych, a także prowadzi działania edukacyjne skierowane do partnerów biznesowych.

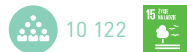


16 000



W wszystkich spółkach Grupy Kingfisher, w tym w **Castorama Polska**, obowiązuje wspólna „Standardowa polityka dotycząca drewna i papieru”. **Drewno** pozyski-

wane jest ze źródeł zarządzanych w sposób odpowiedzialny. Polityka obowiązuje także do podejmowania określonych działań związanych z zakupami towarów zawierających drewno. Do obowiązków można zaliczyć między innymi określanie pochodzenia, objętości, gatunku i statusu prawnego towarów z drewna czy wprowadzanie planów działań, które pozwalają zarządzać ryzykiem powiązanych z towarami z drewna.



10 122



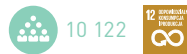
Gama produktów „**Jakość z Natury Carrefour**” została opracowana we współpracy **Carrefour Polska** z polskimi rolnikami, hodowcami i producentami. Tworzą ją artykuły najwyższej jakości, których proces produkcji identyfikowalny jest „od pola do talerza”. Dostawcy dostarczają do sklepów produkty pochodzące z ekologicznie czystych terenów, wytworzone z poszanowaniem środowiska naturalnego, troszcząc się o dobrostan roślin i zwierząt. Blisko 80% dostawców współpracuje z Carrefour niezmiennie od chwili zawarcia pierwszych kontraktów.



16 000



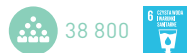
Grupa Kingfisher, w tym **Castorama Polska**, chce oferować produkty, które mają pozytywny bądź znacznie mniej negatywny wpływ na planetę. W tym celu stworzono **Wytyczne dotyczące Produktów dla Zrównoważonych Domów**, wspierające pracowników w poprawie wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju w istniejących kategoriach oraz przeobrażeniu asortymentu produktów. Efektywność praktyki mierzona jest co pół roku, poprzez przygotowanie dokładnego raportu, który określa kategorię produktu, parametry, dzięki którym został zakwalifikowany, a także wartość sprzedaży.



10 122



PGE Polska Grupa Energetyczna wprowadziła ofertę sprzedaży energii elektrycznej „**Naturalnie, że energia**”, stanowiącą odpowiedź na potrzeby firm, które coraz częściej zwracają uwagę na to, skąd pochodzą wykorzystywane przez nie produkty i surowce. Jest to nowa oferta sprzedaży energii elektrycznej pochodzącej ze źródeł odnawialnych. Odbiorca końcowy otrzymuje Gwarancje Pochodzenia energii elektrycznej z odnawialnych źródeł energii, wydawane przez prezesa Urzędu Regulacji Energetyki.



38 800



Dzięki podpisanej wspólnie przez **Bank Zachodni WBK** oraz Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju umowie, BZ WBK przystąpił do Polskiego Programu Finansowania Efektywności Energetycznej i przyznaje **Kredyt na EKOREMONT**. Celem programu jest wsparcie w postaci kredytu gotówkowego na atrakcyjnych warunkach właścicieli



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŚRODOWISKO

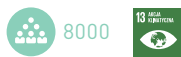
mieszkań i domów mieszkalnych w modernizacjach i remontach poprawiających komfort mieszkania oraz podniesienie efektywności energetycznej budynków.



11 000

PROGRAMY PROŚRODOWISKOWE

W **ING Banku Śląskim** powstał długofalowy program, który promuje i wdraża konkretne ekorozwiązania mające bezpośrednie przełożenie na jakość środowiska naturalnego. W ramach praktyki podjęto decyzję o zakupie certyfikatów świadczących o pochodzeniu energii. Przyczyniło się to do pozyskania 100% **zielonej energii** w przypadku energii elektrycznej oraz zmniejszenia emisji CO₂.



8000

ERGO Hestia wydzierżawiła od miasta teren nieużytków. Stworzono na nim – zaprojektowany zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju – kompleks parkowo-parkingowy, który udostępniono pracownikom firmy i mieszkańcom miasta. Uroczyste otwarcie **Parku Hestii** we wrześniu 2016 r. zwińczyło oficjalne obchody 25-lecia ERGO Hestii. Park zajmuje ponad 2 ha. Posadzono w nim prawie 60 tys. krzewów, bylin, traw i róż, w tym ponad 20 gatunków miododajnych roślin oraz ponad 130 wietoletnich drzew.



1997

Firma **Jantar** we współpracy z Towarzystwem Sportów Górskich Młóckarnia zorganizowała w październiku 2016 r. akcję **Czyste Beskidy**, mającą na celu wspólne sprzątnięcie i opiekę nad beskidzkimi terenami górskimi. Działania objęły okolice Worka Raczańskiego, w tym schroniska na Hali Lipowskiej, Rysiance, Krawcowym Wierchu, Wielkiej Raczy, Rycerzowej i Przegibku. Akcja opierała się przede wszystkim na wolontariackiej pracy ochotników z całej Polski. W ramach wydarzenia nawiązano partnerstwo z przedsiębiorcami, organizacjami i lokalnymi władzami. W pierwszej akcji Czyste Beskidy udział wzięło 150 osób, które zebrały ponad tonę śmieci.



90

Ekologiczni Bohaterowie to projekt **Credit Suisse**, będący odpowiedzią na problem zaśmieconych brzegów Odry we Wrocławiu. Firma organizuje regularne akcje sprzątnięcia terenów zielonych w mieście z udziałem organizacji miejskich. Działaniom towarzyszą programy edukacyjne realizowane wśród pracowników Credit Suisse oraz innych zaangażowanych osób. Od początku trwania inicjatywy (czerwiec 2015 r.) zorganizowano 20 akcji sprzątnięcia brzegów Odry, w których uczestniczyło ok. 700 wolontariuszy. Zebrano ok. 10,5 tony śmieci.



4000

W ramach wolontariatu akcyjnego **PKN ORLEN**, pracownicy uczestniczą w cyklicznych projektach organizowanych przez firmę pod hasłem „Mamy energię. Pomagamy”. W 2016 r. dwukrotnie prowadzono działania na rzecz środowiska. **Eko Wolontariat** przeprowadzono w Płocku i Warszawie. W Płocku Wolontariusze ORLENU wraz z rodzinami porządkowali tereny skarpy nad Wisłą i Zalewem Sobótką. W stolicy odbudowywali część naturalnego ekosystemu w Rezerwacie Przyrody nad Jeziorkiem Czerniakowskim. Łącznie w obu wydarzeniach wzięło udział 144 wolontariuszy.



4751

Akcja **Fotoporządki** została przeprowadzona z okazji Dnia Sprzątnięcia Świata i była skierowana do wszystkich pracowników **Grupy Polpharma** w Polsce. W ramach projektu pracownicy przesyłali do Działu Zrównoważonego Rozwoju i Ochrony Środowiska zdjęcia zaśmieconych miejsc, które napotkali podczas spacerów lub codziennie pokonywanych tras oraz podawali ich lokalizację. Organizatorzy akcji przekazywali te informacje odpowiednim służbom. Sprzątnięcie odpadów monitorowały osoby, które je zgłosiły, lub organizatorzy akcji. Po 3 miesiącach od przekazania informacji o nielegalnie wyrzuconych odpadach 60% miejsc zostało posprzątniętych.



1900

Polskie Linie Lotnicze LOT prowadzi świadomą politykę paliwową, pozwalającą na optymalne zużycie paliwa w cyklach startu, przelotu i lądowania, co jednocześnie przekłada się na **redukcję emisji CO₂** do atmosfery. LOT stale rozwija flotę o samoloty o lżejszej konstrukcji i nowocześniejszej technologii, które spalają mniej paliwa, emitując mniej CO₂ i 40% mniej hałasu. LOT uczestniczy również w systemie handlu uprawnieniami do emisji gazów cieplarnianych, który jest podstawowym instrumentem stosowanym w celu ograniczenia ilości emisji do atmosfery.



400

Program lojalnościowy **Ekoaktywni.com** to inicjatywa **Rhenus Data Office Polska**. Przystępując do niego, użytkownicy zbierają punkty, które mogą przeznaczyć na akcje związane z ochroną ptaków realizowane przez OTOP. Rhenus Data Office Polska realizuje systemowe rozwiązania w obszarze bezpiecznego niszczenia dokumentów – zniszczony papier zostaje przekazany do recyklingu. W 2015 r. firma zniszczył 12 tys. ton dokumentów, co przekłada się na uratowanie 312 tys. dojrzałych drzew.



100

Inicjatywa **Be green@Cognifide** firmy **Cognifide Polska** obejmuje proekologiczne działania. Na potrzeby edukacji proekologicznej przygotowano serię 9 filmów, w których wystąpili pracownicy firmy. Pokazano w nich sposoby dbania o środowisko w codziennej pracy biurowej. Filmy zamieszczano na kanale YouTube. Firma zachęca także do zrównoważonego transportu i wybierania roweru zamiast samochodu. W biurze istnieje monitorowany parking i infrastruktura

sanitarna dla rowerzystów, a w sezonie rowerowym regularnie odbywają się bezpłatne serwisy. W ramach obchodów Światowego Dnia Drzewa w biurze zorganizowano Tydzień Drzewa.



SITECH przystąpił do projektu **Think Blue. Factory**. Jego celem jest redukcja odpadów, energii, wody i CO₂ o 25% do roku 2018. Firma prowadzi działania mające na celu ochronę środowiska: segregacja odpadów, ograniczanie liczby wydruków poprzez wprowadzenie elektronicznego obiegu dokumentów, sadzenie drzew i sprzątanie lasów. Wspólnie z Nadleśnictwem Przemków SITECH organizuje konkurs wiedzy ekologicznej „Bystrzak” dla dzieci z okolicznej szkoły. W firmie na bieżąco monitorowane są wskaźniki zużycia wody, prądu, emisji CO₂ oraz odpadów, a także poziom hałasu.



PKP CARGO S.A. prowadzi **odpowiedzialne działania w obszarze ochrony środowiska**. Obejmują one: wdrożenie i utrzymywanie zintegrowanego systemu zarządzania w oparciu o PN-EN ISO 14001:2005; edukację ekologiczną i angażowanie pracowników w zrównoważony rozwój; współpracę międzynarodową; szkolenie i nadzór nad przewozem towarów niebezpiecznych; zakup lokomotyw wielosystemowych i modernizację lokomotyw spalinowych; nowoczesne zaplecze utrzymaniowe i naprawcze – termomodernizacja, uszczelnienie procesów związanych z emisjami do powietrza i powierzchni ziemi; a także oszczędne gospodarowanie zasobami.



Raport Ekologiczny Banku Ochrony Środowiska prezentuje proekologiczną działalność banku. Sporządzany jest nieprzerwanie od 1998 r.



Gospodarowanie odpadami BIO w Carrefour Polska polega na przekazywaniu odpadów organicznych do lokalnych kompostowni, gdzie pozyskuje się z nich kompost stosowany do rekultywacji terenów zdegradowanych i do celów rolniczych. W 2016 r. dzięki tej inicjatywie Carrefour ograniczył masę odpadów kierowanych na składowisko o ponad 2500 ton. W projekcie bierze udział blisko 90 sklepów.



Projekt **Kierunek Bałtyk** spina aktywność ekologiczną **Grupy LOTOS** realizowaną zarówno w ramach programu „LOTOS pomaga bałtyckiej przyrodzie”, jak i „Chronimy

Naturę na Wyspie Sobieszewskiej”. Głównym celem działań jest restytucja i ochrona takich gatunków ssaków, jak morświn i foka szara oraz ptaków (m.in. rybitwy czubatej).



Polpharma jako firma farmaceutyczna, prowadząca także produkcję chemiczną, dzieliła się wiedzą i dobrymi praktykami z zakresu ochrony środowiska z firmami z całej Polski podczas zorganizowanego w latach 2014–2015 cyklu spotkań „Porozmawiajmy o środowisku”. W 2016 r. Polpharma przyjęła rolę partnera, a głównym organizatorem była firma LOTOS.



PKN ORLEN w ramach zrekompensowania wycinki drzew i krzewów na obszarach przemysłowych realizuje program **nasadzeń kompensacyjnych** na terenach dostępnych mieszkańcom. W 2016 r. posadzono 1191 drzew i 292 krzewy.



PKN ORLEN realizuje deklarowane co roku zadania w ramach **Programu Odpowiedzialność i Troska**. Jest to światowa inicjatywa przemysłu chemicznego zobowiązująca zakłady chemiczne do wspólnej pracy w osiąganiu ciągłej poprawy w zakresie bezpieczeństwa, zdrowia i ochrony środowiska (tzw. triada HSE) oraz otwartej komunikacji o swoich działaniach.



Akcja **Dzień Ziemi w Stanley Black & Decker Polska** łączy inicjatywy: ECOlogical training (edukacja ekologiczna i warsztaty umiejętności praktycznych) oraz ECOSmart (projekty ekologiczne pracowników). Ma na celu uświadomienie pracownikom wpływu działalności firmy oraz ich samych na środowisko naturalne.



Volkswagen Poznań w ramach inicjatywy **Thnik Blue. Factory** zobowiązał się do obniżenia o 25% pięciu głównych wskaźników środowiskowych do 2018 r., w porównaniu ze stanem z 2010 r. Tymi wskaźnikami są: woda, energia, ilość odpadów, emisje CO₂ oraz lotnych związków organicznych.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŚRODOWISKO

RECYKLING

Technologia mechaniczno-ciepłego przetwarzania odpadów RotoSTERIL, opracowana przez **Bioelektro Group**, została zaprojektowana w celu maksymalnie efektywnego wydzielenia ze zmieszanych odpadów wszystkich surowców wtórnych, w tym biomasy. RotoSTERIL polega na połączeniu sterylizacji i mechanicznego sortowania. Technologia pozwala na odzysk aż 96% zmieszanych odpadów komunalnych i recykling na poziomie 65%. Ogranicza składowanie do 4%. Na skuteczność procesu nie wpływa zastosowany system wstępnej segregacji.



W ramach praktyki **Upcykling Marki** platforma Dekoeko.com rozpoczęła współpracę z firmami i organizacjami w zakresie wypracowywania innowacyjnych rozwiązań na wykorzystanie generowanych przez przedsiębiorstwa odpadów na cele użytkowe, edukacyjne, społeczne bądź wizerunkowe. Upcykling Marki **DEKO EKO** obejmuje: analizę generowanych przez firmę odpadów pod kątem upcyklingu oraz potrzeb i możliwości firmy w zakresie działań i produktów pochodzących z recyklingu; testy wyselekcjonowanych materiałów odpadowych, prototypy, prezentację pomysłów i koncepcji kreatywnych; a także produkcję i wdrożenie.



Grupa Żywiec promowała upcykling w strefie **Enjoy Heineken Responsibly** na Festiwalu **Open'er**. Uczestnicy imprezy wymieniali zebrane przez siebie plastikowe jednorazowe kubeczki na nagrody. Odwiedzający stoisko mogli podziwiać wystawę prac artystki upcyklingowej oraz wziąć udział w warsztatach z upcyklingu. Dodatkowo sama konstrukcja strefy była stworzona w dużej mierze z odpadów, tak aby pokazać, iż można je powtórnie wykorzystać. W ciągu czterech dni funkcjonowania strefy zebrano 164 900 jednorazowych plastikowych kubków. Uczestnicy wymienili je na 1612 gadżetów festiwalowych.



Od 2010 r. sieć sklepów **Biedronka**, należąca do **Jeronimo Martins Polska**, wspólnie z partnerami handlowymi organizuje akcję zbiórki surowców. Każdy, kto do wybranych sklepów Biedronka przyniesie określoną liczbę odpadowych opakowań, otrzymuje upominek. „**Ekologiczni z natury**” to hasło 8. edycji akcji przeprowadzonej w 2016 r. Zorganizowano 2 zbiórki: odpadów szklanych oraz zużytych baterii. Współorganizatorami akcji byli Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań oraz Duracell Poland. W 2016 r. zebrano 16 640 kg szkła i 1242,6 kg baterii. Rozdano ponad 23 tys. wrzosek. W ciągu 8 edycji akcji zebrano w sumie 155 077 kg szkła, 1069 kg aluminium i 1242,6 kg baterii.



„**Drzewko za butelkę**” to akcja zainicjowana w 2003 r. przez firmy chemiczne realizujące Program „Odpowiedzialność

i Troska”. Ideą akcji, w której bierze udział m.in. **Grupa Azoty Putawy**, jest dbanie o środowisko poprzez zbieranie zamieszcających otoczenie plastikowych butelek PET.



W ramach praktyki **Reduce-Reuse-Recycle** firma **PwC** współpracuje z Fundacją Praw Dziecka i Fundacją Family for Family, za których pośrednictwem pracownicy mogą przekazać odzież, sprzęt sportowy, książki itp. rodzinom będącym w trudnej sytuacji materialnej.



ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT

W **Carrefour Polska** podjęto działania na rzecz **zrównoważonego transportu**. Wprowadzono Transport Management System, którego celem jest optymalizowanie całego transportu sieci Carrefour i komunikowanie ze sobą wszystkich elementów łańcucha dostaw. Zmniejszono liczbę pustych przejazdów ciężarówek oraz zoptymalizowano załadunek samochodów. By ograniczyć powroty pustych ciężarówek, Carrefour nawiązał współpracę z dostawcami, oferując im usługi transportowe. Backhauling stanowi między 20 a 30% aktywności transportowej. Oznacza to 25–35% mniej pustych przejazdów na trasie ze sklepu do magazynów. Dzięki Transport Management System w 2016 r. zredukowano wielkość wskaźnika (km/box) o 3,69% w porównaniu do 2015 r. w hiper- i supermarketach.



DB Cargo Polska w **Dzień bez Samochodu** organizuje **konkurs dla pracowników**, którzy wybierają inny środek transportu niż własny samochód. Ci, którzy potwierdzą taki wybór, nadsyłając skany biletów komunikacji, zdjęcia z podróży do pracy bądź skany z aplikacji rejestrujących aktywność fizyczną, są nagradzani upominkami firmowymi.

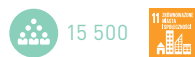


ING Bank Śląski promuje **carpooling**, czyli **wspólne dojazdy do pracy**. W banku funkcjonuje korporacyjny serwis intranetowy skupiający osoby podróżujące na tych samych trasach. W ramach praktyki w serwisie zgłoszonych zostało 29 najpopularniejszych, wspólnych tras, którymi podróżują pracownicy banku. Utworzenie serwisu Carpooling miało na celu podniesienie świadomości ekologicznej pracowników w obszarze niskiej emisji CO₂ i śladu węglowego.



Centrala **Grupy Muszkieterów** w Polsce mieści się w Swadzimiu – miejscowości oddalonej ok. 15 km od centrum Poznania. Aby ułatwić pracownikom podróż do biura, stworzono specjalną **internetową platformę do organizowania wspólnych dojazdów do pracy**. Pracownicy, którzy korzystają

na co dzień z auta, mogą zaproponować kolegom miejsce w swoim samochodzie. Dotychczas z platformy skorzystało ok. 10% pracowników.



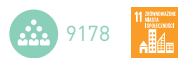
W 2016 r. **Grupa Polpharma** poprzez **wspólne podróże służbowe** wdrożyła zasadę efektywnego wykorzystania transportu. Zmodyfikowano elektroniczny rejestr delegacji, który teraz obejmuje wszystkie oddziały w Polsce. W systemie delegacji BTM, deklarując wyjazd samochodem firmowym, można zaznaczyć informację o możliwości zabrania współpasażera jadącego w tym samym kierunku. W 2016 r. w przypadku 10,5% delegacji pracownicy zaoferowali możliwość odbycia wspólnej podróży służbowej.



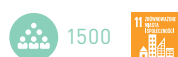
Efektem wdrażania polityki środowiskowej w **PwC** jest między innymi **promocja transportu rowerowego**. W celu zachęcenia pracowników do podróży jednośladem do i z pracy, firma udostępnia w biurze: prysznice, zadaszony i chroniony parking dla rowerów, skrzynkę z narzędziami do drobnych napraw oraz specjalne pojemniki na przechowywanie sprzętu i ubrań. W firmie obchodzą Międzynarodowy Dzień bez Samochodu, zaproszono prelegentów mówiących o bezpieczeństwie rowerzystów w mieście oraz o kolarskiej kulturze i podróżach rowerowych. Tego dnia pracownicy mieli możliwość oddać rower do serwisu, dowiedzieć się w jaki sposób dbać o niego i jak zabezpieczyć go przed sezonem zimowym.



W firmie **Pelion** 22 września obchodzono **Dzień Bez Samochodu**. Zachęcano pracowników wszystkich spółek do działania na rzecz środowiska poprzez korzystanie z alternatywnych środków lokomocji, w tym transportu miejskiego i roweru, a także carpoolingu, czyli wspólnych dojazdów do pracy. Na potrzeby akcji zaprojektowano specjalny plakat, który wisiał w firmie w widocznych miejscach. Pracownicy, którzy przyjechali do pracy rowerem, przesyłali do organizatorów Eko Zespołu zdjęcia ze swoim jednośladem.



Celem projektu **Bike2work** firmy **KPMG** było zachęcenie pracowników do przyjeżdżania do pracy na rowerze – własnym bądź miejskim. Akcja miała spowodować zmianę w nastawieniu pracowników do dojeżdżania do pracy.



ERGO Hestia monitoruje ślad węglowy i wdraża projekty wpływające na obniżenie jego poziomu – jednym z nich jest **Eko Transport**. W 2016 r. firma rozpoczęła wymianę floty likwidatorów mobilnych na samochody hybrydowe, kupując ponad 200 takich aut, co stanowi 36% całej floty. Dzięki temu zredukowano emisję spalin do atmosfery o ponad jedną trzecią. Użytkownicy floty wzięli udział w szkoleniu z ekojazdy. Pracownicy sopockiej centrali ERGO Hestii mogą korzystać z dedykowanych miejsc parkingowych, jeśli w ramach carpoolingu zabierają swoim samochodem do pracy co najmniej jednego innego pracownika firmy. Dla pracowników dojeżdżających rowerami otworzono specjalny parking, wyposażony w szatnie i prysznice a każdy z rowerzystów otrzymuje bezpłatny obiad.



Dzięki **nowej flocie samochodowej Sanofi** minimalizuje wpływ na środowisko naturalne. Samochody służbowe (433 pojazdy w 2016 r.) wymieniono na takie, które zużywają mniej paliwa. Pozwoliło to na obniżenie emisji CO₂ o 20% w stosunku do starej floty.



Pracownicy **Banku BGŻ BNP Paribas** zachęceni są do przesiadania się z samochodów na rowery, przyczyniając się tym samym do **ograniczenia emisji CO₂**. Motywowani są akcjami, takimi jak Dobre Kilometry, Dzień bez Samochodu oraz Dni CSR.



W ramach praktyki **Dni Rowerowe** wolontariusze **Hewlett Packard Enterprise** propagują bezpieczne poruszanie się rowerem po mieście. Przed rozpoczęciem sezonu letniego firma oferuje bezpłatne przeglądy techniczne rowerów dla pracowników. Dodatkowo, podobnie jak w latach ubiegłych, w 2016 r. pracownicy HPE wzięli udział w European Cycling Challenge.



Standaryzacja floty samochodowej ING Banku Śląskiego miała na celu ograniczenie leasingowania samochodów charakteryzujących się wysoką pojemnością silników, a co za tym idzie wysoką emisją spalin i CO₂. Wystandaryzowano pojemności silników, mając na uwadze obowiązujące normy emisji spalin Euro 5 oraz Euro 6.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŚRODOWISKO

Pomarańczowy rower to projekt promujący aktywność fizyczną pracowników **ING Banku Śląskiego** i ograniczenie transportu samochodowego.



Polpharma włącza się w lokalne obchody **Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu**, zachęcając do korzystania z roweru na co dzień. Organizowane są bezpłatne przeglądy rowerowe dla pracowników i mieszkańców wykonywane przez Grupę Kolarską Starogard Gdański. Przygotowany został skrócony Kodeks drogowy dla rowerzystów oraz cyklicznie jest organizowana debata pt. „Pieszcy, kierowca, rowerzysta – wspólna przestrzeń”.



Celem praktyki **promocja transportu publicznego – Zielone bilety** jest zachęcenie pracowników **Polpharmy** do korzystania z dojazdów do pracy publicznymi środkami transportu. Praktyka polega na dopłatach do biletów miesięcznych w postaci punktów. Co miesiąc każda osoba, która przedstawi kopię imiennego biletu miesięcznego, jest nagradzana 20 punktami, które może wymienić na nagrody rzeczowe, bilety do kina lub inne dostępne w systemie benefity.



Misją realizowanej od 2011 r. praktyki **Wszyscy na rowery** jest motywowanie pracowników **Polpharmy** do regularnych dojazdów rowerem do pracy. W tym celu zbudowano parkingi rowerowe bezpośrednio przy stanowiskach pracy. Każdy zarejestrowany przyjazd na rowerze jest nagradzany punktami w Systemie Kafeteryjnym MyBenefit. W 2016 r. na rowerze dojeżdżało do pracy 520 osób ze wszystkich zakładów Grupy w Polsce.



DB Schenker udostępnia swoim klientom narzędzia, które ułatwiają monitorowanie wpływu, jaki wywierają na środowisko przewożone przez nich przesyłki. Są to **ekokalkulator i raport emisji**. Pierwszy z nich pomaga w wyborze korzystniejszego rozwiązania transportowego pod kątem środowiskowym. Raporty emisji udostępniają informacje na temat emitowania podstawowych zanieczyszczeń podczas transportu przesyłek.



DB Schenker prowadzi **szkolenia z zakresu bezpiecznej i ekonomicznej jazdy** dla przewoźników i kurierów. W ich trakcie dostawcy mogą dowiedzieć się m.in. o sposobach doskonalenia techniki jazdy, tak aby zużywać jak najmniej paliwa. Do tej pory przeszkolono 4687 kierowców. Zwieńczeniem kursów są Mistrzostwa Bezpiecznej i Ekonomicznej Jazdy, które odbyły się już siedmiokrotnie.



Firmowa **flota samochodowa T-Mobile Polska** wzbogacona została o **auta elektryczne**, nieemitujące CO₂, zużywające mniej materiałów eksploatacyjnych oraz generujące niższe koszty i niski poziom hałasu.



Wymiana floty samochodów ciężarowych (na modele spełniające kryteria Euro VI) oraz osobowych (na przyjazną środowisku rodzinę ecoFLEX) pozwoliła firmie **Uni-logistics** na zmniejszenie emisji tlenków azotu o 80% oraz o 66% emisji cząstek stałych. Ponadto zwiększono udział transportu intermodalnego w transporcie drogowym obsługiwany przez firmę, szczególnie w zakresie przewozu kontenerów z i do portów morskich.





Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki



UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE



28 praktyk nowych

17 praktyk długoletnich

33 firmy

W obszarze uczciwe praktyki operacyjne opisanych zostało 28 nowych i 17 długoletnich praktyk (w zeszłym roku – 22 i 19). Wśród zaprezentowanych działań liczbowo zdecydowanie przeważają edukacja rynku i relacje z dostawcami.





Firmy coraz częściej decydują się na podejmowanie działań mających na celu promocję społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju wśród swoich interesariuszy. Organizują śniadania biznesowe, konferencje i innego rodzaju wydarzenia, na które zapraszają klientów, partnerów biznesowych bądź społeczności lokalne. Podejmowana tematyka to dobre praktyki z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, ale także kwestia zarządzania różnorodnością w miejscu pracy czy gospodarka obiegu zamkniętego (temat niezwykle istotny, coraz bardziej popularny na świecie, a w Polsce do tej pory prawie nieobecny). Drugi typ realizowanych inicjatyw to praktyki ukierunkowane na edukację rynku z obszarów, w których dana firma się specjalizuje. Sieć handlowa podejmuje problem marnowania żywności, a agencja pośrednictwa pracy edukuje grupę pracowników w kwestii przystępujących im praw.

Cieszy to, że coraz więcej firm w Polsce podejmuje działania, których celem jest poprawa relacji z dostawcami. Są to zarówno inicjatywy stawiające na rozwój, doskonalenie dostawców, jak i tworzenie dokumentów i polityk porządkujących wzajemne relacje. Niezwykle cenne są wszelkie działania, poprzez które firmy promują zasady CSR wśród swoich dostawców. Powoli standardem staje się to, że duże korporacje traktujące serio swoją odpowiedzialność wobec społeczeństwa i środowiska wymagają przestrzegania takich samych zasad przez swoich podwykonawców. Wymagania z zakresu zrównoważonego rozwoju włączane są do procesów przetargowych,

a już wybrani dostawcy edukowani są na temat tego, w jaki sposób mogą realizować zasady CSR w prowadzonych przez siebie działaniach.

Równie ważny aspekt, którym chwali się firmy, to włączanie do grona swoich dostawców przedsiębiorstw społecznych. Dotyczy to np. usług cateringu bądź odbioru odpadów.

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2016 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 18

W ramach **Tygodnia Odpowiedzialnego Biznesu** firma szkoleniowo-doradcza **CSRinfo** zorganizowała cykl bezpłatnych projektów związanych z odpowiedzialnym biznesem i zrównoważonym rozwojem. Celem inicjatywy było inspirowanie przedsiębiorców z całej Polski poprzez spotkania, prezentacje oraz panele ekspertów do wdrożenia praktyk odpowiedzialnego biznesu w swojej działalności. W 2016 r. w ciągu 5 dni w 5 miastach (w Warszawie, Poznaniu, Katowicach, Gdańsku i we Wrocławiu) odbyło się 5 eventów, podczas których wystąpiło 28 prelegentów. Na wydarzenia zarejestrowało się prawie 400 uczestników.



EDUKACJA RYNKU

Dzień Innowacji i Zrównoważonego Rozwoju został przygotowany przez firmę **BASF Polska** w maju 2016 r. na terenie organizacji partnerskiej – Wrocławskiego Centrum Badań EIT+. Wydarzenie zgromadziło ok. 200 partnerów biznesowych oraz przedstawicieli przemysłu chemicznego, organizacji branżowych, administracji i mediów. Jego celem było pobudzenie dialogu z interesariuszami firmy, dotyczącego roli współczesnego biznesu w odpowiadaniu na najważniejsze wyzwania społeczne, gospodarcze i środowiskowe. Dzięki tej inicjatywie firma chciała ukazać, co w praktyce oznacza dla niej strategiczne przesłanie „tworzymy chemię dla zrównoważonego rozwoju”.



W 2017 r. wszedł w życie obowiązek ujawniania danych niefinansowych dla dużych spółek. **CSRinfo** opublikowało w 2016 r. analizę „**Raportowanie niefinansowe w Polsce**”. Zestawienie obejmuje 314 raportów niefinansowych opublikowanych w ostatnich 10 latach, zarejestrowanych na stronie www.rejestrreportow.pl. W badaniu przeanalizowano liczbę raportujących organizacji, liczbę opublikowanych raportów w kolejnych latach, popularność raportów niefinansowych wśród branż, a także standardy stosowane w raportach i popularność najbardziej znanego spośród nich – Global Reporting Initiative.



Zmiany w ustawie o rachunkowości z 2017 r. pociągają za sobą wdrożenie nowego procesu oraz przygotowanie sprawozdań finansowych na międzynarodowym poziomie. Grupa robocza ds. monitorowania trendów CSR w 2015 r. rozpoczęła przygotowania do udostępnienia **darmowej polskiej wersji standardu GRI G4**. Oficjalna prezentacja bezpłatnej wersji polskiej wytycznych GRI G4 oraz podręcznika stosowania wytycznych miała miejsce w czerwcu 2016 r. podczas konferencji „Raportowanie niefinansowe w Polsce” zorganizowanej przez Ministerstwo Rozwoju i **CSRinfo**. Darmowa polska wersja międzynarodowego standardu GRI określa zasady i przebieg procesu raportowania, pomaga w ustaleniu, jakie konkretnie informacje firma powinna zaraportować i które z nich są istotne, a także oferuje katalog wskaźników. Tłumaczenie zostało wykonane dzięki wsparciu: Ministerstwa Rozwoju, Deloitte, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Krajowej Izby Biegłych Rewidentów, Grupy LOTOS i Provident Polska.



Grupa Raben 23 lutego 2016 r. zorganizowała **śniadanie biznesowe na temat CSR dla klientów**, którego celem było omówienie trendów w raportowaniu społecznym według wytycznych UE obligatoryjnych od 2017 r. w krajach członkowskich. Podczas spotkania zaprezentowano raport społeczny Grupy Raben oraz przedstawiono korzyści ze współpracy z podmiotami ekonomii społecznej. W konferencji wzięło udział niemal 100 przedstawicieli biznesu, izb gospodarczych oraz podmiotów ekonomii społecznej.



DB Schenker, wspólnie z Deloitte oraz Skandynawsko-Polską Izbą Gospodarczą i Amerykańską Izbą Gospodarczą, zorganizował w Gdańsku spotkanie dla firm związane z **nowymi możliwościami zrównoważonego rozwoju**. Uczestnikami wydarzenia byli przedstawiciele firm z Pomorza – klientami DB Schenker, firmy członkowskie SPCC oraz AmCham. Podejmowano zagadnienia zrównoważonego rozwoju i jego wpływu na najbliższe sąsiedztwo. Zaprezentowane zostały praktyki firm – DB Schenker, Flextronics International Poland oraz WNS. Celem eventu był networking, rozwój współpracy, dzielenie się doświadczeniami i know-how w obszarze CSR, a dzięki temu większe oraz pełniejsze wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju przez firmy na Pomorzu.



Gospodarka obiegu zamkniętego to koncepcja zakładająca racjonalne wykorzystywanie zasobów w taki sposób, aby zawarte w odpadach elementy mogły zostać wykorzystane ponownie. Celem zawiązanej **Koalicji na rzecz Gospodarki Obiegu Zamkniętego RECONOMY** – do której współzałożycieli należy **Stena Recycling** – jest upowszechnianie takiej gospodarki oraz stworzenie platformy współpracy umożliwiającej realizowanie założeń organizacji, wymianę doświadczeń, wiedzy i inspiracji. Koalicja zrzesza przedsiębiorstwa, instytucje publiczne oraz organizacje pozarządowe, które od lat angażują się w promocję idei zrównoważonej produkcji i konsumpcji. Działania w ramach RECONOMY obejmują organizowanie dorocznej międzynarodowej konferencji na temat modeli biznesowych gospodarki obiegu zamkniętego oraz spotkań wypracowujących mechanizmy wprowadzania systemu w Polsce.



Agencja pośrednictwa pracy **OTTO Work Force Polska** wspólnie z Fundacją „Nasz Wybór” stworzyły projekt kampanii społecznej **Nie płacę za pracę**. Kampania edukacyjna ma zapobiec patologiom w zatrudnianiu Ukraińców na polskim rynku pracy. Wielu z nich jest przekonanych, że aby pracować w Polsce, trzeba zapłacić pośrednikom za miejsce pracy, za wizy, oświadczenia oraz dokumenty. Nie wiedzą, że załatwienie formalności jest bezpłatne, a jedyna opłata to koszt wizy. W celu uświadomienia Ukraińców, że mogą podjąć legalną pracę w Polsce bez opłat, w ramach projektu oferowano dostęp do informacji na temat praw pracowników, możliwości podjęcia legalnej pracy w naszym kraju, a także dostęp do ofert pracy u sprawdzonych pracodawców. Na stronie internetowej projektu znajduje się informator, który ukazał się także w wersji drukowanej; jest on rozpowszechniany przez biura OTTO w Polsce i na Ukrainie oraz przez Fundację „Nasz Wybór”.



Eksperti **Banku Millennium** przygotowali raport **„Indeks Millennium – Potencjał Innowacyjności Regionów”**, który zawiera ranking polskich województw według ich potencjału innowacyjności oraz opisuje uwarunkowania sprzyjające rozwojowi innowacyjności w Polsce i na świecie. Raport stał się przyczynkiem do włączenia się w publiczną debatę na temat elementów warunkujących rozwój regionów w Polsce oraz zmniejszających nierówność między nimi. Zawiera analizę czynników sprzyjających i hamujących rozwój innowacyjności w każdym z polskich województw. Jest źródłem wiedzy dla władz samorządowych na temat wyrównywania szans regionów w Polsce.



Program Rozwoju Eksportu Banku Zachodniego WBK ma przekonać przedstawicieli polskiego biznesu do zagranicznej ekspansji oraz zapewnić wsparcie merytoryczne w tym zakresie. Jednym z celów przedsięwzięcia jest połączenie sił sektorów prywatnego, publicznego, samorządowego i izb gospodarczych w celu promocji oraz wsparcia polskich firm w rozwoju eksportu. Na projekt składają się m.in. konferencje, seminaria, śniadania biznesowe oraz wirtualne i stacjonarne misje handlowe. Dotychczas odbyły się 4 edycje Programu Rozwoju Eksportu. Wzięło w nich udział 2670 uczestników. W 2016 r. dołączyło do niego 115 eksporterów i importerów. W misjach gospodarczych uczestniczyło 170 instytucji.



Na rynku farmaceutycznym brak było specjalistycznego wydawnictwa związanego z **farmakoekonomiką szpitalną**. PGF Urtica należąca do **Pelion** postanowiła wydawać czasopismo „Farmakoekonomika Szpitalna”. Jest to bezpłatny

kwartalnik trafiający do wszystkich szpitali w Polsce. Firma współpracuje z naukowcami i specjalistami z większości liczących się uniwersytetów oraz ośrodków medycznych. Dzięki periodykowi farmaceuci mają możliwość poszerzenia wiedzy w zakresie farmakoekonomiki, farmakoterapii, farmacji szpitalnej i bezpieczeństwa terapii.



Akcja edukacyjna „Klient na horyzoncie” zorganizowana przez **TAURON Polska Energia** powstała z myślą o klientach wrażliwych energetycznie. Tematyka warsztatów związana była z prawami i obowiązkami konsumenta w energetyce, prądem jako produktem, sposobem czytania faktur, zadłużeniami klientów, nielegalnym poborem energii i konsekwencjami takiego czynu, zasadami bezpieczeństwa, metodami prowadzenia gospodarstwa domowego w sposób energooszczędny, a także reklamacjami w energetyce. Pierwsza – pilotażowa – edycja odbyła się w listopadzie 2016 r. i była skierowana do grupy 50 pracowników katowickiego MOPS.



Działając na rzecz edukacji rynku, **Szapiro Business Advisory** publikuje online (pobieranie bez ograniczeń) oraz w druku tradycyjnym magazyn **„ReThink”**, adresowanym do ponad 300 specjalistów public relations. Do pracy nad numerami pisma zaproszeni zostali przedstawiciele nauki, biznesu oraz konkurencyjnych firm.



W Polsce co roku marnuje się aż 9 mln ton żywności – nasz kraj zajmuje pod tym względem niechlubne 5. miejsce w europejskim rankingu. **Tesco Polska** od 2013 r. przekazuje nadwyżki spożywcze, ale stara się również inicjować dyskusje i współpracę międzysektorową, by walczyć z tym problemem. W tym celu została zorganizowana **debatą „Razem, by nie marnować żywności”**. Wzięli w niej udział przedstawiciele różnych kręgów zajmujących się żywnością, m.in. politycy, przedstawiciele branży handlowej i spożywczej. Spotkanie miało zwrócić uwagę rozmaitych środowisk na problem marnowania jedzenia oraz wypracowanie wspólnej strategii walki z tym zjawiskiem.



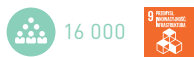
Sieć **Orange Polska** obsługuje ponad 1/3 ruchu w polskim internecie. Operatorzy CERT Orange Polska pracują w trybie 7/24/365 – monitorują poziom bezpieczeństwa użytkowników sieci, przyjmują zgłoszenia, reagują na zidentyfikowane incydenty zagrożenia bezpieczeństwa i podejmują działania zmierzające do minimalizacji ryzyk. Wspierają ich zespoły analityków oraz ekspertów, których zadaniem jest m.in. rozwój narzędzi wykrywania i zmniejszania zagrożeń.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

Raport **CERT Orange Polska** ma pomóc menedżerom, ale także zwykłym internautom w zrozumieniu niebezpieczeństw związanych z siecią i pozwolić na uniknięcie sytuacji, w których mogliby paść ich ofiarą. Działania chronią pracowników przed skutkami ataków DDoS, phishingiem oraz kampaniami malware.



Istotą konferencji „**Nienieodpowiedzialni**” organizowanej przez **ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych** jest zwrócenie uwagi na wyzwania branży finansowej związane z jej zrównoważonym rozwojem, potrzebą debaty o jej służebnej roli i odpowiedzialnością w sprzedaży usług finansowych. Motywu przewodnim wydarzenia w 2016 r. był człowiek jako najważniejszy interesariusz branży finansowej. W konferencji wzięło udział ponad 300 osób.



Projekt „**Nienieodpowiedzialni**” realizowany przez **ANG Spółdzielnię Doradców Kredytowych** jest odpowiedzią na poważne wyzwania branży finansowej, jakimi są niskie zaufanie do sektora usług finansowych w Polsce, potrzeba debaty o służebnej roli branży finansowej i odpowiedzialności w sprzedaży usług finansowych.



BETTER (dawniej **Goodbrand**) od początku działalności wspiera dzielenie się wiedzą o zrównoważonym rozwoju, najpierw na platformie CR.NAVIGATOR, a potem w **blogosferze BE.NAVIGATOR**. Na platformie znajdują się najświeższe komentarze, opinie i artykuły publikowane przez praktyków i teoretyków CSR, zrównoważonego rozwoju i innowacji społecznych podzielone na 9 różnorodnych szuflad tematycznych.



Annual CSR Outlook to bezpłatna publikacja podsumowująca trendy i wyzwania CSR w Polsce i na świecie, wydawana przez **CSRinfo** we współpracy z partnerami od 2013 r. Edycja IV, opublikowana na początku 2016 r., poszerzona została o trendy w branży finansowej i zwróciła uwagę na rosnącą potrzebę edukacji finansowej oraz kwestie bezpieczeństwa w sieci. Partnerem Strategicznym IV wydania w 2016 r. był Bank Zachodni WBK.



„**Risk Focus**” to jedyny na polskim rynku tak obszerny magazyn specjalistyczny o ryzyku. Periodyk ukazuje się od 10 lat, a jego celem jest edukacja rynku poprzez przekazanie eksperckiej wiedzy dotyczącej ryzyka w ubezpieczeniach przemysłowych i korporacyjnych. Redakcję magazynu tworzą eksperci **ERGO Hestii**.



Od 2014 r. **Henkel Polska** wraz z firmą Goodbrand organizuje **Kongres Różnorodności**. Jest to coroczne spotkanie przedstawicieli biznesu, NGO, administracji publicznej i środowiska akademickiego dotyczące kluczowego znaczenia różnorodności w zarządzaniu współczesną firmą. Podczas trzeciej edycji – w 2016 r. – prezentowane i dyskutowane były różne aspekty związane z różnorodnością w organizacji, odpowiedzialnym przywództwem oraz relacją między pokoleniami.



LoGeek Night, realizowane przez **Luxoft Poland**, to cykl otwartych spotkań edukacyjno-informacyjnych prezentujących sposoby wykorzystania nowych technologii, nowinek z branży IT i internetu oraz umożliwiających wymianę doświadczeń i nawiązywanie kontaktów pomiędzy osobami z szeroko pojętej branży IT. Spotkania składają się z 3 prelekcji oraz zagadek logicznych.



Fotoprawo.pl to projekt realizowany przez **Nikon Polska** poświęcony edukacji w obszarze ochrony praw autorskich oraz prawa do wizerunku. Skierowany jest do fotografów, agencji fotograficznych i reklamowych, domów mediowych, redakcji oraz innych organizacji związanych ze światem fotografii. Ważną część inicjatywy stanowią cykliczne badania podpisywania zdjęć w mediach oraz „Instrukcja prawidłowego podpisywania zdjęć”.



Projekt realizowany wspólnie przez **PwC**, Urząd Miasta Wrocławia, Regionalne Centrum Wspierania Inicjatyw Pozarządowych oraz Stowarzyszenie „Tratwa” polega na organizacji **debat międzysektorowych**. Istotną częścią każdego spotkania jest prezentacja zgłoszonych wcześniej projektów, do których uczestnicy poszukują partnerów z innych sektorów.



PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

Grupa Enea zapobiega wystąpieniu ewentualnego konfliktu interesów i sytuacji, kiedy kwestie giftów mogą mieć niewłaściwy wpływ na współpracę lub podważyć zaufanie do decyzji biznesowych. **Zasady przyjmowania i wręczania upominków w Grupie Enea** obowiązują wszystkich pracowników, także zatrudnionych w oparciu o kontrakty menedżerskie, oraz partnerów Enea tworzących sieć sprzedaży pośredniej i spółki joint venture, w sytuacjach, w których reprezentują oni Grupę Enea. Firma zaczęła prowadzić rejestr upominków, stanowiący wykaz przyjmowanych i wręczanych prezentów powyżej konkretnie określonego pułapu kwotowego.



Spotkania z ekspertami, warsztaty podnoszące świadomość na temat prawa, zasad jego stosowania i unikania sytuacji mogących prowadzić do działań korupcyjnych, skierowane do pracowników, organizowane są przez **T-Mobile Polska** zawsze 9 grudnia, czyli w **Międzynarodowy Dzień Przeciwdziałania Korupcji**.

 2014  4350

RELACJE Z DOSTAWCAMI

Organizując wydarzenia, zarówno własne, jak i dla klientów, **Go Responsible** dba, aby były one odpowiedzialne. Do ich realizacji stara się angażować lokalnych dostawców i podmioty ekonomii społecznej. W ramach usługi **odpowiedzialny catering** ułatwia firmom komercyjnym wspieranie sektora ekonomii społecznej, a jednocześnie wspomaga w pozyskiwaniu i profesjonalnej realizacji zleceń przez przedsiębiorców społecznych. Dodatkową wartość stanowi to, że Go Responsible pośredniczy w finansowaniu i reguluje płatności od razu po realizacji zamówienia, nie czekając na rozliczenie się ze zleceniodawcami, co jest kluczowe dla partnerów społecznych. Organizacje z którymi współpracuje Go Responsible zatrudniają osoby zagrożone wykluczeniem społecznym, działają na rzecz rozwoju społeczności lokalnych, budują społeczeństwo obywatelskie.

 3  

Wprowadzony we wrześniu 2016 r. **Kodeks postępowania dla Dostawców ANWIL** stanowi zbiór zasad i standardów społecznych, środowiskowych, etycznych oraz z zakresu ładu korporacyjnego, których przestrzeganie i doskonalenie **ANWIL** oczekuje od swoich dostawców. Kodeks został udostępniony na stronie internetowej spółki, a także przestany do 121 dostawców krajowych i 31 zagranicznych. Wdrożenie dokumentu i zobowiązanie partnerów procesów zakupowych do przestrzegania zawartych w nim zasad ma dać spółce pewność, że dostawcy, z którymi kooperuje, i oferenci ubiegający się o możliwość zdobycia kontraktu mają pełną świadomość oczekiwań wobec nich. Jednocześnie ANWIL zobowiązuje się do wspierania swoich dostawców i wykonawców w budowaniu świadomości i promowania najlepszych praktyk CSR.

 1250 

Wspieranie lokalnych dostawców, czyli tych, których siedziba mieści się w najbliższym sąsiedztwie sklepu, to dla **Carrefour Polska** sposób na stymulowanie wzrostu przedsiębiorczości na danym terenie oraz rozwój lokalnych społeczności i ograniczenie emisji CO₂ do atmosfery dzięki zredukowaniu odległości, jaką musi przebyć towar, zanim trafi do sklepu. W ramach **Współpracy z dostawcami lokalnymi** Carrefour dzieli się swoim know-how w zakresie dbania o jakość oferowanych produktów, ekologicznych sposobów



transportu oraz właściwych, ergonomicznych metod produkcji żywności.

 16 000 



W ramach cyklicznych **Szkoleń dla dostawców marki własnej Carrefour** w październiku 2016 r. firma **Carrefour Polska** po raz 8. zorganizowała spotkanie z dostawcami, które miało formułę szkoleniowo-dyskusyjną. W jego trakcie omawiano zagadnienia związane z jakością, kierowane zarówno do branży food, jak i non-food. Zostały przedstawione panujące trendy oraz poruszano tematy wiążące się ze zrównoważonym, odpowiedzialnym rozwojem. Odbyło się 10 specjalistycznych wykładów, które poprowadzili zewnętrzni eksperci. Dotyczyły one m.in. trendów na rynku spożywczym, technicznych i prawnych wymagań dotyczących opakowań oraz zmian w prawie żywnościowym i w branży non-food.

 16 000 

Credit Agricole Bank Polska zorganizował **Forum Dostawców Banku**. Udział w nim wzięli także przedstawiciele Zarządu banku oraz główny ekonomista. Spotkanie dotyczyło głównie trendów CSR oraz działań w tym zakresie zarówno firmy, jak i dostawców. Poruszano także kwestie związane z rynkiem technologii bankowych oraz dyskutowano na temat obecnej sytuacji ekonomicznej kraju. Forum ma służyć m.in. ulepszeniu procesu zarządzania ryzykiem w obszarze współpracy z dostawcami, zachęceniu partnerów do wdrażania CSR i dzielenia się swoimi doświadczeniami. Zapoczątkowany cykl corocznych spotkań z dostawcami banku będzie kontynuowany w latach kolejnych.

 5300 

Wraz z wdrożeniem Kodeksu etyki w **Grupie Kapitałowej PGE** firma postanowiła opublikować standardy realizacji procesu zakupowego oraz współpracy z podwykonawcami – **Odpowiedzialne zakupy w PGE – dobre praktyki zakupowe**. Przedsiębiorstwo chce, aby również podwykonawcy stosowali się do zasad Kodeksu. Wszystkie osoby zaangażowane bezpośrednio lub pośrednio w postępowania zakupowe zobowiązane są do przestrzegania powszechnie obowiązującego prawa, zasad wynikających z Kodeksu etyki GK PGE, Dobrych praktyk zakupowych GK PGE oraz pozostałych wewnętrznych regulacji zakupowych obowiązujących w Grupie. Firma angażuje się w kwestie społeczne oraz środowiskowe, również w obszarze prowadzonych postępowań zakupowych.

 38 800 

Polpharma podjęła się **edukacji i podnoszenia świadomości swoich dostawców w zakresie praktyk CSR**. Firma w 2016 r. przygotowała cykl szkoleń stacjonarnych dla



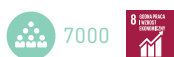
Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

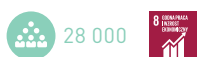
dostawców. Uczestnicy spotkań poznali dobre praktyki, przykłady działań, szczegółowo zapoznali się z wymaganiami Kodeksu postępowania. Kolejnym elementem edukacyjnym było uruchomienie dedykowanej dostawcom platformy online, która przekazuje wiedzę i informacje w zakresie zrównoważonego łańcucha dostaw.



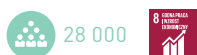
Skanska w Polsce wprowadziła nowy dokument – **Kodeks postępowania dostawcy Skanska**. Firma chce, aby współpraca z podwykonawcami odbywała się na wysokim poziomie, zgodnie z wartościami: Razem jesteśmy lepsi. Dokument odnosi się do dostawców Skanska, podwykonawców, dostawców usług, doradców, pośredników oraz agentów. Kodeks prezentuje standardy, jakich firma od nich oczekuje. Od 1 października 2016 r. Kodeks dostawcy stanowi załącznik do każdej nowej umowy Skanska z tymi podmiotami, zamiast dotychczasowego Kodeksu postępowania.



Dział ds. Relacji z dostawcami Tesco Polska to zespół ekspertów w ramach zespołu ds. produktów, czyli działu handlowego, który odpowiada za umocnienie współpracy, komunikacji oraz pomaga lepiej zrozumieć wzajemne oczekiwania. Zespół dba o komunikowanie dostawcom informacji na temat głównych założeń biznesowych, zasad współpracy, ciekawych inicjatyw partnerów biznesowych, a także dzieli się z dostawcami różnymi opiniami poprzez dedykowane narzędzia – newsletter i mailingi. Przekazywanie uwag i zadawanie pytań jest także możliwe poprzez specjalną aplikację online – Supplier Helpline. Dzięki temu komunikacja ma charakter dwukierunkowy i jest nastawiona na dialog, co ma przetestować się na lepsze współdziałanie. Dostawcy dwa razy w roku uczestniczą w badaniu Suppliers Viewpoint, w którym oceniają współpracę z firmą pod różnymi aspektami.



Firma **Tesco Polska** uruchomiła formularz **Supplier Helpline** dla wszystkich dostawców dostarczających produkty do Tesco w Europie Środkowej. Jest to bezpłatny formularz online do zadawania pytań aktywny 24 h/7 dni w tygodniu. Dostępny jest w 5 językach (polskim, słowackim, czeskim, węgierskim i angielskim). Firma gwarantuje odpowiedź w ciągu 48 godzin (dotyczy dni roboczych) na każde zgłoszenie.



Cel kampanii **Carrefour Polska Autodiagnostyk** to promocja zrównoważonego rozwoju wśród dostawców produktów marki własnej i umożliwienie im oceny swoich działań w tym zakresie. Tematem kampanii w 2016 r. było „Wyzwanie dla dostawców – STOP Marnotrawstwu Żywności”. Adresaci przedsięwzięcia zgłaszali projekty przedstawiające ich zaangażowanie w przeciwdziałanie stratom żywności.



Odpowiedzialna polityka zakupowa prowadzona przez **Credit Agricole Bank Polska** polega na uwzględnieniu w polityce zakupowej CSR jako stałego kryterium oceny w procesie wyboru dostawców. Dostawcy na etapie składania ofert odpowiadają na pytania dotyczące ich zaawansowania w stosowaniu zasad CSR z obszarów: „Organizacja”, „Miejsce pracy”, „Rynek i klienci”, „Społeczństwo”, „Środowisko”.



PWC włącza do grona dostawców przedsiębiorstwa społeczne. **Współpraca ze Stowarzyszeniem „Niepełnosprawni dla Środowiska EKON”** polega m.in. na regularnym odbieraniu od firmy elektroodpadów.



PWC systematycznie włącza przedsiębiorców społecznych do grona swoich dostawców, dąży też do stałego wzrostu wartości zamówień. Zakup produktów i usług u przedsiębiorców społecznych firma promuje także zewnętrznie.



Rozwój lokalnych dostawców poprzez działania Local Content realizowany przez **Volkswagen Poznań** polega na poszukiwaniu oraz wsparciu polskich dostawców części bezpośrednio produkcyjnych, by ci w przyszłości mogli zostać dostawcami firmy oraz Koncernu Volkswagen AG.



Program Krytyczny Dostawca realizowany przez **Volkswagen Poznań** polega na pomocy dostawcom w utrzymywaniu oraz podnoszeniu jakości oferowanych przez nich produktów i usług.



RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

W ostatnim czasie firma **EDF Polska** w swoich elektrociepłowniach ulokowała instalacje odsiarczania oraz odazotowania spalin jako **inwestycje prośrodowiskowe**. Przedsięwzięcie to niósłoby ryzyko pogorszenia wizerunku miast ze względu na pojawienie się dodatkowych kominów, nieodłącznych elementów instalacji. Mogło to nadwerzeżyć relacje ze społecznościami Wrocławia, Gdańska, Gdyni i Krakowa, które kojarzyły dymiące kominy z zanieczyszczaniem środowiska, a nie z działaniem zmierzającym do poprawy jakości powietrza. Aby zminimalizować to ryzyko, do mieszkańców i instytucji skierowano przekaz dotyczący potrzeby instalacji, poparty go opiniami ekspertów. Informacja techniczna została podana przystępnym językiem. Do akcji zaangażowano zewnętrznych partnerów.



Grupa **Eurocash** zrzesza polskie niezależne sklepy detaliczne w ramach sieci franczyzowych i partnerskich. To ponad 15 tys. sklepów działających pod takimi markami, jak: abc, Groszek, Delikatesy Centrum, Lewiatan, Euro-Sklep i Gama.

Akademia Umiejętności Eurocash to projekt edukacyjno-szkoleniowy dla franczyzobiorców, dający możliwość pogłębienia wiedzy z zakresu zarządzania sklepem spożywczym. Akademia opiera się na 3 filarach: interaktywnej platformie edukacyjnej, warsztatach oraz konferencjach. Pierwszy z nich zawiera zestaw kursów e-learningowych związanych z działalnością sklepu spożywczego oraz pakiet szkoleń dostosowany do poszczególnych stanowisk w sklepie. W warsztatach zaś od początku 2016 r. wzięto udział niemal 6 tys. właścicieli i pracowników sklepów. W konferencji 27 września 2016 r. na Stadionie Narodowym, która otworzyła nowy etap Akademii, wzięto udział ok. 5 tys. osób. W 2015 r. w warsztatach uczestniczyło 3400 osób, a w konferencjach ponad 600 osób.



Europ Assistance Polska realizuje praktykę **Zasady Dobrych Praktyk Assistance**, która polega na stworzeniu oraz stosowaniu reguł postępowania firmy z klientami, partnerami biznesowymi, mediami oraz konkurencją.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

A woman with blonde hair and glasses, wearing a white lab coat and a white apron, stands in a shop. She is smiling and holding a clear glass jar filled with a green powder. The shop has wooden shelves filled with many similar jars. Some jars have labels, and there are signs on the shelves, including one that says "Black Truffle COCOA".

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE



W obszarze zagadnienia konsumenckie znajdują się 42 nowe praktyki, jest też 21 praktyk długoletnich.

Nastąpił wzrost w porównaniu do zeszłorocznego Raportu, w którym opisanych było 26 praktyk nowych i 18 długoletnich. Tegoroczny Raport w dziedzinie zagadnień konsumenckich zawiera 7 kategorii: dostępność produktów i usług, edukacja konsumentów, odpowiedzialna konsumpcja, odpowiedzialny marketing, partycypacja konsumentów, ułatwienia dla klientów oraz zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów.

W ostatnich latach obserwujemy wyraźny wzrost świadomości i oczekiwań polskiego konsumenta w zakresie praw i obowiązków. Sposób, w jaki patrzymy dzisiaj na produkty i usługi, odbiega od tego sprzed dekady. Jakość i cena nadal stanowią ważne kryterium, jednak coraz częściej na wybór usług i produktów wpływ mają kwestie związane z wizerunkiem marki oraz zdolnością firmy do podjęcia interaktywnej komunikacji. Informatyzacja społeczeństwa wzrasta, a co za tym idzie, zmienia się sposób postrzegania i egzekwowania wartościowych i bezpiecznych produktów oraz usług dostosowanych do potrzeb klienta. Sięgając po produkt, coraz częściej sprawdzamy nie tylko jego parametry bądź wartości odżywcze, ale również jego skład i miejsce produkcji. Analogicznie przy wyborze dostawcy określonych usług w pierwszym odruchu sprawdzamy w sieci opinie innych użytkowników. Kształtuje się w nas umiejętność dostrzegania wartości przedkładanej nam oferty oraz skłonność do rekomendacji lub negatywnej oceny. To sprawia, że firmy coraz baczniej przyglądają się swoim klientom. Badają nasze potrzeby, zachowania i preferencje, ale – co istotne – podejmują także próby odpowiedzi na problemy zgłaszane przez konsumentów.

Ważnym trendem w tym obszarze jest zwrócenie się w stronę klienta wrażliwego, szczególnie osób starszych i niepełnosprawnych. Coraz więcej firm wprowadza obsługę w języku migowym, szkoląc i uwrażliwiając jednocześnie swoich pracowników. Na uwagę zasługuje również wzrost liczby praktyk z zakresu edukacji konsumentów. Prezentowane praktyki wskazują konieczność edukowania swoich klientów zarówno z zakresu procedur, jak i ostrzegania przed nieuczciwymi dostawcami usług oraz promowania postaw prosumenckich i nawyków oszczędnościowych. Uwagę przykuwa także kategoria odpowiedzialnego marketingu, w której pojawiło się wiele praktyk upraszczających język opisujący skomplikowane procedury oraz umowy w taki sposób, aby był zrozumiały dla każdego odbiorcy. Z kolei kategoria ułatwienia dla klientów jest jedną z najbardziej różnorodnych pod względem branż, w których występuje. Opisane w niej praktyki dotyczą zarówno wprowadzenia funkcjonalnych aplikacji, jak i udogodnień odpowiadających na potrzeby różnorodnych grup klientów.

Analizując obszar zagadnień konsumenckich w porównaniu z poprzednimi Raportami, można stwierdzić, że z roku na rok jest coraz bardziej doceniany, choć nadal liczba praktyk zgłaszanych w Raporcie znacząco odbiega od innych obszarów. Niemniej wszystko wskazuje na to, że firmy w coraz większym stopniu mają na uwadze tę grupę interesariuszy.

42 praktyki nowe

21 praktyk długoletnich

35 firm

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE



Liczba zatrudnionych pracowników w 2016 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 18

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I USŁUG

Dzięki wprowadzeniu **usługi tłumacza języka migowego** w sklepach **Carrefour**, osoby głuche i słabosłyszące mogą w bardziej komfortowy i swobodny sposób komunikować się z otoczeniem podczas robienia zakupów w sklepach sieci. Tłumacz MIGAM umożliwia dostęp na bieżąco do informacji na temat oferty sklepów, aktualnych promocji oraz szybkie rozwiązywanie problemów. Od września 2016 r. każdy hipermarket sieci Carrefour jest wyposażony w tablet ze słuchawkami, który przystosowany jest do obsługi osób głuchych i słabosłyszących.



W Polsce 4,8 mln osób potrzebuje specjalnych udogodnień umożliwiających korzystanie z usług bankowych. **mBank** uruchomił program **Bankowość bez granic. Obsługa klientów w Polskim Języku Migowym**. Dzięki usłudze klienci mogą nawiązać połączenie wideo z pracownikiem banku znającym PJM lub skorzystać z tłumaczenia rozmowy w dowolnej placówce banku. Wprowadzone zostały także zmiany w serwisie transakcyjnym, dostosowanych do czytników ekranów z jakich korzystają osoby niewidome. Komunikacja w oddziałach odbywa się z wykorzystaniem dostępnego on-line tłumacza z Polskiego Związku Głuchych.

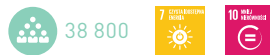


ERGO Hestia, chcąc zapewnić pełną dostępność swojej oferty i dostosować ją do potrzeb różnych grup społecznych, wprowadziła poprzez **tłumacza MIGAM obsługę w języku migowym**. Osoby niesłyszące, które chcą kupić polisę ubezpieczeniową ERGO Hestii, zgłosić szkodę lub wprowadzić zmiany w polisie, mogą skorzystać z usługi tłumacza języka migowego za pośrednictwem strony internetowej ubezpieczyciela. Usługa jest dostępna od poniedziałku do piątku, w godzinach od 8 do 18, dla wszystkich osób głuchych bez względu na miejsce, w którym się znajdują. Jedyny warunek to dostęp do sieci internetowej.

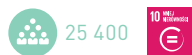


Pracownicy 14 największych Biur Obsługi Klienta **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** na początku 2016 r. przeszli specjalistyczny **kurs obsługi klientów w języku migowym**. Podczas warsztatów poznali podstawy języka migowego, a także skupili się na słownictwie z obszaru energetyki. Na bazie swoich dotychczasowych doświadczeń opracowali katalog najczęstszych spraw, z którymi zgłaszają się klienci.

Spółka planuje kolejne szkolenia, aby obsługa klientów niedosłyszących i głuchoniemych była prowadzona na jak najwyższym poziomie.



PKO Bank Polski zapewnia komfort obsługi i dostępu do oferty wszystkim klientom, również tym z niepełnosprawnością słuchową. **Migam** to prowadzony przez bank program ułatwiający obsługę osób z dysfunkcją słuchu. W wybranych oddziałach na terenie Warszawy, Wrocławia, Poznania, Opola i Krakowa wprowadzono pilotaż projektu Migam i usługę tłumacza online – Tłumacz Migam. Komunikację wspiera aplikacja tłumacza migowego online dostępna na tablecie.



Lęki i stereotypy wobec niepełnosprawności to powszechny problem społeczny w Polsce. Warsztaty **Zmień Perspektywę** dotyczą postrzegania osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami i kontaktu z nimi. Mają na celu pokazanie tego, jak funkcjonują osoby z niepełnosprawnościami, z jakimi wyzwaniem się zmagają oraz jak należy postępować w określonych sytuacjach, by każda ze stron czuła się komfortowo. W zajęciach biorą udział głównie pracownicy **Grupy ERGO Hestia**, którzy na co dzień mają bądź mogą mieć bezpośredni kontakt z niepełnosprawnym pracownikiem lub klientem; 94% uczestników przyznało, że ich sposób postrzegania osób z niepełnosprawnościami zmienił się po warsztatach. W sumie w 2016 r. w zajęciach wzięło udział 1371 osób, z czego 791 to pracownicy Grupy ERGO Hestia.



W listopadzie 2016 r. na stronie www.pkpsa.pl została uruchomiona zakładka „Dla pasażera / Bez barier”, na której dla każdego dworca zarządzanego przez **PKP** zostały wymienione udogodnienia dla osób z ograniczoną mobilnością. Pasażer w **wyszukiwarce udogodnień dla osób z ograniczoną mobilnością** może znaleźć informacje dotyczące m.in.: usługi asysty, obecności urządzeń wspomagających, przystosowanych toalet i parkingów, kas z obniżonym okienkiem, pomieszczeń dla rodziców opiekujących się dzieckiem, przewijaków, dostępnych map dotykowych, oznakowania poziomego dla osób niewidomych lub niedowidzących.



Skanska w Polsce we współpracy z Fundacją Integracja stworzyła **standard budowania uniwersalnego na polskim rynku**. Firma zadeklarowała, że wszystkie jej nowe budynki biurowe będą wznoszone jako obiekty w pełni dostępne dla osób z niepełnosprawnościami, ludzi starszych oraz rodziców matych dzieci i osób nieposługujących się językiem polskim. Jednym z pierwszych projektów poddanych audytowi był budowany przez Skanska w Warszawie kompleks Spark. To pierwszy obiekt komercyjny w Polsce audytowany pod kątem dostępności już na etapie wczesnego projektowania. Przykładem inwestycji w pełni dostosowanej pod kątem dostępności jest Atrium 2, który jako pierwszy budynek biurowy otrzymał certy-

fikat „Obiekt bez barier”. Wśród udogodnień, jakie oferuje, znalazły się m.in. położenie wejścia na poziomie chodnika, domofon do recepcji, windy umożliwiające manewrowanie wózkami, czytelna informacja wizualna, łazienki na parterze wyposażone w system wzywania pomocy.



Dzisiejszy klient nie oczekuje tylko najniższej ceny, ale chce kupić towar o wysokich parametrach jakościowych. Trend ten szczególnie zauważalny jest w przypadku produktów żywnościowych. Dzięki wprowadzeniu specjalnej strefy **Świat Zdrowia** w sklepach **Carrefour** zwiększyła się dostępność dla klientów produktów żywnościowych o wysokiej jakości. Osoba robiąca zakupy łatwo i szybko może znaleźć interesującą ją zdrowe produkty, oszczędzając swój czas. W zależności od wielkości sklepu, w strefach znajduje się nawet 800 produktów z zakresu zdrowej żywności.



Bank BGŻ BNP Paribas stworzył **Pakiet Spoleczny Lider (bezpłatne konto dla organizacji społecznych)** z myślą o wsparciu kluczowych dla rozwoju lokalnej organizacji społecznych. Wszystkie niezbędne usługi bankowe są darmowe, a formalności ograniczone do minimum. Pakiet zapewnia również kompleksową opiekę doradcy bankowego oraz preferencyjne warunki na usługi pozapakietowe. Od 2012 r. skorzystało z niego ponad 14 tys. organizacji.



Bank Millennium sukcesywnie wprowadza **udogodnienia dla osób niepełnosprawnych** poprzez zapewnienie dostępu do placówek i bankomatów, strony WWW i obsługi telefonicznej dostosowanej do potrzeb osób niewidzących oraz wprowadzenie standardów obsługi klientów niepełnosprawnych w oddziałach.



Celem programu „Obsługa bez barier” **Banku Zachodniego WBK** jest zapewnienie dostępu do usług i produktów banku klientom ze szczególnymi potrzebami. Dzieje się to za pośrednictwem: sieci oddziałów bez barier architektonicznych (166 certyfikowanych placówek), doradców Contact Center banku obsługujących się Polskim Językiem Migowym, sieci „mówiących” bankomatów przystosowanych do obsługi przez osoby niewidome i słabowidzące oraz serwisu bankowości elektronicznej posiadającego certyfikat dostępność.



Videotłumacz języka migowego jest programem **ING Banku Śląskiego**, służącym do obsługi osób niesłyszących, posługujących się językiem migowym. Gdy klient niesłyszący przychodzi do oddziału, wywoływane jest połączenie wideo z certyfikowanym tłumaczem. To proste rozwiązanie pozwala na swobodną rozmowę osoby niesłyszącej z pracownikiem, który nie zna języka migowego.



Carrefour Polska jest pierwszą siecią wielkiej dystrybucji w Polsce, która przystąpiła do programu **Karta Dużej Rodziny**. W 2016 r. do programu włączonych zostało blisko 140 punktów sprzedaży Carrefour, które dołączyły do ponad 80 hipermarketów Carrefour. Każda rodzina z co najmniej trójką dzieci może skorzystać w ramach Karty z rabatu do 10% na swoje zakupy.



T-Mobile Polska w ramach partnerstwa **Karty Dużej Rodziny** przygotował specjalną ofertę dla rodzin wielodzietnych – posiadacze Karty Dużej Rodziny otrzymują 20% rabatu na każdą dedykowaną ofertę usług telefonicznych i internetu.



EDUKACJA KONSUMENTÓW

Według szacunków organizacji kobiecych, w Polsce blisko milion dzieci nie otrzymuje alimentów. Dane o dłużnikach alimentacyjnych do **Biura Informacji Gospodarczej InfoMonitor** wpisują głównie gminy, sporadycznie indywidualne osoby fizyczne. W maju 2015 r. z myślą o samotnie wychowujących dzieci powstała akcja społeczna **Odzyskuj alimenty**. Ma ona uświadomić i zachęcić osoby prywatne do samodzielnego wpisu z rabatem z 69 zł na 1 zł. Akcja stała się motorem napędowym do uświadamiania, że osoby te mogą samodzielnie umieszczać dłużników w rejestrze i tym samym mobilizować ich do płacenia na swoje dzieci. W marcu 2016 r. powstał „Raport – Dłużnik alimentacyjny” pokazujący skalę zjawiska w Polsce. Łączna kwota odzyskanych zaległości przez rodziców samotnie wychowujących dzieci, dzięki akcji Odzyskuj alimenty, to 214 027 zł.



Sieć **Carrefour Polska** dokłada wszelkich starań, aby oferowane klientom produkty były bezpieczne i zgodne z normami obowiązującymi w Polsce i Unii Europejskiej. Projekt **Porozmawiajmy o jakości** to cykl spotkań edukacyjnych, które eksperci Carrefour przeprowadzili na terenie wybranych sklepów sieci. Warsztaty były bezpłatne i mógł w nich wziąć udział



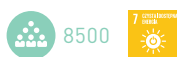
Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

każdy klient odwiedzający wybrany sklep. Na stoisku dostępne były wyroby marki własnej sieci. Były to produkty o dużej zawartości błonnika, witamin, makro- i mikroelementów, pochodzące od polskich dostawców, bezglutenowe i bez oleju palmowego oraz posiadające odpowiednie certyfikaty.



Ideą **ENERGA Living Lab** jest dobrowolne zaangażowanie klientów indywidualnych w efektywne wykorzystanie energii oraz promowanie postaw prosumenckich. W projekcie wzięto udział 300 gospodarstw domowych z Gdyni. Uczestnicy poprzez otrzymywanie wskazówek i materiałów byli na bieżąco zachęceni do redukcji używania najbardziej energochłonnych urządzeń, wówczas gdy energia jest najdroższa, i korzystania z nich w okresach z niższymi stawkami. Aż 85% uczestników projektu deklaruje, że zmieniło swoje przyzwyczajenia związane z wykorzystaniem prądu, a 77% będzie kontynuować praktykę oszczędzania energii. **Grupa Energa** opracowała również aplikację internetową – Stymulator Inteligentnej Sieci Domowej, pozwalającą na bieżąco śledzić ilość energii zużywaną przez urządzenia i nauczyć się, jak świadomie z niej korzystać.



Decyzja o zakupie mieszkania to rozpoczęcie nowego etapu w życiu. Jak wynika z badań **ING Banku Śląskiego**, wydarzenie to budzi silne obawy u konsumentów. Serwis **NAVIDOM** powstał z założeniem ułatwienia przejścia przez ten proces. Przebieg zakupu mieszkania jest ukazany w serwisie w prosty sposób za pomocą trzech zakładek: Szukam, Ulubione oraz Jak kupić. Co ważne, jest bezpłatny i mogą z niego korzystać wszyscy kupujący mieszkanie, niezależnie od tego, czy są klientami ING. **NAVIDOM** ułatwia m.in.: znalezienie i wybór mieszkania; wyliczenie dodatkowych kosztów zakupu; podsuwa podręczną listę „do zrobienia”; informacje, jak negocjować cenę, oraz wiedzę, jak zatwierdzić formalności niezbędne do sfinalizowania transakcji.



Przepisy regulujące sądowe postępowanie egzekucyjne zmieniają się w dość intensywnym tempie i często są niezrozumiałe. W odpowiedzi na ten problem, **Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych** wraz z Krajową Radą Komorniczą opracowały i wydały publikację dotyczącą procedury egzekucyjnej „**Praktyczny przewodnik po postępowaniu egzekucyjnym**”. Publikacja została podzielona na dwie zasadnicze części, prezentujące prawa i obowiązki dłużnika oraz wierzyciela. Przewodnik pomaga zrozumieć zasady postępowania egzekucyjnego i służy jako pomoc w uniknięciu poważnych kłopotów.



W Polsce nadal istnieje niski poziom zaufania do podmiotów z rynku finansowego. **Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych**, we współpracy z firmą WONGA.PL, stworzyła publikację opisującą projekty edukacyjne, których celem jest ułatwienie zrozumienia klientom mechanizmów rządzą-

cych światem finansów. Podstawowym założeniem publikacji „**Edukacja Finansowa. Projekty Członków KPF**” było uzyskanie jak największej liczby opisów różnorodnych inicjatyw, które stanowiłyby inspirację do podejmowania podobnych działań przez innych przedsiębiorców. Opisywanych zostało 14 projektów z obszaru edukacji finansowej i podnoszenia świadomości finansowej, adresowanych do konsumentów.



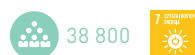
Kampania **Dzień bez Długów** jest odzwierciedleniem strategii przyjętej przez firmę **KRUK**, stawiającej na prougodowe podejście w kontaktach z klientami. Zainicjowana akcja ma na celu zwrócenie uwagi społeczeństwa na problem zadłużenia, uświadomienie korzyści płynących z dobrowolnej spłaty zobowiązań oraz doradztwo i edukację finansową. **KRUK** wydał też raport „**Postawy finansowe Europejczyków**”, opracowany na podstawie badania przeprowadzonego na 7 rynkach europejskich. Badanie sprawdzało poziom wiedzy finansowej respondentów, produkty finansowe, z których korzystają, ich skłonność do zadłużania się oraz style wydawania pieniędzy.



Osoby zadłużone lub znajdujące się w złej sytuacji materialnej, korzystające jednocześnie z pomocy MOPS i MOPR, zostały objęte kampanią edukacyjną **Mały krok – Wielka Szansa**. Warsztaty powstały z myślą o obecnych i potencjalnych klientach firmy **KRUK**, którzy dowiedzieli się, jaką ścieżkę pokonuje dług, czym może grozić unikanie kontaktu z wierzycielami. Partnerem merytorycznym warsztatów było Stowarzyszenie Program Wsparcia Zadłużonych. W warsztaty zostali także włączeni pracownicy **KRUK**. W trakcie kampanii ponad 100 osób poznało korzyści płynące z właściwego gospodarowania pieniędzmi. Zostały one także zaznajomione z podstawami psychologii postaw osób zadłużonych.



Od kilku lat powstają kampanie nagłaśniające i uczulające konsumentów na działania nieuczciwych sprzedawców energii. **PGE Polska Grupa Energetyczna** otrzymuje miesięcznie ok. 3 tys. zgłoszeń od klientów, którzy poczuli się oszukani. Projekt **Daj się oświecić** podkreśla konieczność zapoznania się z treścią podpisywanych umów. Przeprowadzono m.in. konkurs, który sprawdzał czujność biorących w nim udział. Przed przystąpieniem do konkursu każdy chętny musiał podpisać regulamin, w którym kryły się niekorzystne zapisy. Osoby, które bez czytania podpisały dokument, otrzymały informację, że wyraziły zgodę na przykład na wykonanie 10 przysiadów. W akcji wzięło udział 7815 osób, z czego aż 3294 podpisały dokumenty bez ich wcześniejszego przeczytania.



Uwolnienie rynku energii wiąże się, niestety, z bezwzględna walką o klienta. Nieuczciwi sprzedawcy najczęściej wykorzystują nieświadomość i łatwowierność konsumentów, zwłaszcza osób starszych. **TAURON Polska Energia** zorganizowa-

wał cykl warsztatów **Energia dla Seniora**, ułatwiający poruszanie się po rynku energii. Zatożeniem inicjatywy było spotkanie z tą grupą klientów w ich środowisku lokalnym, gdzie organizowano warsztaty w klubach seniora bądź na uniwersytetach trzeciego wieku. Bardzo ważny był sposób komunikacji ze studentami. Trudny język energetyki został przetłumaczony na taki, jakim posługujemy się na co dzień.



Celem kampanii **Alkohol. Zawsze Odpowiedzialnie** organizowanej przez **Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy** jest uświadomienie odbiorcom, że alkohol etylowy, niezależnie od tego, w jakim napoju się znajduje, działa na organizm tak samo. W 2016 r. przeprowadzono badania społeczne sprawdzające wiedzę i postawy Polaków. W kampanii podkreślono, że tyle samo – 10 g – czystego alkoholu zawarte jest w różnych rodzajach i objętościach produktów alkoholowych: 250 ml 5-proc. piwa, 100 ml 12-proc. wina i 30 ml 40-proc. wódki. Kampania jest prowadzona w szerokim partnerstwie obejmującym uczelnie medyczne, handel, środowiska studenckie, towarzystwa medyczne, samorządy oraz organizacje społeczne.



Celem akcji **Tydzień dla Oszczędzania – Światowy Dzień Oszczędzania** organizowanej przez **Citi Handlowy** jest promowanie wśród Polaków oszczędzania, a także propagowanie rozwijania umiejętności racjonalnego gospodarowania swoimi zasobami finansowymi.



Podstawowym celem kampanii **Alkohol to odpowiedzialność. Pij rozważnie** jest edukacja oraz promowanie odpowiedzialnego podejścia do alkoholu za pomocą 4 prostych zasad: Nie pij, jeśli prowadzisz; Po każdym drinku wypij szklankę wody; Kiedy pijesz, pamiętaj też o jedzeniu; Nie pij, jeśli nie jesteś pełnoletni. Kampania promująca kulturę odpowiedzialnego picia alkoholu realizowana jest przez **Diageo Polska** od 6 lat.



Interaktywna wystawa **Może zadbajmy o morze** stworzona przez firmę **FROSTA** ma za zadanie promować odpowiedzialny zakup ryb i popularyzować ideę MSC, czyli certyfikacji zrównoważonego rybołówstwa. Wystawa opiera się na koncepcji gier i zabaw edukacyjnych, które w prosty sposób pokazują, jakie znaczenie ma świadomy wybór ryb przez każdego z nas dla ekosystemu morskiego.



Od 5 lat firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** prowadzi specjalistyczny blog, na którym publikuje materiały dotyczące produktów, technologii, rozwiązań i zastosowań, które proponuje na co dzień klientom. Jest to sposób na **kreowanie klienta świadomego w dokonywaniu zakupów**.



Akcja edukacyjna **„Bezpieczniki TAURONA. Włącz dla dobra dziecka”** skierowana jest do uczniów szkół podstawowych z terenu działania firmy **TAURON**. Obejmuje prowadzenie bezpłatnych zajęć edukacyjnych z zakresu bezpieczeństwa. W roku szkolnym 2015/2016 przeszkolono ok. 44 tys. uczniów, w ramach 1322 lekcji, z 498 szkół oraz przeprowadzono 15 eventów edukacyjnych.



Celem praktyki **Ekoznaki na produktach Tchibo** jest wzrost świadomości konsumentów na temat zrównoważonych produktów **Tchibo** oraz stosowanych ekoznaków. Działania edukacyjne kierowano do doradców sklepów Tchibo oraz do klientów.



ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

Popularyzacja świadomych nawyków żywieniowych oraz czytania etykiet – to cel, jaki postawiła sobie firma **FROSTA**, organizując **Instytut Chemii Nadużywanej**. Mobilna wystawa została oparta na koncepcji: Zobacz, Dotknij, Powąchaj. Ekspozycja wyglądem przypomina wnętrze sklepu spożywczego z podziałem na strefy poświęcone rodzajom dodatków do żywności: barwnikom, aromatom, wzmacniaczom smaku i konserwantom. Po wybraniu produktów z półki, konsument zamiast tradycyjnego paragonu otrzymuje rachunek z podsumowaniem wszystkich dodatków typu „E”, jakie znajdują się w jego wirtualnym koszyku. Stoisko edukacyjne odwiedziło ponad 1,5 tys. osób.



Kampania **Trzymaj Pion**, towarzysząca wydarzeniom organizowanym przez **Grupę Żywiec**, realizowana była podczas 6 koncertów Męskiego Grania w lipcu i sierpniu 2016 r. za pomocą strony internetowej Trzymajpion.pl. Uczestnicy, po krótkim zapoznaniu się ze wskazówkami na temat odpowiedzialnych zachowań, mogli sprawdzić fizyczne „trzymanie pionu” za pomocą specjalnej interaktywnej maszyny. Przekaz dotarł do ponad 35 tys. uczestników Męskiego Grania. W czasie koncertów w 6 lokalizacjach odnotowano 14 489 odston



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

strony Trzymajpion.pl. Wcześniej z zasad odpowiedzialnej sprzedaży przeszkolonych zostało 88 barmanów i barmanek sprzedających piwo na Męskim Graniu.



2000

Trzeźwobus to mobilna strefa Sprawdź Promile mająca na celu promowanie odpowiedzialnego spożycia alkoholu. Trzeźwobus **Kompanii Piwowskiej** zawitał latem 2015 i 2016 r. na 19 dużych imprez plenerowych, m.in. Przystanek Woodstock i Beerfest. Blisko 270 tys. odwiedzających mogło sprawdzić trzeźwość alkomatem, wziąć udział w animacjach z alkokogłami i na symulatorze.



2015



2862

ODPOWIEDZIALNY MARKETING

Język instytucji finansowych jest bardzo zawity i nie zawsze zrozumiały dla klientów. Projekt **Po prostu po polsku to odpowiedź** na ten problem. Głównym celem **Banku Zachodniego WBK** w tym przedsięwzięciu jest uproszczenie języka bankowego w taki sposób, aby był zrozumiały dla każdego odbiorcy – klienta i pracownika banku. W ramach projektu podjęto działania na kilku obszarach: warsztaty z prostej komunikacji dla poszczególnych departamentów banku, bazujące na pismach wychodzących od uczestników szkolenia; poradnia językowa – każdy z pracowników może zadać pytanie językoznawcy z zakresu języka polskiego; blog bazujący na wewnętrznych pismach i zwrotach, który w zabawny i przystępny sposób pokazuje popełniane przez pracowników banku błędy.



11 000

Podstawowe zasady prostej i treściwej komunikacji **mBank** zebrał w projekcie **mKanon**, który obecnie jest stopniowo wdrażany. W pierwszym kroku zostały wprowadzone zmiany w dziale call center, który najczęściej kontaktuje się z klientami indywidualnymi, oraz dziale reklamacji. Poprawiono ponad tysiąc formatek i szablonów reklamacyjnych oraz przeszło 300 komunikatów dotyczących sprzedaży kredytów. Dodatkowo zmieniono wytyczne do bieżącej komunikacji z klientami. W rezultacie 81% klientów potwierdziło, że język, którym była napisana odpowiedź na reklamację, był zrozumiały.



6533

Wychodząc naprzeciw potrzebom interesariuszy – klientów oraz regulatorów, **Credit Agricole Bank Polska** wprowadził **Kodeks Etycznej Reklamy**. Dokument ten stanowi zbiór zobowiązań i zasad prowadzenia komunikacji marketingowej przez bank. Głównym wskaźnikiem służącym do mierzenia efektywności wprowadzonej praktyki było doprowadzenie do sytuacji, w której przedstawiciele pracowników wszystkich jednostek biorących udział w tworzeniu komunikacji marketingowej zapoznają się z kodeksem. Stworzenie Kodeksu Etycznej Reklamy dało pracownikom banku jasne

wskazówki i rekomendacje dotyczące tworzonych komunikatów i informacji o produktach bankowych.



5300

Projekt **Po Prostu** ma na celu uproszczenie komunikacji kierowanej do klientów **ING Banku Śląskiego**. Jego sprawną realizację zapewniła współpraca z językoznawcami i ekspertami od języka wizualnego.



2014



8000

PARTYCYPACJA KONSUMENTÓW

Klienci **Banku Zachodniego WBK** mają do dyspozycji serwis społecznościowy **Bank Pomysłów**. Poprzez portal mogą wyrazić opinie o produktach oraz dzielić się swoimi pomysłami na ulepszenie produktów i usług bankowych, a także komentować propozycje innych użytkowników i głosować na najciekawsze. Serwis pozwala zasięgnąć opinii klientów o produktach już na etapie koncepcji. Na portalu jest 10 739 zarejestrowanych użytkowników, którzy opublikowali ponad 11 108 komentarzy. Wszystkie zgłaszane propozycje są gruntownie analizowane, a najlepsze z nich wcielane w życie. Na podstawie przestanych pomysłów udało się zrealizować 798 pomysłów.



11 000

UŁATWIENIA DLA KLIENTÓW

Bank Ochrony Środowiska to pierwszy bank w Polsce, do którego klienci będą mogli wejść ze swoim czworonogiem. Od teraz spacer z psem można połączyć z wizytą w oddziale banku, bez narażania swego pupila na stres towarzyszący czworonogom, które oczekują na powrót swojego właściciela. Dzięki akcji **#Psyzdobywajabank** klienci pojawiają się w oddziałach z pupilami.



1500

Dłużnicy to trudni klienci, nierzadko przeżywający osobiste dramaty, nieufni i nastawieni negatywnie do wierzyciela. Dlatego firma **BEST** od 8 do 29 listopada 2016 r. przeprowadziła konkurs **Wygraj BEST spłatę**, w ramach którego codziennie jednej osobie umarzony był całkowicie jeden dług. Zgłoszenie do konkursu polegało na wypełnieniu formularza kontaktowego i uargumentowaniu, dlaczego dług powinien zostać umorzony. Celem konkursu było zainicjowanie dialogu z dłużnikami, poznanie ich historii i przekonanie do kontaktu, zatem w momencie rozmowy z klientem doradcy często dobierali inne możliwości spłaty zadłużenia niż tylko częściowe umorzenie długu, w tym produkty ratalne.



490



Działania **EDF** miały za zadanie **zmniejszyć zjawisko ubóstwa energetycznego** wśród grupy odbiorców wrażliwych społecznie, korzystających w swoich lokalach z ciepła wytwarzanego w zakładach EDF. Firma wsparła mieszkańców kwalifikujących się do objęcia opieką społeczną wg kryteriów ustawy o pomocy społecznej w postaci dopłat do rachunków za ogrzewanie mieszkań i ciepłą wodę użytkową. Wsparcie darowizną na pokrycie rachunków za ciepło otrzymały także organizacje pozarządowe walczące z wykluczeniem społecznym. Akcja prowadzona była w Krakowie, Toruniu, Trójmieście, we Wrocławiu i w Siechnicach oraz Zielonej Górze. Kwota wsparcia w 2016 r. wyniosła 385 tys. zł.



Sytuacja osób starszych w Polsce nie jest najlepsza, biorąc pod uwagę wysokość średniej emerytury. Dodatkowo znaczną część ich budżetu stanowią leki, dlatego seniorzy muszą bardzo racjonalnie zarządzać swoimi wydatkami. **Carrefour Polska** wprowadził rozwiązanie pozwalające wspierać osoby potrzebujące. **Karta Seniora**, działająca w super- i hipermarketach Carrefour, daje możliwość uzyskania rabatów na zakupy osobom po 60. roku życia. Każdy, kto spełnia ten warunek, może bezpłatnie przystąpić do programu i wyrobić sobie Kartę Seniora w Punkcie Obsługi Klienta w sklepie Carrefour.



Wspólne zakupy dla całej rodziny to nie tylko przyjemność, lecz często również trud organizacyjny oraz długi czas oczekiwania w kolejce przy kasie. Wprowadzenie w hipermarketach **Carrefour** odrębnych kas rodzinnych pozwoliło skrócić ostatni etap pobytu w sklepie, który jest uciążliwy dla najmłodszych. Stęfy zabaw znajdujące się przy **Kasach Rodzinnych Carrefour** pozwalają najmłodszym gościom na odpoczynek w specjalnym minikąjku zabaw lub na wspólne wykładanie wybranych produktów wraz z rodzicami.



Podróż samolotem z małym dzieckiem wiąże się dla rodziców i opiekunów z dodatkowym stresem. Dlatego **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** oferuje nowe **udogodnienia dla podróżujących z dziećmi**. W każdej strefie terminalowej znajdują się przyjazne pokoje rodzinne. Pomieszczenia wyposażono w kuchenki mikrofalowe do podgrzewania jedzenia dla dzieci, przewijaki dla niemowląt oraz pojemniki na zużyte pieluchy. W terminalu znajduje się również automat z produktami dla najmłodszych. Kobiety w zaawansowanej ciąży oraz rodziny podróżujące z dziećmi do lat 3 mogą również skorzystać z dodatkowego przejścia do kontroli bezpieczeństwa, co pozwala na skrócenie czasu oczekiwania na kontrolę.



Ekologiczną alternatywą dla transportu samochodowego, nie tylko w miastach, jest rower. Z myślą o środowisku naturalnym i miłośnikach rowerów sieć supermarketów Intermarché (należąca do **Grupy Muszkieterów**) wprowadziła innowacyjną usługę wózki **Koursavélo**. Od czerwca 2016 r. z nowego rozwiązania mogą skorzystać klienci sklepów w Grajewie, Stubicach, Słupsku oraz Ustce. Wózek Koursavélo to specjalny kosz zakupowy na kółkach, wyposażony w dwie izotermiczne torby. Może być on użytkowany podczas zakupów zarówno przez pieszych, jak i rowerzystów. Ze względów bezpieczeństwa jego maksymalne obciążenie wynosi 30 kg, a ograniczenia prędkości dla roweru, do którego przyczepiony jest Koursavélo, to 18 km/h.



W połowie lipca 2016 r. w centrach dystrybucji aplikacji mobilnych Google Play i AppStore miała miejsce premiera **aplikacji mobilnej Kraków Airport** opracowanej przez **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice**. Aplikacja przygotowana została w dwóch wersjach językowych – polskiej i angielskiej. Wśród funkcjonalności pasażerowie znajdują: interaktywny plan 3D lotniska, system powiadamiania o zmianie statusu rejsu, lokalizator zaparkowanego samochodu. Od czasu premiery aplikacji skorzystało z niej już ok. 3,5 tys. użytkowników z całego świata.



Coraz więcej pasażerów korzystających z połączeń lotniczych podróżuje ze swoimi pupilami (w większości są to psy i koty), dlatego **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** wprowadził „Park dla zwierząt” zaprojektowany z myślą o odlatujących i przylatujących zwierzętach. Z **wybiegu dla czworonogów** mogą też skorzystać zwierzętka, które odbierają swoich właścicieli. Wybieg wyposażony jest w ławeczki dla właścicieli, specjalne poidelka oraz zestaw urządzeń do zabawy dla zwierząt. Rocznie z krakowskiego lotniska odlatuje i przylatuje ok. tysiąca czworonogów. Tego typu udogodnienia dostępne są w większych portach lotniczych na świecie, np. we Frankfurcie.



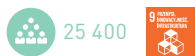
W 2016 r. **PKO Bank Polski** włączył się w projekt **Od papierowej do cyfrowej Polski** wyznaczający kierunki rozwoju e-państwa i cyfryzacji gospodarki. W ramach cyfryzacji usług publicznych bank na swojej stronie udostępnił opcję tworzenia Profilu Zaufanego. Pozwala to m.in. podpisywać dokumenty przekazywane do urzędów; składać wnioski o: dowód osobisty, kartę EKUZ, Kartę Dużej Rodziny; uzyskiwać odpisy aktów z USC; zawiadamiać o zbyciu pojazdu; zarejestrować się jako osoba poszukująca pracy; uzyskać indywidualną interpretację podatkową i zaświadczenie o niekaralności, a także załatwiać sprawy w PUE ZUS i korzystać z regionalnych platform e-ad-



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

ministracji. Wszystkie narzędzia wykorzystywane przez bank w projekcie cyfryzacji są sprawdzone i w pełni bezpieczne.



Pociąg to miejsce publiczne, w którym spotykają się pasażerowie reprezentujący różne grupy społeczne, wiekowe i kulturowe. **Strefa kulturalnego podróżowania** to projekt **PKP Intercity** stworzony w czerwcu 2016 r. W ramach konsultacji społecznych, przewoźnik przeprowadził panel fokusowy z podróżnymi reprezentującymi różne grupy społeczne i wiekowe, m.in. osoby niepełnosprawne, seniorów oraz studentów. Finałem akcji był stworzony wspólnie z pasażerami kodeks kulturalnego podróżowania, który od jesieni dostępny jest na monitorach w pociągach Pendolino, PesaDART i Flirt oraz na ekranach przy kasach.



Platforma **BEST Online** pozwala klientom **BEST** o każdej porze sprawdzić swoje zobowiązania wobec firmy i zarządzać nimi w łatwy, wygodny i bezpieczny sposób. Portal stanowi także narzędzie edukacji finansowej klientów, m.in. publikowane są artykuły dotyczące praktycznych zagadnień prawnych i rozwiązywania problemów z zadłużeniem oraz udzielane są porady związane z oszczędzaniem i zarządzaniem domowymi finansami.



ERGO Hestia od 2009 r. we współpracy z **Centrum Pomocy Osobom Poszkodowanym (CPOP)** zapewnia najczęściej poszkodowanym w wypadkach kompleksową opiekę, wspierając ich w powrocie do zdrowia, aktywności społecznej i zawodowej. W ciągu 7 lat CPOP zakończyło rehabilitację ponad 100 osób. Kolejnych kilkadziesiąt wraca do zdrowia.



Idea Huby to nowatorskie placówki **Idea Banku**, w których właściciele małych firm mogą pracować, poznać się nawzajem, dzielić wiedzą i doświadczeniami. W Idea Hubach można znaleźć przestrzeń coworkingową wyposażoną w urządzenia biurowe oraz sale konferencyjne objęte systemem rezerwacji. Z myślą o gościach w Hubach organizowane są też liczne szkolenia biznesowe.



ING Bank Śląski zapewnia klientom przestrzeń, gdzie mogą swobodnie wymieniać się opiniami m.in. na tematy bankowe i wchodzić w interakcje z marką. **Spoteczność ING** to forum, blog oraz miejsce spotkań offline, które pozwala czerpać wiedzę, jak poprawiać produkty i usługi.



Idea Bank stworzył specjalne auta z wbudowanymi bankomatami-wpłatomatami, które przedsiębiorcy mogą zamówić przez aplikację mobilną, by bezpiecznie wpłacić zarobione pieniądze. Usługa **mobilnych wpłatomatów** powstała z myślą o przedsiębiorcach, którzy nierzadko po zmroku, korzystając z komunikacji miejskiej, przewożą swój utarg z firmy do banku albo do domu. Czas dojazdu wpłatomatów wynosi ok. 30 minut.



Projekt „Akcja-renowacja” realizowany jest w **mBanku** po to, by ułatwić klientom zrozumienie dokumentów bankowych, takich jak umowy i regulaminy. Nowa konstrukcja umów jest przyjazna, ułatwia szybkie wyszukanie najistotniejszych treści. Dzięki nim łatwo można zrozumieć zasady działania produktu. W 2016 r. rozpoczęto również pracę nad regulaminami, tak by zyskały zupełnie nowy kształt i treść.



Oko w oko z klientem firmowym to spotkania z przedsiębiorcami, które pozwalają pracownikom **mBanku** na skonfrontowanie wiedzy czerpanej m.in. z badań marketingowych z tym, kim faktycznie są klienci. Spotkania umożliwiają poznanie klienta oraz wspólne testowanie koncepcji nowych usług.



ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KONSUMENTÓW

Aplikacja Chronić Dzieci w Sieci pomaga rodzicom zachować odpowiedni poziom bezpieczeństwa, jednocześnie nie ograniczając w całości swobody młodego człowieka. Nie tylko chroni ona przed niewłaściwymi treściami, ale daje też możliwość regulacji odpowiedniego czasu na korzystanie z internetu. Przed wprowadzeniem na rynek aplikacja była testowana przez 49 rodziców – sympatyków Stowarzyszenia Twoja Sprawa, które jest organizacją zajmującą się ochroną dzieci przed pornografią, oraz Fundację Dajemy Dzieciom Siłę, która od kilkunastu lat współpracuje z **Orange Polska** w zakresie bezpieczeństwa dzieci w sieci. Aż 80% rodziców uznało, że aplikacja w sposób wystarczający zabezpiecza telefon dziecka, a 98% rodziców dobrze oceniło łatwość korzystania z aplikacji.



Rozwój systemów bankowości elektronicznej umożliwił klientom korzystanie z usług online, które wymagają zwiększonej świadomości w kwestiach bezpieczeństwa oraz dodatkowych narzędzi chroniących dane. **Bank BGZ BNP Paribas** udostępnił przedsiębiorcom korzystającym z bankowości internetowej narzędzie IBM Trusteer Rapport, zapewniające **bezpieczeństwo transakcji elektronicznych**. Jest to zaawansowane oprogramowanie zabezpieczające opracowane przez IBM z myślą o zapobieganiu kradzieży danych bankowych

przekazywanych drogą elektroniczną. To rozwiązanie bezpłatne i stanowi dodatkową warstwę ochrony w uzupełnieniu oprogramowania antywirusowego lub zabezpieczającego wykorzystywanego przez klienta.



W wyniku współpracy Amadeus, **ING Banku Śląskiego** i Mastercard powstało nowatorskie rozwiązanie, umożliwiające dokonywanie rezerwacji i rozliczeń hotelowych automatycznie poprzez wygenerowanie jednorazowych **Wirtualnych Kart Kredytowych**. Ułatwi to i sprawi bezpieczniejszym proces regulowania płatności za noclegi w czasie podróży służbowej. Karta jest ważna w dniach określonych przez rezerwującego i posiada limit dostosowany do konkretnej rezerwacji. Dzięki niej klient może łatwo oraz bezpiecznie zarezerwować hotel, zapłacić za bilet lub pokryć inne wydatki służbowe.




CyberTarcza to mechanizm wykrywania zagrożeń w sieci Orange. Zabezpiecza przed nimi oraz przekazuje informacje zagrożonym abonentom usługi Neostrada. Zespół reagowania na zagrożenia bezpieczeństwa teleinformatycznego CERT **Orange Polska** w trybie ciągłym analizuje zagrożenia wykryte w sieci Orange. CyberTarcza jest dostępna automatycznie od momentu wdrożenia, dla każdego użytkownika Neostrady, za darmo. Jest ona uzupełnieniem innych zabezpieczeń, np. antywirusa. Pozwala na wczesne wykrycie nowych mutacji złośliwego oprogramowania bądź nierozpoznawanych jeszcze przez antywirusy. Dodatkowo rozpoznaje i informuje użytkownika o stwierdzonej w jego sieci podatności sprzętu czy oprogramowania na zagrożenia.



Grupa **Scanmed** w ramach praktyki **Kompleksowa opieka seniorów** stworzyła dla tej grupy osób przestrzeń łączącą opiekę medyczną, pielęgnarską, psychologiczną z rehabilitacją, zabiegami pielęgnacyjnymi i warsztatami rozwojowymi. Dzienny Dom Opieki Medycznej to miejsce, gdzie panuje rodzinna atmosfera, a jego celem jest zapewnienie kompleksowej opieki i pomocy osobom starszym i niesamodzielnym. Pobyt w nim jest bezpłatny – Grupa Scanmed uzyskała dofinansowanie ze środków Departamentu Funduszy Europejskich Ministerstwa Zdrowia. Dom dysponuje 12 miejscami, z czego stałą opieką objętych zostało 10 seniorów.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

A photograph of a man with a beard and a young child sitting at a table, both focused on drawing with green markers on a piece of paper. The man is on the left, looking down at his work, and the child is on the right, also looking down. The background is softly blurred, showing other people in a classroom or workshop setting. A white rectangular frame is overlaid on the image, containing the main title text.

**ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE
I ROZWÓJ
SPOŁECZNOŚCI
LOKALNEJ**



190 praktyk nowych

182 praktyki długoletnie

134 firmy

Wędułg wytycznych zawartych w Normie PN-ISO 26000:2012 zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej stanowią niezbędne elementy zrównoważonego rozwoju. W każdym z dotychczas powstałych Raportów był to obszar zawierający największą liczbę praktyk. Nie zmieniło się to również w aktualnej edycji, do której 134 firmy zgłosiły 190 działań nowych i 182 długoletnie, przypisanych następnie do jednej z 16 kategorii [aktywność fizyczna, bezpieczeństwo na drodze, dobry sąsiad, działania charytatywno-filantropijne, edukacja dorosłych, edukacja dzieci i młodzieży, kampania społeczna, kultura i sztuka, marketing zaangażowany społecznie, profilaktyka zdrowotna, rozwój przedsiębiorczości, tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji, wsparcie organizacji pozarządowych, współpraca z uczelniami, innowacje społeczne i inwestycje społeczne]. Pokazuje to, że firmy nie tylko inicjują jednorazowe akcje, które, rzecz jasna, również są cenne i wartościowe, ale decydują się też na poświęcenie czasu i zasobów finansowych na projekty długofalowe lub cykliczne.

Inicjatywy podejmowane są nie tylko przez duży biznes, dla którego CSR bywa już główną wartością, ale też przez małe i średnie przedsiębiorstwa z całej Polski, które zaczynają dostrzegać istotę idei. Obszar obejmuje wiele wartościowych działań kierowanych do zróżnicowanych grup społeczeństwa, a wśród nich, między innymi, do przedszkolaków, mikroprzedsiębiorców, seniorów, osób z niepełnosprawnościami, grup zagrożonych wykluczeniem, młodzieży u progu wyborów decydujących o ich przyszłości zawodowej, ludzi cierpiących na rzadkie choroby i bezrobotnych. Najliczniejsze pozostają ciągle działania charytatywno-filantropijne ukierunkowane na wsparcie potrzebujących osób i społeczności, przy czym warto zaznaczyć, że liczba opisanych w tej kategorii praktyk nowych

zmałała w porównaniu z zeszłorocznym Raportem.

Jednocześnie Raport pokazuje, że wzrosła aktywność firm na polu edukacji dzieci i młodzieży (31 nowych praktyk w 2015 r., a 54 w 2016), czyli np. tworzenie projektów zakładających edukację finansową, bliską współpracę z gimnazjami i szkołami średnimi, rozwijanie zainteresowania nowymi technologiami czy dbanie o zdrowe nawyki żywieniowe. Stopniowe przesuwanie akcentu na inne działania niż te do tej pory bezkonkurencyjne (charytatywno-filantropijne) może sugerować, że firmy powoli dostrzegają wagę kolejnych aspektów, na których trzeba się skupić.

Nie należy jednak zapominać, że CSR jest zagadnieniem kompleksowym, a firmy odpowiedzialne za swoją działalność biznesową nie powinny aktywizować się tylko w tym jednym obszarze, lecz dążąc do podejmowania działań na wszystkich polach. Choć działania w obszarze zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnej przynoszą namacalne korzyści dla otoczenia, w którym funkcjonuje biznes, dojrzałe podejście do CSR wymaga dostrzeżenia i szukania zmian oraz konkretnych rozwiązań na innych polach, dla których wytyczne wyznaczyła wspomniana wcześniej norma.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ



Liczba zatrudnionych pracowników w 2016 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie



Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 18

AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA

Od 2010 r. **Allianz Polska** realizuje program **Allianz Junior Football Camp**, dzięki któremu młodzi pasjonaci piłki nożnej z całego świata mogą spotkać się z kolegami z ponad 30 krajów i wspólnie trenować pod okiem najlepszych. To obóz dla młodych talentów piłkarskich organizowany przy współpracy z FC Bayern Monachium kierowany do dziewcząt i chłopców w wieku 14–16 lat. Program zaangażował już ponad 100 tys. dzieci z całego świata. W każdej edycji projektu bierze udział od 2 do 4 uczestników z Polski.



1200



3 lata doświadczenia

Dzieciaki Do Rakiet to kontynuacja idei WE ARE TENIS, której głównym celem jest popularyzacja dyscypliny wśród najmłodszych poprzez lokalne wydarzenia organizowane poza klubami i arenami sportowymi. **Bank BGŻ BNP PARIBAS** stworzył koncepcję mobilnych kortów ustawianych na centralnych placach i rynkach miejskich. Wraz z trenerami opracowano lekcje dla dzieci w 3 grupach wiekowych. Specjalnie przystosowany sprzęt i opieka profesjonalnych trenerów była bezpłatna. Zrealizowano niemal 100 lekcji w 10 miejscowościach dla blisko 1 tys. dzieci.



5900



3 lata doświadczenia

Celem projektu **Lekkoatletyka dla każdego** jest przeciwdziałanie problemowi nadwagi i otyłości wśród dzieci. Przeszkoleni nauczyciele oraz trenerzy Polskiego Związku Lekkiej Atletyki dbali, by zapewnić dzieciom wszechstronny rozwój fizyczny, a dietetycy **Nestlé** odpowiadali za edukację dotyczącą prawidłowego odżywiania. Dzieci z klas I-III biorą udział w zabawach lekkoatletycznych połączonych z podstawami zdrowego odżywiania, a uczniowie klas IV-VI szkoły podstawowej oraz gimnazjum oprócz bardziej zaawansowanych lekcji żywieniowych, biorą udział w treningach i zawodach lekkoatletycznych. Firma przy projekcie współpracowała z Ministerstwem Sportu i Turystyki, PZLA, szkołami i samorządami, oraz ambasadorami programu: Piotrem Małachowskim, Marią Andrejczyk oraz Anną Jagaciak-Michalską. W programie wzięło udział ponad 110 tys. dzieci z 500 szkół. Zorganizowano ponad 1 tys. wydarzeń sportowych i 120 zawodów międzyszkolnych.



4500



3 lata doświadczenia

„Trójaktywni” to zawody triathlonowe dla dzieci i festyn rodzinny. Inicjatywa firmy **BEST** zaszczebia w najmłodszych

ducha sportu, ale także lokalnej solidarności i wrażliwości na potrzeby społeczności lokalnej. „Wpisowym” na zawody są zazwyczaj artykuły szkolne, później przekazywane wychowankom elbląskiego Domu Dziecka. Inicjatywę, w ramach wolontariatu, wspierają również pracownicy.



2015



490

W październiku 2016 r. 440 pracowników **ING Banku Śląskiego** wzięło udział w kolejnej edycji imprezy sportowej **Biegnij Warszawo**. Za każdego biegacza z drużyny ING bank przekazał Fundacji ING Dzieciom środki pieniężne, łącznie było to 44 300 zł. Kwota ta, w ramach konkursu, zostanie przekazana na realizację zwycięskich projektów sportowo-edukacyjnych na rzecz dzieci i młodzieży.



2013



8000

Firma **Jet Line** poprzez **Fundację Rejs Odkrywców** organizuje morskie wyprawy na żaglowcach dla podopiecznych ośrodków opiekuńczo-wychowawczych. Realizuje ideę morską wychowania młodzieży, zachęcając do pracy nad sobą i dla innych.



2013



30



Z inicjatywy **PKN ORLEN**, pod patronatem Ministra Sportu i Turystyki, w całej Polsce odbywają się **lekcje WF-u z Mistrzem**, prowadzone przez wybitnych sportowców sponsorowanych przez spółkę. Zajęcia dla dzieci prowadzone są w publicznych szkołach podstawowych, gimnazjach oraz placówkach społecznych i wychowawczych.



2015



4751

Renault Handisport Team to program stypendialny firmy **Renault Polska**, wspierający sportowców niepełnosprawnych. Inicjatywa promuje w Polsce ideę różnorodności i integracji osób niepełnosprawnych. Od 2014 r. projektem objęty jest aktualny rekordzista świata i mistrz paraolimpijski w skoku wzwyż, Maciej Lepiato.



2014



146



BEZPIECZEŃSTWO NA DRODZE

Bank Zachodni WBK odpowiedział na problem niebezpiecznego poruszania się po drogach. Wraz z ambasadorem projektu **Jak jeździsz**, kierowcą wyścigowym Kubą Giermaziakiem, promuje wysoką kulturę jazdy i ideę udzielania pierwszej pomocy. W działaniach prowadzonych online – głównie na portalu Facebook – wykorzystywane są m.in. proste i ciekawe aplikacje i krótkie filmiki instruktażowe. Ponad 1 mln wyświetleń postów z filmami wygenerował 1 339 395 interakcji z odbiorcami.



11 000



11 lat doświadczenia

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Idea akcji **Pozytywne Obroty** organizowanej przez **Vienna Life TU na Życie** jest edukacja i zmiana nawyków dzieci i młodzieży w zakresie bezpiecznego zachowania w ruchu drogowym. Wszyscy kibice Skandia Maraton Lang Team mogli „kręcić kilometry” – przejechać jedną z czterech tras na SMLT lub w specjalnej strefie kibica na тренаżerach. Każdy przejechany kilometr zamieniany był na pakiet bezpieczeństwa dla uczniów szkół podstawowych, na który składał się zestaw odbłaskowy i komiks edukacyjny. W ramach działań rozdano 6600 odbłasków.



Program **Domofon ICE** polega na wyposażaniu uczniów w karty w kształcie telefonu komórkowego wraz z odbłaskowym etui, które można łatwo przyczepić do plecaka. Zawierają one dane ułatwiające kontakt z najbliższymi dzieckiem w razie wypadku. Program ma też wymiar edukacyjny – promuje zasady bezpiecznego zachowania na drodze oraz udzielania pierwszej pomocy. Firma **Budimex** wdrożyła go w 2010 r., objął już 24 tys. dzieci z 252 placówek.



Program wolontariatu kompetencyjnego **Grupy Enea Lekcje edukacyjne „Nie taki prąd straszny”** dedykowany jest dzieciom przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Wolontariusze grupy przekazują im wiedzę z zakresu bezpiecznego obchodzenia się z prądem, jego powstawania, źródeł pozyskiwania i oszczędzania oraz promują proekologiczne postawy.



Akcja edukacyjna **Bezpieczna droga do szkoły** organizowana jest przez **SumiRiko Poland** we współpracy ze Strażą Miejską i Policją. Dzieci z wólbromskich szkół podstawowych po wysłuchaniu prelekcji dotyczącej bezpieczeństwa na drodze otrzymują materiały odbłaskowe.



Z myślą o najmłodszych uczestnikach ruchu drogowego **ANWIL** organizuje akcję **Odblaskiem po oczach**, w ramach której, od trzech lat, wolontariusze z firmy rozdają przedszkolakom odbłaski. Przekazano łącznie 21 tys. opasek odbłaskowych i 3 tys. kamizełek w 34 wrocławskich placówkach.



Firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** w ramach akcji **Bądź Widoczny – Bądź Bezpieczny** edukuje w zakresie bezpieczeństwa osób poruszających się po lub przy drodze, pod kątem ich widoczności

dla podróżujących pojazdami. Głównymi odbiorcami są rowerzyści oraz dzieci w przedszkolach publicznych – placówki te wyposażane są także w materiały odbłaskowe.



ORLEN. Bezpieczne drogi to długofalowy program edukacyjny, którego celem jest uświadamianie społeczeństwu problemów oraz zagrożeń w zakresie bezpieczeństwa ruchu drogowego, jak też propagowanie właściwych zachowań.



DOBRY SĄSIAD

Dzień Otwarty zakładu produkcji katalizatorów BASF w Środzie Śląskiej odbył się w kwietniu 2016 r. i był pierwszym tego rodzaju wydarzeniem, kierowanym bezpośrednio do wszystkich interesariuszy **BASF Polska** w powiecie średzkiem. Lokalna społeczność mogła się przekonać, jak funkcjonuje największy w Europie zakład produkcji katalizatorów BASF. Odwiedzający mieli okazję wysłuchać prezentacji pracowników, obejrzeć ekspozycję o działaniach firmy w regionie oraz zwiedzić zakład. W wydarzeniu wzięło udział ok. 100 zwiedzających. Wśród nich znaleźli się przedstawiciele lokalnej administracji i mediów oraz studenci i uczniowie szkół ponadgimnazjalnych.



Turniej Piłkarski BASF CUP – organizowany od 2014 r. – jest adresowany do pracowników **BASF Polska** i okolicznych firm. W 2016 r. w rozgrywkach uczestniczyło 9 drużyn, w tym 7 reprezentujących firmy sąsiadujące z zakładem. Do współpracy zostały zaproszone lokalne organizacje – Ośrodek Sportu i Rekreacji oraz firma cateringowa. Podczas turnieju miała również okazję zaprezentować się grupa cheerleaderów z lokalnej placówki resocjalizacyjnej dla młodzieży. Wydarzenie ma formę imprezy otwartej.



PKN ORLEN od kilku lat realizuje politykę otwartych drzwi, w ramach której organizuje **wycieczki po zakładzie produkcyjnym w Płocku**. Przedstawiciele szkół, uczelni wyższych, instytucji z całej Polski mogą przez cały rok zgłaszać chęć zwiedzania zakładu przez swoich uczniów, studentów bądź pracowników. Goście mają okazję do obejrzenia z bliska instalacji oraz zdobycia wiedzy na temat procesów produkcyjnych. Przewodnikami są pracownicy PKN ORLEN, doskonale znający firmę i procesy produkcyjne.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

DB Schenker zaprosił swoich interesariuszy do nowej siedziby Oddziału Olsztyn w Stawigudzie. W **spotkaniu w DB Schenker** wzięło udział kilkudziesięciu przedstawicieli organizacji społecznych, lokalnych uczelni, środowiska biznesowego, w tym klientów firmy z regionu Warmii i Mazur. Oprócz zwiedzania odbył się także panel dyskusyjny z udziałem osób reprezentujących organizacje pozarządowe, uczelnie i biznes. Istotą dyskusji była możliwość współpracy z lokalnymi środowiskami, wspólnego rozwiązywania problemów oraz kolegałnego podejmowania działań na rzecz lokalnego rozwoju.

 2037

Głównym problemem i wyzwaniem **Zakładu Utylizacyjnego** w Gdańsku jest jego wpływ na najbliższe otoczenie, przejawiający się w formie nieprzyjemnych zapachów, oraz postrzeganie firmy jako uciążliwego sąsiada. Są one efektem ubocznym obecności wielkiego składowiska odpadów komunalnych oraz procesu kompostowania odpadów organicznych. W ramach **programu społecznego „Aktywne Sąsiedztwo”** zainicjowano akcje ekologiczne, prospołeczne i edukacyjne odpowiadające na potrzeby zgłaszane przez okoliczne szkoły i mieszkańców. Spółka przeznaczyła po 100 tys. zł na autorskie projekty dwóch Rad Dzielnic oraz do 30 tys. zł rocznie na wsparcie matych, oddolnych inicjatyw mieszkańców.

 295

Projekt **TAK dla Aktywności** to cykl bezpłatnych wydarzeń kulturalnych i sportowych, zachęcających rodziny ze Śląska do wspólnego i aktywnego spędzania wolnego czasu. W 2016 r. w Centrum Handlowym Europa Centralna w Gliwicach (którym zarządza firma **Apsys Polska**) zorganizowano m.in. zimowe lodowisko, letnie kino samochodowe, 3 akcje edukacyjne oraz pierwszy gliwicki bieg dog trekkingowy.

 2015  94 

Badanie społeczności lokalnych „DB Schenker jako preferowany sąsiad” obejmuje: mieszkańców okolic 17 terminali **DB Schenker**, przedstawicieli sąsiednich firm, władz lokalnych i organizacji pozarządowych, pracowników instytucji pomocy społecznej i instytucji naukowych oraz dziennikarzy. Respondenci oceniają działania firmy i wyrażają oczekiwania wobec niej.

 2010  2037



DZIAŁANIA CHARYTATYWNE I FILANTROPIJNE

Allianz World Run to globalny projekt, w którym każdy wybiegany przez pracowników **Allianz** kilometr jest zamieniany na wsparcie finansowe programów edukacyjnych Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Do udziału w globalnym wydarzeniu zgłosiło się ponad 3 tys. pracowników na całym świecie, w tym 200 osób z Polski. Łącznie pracownicy przebiegli blisko 200 tys. km, co przetożyło się na dotację

w wysokości 600 tys. euro. Dodatkowo Allianz Polska sfinansował zajęcia edukacyjne i terapeutyczne dla dzieci z Placówki Wsparcia Dziennego „Promyk” w Domanicach.

 1200 


Kindloteka zorganizowana przez **Amazon Fulfillment Poland** promuje czytelnictwo w lokalnych społecznościach, z których pochodzą pracownicy Amazon w Polsce. Wybrane w głosowaniu pracowników szkoły oraz biblioteki otrzymują 10 czytników Amazon Kindle, 100 książek tradycyjnych i 500 e-booków. W październiku 2016 r. do programu dołączyła również Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego, która otrzymała 200 czytników Kindle oraz pomoc w digitalizacji starodruków. Wsparcie firmy pozwoliło również na uruchomienie dodatkowej, dwujęzycznej klasy o profilu polsko-angielskim w jednej ze szkół.

 12 000 

CH Europa Centralna prowadzone przez **Apsys Polska** poprzez program **Jeżdżę i pomagam** postanowiło zachęcić mieszkańców aglomeracji śląskiej do aktywnego spędzania wolnego czasu na rowerze. W ramach projektu za każdy przejechany kilometr organizator przekazał 15 gr na rzecz Społecznego Komitetu Pomocy Osobom Niepełnosprawnym. W akcję zaangażowało się 650 osób, które przejechały ponad 42 tys. km. Ufundowano w ten sposób ponad 150 godzin rehabilitacji dla dzieci z Gliwic i okolic.

 94  

W ramach **programu lojalnościowego Banku BGŻ BNP Paribas mamBONUS** klienci banku mogą wspierać działania Fundacji BGŻ BNP Paribas. Podczas transakcji finansowych dokonywanych z użyciem kart zbierają punkty, które następnie mogą być wymieniane na różne nagrody lub na vouchery wsparcia uczestników programu stypendialnego „Klasa”. Od sierpnia 2016 r. wymieniono 146 voucherów.

 5900 

Akcja **Decyduj! Twój głos ma znaczenie** przeprowadzona w **Banku Gospodarstwa Krajowego** zachęcała pracowników do udziału w badaniu komunikacji wewnętrznej. Za każdą wypełnioną ankietę BGK przekazał 20 zł na jeden z 5 celów społecznych wskazanych w ankiecie przez każdego pracownika. Wsparcie otrzymało 5 instytucji, które wcześniej współpracowały z wolontariuszami banku w ramach programu grantowego „Wolontariat jest super!”. Bank przekazał darowizny o łącznej kwocie 15 620 zł.

 1355

Celem projektu **Zielona Ławeczka** jest ożywienie miejsc wokół bloków, a także tworzenie wspólnej przestrzeni do spotkań i odpoczynku dla mieszkańców. **Bank Ochrony Środowiska** wspiera finansowo mieszkańców w tworzeniu na szarych osiedlach kolorowych zakątków i skwerów,

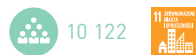
w których obowiązkowym elementem jest właśnie zielona ławeczka.



Skanska w Polsce zainicjowała projekt **Kształtowanie dobrej przestrzeni publicznej na Woli** poprzez audyt fragmentu dzielnicy pod kątem otwartości i dostępności dla mieszkańców. Wnioski opracowane wspólnie z organizacjami pozarządowymi przekazano władzom lokalnym i uwzględniono w strategii dzielnicy. Audyt uzupełniły działania aktywizujące społeczność lokalną jak np. stworzenie placu Cytrynowego, który stał się miejscem wydarzeń prowadzonych przez Fundację Na Miejscu. Na placu stanęła także Budka z Historiami, w której mieszkańcy nagrywali swoje opowieści o dawnej Woli, wspólnie ubierano choinki i pakowano prezenty w papier ozdobiony tekstami z lokalnej gwary, a także organizowano wystawy.



W Gorzowie Wielkopolskim, działając w porozumieniu z władzami miasta, wolontariusze – pracownicy sklepu **Castorama**, podjęli się **rewitalizacji** zaniedbanych **podwojek**. Prace polegały na naprawie lub odświeżeniu istniejącej infrastruktury i przystosowaniu miejsc do aktywnego spędzania czasu przez użytkowników. Zaaranżowano ogródki, kwietniki, podwórka wyposażono też w sprzęt i meble ogrodowe.



Bank Ambitnej Młodzieży to program grantowy realizowany przez **Fundację Banku Zachodniego WBK**, kierowany do instytucji wychowawczych i organizacji młodzieżowych skupiających ambitnych, twórczych i odpowiedzialnych młodych ludzi wokół inicjatyw edukacyjnych, obywatelskich i społecznych. W 2016 r. wsparcie w łącznej wysokości 700 tys. zł trafiło do 87 organizacji.



Bank Zachodni WBK objął mecenasem projekt blogera Konrada Kruczkowskiego „**Halo.Tato**”, który w formie reportaży porusza temat ojcostwa w Polsce. „Halo.Tato” to cykl 6 reportaży portretowych, przedstawiających sylwetki „ojca”. Opowieści wraz z krótkimi nagraniami wideo publikowane były na blogu autora przez cały rok. Dzięki temu powstał katalog inspirujących, wartościowych historii ojców reprezentujących różne grupy społeczne. Po 4 odcinkach odnotowano ponad 2,5 mln interakcji z projektem oraz 500 komentarzy.



Wśród 150 projektów społecznych pracowników **BASF**, które otrzymały dofinansowanie w 2016 r., znalazł się przedsięwzięcie **Gabinet Rehabilitacyjny Śrem**. Gabinet został zorganizowany, aby niepełnosprawnym dzieciom dać możliwość korzystania z usług fizjoterapii bez potrzeby wyjeżdżania z miasta. Dzięki gabinetowi z profesjonalnej rehabilitacji skorzystało 40 dzieci. Każde z nich wzięło udział w 10 spotkaniach.



W ramach programu **Strefa Rodzica. Budimex dzieciom** w szpitalach tworzone są warunki umożliwiające rodzicom towarzyszenie choremu dziecku. Na oddziałach dziecięcych organizowane są miejsca do wypoczynku i zabawy z dziećmi. Pracownicy **Budimex** w ramach wolontariatu włączają się w urządzenie wyremontowanych pomieszczeń. Do końca 2016 r. powstało 17 stref. Rocznie może korzystać z nich ponad 25 tys. dzieci i rodziców. Od roku 2017 firma planuje otwieranie 6 nowych stref rocznie (dotychczas były 4).



Carrefour Polska w ramach **działań charytatywnych** współpracuje m.in. z Fundacją Pomoc Transportowcom, która angażuje się na rzecz zmniejszenia biedy wśród 3 grup społecznych: transportowców, drogowców i kolejarzy. W 2016 r. Carrefour przekazał Fundacji produkty spożywcze o wartości ponad 36 tys. zł dla przeszło 750 podopiecznych. Hipermarkety i supermarkety Carrefour organizują również lokalnie akcje charytatywne oraz wspierają organizacje pozarządowe ze swoich miast i okolic poprzez darowizny rzeczowe i finansowe.



Carrefour Polska przekazał wodę na **Światowe Dni Młodzieży 2016**. Na potrzeby głównych uroczystości w Brzegach, na krakowskich Błoniach oraz nabożeństw w Świątyni Opatrzności Bożej w Warszawie firma dała prawie 320 tys. butelek wody. Carrefour przekazał również wodę i produkty spożywcze Warszawskiej Kurii, w której gromadzili się wolontariusze wspierający Światowe Dni Młodzieży.



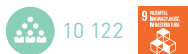
Czerwony Krzyż i Kingfisher (właściciel sieci **Castorama Polska**) podpisały globalne porozumienie dotyczące współpracy w zakresie ratownictwa kryzysowego, np. działania w razie wystąpienia katastrof naturalnych. Zobowiązały się do wspólnego zaangażowania na rzecz wsparcia i wyposażenia zespołów ratowniczych. W ramach projektu **Pomoc ma moc** w grudniu 2016 r. odbyła się zbiórka funduszy w sklepach Castorama i Brico Depot. Zebrane środki zostały przeznaczo-



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ne na wyposażenie zespołów w odpowiedni sprzęt przeznaczony do działań ratowniczych.



Zgodnie z realizowaną przez firmę **ENERIS Surowce** koncepcją edukacyjną Redukuj-Odzyskuj-Przetwarzaj, w 2016 r. przeprowadzona została pilotażowa edycja **Programu Grantowego** na realizację ekopomysłów. W ramach przedsięwzięcia przyznano 13 grantów wysokości do 5 tys. zł dla organizacji pozarządowych oraz 5 grantów do 3 tys. zł dla pracowników. Wśród laureatów znalazły się takie projekty, jak mobilne laboratorium energii odnawialnej, zajęcia szkolne na temat zanieczyszczenia światłem oraz edukacja dzieci i młodzieży w zakresie zagrożeń i ochrony owadów zapylających.



Bliski związek **ERGO Hestii** z Sopotem, miastem uzdrowiskiem, zainspirował firmę do ufundowania nagrody **EKO HESTIA SPA**, promującej najbardziej świadome, pomysłowe i aktywne na rzecz ekologii gminy uzdrowiskowe w Polsce. Przyznawana co roku nagroda wynosi 100 tys. zł i może być przeznaczona wyłącznie na dalsze działania proekologiczne. Laureatem konkursu w 2016 r. został Uniejów – najmłodsze polskie uzdrowisko i jedyne zlokalizowane w województwie łódzkim.



Miesięcznik i Wydawnictwo Znak wraz z **ERGO Hestią** ustanowiły coroczną **Nagrodę Znak i Hestii imienia księdza Józefa Tischnera**, by promować w Polsce style myślenia i postawy łączące w sobie intelektualną rzetelność, odwagę i wrażliwość na „twarz drugiego”. Nagroda przyznawana jest corocznie od 2001 r. wybitnym intelektualistom, publicystom i działaczom społecznym w 3 kategoriach: pisarstwa religijnego i filozoficznego, publicystyki lub eseistyki na tematy społeczne oraz inicjatyw duszpasterskich i społecznych.

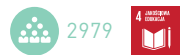


Przedmioty ścisłe są od lat w czołówce najmniej lubianych przez uczniów. Według **Grupy Adamed** praktyczne wykorzystanie zdobytej przez uczniów wiedzy może to zmienić. W ramach **konkursu 30 laboratoriów na 30-lecie Adamedu** firma zachęcała uczniów i nauczycieli do kreatywności, zespołowego działania i tworzenia oryginalnych, inspirowanych lekcji edukacyjnych, stanowiących rozszerzenie programu nauczania takich przedmiotów, jak chemia, fizyka oraz biologia. Kapituła i głosowanie online wyłoniły 30 najlepszych prac, dzięki którym szkoły zdobyły nagrody – wyposażenie pracowni chemicznej, biologicznej lub fizycznej o wartości 10 tys. zł netto.

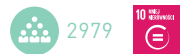


Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego za reportaż literacki jest formą wyróżnienia i promocji najwartościowszych książek

reporterskich, które podejmują ważne problemy współczesności, zmuszają do refleksji, pogłębiają wiedzę o innych kulturach. Jest przyznawana od 2010 r. autorom najlepszej książki reporterskiej roku i najlepszego przekładu roku przez „Gazetę Wyborczą” (należącą do **Grupy Agora**) i Miasto st. Warszawa. Nagrodzie towarzyszy akcja edukacyjna mająca na celu propagowanie twórczości Ryszarda Kapuścińskiego wśród uczniów warszawskich szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych.



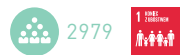
W 2016 r. po raz 13. **Fabryka św. Mikołaja** zebrała pieniądze na wsparcie potrzebujących dzieci. Dzięki charytatywnej akcji wrocławskiego oddziału „Gazety Wyborczej” i **Fundacji Agory** do najuboższych dzieci z Wrocławia trafiły świąteczne paczki, a wrocławski ośrodek Fundacji „Krzyś” prowadzący terapię dla dzieci z porażeniem mózgowym i autyzmem otrzymał nowy sprzęt do rehabilitacji. Do akcji przyłączyło się 26 firm. Zebrano 208 tys. zł. oraz artykuły szkolne o wartości 12 tys. zł.



Nagroda Radia TOK FM im. Anny Laszuk jest wręczana od 2011 r. Jej laureatami są ludzie i organizacje nagradzane za odważne, niekonwencjonalne, niezwykle działania, które w ciągu minionego roku miały istotny wpływ na świadomość społeczną lub zmieniały polską rzeczywistość, w tym osoby i organizacje zaangażowane w walkę o prawa człowieka. Nominacje do nagrody zgłaszają stacje i goście stacji, zaś wyboru spośród zgłoszonych propozycji dokonuje redakcja Radia TOK FM (należącego do **Grupy Agora**). W 2016 r. nagrodzeni zostali Adam Bodnar i Koalicja Organizacji Pozarządowych.



W ramach akcji „SOS Syria. Razem pomagamy lepiej” zespół portalu Gazeta.pl, należącego do **Grupy Agora** przygotował **serwis podarnik.gazeta.pl/sossyria**. Strona pozwala każdemu użytkownikowi wybrać jeden z 6 pakietów pomocowych, na który chciałby przekazać pieniądze, i w prosty sposób dokonać przelewu online bezpośrednio na konto Polskiej Akcji Humanitarnej. Przedsięwzięcie miało na celu zwiększenie zrozumienia trudnej sytuacji uchodźców, ale też oferowanie konkretnej pomocy materialnej. Fundusze zbierane były na paczki żywnościowe, dowóz czystej wody pitnej, wyprawki szkolne, kosmetyki i środki czystości, remont toalety w szkole oraz apteczki z podstawowym wyposażeniem.



Co roku **Grupa Geberit** wybiera jeden obiekt na świecie, w którym przeprowadzane są prace remontowe oraz akcje wzbogacające wiedzę na temat wody. W 2016 r. działania te odbyły się w szkole podstawowej na warszawskiej Woli i objęty remont 300 m² łazienek. W prace budowlane włączyli się wolontariusze – pracownicy koncernu ze Szwajcarii, z Austrii i Niemiec. Odświeżono i doposażono również szkolną

modelarnię. Zaangażowanie firmy i nauczycieli zaowocowało powstaniem scenariusza pracy „**Woda bezcenny darem natury**”, edukującej uczniów w zakresie higieny oraz rozsądnego gospodarowania wodą. Odbyło się także 25 lekcji ekologii oraz 5 konkursów dla uczniów.



Grupa Inwest powołała **Program Stypendialny** skierowany do aktywnych i zdolnych gimnazjalistów z warszawskiej Pragi-Potudnie. Stypendyści to osoby, które angażują się w przedsięwzięcia kulturalne, naukowe, sportowe lub społeczne, stawiając sobie ambitne cele oraz działają na rzecz innych. Projekt prowadzony jest we współpracy z 3 publicznymi gimnazjami. W 2016 r. do Programu wpłynęły 33 wnioski o stypendium, a firma wsparła 6 gimnazjalistów.



Fundusz Społeczny Grupy Żywiec to program grantowy skierowany do lokalnych organizacji pozarządowych z regionów, w których działają browary **Grupy Żywiec**. Po przejściu procesu konkursowego mają one możliwość zdobycia dofinansowania do kwoty 10 tys. zł na realizację projektu wspierającego rozwój i tradycję społeczności lokalnej lub na promocję odpowiedzialnej sprzedaży i konsumpcji alkoholu. W 2016 r. w partnerstwie z Fundacją Wygrajmy Zdrowie zrealizowano pilotażową edycję Funduszu. W ramach konkursu grantowego wpłynęło 61 wniosków. Dofinansowano 30 projektów na łączną kwotę 180 tys. zł.



Firma **Henkel Polska** promuje ideę angażowania w działalność społeczną i charytatywną studentów uczelni wyższych. **CSR Masters** to zainicjowany w 2016 r. konkurs na najlepsze projekty społeczne. Zespoły studentów zgłaszają do konkursu projekty społeczne w 2 kategoriach: działania prospołeczne, edukacja, kultura oraz ekologia i zdrowie. Sześć wybranych zespołów jest zaproszonych do finału (grupy przygotowują krótkie filmy promujące ich inicjatywy). Filmy zostają poddane głosowaniu internetowemu, a wybrane przez internautów zespoły otrzymują granty wartości 5 tys. zł na realizację projektów.



Pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** od 2015 r. wchodzi w skład głównego komitetu organizacyjnego **Wrocław Business Run**, w którym zajmują się przygotowaniem i przeprowadzeniem imprezy. Podczas pierwszej i drugiej edycji udział w WBR wzięło ponad 2 tys. biegaczy. Beneficjentami biegów odbywających się jednocześnie w 7 miastach Polski są osoby po amputacjach kończyn, dla których po biegach fundowane są nowe protezy. We wrocław-

skiej edycji biegu 4 osobom została ufundowana pomoc w wysokości ponad 100 tys. zł.



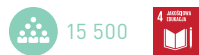
Nowo otwarty sklep **IKEA** w Bydgoszczy podjął współpracę z Fundacją UTU, prowadzącą społeczny dom kultury oraz kreatywną świetlicę dla dzieci z Bydgoskiego Przedmieścia w Toruniu. Fundacja borykała się z problemami lokalowymi, dlatego w ramach współpracy stworzono projekt **odrabialni lekcji** – nowego miejsca, gdzie dzieci nie tylko mogą się uczyć, ale także odpocząć po szkole. Sklep przekazał produkty ze swojego asortymentu, a grupa pracowników w ramach wolontariatu wspólnie z dziećmi ze świetlicy skręcała meble i przygotowywała nowe miejsce. Z placówki korzysta w ciągu roku ok. 80 dzieci i młodzieży.



Robert Biedroń, prezydent Stupska, oraz Anna Pawlak-Kuliga, prezes **IKEA w Polsce**, podpisali **deklarację współpracy w zakresie zrównoważonego rozwoju**. Wspólna inicjatywa ma przynieść korzyści mieszkańcom Stupska i wpłynąć na jakość ich życia w mieście. Pierwszym etapem współpracy była wymiana w ok. 90 mieszkaniach stupszczańskich żarówek na energooszczędne oświetlenie LED. Trafilo ono w pierwszej kolejności do chętnych mieszkańców 5 bloków komunalnych. Jedynym warunkiem otrzymania wsparcia było przekazanie danych na temat zużycia energii elektrycznej. Deklaracja współpracy przewiduje wolę współdziałania na rzecz zrównoważonego rozwoju poprzez prowadzenie działań edukacyjnych, niwelowanie ubóstwa energetycznego, podjęcie inicjatyw mających na celu zapewnienie przystępnej i czystej energii odnawialnej dla jak największej liczby mieszkańców Stupska.



Inicjatywa **Fundacji Muszkietierów „Wakacje z Muszkietierami”** jest odpowiedzią na niepokojące wyniki raportu GUS, który pokazuje, że 50% dzieci z polskich rodzin nie wyjeżdża na wakacje poza miejsce zamieszkania. W ramach akcji zorganizowano wypoczynek dla 880 dzieci w wieku 8–12 lat z rodzin niezamożnych oraz przebywających w ośrodkach opiekuńczych. Ambasadorką inicjatywy była Sylwia Gruchała, najbardziej utytułowana polska florecistka, co pozwoliło dzieciom poznać tajniki szermierki.



Grupa Muszkietierów włączyła się w walkę z niedożywieniem dzieci w Polsce, **współpracując z Bankami Żywności** i organizując na terenie supermarketów Intermarkhę zbiórki produktów spożywczych. W 2016 r. odbyły się 3 zbiórki, podczas których zebrano ok. 25 ton żywności. Grupa Muszkietierów



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

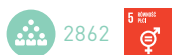
prowadziła również kampanie edukacyjne, tworząc infografiki przedstawiające problem marnowania żywności.



Grupa Muszkieterów zorganizowała **zbiórki dla zwierząt ze schronisk** we wszystkich sklepach Intermarké w Polsce oraz wśród pracowników centrali Grupy Muszkieterów w Swadzimiu. Podczas akcji klienci marketów oddawali produkty żywnościowe dla zwierząt do oznakowanych koszy (było to ponad 45 ton karmy). Pracownicy centrali Grupy zebrali przeszło 150 kg karmy, koce, ręczniki oraz zabawki dla schroniska w Obornikach.



Projekt **Oddech dla Mam** dedykowany był mamom sprawującym całodobową opiekę nad swoimi niepełnosprawnymi dziećmi z porażeniem mózgowym. Pomysł na akcję zgłosiła jedna z wolontariuszek **Kompanii Piwowskiej**. Firma przekazała darowiznę na realizację przedsięwzięcia w kwocie 10 tys. zł oraz wsparła 10 wolontariuszek realizujących działania. W ramach projektu 20 mam miało okazję skorzystać z indywidualnych sesji z psychologiem, odbyć lekcję wizażu, metamorfozy oraz wykonać upiększający zabieg kosmetyczny. Mamy wzięły też udział w zajęciach ze zdrowego odżywiania, pieczenia chleba oraz relaksacyjnych.



Regionalne spotkania działu sprzedaży dla pracowników **Kompanii Piwowskiej** były okazją nie tylko do omówienia planów, ale także szansą na wsparcie społeczności lokalnych. W ramach projektu **Sity sprzedaży pomagają w regionach** ekipa sprzedaży Regionu Północ wsparła gminę Stawiguda niedaleko Olsztyna poprzez zakup i pomalowanie 20 ławek. Region Zachód wsparł nowo powstające Hospicjum Victoria w Kołobrzegu, a Region Południe zaangażował się w pomoc Krynickiej Orkiestrze Zdrojowej w Krynicy-Zdroju. W realizacji projektów wzięło udział ponad 600 pracowników.



Wieliczka to 20-tys. miasto, w którym nie ma punktu oddawania krwi. Inicjatywa oddawania krwi w **Kopalni Soli „Wieliczka”** to sposób na zaangażowanie w pomoc potrzebującym jak największej liczby osób. W lipcu 2016 r. w Krakowie i Wieliczce odbywały się Światowe Dni Młodzieży, a kopalnię zwiedzała rekordowa ilość turystów. Działanie **Oddaj krew, podaruj życie** zainicjowała kopalniana „Solidarność”. W 2016 r. odbyły się 2 akcje krwiodawstwa. Zebrano 101,5 litra krwi od 141 dawców.



Pracownicy **KPMG** w ramach programu **Wolontariatu Pracowniczego** zaangażowali się w **pomoc schronisku** dla zwierząt. Zorganizowali zbiórkę potrzebnych rzeczy – poszewek, prześcieradeł, kołder, koców oraz suchej karmy, także

działali w schronisku: myli miski, czesali psy i spędzali czas na ich socjalizacji.



Dom Ronald McDonalda to miejsce, dzięki któremu rodzice małych pacjentów Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Krakowie mogą być bliżej swoich dzieci. Bliski kontakt hospitalizowanych dzieci z rodzicami ma ogromny wpływ na szybszy powrót do zdrowia. Pracownicy **Kraków Airport Hotel** pomagali w przygotowaniu Domu do otwarcia – wspierali ustalanie procedur dla menedżerów Domu, w tym sprzątanie i meldowanie. Wspólnie z hotelowym szefem kuchni organizowali dla domowników regularne warsztaty terapii poprzez gotowanie. Wraz z Fundacją Ronald McDonalda przeprowadzili również badania profilaktyczne w ramach programu „Nie nowotworom u dzieci”.



Wspólnie – Fundacja LafargeHolcim została partnerem strategicznym konkursu **Lider Dostępności** organizowanego przez Fundację Integracja i Towarzystwo Urbanistów Polskich. Wsparcie tej inicjatywy miało na celu zwrócenie uwagi na problem barier architektonicznych występujących w przestrzeni publicznej, a także upowszechnianie pozytywnych rozwiązań w zakresie dostępności architektonicznej obiektów dla wszystkich użytkowników – w tym osób niepełnosprawnych. W ramach konkursu nagrodzono 9 praktyk w zakresie projektowania uniwersalnego.



LafargeHolcim w porozumieniu z lokalnym Stowarzyszeniem Mieszkańców Brzezin i Podwoła zrewitalizował zniszczony przedszkolny plac zabaw przy Zespole Szkół im. Jana Pawła II w Brzezinach. Wygląd placu był konsultowany z jego przyszłymi użytkownikami. Przeprowadzone zostały warsztaty z 3 grupami dzieci: przedszkolakami, uczniami szkoły podstawowej oraz gimnazjum. Efektem tych prac był katalog pomysłów wykorzystanych przy rewitalizacji. **Plac zabaw zaprojektowany przez dzieci** składa się z 3 stref: zabaw naturalnych, zabaw tematycznych oraz zabaw ruchowych i służy ok. 300 dzieciom.



Wspólnie – Fundacja LafargeHolcim została powołana w kwietniu 2016 r. Zajmuje się edukacją w zakresie architektury, kształtowania krajobrazu i estetyki miejsc oraz aktywizuje lokalne społeczności, aby wspólnie tworzyć obszary przyjazne mieszkańcom. W nazwie „Wspólnie” została wyrażona misja Fundacji: pojedynczo nikt nie ma takiej mocy sprawczej, jak działając razem, czyli w porozumieniu ze społecznościami lokalnymi, samorządami, instytucjami kulturalnymi, szkołami, uczelniami i innymi organizacjami, a także z wolontariuszami.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie pragnie docelowo stworzyć przestrzeń otwartą na mieszkańców, działania edukacyjne, rekreację oraz poznanie historycznych rzemiosł i kultur. Folwark wilanowski wymaga rewitalizacji i planu zagospodarowania z poszanowaniem historycznego krajobrazu. Wspólnie – **Fundacja LafargeHolcim** razem z Fundacją Hop Siup Project zorganizowały z pomocą międzynarodowego zespołu architektów i edukatorów rodzinne warsztaty edukacji architektonicznej – **Projekt Folwark**. Adresatami wydarzenia byli młodzi ludzie w wieku od 9 do 15 lat, którzy jako aktywni mieszkańcy zainteresowani są jakością warszawskiej przestrzeni i pragną włączyć się w znalezienie najlepszych koncepcji. Pomysły uzyskane w trakcie warsztatów posłużyły do przygotowywania koncepcji oraz propozycji do miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego tego obszaru.



Wspólnie – **Fundacja LafargeHolcim** podjęła się roli partnera edukacyjnego w ogólnopolskiej akcji ECO-Miasto promującej zrównoważony rozwój społeczności lokalnych. W ramach współpracy został zorganizowany konkurs dla uczniów **Zakręcenie w przestrzeni**, który miał na celu uwrażliwienie dzieci i młodzieży na jakość otoczenia, w którym żyją, i pokazanie ich wpływu na kreowanie przyszłych miast i miasteczek. Uczniowie mieli przygotować projekty zagospodarowania przyjaznej przestrzeni w szkole, domu kultury lub świetlicy. Nagrodą były granty przyznane na realizację 6 wybranych pomysłów oraz publikacja najlepszych projektów w formie kalendarza na 2017 r. W konkurs zaangażowało się 60 szkół i 1500 uczniów.



Wiosną 2016 r. u jednej z projektantek marki Cropp, należącej do **LPP**, zdiagnozowano ostrą białaczkę limfoblastyczną. Dzięki przeszczepowi szpiku szanse pacjentów na przeżycie wzrastają do 70% dlatego firma poprzez akcję **emPATia „Podaruj życie Patrycji i innym”** postanowiła wesprzeć ideę dawstwa szpiku. W centrali LPP w Gdańsku zorganizowano rejestrację potencjalnych dawców szpiku, w której udział wzięło 112 osób. W 5 wybranych centrach handlowych sprzedawcy salonów marek należących do LPP oraz wolontariusze zachęcali kupujących do rejestracji w bazie Fundacji DKMS. Udało się do tego namówić 1561 pracowników i klientów salonów marek LPP oraz gości centrów handlowych.



W ramach 24. Finału WOŚP **Mastercard**, realizując **strategiczne partnerstwo z WOŚP**, przeprowadził 3. edycję akcji specjalnej w mediach społecznościowych. Za każdy unikalny wpis opublikowany w dniu finału na Twitterze, oznaczony hashtagem #MasterCardGrazWOŚP, firma przekazała 5 zł na konto Fundacji. Suma donacji wyniosła 200 tys. zł. Mastercard

wyposażył też 300 wolontariuszy WOŚP w terminale zbliżeniowe, dzięki czemu osoby bez gotówki też mogły zasilić konto Fundacji. Fundację cały rok mogą wspierać także posiadacze kart Mastercard uczestniczący w programie Priceless Specials. Zebrane w jego ramach punkty mogą przeznaczyć na zakup cegiełek WOŚP. Mastercard wspiera również finansowo aukcje Allegro na rzecz WOŚP, osoby wystawiające przedmioty na aukcje.wosp.org.pl nie ponoszą żadnych kosztów związanych z obsługą transakcji kartami Mastercard.



Konkurs grantowy **Wakacje z matematyką** realizowany przez mFundację (fundacja korporacyjna **mBanku**) zapewnia dzieciom atrakcyjne formy spędzania wakacji w mieście, pod znakiem matematyki. Finansowane projekty muszą upowszechniać matematykę i pokazywać jej przydatność w codziennym życiu. W pilotażowej edycji konkursu wzięły udział organizacje pozarządowe, grupy nieformalne (nauczycieli, uczniów lub rodziców) i biblioteki publiczne z Łodzi. Granty w wysokości do 5 tys. zł otrzymało 7 beneficjentów. W ponad 200 godzinach zajęć wzięło udział 661 dzieci i młodzieży.



MetLife w ramach **programu CSR dla seniorów** zaczęła współpracować z 3 organizacjami: Fundacją ZACZYN, Fundacją Porozumienie Bez Barrier i Stowarzyszeniem „mali bracia Ubogich”. Dzięki wsparciu MetLife realizowano szkolenia poszerzające kompetencje cyfrowe, uruchomiono „Kąciki Babci i Dziadka” w Domach Pomocy Społecznej oraz zrealizowano program budowania grup wsparcia dla osób chorych na Alzheimera. Działa również Ogólnopolski Telefon Zaufania dla Osób Starszych. Firma wsparła także piknik z okazji Międzynarodowego Dnia Osób Starszych oraz spotkania świąteczne. Ze wsparcia skorzystało ponad 4 tys. osób.



W ramach **Tygodnia Pracy na Rzecz Społeczności Lokalnych** wolontariusze **MetLife** działali w 26 krajach. W Polsce w akcji uczestniczyły 94 osoby, w tym członkowie zarządów; 21 wolontariuszy organizowało gry i zabawy dla dzieci z niepełnościami intelektualną podczas Dnia Młodego Sportowca MetLife i Olimpiad Specjalnych; 73 pracowników MetLife uczestniczyło w akcji wolontariackiej Fundacji Habitat for Humanity, podczas której pomagali w adaptacji strychu na warszawskiej Pradze, gdzie powstało 7 mieszkań dla 12 podopiecznych Młodzieżowego Ośrodka Wychowawczego w Aninie.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Fundacja DOZ wraz z firmą **Pelion** oraz DOZ S.A. przygotowały **Mikołajkowy Wieczór Charytatywny**, który dedykowany był samotnym matkom. Podczas wieczoru zorganizowano aukcję charytatywną, w ramach której pozyskano 111 tys. zł. Środki te zostały przeznaczone na zakup produktów medycznych dla 3 Domów Samotnych Matek. Zainicjowano także kompleksowy program pomocy skierowany do kobiet i ich dzieci. Ma on pomóc kobietom stać się samodzielnymi, poprzez wsparcie psychologa, prawnika oraz projekt indywidualnej pomocy i szkoleń.



Grupa **Pelion** w ramach **Urtica Dzieciom Camp** zorganizowała 4 sześciodniowe wyjazdy do ośrodka prowadzącego terapię psychoonkologiczną dla chorujących na nowotwór dzieci, a także ich rodzicami. W trakcie wyjazdów uczestnicy brali udział w konsultacjach z psychoonkologiem, psychologiem i dietetykiem. Dbano o kondycję fizyczną uczestników oraz organizowano zajęcia i zabawy z animatorami. Odbyły się także wycieczki po Krakowie i spotkania ze znanymi osobami, które motywowały uczestników do walki z chorobą – z aktorem Jerzym Stuhrem oraz sportowcami Rafałem Mikołajczykiem i Marietą Gotfryd.



PGE Polska Grupa Energetyczna postanowiła dokonać w wybranych domach dziecka oraz ośrodkach społecznych bezpłatnych, kompleksowych napraw instalacji wodnych i elektrycznych. Akcja **Fachowcy w trasie dla domów dziecka** odbyła się w 22 instytucjach. Placówki otrzymały także dekoracje świąteczne, a dzieci – świąteczne upominki. Fachowcom PGE towarzyszył zespół **Recycling Band**, czyli grupa 5 muzyków, którzy grają na specjalnie przygotowanych instrumentach zrobionych z przedmiotów pochodzących z recyklingu.



PKP CARGO – największy towarowy przewoźnik kolejowy w Polsce – pełni rolę **mecenasa zabytków techniki kolejowej**. Utrzymuje historyczny tabor kolejowy w małopolskiej Chabówce i wielkopolskim Wolsztynie. Promuje tradycje kolejnictwa, organizując cykliczne kolejowe imprezy – „Paradę Parowozów” w Wolsztynie i „Parowozjadę” w Chabówce, a także adresowany do dzieci program edukacyjny „Lato z Parowozami”. W skansenie w Chabówce zgromadzono najliczniejszą w Polsce kolekcję zabytkowych pojazdów kolejowych, m.in. parowozy, lokomotywy spalinowe i elektryczne, wagony pasażerskie i towarowe, plugi odśnieżne i drezyny. Parowozownia Wolsztyn została zbudowana w latach 1907–1909. W rezultacie porozumienia z władzami samorządowymi, od 1 stycznia 2017 r. obiekt ten funkcjonuje jako instytucja kultury województwa wielkopolskiego.



Projekt Wolontariatu **Fabryka Dobrej Energii** został stworzony przez pracowników **PKN ORLEN** w Płocku – 450 wolontariuszy przeprowadziło prace remontowe na rzecz

8 instytucji opiekuńczo-wychowawczych. Odrestaurowali ponad 40 pomieszczeń, wymienili ponad 400 m² wykładzin, listew przypodłogowych, część instalacji hydraulicznej, oświetleniowej oraz glazury i terakoty w pomieszczeniach kuchennych. Zamontowali kilkadziesiąt gniazdek i przetężników, a nawet przebudowali ściany. Z odnowionych pomieszczeń korzysta blisko 500 osób.



W ramach świątecznej akcji **Wolontariatu ORLEN „Zostań pomocnikiem Św. Mikołaja – spełnij marzenia”** pracownicy **PKN ORLEN** wybierają placówkę, a potem poznają marzenia jej podopiecznych. Następnie angażują wolontariuszy, którymi są koleżanki i koledzy z pracy, do tego, by spełnić te marzenia. W 2016 r. wolontariusze wskazali 40 placówek z całego kraju i spełnili marzenia ponad 1500 dzieci i młodzieży, które na co dzień znajdują się w trudnej sytuacji materialnej.



Polskie Linie Lotnicze LOT w ramach akcji **LOT w walce z rakiem – Razem mamy większe szanse!** postanowiły przekazywać bilety na podróże dla dzieci leczących nowotwory za granicą. W ciągu 5 lat trwania pomocą objętych zostało 250 dzieci chorujących na raka. Co roku przekazywanych jest ok. 50 biletów. Zainteresowane osoby zgłaszają potrzebę poprzez specjalny formularz online, a następnie po pozytywnym rozpatrzeniu prośby organizowana jest podróż.



Bartek Rzońca, cierpiący na nieuleczalną dystrofię mięśniową, na stałe porusza się na wózku elektrycznym. Mimo to stara się prowadzić aktywne życie. Zwiedza okolice rodzinnego Świnoujścia, komponuje muzykę elektroniczną, a na co dzień studiuje geodezję i kartografię na Politechnice Koszalińskiej. Rodzina Bartka wywodzi się z Podhala, dlatego narodził się pomysł wyprawy **na wózku przez Polskę**. Bartek pokonał 900 km ze Świnoujścia do Zakopanego, przy wsparciu opiekuna – Stanisława Ogrodnika z firmy **Promedica24**, która była współorganizatorem wyprawy razem z Caritas Archidiecezji Szczecińsko-Kamieńskiej.



Program **Give Together** realizowany przez **Sabre Polska** to zbiór akcji wolontariackich o charakterze fundraisingowym. Raz do roku prowadzone są zbiórki funduszy przekazywanych na rzecz organizacji pozarządowych i lokalnych społeczności. Jednocześnie pracownicy zgłaszają organizacje, które chcieliby w danym roku wesprzeć. W 2016 r. w działania zaangażowanych było blisko 800 wolontariuszy (ok. 75% pracowników firmy). Odbyło się 29 akcji, m.in. aukcje internetowe, masaże, sesja fotograficzna, wirtualne turnieje, kiermasze jedzeniowe, dance challenge oraz kiermasz książek, w ramach których zebrano 71 042 zł.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Polski oddział Grupy **Sodexo** wspiera Program „Pajacyk” Polskiej Akcji Humanitarnej. Wspólnie ze swoimi klientami i partnerami biznesowymi zbiera fundusze na dożywianie dzieci w szkołach poprzez limitowaną edycję **Świątecznej Karty Podarunkowej z Pajacykiem**. 10 Kart Podarunkowych finansuje 1 obiad dla dziecka. Ponadto od każdej transakcji zrealizowanej za pomocą Karty Podarunkowej w sieci partnerów projektu partnerzy przekazują dla Programu „Pajacyk” dodatkową złotówkę. W poprzednich dwóch edycjach projektu Sodexo ufundowało ówczesnemu partnerowi akcji – Towarzystwu Przyjaciół Dzieci – 4500 posiłków.



TESCO Polska realizuje program grantowy **Decydujesz, pomagamy**, adresowany do lokalnych organizacji pozarządowych i społeczników. W I edycji konkursu grantowego napłynęło ponad 1 tys. zgłoszeń; 3 najlepsze projekty dla każdego ze 160 mikroregionów, wyłonione przez komisję, były poddane pod głosowanie klientów 400 sklepów sieci w Polsce. W czasie głosowania oddano 5,5 mln głosów i wyłoniono 160 inicjatyw, które otrzymały granty w wysokości 5 tys. zł. Zrealizowane zostały lokalne inicjatywy wspierające promocję zdrowego stylu życia, edukację, rozwój kompetencji, ochronę środowiska oraz rewitalizację miejsca zamieszkania. Powstawały m.in. lokalne siłownie na świeżym powietrzu, ogrody terapeutyczne, organizowano warsztaty żywieniowe, pikniki integracyjne, warsztaty teatralne, muzyczne, plastyczne, letnie kina plenerowe. Partnerem merytorycznym programu była Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”.



Volkswagen Poznań poprzez program **Szkoła Młodego Inżyniera** chce zaszcześcić w młodych ludziach pasję do przedmiotów ścisłych: matematyki, automatyki i robotyki. Do udziału w nim zaproszone zostały wielkopolskie szkoły podstawowe oraz gimnazja. W ramach głosowania internetowego 13 szkół, na które społeczność oddała najwięcej głosów, otrzymało zestawy klocków Lego Mindstorms do budowy oraz programowania robotów, został również przygotowany całonocny festiwal technologiczny. Firma zapewniła też szkolenia dla nauczycieli w zakresie wykorzystania pozyskanych pomocy naukowych.



W 2016 r. **Wawel** rozpoczął program **Z miłości do radości**, który ma na celu wsparcie organizacji charytatywnych pomagających najbardziej potrzebującym. Konsument, którzy kupują produkty marki Wawel mogą rejestrować się w programie lojalnościowym. Jednocześnie mogą oddać swój głos na jedną z 5 organizacji biorących udział w programie: Fundację Mimo Wszystko Anny Dymnej, Stowarzyszenie Wiosna z projektem Akademia Przyszłości, Fundację Poza Horyzonty Jaśka Meli,

Fundację A kogo? Ewy Błaszczki i Fundację „Wawel Z rodziną”. W programie wzięło udział prawie 50 tys. uczestników, a Wawel przekazał na cele charytatywne łącznie 1,5 mln zł.



Sela w partnerstwie z PGNiG, Stowarzyszeniem Nerka, Klubem Honorowych Dawców Krwi HDK „Nafta”, Regionalną Stacją Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa oraz Lubuskim Okręgiem PCK zorganizowała dla mieszkańców Zielonej Góry akcję **Dar krwi na Dzień Dziecka**. Pomysł na inicjatywę narodził się podczas lokalnego ogłoszenia raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”. W ramach działań zorganizowano zbiórkę krwi oraz akcję edukacyjną uczącą udzielania pierwszej pomocy i wykorzystania AED. Zebrano 7,65 litrów krwi, a z warsztatów skorzystało ok. 60 dzieci i dorosłych.



W ramach adresowanej do szkół akcji **Sala Przyrody TAURON Ekoenergia** firma **TAURON** Ekoenergia finansuje organizowanie sali dydaktycznej do nauki przyrody. W każdej edycji wybieranych jest 5 szkół – laureatów. Aby zdobyć środki na wyposażenie sali, uczniowie przygotowywali prace konkursowe w formie plakatu z hasłem promującym TAURON oraz wytwarzanie energii z wody i wiatru. W 2016 r. odbyła się 6. edycja akcji, a na terenie działalności spółki funkcjonuje już 29 Sal Przyrody TEE.



W maju 2016 r. firma **Volkswagen Motor Polska** została **Ambasadorem Life Festival Oświęcim**. W ramach projektu m.in. 14 wolontariuszy – pracowników przedsiębiorstwa zaangażowanych było w prace organizacyjne i obsługę wydarzenia oraz udostępnienie aut służbowych na potrzeby imprezy. Wolontariusze zajmowali się głównie przewozem VIP-ów, zaproszonych artystów oraz członków zespołów. W trakcie festiwalu prowadzili także stoisko informacyjne programu „Respekt – szacunek i tolerancja”.



Współpracownicy **ANG Spółdzielni Doradców Kredytowych** angażują się w realizację **programów Fundacji „Będę Kim Zechcę”**, której głównym celem jest wyrównywanie szans edukacyjnych młodych ludzi. Wolontariusze prowadzą m.in. warsztaty „Odpowiedzialna Przedsiębiorczość” oraz „Finanse na Wesoto” w szkołach w całej Polsce. Stypendia oraz wsparcie ze strony tutorów otrzymało 11 młodych osób.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych

po raz czwarty wsparła **Konkurs [eS] Przedsiębiorstwo Społeczne Roku im. Jacka Kuronia**, w 2016 r. fundując również nagrodę dla przedsiębiorstwa społecznego, które najaktywniej promuje swoją ofertę i prowadzi przejrzyste działania komunikacyjne. Współpracownicy spółdzielni oceniali nadesłane wnioski, brali udział w wizytach studyjnych oraz diagnozowali potrzeby i sfery przedsiębiorstw, które należałoby wesprzeć, by mogły one funkcjonować efektywniej.



Fundacja ANWIL dla Włocławka wspiera projekty służące lokalnej społeczności. Pomaga w realizacji przedsięwzięć z zakresu edukacji, ochrony zdrowia i środowiska, bezpieczeństwa, sportu, kultury i sztuki. Fundacja prowadzi także program stypendialny, a od 2016 r. konkurs grantowy, którego celem jest popularyzacja nauk ścisłych wśród uczniów.



Akcja **Listy do Świętego Mikołaja** polega na zachęceniu pracowników **ANWILU** do spełnienia marzeń podopiecznych włocławskich domów dziecka. Aby to uczynić, należy przekazać prezent do koordynatora akcji, który wraz z wolontariuszami ANWILU dostarczy podarunki do placówek opiekuńczo-wychowawczych biorących udział w akcji. W 2016 r. pracownicy firmy spełnili życzenia 110 dzieci.



Fundusz Małych Grantów to akcja wspierania lokalnych projektów społecznych realizowanych w Gliwicach, Zabrze i powiecie gliwickim przez Centrum Handlowe Europa Centralna (którym zarządza firma **Apsys Polska**). Beneficjenci otrzymują 2 tys. zł na realizację działań, a także wsparcie doradcze oraz marketingowe w nagłośnieniu swoich przedsięwzięć.



Akcja **„Pomagamy”** powstała z inicjatywy Zarządu **Asseco Poland**, który zdecydował, by zrezygnować z kupowania prezentów świątecznych dla klientów firmy. Zaoszczędzone w ten sposób środki przeznaczono na rzecz wsparcia projektów pomocowych realizowanych przez pracowników firmy.



Od 2009 r. **Bank BGŻ BNP Paribas** wspiera Centrum Krwiodawstwa i kampanię „Twoja Krew – moje życie” poprzez organizację **corocznej akcji „Krwinka”** angażującej pracowników. Podczas ostatniej edycji do mobilnych punktów poboru krwi w 3 centralach banku zgłosiło się 111 pracowników. Dzięki temu zebrano łącznie 30 litrów krwi.



W ramach akcji **Dobre Kilometry** pracownicy **Banku BGŻ BNP Paribas** przez miesiąc zliczają kilometry przemierzone podczas dowolnych sportów: biegania, jazdy rowerem, nordic walking czy pływania, aby wspólnymi siłami pokonać określony dystans (20 tys. km), następnie kilometry przeliczone są na środki finansowe, które bank przekazuje na wybrany przez uczestników szczytny cel.



Od 2015 r. w ramach **programu edukacyjnego DreamUp**, poprzez zajęcia muzyczne z profesjonalistami, Fundacja **BGŻ BNP Paribas** we współpracy z Fundacją „Muzyka jest dla wszystkich” oraz Towarzystwem Przyjaciół Dzieci wspiera rozwój blisko 100 podopiecznych ognisk TPD na warszawskiej Pradze. Poprzez naukę gry na instrumentach połączoną z pracą wychowawczą dzieci uczą się wzajemnego szacunku, rozwijają swoją kreatywność i budują harmonię emocjonalną.



Program grantów lokalnych to dla placówek sieci detalicznej **Banku BGŻ BNP Paribas** model wsparcia darowiznami działalności społecznej prowadzonej lokalnie przez małe organizacje pozarządowe. Od 2011 r. przekazano prawie 600 dotacji na lokalne działania.



Program stypendialny Klasa to autorski projekt stypendialny **Banku BGŻ BNP Paribas** kierowany do będących w trudnej sytuacji bytowej absolwentów gimnazjów z małych miejscowości, a wyróżniających się ponadprzeciętnymi osiągnięciami i zaangażowaniem. Program obejmuje wsparcie podczas 3 lat nauki w liceum oraz stypendium pomostowe na pierwszy roku studiów. Od 2003 r. wsparcie otrzymało blisko 700 młodych osób.



Celem programu **Na dobry początek!** jest wyrównywanie szans edukacyjnych i wspieranie społeczności lokalnych na wsiach. Dofinansowanie projektów realizowanych przez biblioteki, ośrodki kultury i organizacje pozarządowe w konkursie grantowym Fundacji **Banku Gospodarstwa Krajowego** wynosi od 3 do 10 tys. zł. Dotychczas dofinansowano 238 projektów edukacyjnych, przeznaczając na ten cel 2,058 mln zł.



Świąteczna Aukcja Dobroczyzna opiera się na zaangażowaniu pracowników **Banku Millennium**, którzy przekazują na licytację stworzone przez siebie rękodzieła. W intranetowej aukcji zostały one zlicytowane na kwotę 27 764 zł. Po podwojeniu tej sumy przez bank dzieciom przekazano 55 528 zł.



Bank Dziecięcych Uśmiechów to program grantowy Fundacji **Banku Zachodniego WBK**, w którym mogą wziąć udział placówki zajmujące się opieką nad dziećmi z rodzin dysfunkcyjnych oraz instytucje je wspierające. W 2016 r. suma przekazanych grantów wyniosła 500 tys. zł, które trafiły do 140 organizacji.

 2007  11 000

Bank Zachodni WBK współpracuje z Polską Akcją Humanitarną w ramach akcji „Pajacyk”. Instrumentem pomocy są kredytowe **karty Visa Silver „Akcja Pajacyk”**, które bank wydaje od 2002 r. W 2016 r. wydano 62 984 karty, a Bank Zachodni przekazał na konto PAH 500 tys. zł, co przelożyło się na 142 857 posiłków.

 2007  11 000

Capgemini Polska co roku tworzy **bazę organizacji pożytku publicznego**, za pośrednictwem których można przekazać 1% podatku na rzecz osób bliskich pracownikom, które potrzebują pomocy.

 2013  7000

Projekt Teatr Capgemini to spektakl charytatywny przygotowywany przez pracowników **Capgemini Polska** i wystawiany na deskach jednego z krakowskich teatrów co roku. Spektakl jest udostępniony osobom z niepełnosprawnością wzroku przez audiodeskrypcję. Cały przychód ze sprzedaży biletów przekazywany jest Fundacji Menedżerowie Jutra MOFFIN na wsparcie edukacyjne osób niepełnosprawnych.

 2011  7000

Coroczna **zbiórka krwi** wśród pracowników **Capgemini Polska** organizowana jest w Krakowie, Katowicach, Opolu i we Wrocławiu.

 2013  7000

Carrefour Polska zaangażował się w 3 ogólnopolskie **zbiórki żywności**: Wielkanocną Zbiórkę Żywności, Zbiórkę „Podziel się Posiłkiem” i Świąteczną Zbiórkę Żywności, koordynowane przez Federację Polskich Banków Żywności. W blisko 220 sklepach Carrefour zebrano łącznie 66 ton jedzenia. Żywność przekazano lokalnym organizacjom zajmującym się przygotowywaniem posiłków dla potrzebujących.

 2013  16 000

Ideą akcji świątecznej **Zostań Asystentem Św. Mikołaja** organizowanej przez **Citi Handlowy** jest wsparcie w okresie

bożonarodzeniowym dzieci znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej lub materialnej.

 2015  4000

Celem **konkursu Mikroprzedsiębiorca Roku** organizowanego przez **Citi Handlowy** jest wspieranie przedsiębiorczości, zachęcanie do zakładania własnych firm oraz wyróżnianie i promowanie najlepszych z nich jako przykładów efektywnych działań gospodarczych.

 2015  4000

Nagroda Emerging Market Champions ma na celu promocję przedsiębiorstw rozwijających z sukcesem działalność za granicą. Przyznawana jest przez **Citi Handlowy** zarówno polskim firmom wykraczającym ze swoją działalnością poza granice kraju, jak i podmiotom z emerging markets, które z sukcesem inwestują w Polsce.

 2014  4000

Nagroda Banku Handlowego w Warszawie S.A. za szczególny wkład w rozwój nauki w sferze ekonomii i finansów przyznawana jest, by docenić i promować wartościowe publikacje w dziedzinie ekonomii i finansów.

 2013  4000

Celem **Nagrody im. prof. Aleksandra Gieysztor** przyznawanej przez **Citi Handlowy** jest promocja oraz wsparcie instytucji i osób, które podejmują się działań służących ochronie polskiego dziedzictwa kulturowego zarówno w kraju, jak i za granicą.

 2013  4000

Akcja **Cognifide & Dzieci** ma na celu poprawę sytuacji społecznej i ekonomicznej dzieci z domu dziecka i rodzin zastępczych. Wolontariusze **Cognifide Polska** organizują spotkania i warsztaty dla dzieci, a także cykliczne zbiórki finansowe i rzeczowe.

 2015  170

„**Tvoja inicjatywa. Twój wpływ**” to **konkurs na inicjatywy społeczne** zgłaszane i realizowane przez pracowników **Deloitte**. W II edycji konkursu zgłoszono 72 inicjatywy, ostatecznie wybrano 21 projektów pracowniczych i 2 studenckie. Budżet dofinansowania inicjatyw wyniesie 250 tys. zł.

 2015  2000



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Celem projektu **Twój głos liczy się podwójnie** jest zachęcenie pracowników **Dentsu Aegis Network Polska** do udziału w globalnym badaniu satysfakcji pracowniczej. Każdego roku inicjatywa jest wzbogacana o aspekt charytatywny. W 2016 r. dofinansowano biblioteki w Kalimantan oraz wsparto Fundację YUM, której celem jest podniesienie poziomu edukacji dzieci w Indonezji.



Firma **DOZAMEL** popularyzuje ideę honorowego krwiodawstwa we Wrocławskim Parku Przemysłowym. W 2016 r. spółka zorganizowała VII Wielką Akcję Krwiodawczą WPP, w której zebrano 19 litrów krwi, wsparta organizacją obchodów 70-lecia RCKiK oraz wydała kalendarz dla Klubu HDK PCK Dolmel-Dozamel.



Spółka **DOZAMEL** wspiera Dom Pomocy Społecznej w Opolnicy. W odpowiedzi na bieżące potrzeby placówki w 2016 r. przekazano zestaw mebli do wyposażenia pokoi i pracowni terapii zajęciowej, namiot i parasol ogrodowy oraz sprzęt muzyczny.



EDF Polska poprzez praktykę **Integracja przez sport** wspiera niepełnosprawnych sportowców podczas: Mistrzostw Polski w Narciarstwie Alpejskim EDF CUP; Mistrzostw Polski w Kolarstwie Szosowym EDF TOUR; rywalizacji niepełnosprawnych sportowców w trakcie mityngu lekkoatletycznego Memoriatu Zylewicza; Toruńskiej Olimpiady osób niepełnosprawnych; Międzynarodowego Turnieju Tenisa na Wózkach Wrocław CUP oraz Cracovia Maraton.



Fundacja Grupy Ergo Hestia na rzecz integracji zawodowej osób niepełnosprawnych **Integralia** powstała w 2004 r., by wspierać osoby niepełnosprawne na ich drodze do zawodowej samorealizacji. Misją tę wypetnia w sposób szczególny, współtworząc przyjazne stanowiska pracy w Grupie **ERGO Hestia** oraz w innych firmach i instytucjach.



Europ Assistance wspiera honorowych dawców krwi poprzez organizację zbiórki krwi wśród pracowników i partnerów biznesowych oraz wsparcie materialne Regionalnego Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecnicstwa.



Grupa **LOTOS** jest Partnerem Generalnym **Fundusz Grantowy w ramach Forum Inicjowania Rozwoju**. Forum to inicjatywa prowadząca do zrównoważonego rozwoju Pomorza opartego na silnej współpracy międzysektorowej na rzecz

kwestii istotnych dla jego mieszkańców. Fundusz Grantowy jest integralną częścią FIR.



Misją akcji **Karmimy Psiaki** jest eliminowanie bezdomności zwierząt, poprzez znajdowanie im domów, pomoc schroniskom oraz popularyzację odpowiedzialnych adopcji. Obecnie pod stałą opieką Fundacji **Sarigato** jest 16 schronisk z całej Polski, a wsparcia udzielono 46 placówkom i fundacjom. W ramach akcji Karmimy Psiaki fundacja przekazała ponad 20 ton karmy do schronisk, znalazła dom dla 633 psów i przeprowadziła 9 kampanii społecznych.



W ramach akcji „Świąteczne pomaganie” Grupa **Sarigato** w okresie przedświątecznym sponsoruje wyjazdy lub przygotowuje paczki kilkogru dzieciom. Zamiast kupowania prezentów dla klientów, firma przekazuje fundusze na pomoc Fundacji Mam Marzenie.



Shaping Futures to międzynarodowa inicjatywa należąca do **Henkel** marki Schwarzkopf Professional, mająca na celu zwiększenie szans młodych osób na rynku pracy poprzez zdobycie zawodu fryzjera. Programem szkoleniowym każdorazowo zostają objęci wychowankowie ośrodków SOS Wioski Dziecięce. W 2016 r. kilkunastu podopiecznych wzięło udział w tygodniowym praktycznym kursie prowadzonym w ramach wolontariatu pracowniczego przez pracowników Henkel Polska.



Akcja „**Blood and Bone Marrow Donation**” polega na popularyzowaniu wśród pracowników **Hewlett Packard Enterprise** inicjatywy honorowego krwiodawstwa. Wyspecjalizowane stanowiska krwiodawcze umożliwiające pracownikom oddanie krwi na terenie biur firmy. W 2016 r. podczas 6 akcji udało się zebrać łącznie ok. 80 litrów krwi, a od początku programu w 27 edycjach ponad 500 litrów.



ICP Group wsparto podopiecznych Światlicy Środowiskowej Caritas Archidiecezji Łódzkiej „Przystanek 13” poprzez organizację 2 wydarzeń: Dzień Dziecka (rejs po Zalewie Zegrzyńskim, poszukiwanie skarbu i warsztaty taneczne z finalistami 9. edycji You Can Dance) oraz ICP Fashion Week (współtworzenie kolekcji ubrań i udział w pokazie mody). Co miesiąc przekazywane były też środki finansowe, a na święta dzieci otrzymały prezenty.



Christmas Charity Action to coroczna zbiórka świąteczna na cele charytatywne, która odbywa się przy współudziale wszystkich pracowników **Infosys Poland**. Każdy może zgłosić instytucję/fundację/podmiot, dla którego chciałby zorganizować zbiórkę i ją wesprzeć.

 2014  2500

W ramach praktyki **Z myślą o potrzebujących** wolontariusze **ING Banku Śląskiego** biorą udział w różnych działaniach: angażują się w lokalne akcje gwiazdkowo-świąteczne, organizują kiermasze świąteczne, z których dochód przekazywany jest na cele charytatywne, przygotowują wyprawki w ramach akcji „Pomarańczowy plecak” i realizują projekt „Dobry Pomysł”.

 2015  8000

Zbieramy krew dla Polski to praktyka **Grupy Muszkietarów** – krew można oddać w krwiobusach przy wybranych sklepach Intermarké i Bricomarché. Dodatkowo, przeprowadzane są też pokazy pierwszej pomocy i konkursy wiedzy. W 9 edycjach kampanii zebrano łącznie ponad 13 tys. litrów krwi od przeszło 31 tys. osób.

 2012  15 500

W ramach inicjatywy **Place zabaw – Muszkietarowie** w każdym mieście, w których zlokalizowane są sklepy Intermarké i Bricomarché (należące do **Grupa Muszkietarów**), ma powstać plac zabaw dla dzieci. Od 2008 r. przystosowano 128 bezpiecznych miejsc do zabawy w 111 miejscowościach na terenie 14 województw.

 2009  15 500

Konkurs stypendialny **Jeronimo Martins Polska – Fundusz Natalii Partyki** powstał, aby wspierać młodych sportowców, którzy mają utrudniony dostęp do profesjonalnego zajęcia się sportem. Dotychczas odbyły się 2 edycje. Stypendystką pierwszej, Maria Andrejczyk, podczas igrzysk olimpijskich w Rio de Janeiro ustanowiła nowy rekord Polski w rzucie oszczepem. W finale konkursu olimpijskiego zajęła czwarte miejsce.

 2015  55 000

Konkurs „Piórko. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci” to inicjatywa **Jeronimo Martins Polska** popularyzująca czytelnictwo wśród najmłodszych, a także wspierająca debiutujących pisarzy i ilustratorów. Składa się z 2 etapów: na najlepszy tekst książki dla dzieci w wieku 4–10 lat oraz najlepsze prace obrazujące zwycięski tekst. Na debiutujących twórców czekają nagrody finansowe w wysokości 100 tys. zł każda.

Książka powstała w wyniku pierwszej edycji sprzedała się w ponad 40 tys. egzemplarzy, w drugiej – w blisko 30 tys.

 2015  55 000

W ramach **projektu społecznego „Codziennie bądźmy razem”** w sklepach sieci Biedronka pojawiają się wydawnictwa w postaci płyt CD z książeczkami. Środki z ich sprzedaży **Jeronimo Martins Polska** przeznacza na pomoc chorym dzieciom oraz ich rodzinom w trakcie rehabilitacji i powrotu do zdrowia. Od 2012 r. sprzedanych zostało ponad 226 tys. egzemplarzy płyt z książkami, dzięki którym pomoc została przekazana ponad 160 dzieciom.

 2013  55 000

Jeronimo Martins Polska wspiera **Mistrzostwa Polski i Świata Dzieci z Domów Dziecka w Piłce Nożnej** organizowane przez Stowarzyszenie „Nadzieja na Mundial”. W wydarzeniach w ramach projektu Stowarzyszenia wzięto udział ponad 5500 wychowanków domów dziecka z 36 krajów.

 2012  55 000

KPMG’s Family for Literacy to globalny projekt **KPMG**, mający na celu szerzenie czytelnictwa i walkę z analfabetyzmem. Pracownicy KPMG zbierają i przekazują książki dla dzieci i młodzieży przebywających w szpitalach.

 2015  1500

W ramach **programu grantowego dla pracowników KPMG** wsparcie finansowe zostaje przyznane projektom z obszarów wspierania społeczności lokalnych, ochrony i poszerzenia wiedzy o środowisku naturalnym, promowania idei przedsiębiorczości, a także zaangażowania w rozwój kultury.

 2015  1500

Lubelski Węgiel „Bogdanka”, Fundacja „Solidarni Górnicy” oraz RCKiK w Lublinie tworzą **międzysektorowe partnerstwo na rzecz krwiodawstwa i szpiku**. W ramach działania realizowany jest program edukacyjno-wolontariacki, polegający na włączeniu się kadry pracowniczej spółki i społeczności lokalnej w akcje krwiodawcze oraz „szpikowe” – w organizowanie ich na terenie kopalni, promocję krwiodawstwa i cykl szkoleń.

 2015  4611

Luxoft Poland wspiera i współorganizuje **Poland Business Run** od pierwszej edycji. Ta największa biegowa



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

impieza charytatywna w Polsce łączy realizację szczytnych celów, jakimi są pomoc osobom po amputacjach z promocją kultury fizycznej, a także aktywnością biznesową. W 2016 r. na linii startu stanęło 17 tys. uczestników w 7 miastach.

 2015  2000

Luxoft Poland wsparł akcję **Profesor Wnuczek**, w ramach której gimnazjaliści uczyli seniorów podstaw wykozystania nowych technologii. Seniorzy dowiedzieli się, jak bezpiecznie korzystać z komputera, wysłać wiadomość, przeglądać rodzinne zdjęcia, sprawdzić rozkład jazdy komunikacji publicznej czy czytać prasę internetową. W zajęciach w 2016 r. uczestniczyło 204 seniorów i 157 uczniów.

 2015  2000

Luxoft Poland zorganizował po raz trzeci **zabawę choinkową dla dzieci**, wspólnie dla podopiecznych podkrakowskiego Ośrodka „Dzieło Pomocy Dzieciom” oraz dzieci wszystkich pracowników firmy. Wśród atrakcji były: konkursy, gry, dmuchane zjeżdżalnie oraz dekorowanie bombek.

 2014  2000

Mars Polska realizuje misję budowania **lepszego świata dla zwierząt** m.in. przez wewnętrzny program wolontaryjny, który umożliwia pracownikom przeznaczenie do 2 dni na rzecz potrzebujących zwierząt. Firma przekazuje schroniskom ok. 300 ton karmy rocznie. Promuje też odpowiedzialną opiekę nad zwierzętami przez strategiczny sponsoring takich programów edukacyjnych jak „Przygarnij mnie” w TVP2, które uświadamiają potrzebę prawidłowej opieki i adopcji.

 2015  1600

Wolontariusze – pracownicy Grupy Medcover zrealizowali w 2016 r. 43 projekty, m.in.: wsparcie Ośrodków Preadopcyjnych w Otwocku i Częstochowie; Ośrodka dla Dzieci Niewidomych i Stabowidzących w Radomiu oraz akcje stomatologiczne dla Dzieci z Domów Dziecka. Wsparcie otrzymało 45 instytucji. Z projektów skorzystało ponad 3800 osób.

 2015  1733

MetLife wspiera organizacje pozarządowe, m.in.: Radę Pań przy PCK, która organizuje letni wypoczynek dla najuboższych dzieci; S.O.S. Wioski Dziecięce poprzez zbieranie upominków dla podopiecznych stowarzyszenia; Fundację Szachową, przeznaczając środki na edukację szachową, oraz Fundację Integracja.

 2015  447

Od 2010 r. **Kraków Airport** organizuje **konkurs grantowy „Wspieramy Sąsiadów”**. Zadaniem przedsięwzięcia jest finansowe wsparcie lokalnych inicjatyw z terenu gmin bezpośrednio sąsiadujących z lotniskiem i znajdujących się

w obszarze ograniczonego użytkowania. W czasie 8 edycji konkursu dofinansowano 121 projektów.

 2013  610

W ciągu dwóch lat **NIVEA Polska** w ramach projektu **Podwórko NIVEA** ufundowała 80 retro-nowoczesnych placów zabaw do wspólnego spędzania czasu rodziców i dzieci. W konkursie wzięło udział ponad 2 tys. gmin, a w głosowaniu internetowym łącznie oddano 32 mln głosów.

 2015  250

Pracownicy **Pelion** oddają **krew** 4 razy w roku. Akcja przeprowadzana jest w siedzibie firmy, biorą w niej udział zarówno osoby, które są honorowymi dawcami, jak i te, które po raz pierwszy oddają **krew** zachęczone przez kolegów i organizatorów.

 2015  9178

Pracownicy wszystkich spółek **Pelion** mają możliwość wsparcia działań DOZ Fundacji „Dbam o Zdrowie” poprzez przekazywanie końcówki swojego wynagrodzenia. Co miesiąc jest ona rozliczana przez spółkę z grupy, która opracowała system umożliwiający sprawne rozliczenie **payrolla**, i przekazywana na konto Fundacji.

 2013  9178

DOZ Maraton dbam o zdrowie organizowany przez **Pelion** to wydarzenie będące połączeniem imprezy sportowej, akcji promującej zdrowy i aktywny tryb życia oraz nowoczesnej charytatywności. Biegacze, biorąc udział w biegu na 42,195 km oraz na 10 km, mogą zbierać środki na pomoc potrzebującym.

 2012  9178

Szklany Ekran Pilkingtona to edukacyjno-artystyczny projekt, w ramach którego najmłodszy mieszkańcy województwa świętokrzyskiego biorą udział w bezpłatnych warsztatach filmowo-dziennikarskich, zabawach integracyjnych i pracach zadaniowych związanych z produkcją filmową z udziałem instruktorów, dziennikarzy, aktorów, reżyserów, scenarzystów itp.

 2014  3755

2. PKO Bieg Charytatywny odbył się 17 września równoległe w 12 miastach w Polsce, pod hasłem „Pomagamy z każdym krokiem”. Dystans pokonany przez uczestników przeliczony był na darowiznę przekazaną organizacjom zajmującym się dożywianiem dzieci w poszczególnych regionach. W biegu wzięły udział 6224 osoby, **Fundacja PKO Banku Polskiego** przekazała blisko 633 tys. zł na posilki dla dzieci.

 2015  25 400

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W 2016 r. **Naukowa Fundacja Polpharma** świętowała 15-lecie. Od 2001 r. **Polpharma** przeznaczyła na jej działalność ok. 18 mln 300 tys. zł. Dorobek Fundacji to: przyznanie 65 grantów na realizację projektów badawczych z dziedziny medycyny i farmacji, 37 stypendiów naukowych dla najlepszych studentów studiów doktoranckich, a także wydanie podręcznika „Nieprzestrzeganie zaleceń terapeutycznych. Od przyczyn do praktycznych rozwiązań”, który trafił do studentów i lekarzy.

 2006  1900

W czterech edycjach **charytatywnego marszobiegu – dzień przed biegami ORLEN Warsaw Marathon** wzięło udział łącznie prawie 40 tys. osób. Za każdego uczestnika **PKN ORLEN** przekazał 10 zł na edukację sportową dzieci z rodzinnych domów dziecka.

 2014  4751

PKN ORLEN organizuje **konkurs plastyczny na ilustrację kartki świątecznej**. Uczestnikami są wychowankowie rodzinnych domów dziecka i placówek wychowawczo-opiekunich typu rodzinnego wspieranych przez PKN ORLEN oraz Fundację ORLEN-DAR SERCA (ok. 300 placówek). Zwycięzcy otrzymują nagrody rzeczowe, a wszyscy uczestnicy nagradzani są słodkimi upominkami.

 2014  4751

Klienci stacji **PKN ORLEN** uczestniczący w **programie lojalnościowym VITAY** mają możliwość **wspierania działań społecznych**. Otrzymane punkty lojalnościowe mogą przeznaczyć dla podopiecznych rodzinnych domów dziecka lub na wsparcie działań na rzecz ochrony środowiska.

 2013  4751

ORLEN na rzecz ochrony zdrowia i życia to autorski program **PKN ORLEN**, mający na celu wsparcie straży pożarnych. Inicjatywa ma za zadanie podwyższanie poziomu bezpieczeństwa, budowanie dobrych relacji ze społecznościami lokalnymi oraz wspieranie lokalnych inicjatyw służących poprawie jakości życia mieszkańców. Realizowany jest przy wsparciu spółek z Grupy ORLEN.

 2012  4751

Procter & Gamble Polska realizuje **wolontariat pracowniczy w ramach współpracy z organizacją Habitat for Humanity**. Jego celem jest poprawa warunków życia osób i rodzin będących w trudnej sytuacji materialnej. P&G zapewnia środki finansowe oraz angażuje pracowników-wolontariuszy. Habitat for Humanity odpowiada za identyfikację osób potrzebujących pomocy, organizację prac budowlanych

i logistykę wolontariatu oraz całościowy nadzór budowlany nad pracami.

 2013  3600

Praktyka **Big Brothers Big Sisters** realizowana jest w ramach wolontariatu pracowniczego w **PwC** i polega na byciu mentorem dla dziecka, które ma trudności w realizowaniu swojego potencjału. Jako mentorzy, pracownicy PwC poświęcają swój czas dzieciom w relacji 1 na 1, spotykając się kilka razy w miesiącu przynajmniej przez rok.

 2015  2000

Teens Matter to program edukacyjny stworzony, by pomóc młodzieży znajdującej się w trudnej sytuacji materialnej lub rodzinnej. Projekt zapewnia młodym ludziom m.in. spotkania z wykładowcami, szkolenia z języka angielskiego, praktyki zawodowe oraz wsparcie psychologa. **PwC** wspiera program od 2000 r., zapewniając wolontariuszy, przestrzeń, sprzęt oraz materiały dydaktyczne.

 2015  2000

Superścieżka, integrując różnorodnych partnerów, jest **największym przedsięwzięciem placemakingowym w Polsce**. Celem inicjatywy jest spójne zagospodarowanie ważnego odcinka Krakowa wzdłuż al. Powstania Warszawskiego. Mieszkańcy mieli możliwość kształtowania koncepcji od samego początku. W serii warsztatów udział wzięło w sumie ok. 200 osób. Inwestycja realizowana jest przez **Skanska w Polsce**.

 2015  7000

Świąteczne pomaganie to organizacja wydarzeń potoczonych ze zbiórką pieniędzy oraz darów rzeczowych, przeznaczanych na wsparcie akcji Szlachetna Paczka. W 2016 r. inicjatywa **Stanley Black & Decker Polska** rozszerzyła się o dwa niezależne biura – w Warszawie i we Wrocławiu.

 2014  350

SumiRiko Poland jest fundatorem **stypendiów** dla uczniów 2 wólbromskich szkół podstawowych, którzy osiągnęli dobre wyniki w nauce i jednocześnie mają trudną sytuację materialną bądź rodzinną. Od 2 lat stypendia otrzymują również uczniowie, którzy mają wybitne osiągnięcia w nauce (ich sytuacja rodzinna lub materialna nie jest brana pod uwagę).

 2011  1400



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Tesco Polska przekazuje nadwyżki żywności ze swoich sklepów do lokalnych Banków Żywności oraz innych organizacji pozarządowych. W Polsce proces ten został uruchomiony w październiku 2013 r. Aktualnie 152 sklepy codziennie przekazują żywność dla potrzebujących.

 2013  28 000

Zbiórki żywności każdego roku angażują klientów i pracowników **Tesco Polska** w niesienie pomocy osobom potrzebującym. Każdego roku w okresie świąt Bożego Narodzenia oraz Wielkanocy w sklepach Tesco pojawiają się wolontariusze, którzy przez 3 dni zachęcają klientów do podzielenia się i przekazania produktów spożywczych dla osób potrzebujących.

 2013  28 000

Od 2014 r. **TK MaXX** współpracuje ze **Stowarzyszeniem WIOSNA w ramach programu Akademia Przyszłości**. W 2016 r. firma zorganizowała 2 zbiórki funduszy na rzecz programu, dwukrotnie przeprowadziła sprzedaż produktów charytatywnych, a dochód ze sprzedaży przeznaczyła na wsparcie podopiecznych Akademii, oraz zrealizowała 2 kampanie PR z udziałem gwiazd i blogerów. Aktualnie opieką programu objętych jest 2200 dzieci w Polsce.

 2014  1626

W biurach **T-Mobile Polska** zorganizowana została **zbiórka nakrętek** po napojach, które przekazane zostały na cel społeczny – sprzęt rehabilitacyjny i wózki inwalidzkie.

 2014  4350

W ramach akcji **Pomoc Mierzona Kilometrami** kilometry pokonywane w biegu, na rowerze lub podczas spaceru **T-Mobile Polska** zamienia na wsparcie finansowe podopiecznych Fundacji TVN „Nie jesteś sam”. W 2016 r. uczestnicy pokonali 140 mln km.

 2013  4350

Pracownicy **Transition Technologies** opracowali aplikację mobilną **Pomoc w Górach** w ramach projektu **IT dla Gór**. Umożliwia ona kontakt z ratownikami i podanie dokładnego położenia. Grupa aplikacji Seeing Assistant ułatwiająca osobom niewidomym i słabowidzącym codzienne czynności (m.in. nawigowanie, rozpoznawanie kolorów i źródła światła) została rozszerzona o kolejną – Seeing Assistant: Zobaczyć Morze. Aplikacja ta pomaga nawigować i utrzymywać stały kurs podczas żeglugi.

 2015  424

1+1=3 to program wolontariatu pracowniczego typu payroll, w ramach którego chętni pracownicy **Volkswagen Poznań** przekazują 1 złotówkę z comiesięcznego wynagrodzenia

na rzecz wybranej w głosowaniu fundacji. Ponad 70% pracowników wspiera program, a pula zebranych środków przekroczyła 400 tys. zł.

 2013  9000

EDUKACJA DOROSŁYCH

Projekt **doradza.my** to cykl internetowych spotkań ze specjalistami ds. kariery, którzy mają wiedzę i doświadczenie z zakresu rozwijania mocnych stron, planowania kariery, tworzenia dokumentów aplikacyjnych itp. Platforma **ERGO Hestia** odpowiada na potrzeby niepełnosprawnych oraz tych, którzy nie mają odwagi lub wystarczającej motywacji, by wyjść z domu i zgłosić się na warsztaty. Usługę skonstruowano również z myślą o potrzebach osób z niepełnosprawnością słuchową, dla których po każdym webinarze zamieszczone są napisy. Na platformie zarejestrowało się 139 osób.

 1997 

Media wchodzące w skład **Grupy Agora** starają się wesprzeć swoich odbiorców w zmaganiach z wyzwaniami współczesnego świata. W 2016 r. „Gazeta Wyborcza” uruchomiła kolejną, czwartą już, odsłonę akcji **Po stronie klienta**. Projekt pozwala na podejmowanie świadomych decyzji dotyczących wyboru towarów i usług, zwiększa świadomość praw konsumenta i obowiązków firm. Przede wszystkim pozwala na dotarcie do ważnych informacji w przystępnym języku. W ramach akcji powstało 14 materiałów redaktorskich, 2 quizy oraz 4 artykuły opublikowane w ogólnopolskim dzienniku, zawierające szereg porad i praktycznych wskazówek, jak nie dać się naciągnąć nieuczciwym sprzedawcom.

 2979

Fashion Starter jest kierowany do młodych projektantów, studentów i absolwentów Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. Trzymiesięczne warsztaty przygotowują ich do wejścia na rynek pracy i zapoznają z realiami tworzenia mody w globalnej firmie odzieżowej. Aby w pełni przedstawić studentom realia tworzenia produktów komercyjnych, firma **LPP** zaprosiła do projektu profesjonalistów związanych z branżą. Najlepsze prace zaprezentowano w wybranych salonach Reserved. Program ukończyło 14 osób. LPP zaprosiło do współpracy 4 z nich.

 1700 

Czas na wege to projekt firmy **Magya**. Jego założeniem jest przybliżenie zdrowego, w tym również wegetariańskiego i wegańskiego sposobu odżywiania. Poprzez formułę programu telewizyjnego firma zachęca do aktywnego spędzania czasu, zdrowej diety i właściwej suplementacji niedoborów żywieniowych. W program zaangażowane są gwiazdy kina, teatru, sportu i muzyki, osobowości telewizyjne i dziennikarze radiowi.

 2 

Projekt **Kulinarnie Mocni** ma przygotować edukatorów z Banków Żywności przy udziale **McCormick Polska**, właściciela marki Kamis, do realizacji warsztatów kulinarnych dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym. Firma przekazuje edukatorom wiedzę o ziołach i przyprawach, uczy, że posiłki można przyrządzić przy niewielkim nakładzie finansowym, udostępnia bezpłatnie studio kulinarne i materiały edukacyjne. W projekt zaangażowanych jest 8 pracowników-wolontariuszy. W latach 2015–2016 przeszkolono 18 edukatorów z 18 Banków Żywności, którzy zrealizowali 270 warsztatów dla 4 tys. osób. W edycji 2016–2017 wyedukowano 25 specjalistów z 25 banków, a ich zadaniem jest przeprowadzeniem 300 warsztatów dla 4500 beneficjentów Banków Żywności.



Cykl spotkań „Wyborcza na żywo” został zainicjowany przez należącą do **Grupy Agora** „Gazetę Wyborczą” w 2016 r. jako odpowiedź na potrzebę rozmów o bieżącej sytuacji politycznej, społecznej i gospodarczej w Polsce. Tematy poruszane podczas spotkań opierają się na wartościach wynikających z Karty Gazety, czyli obronie demokracji, wolności obywatelskich, tolerancji, dbaniu o poszanowanie drugiej strony i trosce o fakty (racjonalizm). Spotkania miały miejsce zarówno w dużych miastach (m.in. w Warszawie, Gdańsku, Krakowie, Poznaniu i we Wrocławiu), jak i w mniejszych ośrodkach (w Kaliszu, Płocku, Radomiu i Rybniku). W sumie w 33 miastach odbyło się 158 spotkań, w których wzięło udział ok. 20 tys. osób.



Projekt **#Cyberstrażnik** to odpowiedź **PKO Bank Polski** na zamieszczanie w sieci przez internautów poufnych danych. Jego celem była edukacja związana z zachowaniami prowadzącymi do ujawnienia danych osobowych. Poszukiwano takich treści w internecie i kontaktowano się z ich właścicielami, informując o konsekwencjach. Zainteresowanych odsyłano do materiałów na portalu bankomania.pkobp.pl. Spośród 7 tys. treści kilkaset zidentyfikowano jako potencjalnie niebezpieczne, podjęto blisko 100 skutecznych interwencji.



Firma **TAURON Dystrybucja Serwis**, należąca do grupy **TAURON Polska Energia**, jest pomysłodawcą szkoleń **Blżej energetyki** kierowanych do nauczycieli zawodu elektryka. Poprzez przekazywanie wiedzy firma wpywa na rozwój potencjalnych przyszłych pracowników. Podczas cyklu wykładów poruszane były m.in. zagadnienia służebności przesyłu, pracy dyspozytora, modernizacji stacji, procesu przyłączania klientów, nowoczesnych technologii oraz zagrożeń środowiska naturalnego. Od 2013 r. przeszkolono 52 nauczycieli.



Bank BGŻ BNP Paribas dostrzega rolę kobiet mieszkających na terenach wiejskich. Panie coraz aktywniej i chętniej uczestniczą w podejmowaniu decyzji o kierunku rozwoju prowadzonego biznesu. Program **Agro na obcasach** dedykowany został kobietom żyjącym i działającym w sektorze rolnym. Realizowany jest poprzez zapraszanie wybranych kobiet do teatrów i filharmonii, aby mogły – niektóre po raz pierwszy – na chwilę oderwać się od codzienności, spędzić wolny czas, poznając jednocześnie inne kobiety prowadzące podobny tryb życia. W 2016 r. w 7 spotkaniach uczestniczyło prawie 1500 kobiet.



VERBA VERITATIS to organizowany od 2006 r. przez **Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** oraz Akademię Leona Koźmińskiego ogólnopolski konkurs na najlepszą pracę magisterską, dyplomową, inżynierską bądź doktorską z zakresu etyki biznesu, CSR i ładu korporacyjnego. Jego celem jest podnoszenie wśród młodych ludzi wkraczających na rynek pracy poziomu wiedzy w tym zakresie, a przez to przygotowywanie ich do wdrażania jej w praktyce biznesowej.



Kupuj u sąsiada to program edukacyjny **Banku Zachodniego WBK**, którego celem jest promowanie świadomych postaw konsumenckich wśród młodzieży. Pierwszy etap projektu obejmuje zajęcia edukacyjne dla uczniów prowadzone przez wolontariuszy z banku. Drugi etap przewiduje tworzenie programów rabatowych, których uczestnikami są mali i średni przedsiębiorcy działający na lokalnych rynkach.



Bank Zachodni WBK bezpłatnie udostępnia **edukacyjne gry online**: Twój budżet rodzinny i Business Zone oraz grę planszową Liderzy Europy, która prowadzona jest przez wolontariuszy z banku. Gry te popularyzują wiedzę na temat oszczędzania i racjonalnego gospodarowania budżetem domowym oraz firmowym.



Badanie „Postawy Polaków wobec finansów” corocznie przeprowadzane jest przez **Citi Handlowy** na reprezentatywnej próbie 1 tys. dorosłych Polaków. Poruszana problematyka to: zarządzanie budżetem domowym, oszczędzanie oraz inwestowanie.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Konferencje Sieci Przedsiębiorczych Kobiet wspierane przez **Citi Handlowy** poruszają zagadnienia kluczowe dla pań, które chcą osiągnąć sukces w biznesie. Tematyka dwóch ubiegłorocznych spotkań obejmowała m.in. zarządzania zmianą w organizacji oraz myślenie projektowe design thinking.



Biznes w kobiecych rękach to projekt wsparcia dla kobiet, realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Przedsiębiorczości Kobiet i Urzędem m.st. Warszawy, w kompleksowy sposób przygotowujący do założenia własnej firmy.



Program Business Startup banku **Citi Handlowy** ma na celu pobudzenie przedsiębiorczości młodych ludzi oraz pomoc w urzeczywistnianiu pomysłów na własny biznes.



Program Korzenie realizowany przez **Citi Handlowy** ma na celu upowszechnienie wiedzy o historii Banku Handlowego w Warszawie oraz prezentację dorobku i osiągnięć jego inicjatora i założyciela – Leopolda Kronenberga.



Firma **Cognifide Polska** w ramach programu **Cognifide & Wiedza** współpracuje z poznańskimi uczelniami wyższymi. Organizuje staże i praktyki oraz wykłady dla studentów, wspiera merytorycznie inicjatywy środowiska informatycznego.



W 2016 r. wystartowała III edycja **studiów podyplomowych Manager CSR** realizowana przez Collegium Civitas we współpracy z **CSRinfo**. Celem studiów jest wyposażenie kadry menedżerów i specjalistów z przedsiębiorstw, administracji publicznej i organizacji społecznych w wiedzę oraz umiejętności niezbędne do sprawnego zarządzania procesami CSR.



Tydzień dla Zdrowia we Wrocławskim Parku Przemysłowym to akcja skierowana do pracowników firm mieszczących się na terenie Parku (w tym **DOZAMELU**) i mieszkańców Wrocławia, której celem jest edukacja i promocja zdrowego trybu życia oraz motywowanie do aktywności sportowej. W jej ramach odbywają się konsultacje ze specjalistami, koncerty, zawody sportowe, a także konkursy z nagrodami na Facebooku.



Jutro Należy Do Kobiet to program **mBanku** adresowany do przedsiębiorczych kobiet. Projekt ma formę cyklu seminariów składających się z części merytorycznej prowadzonej przez ekspertów oraz spotkania z gościem specjalnym – kobietą sukcesu. Do tej pory odbyły się 24 spotkania, w tym 2 w 2016 r.



Future Fuelled by Knowledge to autorski projekt **PKN ORLEN** realizowany od 2010 r. Obejmuje m.in.: organizację debat i paneli dyskusyjnych podczas najważniejszych konferencji w kraju, publikację przekrojowych raportów analitycznych dotyczących wyzwań branżowych (np. w 2016 r. zeszyt pt. „Gra o innowacje”), prowadzenie platformy napędzamy-przyszosc.pl z komentarzami, publikacjami eksperckimi oraz blogiem głównego ekonomisty PKN ORLEN.



Bankowiki, część portalu Bankomania, to ogólnodostępne narzędzie edukacji ekonomicznej, stworzone przez **PKO Bank Polski**. Pełni funkcję słownika pojęć z obszarów finansów, bankowości i ekonomii.



The Boston Consulting Group od 2012 r. wraz z Polish Business Society organizuje **konferencję Polskie Forum Ekonomiczne**, na którą każdego roku zaprasza przedstawicieli polskich firm i ok. 500 młodych Polaków uczących się na Wyspach. Celem podejmowanych działań jest zainteresowanie zatrudnieniem w Polsce, odwrócenie procesu drenażu mózgow i budowa kapitału intelektualnego w polskich firmach.



The Boston Consulting Group od 2015 r. wspólnie ze studenckim stowarzyszeniem Imperial College London Polish Society organizują konferencję **Poland 2.0**, na którą zapraszają przedstawicieli dużych polskich firm oraz polskich studentów kierunków technicznych uczących się na brytyjskich uczelniach. Celem jest zainteresowanie pracą w Polsce oraz pracą w BCG absolwentów o profilu technicznym.



EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻY

Allianz Junior Music Camp to program prowadzony na świecie od 2013 r. Jego współorganizatorem jest Lang Lang International Music Foundation z Nowego Jorku. Spośród zgłoszeń nadesłanych przez dzieci do 14 roku życia jury wybiera 10 pianistów. Biorą oni udział w warsztatach muzycznych prowadzonych przez pedagogów z Uniwersytetu Muzycznego w Monachium. Finał projektu, lekcja na żywo z udziałem Lang Langa, w 2016 r. odbył się w Warszawie

(w Instytucie Fryderyka Chopina i Teatrze Polskim). Wśród finalistów był reprezentant Polski Dennis Cornelius Orkiszewski. **Allianz Polska** objął też patronatem beneficjenta pierwszej edycji programu, Ziemowita Świtalskiego, i ufundował mu profesjonalny fortepian koncertowy.



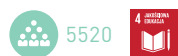
Allianz Polska dotychczas do globalnego projektu **My Finance Coach**. Program składa się z 8 modułów przygotowanych przez zespół specjalistów: dydaktyków, psychologów i ekonomistów. Materiały szkoleniowe dostosowano dla dzieci i młodzieży w wieku 10–16 lat. Podczas warsztatów uczniowie poznają zagadnienia związane z finansami, oceną ryzyka, marketingiem, PR, administracją, prawem. W ciągu 3 lat pracownicy-wolontariusze dotarli z wiedzą do 1200 uczniów z 20 szkół w 3 województwach.



Bank BGŻ BNP Paribas uczestniczy w projekcie **Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży BAKCYL** od początku, czyli od 2013 r. Celem przedsięwzięcia jest podniesienie poziomu wiedzy finansowej młodego pokolenia. Pracownicy jako trenerzy-wolontariusze prowadzą w gimnazjach w prawie całej Polsce lekcje tematyczne. W ramach projektu od 2013 r. 40 wolontariuszy przeprowadziło 244 lekcje dla ponad 5700 uczniów szkół gimnazjalnych. W 2016 r. organizatorzy dotarli z projektem do 19 500 uczestników w 11 województwach.



Finansowy Elementarz to program realizowany przez Fundację **Banku Millennium** we współpracy z Fundacją Verba. Jego celem jest wyjaśnienie podstawowym pojęć z zakresu finansów poprzez zabawę. W okresie wrzesień – grudzień 2016 r. przeprowadzono warsztaty dla 5 tys. dzieci z 240 przedszkoli w całej Polsce. Przygotowano też materiały edukacyjne: książki z serii „Pan Sebastian”, książeczki do kolorowania i naklejki, które pomogli tworzyć rodzice – pracownicy Banku Millennium. Książeczki są dostępne także w kącikach dla dzieci w oddziałach banku.



Projekt **Bezpiecznie to wiedzieć i znać** to cykl działań edukacyjnych w zakresie bezpieczeństwa oraz bezpieczeństwa finansów, prowadzony przez Komendę Wojewódzką Policji w Poznaniu, we współpracy z **Bankiem Zachodnim WBK**. Edukacją objęto blisko 900 najmłodszych uczniów z 30 szkół podstawowych powiatów województwa wielkopolskiego. W ramach wolontariatu pracowniczego i kompeten-

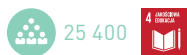
cyjnego w akcję zaangażowało się ponad 20 pracowników banku – przedstawiciele bankowości oddziałowej oraz innych jednostek biznesowych z centrali.



Portal **Finansiaki.pl** przygotowany przez **Bank Zachodni WBK** ma ułatwić wprowadzanie dzieci w wieku od 3 do 13 lat w świat pieniędzy i przedsiębiorczości. Zawiera materiały dla rodziców oraz nauczycieli szkół różnych szczebli. Infografiki, poradniki, gra planszowa i gry internetowe, animacje i bajki są zgodne z podstawą programową i uzyskały pozytywną opinię metodyka. Portal dostosowany dla osób niedowidzących dostępny jest też na urządzeniu mobilne. 2400 użytkowników weszło na stronę blisko 3 tys. razy. Najwięcej wejść odnotowano na stronie dla Rodzica. Materiały pobrano 1841 razy, a 5 poradników dla rodziców i nauczycieli – 468 razy.



PKO Bank Polski po raz pierwszy w edukacji finansowej dzieci zastosował technologię Rozszerzonej Rzeczywistości (AR) na dużą skalę. **Aplikacja Brawo Bank AR** uzupełnienia ofertę banku (PKO Junior, SKO), wykorzystując naturalną potrzebę i ciekawość dzieci podążających za technologicznymi nowinkami. Głównym celem praktyki jest zainteresowanie dzieci tematyką finansową poprzez atrakcyjną formę przekazu i zachęcenie ich do pogłębienia zagadnień, które w efekcie uczą dobrych nawyków finansowych.



W ramach programu **Co z tym hajsem** firma **Provident Polska** zaprosiła trójkę młodych ludzi do współprowadzenia bloga, na którym opisują oni swoje codzienne przygody i zmagania z finansami, dzielą się spostrzeżeniami, pomysłami i zapraszają czytających do dyskusji. Autorem pomaga redaktor z kilkunastoletnim stażem redakcyjnym. Część publikacji opiera się na badaniach młodego pokolenia i jego sytuacji, nawyków oraz przekonań na tematy związane z finansami osobistymi, przeprowadzonych przez Millward Brown na zlecenie Provident Polska.



English Club to projekt edukacyjny prowadzony przez Bank **BGŻ BNP Paribas** wraz z jednym z jego klientów: JMP Flowers. W ramach przedsięwzięcia zorganizowano zajęcia z języka angielskiego dla uczniów szkół gimnazjalnych pochodzących z miejscowości Stężyca. Celem inicjatywy było wyrównanie szans edukacyjnych młodzieży poprzez stworzenie im możliwości doskonalenia kompetencji językowych. W trakcie roku szkolnego 26 uczniów uczestniczy w zajęciach e-learningowych wspieranych przez lekcje tradycyjne oraz



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

wycieczki. Uczestnicy projektu mają też szansę na udział w letnim obozie językowym.



Polacy wiedzą o ubezpieczeniach zdecydowanie mniej niż mieszkańcy Europy Zachodniej. **ERGO Hestia** postanowiła zmierzyć się z tym problemem i zadbać o edukację u podstaw, uruchamiając projekt **Mata Akademia Ubezpieczeń ERGO Hestii**, skierowany do uczniów gimnazjów. Cykl warsztatów z wiedzy ubezpieczeniowej dla gimnazjalistów zainaugurowano 15 kwietnia 2016 r. Pilotażowa, pierwsza edycja Akademii została zorganizowana w Zespole Szkół nr 3 w Sopocie. Podczas 4 spotkań uczniowie mogli dowiedzieć się m.in.: jak tworzone są warunki ubezpieczeń i jakie obowiązki ma ubezpieczyciel oraz stworzyć własny produkt ubezpieczeniowy.



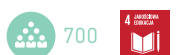
Główną domeną działalności firmy **Sela** jest prowadzenie szkoleń z zakresu BHP, ppoż., budowania kultury bezpieczeństwa, prawa pracy oraz pierwszej pomocy. W ciągu roku firma szkoli ponad 3,5 tys. osób. Doświadczenie branżowe pokazuje, że dorośli bardzo często mają ogromne braki edukacyjne w powyższym zakresie. Dlatego zrodził się pomysł edukowania młodszych grup społecznych. W ramach projektu **Edukując Młodzież** stworzono program szkoleń z pierwszej pomocy dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Łącznie przeszkolono 60 uczniów.



W ramach projektu **Atos Excellence Program** firma **Atos IT Services** przeprowadza wśród uczniów z II LO w Bydgoszczy szkolenia z zakresu IT oraz języków obcych. Przedsięwzięcie składa się z 3 etapów: szkolenia językowych w szkole, szkolenia technicznego i procesowego w firmie, wakacyjnych płatnych praktyk. Program merytoryczny był rozszerzeniem zagadnień poruszanych w szkole i zakładał przekazanie umiejętności praktycznych.



BASF Polska w Środzie Śląskiej w 2015 r. rozpoczął **współpracę z lokalnym Gimnazjum** im. Jana Pawła II projektem „BASF. Mój pierwszy krok w karierze zawodowej”. Inicjatywa miała na celu przygotowanie młodzieży do aktywnego udziału w życiu zawodowym i planowania własnej kariery, doskonalenie języka angielskiego oraz wiedzy z zakresu chemii. Akcentowano też wagę ochrony środowiska naturalnego. Ponadto organizowano wycieczki do zakładu produkcji katalizatorów BASF. Zwieńczeniem przedsięwzięcia była gala, na której zaprezentowano multimedialne i plastyczne prace uczniów na temat firmy. W projekcie wzięto udział 31 uczniów z klas językowych oraz 4 nauczycieli.



Głównym celem utworzenia **klasy patronackiej w Opolu** jest zacieśnienie współpracy między **Capgemini Polska** a ZSO nr 1, zwiększenie wiedzy i umiejętności uczniów poszukiwanych na rynku pracy. Po uzgodnieniu warunków współpracy i programu, w klasie nauczano przedmiotów rozszerzonych (języka niemieckiego i informatyki) oraz kompetencji miękkich, a także organizowano wycieczki do firmy i szkolenia prowadzone przez pracowników Capgemini. Najlepszy spośród 32 uczniów odbędzie wakacyjny staż w firmie.



Polpharma wspólnie z Zespołem Szkół Ekonomicznych w Starogardzie Gdańskim uruchomiła klasę technik-analityk w ramach projektu **Z klasą w przyszłość**. Wraz z początkiem roku szkolnego 2016/2017 naukę w pierwszej klasie rozpoczęło 16 uczniów. Kształcenie w zawodzie opiera się na systemie dualnym, czyli połączeniu kształcenia teoretycznego w szkole ze zdobywaniem praktycznych umiejętności u pracodawcy w specjalnie zaadaptowanych do tego celu laboratoriach na terenie firmy. W tworzenie programu zostali włączeni eksperci z Polpharmy. Planowana jest też aktywizacja emerytowanych pracowników poprzez zaangażowanie ich w prowadzenie zajęć praktycznych.



Firma **BASF Polska** otworzyła drugie **laboratorium chemiczne dla dzieci i młodzieży** w Humanitarium na terenie Kampusu Prace Wrocławskiego Centrum Badań EIT+ w maju 2016 r. W laboratorium odbywają się warsztaty skierowane do dzieci i młodzieży w wieku od 4 do 16 roku życia. Zajęcia powstają w oparciu o program nauczania, więc uczestnicy wykorzystują wiedzę teoretyczną zdobytą w szkole. Dwa laboratoria BASF w Humanitarium rocznie odwiedza ok. 30 tys. osób. Firma otworzyła też pracownię chemiczną dla uczniów liceum w Powiatowym Zespole Szkół Ponadgimnazjalnych nr 1 im. Mikołaja Kopernika w Środzie Śląskiej. Partnerska współpraca ze szkołą to owoc projektu zainicjowanego przez firmę w ramach obchodów 150-lecia BASF w 2015 r.



BASF Polska wraz z Centrum Nauki Kopernik organizuje imprezy edukacyjne w formie **warsztatów chemicznych dla dzieci i młodzieży**. Przykładem są Chemiczne Walentynki, podczas których 3899 dzieci z rodzicami wzięło udział w warsztatach, nad przebiegiem których czuwali pracownicy firmy i członkowie organizacji partnerskich (Plastics Europe, Polska Izba Przemysłu Chemicznego oraz Polskie Towarzystwo Chemiczne). Podczas 5. urodzin laboratorium BASF w CNK najmłodszy uczestnicy oglądali pokaz właściwości ciekłego azotu. Starsze dzieci mogły samodzielnie przygotować kosmetyki pod okiem animatorów z CNK oraz wolontariuszy – pracowników BASF Polska. Dodatkową atrakcją była możliwość zwiedzania wystaw edukacyjnych na terenie Centrum.



Canon Polska jest inicjatorem projektu **To MY tworzymy Świat**, w ramach którego utworzono portal i fanpage na Facebooku, prowadzono warsztaty filmowe na terenie całej Polski oraz zorganizowano konkurs multimedialny. Konkursowe prace oceniali profesjonalni filmowcy, a nagrodami był sprzęt marki Canon i całodniowe warsztaty dla zwycięskiej grupy uczniów. Projekt otrzymał honorowy patronat Ośrodka Rozwoju Edukacji, wsparcie Urzędu Miasta Chorzowa, Uniwersytetu Śląskiego Maturzystów, International Association of Athletics Federation i pracowników szkół. Dotarł bezpośrednio do 180 uczniów, a zaangażowało się w niego 14 pracowników firmy.



Projekt **Żywiec Jutra** przygotowany przez **Zakład Fotograficzny u Jarka – Jarosław Deka** przy współpracy ze Stowarzyszeniem Na Rzecz Osób Niepełnosprawnych Ziemi Żywieckiej został zorganizowany po to, by pomóc dzieciom i młodzieży rozwijać ich talenty, umiejętności, kształtować poczucie przynależności społecznej, przekazywać im informacje o świecie społecznym, przyrodniczym i technicznym, a także wspomagać rodziców w rozwijaniu wiedzy na temat diety, profilaktyki i aktywności sportowej. Zajęcia realizowane są w formie warsztatów – w 2016 r. odbyło się ich 10.



Od kilku lat **Bank Ochrony Środowiska** bierze aktywny udział w ogólnopolskiej dyskusji na temat zdrowego żywienia dzieci. Rośnie problem otyłości dzieci w szkołach i tzw. śmieciowego jedzenia, które ma wpływ na wagę i kondycję zdrowotną młodych ludzi. Celem konkursu **Sklepiki szkolne – zdrowa reaktywacja** było zwrócenie uwagi na konieczność edukacji prozdrowotnej wśród najmłodszych. W ciągu kilku tygodni szkoły nadsyłały prace zawierające pomysły, jak zachęcić uczniów do zdrowego stylu. Rywalizujące placówki ubiegały się o granty na przebudowę sklepików i zapewnienie dzieciom zdrowego, pełnowartościowego jedzenia.



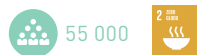
Bank Ochrony Środowiska zajął się problemem niewielkiej świadomości konsumentów dotyczącej niskiej jakości produktów przetworzonych, które spożywane są praktycznie każdego dnia. W ramach konkursu **Zdrowo jem, więcej wiem** dzieci tworzą przepisy na zdrowe słodkie, projektują owocowe stroje, organizują przedstawienia dla innych uczniów szkoły. Często angażują do pomocy nie tylko nauczycieli i rodziców, ale także całe lokalne społeczności.



Celem **ABC Zdrowego Żywienia**, programu **Carrefour Polska** realizowanego od 2015 r. z Wydziałem Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji SGGW, jest podniesienie świadomości żywieniowej. Partnerami naukowymi projektu są polskie uczelnie. Podczas pierwszej edycji przeprowadzono 240 warsztatów dla dzieci i osób starszych. Edycja z 2016 r. zgromadziła ponad 1 tys. uczestników – dzieci i młodzieży, w tym co najmniej 35% ze środowisk o trudnej sytuacji materialnej. Warsztaty z 3 bloków tematycznych w 8 miastach przeprowadzili eksperci z 8 ośrodków naukowych. W wybranych sklepach odbyły się akcje edukacyjne dla klientów.



Celem **programu edukacyjnego Zielona Kraina**, cyklu warsztatów kulinarno-edukacyjnych skierowanego do uczniów klas czwartych szkół podstawowych, jest promocja zdrowej, zbilansowanej diety. Program wpisuje się w podstawę programową oraz uwzględnia trendy żywieniowe zalecane przez ekspertów. Specjalne materiały dla nauczycieli i rodziców, przygotowane przez dietetyczki z Instytutu Żywności i Żywienia, patrona merytorycznego programu, udostępniono na stronie internetowej. Program realizowany jest w ramach koalicji non profit pomiędzy **Jerónimo Martins Polska** i Green Factory. W pierwszej edycji programu we Wrocławiu, w Białymstoku, Kielcach i Poznaniu odbyło się ponad 200 spotkań, w których udział wzięły ponad 4 tys. uczniów i 200 nauczycieli z ok. 70 szkół. W roku szkolnym 2016/2017 dietetycy przeszkolą łącznie ok. 8 tys. czwartoklasistów w Warszawie, Olsztynie, Szczecinie, Bydgoszczy, Toruniu oraz Trójmieście.



Zdrowo jem, zdrowo rośniemy to ogólnopolski program firmy **NUTRICIA** dla żłobków i przedszkoli, poświęcony edukacji na temat roli prawidłowego żywienia w trakcie 1000 pierwszych dni życia. Placówki otrzymują materiały dydaktyczne oraz wsparcie edukatorów żywieniowych, którzy organizują warsztaty dla personelu, konsultują jadłospisy oraz pomagają dostosować je do szczególnych potrzeb żywieniowych dzieci. W programie uczestniczy 1219 placówek w całym kraju; 118 tys. dzieci objętych zostało opieką 170 edukatorów żywieniowych. Projekt realizowany jest od 2014 r.



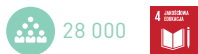
Tesco Polska zainaugurowała program dla szkół podstawowych **Od uprawy do potrawy**, który opiera się na „Ekspedycjach” – wycieczkach edukacyjnych do kilkudziesięciu sklepów Tesco, prowadzonych przez ich pracowników. Scenariusz został przygotowany we współpracy z dietetykami Fundacji Szkoła na widelcu. Wycieczka oparta na zasadach gry terenowej polega na poznawaniu nowych zdrowych produktów, nauce czytania etykiet i przyswajaniu wiedzy o żywności. Dzieci otrzymują książeczkę edukacyjną oraz zestawy



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

edukacyjne dla szkół. Odbyło się już ponad 70 wycieczek, w których udział wzięło blisko 2 tys. dzieci.



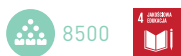
W ramach **Meet Go with Cognifide** powstała gra logiczna, dzięki której dzieci uczą się usystematyzowanego myślenia i zdrowej rywalizacji, rozwijają swoje zdolności poznawcze i emocjonalne, a także umiejętności integracyjne. Podczas cotygodniowych spotkań w Publicznej Szkole Podstawowej Cogito w Poznaniu wolontariusze z **Cognifide Polska** oraz członkowie Stowarzyszenia Gier Planszowych „Honte” tłumaczą dzieciom zasady gry i czuwają nad rozgrywkami. Do tej pory w zajęciach wzięło udział ponad 100 dzieci.



Beneficjentami programu **Podziel się umiejętnościami** było ok. 40 nauczycieli i ponad 1 tys. uczniów ze szkół zawodowych i technicznych we Wrocławiu i w Gdańsku. Jego celem było rozwijanie u młodzieży umiejętności, które mają zwiększyć ich możliwości na znalezienie pracy i zapobiec ich wykluczeniu. W ramach wolontariatu 20 pracowników **Credit Suisse (Poland)** przeprowadziło próbne rozmowy kwalifikacyjne z ok. 200 uczniami, szkolenia z zarządzania projektami oraz warsztaty z planowania pracy i pracy w grupie.



Celem programu **Planeta Energii**, realizowanego od 2010 r. przez **Grupę Energa**, jest propagowanie wśród dzieci wiedzy na temat energii elektrycznej, kształtowanie postaw proekologicznych, rozwijanie pasji i ciekawości świata. Projekt został opracowany w formie konkursu. Mogą wziąć w nim udział uczniowie z klas 1–3 wraz z nauczycielem, który przeprowadził minimum 3 lekcje oparte na otrzymanych od Grupy Energa materiałach oraz podjął dodatkowe działania autorskie. Zwycięskie klasy nagradzane są m.in. wizytą mobilnego centrum nauki w swojej miejscowości. W dotychczasowych edycjach wzięło udział ponad 270 tys. dzieci, a mobilne centrum nauki odbyło 100 wizyt. Honorowymi patronami programu są Minister Edukacji Narodowej i Rzecznik Praw Dziecka, a patronem medialny program „Sonda 2”.



Celem konkursu **Eko-patrol ENERIS** było zwiększenie świadomości wyzwań związanych z ochroną środowiska, budowanie postaw proekologicznych, zadbanie o najbliższą okolicę oraz pogłębienie wiedzy z zakresu ekologii i recyklingu. Zespoły – składające się z uczniów starszych klas szkół podstawowych i gimnazjów – podczas 2 miesięcy pod opieką nauczyciela lub innego dorosłego wykonywały zadania na rzecz ochrony środowiska. Najaktywniejsze grupy otrzymały od **ENERIS Surowce** nagrody, które zostały wręczone podczas uroczystości z udziałem partnerów konkursu – prezydentów Jaworzna i Tomaszowa Mazowieckiego.



Fundacja **Akademia Integracji – Praca, Edukacja, Sport** została powołana do życia przez AMS, firmę wchodzącą w skład **Grupy Agora**, i jest kontynuacją projektu „AMS dla Integracji”. Skupia się na problemach i zagadnieniach związanych z życiem, aktywnością i rolą społeczną osób niepełnosprawnych. Pomysłodawcami i pracownikami-wolontariuszami w Fundacji są m.in. szermierze na wózkach, sportowcy, paraolimpijczycy, wielokrotni medaliści mistrzostw świata i mistrzostw Europy.



Ogólnopolska sieć kin Helios i „Gazeta Wyborcza”, spółki **Grupy Agora**, przygotowały z myślą o uczniach cykl seansów **Kino na Temat**, a także Kino na Temat Junior, kierowane odpowiednio do uczniów gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych oraz przedszkoli i szkół podstawowych. Kino na Temat porusza aktualne tematy społeczne, m.in. wykluczenie społeczne, bezrobocie młodych, życie na emigracji, tolerancję. Projekt otrzymał wsparcie ze środków Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Partnerem cyklu jest Centrum Edukacji Obywatelskiej. Kino na Temat Junior porusza zagadnienia związane ze światem przyrody, z ekologią, emocjami oraz ze współpracą w grupie. W roku szkolnym 2015/2016 z formuły wyjścia do kina skorzystało ponad 60 tys. widzów. Kino na Temat to ok. 1600 seansów i blisko 160 tys. widzów.



Grupa Agora nieprzerwanie od 2002 r. prowadzi akcję Szkoła z Klasą, której rozwinięciem jest **Szkoła z Klasą 2.0** (realizowana od roku szkolnego 2010/2011). Jej celem jest wypracowanie zasad dotyczących korzystania z nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych w edukacji, rozwijanie umiejętności samodzielnego myślenia, odpowiedzialnego korzystania ze źródeł i wykorzystywania wiedzy w praktyce. W jubileuszowej, 15. edycji organizatorzy pokazują, że szkoła nie tylko przygotowuje do życia zawodowego, ale jest też miejscem, w którym tworzy się społeczność. Projekt to efekt współpracy Fundacji Szkoła z Klasą, Centrum Edukacji Obywatelskiej oraz „Gazety Wyborczej”, otrzymuje on także wsparcie Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności i Fundacji Agory.



Nieodpowiedzialne zachowania to najczęstsze przyczyny wypadków i dlatego poprzez **akcję edukacyjną Dbamy o Twoje bezpieczeństwo. Ty też o nie zadбай!** Enea Operator, spółka **Grupy Enea**, chce uczulić wszystkich na zagrożenia oraz promować bezpieczne zachowania w pobliżu elementów sieci elektroenergetycznej. Partnerami akcji są Policja, Straż Pożarna oraz Polskie Towarzystwo Przesyłu i Rozdziału Energii Elektrycznej. Na potrzeby akcji zostały zrealizowane 4 animowane spoty edukacyjne, konkursy dla uczniów oraz pokazy i zajęcia przeprowadzone przez strażaków oraz ratowników i wolontariuszy firmy Enea.



Bezpieczna energia to cykl spotkań z dziećmi i młodzieżą na terenie województwa łódzkiego przygotowanych przez **PGE Polską Grupę Energetyczną**, podczas których energetycy przedstawiają zasady bezpiecznego korzystania z urządzeń elektrycznych znajdujących się w domu oraz uczą, w jaki sposób uniknąć zagrożeń podczas np. awarii energetycznych czy burz. Zajęcia odbywają się na życzenie szkół oraz podczas cyklicznych akcji. W ramach wspólnych lekcji policjantów i energetyków zasady bezpiecznego kontaktu z energią elektryczną poznali uczniowie zerówek i klas 1–3 wszystkich szkół podstawowych z powiatu brzezińskiego. Cykl zakończy konkurs plastyczny dla dzieci pod nazwą „Moja bezpieczna energia elektryczna”.



Spółka z **Grupy Enea**, Enea Trading, przygotowała w 2016 r. konkurs **Modelowanie Rynku Energii** kierowany do studentów kierunków ekonomicznych, ekonometrycznych oraz związanych z energetyką. W drugiej edycji konkursu 30 drużyn studenckich rywalizowało o Nagrodę Prezesa Enei S.A. i 10 tys. zł (łączna pula wygranych to 18 tys. zł). Uczestnicy mają też szansę na zatrudnienie w Enea Trading. Celem konkursu, nad którym patronat objęto Ministerstwo Energii, jest budowa polskiego potencjału intelektualnego oraz popularyzacja tematyki funkcjonowania rynku energii.



Grupa Sarigato programem **Szkoła 3.0** objęła 49 podopiecznych domów dziecka i uczniów z Krakowa, Januszowic oraz Miechowa. W realizację projektu, którego uczestnicy uczą się programowania na cotygodniowych zajęciach trwających cały rok szkolny 2016/2017, zaangażowani są pracownicy firmy. Partnerami i patronami akcji są Ministerstwo Cyfryzacji, Małopolski Urząd Marszałkowski, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości i Politechnika Krakowska.

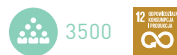


Świat Młodych Badaczy to autorski program kierowany do uczniów klas 2–4 szkół podstawowych. Projekt firmy **Henkel Polska** realizowany jest w formie 90-minutowych interaktywnych warsztatów. Dzieci pod okiem wykwalifikowanych edukatorów przeprowadzają proste eksperymenty badawcze, są zachęcane do zadawania pytań, wysnuwania hipotez, samodzielnego poszukiwania odpowiedzi. W 2016 r. w 20 lekcjach uczestniczyło 450 dzieci. Honorowym patronatem program objęła prezydent m.st. Warszawy, Hanny Gronkiewicz-Waltz.



Piknik Zielonej Energii zorganizowano przy okazji powstania farmy wiatrowej należącej do **IKEA Retail** w gminie

Gizatki w Wielkopolsce. W szkołach i przedszkolach przeprowadzono ekologiczne warsztaty, placówkom przekazano pojemniki do sortowania odpadów. Ogłoszono konkurs i zorganizowano piknik, którego atrakcją byli Szaleni Naukowcy z Laboratorium Pana Korka. W warsztatach uczestniczyło ponad 500 dzieci; rozdano 200 rodzinnych pakietów piknikowych. Uczestnicy wymienili 137 kg makulatury, 1144 butelki PET i 2171 aluminiowych puszek na energooszczędne żarówki LED.



Wprowadzenie na rynek pracy potencjalnych pracowników, którzy w sposób świadomy i odpowiedzialny potrafią znaleźć pracę, to cel akcji **Świadomi na rynku pracy** przygotowanej przez firmę rekrutacyjną **InterKadra**. W jej ramach firma organizuje szkolenia, podczas których uczy studentów i absolwentów, gdzie i w jaki sposób poszukiwać pracy, jak dobrze się do tego przygotować, jak pisać dokumenty aplikacyjne, jak odpowiednio przygotować się do rozmowy rekrutacyjnej i jakie pytania powinny paść na takiej rozmowie.



Grupa Muszkieterów, we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu, stworzyła **cykl wykładów otwartych pt. „Nowoczesne metody zarządzania w handlu”**. Uczestnicy zdobywali wiedzę m.in. z zakresu logistyki, category management, marketingu, negocjacji, e-commerce, PR oraz społecznej odpowiedzialności biznesu. Łącznie przygotowano 9 wykładów, które zaangażowały ponad 400 studentów. Osoby, które uczestniczyły w przynajmniej 75% spotkań, otrzymały certyfikat ukończenia kursu oraz zaproszenie do wzięcia udziału w rekrutacji na 3-miesięczny płatny staż w centrali Grupy.



W ramach projektu **Misja Praca – dobry start w zatrudnienie** przedstawiciele **Job Impulse Polska** zorganizowali dla wychowanków Domu Dziecka nr 2 w Poznaniu warsztaty, które miały pomóc im odkryć ich mocne strony i rozwijać umiejętności przydatne w pracy zawodowej. Uczyli też programowania i grafiki 3D. W domu dziecka odbywały się cykliczne spotkania z przedstawicielami różnych zawodów, m.in. wizażystką, fryzjerem oraz policjantem.



Projekt **Dzień Górnika i przedszkolaki** umożliwia spotkania przedszkolaków z regionu z górnikiem z **Kopalni Soli „Wieliczka”**. Program spotkania, opracowany przez doświadczonego pedagoga i teatrologa, wpisywał się w aspekty edukacji regionalnej realizowanej w przedszkolach.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Dzieci mogły poznać dziedzictwo kulturalne regionu, z którego pochodzą, legendy, historię kopalni, charakterystykę pracy górników dawniej i dziś. Każdy z górników biorących udział w akcji przeszedł stosowne szkolenie. W pierwszej edycji podczas 12 dni górnicy odwiedzili 6200 dzieci z 93 przedszkoli.



LUX MED corocznie organizuje serię bezpłatnych warsztatów z pierwszej pomocy kierowanych do uczniów szkół ponadgimnazjalnych, prowadzonych przez ratowników Akademii Ratownictwa LUX MED. **Umiem Pomóc** to inicjatywa podejmowana cyklicznie od 2011 r. Pozwoliła dotrzeć już do ponad 3600 uczniów z różnych regionów Polski. Program oparty jest na wytycznych Europejskiej Rady Resuscytacji. W 2016 r. w Toruniu zorganizowano warsztaty dla ponad 600 uczniów, a akcję wsparło 5 partnerów instytucjonalnych. Od początku trwania projektu przeprowadzono ponad 100 warsztatów w 10 miastach.



Girls4Tech to projekt realizowany przez **Mastercard** na całym świecie. Celem programu jest zwiększenie świadomości potrzeby nauki przedmiotów ścisłych wśród dziewczyn w wieku 9–13 lat oraz obalenie mity, że nauki ścisłe są trudne i nie wymagają kreatywności. W ramach wybranych modułów uczennice dowiedziały się, na czym polega bezpieczne przechowywanie danych przy wykorzystaniu szyfrowania, analizowały duże zbiory danych i uczyły się z nich korzystać. W Polsce w 2016 r. w Warszawie w akcję zaangażowało się 20 wolontariuszy, a w zajęciach wzięło udział 25 dziewcząt z 2 szkół.



Lekcje prowadzone w ramach **Dnia Wolontariatu** przez pracowników **Mostostal Warszawa** miały za zadanie obudzić i podnieść poziom świadomości ekologicznej dzieci w wieku od 6 do 10 lat. Warsztaty przeprowadzono w oparciu o Cele Zrównoważonego Rozwoju. Woda, energia, infrastruktura i klimat zostały przedstawione jako superbohaterowie (Strażnicy Ziemi). W Polsce udział wzięło 13 wolontariuszy ze wszystkich oddziałów Mostostalu, a programem objęto 350 dzieci z 10 szkół.



Zainicjowany przez Fundację Orange program **#SuperKoderzy** jest skierowany do szkół podstawowych i uczniów w wieku 9–12 lat. Dla nauczycieli przygotowano po 12 scenariuszy lekcji w 5 ścieżkach przedmiotowych – matematyka i technika, przyroda, historia, język polski oraz muzyka. Uczniowie programują w środowisku Scratch, łącząc teorię z praktyką. Szkoły otrzymują od **Orange Polska** grant na zakup niezbędnego sprzętu, a 2 nauczycieli bierze udział w profesjonalnym szkoleniu. W edycji pilotażowej uczestniczy 35 szkół i 800 dzieci. W kilku placówkach zajęcia wspólnie z nauczycielami prowadzą wolontariusze Orange.



Fundacja Orange przygotowała akcję edukacyjną o odpowiedzialnym korzystaniu z internetu przez dzieci – konkurs **Bezpiecznie Tu i Tam** – w której uczestniczą szkoły podstawowe z całej Polski. Celem jest zwiększenie bezpieczeństwa młodych internautów poprzez zaangażowanie nauczycieli, rodziców i uczniów we wspólne działania, budowanie świadomości o zagrożeniach w sieci i podnoszenie kompetencji. Konkurs trwa od września 2016 do marca 2017 r. Zwycięska szkoła otrzyma od **Orange Polska** nagrodę główną w postaci pracowni multimedialnej o wartości 30 tys. zł, a 10 kolejnych szkół – sprzęt dydaktyczny.



Kolejowe ABC to program edukacyjny skierowany do najmłodszych uczestników ruchu drogowego, czyli dzieci uczęszczających do przedszkoli, szkół podstawowych oraz gimnazjalnych. Celem inicjatywy **ORLEN KolTrans** jest propagowanie zasad bezpieczeństwa oraz wzorców odpowiedzialnego zachowania na stacjach kolejowych, przystankach i przejazdach kolejowych, edukacja dotycząca sposobów właściwego reagowania w sytuacjach zagrożenia życia lub zdrowia i uwrażliwienie na innych podróżujących. W 2016 r. przeprowadzono 46 prelekcji, a edukowano ponad 2700 dzieci.



Firma **SITECH** stworzyła projekt **Jestem bezpieczny w podróży**, który ma na celu edukację dzieci z przedszkoli i szkół podstawowych na temat bezpiecznego podróżowania pojazdami oraz prawidłowego zapinania pasów bezpieczeństwa. Przedsięwzięcie realizowane jest w szkołach, przedszkolach i fabrykach firmy. W projekt zaangażowani są pracownicy, policjanci, strażacy oraz dyrektorzy placówek edukacyjnych. W 2016 r. przeszkolono ok. 1700 dzieci i przeprowadzono 32 akcje.



Filarem programu **Być jak Ignacy**, realizowanego przez Fundację PGNiG SA im. Ignacego Łukasiewicza wspólnie z Departamentem Marketingu **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa**, jest konkurs dla szkół podstawowych na Naukową Szkołę Ignacego, do którego mogli przystąpić nauczyciele i uczniowie zrzeszeni w kółka naukowe założone na potrzeby konkursu. Nauczyciele mogą korzystać z przygotowanych materiałów i scenariuszy lekcji. Opracowano m.in. interaktywne komiksy, filmy edukacyjne z eksperymentami naukowymi oraz grę przygodową. W księgarniach dostępna jest książka „Być jak Ignacy”. Projekt otrzymał honorowy patronat Marszałka Sejmu, Ministerstwa Edukacji Narodowej oraz patronat medialny stacji TVP ABC. Udział zgłosiło 160 szkół.

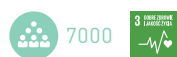


Program edukacji stomatologicznej Instytutu Blend-a-med Oral-B polegał na wsparciu edukacji prozdrowotnej dzieci w wieku wczesnoszkolnym w obszarze higieny jamy ustnej poprzez przygotowanie przez **Procter & Gamble**

Polska pomocy uatrakcyjniających lekcje. Uczniom klas pierwszych, ich rodzicom i nauczycielom udostępniony został zestaw materiałów edukacyjnych „Niesamowity świat higieny jamy ustnej”, którego integralnym elementem były także przybory do mycia zębów. Do świata higieny jamy ustnej wprowadzały najmłodszych postaci z bajek i animacji.



Celem spotkań organizowanych przez **Skanska w Polsce** jest zapoznanie dzieci z podstawowymi zasadami bezpieczeństwa w domu. Oglądając perypetie Pani Jadwigi Nietad-Niedbały, jej sąsiada, Pana Tomasa Miarki i niesforne kota Leona, dzieci dowiadują się, jakie są możliwe źródła wypadków w domu i jak im zapobiegać, jak udzielać pierwszej pomocy, wezwać pogotowie albo straż pożarną. Od początku trwania akcji **Bezpieczni w domu i mieszkaniu** przeszkolono już blisko 1700 dzieci z 5 szkół, wyposażając wszystkie placówki w odbłaski, apteczki i magnesy z numerami alarmowymi.



Thomson Reuters Yoda Program został stworzony, aby pomóc dzieciom ze Szkoły Podstawowej nr 26 im. Żołnierzy Armii Krajowej w Gdyni rozwiązać ich problemy z nauką języka angielskiego i matematyki. W siedzibie **Thomson Reuters** pracownicy pomagają uczniom w odrabianiu prac domowych lub powtarzaniu materiału. W pierwszej edycji wzięło udział 15 pracowników i 10 dzieci, w kolejnej uczestniczyli 17 pracowników i 13 dzieci.



Zaprogramuj swoją przyszłość to projekt edukacyjny dla klas ponadgimnazjalnych o profilach informatycznych. Jest realizowany w 4 szkołach: w Koszalinie, Kielcach, Łodzi i Białymstoku. W jego ramach organizowane są zajęcia dodatkowe z zakresu podstaw programowania, a także konkursy wewnątrzszkolne. Dla najzdolniejszych uczniów przewidziano letnie praktyki w regionalnych oddziałach **Transition Technologies**.



ANWIL we współpracy z Krajowym Centrum Edukacji Rolniczej przygotował autorski **program edukacyjny pt. Tropiciela Mitów**. Polega on na wsparciu ponadgimnazjalnych szkół rolniczych w przygotowaniu przyszłych rolników do stosowania efektywnego nawożenia nieorganicznego. Lekcje odbyły się w 97 szkołach, a uczestniczyło w nich ponad 2500 uczniów i 200 nauczycieli.



Agrotalenty – edukacja dla rolnictwa to autorski program stypendialny **Banku BGZ BNP Paribas** kierowany do młodych talentów rolniczych, w ramach którego m.in. przyznawane są stypendia laureatom Olimpiady Wiedzy i Umiejętności Rolniczych oraz stypendia pomostowe dla najlepszych studentów kierunków rolniczych (blisko 230 stypendystów od 2011 r.).



Program edukacyjny **Mała ojczyzna – wspólna sprawa** to przedsięwzięcie Fundacji **Banku Gospodarstwa Krajowego** oraz Fundacji Rozwoju Wolontariatu. Jego celem jest zwiększenie wiedzy obywatelskiej i aktywności lokalnej młodzieży z małych miejscowości. W latach 2014–2016 przeprowadzono warsztaty edukacyjne i gry terenowe dla ponad 7 tys. osób. W programie wzięło udział 116 studentów – liderów i 248 studentów – wolontariuszy oraz 118 szkół z 10 województw.



Młody Obywatel to program edukacji obywatelskiej, realizowany od 2010 r. przez CEO i Fundację **Banku Gospodarstwa Krajowego**. Celem jest promowanie wiedzy na temat społeczności lokalnej wśród młodzieży i pokazanie sposobów, dzięki którym młodzi ludzie mogą aktywnie działać w swoim otoczeniu. Dotychczas uczestniczyło w nim 1150 szkół, 1500 nauczycieli i 12 tys. uczniów.



Wolontariusze z **Banku Millennium** uczestniczą w programie edukacji finansowej gimnazjalistów **BAKCYL**. Prowadzą lekcje z 4 tematów: „Twoje pieniądze”, „Pożyczaj z głową”, „Mądre inwestowanie” i „Finanse na całe życie”. Do projektu łącznie zostało przeszkolonych i przyjętych 39 wolontariuszy z banku.



Bank Zachodni WBK sponsoruje system zabezpieczeń w szkołach, dzięki któremu wzrasta poziom bezpieczeństwa. Działanie systemu polega na wejściu i wyjściu ze szkoły przy użyciu **karty szkolnej**. Dzięki temu wejścia do szkoły osób trzecich odbywają się pod kontrolą.



BASF Polska prowadzi portal **chemiatomy.pl** oraz profil chemiatomy na Facebooku, które promują chemię wśród młodych ludzi za pomocą ciekawych materiałów i merytorycznej wiedzy. W 2016 r. zaangażowano również ambasadorów Chemiatomy – studentów kierunków chemicz-



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

nych na 4 wiodących uczelniach w Polsce. Poprzez działalność w kotach naukowych promowali oni inicjatywę również wśród studentów.



BASF Polska współpracuje z **Politechniką Warszawską**.

Działania obejmują prowadzenie przez pracowników zajęć i seminariów o tematyce związanej z funkcjonowaniem branży chemicznej, a także partnerstwo w programie ChemHR. W ramach inicjatywy pracownicy umożliwiają także studentom realizację prac dyplomowych pod ich opieką.



Od 2012 r. **Salon Zdrowia Baylab** stworzony przez **Bayer** organizuje bezpłatne warsztaty z nauk przyrodniczych dla najmłodszych – 20 tys. gości uczestniczyło w zajęciach na temat bioróżnorodności, kardiologii, okulistyki, gastroenterologii, onkologii i weterynarii. Od 2016 r. technologia wirtualnej rzeczywistości umożliwia wyprawę do wnętrza organizmu – wycieczkę w głąb oka, przez układ krwionośny do mózgu, obserwowanie układu pokarmowego.



Smak Kariery to centrum szkoleniowe i program edukacyjny dla pracowników **Carrefour Polska**. Na program składają się: „Apetyt na handel”, w ramach którego kształtenci są menedżerowie, i „Przepis na mistrza” koncentrujący się na kompetencjach specjalistycznych. Firma tworzy też klasy patronackie w szkołach zawodowych. Doświadczonym pracownikom Carrefour umożliwia certyfikację czeladniczą w zawodach typu rzeźnik, piekarz i cukiernik.



Celem projektu **Być przedsiębiorczym** banku **Citi Handlowy** jest przekazanie uczniom wiedzy z zakresu zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz przygotowanie ich do podejmowania i realizacji działań zarówno w obszarze społecznym, jak i zawodowym.



Gra internetowa „Pierwszy milion” przygotowana przez bank **Citi Handlowy** służy poszerzeniu wiedzy z zakresu działania rynku i produktów finansowych oraz podniesieniu umiejętności zarządzania finansami osobistymi.



Celem programu **Moje finanse** banku **Citi Handlowy** jest przygotowanie uczniów do efektywnego zarządzania swoimi finansami z wykorzystaniem elektronicznych źródeł informacji obecnie i w przyszłości.



Kampania edukacyjna „Bank z klasą. Cała wiedza o bankowości” Credit Agricole Banku Polskiego

wspiera państwowe szkoły w edukacji uczniów z klas 1–3 z podstawowej wiedzy bankowej, finansowej i przedsiębiorczości. Zajęcia prowadzi przeszkoleni pracownicy banku – wolontariusze.



Firma **Europ Assistance Polska** wsparta **przedsiębiorczą młodzieżą** poprzez przyłączenie się do akcji „Dzień Przedsiębiorczości” i „Otwarta Firma”. W ich ramach pracownicy szerzą wiedzę o finansach i ubezpieczeniach wśród młodzieży ze szkół gimnazjalnych oraz ponadgimnazjalnych.



ADAMED SmartUP to zainicjowany przez Fundację **Grupy Adamed** projekt naukowo-edukacyjny skierowany do uczniów szkół ponadpodstawowych. Ma on na celu popularyzację nauk ścisłych oraz przyrodniczych. Podstawą inicjatywy jest program stypendialny przeznaczony dla osób w wieku 15–19 lat oraz platforma internetowa www.adamedsmartup.pl, na której znajdują się materiały edukacyjne z zakresu nauk ścisłych.



Od 2013 r. pod nazwą **Zdolni z LOTOSEM** realizowany jest przez **Grupę LOTOS** projekt, w którego skład wchodzi 2 programy. Celem „Jasielskiej Ligi Naukowej z LOTOSEM” jest wyłonienie najzdolniejszych uczniów powiatu jasielskiego i umożliwienie im rozwijania swoich talentów. „Zdolni z Pomorza” stanowi wsparcie uczniów województwa pomorskiego, którzy mają wybitne uzdolnienia w zakresie matematyki, fizyki i informatyki.



Ambasadorzy Zrównoważonego Rozwoju to globalne przedsięwzięcie firmy **Henkel**, które zwiększa świadomości ekologiczną dzieci na całym świecie poprzez szkolenia prowadzone przez wolontariuszy – pracowników firmy. Do tej pory ok. 70 pracowników firmy Henkel w Polsce zdobyło certyfikat Ambasadora Zrównoważonego Rozwoju, prowadząc zajęcia dla niemal 3 tys. uczniów w różnych miastach w Polsce.



Firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** w ramach **Akademii Horusa** współpracuje ze szkołami średnimi technicznymi w różnych miastach i przeprowadza w nich zajęcia oparte na najnowszych technologiach oraz produktach 3M. Zajęcia często mają formę warsztatów, a więc uczniowie mogą własnoręcznie wypróbować ciekawe rozwiązania technologiczne i nauczyć się nowych technik pracy.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W ramach **Bakcyła**, pracownicy – wolontariusze **ING Banku Śląskiego** prowadzą lekcje finansów („Twoje pieniądze”, „Pożyczaj z głową”, „Mądre inwestowanie”, „Finanse na całe życie”) w szkołach. ING Bank Śląski reprezentowało 43 wolontariuszy.



KPMG Service Day to akcja wolontariacka pracowników **KPMG** – co roku angażują się oni w projekty społeczne, poświęcając cały dzień na ich realizację.



mPotęga to program grantowy Fundacji **mBanku**, który ma na celu poprawę poziomu edukacji matematycznej w Polsce. Składa się z 2 konkursów grantowych, skierowanych do uczniów klas 4–6 oraz do uczniów szkół ponadpodstawowych. W trzeciej, ogólnopolskiej edycji mPotęgi szkoły, organizacje pozarządowe, uczelnie wyższe i biblioteki publiczne zgłosiły 880 projektów matematycznych, z czego 208 najciekawszych otrzymało dofinansowanie.



Celem programu **MetLife LifeChanger** jest promowanie wiedzy z zakresu finansów wśród uczniów szkół podstawowych, gimnazjów i liceów. Część dydaktyczna została opracowana wspólnie z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Pracownicy MetLife w ramach wolontariatu przekazują wiedzę z zakresu finansów.



Wolontariusze z firmy **Pelion** w **Dniu Godności** przypadającym co roku w 3 środę października spotykają się z młodzieżą w szkołach, by porozmawiać o godności. Włączają się tym samym w światową inicjatywę, która od 9 lat ma też koordynatora na Polskę. Do udziału w akcji firma zaprasza znane osoby z życia publicznego, sportowców, aktorów, piosenkarzy, podróżników, które dzielą się swoim doświadczeniem zawodowym i życiowym.



Od kilku lat **Skanska w Polsce** organizuje na wyższych uczelniach **prezentacje inżynierskie** dla studentów kierunków technicznych. Ich celem jest edukowanie młodych ludzi z zakresu technologii budowlanych i BHP.



Od 2008 r. **Skanska w Polsce** w ramach projektu **Bezpieczni w pobliżu budowy** edukuje najmłodszych z zakresu bezpieczeństwa na drogach i w pobliżu budowy.



INNOWACIE SPOŁECZNE

Radość zmiany to efekt współpracy **BMW Group Polska** z Fundacją Ashoka. Celem kooperacji jest rozwój innowacji społecznych w Polsce. W ramach projektu w Gdyni, Lublinie i Katowicach odbyły się lokalne eventy **CHANGEMAKER XCHANGE** – uczestniczyło w nich 191 osób, spośród których poszukiwano innowatorów społecznych aktywnych w danym regionie. Dwudniowe warsztaty w 6 szkołach będących częścią międzynarodowej sieci Changemaker Schools poprowadziły 4 wybrane osoby. Celem zajęć prowadzonych metodą design thinking było wypracowanie innowacyjnych rozwiązań wspierających bezpieczeństwo na drogach. Wzięto w nich udział 127 uczniów w wieku od 9 do 15 lat. Wydano również publikację z efektami wypracowanymi podczas zajęć.



PwC wraz z partnerami otworzyło **inkubatory innowacji społecznych** „Małe Wielkie Zmiany” oraz „TransferHUB” współfinansowane z Europejskiego Funduszu Społecznego. Ich misją jest stworzenie warunków do powstawania innowacji społecznych w zakresie pokonywania barier na rynku pracy dla osób zagrożonych wykluczeniem. Planowane jest powołanie Sieci Innowatorów Społecznych, a przetestowane i działające innowacje będą promowane wśród przedstawicieli działów HR, agencji zatrudnienia oraz publicznych instytucji rynku pracy.



INWESTYCIE SPOŁECZNE

Program mentoringu dla przedsiębiorstw społecznych polega na półrocznej pracy mentorów z **PwC** z przedsiębiorstwem społecznym nad zdefiniowanymi celami rozwoju. W 4 edycjach 63 mentorów poświęcono ok. 500 h na wsparcie 25 przedsiębiorstw.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

KAMPANIA SPOŁECZNA

Agencja **BeeOnTree (Star & Ring)** zrealizowała kampanię społeczną **Halo Mignij do Mnie**, która, za pośrednictwem warsztatów języka migowego oraz wydarzeń, w które zaangażowane były krakowskie instytucje kultury i firmy, zwracała uwagę społeczeństwa na problem dyskryminacji osób głuchych i niedosłyszących oraz przybliżyła temat głuchoty. Partnerami kampanii byli Luxoft Poland, Polski Związek Głuchych oraz Ośrodek Szkolno-Wychowawczy dla młodzieży niesłyszącej w Krakowie. W wydarzeniach uczestniczyło ok. 350 osób (słyszących i niesłyszących) i ok. 100 uczniów z ośrodka.



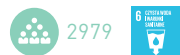
Biuro Informacji Kredytowej wraz z Komendą Główną Policji zainicjowało projekt **Nieskradzone.pl** w odpowiedzi na problemy i konsekwencje wynikające z utraty dowodu osobistego i możliwość kradzieży tożsamości. Zaangażowano partnerów medialnych i influencerów, zorganizowano konkurs, w ramach akcji przekazano na aukcję WOŚP 17 sejfów. Kwestię bezpieczeństwa włączono do projektu Senior na PLUS, a we współpracy z Urzędem m.st. Warszawy zrealizowano kampanię informacyjną skierowaną do osób odbierających dowody osobiste (dotarcie do 15–18 tys. obywateli miesięcznie).



„Gazeta Wyborcza”, wchodząca w skład **Grupy Agora**, we współpracy m.in. z Fundacją Porozumienie Bez Barier Jolanty Kwaśniewskiej i Urzędem Marszałkowskim Województwa Śląskiego realizowała działania w ramach akcji **DługoWIECZNI**, które skupiały się na 3 obszarach: wolontariat na emeryturze, profilaktyka zdrowotna oraz przeciwdziałanie gettoizacji. Na stronie projektu i w „Gazecie Wyborczej” ukazywały się artykuły powiązane z tematem. Podczas Konwentu Marszałków Województw RP w Szczyrku miały miejsce warsztaty, których efektem był dokument z wypracowanymi 18 rekomendacjami. W Chorzowie „Gazeta Wyborcza” i DługoWIECZNI były patronami Senioraliów. Oprócz pikniku w parku Śląskim odbył się też Kongres Obywatel-Senior.



Celem corocznego, otwartego konkursu **Galeria Plakatu AMS** jest rozbudzenie społecznego zainteresowania reklamą zewnętrzną, promowanie dobrze zaprojektowanych plakatów, zwrócenie uwagi na konkretny problem społeczny. W skład jury wchodzi dyrektorzy kreatywni agencji reklamowych, nauczyciele akademicki oraz profesjonalni projektanci. Obradom towarzyszy głosowanie internautów. Edycja 17., w 2016 r., odbyła się pod hasłem „Myślę o Wiśle”. Zadaniem uczestników konkursu organizowanego przez **Grupę Agora** było zaprojektowanie plakatu, który pomagał budować markę rzeki Wisły. Nagrodzone prace pojawiły się na przystankach komunikacji miejskiej w całej Polsce.



Gazeta.pl promowała akcję **Greenpeace Adoptuj pszczołę**. Zespół portalu **Grupy Agora** przygotował m.in. materiał wideo o życiu seksualnym pszczoł, w którym lektorką jest Krystyna Czubówna, quiz o pszczołach, galerię zdjęć „Świat bez pszczoł” oraz wideonewsa o królowej pszczoł. Na stronie głównej serwisu pojawił się licznik adoptowanych owadów. W akcję zaangażowali się m.in. Natalia Przybysz, Robert Gawliński, Reni Jusis i Marek Kamiński. Czwarta edycja miała na celu wzmocnienie działań służących rozwojowi rolnictwa wolnego od niebezpiecznych pestycydów oraz kontynuację badań naukowych nad owadami zapylającymi. Zaadoptowano prawie 120 tys. pszczoł.



Kampania Łączy nas Polska to cykl wideo, którego start miał miejsce 11 listopada 2016 r. Celem akcji było pokazanie, jak niewiele potrzeba, aby przełamać bariery i walczyć z wykluczeniem społecznym poprzez propagowanie tolerancji. W studiu przez 4 minuty patrzyły na siebie w milczeniu pary nieznanymi sobie skrajnych poglądach. Następnie uczestnicy eksperymentu rozmawiali i dzielili się swoimi przeżyciami. Wynik tego eksperymentu można było oglądać przez kolejne 6 tygodni na portalu Gazeta.pl należącym do **Grupy Agora**.



Polski Komitet Paraolimpijski wspólnie z redakcją portalu Gazeta.pl należącego do **Grupy Agora** zachęcał internautów do kibicowania uczestnikom XV Letnich Igrzysk Paraolimpijskich w Rio de Janeiro 2016 za pomocą hashtaga **#BOHATEROWIE**. W serwisie udostępniono galerię zdjęć pt. „Bohaterowie Igrzysk” – portrety polskich paraolimpijczyków uzupełnione o niecodzienne historie ich sukcesu. Sportowców sfotografował Jakub Szymczuk, polski fotoreporter i fotograf.



#BrudnoTu to ogólnopolska akcja Fundacji **Banku Ochrony Środowiska** przeciwko dzikim wysypiskom śmieci. W kampanii #BrudnoTu mógł się zaangażować każdy. Wystarczyło zrobić zdjęcie zaśmieconego miejsca i wystać je do zarządzającego terenem.



Nie robisz tego w realu? Nie rób tego w sieci! – pierwsza w historii **mBanku** kampania społeczna dotycząca bezpieczeństwa w internecie ma uświadomić osobom korzystającym z usług banków w sieci zagrożenia, których powinny się spodziewać. mBank poprzez spoty telewizyjne i serwis internetowy edukuje, co i dlaczego może być zagrożeniem oraz jak się przed nim chronić.



Co roku **TAURON Polska Energia** wykrywa kilkanaście tysięcy przypadków nielegalnego poboru energii,

dlatego od lat w ramach akcji **Włącz stop dla nielegalnego poboru energii elektrycznej** promuje bezpieczne dostarczenie energii. Prowadzone są szkolenia służb odpowiedzialnych za utrzymanie bezpieczeństwa w budynkach – policjantów, strażników miejskich i zarządców nieruchomości (co roku kilkaset osób).



2014

25 000

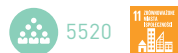
KULTURA I SZTUKA

W 2016 r. agencja **ArtGroup** wraz z Grupą Teatralną „Supetek”, działającą przy Domu Kultury w Rybniku-Boguszowicach, podjęła się stworzenia spektaklu na temat różnorodności, tolerancji i zrozumienia w ramach projektu **Pokój (nie tylko) na święta**. W realizację działań zaangażowało się ok. 40% pracowników firmy. Agencja zorganizowała dla dzieci wyjazdowe warsztaty teatralne oraz warsztaty o tolerancji i różnorodności. Stworzyła również formularz, który umożliwia innym firmom możliwość zapraszania grupy do wystawiania spektaklu na ich terenie.



20

W ramach programu **edukacji kulturalnej** prowadzonej przez Fundację **Banku Millennium** odbyły się 2 projekty. Pierwszym z wydarzeń były Warszawskie Targi Sztuki, podczas których można było obejrzeć i zakupić prace współczesnych klasyków i młodych twórców. Towarzystwo im warsztaty artystyczne dla dzieci oraz wykłady eksperckie. Drugie wydarzenie, Kompas Młodej Sztuki, to cykliczny ranking młodych polskich artystów. Podstawową rolą Kompas, oprócz edukacji, jest działanie na rzecz budowy profesjonalnego rynku sztuki w Polsce.



5520



Aplikacja ArtSherlock to autorski projekt Fundacji Communi Hereditate, zrealizowany we współpracy z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Fundacją Kronenberga przy **Citi Handlowy**. Ma ona umożliwić automatyczne rozpoznanie dzieła sztuki na podstawie fotografii wykonanej za pomocą telefonu komórkowego (zarówno w danym momencie, jak i tej przechowywanej w pamięci urządzenia). Dzieło może znajdować się fizycznie przed użytkownikiem, ale też w katalogu aukcyjnym lub na ekranie komputera. Aplikację przygotowano w polskiej i angielskiej wersji językowej dla różnych systemów operacyjnych. Projekt ma podnieść skuteczność odnajdywania dzieł sztuki utraconych przez Polskę w wyniku II wojny światowej.



4000



Artystyczna Podróż Hestii to ogólnopolski konkurs kierowany do studentów kierunków artystycznych wszystkich polskich uczelni, powołany w 2002 r. z inicjatywy Piotra M. Śliwickiego, prezesa Grupy **ERGO Hestia**. Organizatorem jest Fundacja Artystyczna Podróż Hestii. Laureaci ogłaszani są podczas wernisażu w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie. Członkowie jury to polskie i międzynarodowe autorytety sztuki współczesnej. Najbardziej obiecujący twórcy nagradzani są podróżą do Nowego Jorku i Walencji. Ponadto jeden z finalistów otrzymuje komercyjne zlecenie na artystyczną koncepcję raportu rocznego Grupy. Finaliści mogą zaprezentować swoje prace na indywidualnej wystawie w Pawilonie Sztuki ERGO Hestii w Warszawie.



1997

Kultura dostępna w sieci kin Helios to projekt Narodowego Centrum Kultury, które wraz z ogólnopolską siecią kin Helios, należąca do **Grupy Agora**, zachęca Polaków do oglądania rodzimych produkcji w kinowej jakości. Helios jest jedyną polską siecią kin zaangażowaną w inicjatywę „Kultura Dostępna”. Podczas 5 edycji w każdy czwartek o godzinie 18.00 widzowie mogli obejrzeć cenione i nagradzane polskie filmy w cenie 10 zł we wszystkich 41 kinach sieci.



2979

W ramach projektu **Caty Wrocław czyta z Factory** wydano książkę „W dobrym kierunku” na temat zrównoważonego stylu życia. Następnie zespół **Irus Wrocław (Factory Wrocław)** rozdawał publikację i zachęcał do lektury w specjalnej strefie podczas imprez promujących igrzyska sportów nieolimpijskich The World Games 2017. Strefę w lipcu odwiedziło kilka tysięcy osób. Jesienią miały miejsce działania promujące zrównoważony styl życia, a finałem było wydanie z udziałem wrocławian, którzy 19 grudnia otworzyli skrzynkę wymiany książek w Factory.



6

W ramach akcji **KPMG czyta dzieciom** 18 pracowników **KPMG** w profesjonalnym studiu nagrało bajkę Marii Konopnickiej „O krasnoludkach i o sierotce Marysi”, która została później wydana w formie audiobooka. Część nakładu zostanie przekazana szpitalom dziecięcym.



1500

W 2013 r. Grupa **PKP** dołączyła do międzynarodowego ruchu bookcrossingowego, otwierając dla uwolnionych książek przestrzeń dworców kolejowych w ramach akcji **Książka w podróży**. Półki z książkami są dostępne na 10 największych dworcach w Polsce: Bydgoszczy, Gdańsku, Gdyni, Krakowie, Poznaniu, Warszawie oraz we Wrocławiu. Odwiedzający mogą zostawić na półkach własne książki lub



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

zabrać ze sobą w podróż te uwolnione przez innych. Od otwarcia pierwszej półki bookcrossingowej na Dworcu Centralnym uwolniono 14 555 książek. PKP współpracuje przy projekcie z Wydawnictwem PWN.

 2268

Program **Santander Orchestra** realizowany przez **Bank Zachodni WBK** ma na celu wsparcie młodych artystów w stawianiu pierwszych kroków na scenie muzycznej oraz propagowanie kultury – 64 muzyków, studentów uczelni artystycznych, pod okiem tutorów doskonalito swój warsztat, przygotowywało się do tournée i nagrało swoją pierwszą płytę. II edycja programu to 4 koncerty, 3200 słuchaczy, 7 tys. egzemplarzy płyt, 216 godzin nagrań. 2015

 2015  11 000

Celem programu **Odzyskiwanie Dzieł Sztuki** realizowanego przez **Citi Handlowy** jest odzyskiwanie dóbr kultury utraconych przez Polskę w czasie i w wyniku II wojny światowej.

 2012  4000

Kino z Biedronką to wakacyjny projekt sieci, w ramach którego w bezpośrednim sąsiedztwie wybranych sklepów Biedronka w całym kraju odbywają się plenerowe pokazy filmowe. W ciągu 4 lat trwania projektu **Jeronimo Martins Polska** 185 seansów filmowych obejrzało ponad 40 tys. osób.

 2013  55 000

Od 2015 r. **Grupa Nowy Styl** jest mecenasem programów edukacyjnych i koncertowych w Europejskim Centrum Muzyki K. Pendereckiego w Lusławicach. Dzięki wsparciu, dzieci i młodzież mogą uczestniczyć w kursach mistrzowskich przy symbolicznym wkładzie pieniężnym. W 2016r. w ramach mecenatu w Lusławicach odbyły się 92 koncerty i 34 zajęcia edukacyjne.

 2015  6000

MARKETING ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

Bank Ochrony Środowiska, mając na uwadze szczególnie trudną sytuację zwierząt podczas chłodnych miesięcy, postanowił wesprzeć psy ze schronisk. Kampania powiązana jest z promocją pożyczki gotówkowej. Każdy klient, który zdecyduje się na **pożyczkę SCHR0nisko oprocentowaną**, może wesprzeć jedno z 27 schronisk dla zwierząt, przekazując worek karmy dla psików. Koszty zakupu karmy i logistyki bank pokrywa z własnych środków.

 1500

Pelion poprzez fundację korporacyjną DOZ Fundacja Dbam o Zdrowie od 2008 r. pomaga osobom będącym w trudnej sytuacji życiowej i materialnej w zakupie leków i produktów medycznych. W 2016 r. firma wprowadziła na rynek swój pierwszy produkt odpowiedzialny społecznie – **charytatywne serduszko**, pudełeczko w kształcie serca do przechowywania leków, które ułatwia osobom chorym, a zwłaszcza starszym, przygotowanie sobie dziennej dawki leków. Całkowity zysk ze sprzedaży w wysokości 1 zł zostaje przekazany na realizację celów statutowych DOZ Fundacji.

 9178



Vilmorin Garden przekonuje do uprawy własnych warzyw, ziół i kielków w trosce o zdrowie. Ze sprzedaży produktów dedykowanej linii firma przekazuje 1% obrotu na Fundację Akogo? i klinikę Budzik. Kupujący produkty otrzymują cegietkę (magnes), aby podkreślić ich udział w praktyce. Do projektu **Razem z Vilmorin Garden wspieram Fundację Akogo? i klinikę Budzik** przystąpiło ok. 500 centrów ogrodniczych.

 68



PROFILAKTYKA ZDROWOTNA

#befirst – bądź o krok przed rakiem to program edukacji na temat profilaktyki raka piersi prowadzony w ramach kampanii AVON kontra Rak Piersi, skierowany do uczniów szkół średnich w województwie mazowieckim, a realizowany we współpracy ze Stowarzyszeniem „Amazonki” Warszawa-Centrum. Do udziału w projekcie zostały zaproszone wszystkie szkoły w regionie. W 15 placówkach, które zgłosiły chęć udziału w projekcie jako pierwsze, **Avon Cosmetics Polska** zorganizował spotkania edukacyjne dotyczące profilaktyki raka piersi oraz warsztaty samobadania piersi z wykorzystaniem profesjonalnych fantomów dla ok. 1 tys. uczniów. Były one prowadzone przez lekarza onkologa lub pielęgniarkę onkologiczną oraz członkinie Stowarzyszenia „Amazonki” Warszawa-Centrum. Dla uczniów ogłoszono konkurs, którego zadaniem było przygotowanie krótkiego filmu związanego z profilaktyką. Nagrodą były warsztaty filmowe z youtuberkami z teamu „Szparagi” w Warszawie.

 656



Cykl seminariów: Rak piersi – profilaktyka, diagnostyka, leczenie był realizowany przez **Avon Cosmetics Polska** i Polskie Towarzystwo Chirurgii Onkologicznej w ramach kampanii AVON kontra Rak Piersi. Szkolenia skierowano do lekarzy medycyny rodzinnej, pielęgniarek i położnych w Lesznie, Suwałkach, Ciechanowie i Zamościu. Poruszano zagadnienia dotyczące epidemiologii, techniki badania piersi, badań profilaktycznych, diagnostyki oraz leczenia. Poszczególne bloki tematyczne poprowadzili eksperci z Centrum Onkologii – Instytutu w Warszawie. W całym cyklu wzięto udział ponad 140 osób.

 656



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów przygotował akcję **#biegiem_na_badania**, mającą na celu wsparcie profilaktyki raka piersi. Zespół biegaczy firmy został twarzą kampanii. Sportowcy wzięli udział w biegu „Zawsze pier(w)si”, opracowali hashtagi promujące przedsięwzięcie oraz uczestniczyli w sesji zdjęciowej. W mediach społecznościowych zachęcano kobiety do samobadań, regularnego USG oraz mammografii. Firma zdecydowała o współfinansowaniu badań dla zatrudnionych kobiet na poziomie 80% kosztów.



Scanmed we współpracy z Polskim Towarzystwem Uroginekologicznym przygotował cykl bezpłatnych prelekcji **Zdrowie Intymne Kobiety** na temat szeroko rozumianej profilaktyki. Panele dyskusyjne dotyczyły tematów z zakresu ginekologii, gospodarki hormonalnej, metod terapeutycznych oraz najnowszych osiągnięć ginekologii operacyjnej. Spotkania prowadzili doświadczeni specjaliści. Zorganizowano 5 wykładów, w których uczestniczyło łącznie ok. 100 kobiet.



Stowarzyszenie Pacjentów z Chorobą Pompego razem z Sanofi Genzyme (jednostką **Sanofi** zorientowaną na rzadkie, ciężkie choroby) z okazji Dnia Choroby Pompego, 15 kwietnia, zorganizowało akcję społeczną **Nasz Everest**. Aby zdać sobie sprawę z powagi i niedogodności związanych z chorobą (m.in. ograniczone możliwości oddechowe i słabnące mięśnie), uczestnicy akcji razem z himalaistą Jarostawem Gawrysiakiem ruszyli schodami na szczyt jednego z warszawskich wieżowców, by zdobyć symboliczny Mount Everest. Akcja relacjonowana w mediach społecznościowych i tradycyjnych dotarła do 500 tys. odbiorców.



Firma **Sanofi** zaangażowała się w kampanię informacyjną **Gaucher z krwi i kości**, aby budować społeczną świadomość na temat choroby Gauchera, a także wesprzeć pacjentów Stowarzyszenia Rodzin z Chorobą Gauchera. Inicjatywa zwraca uwagę lekarzy i społeczeństwa na objawy, leczenie oraz życie z chorobą. Częścią kampanii jest akcja „Stepsahead of Gaucher” i bieg „Biegnij Warszawo” (uczestnicy otrzymują ulotki informacyjne oraz zielone sznurówki, które mogą zawiązać na znak wsparcia dla chorych). Powstaje też pierwszy w Polsce poradnik dla chorych.

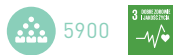


Emolium, marka **Sanofi**, postanowiło przeprowadzić kampanię edukacyjną **Atopowi Bohaterowie**. We współpracy z ekspertami oraz rodzicami dzieci z atopowym zapaleniem skóry (AZS), stworzono serię bajek terapeutycznych, które

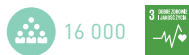
poprzez historie głównych bohaterów pomagają zrozumieć chorobę i pogodzić się z codziennymi ograniczeniami, jak również towarzyszącymi im emocjami. Tłumaczą dzieciom, czym jest AZS, jak z nim żyć i jak radzić sobie z przeszkodami związanymi z chorobą. Dodatkowym celem była budowa zaangażowanej społeczności rodziców.



W **Banku BGŻ BNP Paribas** przy współpracy z Fundacją DKMS przygotowano trzydniową akcję **Dni Dawcy Szpiku**. Inicjatywa poprzedzona była dwutygodniową kampanią informacyjno-edukacyjną w intranecie. Następnie w biurach zorganizowano kilkugodzinne punkty rejestracyjne oraz prelekcje dotyczące dawstwa szpiku prowadzone przez przedstawicieli Fundacji. Podczas akcji w bazie dawców szpiku zarejestrowało się łącznie 150 pracowników – 111 pracowników biur centrali oraz 39 pracowników z 13 oddziałów w Polsce.



W ramach projektu **Biegi z Carrefour Polska** firma zaangażowała się w sponsoring Wrocław Maratonu, Maratonu Warszawskiego, Cracovia Półmaratonu Królewskiego oraz biegów lokalnych. W biegach ogólnopolskich wzięło udział blisko 20 tys. osób, w tym ponad 50 pracowników **Carrefour Polska**. W specjalnie przygotowanych punktach kibice mogli skorzystać z porad profesjonalnych dietetyków, wziąć udział w konkursie albo treningu na trampolinach. Firma nawiązała współpracę z dietetykami z Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji SGGW, którzy opracowali praktyczne porady żywieniowe dla osób aktywnie uprawiających sport.



Fresenius Medical Care Polska to pomysłodawca oraz organizator kampanii społecznej **Drugie życie**, której celem jest promowanie przeszczepiania narządów oraz edukacja w zakresie zagadnień medycznych, prawnych i etycznych z tym związanych. Organizatorzy zapraszają do akcji szkoły ponadgimnazjalne z konkretnego województwa. Do udziału kwalifikuje się ok. 30 placówek. Uczniowie uczestniczą w szkoleniu z wiedzy o transplantologii, a następnie organizują kampanie w lokalnych środowiskach. Otrzymują pomoc w koordynacji działań oraz materiały promocyjne, a jednym z priorytetów jest dystrybucja oświadczeń woli. Kampania ruszyła w roku szkolnym 2008/2009 w Wielkopolsce. Od tego czasu wzięło w niej udział ponad 250 tys. uczniów z 660 szkół. Ósma edycja kampanii (2015/2016) odbywała się w 4 województwach: wielkopolskim, kujawsko-pomorskim, podkarpackim i małopolskim.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Gabinety z Różową Wstążką to program umożliwiający kobietom wykonanie badań USG piersi, kontrolne badania diagnostyczne oraz edukację na temat zachowań profilaktycznych. Akcja prowadzona jest przez **Avon Cosmetics Polska** we współpracy ze Stowarzyszeniem „Amazonki” Warszawa-Centrum. W 2016 r., podczas dziewiątej edycji, dofinansowano 6500 badań w gabinetach w całej Polsce.



Cel kampanii „Z miłości do Zdrowia” realizowanej przez **Carrefour Polska** to edukacja konsumentów w zakresie prawidłowego odżywiania i zdrowego stylu życia. W jej ramach w 2016 r. m.in.: zrealizowano II edycję programu edukacyjnego „ABC Zdrowego Żywienia” – wzięto w niej udział ponad 1 tys. dzieci i młodzieży; sponsorowano duże wydarzenia sportowe w Polsce (Tour de Pologne) oraz wprowadzono nowe produkty pod marką „Jakość z Natury”.



Grupa Muszkieterów od 10 lat zachęca kobiety do badań profilaktycznych raka piersi. W ramach akcji **Muszkieterowie dla Polek** kobiety w wieku 50–69 lat mogą poddać się bezpłatnym badaniom przy wybranych sklepach Intermarché i Bricomarché. Od początku trwania akcji zostało przebadanych blisko 41 tys. Polek.



W ramach ogólnopolskiej kampanii edukacyjnej dotyczącej **FAS (płatowego zespołu alkoholowego) „Będę mamą – nie piję” Kompania Piwowarska** wprowadziła dobrowolny znak „W ciąży nie piję alkoholu” na opakowaniach produktów, w reklamach oraz na materiałach promocyjnych. Z inicjatywy Kompanii wiedza o FAS jest propagowana w placówkach Medicover, Lux Med, w gabinetach ginekologicznych i szkołach rodzenia na terenie całego kraju.



Ogólnopolski Program Profilaktyki Cukrzycy i Chorób Cywilizacyjnych „PoZdro!” Fundacji **Medicover** ma na celu zredukowanie ryzyka zachorowania na choroby cywilizacyjne wynikające z niezdrowego stylu życia, walkę z nadwagą i otyłością wśród dzieci i ich rodzin. Przebadano 17 tys. gimnazjalistów z 4 miast, a 2400 uczniów zakwalifikowano na indywidualne 2-letnie sesje. W ramach programu przekazywano wiedzę także za pomocą lekcji multimedialnych w 400 szkołach.



Ciąśnienie na Życie to kampania społeczna **Polpharmy** dotycząca nadciśnienia tętniczego. Jej celem jest edukacja Polaków na temat profilaktyki chorób układu krążenia i zachęcenie ich do regularnych pomiarów ciśnienia. Przez 4 lata kampanii rozdano 800 tys. egzemplarzy materiałów edukacyjnych, w 120 lokalizacjach zmierzono ciśnienie 370

tys. Polaków, a co trzecią osobę skierowano do lekarza za względu na wynik odbiegający od normy.



Motyle pod ochroną to pierwsza w Polsce kampania edukacyjna stworzona z myślą o osobach z rakiem tarczycy. W jej ramach firma **Sanofi** przygotowała poradnik dystrybuowany przez 12 wspierających ośrodków medycznych. Wśród pacjentów i pracowników prowadzone są spotkania oraz cykliczne, bezpłatne badania profilaktyczne tarczycy.



Kampania „**P.S. Mam SM**” zaprasza osoby ze stwierdzeniem rozсіяnym do opowiedzenia osobistych historii i inspirujących doświadczeń w social mediach, mogących stać się motywacją dla nowo zdiagnozowanych osób do podążania za swoimi pasjami. Projekt prowadzony przez **Sanofi** razem z Fundacją NeuroPozytywni ma również na celu edukację społeczeństwa.



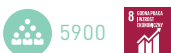
ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Akademia Lokalnego Biznesu miała dostarczyć mikroprzedsiębiorcom wiedzy z dziedziny prawa i podatków przez sprawdzonych specjalistów E&Y, partnerą merytorycznego projektu zainicjowanego przez **Bank BGŻ BNP Paribas**.

Podczas 10 bezpłatnych, interaktywnych spotkań w Polsce prezentowano analizy przypadków rynkowych ilustrowane przykładami, co pozwalało uczestnikom lepiej je zrozumieć i odnieść do własnego biznesu. Sluchacze mieli możliwość wymiany doświadczeń, uporządkowania posiadanej wiedzy i zdobycia nowych umiejętności. W całym cyklu wzięto udział 230 mikroprzedsiębiorców.



Bank BGŻ BNP Paribas skierował akcję **Wspierajmy Sąsiedzki Biznes** do dwóch grup: konsumentów oraz mikroprzedsiębiorców. Konsumentów zachęcano do wspierania lokalnych biznesów w okolicy poprzez korzystanie z ich usług, szczególnie w okresie tzw. Tygodnia Sąsiedzkiego Biznesu. Informacje o 7500 przedsiębiorcach, którzy wzięli udział w akcji, znalazły się na specjalnej stronie internetowej. Bank zapewnił im też darmowy pakiet promocyjny w postaci materiałów informujących o tym, że przystąpili do akcji, promując ich oferty rabatowe w mediach społecznościowych, a także na stronie akcji.



Nowe Pokolenie Rolników to pilotażowy projekt realizowany przez **Danone** i Fundację TROP przy wsparciu Funduszu Danone Ecosystem. Celem jest wsparcie mlecznych gospodarstw rodzinnych w rozwoju postaw przedsiębiorczych, tak

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

by stały się konkurencyjne na europejskim rynku mleka. Program skupia się na współpracy profesjonalnych trenerów, coachów oraz ekspertów z grupą 40 rolników (20 gospodarstw rodzinnych). Warsztaty dają rolnikom odpowiednią przestrzeń do rozwoju oraz dzielenia się wiedzą i doświadczeniem. Program bazuje na metodologii rozwoju firm rodzinnych stworzonej przez Fundację TROP.



Program **Twój biznes polega na Tobie** kierowany jest do właścicieli małych firm (jednoosobowych działalności gospodarczych i przedstawicieli wolnych zawodów). Od 10 do 15% uczestników organizowanych spotkań z Grzegorzem Albrechtem i Jakubem Bączkiem, autorytetami w dziedzinie coachingu biznesowego i mentalnego, to klienci **ING Banku Śląskiego**. Celem programu jest zainspirowanie i zmotywowanie lokalnych przedsiębiorców do wykorzystania możliwości rozwoju swojego biznesu. Podczas 7 spotkań udało się dotrzeć do ok. 850 małych i średnich przedsiębiorców.



PwC jest partnerem projektu **Katalizator Rozwoju Firmy** organizowanego przez Fundację Youth Business Poland. Ma on na celu kompleksowe wsparcie start-upów, które w swoim rozwoju biznesowym uwzględniają aspekty prospołeczne i proponują innowacyjne rozwiązania. W ramach wolontariatu kompetencyjnego eksperci PwC wspierają młodych przedsiębiorców w formie indywidualnego mentoringu oraz prowadzenia szkoleń z zakresu narzędzi biznesowych.



Od marca do czerwca 2016 r. „Gazeta Wyborcza” (należąca do **Grupy Agora**) wraz z bankiem BGŻ BNP Paribas prowadziła akcję **Polska Firma Przyszłości**. Celem przedsięwzięcia było zaprezentowanie dobrych polskich firm i ludzi, przedstawicieli małego i średniego biznesu. Wspólnie z partnerami merytorycznymi Bisnode i BIG Info Monitor analizowano dane finansowe polskich firm. Razem z akcją został ogłoszony Ranking Polska Firma Przyszłości, w którym wyłoniono Liderów Produkcji oraz Liderów Usług w kategorii Mikro i MŚP, zarówno ogólnopolskich, jak i zwycięzców regionalnych.



Bank Zachodni WBK realizuje projekt **Firmowe Ewolucje** – telewizyjny program dla małych i średnich przedsiębiorstw, w którym eksperci i mentorzy branżowi udzielają praktycznych wskazówek, jak zrobić kolejny krok w rozwoju własnego biznesu, wypracowują rekomendacje oraz pomagają wdrożyć zaproponowane rozwiązania. Druga edycja

Firmowych Ewolucji (2016 r.) to: 400 osób w rekrutacji, 9 firm, 10 odcinków, 6,3 mln widzów programu.



Akademia Przedsiębiorcy to ogólnopolski program edukacyjno-motywacyjny dla przedsiębiorców, obejmujący 50 miast, w których bezpłatne szkolenia dla przedsiębiorców poprowadzili praktycy z renomowanych firm oraz eksperci **Banku Zachodniego WBK**. W 2016 r. 2400 osób przekonało się, jak nowoczesne technologie mogą stać się motorem napędzającym rozwój firmy, otrzymało wskazówki w zakresie nowych ścieżek rozwoju, dowiedziało się o strategiach wejścia na rynki zagraniczne.



Idea Bank prowadzi program **Duma Przedsiębiorcy**, którego celem jest promowanie ciekawych inicjatyw biznesowych prowadzonych przez jego klientów. Wybrane firmy otrzymują od banku darmowy pakiet profesjonalnych działań marketingowych – wcześniej spoty w TV, plakaty, teraz m.in. artykuły w prasie i internecie.



Inkubator Przedsiębiorczości założony przez **Idea Bank** to program, w ramach którego organizowane są cykliczne konkursy na najlepsze plany biznesowe. Z 30 zwycięzcami Idea Bank zakłada spółkę, wnosząc ok. 30% potrzebnego kapitału. Na pozostałą część środków przedsiębiorca otrzymuje finansowanie w postaci kredytu na preferencyjnych warunkach.



TWORZENIE MIEJSC PRACY I ROZWOJ KOMPETENCJI

Program Ambasadorzy BZ WBK kierowany jest do studentów, którzy przynależą do organizacji studenckich. Studenci rozwijają wiedzę i umiejętności z bankowości, zarządzania i fintech oraz reprezentują bank w środowisku, angażując studentów w projekty. Wspierają też instytucję na uczelni, np. poprzez udział w targach pracy, organizację szkoleń lub dni otwartych. Projekt obejmuje także pracę nad koncepcją ogólnopolskiego konkursu dla organizacji studenckich, który powstanie w trakcie 7 spotkań prowadzonych w formule design thinking. **Bank Zachodni WBK** zapewnia wsparcie finansowe oraz merytoryczne dla organizacji Ambasadora i udostępnia narzędzia mobilne.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

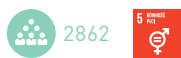
Częstą barierą uniemożliwiającą rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej w Polsce jest brak środków finansowych. **Carrefour Polska** przygotował ofertę agencji, dzięki której przedsiębiorca nie ponosi żadnych kosztów związanych z adaptacją i wynajmem lokalu. Nie musi się martwić również o opłacenie głównych kosztów eksploatacyjnych. Program **Carrefour wspiera przedsiębiorczość** wykorzystuje doświadczenie i know-how firmy w zakresie franczyzy, aby stworzyć model współpracy agencji skierowany właśnie do aktywistów, przedsiębiorczych osób. Carrefour zapewnia również szkolenia specjalistyczne, wykonuje duże naprawy w sklepie, dba o właściwe zatowarowanie oraz przygotowuje działania marketingowe.



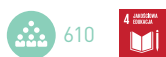
Głównym celem projektu **Postaw na przyszłość – postaw na siebie** jest optymalizacja procesu przekwalifikowania i poszukiwania nowego miejsca pracy u 200 osób z woj. małopolskiego, które są zagrożone zwolnieniem, utraciły zatrudnienie z przyczyn dotyczących zakładu pracy bądź chcą odejść z rolnictwa. Beneficjenci projektu **InterKadry** uzyskali dostęp do szkoleń, poradnictwa zawodowego i psychologicznego, pośrednictwa pracy, staży oraz pozyskania środków finansowych na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej.



Dress for Success – niezależność finansowa kobiety bezrobotnej to projekt skupiający się na kompleksowym wsparciu finansowym warsztatów dla kobiet z terenu całej Wielkopolski i ich promocji. **Kompania Piwowarska** zdecydowała się na współpracę z lokalnym oddziałem największej na świecie organizacji pozarządowej zabiegającej o niezależność finansową kobiet długotrwale bezrobotnych – Dress for Success. Firma zorganizowała zbiórki odzieży na rozmowy kwalifikacyjne dla kobiet. Beneficjentki wzięły udział w tygodniowym szkoleniu, sesjach mentorskich, zajęciach na temat prawa pracy poprowadzonych w ramach wolontariatu przez radczynię prawną z Kompanii Piwowarskiej. Podczas wycieczki po browarze otrzymały informacje na temat możliwości zatrudnienia i rozwoju zawodowego kobiet. W dwóch edycjach, w które zaangażowała się firma, wzięło udział 49 kobiet. Partnerem projektu były też Międzynarodowe Targi Poznańskie.



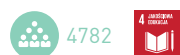
Program praktyk **Need Help** zainicjowano w 2007 r. i zrealizowano 10 edycji. W trakcie miesięcznej praktyki studenci pomagają pasażerom oraz odwiedzającym. **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** umożliwia im poznanie funkcjonowania lotniska oraz służb i podmiotów prowadzących działalność na terenie portu, a także odbycie szkoleń. Praktyka trwa 160 godzin, a na jej zakończenie każdy uczestnik wykonuje indywidualny projekt. Co roku przyjmowanych jest ok. 50 studentów. Dotychczas w programie wzięło udział 436 praktykantów, a ok. 120 z nich podjęło stałą pracę w branży lotniczej.



Program **6.Zmysł** oferuje studentom możliwość poszerzenia swoich horyzontów nie tylko online, lecz także w rzeczywistości. Dzięki warsztatom młodzi ludzie wymieniają doświadczenia oraz pogłębiają wiedzę w zakresie rozwiązań telekomunikacyjnych, IT i finansowych, a dzięki bezpłatnej aplikacji mobilnej mają możliwość rozwoju poprzez grywalizację w 5 kategoriach (rozrywka, biznes, IT, telekomunikacja oraz 6.Zmysł). Aby wzmocnić więź ze społecznością użytkowników, firma **Orange Polska** zaprosiła wszystkich studentów do konkursu, w którym można wygrać atrakcyjne nagrody.



GeoTalent – program edukacyjny PGNiG stworzony został z myślą o studentach 1–3 roku studiów licencjackich/inżynierskich zainteresowanych branżą poszukiwawczo-wydobywczą. Jego celem jest poszerzenie wiedzy i rozwój umiejętności praktycznych studentów w obszarze węglowodorów ze źródeł konwencjonalnych i niekonwencjonalnych. Realizowany jest na 3 uczelniach: Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie, Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz Uniwersytecie Warszawskim. Realizuje szereg działań, w tym: program mentoringu, ambadorski, praktyk letnich, konkurs prac dyplomowych, konferencję GeoTalent; warsztaty specjalistyczne i edukacyjne wyjazdy terenowe. **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** dzięki programowi może pozyskać wykwalifikowanych absolwentów z podstawową wiedzą praktyczną.



Provident Polska we współpracy z CodersTrust zorganizował akcję **Zaprogramuj swoją przyszłość**, której celem jest zachęcenie osób z mniejszych miejscowości do nauki programowania. Stypendium na realizację 4-miesięcznego kursu programowania Front-End Development na platformie CodersTrust otrzymało 40 osób. Dostały je osoby, które wzięły udział w konkursie polegającym na przygotowaniu filmu lub prezentacji oraz zdały testy z logiki i angielskiego. W ramach szkolenia przewidziano naukę programowania i rozwój kompetencji miękkich, tak aby po zakończeniu kursu uczestnicy potrafili skutecznie współpracować z klientami, zdobywali nowe zlecenia i sprawnie poruszali się po platformach freelancerskich, takich jak Upwork. Uczestnicy konsultują się z mentorami, którzy są dostępni przez 12 godzin na dobę przez cały okres trwania szkolenia.



SITECH podjął współpracę w zakresie kształcenia praktycznego wspólnie z Wydziałem Mechanicznym Politechniki Wrocławskiej. W ramach **dualnego systemu kształcenia** firma organizuje w swoim zakładzie zajęcia praktyczne dla wybranych w rekrutacji studentów w wymiarze: 1 dzień w tygodniu (3 i 4 semestr), 2 dni w tygodniu (5 i 6 semestr) oraz 3 dni w tygodniu (7 semestr). Uzyskują oni tytuł inżyniera oraz tytuł zawodowy AHK projektanta technicznego, który jest związany z organizacją przez firmę egzaminu zawodowego. Studenci mają zapewnione zakwaterowanie, transport, ubez-

pieczenie oraz wynagrodzenie. Wspólnie z Zespołem Szkół w Chocianowie SITECH kształcą monterów-mechatroników. Jednorazowo przyjmowanych jest od 5 do 15 uczniów. Nauka w szkole trwa 3 lata i w tym okresie uczniowie są zatrudnieni przez firmę jako pracownicy młodociani.



W ramach programu **#KarieraBankiera** studenci uczelni należących do Santander Universidades mają możliwość uczestniczenia w wykładach i warsztatach prowadzonych przez praktyków z **Banku Zachodniego WBK**. Najlepsi z nich biorą udział w dodatkowych warsztatach, spotkaniach mentorskich oraz projektach biznesowych. Bank organizuje też dla uczestników warsztatów płatne staże.



Firma **Bibus Menos** stworzyła **program stażowy dla studentów** Politechniki Gdańskiej, w ramach którego młodzi ludzie mogli zapoznać się z interesującą ich dziedziną i postawić pierwsze kroki w pracy zawodowej. Praktyki są tematyczne i odbywają się w działach dopasowanych do kierunku studiów aplikanta.



Program Ambasador realizowany przez **Capgemini Polska** trwa cały rok akademicki. Rozpoczyna się od 2-miesięcznych praktyk letnich, w trakcie których ambasadorzy mają możliwość pracy w kilku działach firmy. Po praktykach kontynuują współpracę z firmą, wspierając akcje employerbrandingowe oraz rekrutacyjne na uczelniach. Firma oferuje im kartę Multisport oraz pokrycie kosztów transportu miejskiego. W programie uczestniczy 8 osób w kilku miastach w Polsce.



Kwalifikacja do programu **Szkoła Talentów** odbywa się na podstawie CV i umiejętności. Studenci uczestniczą w cyklu szkoleń przeprowadzanych przez pracowników **Capgemini Polska** i w trakcie programu otrzymują zadania domowe, które są następnie oceniane. Ocenie podlega również aktywność podczas zajęć. Po ukończonym cyklu szkoleń, uczestnicy otrzymują certyfikat oraz możliwość wejścia do procesu rekrutacji.



Grupa Aterima stworzyła **bezpłatne udźwiękowione lekcje języka niemieckiego** i umieściła je na swojej stronie WWW. Chętni do nauki mają do dyspozycji ponad 70 lekcji, a w nich dialogi, nagrania audio, listy słówek i ćwiczenia.

Tematy związane są z opieką nad osobami starszymi. Poprzez kurs firma pomaga w podnoszeniu kompetencji językowych osób pracujących lub szukających pracy w Niemczech.



W drodze do pracy to projekt aktywizacji zawodowej bezrobotnych kobiet realizowany przez **Henkel Polska** i Fundację Miejsce Kobiet. Trzymiesięczne kursy dla ok. 20 kobiet obejmują m.in. trening psychologiczny, ćwiczenia z autoprezentacji, zajęcia z przedsiębiorczości oraz konkretne szkolenia zawodowe i warsztaty z pracownikami firmy Henkel.



Celem Akademii Finansowej **Infosys Poland** – „Infosys Finance Campus” jest wsparcie młodych ludzi, szczególnie po kierunkach filologicznych oraz ze znajomością języków obcych, w pozyskaniu wiedzy z obszaru finansów i rachunkowości, dzięki czemu nabywają oni kompetencje poszukiwane na rynku pracy.



ING Bank Śląski wraz z IBM Polska i ING Services prowadzi działania adresowane do studentów kierunków technicznych. Celem **programu Corporate Readiness Certificate** jest dostarczenie praktycznej wiedzy z obszaru IT studentom kierunków technicznych, informatycznych lub informatyczno-ekonomicznych.



Program Rozwoju Młodych Talentów w mBanku dotyczy praktyk i staży rotacyjnych. Każdy uczestnik ma opiekuna merytorycznego i opiekuna HR. Staż odbywa się w kilku obszarach firmy, trwa 6–12 miesięcy i ma wymiar pełnego etatu. W 2016 r. przyjęto 21 stażystów i ok. 80 praktykantów, z czego po programie zatrudniono 15 stażystów i 30 praktykantów.



Provident organizuje płatne, wakacyjne praktyki studenckie. Do każdej edycji projektu **One Level Up** zgłasza się blisko 1 tys. kandydatów. Praktyki odbywają się zarówno w centrali w Warszawie, jak i w wybranych oddziałach firmy. Praktykanci objęci są takim samym systemem szkoleń wdrożeniowych jak nowi pracownicy, a także uczestniczą w szkoleniu z technik efektywnej komunikacji.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Sanofi stworzyło program staży **Student on Board**, kierowany do studentów i absolwentów. Dzięki inicjatywie studenci poznają firmę, branżę i zdobywają doświadczenie zawodowe (staż trwa 12 miesięcy, jest płatny). Po zakończeniu programu ok. 50% stażystów zostaje w firmie.



Sales Consulting Trainee Programme to program stażowy **DB Schenker** skierowany do absolwentów i studentów zainteresowanych sprzedażą. W ostatniej edycji uruchomiono program w 4 obszarach biznesu: w Pionie Sprzedaży, Pionie Biznesu Lotniczego, Pionie Biznesu Oceanicznego oraz Pionie Logistyki Kontraktowej.



Z myślą o studentach od 12 lat **Skanska w Polsce** organizuje **Program Praktyk Letnich**. Studenci mogą zdobyć wiedzę i doświadczenie, pracując w gronie specjalistów branży budowlanej.



W firmie **SumiRiko Poland** od kilku lat prowadzony jest program letnich praktyk **Twoja ścieżka do kariery**, dla studentów IV i V roku studiów technicznych. Studenci odbywają szereg szkoleń m.in. z zakresu narzędzi zarządzania procesami produkcyjnymi w firmie.



Volkswagen Poznań w ramach praktyki **Kształcenie zawodowe** od 11 lat współpracuje ze Szkołą Zawodową nr 1 w Swarzędzu, a od 2016 r. także z Zespołem Szkół Politechnicznych we Wrześni. Uczniowie mają do wyboru kilka kierunków kształcenia, m.in. mechanik automatyki przemysłowej i urządzeń precyzyjnych oraz operator maszyn i urządzeń odlewniczych.



Studia o profilu praktycznym to projekt kształcenia zintegrowanego. Program skierowany jest do studentów Politechniki Poznańskiej Wydziału Elektrycznego i polega na równoczesnym zdobyciu tytułu inżyniera, odbyciu kilkuletniej praktyki w **Volkswagen Poznań** oraz zdobyciu uprawnień w zawodzie monter mechatronik, potwierdzonych egzaminem Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej AHK.



WSPARCIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Biuro Tłumaczeń KONTEKST zaangażował się w **wsparcie Polskiej Akcji Humanitarnej** poprzez nieodpłatne tłumaczenie dokumentów wykorzystywanych w bieżących działaniach PAH. Organizacja otrzymuje barter na określoną sumę i w każdej chwili może z niego skorzystać. Wspólnie zrealizowano kilkaset projektów o wartości ponad 75 tys. zł. Przetłumaczone dokumenty, takie jak umowy, upoważnienia, dokumenty rejestracyjne i świadectwa, służą w codziennej pracy pracownikom PAH przebywającym na misjach zagranicznych.



Projekt **Knowledge sharing @ Cognifide** opiera się na wolontariacie kompetencyjnym i wymianie wiedzy na zasadzie barteru. W siedzibie **Cognifide Polska** przeprowadzono warsztaty z planowania strategicznego oraz zarządzania projektami dla Zarządu i koordynatorów projektów Terenowego Komitetu Ochrony Praw Dziecka w Poznaniu. Wdrażaniu wypracowanych rozwiązań towarzyszyły konsultacje. Jeden z wolontariuszy przeprowadził również dla pracowników TKOPD szkolenie z posługiwania się narzędziami dostępnymi w pakiecie Google Apps for Non-Profits.



W 2016 r. wrocławscy pracownicy **Credit Suisse (Poland)** wybrali Fundację Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci, jako preferowaną organizację w ramach projektu **Partner Charytatywny Roku**. Hospicjum wspierano na wiele sposobów, a pomysłodawcami przedsięwzięcia byli sami pracownicy. Zorganizowano m.in. akcje fundraisingowe, kiermasze, charytatywny wyścig starych samochodów „Banger Rally” z Londynu do Wrocławia. W projekt zaangażowało się 400 pracowników, a wolontariusze z wrocławskiego i warszawskiego biura zebrali ponad 105 tys. zł.



W ramach projektu **Media Grupy Agory wspierają WOŚP** „Gazeta Wyborcza” zachęcała czytelników do wsparcia akcji wpłatą do wirtualnej puszkii na SiePomaga.pl oraz poprzez udział w aukcji książki „Listy do Prezydenta” w serwisie Allegro.pl. Zwycięzca innej aukcji, „Występ w Radiu! Przeczytaj Informacje TOK FM” Radia TOK FM, mógł przy wsparciu redakcji przygotować i przeczytać na antenie autorski serwis informacyjny. Dzięki akcjom mediów **Grupy Agora** zebrano ponad 150 tys. zł.



Pracownicy **Grupy Energia** rozpoznają lokalne problemy, by w ramach programu **Pomagaj z Energią** wspierać finansowo organizacje pożytku publicznego i propagować wśród pracowników możliwość przekazania 1% podatku dochodowego wybranej przez siebie organizacji. Tworzona jest lista 100 rekomendowanych przez pracowników organizacji. Następnie

pracownicy wskazują organizacje, którym chcieliby pomóc. Wskazania mnożone są przez 100 zł, co określa wysokość darowizn, jaką otrzymają organizacje. Przez siedem edycji w program angażowało się 70–90% pracowników Grupy Energa.

 8500

The Boston Consulting Group w ramach wsparcia organizacji pozarządowych **opracowała strategię działania dla Fundacji Dajemy Dzieciom Się**. Nowa strategia, wynikająca z interpretacji misji i wizji, ma na celu usystematyzowane, skupione i efektywne podejście do programów Fundacji; integrację obecnych działań w kilka spójnych merytorycznie inicjatyw; zapewnienie stabilnych przychodów poprzez ich dywersyfikację i większe niezależnienie się od dotacji; poprawę wizerunku oraz obecność w mediach.

 160  

Kancelaria **Budzowska Fiutowski i Partnerzy. Radcowie Prawni** świadczy stałą pomoc prawną dla organizacji pozarządowych: stowarzyszenia Społecznego Towarzystwa Oświatowego Koto Terenowe nr 64 w Krakowie oraz stowarzyszenia Szkolny Klub Sportu i Turystyki Glosator w Krakowie. W tym zakresie mieści się: obsługa prawna w postępowaniach rejestrowych, a także czynności zmierzające do windykacji należności, przygotowywanie projektów aktów wewnętrznych i ich zmian.

 2013  12 

Fundacja **Carrefour** przekazała grant w wysokości 125 tys. euro na zakup 7 kolejnych **ciężarówek-chłodni dla lokalnych Banków Żywności**. Pojazdy te są niezbędne, by świeże produkty, o krótkim terminie przydatności do spożycia, mogły być odbierane ze sklepów, a następnie transportowane i dostarczane potrzebującym. Dzięki wsparciu Fundacji Carrefour, Banki Żywności zakupiły łącznie 16 ciężarówek-chłodni.

 2014  16 000

Program coachingowy „Dwa Sektory Jedna Wizja” dla liderów społecznych to wymiana wiedzy i inspiracja między liderami biznesu i liderami społecznymi. W ramach 7 edycji wzięto w nim udział 115 liderów społecznych i 57 wolontariuszy z **PwC**. Pracowali oni podczas ponad 800 godzin indywidualnego wsparcia i 290 godzin szkoleń.

 2011  2000

Grupa Raben współpracuje z **Bankami Żywności**, pomagając w transporcie żywności. Produkty spożywcze, które

pozyskują Banki Żywności na cele społeczne, to m.in. żywność świeża, artykuły wymagające warunków chłodniczych i mroźni. W 2016 r. Grupa Raben zapewniła darmowy transport 8 tys. palet z żywnością.

 2015  4500

DB Schenker jest partnerem logistycznym **Szlachetnej Paczki** od 2008 r. Operator nieodpłatnie dostarcza zebra- ne przez wolontariuszy paczki do wskazanych przez Stowarzyszenie Wiosna magazynów dystrybucyjnych. Podczas finałowych weekendów zaangażowanych jest średnio 30 samochodów ciężarowych DB Schenker, które pokonują ok. 15 tys. km. Ponadto pracownicy firmy co roku biorą udział w projekcie jako darczyńcy.

 2013  2037

WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI

Placówki Relacyjne Santander Universidades funkcjonują na 5 uczelniach w Polsce, a każda z nich składa się ze strefy wypoczynkowej dla studentów, sali przeznaczonej do prowadzenia warsztatów lub spotkań studentów i miejsca obsługi. Pracownicy **Banku Zachodniego WBK** angażują się w działania społeczności akademickiej m.in. poprzez spotkania z władzami uczelni i organizacjami studenckimi w celu identyfikacji ich potrzeb. Wnioski z tych spotkań przeradzają się w konkretne projekty. W 2016 r. zostały podjęte 472 inicjatywy, w których wzięto udział ponad 50 tys. uczestników. Trwają prace nad stworzeniem placówek na kolejnych 4 uczelniach.

 11 000 

Firma **Infosys Poland** w ramach projektu **Moving beyond the limits of talent** współpracuje z łódzkimi uczelniami wyższymi, wspierając finansowanie inicjatyw akademickich, organizując warsztaty, wykłady i staże.

 2013  2500

Konkurs **Młodzi projektanci dla Biedronki** skierowany jest do studentów Katedry Ubioru Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. Ich zadaniem jest zaprojektowanie odzieży, która trafia do sprzedaży w sklepach Biedronka. W wyniku czterech edycji konkursu **Jeronimo Martins Polska** sprzedała ok. 60 tys. sztuk odzieży sygnowanej nazwiskami studentów.

 2014  55 000

mBank wraz z firmą Accenture w 2015 r. uruchomił **studia: bankowość i finanse cyfrowe na Uniwersytecie Łódzkim**,



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

mające interdyscyplinarny charakter kształcenia, wykorzystujący wiedzę kadry naukowo-dydaktycznej UŁ oraz praktyków biznesu. Pracownicy mBanku prowadzą część ćwiczeń i wykładów. Do tej pory w realizację studiów zaangażowało się 50 pracowników z 6 pionów banku.



Mostostal Warszawa prowadzi **działalność badawczo-rozwojową we współpracy z jednostkami naukowymi** w kraju i za granicą. Jako jedyny generalny wykonawca w Polsce, firma powołała własny Dział Badań i Rozwoju, który wprowadza w życie innowacje przyczyniające się do rozwoju myśli inżynierskiej oraz upowszechniania nowych trendów w budownictwie.



Kultura dzielenia się wiedzą to cykl wykładów dla studentów. Spotkania obejmują m.in. PR, komunikację wewnętrzną, CSR, tematykę HR, marketing. Do tej pory **Provident Polska** zorganizował 167 spotkań, w których uczestniczyło ponad 5 tys. studentów.



Akademia Wynalazców im. Roberta Boscha to program edukacyjny skierowany do gimnazjalistów z Warszawy i Wrocławia. Jego celem jest promowanie uzdolnionej młodzieży oraz popularyzacja przedmiotów ścisłych. Projekt realizowany jest przez firmę **Robert Bosch**, Politechnikę Warszawską i Politechnikę Wrocławską.



Program Rozwoju Ygreków to projekt stażowy realizowany w 3 ścieżkach rozwoju w firmie **Y-Consulting**. Bazą przedsięwzięcia jest stała informacja zwrotna, indywidualny program szkoleń i mentoringu oraz miniocena pracownicza 360o. Program jest wspierany narzędziami zarządzania wiedzą oraz rozwiązaniami nowych mediów i technologii.



Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

WYBRANE ARTYKUŁY 2016 R.

Łączna liczba artykułów podejmujących tematykę odpowiedzialnego biznesu i powiązane z nią zagadnienia:

7504

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2016 r.

Frazy monitorowane przez Instytut Monitorowania Mediów dla Forum Odpowiedzialnego Biznesu: *zrównoważony rozwój, odpowiedzialny biznes, etyka biznesu, wolontariat pracowniczy, społeczna odpowiedzialność, zarządzanie różnorodnością*

Photo via Visual Hunt

ZYSK TO NIE WSZYSTKO

Działać społecznie czy charytatywnie chcą dziś nie tylko duże zagraniczne koncerny, lecz również małe i średnie rodzime spółki. Są wśród nich piekarnie, teatry, hotele, sklepy, firmy ochroniarskie. *Jadwiga Marcińska (wSieci, 04.01.2016)*

POLSKA B W PUŁAPCE STAGNACJI

Polska B w pułapce rozwoju. Choć do biedniejszych województw trafiło więcej funduszy UE niż do tych bogatszych, różnice w poziomie zamożności pogłębiają się. *Anna Cieślak-Wróblewska (Rzeczpospolita, 14.01.2016)*

BEZ DIALOGU NIE MA ROZWOJU

Związki zawodowe w Polsce nie mają dobrego PR-u, a uzwiązkowienie spada. W sektorze publicznym uzwiązkowienie jest ciągle wysokie (np. 70 proc. w górnictwie), ale w prywatnym bywa, że związki zawodowe występują w formie szczątkowej (np. 2 proc. w handlu). Ciekawe wyniki daje rozbitcie sektora prywatnego na ten z kapitałem polskim i ten międzynarodowym. Według badań Konfederacji Lewiatan „Pracujący Polacy” w 2007 r. w krajowym sektorze prywatnym uzwiązkowienie wynosiło zaledwie 8 proc. i spadało, a w zagranicznym – aż 33 proc. i rości. *Adriana Rozwadowska (Gazeta Wyborcza, 8.02.2016)* **Nagroda główna w konkursie Pióro odpowiedzialności**

W RAPORTOWANIU ZINTEGROWANYM LICZY SIĘ PRZEDĘ WSZYSTKIM WIARYGODNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTWA

Historyczne informacje finansowe dotyczące przedsiębiorstwa, takie jak wartość aktywów, zadłużenie, przychody, wynik finansowy czy przepływy pieniężne z działalności operacyjnej nadal są niezwykle ważnymi informacjami. Nie są już jednak wystarczające do podejmowania świadomych i racjonalnych decyzji przez inwestorów, regulatorów, kontrahentów czy pracowników. *Wywiad Magdaleny Sobczak (Dziennik Gazeta Prawna, 14.02.2016)*

WŚCIEKŁE PSY STRÓŻUJĄCE

Mieszkają w niewielkich miejscowo-

PRASA

ściach. Nie są szczególnie agresywne, ale szczekają głośno, bywa, że gryzą. Są utrapieniem dla lokalnej władzy, bo patrzą jej na ręce. Sieć Obywatelska Watchdog. *Mira Suchodolska (Dziennik Gazeta Prawna, 26.02.2016)*

ODPOWIEDZIALNY BIZNES TO ZDROWY BIZNES

– Ceną wielkości jest odpowiedzialność – twierdził Winston Churchill. Opinia brytyjskiego premiera idealnie pasuje do działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu na rzecz ochrony zdrowia i zdrowego stylu życia. Wszak zdrowie jest bezcenne. *Bogusław Mazur (Gazeta Finansowa, 26.02.2016)*

ZAANGAŻOWANI PRACOWNICY TO KLUCZ DO SUKCESU

Wraz z rozwojem technologii cyfrowej obserwujemy głębokie zmiany zachodzące na rynku pracy. Coraz liczniejszą grupę stanowią przedstawiciele pokolenia Y oraz Z, którzy nie tylko mają zupełnie inne oczekiwania niż pracownicy starszych generacji, ale też dzięki biegłości w posługiwaniu się Internetem i rozwiązaniami mobilnymi nie mają problemów z publiczną oceną dotychczasowego pracodawcy i znalezieniem nowego. *Julia Słowik (Harvard Business Review Polska, 1.03.2016)*

WYCOFANIE PRODUKTU MOŻE ZNISZCZYĆ BIZNES

Firma, która musi wycofać produkt z rynku, traci nie tylko na kosztach tej akcji. Ucierpi także jej wizerunek, a w efekcie spadnie sprzedaż. Plastikowe cząstki znalezione przez jedną Niemkę w czekoladowym batoniku będą kosztować amerykański koncern, który jest właścicielem m.in. marki Mars, miliony dolarów. Firma przystąpiła do wycofania około 3 mln swoich produktów z 55 europejskich rynków. *Sylvia Wedziuk (Puls Biznesu, 10.03.2016)*

DOBRE STRATEGIE SĄ SPECYFICZNE

W badaniu „Menedżerowie CSR” realizowanym z okazji obchodzonego w ubiegłym roku 15-lecia partnerstwa na rzecz CSR w Polsce 81 proc. respondentów uznało, że CSR ma wpływ na sposób funkcjonowania biznesu, a w opinii 65 proc. ankietowanych przyczyni się do rozwiązania wyzwań społecznych w Polsce. Najczęściej wskazywane obszary to: ochrona środowiska naturalnego, pomoc społeczna oraz edukacja. *Marzena Strzelczak (Rzeczpospolita, 21.03.2016)*

CHCİWOŚĆ

Kilka lat temu powstał amerykański film zatytułowany „Margin Call”. Był fikcją, opartą jednak na prawdziwych wydarzeniach, związanych z upadkiem jednego z największych banków inwestycyjnych Lehman Brothers i początkiem wielkiego kryzysu finansowego 2008 roku. Film odświeżał zdehumanizowany, nihilistyczny świat korporacji, w którym interes własny był jedynym motywem działania. Polski tytuł tego filmu brzmiał „Chciwość”. Po prostu. *Prof. Magdalena Środa (Nienieodpowiedzialni, 31.03.2016)* **Nagroda specjalna w konkursie Pióro odpowiedzialności**

EKSPERTKI CHCĄ MIEĆ GŁOS

Nie podobało nam się, że niemal codziennie w naszych skrzynkach lądowały zaproszenia na różnego rodzaju konferencje, organizowane przez bardzo różne instytucje i organizacje, które łączy jedno – brak kobiet. *Wywiad z Mirellą Panek-Owsiańską (Kreatywne Inspirujący Magazyn dla Kobiet, 1.04.2016)*

MODA W OBIEGU ZAMKNIĘTYM

Jak zatrzymać nieprzytomnie rozpędzony biznes mody, jeden z największych szkodników środowiska? Jedyne wyjście to zamknięty obieg ubrań. Fachowcy radzą: niczego nie wyrzucać, niczego nie marnować. Przetwarzać stare ubrania, nowe materiały pozyskiwać ze zużytych. *Joanna Bojańczyk (Do Rzeczy, 11.04.2016)*

LIDER DOCENIA ETYKĘ

Polscy szefowie zaczynają uwzględniać światowy trend do odchodzenia od zarządzania poprzez cele (i koncentracji na szybkich rezultatach biznesowych) na rzecz zarządzania przez jakość. *Anita Błaszczak (Rzeczpospolita, 27.04.2016)*

ILE BIZNESMENA, ILE PRYWACIARZA

Przez 45 lat wpajano nam, że badylarz to złoto. Kradnie, oszukuje i manipuluje. Jest wrzodem na zdrowym ciele socjalistycznej gospodarki. W końcu centralne planowanie i regulowane ceny zastąpił rynek (ze wszystkimi swoimi wadami). Ekonomii tak racjonalnej jak członek z ramienia już nie ma, ale negatywny wizerunek przedsiębiorców ciągle żyje swoim życiem. *Marcin Hadaj (Dziennik Gazeta Prawna, 29.04.2016)*

DOBROTLIWA TWARZ KAPITALISTY

„Chciwość jest dobra”. To filmowy Gordon Gekko. „Społeczna odpowiedzialność

biznesu polega na generowaniu zysku”. To Milton Friedman. Bon moty prowadzące kapitalistów do nastawionych na zysk chciwców zdefiniowały ich obraz we współczesnej kulturze popularnej. Niestety. *Sebastian Stodolak (Dziennik Gazeta Prawna, 20.05.2016)*

JAK PRZEKUĆ ZYSK W DOBRO I ODWROTNIĘ

Moda, przymus czy sposób na sukces? Jedno jest pewne: bez działań wpisujących się w społeczną odpowiedzialność biznesu trudno robić poważny biznes. Najkrócej założenia społecznej odpowiedzialności biznesu streścić... Spiderman. W ostatniej filmowej adaptacji przegód człowieka pająka z 2014 r. bohater w momencie zadumy przypomina sobie radę i przestrożę wujka, który zawsze mu powtarzał: „Wraz z wielką mocą przychodzi wielka odpowiedzialność”. *Zbigniew Zaka (Wprost, 30.05.2016)*

WOLNIEJ NA DRODZE DO WOLNOŚCI

Fundacja Liderów Biznesu przygotowała raport „Kobiety we władzach spółek giełdowych w Polsce. Czas na zmiany”, który jest efektem drugiego już badania obecności kobiet w zarządach i radach nadzorczych spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Celem badania jest nie tylko przedstawienie faktycznego obrazu rzeczywistości, pozwalającego na merytoryczną dyskusję, lecz także analiza czynników wpływających na to, że kobiety nie są wystarczająco reprezentowane we władzach spółek publicznych. *Iwona Kozera (Personel Zarządzanie, 1.06.2016)*

RAPORT SPOŁECZNY ODZWIERCIEDLA ZAANGAŻOWANIE W CSR

Raport społeczny CSR przedstawia całokształt procesów zarządzania organizacją i ich społeczny oraz środowiskowy skutek. W początkach raportowania społecznego stanowił odrębną od raportowania całość. Obecnie dominuje tendencja, by tworzyć raporty zintegrowane, które łącznie podają informacje ekonomiczne, społeczne, środowiskowe i etyczne na temat organizacji i wyników jej działalności. *Artur Zabielski (Gazeta Polska Codziennie, 6.06.2016)*

WARTO BYĆ ODPOWIEDZIALNYM SPOŁECZNIE

W Polsce tematyka CSR (społecznej odpowiedzialności biznesu) dopiero raczkuje. W tym roku jedynie 138 przedsiębiorstw zgłosiło swoje dobre praktyki

do naszej dorocznej publikacji, raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”. Wywiad Wojciecha Matysiaka (*Gazeta Wyborcza*, 29.06.2016)

ROZSĄDNI NADCHODZĄ

Pokolenie „R” chce żyć pełnią życia i przy tym nie zapomina o bliskich. Patrzy na rzeczywistość oczyma rozsądku i odpowiedzialności, ale równocześnie z pewnym luzem. Praca przestaje być kluczową wartością. Dla marek to sygnał, że bliskość, przyjaźń i autentyczne budowanie relacji są wyznacznikami produktów dla tych młodych ludzi, którzy już penetrują rynek konsumpcji. Czekają więc olbrzymia employer brandingowa rewolucja. Adam Piwek (*Marketing w Praktyce*, 1.07.2016)

FIASKO EKOLOGICZNEJ UTOPII

Miasto Mader miało udowodnić, że możliwe jest życie zeroemisyjne. Bez benzyny i spalin, za to z panelami słonecznymi i publicznym transportem. Zielone miasto marzeń. Teraz zasypuje je piach. Piotr Kościelniak (*Rzeczpospolita*, 2.07.2016)

DRUGIE ŻYCIE ŁUPINY OD KOKOSA, CZYLI O MODZIE NA PRZETWARZANIE

Stolik ze starych opon, sofa z europalet, sukienki z worków po kawie, kolczyki z gazety albo torby ze zużytych banerów reklamowych i pasów bezpieczeństwa. Upcykling nie tylko może przystąpić się środowisku, ale daje projektantom duże pole do popisu. A nam atrakcyjne dodatki wnętrza albo modne ubrania. Sonia Tulczyńska (*Nasze Miasto Zielona Góra*, 7.07.2016)

STAŻYSTA KRĘCI NOSEM

Studenci przebiegają w ofertach i firmach. Nie chcą praktyk, które polegają na parzeniu kawy. „Żak nie kupuje kota w worku. Staże zaczynają kształcić rzeczywiste kadry” – mówią w firmie Skanska, która co roku organizuje program praktyk letnich. Mirosław Konkel (*Puls Biznesu*, 18.07.2016)

NOWE NURTY W ETYCZNEJ REFLEKSJI O BIZNESIE MIĘDZYNARODOWYM

Współczesna refleksja etyczna dotycząca ekonomii, życia gospodarczego oraz biznesu nawiązuje do licznych źródeł inspiracji. Tradycyjna etyka biznesu została w końcu XX w. w znacznym stopniu zdominowana przez koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) oraz rozwoju zrównoważonego. Tomasz Dotęgowski (*Marketing i Rynek*, 1.08.2016)

MAŁE WIELKIE SŁOWO: RÓWNOWAGA

O równowadze i godzeniu życia zawodowego z życiem prywatnym mówi się coraz więcej i coraz częściej. I dobrze. Ważne jednak, aby nie były to jedynie puste słowa, laurki wystawiane firmom aspirującym do miana „przyjaznym rodzicom”. Jak od stów przejść do czynów? Potrzeba mądrego systemu zarządzania, zbudowanego na otwartości i poszanowaniu obu stron. Nie jest to zadanie łatwe, ale jak pokazują praktyki firm – nie niemożliwe. Dr Agata Gruszecka-Tieśluk (*Personel Plus*, 1.08.2016)

GASTROWYZYSK

Nie znasz życia, jeżeli nie pracowałeś w gastro. A zatrudnienie ludzi na czarno to utrzymywanie ich w stanie przeterminowanej młodości. Warszawa. Kameralna kawiarnia blisko centrum – siedem stolików i ogródek. Wszystkie miejsca zajęte. Ewa Kaleta (*Gazeta Wyborcza Duży Format*, 4.08.2016)

PRACODAWCY PRZYJAZNI PRACOWNIKOM 50+

Korzyści z zatrudnienia pracowników 50+ są istotnym argumentem dla pracodawców, aby zatrudniali osoby w dojrzałym i starszym wieku. Jak je osiągnąć? Tomasz Schimaneck (*As Biznesu*, 31.08.2016)

Z RESPECT INDEX JEST MAŁO ZYSKÓW, ALE WIĘCEJ POŻYTKÓW DLA SPOŁECZEŃSTWA

Z inwestycyjnego punktu widzenia indeks spółek społecznie odpowiedzialnych nie należy w tym roku do czołowych na warszawskiej giełdzie. Wszystko przez dużą reprezentację firm z grona blue chips. Znacznie lepiej prezentuje się, jeżeli chodzi o przeprowadzenie akcji CSR. Przemysław Satek (*Parkiet Gazeta Giełdy*, 12.09.2016)

BIZNES SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY – RZĄD ZACHĘCA, ALE FISKUS NIEKONIECZNIE

Od 2017 r. kilkaset największych polskich firm będzie ujawniać w sprawozdaniach finansowych, jak dbają o środowisko, pracowników i otoczenie. Na razie toczą spory z fiskusem, o to czy wydatki na CSR mogą zaliczyć do kosztów podatkowych. Jakub Pawłowski (*Dziennik Gazeta Prawna*, 30.09.2016)

NARZĘDZIA DO REALIZACJI CSR – CZEGO POTRZEBUJEMY, ŻEBY STAĆ SIĘ ODPOWIEDZIALNĄ FIRMĄ

Globalny biznes staje się coraz potężniejszy, ale i wyzwania świata, w którym żyjemy wcale nie maleją. By mógł zmieniać się na lepsze, w 2015 roku wyznaczonych zostało 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju – społecznych, środowiskowych i ekonomicznych. Marzena Strzelczak (*Home & Market*, 1.10.2016)

JAK KORPORACJE SZANTAŻUJĄ PAŃSTWA, WYKORZYSTUJĄC TRYBUNAŁY ARBITRAŻOWE

Za sprawą umów TTIP i CETA dużo mówi się ostatnio o tzw. trybunałach arbitrażowych. W tych specjalnych parasadach międzynarodowa korporacja może pozwać państwo, w którym zainwestowała, jeśli uzna, że wprowadzone przez to państwo regulacje zmniejszyły jej oczekiwane zyski. Ewa Jakubowska-Lorenz (*gazetaprawna.pl*, 24.10.2016) Nagroda główna w konkursie Pióro odpowiedzialności

HOTELARZE CORAZ BARDZIEJ ODPOWIEDZIALNI SPOŁECZNIE

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (corporate social responsibility) staje się coraz ważniejszym elementem strategicznych działań hoteli w Polsce, bo też i coraz większą wagę do tego przykładają ich klienci. Sporadyczne zrywy filantropijne są wypierane przez długofalowe działania, które odnoszą się do różnych obszarów funkcjonowania hoteli, uwzględniając oddziaływanie na środowisko, wspieranie społeczności lokalnych, wsparcie pracowników i angażowanie ich w akcje społeczne, dzięki czemu widzą oni większy sens swojej pracy. Karolina Błońska (*Hotelarz*, 24.11.2016) Nagroda główna w konkursie Pióro odpowiedzialności

ZACZNIJCIE OD SIEBIE

Wiele firm uważa, że CSR, czyli przedsiębiorczość odpowiedzialna społecznie, to typowo marketingowe działania na pokaz. Tymczasem powinna się ona zaczynać od uporządkowania własnego podwórka. Wtedy faktycznie wpływa na motywację i wyniki pracowników, na budowanie lepszych więzi z klientami i większą przewidywalność biznesu. Grzegorz Gajek (*My Company Polska*, 1.12.2016)

WYBRANE WYDARZENIA 2016 R.

Photo via Visual Hunt

KONFERENCJE, SEMINARIA, SPOTKANIA

- 01** 13 stycznia
Energia obywatelska, rola regionów, miast i społeczności lokalnych w nowej polityce energetycznej – potencjały i wyzwania
Warszawa
Fundacja EuroNatur
- 02** 23 stycznia
VII Bal Charytatywny Gwiazdy Dobroczynności
Warszawa
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
- 03** 9 marca
Ogłoszenie 4. edycji Annual CSR Outlook – trendy i wyzwania na 2016
Warszawa
CSRinfo
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem wydarzenia
- 17 marca
Konferencja „Zaangażowanie społeczne firm: kontekst, strategia, efekty”
Warszawa
CSR Consulting
- 30 marca
Ogłoszenie Listy Najlepszych Miejsc Pracy Polska 2016
Warszawa
Great Place to Work
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem wydarzenia
- 31 marca
Ogłoszenie raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

- 04** 07 kwietnia
Konferencja: Edukacja o różnorodności – wyzwania i inspiracje
Warszawa
Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN
- 13 kwietnia
Regionalne ogłoszenie raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”
Zielona Góra
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, PGNiG
- 20 kwietnia
CSR KRK: Jak komunikować o działaniach społecznych i robić to dobrze?
Kraków
Stowarzyszenie Wzmacniacz.org
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzenia
- 21 kwietnia
CSR Business Brunch
Warszawa
Go Responsible
- 21-22 kwietnia
Kongres Profesjonalistów Public Relations
Rzeszów
Newline.pl, Ideo
- 25 kwietnia
Regionalne ogłoszenie raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”
Gdańsk
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Grupa LOTOS, Polpharma
- 05** 13-14 maja
VIII Kongres Kobiet – po jasnej stronie mocy! Równość, aktywność, demokracja
Warszawa
Stowarzyszenie Kongres Kobiet
- 18-20 maja
Europejski Kongres Gospodarczy
Katowice
Grupa PTWP SA
- 23 maja
Gała wręczenia nagród w konkursie Kampania Społeczna Roku 2015
Warszawa
Fundacja Komunikacji Społecznej
- 23 maja
Regionalne ogłoszenie raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”
Płock
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, PKN ORLEN
- 24 maja
III Ogólnopolski Dzień Różnorodności
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- 30 maja
Konferencja „Barometr CSR – o trendach wśród polskich konsumentów”
Warszawa
CSR Consulting, Maison & Partners
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzenia
- 06** 7 czerwca
CSR w praktyce – barometr Francusko Polskiej Izby Gospodarczej
Warszawa
Francusko-Polska Izba Gospodarcza
- 10-11 czerwca
Akademia Odpowiedzialnego Biznesu 2016
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- 13 czerwca
Regionalne ogłoszenie raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”
Dąbrowa Górnicza
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, ArcelorMittal Poland
- 15 czerwca
Regionalne ogłoszenie raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”
Poznań
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, NIVEA Polska
- 18 czerwca
II Warszawski Dzień Różnorodności
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Stowarzyszenie LAMBDA Warszawa
- 28 czerwca
Konferencja „Raportowanie niefinansowe w Polsce”
Warszawa
Ministerstwo Finansów, CSRIInfo
- 08** 16-17 sierpnia
Global YouthSpeak Forum
Warszawa
AIESEC Polska
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem wydarzenia
- 09** 19 września
Konferencja: Skuteczne budowanie wartości spółek. Jak maksymalizować korzyści z nadchodzących zmian prawa w zakresie sprawozdawczości niefinansowej
Warszawa
Deloitte, Bank Światowy, Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie, Ministerstwo Finansów
- 25 września
I Festiwal Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów”
Poznań
Fundacja CSR Res Severa
- 29 września
CSR Business Brunch
Warszawa
Go Responsible
- 29 września
Gała Lodotamacze 2016
Warszawa
Polska Organizacja Pracodawców Osób Niepełnosprawnych
- 30 września
Regionalne ogłoszenie raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2015. Dobre praktyki”
Rzeszów
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Grupa Sanofi
- 10** 4 października
Gała Jubileuszu 10-lecia konkursu Raporty Społeczne
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Deloitte, Puls Biznesu
- 6 października
Międzynarodowa konferencja z okazji 40-lecia Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych
Warszawa
Ministerstwo Rozwoju
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem wydarzenia

KALENDARIUM

10

13 października
**Seminarium:
 Zaangażowanie biznesu
 w przeciwdziałanie
 handlowi ludźmi**

Warszawa
 Ministerstwo Spraw Wewnętrznych
 i Administracji, Rada Europy

13 października
**IV Konferencja
 Nienieodpowiedzialni**

Warszawa
 Spółdzielnia Doradców Kredytowych
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzenia

16-17 października
**20. Międzynarodowy
 Kongres Ochrony
 Środowiska ENVICON**

Poznań
 ABRYS

11

5 listopada
XI Kongres Obywatelski

Warszawa
 Instytut Badań Nad Gospodarką
 Rynkową

9 listopada
III Kongres Różnorodności

Warszawa
 BE.NAVIGATOR, Henkel Polska
Karta Różnorodności patronem wydarzenia

17 listopada
6. Targi CSR

Warszawa
 Forum Odpowiedzialnego Biznesu

23 listopada
Konferencja: Smart Living

Warszawa
 Procesy Inwestycyjne

23 listopada
**Konferencja: W kierunku
 gospodarki obiegu
 zamkniętego.
 Wyzwania i szanse**

Warszawa
 Koalicja na rzecz Gospodarki Obiegu
 Zamkniętego
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzenia

24 listopada
**Konferencja: Dlaczego
 wolontariat?**

Warszawa
 Koalicja Prezesi-wolontariusze
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzenia

12

1 grudnia
**Konferencja:
 Syntezyzm, czyli energia
 przeciwności. Innowacje
 i trendy w wolontariacie
 pracowniczym**

Warszawa
 Go Responsible, Stowarzyszenie
 Wolimierz
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzenia

2 grudnia
**Gala wręczenia Złotych
 Spinaczy**

Warszawa
 Związek Firm Public Relations
 Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem wydarzenia

12 grudnia
**V Forum Inicjowania
 Rozwoju**

Gdańsk
 Fundacja Inicjowania Rozwoju „UP
 Foundation”
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzenia

17 grudnia
**„0 różnicy i różnorodności”
 – cykl spotkań w Muzeum
 POLIN**

Warszawa
 Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN

BADANIA

Badania Młodych

Provident Polska

Barometr CSR 2016

CSR Consulting, Maison & Partners

CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej

Francusko-Polska Izba Gospodarcza

Czy nowe technologie wychowują dzieci Millenialsów? Rodzic konsument. Postawy i priorytety

Grupa On Board Think Kong

Investing For a Sustainable Future

MIT Sloan Management Review, The Boston Consulting Group

Nie marnuj jedzenia 2016

Federacja Polskich Banków Żywności

SRI Study 2016

Eurosif, EY

Zarządzanie różnorodnością 2016

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

PUBLIKACJE

Analiza tematyczna „Rola równowagi: strategiczne podejście do work-life balance”

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Analiza tematyczna „Wyzwania branży energetycznej w ramach zrównoważonego rozwoju”

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Annual CSR Outlook 2016

CSRinfo.pl

Biznes i Prawa Człowieka – Standard Minimum Programu Etycznego

Global Compact Network Poland

Dobre praktyki w zakresie prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa

Ministerstwo Skarbu Państwa

Ekonomia współpracy w Polsce 2016 r.

Sieć Sensownego Biznesu

Foresight CSR. Innowacje społeczne

Go Responsible

Foresight CSR. Wyzwania w łańcuchu dostaw

Go Responsible

Komunikacja a wolontariat

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Krok po kroku... Jak firmy obywatelskie zapewniają przestrzeganie praw człowieka w swoich łańcuchach dostaw?

Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie

Living Planet Report 2016

WWF

„Łączy nas różnorodność” – przewodnik po Karcie Różnorodności

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Nienieodpowiedzialni.pl, nieregularnik

Fundacja Będę Kim Zechcę

Przeciwdziałanie szarej strefie w Polsce poprzez efektywny wymiar sprawiedliwości

Global Compact Network Poland

Raportowanie niefinansowe. Poradnik dla początkujących

Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

Rola społeczności lokalnej w rozwoju gospodarki niskoemisyjnej

Polski Klub Ekologiczny Okręg Mazowiecki

SDG Index and Dashboards – Global Report

Sustainable Development Solutions Network, Fundacja Bertelsmanna

SDGs w praktyce. Przewodnik dla firm

CSR Consulting

W kierunku gospodarki obiegu zamkniętego

Koalicja na rzecz Gospodarki Obiegu Zamkniętego Reconomy

Siła współpracy. Relacje przedsiębiorstw z organizacjami pozarządowymi w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu

Dr Marta Karwacka

Sustainia100

Sustainia

The Next Era of Corporate Disclosure: Digital, Responsible, Interactiv

Global Reporting Initiative

To zmienia wszystko

Naomi Klein

Wiem i powiem – ochrona sygnalistów i dziennikarskich źródeł informacji

Helsińska Fundacja Praw Człowieka

Wspólna odpowiedzialność. Rola strategii

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Wytyczne OECD dotyczących należytej staranności w zakresie istotnego angażowania interesariuszy w sektorze wyroboczym

OECD, Ministerstwo Rozwoju

Zrównoważone Miasta. Życie w zdrowej atmosferze

Global Compact Network Poland

Zrównoważony Łańcuch Dostaw w Grupie Polpharma

Grupa Polpharma

KALENDARIUM



**RANKING
ODPOWIEDZIALNYCH
FIRM W 2016 ROKU**

1. Orange Polska
2. Polpharma S.A.
3. Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.
4. Schenker Sp. z o.o.
4. Grupa LOTOS S.A.
5. Bank BGŻ BNP Paribas
6. Provident Polska S.A.
7. Grupa Raben
8. Bank Zachodni WBK
8. Scanmed S.A.
9. ING Bank Śląski
10. Polski Koncern Naftowy ORLEN S.A.
10. Kompania Piwowarska

Liderzy branż
BANKOWOŚĆ, SEKTOR FINANSÓW
I UBEZPIECZENIOWY

1. Bank BGŻ BNP Paribas
2. Provident Polska S.A.
3. Bank Zachodni WBK

DOBRA KONSUMPCYJNE

1. Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.
2. Danone Sp. z o.o.
3. Kompania Piwowarska S.A.
NIVEA Polska Sp. z o.o. (ex aequo)

FARMACJA I MEDYCYNĄ

1. Polpharma S.A.
2. Scanmed Multimedis S.A.
3. GlaxoSmithKline
Pharmaceuticals S.A.

**PALIWA, ENERGETYKA,
WYDOBYCIE**

1. Grupa LOTOS S.A.
2. PKN ORLEN S.A.
3. Polska Spółka Gazownictwa
Sp. z o.o.

**PRODUKCJA PRZEMYSŁOWA
I CHEMICZNA**

1. CEMEX Polska Sp. z o.o.
2. Sitech Sp. z o.o.
3. Volkswagen Poznań Sp. z o.o.

**TELEKOMUNIKACJA,
TECHNOLOGIA,
MEDIA I ROZRYWKA**

1. Orange Polska
2. Capgemini Polska Sp. z o.o.
3. Totalizator Sportowy Sp. z o.o.

TRANSPORT, USŁUGI, HANDEL

1. Schenker Sp. z o.o.
2. Grupa Raben
3. Tesco Polska Sp. z o.o.

Ranking Odpowiedzialnych Firm jest publikowany przez Dziennik Gazetę Prawną od 2007 r. Tworzy go prof. Bolesław Rok z Centrum Etyki i Biznesu Akademii Leona Koźmińskiego, za weryfikację wyników odpowiada PwC.

**Patronem Rankingu
Odpowiedzialnych
Firm jest Forum
Odpowiedzialnego Biznesu.**



**KONKURS RAPORTY
SPOŁECZNE 2016**

**LAUREACI KONKURSU
RAPORTY SPOŁECZNE 2016:**

NAGRODA GŁÓWNA:
Grupa Kapitałowa Lubelski
Węgiel Bogdanka S.A.,
Raport Zintegrowany 2015

NAGRODA MINISTRA ROZWOJU:
Grupa Kapitałowa Lubelski
Węgiel Bogdanka S.A.,
Raport Zintegrowany 2015

**NAGRODA GIEŁDY PAPIERÓW
WARTOŚCIOWYCH:**
Polski Koncern Naftowy
ORLEN S.A.,
Raport Zintegrowany Grupy Orlen
za rok 2015 „Grupa Orlen dziś i jutro”

NAGRODA DZIENNIKARZY:
Bank Zachodni WBK S.A.,
Raport społecznej odpowiedzialności
biznesu 2015 „Pomagamy klientom
w rozwoju”

NAGRODA DEBIUT:
Górażdże Cement SA,
Raport zrównoważonego rozwoju
Grupy Górażdże

NAGRODA INTERNAUTÓW:
Bank Zachodni WBK S.A.,
Raport społecznej odpowiedzialności-
biznesu 2015 „Pomagamy klientom
w rozwoju”

WYRÓŻNIENIA:
Kompania Piwowarska S.A.,
Raport zrównoważonego rozwoju
„Na co stawiasz?”
KGHM Polska Miedź S.A.,
Raport Zintegrowany za rok 2015

**Konkurs „Raporty Społeczne”
organizowany jest przez Forum
Odpowiedzialnego Biznesu
i Deloitte, pod patronatem
Ministerstwa Rozwoju, Ministerstwa
Finansów, Federacji Konsumentów
oraz Stowarzyszenia Emitentów
Giełdowych. Partnerami jubile-
uszu 10-lecia konkursu Raporty
Społeczne były firmy Orange,
Grupa LOTOS oraz Puls Biznesu.**

EDUKACYJNE DZIAŁANIA BIZNESU.

Lista **najbardziej**
znaczących inicjatyw

FINALIŚCI PROJEKTU „EDUKACYJNE DZIAŁANIA BIZNESU. LISTA NAJBARDZIEJ ZNACZĄCYCH INICJATYW”

(kolejność alfabetyczna)

- **Akcja edukacyjna Energia dla Seniora** (TAURON Polska Energia)
- **Bezpiecznie Tu i Tam** (Orange Polska)
- **Kluby Sportowe Orange** (Orange Polska)
- **MegaMisja** (Orange Polska, Fundacja Orange)
- **Nie robisz tego w realu? Nie rób tego w sieci!** (mBank)
- **Ogólnopolski Program Zdrowia Seksualnego** (Polpharma)
- **PKO Bieg Charytatywny** (PKO Bank Polski)
- **Po Stronie Natury** (Żywiec Zdrój)
- **Szkolne Kasy Oszczędności** (PKO Bank Polski)
- **Zdrowo jemy, zdrowo rośniemy** (Fundacja NUTRICIA)

LISTA NAJBARDZIEJ ZNACZĄCYCH INICJATYW EDUKACYJNYCH C.D.

(kolejność alfabetyczna)

- 1000 pierwszych dni dla zdrowia (Fundacja NUTRICIA)
- ADAMED SmartUP (Grupa Adamed)
- Akademia Wynalazców im. R. Boscha (Robert Bosch)
- Bezpieczna praca za granicą (ATERIMA MED)

- Biznes w kobiecych rękach (Bank Handlowy w Warszawie)
- Ciśnienie na życie (Polpharma)
- Cyberstrażnik (PKO Bank Polski)
- Czas na zdrowie (Fundacja Banku Ochrony Środowiska, Bank Ochrony Środowiska)
- Głęboki oddech (Grupa Adamed)
- infoKonsument.pl (ERIF Biuro Informacji Gospodarczej)
- Internet nie leczy (Scanmed)
- Junior Media (Polska Press)
- Kierunek Bałtyk (Grupa Lotos)
- Kolejowe ABC (ORLEN KolTrans)
- Kongres Różnorodności (Henkel Polska)
- Mistrzowie kodowania (Samsung Electronics Polska)
- Młody Obywatel (Fundacja BGK)
- Moje Finanse (Bank Handlowy w Warszawie)
- Movember (Luxoft Poland)
- Nestlé needs Youth (Nestlé Polska)
- Nowe Horyzonty (T-Mobile Polska)
- Nowe Pokolenie Rolników (Danone)
- Odnaleźć siebie (Grupa Adamed)
- Pierwszy Milion (Bank Handlowy w Warszawie)
- Program edukacji finansowej dla dzieci Cha-Ching (Towarzystwo Ubezpieczeń Prudential)
- Program ORLEN. Bezpieczne Drogi (PKN ORLEN)
- Program Rozwoju Ygreków (Y-Consulting)
- Przedstawienie „Najlepszy prezent” (Grupa ENERIS / ENERIS Surowce)
- Przyszłość zasilana wiedzą (PKN ORLEN)
- Rekrutacja różnorodnościowa – „Rekrutacja na TAK” (Job Impulse Polska (Grupa Job))
- Salon Zdrowia Baylab (Bayer)
- Streetworking (PKN ORLEN)
- Szkolenia z zasad cyberbezpieczeństwa dla przedsiębiorców (PKO Bank Polski)
- Szkolenia i Mistrzostwa Bezpiecznej i Ekonomicznej Jazdy (DB Schenker)
- Tesco dla Szkół (Tesco Polska)
- To MY tworzymy świat (Canon Polska)
- Twój Budżet Rodzinny (Bank Zachodni WBK)
- Tydzień Bezpieczeństwa (Skanska)
- W drodze do pracy (Henkel Polska)
- Wspieranie start-upów (PKO Bank Polski)
- Z głową – Pozbądź się wszystkiego, co nie jest Ci już potrzebne (Studio 102)

„Edukacyjne działania biznesu. Lista najbardziej znaczących inicjatyw” to pierwsze w Polsce zestawienie działań edukacyjnych prowadzonych przez firmy. Ostateczny skład listy kształtował się od czerwca do listopada 2016 r., przechodząc przez kolejne etapy: zgłoszenia, oceny kapituły, głosowania internautów, i zakończenia wraz z podaniem finalistów podczas 6. Targów CSR, na Stadionie PGE Narodowy w Warszawie. **Organizatorem listy jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu, a partnerem medialnym dziennik „Rzeczpospolita”.**

O FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU



**FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU**

*Biznes, który zmienia świat
Ludzie, którzy zmieniają biznes*





Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest najdłużej działającą, od 2000 roku, i największą organizacją pozarządową w Polsce, która zajmuje się koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób.

Forum to organizacja typu think-and-do-tank, pozostająca inicjatorem i partnerem przedsięwzięć kluczowych dla polskiego CSR.

Inspirujemy biznes, który zmienia świat, i łączymy ludzi, którzy zmieniają biznes. Działamy na rzecz zrównoważonego rozwoju.

KONTAKT

ul. Szpitalna 5/20, 00-031 Warszawa
biuro@fob.org.pl

-  odpowiedzialnybiznes.pl
-  @FOB_Poland
-  ForumOdpowiedzialnegoBiznesu
-  /company/responsible-business-forum

**WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI
MIĘDZYNARODOWYMI**



**WYBRANE
PUBLIKACJE
2016 R.**



WSPÓŁPRACA W POLSCE



Jubileuszowa edycja Konkursu Raporty Społeczne (współpraca z Deloitte)



Ranking odpowiedzialnych firm 2016 (zestawienie organizowane przez Akademię Leona Koźmińskiego, Dziennik Gazetę Prawną we współpracy z Deloitte)

Współorganizacja grup roboczych w ramach Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, organu pomocniczego Ministerstwa Rozwoju

FOB W LICZBACH / 2016



PROGRAM PARTNERSTWA

Kompleksowy program współpracy Forum Odpowiedzialnego Biznesu z firmami, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do szerzenia idei CSR w Polsce.



47 partnerów strategicznych



ODPOWIEDZIALNY BIZNES.PL

Najdłużej działający w Polsce portal zajmujący się CSR, administrowany przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. #CSRwPL

502 129 odston

142 567 unikalnych użytkowników i użytkowników



KARTA RÓŻNORODNOŚCI

Zobowiązanie pracodawcy do aktywnego przeciwdziałania dyskryminacji, wprowadzenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.



159 sygnatariuszy

3. Ogólnopolski Dzień Różnorodności

2. Warszawski Dzień Różnorodności



SZKOLENIA FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Oferta szkoleniowa skierowana do małych, średnich i dużych firm, które chcą dowiedzieć się o CSR i zrównoważonym rozwoju lub uporządkować dotychczasową wiedzę.

73 godziny szkoleniowe

16 spotkań



TARGI CSR

Największe wydarzenie CSR-owe w Polsce. Stanowi przestrzeń do prezentacji dobrych praktyk i edukacji w zakresie odpowiedzialnego biznesu.

około **2000** zwiedzających
70 wystawców



PIÓRO ODPOWIEDZIALNOŚCI

Konkurs dla dziennikarzy/ dziennikarek, ekspertów/ekspertek piszących na temat CSR/zrównoważonego rozwoju.



60 zgłoszeń



LIGA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Program edukacyjny Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jest platformą wymiany wiedzy i doświadczenia między praktykami CSR a młodymi ludźmi.

20 ambasadorów w XIII edycji



INDEKS FIRM

| Lp. | Nazwa firmy | Liczba praktyk w obszarze | | | | | | | Strony |
|-----|---|---------------------------|-----------------|--------------------------|------------|-----------------------------|--------------------------|--|---|
| | | Ład organizacyjny | Prawa człowieka | Praktyki z zakresu pracy | Środowisko | Uczciwe praktyki operacyjne | Zagadnienia konsumenckie | Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej | |
| 1 | 3M Poland | 1 | | 1 | | | | | 25, 52 |
| 2 | Allianz Polska | | | | | | | 4 | 96, 98, 114, 115 |
| 3 | Amazon Fulfillment Poland | | | 1 | | | | 1 | 56, 98 |
| 4 | ANG Biznes | | | 1 | | | | | 46 |
| 5 | ANG Spółdzielnia Doradców Kredytowych | 4 | | 1 | 1 | 2 | | 2 | 23, 24, 25, 26, 52, 72, 80, 82, 105, 106 |
| 6 | Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne | | | | 1 | | | | 63 |
| 7 | Antalis Poland | | | 3 | | | | | 36, 40, 46 |
| 8 | ANWIL | | | 5 | 1 | 1 | | 4 | 30, 37, 46, 49, 57, 65, 80, 97, 106, 121 |
| 9 | Apsys Polska | | | | | | | 3 | 98, 106 |
| 10 | ArcelorMittal Poland | | 1 | 4 | | | | | 52, 53, 54, 66 |
| 11 | ArtGroup | | | | | | | 1 | 125 |
| 12 | Asseco Poland | | | | | | | 1 | 106 |
| 13 | Atos IT Services | | | | | | | 1 | 116 |
| 14 | Avon Cosmetics Polska | | | | | | | 3 | 126, 128 |
| 15 | AXN Poland | | | | 1 | | | | 64 |
| 16 | Bank BGŻ BNP Paribas | 2 | 1 | 2 | 1 | | 2 | 14 | 23, 26, 32, 51, 57, 70, 87, 93, 96, 98, 106, 113, 115, 121, 127, 128 |
| 17 | Bank Gospodarstwa Krajowego | | | 5 | 1 | | | 4 | 40, 42, 45, 48, 70, 98, 106, 121 |
| 18 | Bank Millennium | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 4 | 24, 47, 81, 87, 106, 115, 121, 125 |
| 19 | Bank Ochrony Środowiska | | | | 2 | | 1 | 5 | 62, 72, 90, 98, 117, 124, 126 |
| 20 | Bank Zachodni WBK | 1 | | 1 | 2 | 1 | 3 | 16 | 25, 39, 66, 69, 79, 87, 90, 96, 99, 107, 113, 115, 121, 126, 129, 131, 133 |
| 21 | BASF Polska | | | 2 | 5 | 1 | | 8 | 36, 53, 64, 67, 71, 73, 79, 97, 99, 116, 121, 122 |
| 22 | Bayer | | | 1 | | | | 1 | 49, 122 |
| 23 | BeeOnTree (Star&Ring) | | | | | | | 1 | 124 |
| 24 | BEST | | | 3 | | | 2 | 1 | 41, 44, 50, 90, 92, 96 |
| 25 | BETTER. (d. Goodbrand) | | 1 | | | 1 | | | 31, 79 |
| 26 | BIBUS MENOS | | | 1 | 1 | | | 1 | 39, 63, 131 |
| 27 | Biolektra Group | | | | 1 | | | | 71 |
| 28 | Biuro Informacji Gospodarczej InfoMonitor | | | | | | 1 | | 87 |
| 29 | Biuro Informacji Kredytowej | | | | | | | 1 | 124 |
| 30 | Biuro tłumaczeń KONTEKST | | | | | | | 1 | 132 |
| 31 | BMW Group Polska | | | | | | | 1 | 123 |
| 32 | Budimex | | | | | | | 2 | 97, 99 |
| 33 | Budzowska Fiutowski i Partnerzy. Radcowie Prawni | | | | | | | 1 | 133 |
| 34 | Canon Polska | | | | | | | 1 | 117 |
| 35 | Capgemini Polska | | 2 | 3 | | | | 6 | 31, 44, 48, 107, 116, 131 |
| 36 | Carrefour Polska | 1 | | 2 | 7 | 3 | 6 | 9 | 26, 43, 45, 64, 71, 73, 74, 78, 80, 83, 86, 87, 91, 99, 107, 117, 122, 127, 128, 130, 133 |

| Lp. | Nazwa firmy | Ład organizacyjny | Prawa człowieka | Praktyki z zakresu pracy | Środowisko | Uczciwe praktyki operacyjne | Zagadnienia konsumenckie | Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej | Strony |
|-----|--------------------------------------|-------------------|-----------------|--------------------------|------------|-----------------------------|--------------------------|--|---|
| 37 | Castorama Polska | | | | 2 | | | 2 | 65, 72, 99 |
| 38 | CEMEX | 1 | | 4 | 1 | | | | 22, 36, 43, 45, 49, 71 |
| 39 | Citi Handlowy | | | 3 | 1 | | 1 | 15 | 41, 51, 54, 74, 89, 107, 113, 114, 122, 125, 126 |
| 40 | Cognifide Polska | | | 2 | 1 | | | 4 | 49, 55, 66, 107, 114, 118, 132 |
| 41 | Credit Agricole Bank Polska | 3 | | 3 | | 2 | 1 | 1 | 22, 24, 26, 47, 50, 81, 82, 90, 122 |
| 42 | Credit Suisse (Poland) | | 1 | 2 | 1 | | | 2 | 30, 40, 41, 65, 118, 132 |
| 43 | CSRinfo | | | | | 4 | | 1 | 78, 79, 80, 82, 114 |
| 44 | Dalej Razem | 1 | | | | | | | 26 |
| 45 | Danone | | | | | | | 1 | 128 |
| 46 | DB Cargo Polska | | | 3 | 3 | | | | 36, 51, 57, 66, 67, 71 |
| 47 | De Heus | | | 1 | | | | | 49 |
| 48 | DEKO EKO | | | | 1 | | | | 73 |
| 49 | Deloitte | | 1 | | | | | 1 | 31, 107 |
| 50 | Dentsu Aegis Network Polska | | | 6 | | | | 1 | 39, 42, 47, 49, 57, 108 |
| 51 | Diageo Polska | | | | | | 1 | | 89 |
| 52 | DOZAMEL | 1 | 1 | 2 | | | | 3 | 23, 30, 54, 55, 108, 114 |
| 53 | EDF Polska | | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 32, 37, 39, 43, 62, 81, 91, 108 |
| 54 | Eiffage Polska Budownictwo | | | 1 | | | | | 38 |
| 55 | ENERIS Surowce | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 2 | 23, 32, 47, 62, 100, 118 |
| 56 | ERGO Hestia | 2 | | 5 | 3 | 1 | 3 | 6 | 23, 26, 41, 47, 49, 55, 70, 71, 74, 82, 86, 92, 100, 108, 112, 116, 125 |
| 57 | Eurocash | | | | | 1 | | | 80 |
| 58 | Europ Assistance Polska | | | | | 1 | | 2 | 83, 108, 122 |
| 59 | FAMUR | | | 1 | | | | | 49 |
| 60 | Fresenius Medical Care Polska | | | | | | | 1 | 127 |
| 61 | FRoSTA | | | | | | 2 | | 89 |
| 62 | Go Responsible | | | | | 1 | | | 82 |
| 63 | Górażdże Cement | | | | 1 | | | | 74 |
| 64 | Grupa Adamed | 1 | | | | | | 2 | 23, 100, 122 |
| 65 | Grupa Agora | | 1 | | 1 | | | 17 | 32, 73, 100, 112, 113, 118, 124, 125, 129, 132 |
| 66 | Grupa Aterima | | 1 | | | | | 1 | 31, 131 |
| 67 | Grupa Azoty PUŁAWY | | | 1 | 2 | | | | 53, 68, 72 |
| 68 | Grupa Enea | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 3 | 25, 37, 63, 80, 97, 118, 119, 88, 118, 132 |
| 69 | Grupa Energa | | | | | | 1 | 2 | 88, 118, 132 |
| 70 | Grupa Geberit w Polsce | | | | | | | 1 | 100 |
| 71 | Grupa GPEC | | | 3 | | | | | 46, 52, 54 |
| 72 | Grupa Inwest – HM Inwest | | | | | | | 1 | 101 |
| 73 | Grupa Kapitałowa LOTOS | 1 | | 3 | 1 | | | 2 | 25, 38, 56, 69, 108, 122 |
| 74 | Grupa Sarigato | | | | | | | 3 | 108, 119 |

INDEKS FIRM

| Lp. | Nazwa firmy | Liczba praktyk w obszarze | | | | | | Strony |
|-----|--|---------------------------|-----------------|--------------------------|------------|-----------------------------|--------------------------|--|
| | | Ład organizacyjny | Prawa człowieka | Praktyki z zakresu pracy | Środowisko | Uczciwe praktyki operacyjne | Zagadnienia konsumenckie | |
| 75 | Grupa VELUX i spółki siostrzane w Polsce | | | 1 | 3 | | | 45, 62, 73 |
| 76 | Grupa Żywiec | 2 | | 2 | 1 | | 1 | 23, 25, 36, 52, 64, 89, 101 |
| 77 | Henkel Polska | | 1 | 3 | | 1 | | 32, 48, 51, 57, 81, 101, 108, 119, 122, 131 |
| 78 | Hewlett Packard Enterprise (Global Business Center) | | 2 | 5 | 1 | | 2 | 30, 32, 38, 40, 50, 52, 73, 101, 108 |
| 79 | Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe | 1 | | 4 | | | 1 | 26, 40, 42, 47, 55, 89, 97, 122 |
| 80 | ICP Group | | | | | | 1 | 108 |
| 81 | Idea Bank | | | | | | 2 | 92, 129 |
| 82 | IKEA Retail | | | | | | 3 | 101, 119 |
| 83 | Infosys Poland | | 1 | 3 | | | 3 | 32, 41, 44, 57, 109, 131, 133 |
| 84 | ING Bank Śląski | 1 | | 5 | 8 | | 5 | 23, 42, 47, 48, 52, 64, 66, 67, 71, 74, 87, 88, 90, 92, 93, 96, 109, 123, 129, 131 |
| 85 | InterKadra | | | | | | 2 | 119, 130 |
| 86 | Irus Wrocław (Factory Wrocław) | | | | | | 1 | 125 |
| 87 | ITM Polska (Grupa Muszkietierów) | | | | 2 | | 1 | 64, 72, 91, 101, 102, 109, 119, 128 |
| 88 | Jantar | | | | 1 | | | 69 |
| 89 | Jeronimo Martins Polska | | | | 1 | | 7 | 74, 109, 117, 126, 133 |
| 90 | Jet Line | | | 1 | | | 1 | 52, 96 |
| 91 | Job Impulse Polska (Strefa Job) | 1 | 2 | | | | 1 | 24, 30, 32, 119 |
| 92 | Kompania Piwowarska | 1 | | 3 | | | 1 | 24, 44, 45, 46, 90, 102, 128, 130 |
| 93 | Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce | | | | | | 2 | 88, 113 |
| 94 | Kopalnia Soli „Wieliczka” | | | | | | 2 | 102, 119 |
| 95 | KPMG | | | | 2 | | 5 | 63, 68, 102, 109, 123, 125 |
| 96 | Kraków Airport Hotel | | | | | | 1 | 102 |
| 97 | KRUK | | | | | | 2 | 88 |
| 98 | Kuehne + Nagel | | | 1 | | | | 36 |
| 99 | LafargeHolcim | | | | | | 5 | 102, 103 |
| 100 | LPP | | | | 1 | | 2 | 66, 103, 112 |
| 101 | Lubelski Węgiel „Bogdanka” | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 24, 31, 68, 109 |
| 102 | LUX MED | | | | | | 1 | 120 |
| 103 | Luxoft Poland | | | 2 | | 1 | 3 | 56, 57, 79, 109, 110 |
| 104 | Magya | | | | | | 1 | 112 |
| 105 | Mars Polska | | | | | | 1 | 110 |
| 106 | MasterCard Europe, oddział w Polsce | | | | | | 2 | 103, 120 |
| 107 | mBank | | | 4 | | | 4 | 45, 49, 52, 53, 86, 90, 92, 103, 114, 123, 124, 131, 133 |
| 108 | McCormick Poland | | | | | | 1 | 113 |
| 109 | Medicover | | | | | | 2 | 110, 128 |
| 110 | MetLife | | | | | | 4 | 103, 110, 123 |

| Lp. | Nazwa firmy | Liczba praktyk w obszarze | | | | | | Strony | |
|-----|---|---------------------------|-----------------|--------------------------|------------|-----------------------------|--------------------------|--------|---|
| | | Ład organizacyjny | Prawa człowieka | Praktyki z zakresu pracy | Środowisko | Uczciwe praktyki operacyjne | Zagadnienia konsumenckie | | Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej |
| 111 | Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice | | | 2 | | | 3 | 2 | 42, 50, 91, 110, 130 |
| 112 | Monika Klonowska – Szkolenia; Relations Maria Pawłów | | 1 | | | | | | 30 |
| 113 | Mostostal Warszawa | | | | 1 | | | 2 | 63, 120, 134 |
| 114 | Nestle Polska | | | | | 1 | | | 96 |
| 115 | Nikon Polska | | | | | | | 1 | 79 |
| 116 | NIVEA Polska | | | | | | | 1 | 110 |
| 117 | Nowy Styl (Grupa Nowy Styl) | | | 2 | | | | 1 | 41, 52, 126 |
| 118 | NUTRICIA | | | 1 | | | | 1 | 39, 117 |
| 119 | Objectivity | | | | 1 | | | | 63 |
| 120 | Orange Polska | | 1 | 6 | | 1 | 2 | 3 | 31, 43, 45, 47, 48, 52, 55, 82, 93, 120, 130 |
| 121 | ORLEN KolTrans | | | 1 | | | | 1 | 57, 120 |
| 122 | OTTO Work Force Polska | | 1 | | | 1 | | | 32, 78 |
| 123 | PCC EXOL | | | | 1 | | | | 78 |
| 124 | Pelion | | | 5 | 1 | 1 | | 7 | 40, 46, 53, 54, 57, 71, 79, 104, 110, 123, 126 |
| 125 | PepsiCo | | | | 1 | | | | 72 |
| 126 | PGE Polska Grupa Energetyczna | | | | 2 | 1 | 2 | 2 | 65, 80, 86, 88, 104, 119 |
| 127 | Pilkington Polska | | | 1 | | | | 1 | 38, 110 |
| 128 | PKO Bank Polski | | | 2 | | | 2 | 4 | 43, 54, 86, 91, 110, 113, 114, 115 |
| 129 | PKP CARGO | | | | 1 | | | 1 | 69, 104 |
| 130 | PKP Intercity | | | | | | 1 | | 92 |
| 131 | PKP | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | 23, 71, 86, 125 |
| 132 | Polenergia | | | | 1 | | | | 64 |
| 133 | Polpharma | 1 | | 6 | 10 | 1 | | 3 | 24, 37, 39, 51, 58, 63, 67, 69, 70, 72, 74, 81, 111, 116, 128 |
| 134 | Polski Koncern Naftowy ORLEN | 1 | | 9 | 6 | | | 10 | 25, 41, 42, 44, 45, 48, 51, 53, 54, 63, 65, 66, 69, 73, 96, 97, 104, 111, 114 |
| 135 | Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo | | | | | | | 2 | 120, 130 |
| 136 | Polskie Linie Lotnicze LOT | | | | 1 | | | 1 | 73, 104 |
| 137 | PRESS-SERVICE Monitoring Mediów | | | 1 | | | | 1 | 44, 127 |
| 138 | Procter & Gamble Polska | | | | | | | 2 | 111, 120 |
| 139 | Promedica Care | | | 1 | | | | 1 | 44, 104 |
| 140 | Provident Polska | | | 1 | | | | 4 | 56, 115, 130, 131, 134 |
| 141 | PwC | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | | 6 | 24, 30, 39, 53, 64, 66, 80, 81, 82, 111, 123, 129, 133 |
| 142 | Raben Group | 1 | | 3 | 1 | 1 | | 1 | 22, 39, 40, 55, 70, 82, 133 |
| 143 | Renault Polska | | | | | | | 1 | 96 |
| 144 | Rhenus Data Office Polska | | | | 1 | | | | 70 |
| 145 | Robert Bosch | | | | | | | 1 | 134 |
| 146 | Rödl & Partner | 1 | | | | | | | 26 |

INDEKS FIRM

| Lp. | Nazwa firmy | Ład organizacyjny | Prawa człowieka | Praktyki z zakresu pracy | Środowisko | Uczciwe praktyki operacyjne | Zagadnienia konsumenckie | Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej | Strony |
|-----|---|-------------------|-----------------|--------------------------|------------|-----------------------------|--------------------------|--|---|
| 147 | Sabre Polska | | | 1 | | | 1 | 50, 104 | |
| 148 | Sanofi | | 1 | 5 | 1 | | 6 | 30, 36, 38, 48, 51, 57, 62, 127, 128, 132 | |
| 149 | Scanmed | 2 | | | | | 1 | 24, 27, 93, 127 | |
| 150 | Schenker (DB Schenker) | 3 | | 6 | 4 | 1 | 4 | 22, 27, 37, 39, 42, 44, 50, 54, 62, 69, 70, 72, 81, 98, 132, 133 | |
| 151 | Sela | | | | | | 2 | 105, 116 | |
| 152 | SITECH | 1 | | 4 | 1 | | 2 | 22, 43, 46, 47, 50, 62, 120, 130 | |
| 153 | Skanska w Polsce | 4 | | 3 | | 1 | 1 | 6 | 24, 25, 38, 43, 82, 86, 99, 111, 121, 123, 132 |
| 154 | Sodexo Benefits and Rewards Services Polska | | | | | | 1 | 105 | |
| 155 | Stanley Black & Decker Polska | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 26, 38, 65, 111 | |
| 156 | Stena Recycling | | | | | 1 | | 79 | |
| 157 | STUDIO 102 | | | | 1 | | | 68 | |
| 158 | SumiRiko Poland (d. TRI Poland) | 1 | | 6 | | | 3 | 22, 37, 40, 42, 51, 53, 56, 97, 111, 132 | |
| 159 | Szapiro Business Advisory | | | | | 1 | | 80 | |
| 160 | TAURON Polska Energia | | | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 36, 39, 56, 66, 68, 78, 88, 89, 105, 113, 124 |
| 161 | Tchibo Warszawa | | | 1 | 1 | | 1 | | 43, 70, 89 |
| 162 | Tesco Polska | | | | | 3 | 4 | | 78, 82, 105, 112, 117 |
| 163 | The Boston Consulting Group | | 1 | | | | 3 | | 72, 114, 133 |
| 164 | Thomson Reuters | | | | | | 1 | | 121 |
| 165 | TK Maxx | | | | | | 1 | | 112 |
| 166 | T-Mobile Polska | 3 | | 8 | 1 | 1 | 1 | 2 | 22, 25, 38, 40, 41, 42, 46, 53, 65, 80, 87, 112 |
| 167 | Totalizator Sportowy | | | 1 | | | | | 53 |
| 168 | Transition Technologies | | | | | | 2 | | 112, 121 |
| 169 | Uni-logistics | | | | 1 | | | | 65 |
| 170 | Veolia Energia Polska | | | | 1 | | | | 68 |
| 171 | Vienna Life TU na Życie (Vienna Insurance Group) | | | | | | 1 | | 97 |
| 172 | Vilmorin Garden | | | | | | 1 | | 126 |
| 173 | Volkswagen Motor Polska | | 1 | | | | 1 | | 32, 105 |
| 174 | Volkswagen Poznań | | 1 | 7 | 3 | 2 | 4 | | 31, 37, 40, 53, 56, 58, 65, 68, 72, 80, 81, 105, 112, 132 |
| 175 | Wawel | | | | | | 1 | | 105 |
| 176 | Y-Consulting | | | | | | 1 | | 134 |
| 177 | Zakład Fotograficzny u Jarka – Jarosław Deka | | | | | | 1 | | 117 |
| 178 | Zakład Utylizacyjny | 1 | | | | | 1 | | 22, 98 |
| 179 | ZT „Kruszwica” | | | | 1 | | | | 70 |
| 180 | Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy | | | | | | 1 | | 89 |

Dzięki wykorzystaniu papieru Cocoon Silk pochodzącego w 100% z recyklingu, zamiast papieru niemakulaturowego, negatywny wpływ na środowisko został zmniejszony o:



738 km

krótsza podróż samochodem
średniej klasy europejskiej



550 kg

mniej odpadów



20 779 litrów

mniej zużytej wody



893 kg

mniej zużytego drewna



74 kg

mniej gazów
cieplarnianych



1 168 kWh

mniej zużytej energii

Ślad węglowy oszacowany przez Labelia Conseil zgodnie z metodologią Bilan Carbone®. Obliczenia oparte na porównaniu papieru z odzysku i papieru ze ścieru drzewnego zawartym w najaktualniejszych europejskich danych BREF dla papieru ze ścieru drzewnego. Wyniki uzyskane zgodnie z informacjami technicznymi – mogą ulec zmianie.

www.odpowiedzialnybiznes.pl

Dziesiątki ważnych informacji.
Od ręki. Online.



PARTNERZY STRATEGICZNI



PARTNERZY
KOMUNIKACYJNI

PARTNER
ANALITYCZNY

PARTNER
WSPIERAJĄCY

PARTNER
POLIGRAFICZNY

PARTNER
TŁUMACZENIOWY

PARTNER
BADAWCZY

PARTNER
INSTYTUCJONALNY

