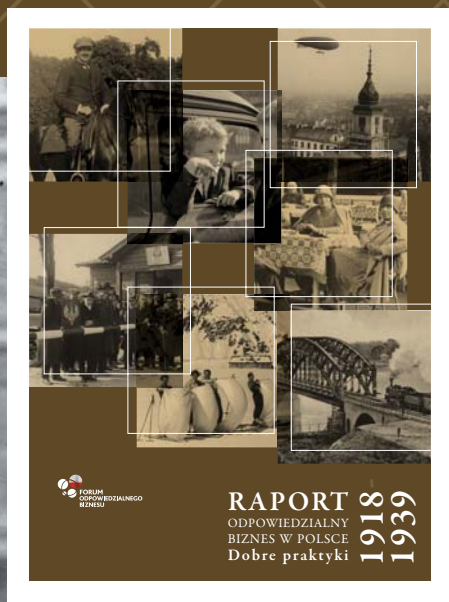


ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

NA **100 LAT**
NIEPODLEGŁOŚCI

POSZUKIWANIE ŹRÓDEŁ
SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W POLSCE

Raport
„Odpowiedzialny
biznes w Polsce
1918-1939”



Premiera:
listopad 2018 r.



SPIS TREŚCI

			Słowo wstępne Marzena Strzelczak	#CSRwPL2017 Marzena Strzelczak, Marta Borowska	Współpraca dla zrównoważonego rozwoju Dominika Bettman
			3	4	7
Odpowiedzialny biznes a prawa człowieka dr Adam Bodnar	CSR w badaniach w 2017 roku Marcin Grzybek	Raportowanie – w oczekiwaniu na zmiany Katarzyna Mróz	Wspieranie przez biznes pomocy humanitarnej Karina Ditanian-Pinkowicz	Spoleczna odpowiedzialność uczelni wyższych dr hab. Piotr Wachowiak, prof. SGH	Dlaczego odpowiedzialny biznes stanie się biznesem w obiegu zamkniętym dr hab. Bolesław Rok, prof. ALK
8	9	12	13	14	15
Mierzenie działań CSR. Efektywność czy skuteczność? dr hab. Magdalena Rojek-Nowosielska	Jakich sygnalistów potrzebujemy? Karol Krzyczkowski	Dlaczego uciekamy do szarej strefy? dr Paulina Malaczewska	Nowe informacje na temat równouprawnienia płci Irena Moozova	Przegląd światowych trendów CSR Tadeusz Joniewicz	DOBRE PRAKTYKI
16	17	18	19	20	22
	Ład organizacyjny		Prawa człowieka		Praktyki z zakresu pracy
	22		32		38
	Środowisko		Uczciwe praktyki operacyjne		Zagadnienia konsumenckie
	72		94		102
	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	PRASA	Wybrane artykuły z 2017 r.	KALENDARIUM WYDARZEŃ	Konferencje, seminaria, spotkania
	114	169	169	172	172
Badania, publikacje	Konkursy i nagrody	O Forum Odpowiedzialnego Biznesu	Cele Zrównoważonego Rozwoju	Indeks firm	
175	176	178	180	181	

RAPORT

ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

Dobre praktyki

2017

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: koniec listopada – początek stycznia. Szczegółowe informacje dostępne są na stronie www.odpowiedzialnybiznes.pl

Koordynator wydania:

Marta Borowska

Nadzór merytoryczny:

Marzena Strzelczak

Redakcja:

Marta Borowska
Marta Górską
Tadeusz Joniewicz
Agnieszka Kłopotowska
Karol Krzyczkowski
Miłosz Marchlewicz
Katarzyna Mróz
Agnieszka Siarkiewicz
Ewa Wojciechowicz

Współpraca:

Marcin Grzybek
Marzena Strzelczak


Redakcja i korekta:

Dorota Śrutowska

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: 978-83-940034-9-4**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
CZŁONKINI ZARZĄDU
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Szanowni Państwo!

Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce szesnasty Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”. Nie byłoby go, gdyby nie Państwa zaangażowanie i praca, za które serdecznie dziękujemy. To jedyny tego rodzaju przegląd aktywności firm w Polsce. Morze inspiracji dla tych, którzy zaczynają swoją drogę do biznesu odpowiedzialnego społecznie, ale też dla organizacji poszukujących nowych partnerów do swoich pomysłów czy działań. Sam Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” to jednak zaledwie część tej wiedzy. Bardziej szczegółowy przegląd praktyk znajdą Państwo w naszej bazie na stronie odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki, a od ubiegłego roku działania firm są tam przedstawione również w powiązaniu z Celami Zrównoważonego Rozwoju.

Tegoroczna edycja Raportu również przyniosła kilka nowości. Po pierwsze, mając na uwadze zgłaszane postulaty i pragnąc dotrzeć do jak najszerszego grona, nabór do publikacji rozpoczęliśmy kilka tygodni wcześniej niż zwykle, bo już w listopadzie. Jak się okazało, było to słuszne posunięcie. Liczba zgłoszonych praktyk nowych i długoletnich zaskoczyła nawet zespół Forum Odpowiedzialnego Biznesu, choć zawsze po cichu liczymy na kolejny rekord. Tym razem było to 639 nowych praktyk i 551 praktyk długoletnich, odpowiednio o 39% i 32% więcej niż w poprzedniej edycji. Ważną nowością są też zgłoszenia praktyk od niemal 60 małych i średnich firm, co potwierdza, że wdrażanie CSR jest możliwe w każdej organizacji, niezależnie od jej wielkości. Kolejne novum: w ślad za ubiegłorocznym pomysłem pokazywania nowych praktyk w kontekście Celów Zrównoważonego Rozwoju w tym roku analogicznie przedstawiamy również działania długoletnie, w przekonaniu, że długookresowe podejście jest kluczowe dla realizacji Agendy 2030. Analizując praktyki w powiązaniu z SDG, widzimy wyraźnie, jak chętnie firmy inwestują w edukację. Cel 4 dotyczący dobrej edukacji jest realizowany w ponad 330 praktykach. Wyraźnie popularne są też cele: 3. Dobre zdrowie i jakość życia oraz 8. Wzrost gospodarczy i dobra praca; to zmiana w porównaniu z rokiem ubiegłym. Najmniej praktyk dotyczy celu 14. Życie pod wodą.

Tradycyjnie, Raport prezentuje wszystkie praktyki zgodnie z siedmioma obszarami ISO 26000. Niezmiennie najwięcej działań, zarówno nowych, jak i długoletnich, dotyczy zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnych. Często są one

krytykowane jako najprostsze i najbardziej podstawowe, jednak tak wcale być nie musi. Mogą dotyczyć wielu aspektów, wspierać rozwój kompetencji różnych grup – także zagrożonych wykluczeniem, budować partnerstwo i kapitał społeczny, odpowiadać na istotne wyzwania, a firmy faktycznie mogą oddać dług swojemu otoczeniu. Również środowisko naturalne niezmiennie plasuje się wśród najpopularniejszych obszarów zainteresowania biznesu. Coraz częściej pojawiają się tu także praktyki związane z gospodarką obiegu zamkniętego oraz tzw. zero waste. Z kolei bardzo różnorodne działania (od narzędzia pomagającego przeliczyć wynagrodzenie po gazetę wydawaną w narodowym języku pracowników) pokazują, że firmy w Polsce dostrzegają potencjał płynący z pojawienia się na rynku pracy osób pochodzenia ukraińskiego. W porównaniu z rokiem ubiegłym można także zaobserwować niemal stu procentowy wzrost liczby praktyk dotyczących miejsca pracy. Wydaje się, że potwierdza to rodzący się na naszych oczach „rynek pracownika”.

Jak zawsze, nasz Raport przynosi przegląd najważniejszych wydarzeń związanych z odpowiedzialnym biznesem w Polsce, polskich i światowych publikacji oraz badań, artykułów prasowych (poszerzonych w tym roku o materiały internetowe). Cieszymy się, że udało nam się pozyskać tak znakomite autorki i autorów, jak: dr Adam Bodnar, Rzecznik Praw Obywatelskich, dr hab. Magdalena Rojek-Nowosielska z Uniwersytetu Wrocławskiego, profesorowie Bolesław Rok reprezentujący ALK i Piotr Wachowiak z SGH, Karina Diłanian-Pinkowicz z PAH czy wreszcie Irena Moozova z Komisji Europejskiej. Zachęcam Państwa serdecznie do zapoznania się z ich artykułami; przegląd tematów jest bardzo szeroki: biznes i prawa człowieka, biznes zaangażowany w pomoc humanitarną, skuteczność mierzenia CSR, różnorodność, odpowiedzialne uczelnie czy biznes w obiegu zamkniętym – to tylko niektóre z nich. W tym roku do współpracy zaprosiliśmy też Paulinę Malaczewską, zwyciężczynię konkursu Verba Veritatis, któremu FOB patronuje. Nie zabrakło oczywiście wkładu zespołu Forum Odpowiedzialnego Biznesu, na czele z Dominiką Bettman, prezeską Forum, która podjęła temat współpracy w biznesie towarzyszącym nam w dniu ogłoszenia Raportu na Targach CSR.

Mam nadzieję, że Raport okaże się dla Państwa ciekawą lekturą, zachęci do dalszych działań, będzie inspiracją do nowych partnerstw sektorowych i międzysektorowych, które pojawiają się w naszym kolejnym raporcie.



Marzena Strzelczak
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU



Marta Borowska
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

#CSRwPL2017

W 2017 roku minęło 30 lat od ogłoszenia historycznego raportu Brundtland, który wprowadził do debaty publicznej pojęcie zrównoważonego rozwoju we współczesnym rozumieniu. Równocześnie miniony rok był drugim rokiem wdrażania Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDG, Sustainable Development Goals). I wszystko wskazuje na to, że biznes chce skorzystać z szansy włączenia się w poszukiwanie rozwiązań, które zapewnią harmonijny rozwój firmom i ich otoczeniu, a SDG staną się kompasem zrównoważonego rozwoju, bez względu na charakter organizacji i miejsce na mapie.

I. SDG

Potwierdza to nie tylko mnogość inicjatyw poświęconych osiągnięciu celów, jakie podejmowały, także w Polsce, agendy ONZ/lub powiązane z ONZ: UNIC, UNICEF, WHO, UNEP/GRID czy Global Compact, i realizowały w partnerstwie międzysektorowym, z udziałem NGO, biznesu i administracji. Popularyzacji tematu sprzyjała też aktywność administracji publicznej i krajowego koordynatora działań na szczeblu rządowym na rzecz realizacji Agendy 2030 – **Ministerstwa Rozwoju** (obecnie **Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii**). Ministerstwo zainicjowało „Partnerstwo na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju” – rodzaj dobrowolnej deklaracji sektora prywatnego oraz wszystkich organizacji, które inspirują firmy do podejmowania nowych wyzwań. Projekt spotkał się z dużym zainteresowaniem. 2017 rok to także liczne spotkania i warsztaty edukacyjne służące popularyzacji tych celów, które firmy uważają za szczególnie istotne dla swojej działalności biznesowej. Pojawiły się także długofalowe inicjatywy, jak np. kampania 17/17 firmy **CSR Consulting**, realizowana w szerokim partnerstwie międzysektorowym. W 15. edycji Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” mieliśmy po raz kolejny rekordową liczbę projektów. Pojawiło się też pewne

novum; wszystkie nowe praktyki firm prezentowane są w kontekście Celów Zrównoważonego Rozwoju. Z pewnością ułatwiło zainteresowanym znalezienie nie tylko inspiracji, ale i partnerów do realizacji działań na rzecz SDG.

II. RAPORTOWANIE NIEFINANSOWE

To kolejna kwestia, która interesowała świat CSR w 2017 roku. Co ważne, dzięki wejściu w życie dyrektywy 2014/95/UE (zmieniającej dyrektywę 2013/34/UE) w sprawie ujawniania danych niefinansowych i informacji na temat różnorodności, zagadnienie to przesunęło się z obszaru komunikacji, społecznej odpowiedzialności i HR na orbitę zainteresowania zarządów i relacji inwestorskich. Firmy były licznie reprezentowane na wszystkich wydarzeniach związanych z dyrektywą, kierowały też wiele pytań do **Ministerstwa Finansów** odpowiedzialnego za jej implementację w Polsce. Warto tu podkreślić duże zaangażowanie Ministerstwa Finansów, a także edukacyjną rolę **Ministerstwa Rozwoju**, które mocno wspierało temat m.in. poprzez organizację konferencji oraz publikację II wydania *Poradnika dla raportujących* (efektu pracy grupy roboczej ds. monitorowania trendów CSR, powołanej przez Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw).

W 2017 roku ukazał się również *Standard Informacji Niefinansowych* (SIN), opracowany przez **Fundację Standardów Raportowania** oraz **Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych** (SEG) we współpracy z wieloma instytucjami i organizacjami. To zresztą aspekt wart podkreślenia – koalicja na rzecz popularyzacji raportowania: administracji, różnego rodzaju organizacji, jak wspomniane już **SEG**, **Forum Odpowiedzialnego Biznesu** czy **Polska Izba Biegłych Rewidentów**, wreszcie firm doradczych. I choć sama ustawa daje dużą dowolność w zakresie sposobu podawania rozszerzonych informacji niefinansowych, to bezsprzecznie za jej sprawą temat raportowania zyska na znaczeniu.

Pierwsze jaskółki zmian obserwowaliśmy właśnie w 2017 roku. Do Konkursu Raporty Społeczne, organizowanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę Deloitte, zgłoszono rekordową liczbę raportów (44). W kolejnych latach powinniśmy się spodziewać dalszego rozwoju, choć część firm, bez wcześniejszych doświadczeń w tym zakresie, zacznie zapewne wypełnianie obowiązków od przygotowania niezbędnego minimum. Pewnym novum jest też pojawienie się narzędzi online do zbierania danych pozafinansowych – aplikacji **SMART CSR** czy **Diaphane Software**.

III. RÓŻNORODNOŚĆ

Nowe regulacje dotyczące ujawniania informacji niefinansowych oraz o polityce różnorodności nakładają też na duże spółki giełdowe obowiązek przedstawienia działań w zakresie polityki różnorodności w odniesieniu do stanowisk administracyjnych, zarządczych i nadzorczych (lub wytłumaczenia, dlaczego takich działań nie podejmują). Można więc oczekiwać, że wzrośnie zainteresowanie firm zarządzaniem różnorodnością w miejscu pracy, co w efekcie powinno wzmocnić proces zwiększenia reprezentacji kobiet na stanowiskach kierowniczych różnego szczebla. To temat, który od kilku lat jest coraz chętniej podejmowany przez biznes w różnych kontekstach. I choć Polska, na podstawie np. zestawień dotyczących wynagrodzeń kobiet i mężczyzn, jawi się jako jeden z europejskich liderów równości w tym zakresie, plasujemy się też w czołów-

ce, jeśli chodzi o obecność kobiet na wysokich stanowiskach (co pokazało ubiegłoroczne badanie „Women in Business 2017”), to na najwyższych szczeblach w Polsce jest jedynie 15,2% kobiet – w radach nadzorczych, a tylko 6,3% na czele zarządów firm (spośród ponad 480 spółek giełdowych z rynku głównego; ubiegłoroczne globalne badanie firmy Deloitte). Wciąż dużo jest więc do zrobienia.

Liczne inicjatywy na rzecz budowania sieci kobiecych, np. **SheXO Deloitte** czy programów mentoringu, jak choćby **Vital Voices** pokazują zainteresowanie biznesu tym tematem. Innym kierunkiem działań dotyczącym równości płci w kontekście ekonomicznym są te prowadzone na rzecz zwiększenia przedsiębiorczości kobiet, takie jak np. **Sieć Przedsiębiorczych Kobiet** czy **Kongres Kobiet**. Ten ostatni jako priorytetowy cel stawia równość płci w życiu publicznym, jednak podejmuje także kwestię wyrównywania szans w życiu zawodowym.

Takich i podobnych inicjatyw na rzecz równości płci jest coraz więcej, jednak systemowe zarządzanie różnorodnością i budowanie na tej podstawie przyjaznego, włączającego miejsca pracy, wzmacnianie innowacyjności, przewag konkurencyjnych jest wciąż mało popularne w polskich firmach. Biorąc pod uwagę wyzwania demograficzne polskiego rynku pracy, sytuacja ta powinna się zmienić, raczej w bliższej niż dalszej perspektywie. Już dziś niektóre firmy odczuwają wyraźny niepokój w związku z brakiem kandydatów do pracy.

Najważniejszą rolę do odegrania ma oczywiście biznes, ale dużym wsparciem mogą być i – rzecz jasna – są regulacje administracyjne i działania organizacji pozarządowych. W 2017 roku obchodziliśmy piątą rocznicę powołania w Polsce Karty Różnorodności, po raz pierwszy przyznaliśmy nagrodę dla „Ludzi, którzy zmieniają biznes” w kategorii „różnorodność”. Rok zamknęliśmy z listą ponad 210 sygnatariuszy Karty. Wśród nich znalazły się aż cztery nowe (za Słupskiem i Poznaniem) samorządy: miasta Wrocław, Częstochowa i Gdańsk oraz województwo dolnośląskie. Popularyzacja zarządzania różnorodnością w Polsce, podobnie jak raportowania niefinansowego, potrzebuje szerokiej koalicji różnych środowisk. W przypadku wzmacniania roli kobiet po części już tak się dzieje. Teraz ważne jest, by firmy zaczęły podejmować działania także ze względu na inne przesłanki czy potencjalne czynniki dyskryminacji. Tym cenniejsze są takie inicjatywy, jak **Kongres Różnorodności** (realizowany przez firmy **Henkel Polska** oraz **Be.Navigator**), który od lat jest źródłem inspiracji i konkretnych praktyk biznesowych. Z kolei grupa Task Force Come CloSeR to Disability w ramach **Fundacji Moffin Menedżerowie Jutra** opracowała bardzo przydatny przewodnik dla firm *Dostępna firma – dostępne otoczenie*.

IV. PRAWA CZŁOWIEKA, ETYKA, SYGNALISCI

Przeciwdziałanie korupcji oraz poszanowanie praw człowieka to te obszary, które m.in. wskazane zostały jako obowiązkowe w nowych regulacjach o ujawnianiu danych pozafinansowych. Temat będzie więc zyskiwał na znaczeniu. Potrzebne są więc inicjatywy, które służą jego lepszemu zrozumieniu przez biznes.

Pod koniec maja 2017 roku Rada Ministrów przyjęła **Krajowy Plan Działania (KPD) na rzecz wdrażania Wytucznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka na lata 2017–2020**.

Dzięki współpracy Ministerstwa Rozwoju z **Polskim Instytutem Praw Człowieka i Biznesu (PIHRB)** odbyła się konferencja prezentująca KPD i debata nad tym, jak najskuteczniej wdrażać przewidziane działania i jakie elementy powinny być ujęte w ustawodawstwie. Osobna sesja z udziałem przedstawicieli **Fundacji im. Stefana Batorego**, koordynatora programu „Odpowiedzialne państwo”, poświęcona była m.in. sygnalistom. Zgodnie z projektem **ustawy o jawności życia publicznego** z 2017 roku do polskiego systemu prawnego ma wejść pojęcie sygnalisty. Prace nad ustawą nadal trwają, ale zdefiniowanie roli sygnalisty i rozstrzygnięcia dotyczące zasad nadawania tego statusu i jego ochrony będą miały wpływ na dalszy rozwój tej tematyki w Polsce.

W ubiegłym roku kontynuowane były też prace **Koalicji Rzeczników Etyki Global Compact** w ramach programu „Biznes i prawa człowieka”. Stale rośnie grono sygnatariuszy Standardu Minimum Programu Etycznego Global Compact. Swoje działania kontynuowała również grupa robocza ds. etyki i standardów odpowiedzialnego prowadzenia biznesu przy Zespole ds. Równoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw w Ministerstwie Rozwoju, której prace podsumowała październikowa konferencja w ministerstwie. Z kolei przygotowana w grupie roboczej ds. edukacji i popularyzacji CSR, współkoordynowanej przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, **Deklaracja Społecznej Odpowiedzialności Uczelni** zwiększyła zainteresowanie obszarem społecznej i środowiskowej odpowiedzialności w szkołach wyższych. Trwa debata nad odpowiedzialnością i etyką w branży finansowej, a **konferencja Nienieodpowiedzialni** po raz kolejny przyciągnęła szerokie grono zainteresowanych.

V. GOSPODARKA CYRKULARNA (GOZ)

To stały element dyskusji o nowych modelach biznesowych podczas wielu konferencji, debat, warsztatów. W 2017 roku w Ministerstwie Rozwoju trwały prace nad „**Mapą drogową transformacji w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym**”, przygotowaną przez międzyresortowy Zespół ds. GOZ. **UNEP/GRID** wspólnie z **Coca-Cola HBC Polska** przeprowadził cykl warsztatów poświęconych gospodarce o obiegu zamkniętym z udziałem przedstawicieli biznesu, instytucji publicznych, nauki, organizacji pozarządowych i konsumenckich. Prężnie działa **Koalicja na rzecz gospodarki obiegu zamkniętego Reconomy**. W 2017 roku ukazał się jej kolejny raport pt. *Gospodarka obiegu zamkniętego – biznes i konsument na ścieżce zmiany*, podsumowujący aktualne wyzwania edukacyjne, organizacyjne i systemowe. Firmy podejmują działania edukacyjne, wewnętrzne i zewnętrzne (rzadziej), jak np. konkurs **Stena Circular Economy Award**. Dominuje przekonanie, że GOZ może mieć największy wpływ na rzeczywistość gospodarczą, zwłaszcza długoterminowo, jednak przykładów realnych działań firm wciąż jest jeszcze mało. Zwraca też uwagę, że to jeden z nielicznych tematów dotyczących środowiska szeroko omawiany w Polsce. Zbyt mało mówimy o energii odnawialnej i zmianach klimatu.

VI. NOWE TECHNOLOGIE, HACKATHONY, START-UPY I OEE

Każdy z pięciu tematów znalazł odbicie zarówno w publikacjach, jak i w wydarzeniach CSR w 2017 roku, choć z oczywistych względów w niniejszym podsumowaniu uwzględniono

tylko część z nich. Co ciekawe, można też wskazać obszary, które choć nie są wprost związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, mają potencjał do budowania bardziej zrównoważonej przyszłości. Takim ogromnym zagadnieniem są nowe technologie, które mogą wspierać walkę z wykluczeniem i dyskryminacją (choć też mogą dyskryminować). Wykorzystanie hackathonów do promocji SDG; pierwszy taki projekt w Polsce, rozpoczęły **Kompania Piwowarska** i **Bank BGŻ BNP Paribas**. W 2017 roku ukazał się też przewodnik *Hackathony CSR*, przygotowany przez **ChallengeRocket** przy współpracy z Forum Odpowiedzialnego Biznesu, pod patronatem **Ośrodka Innowacji ONZ**. Inny obszar to start-upy, które już zmieniają duży biznes.

Nie cichną dyskusje o odpowiedzialności firm i konieczności wychodzenia poza ramy obowiązkowych regulacji. Zarówno w kontekście potęgi – ekonomicznej korporacji, zwłaszcza siły innowacji gigantów technologicznych, jak i wyzwań środowiskowych czy społecznych, przed którymi stoi świat. Jak również - odpowiedzialności liderów, przywództwa i zaufania niezbędnego do budowania kapitału społecznego, podstawy innowacyjnych gospodarek i włączających organizacji. Te debaty prowadzone są również w Polsce. W 2017 roku ukazał się ciekawy raport *Problemy i wyzwania w organizacjach – znaczenie kapitału społecznego* autorstwa **House of Skills** we współpracy z **Krajową Izbą Gospodarczą** i **Forum Odpowiedzialnego Biznesu**. Budowaniu zaufania społecznego poświęcona była trzecia edycja **Ogólnopolskiego Festiwalu Myślenia Projektowego**. Odbyła się też kolejna edycja **Open Eyes Economy Summit – Kongresu Ekonomii Wartości**, którego organizatorzy mają ambicję pokazania, że „nadszedł czas na zmianę ekonomii chciwości w ekonomię wartości”. Brzmi znajomo?

Bardzo dziękujemy za współpracę: *Karolinie Długosz, Łukaszo-
wi Makuchowi, Przemkowi Oczypowi, Agacie Raichel-Rudnickiej,
Barbarze Tęczy.*



Dominika Bettman
PREZESKA FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU
PREZESKA ZARZĄDU
SIEMENS POLSKA

Współpraca dla zrównoważonego rozwoju

We współczesnej gospodarce wdrażanie innowacyjnych rozwiązań, także w zakresie zrównoważonego rozwoju, wymaga współpracy pomiędzy różnymi podmiotami. Firmy stają oko w oko ze złożonymi wyzwaniami społecznymi i środowiskowymi, realizując swoje działania. Droga bywa kręta i trudna, podróż w pojedynkę może być uciążliwa. Dlatego korzystne jest czerpanie wiedzy z zasobów organizacji i instytucji. Kluczem do sukcesu jest współpraca i wspólny język biznesu.

Współpraca branżowa kojarzy mi się z dalekowzrocznym myśleniem o przyszłości. Bliskim mi przykładem jest opracowanie przez Siemens zeroemisyjnego systemu transportu: to jeden ze sposobów redukcji smogu i toksycznych gazów. Nowoczesne technologie w transporcie rodzą się przy współpracy branży motoryzacyjnej i elektronicznej. Elektronika zapewnia bezpieczeństwo w ruchu drogowym, ekologiczne rozwiązania, a także synchronizację sterowania ruchem i redukcję emisji spalin samochodowych. Branża elektroniczna doskonale współgra również z branżą budowlaną i chemiczną: ekologiczne materiały, inteligentne rozwiązania automatyki, w tym system Siemens dla kompleksowego oszczędzania energii, zapewniają minimalne zużycie energii, optymalny komfort i maksymalną efektywność. Firmy świadome odpowiedzialności za środowisko szukają proekologicznych rozwiązań, które przyniosą w przyszłości zyski zarówno finansowe, jak i środowiskowe.

Jednoczesne ograniczenie emisji CO₂, obniżenie poziomu emitowanych gazów cieplarnianych czy recykling może zmniejszyć koszty na poziomie 8% udziału w rocznym obrocie firmy. Jeśli odwołać się do obliczeń Deloitte, to transformacja w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym może wygenerować 600

mld euro oszczędności z korzyścią dla przedsiębiorców i nas wszystkich. W Unii Europejskiej wytwarzanych jest ok. 2,5 mld t odpadów, które generują ponad 700 mld euro kosztów rocznie. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w 2015 roku w Polsce odzyskowi zostało poddanych zaledwie 55% odpadów komunalnych, a niecałe 25% poddano recyklingowi.

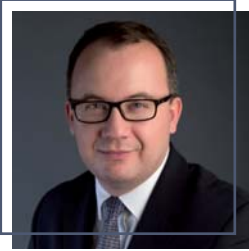
Jak wynika z moich obserwacji, potrzebna jest szeroko zakrojona działalność edukacyjna w zakresie odzysku materiałowego i energetycznego w każdym punkcie mapy drogowej produktu. Wysoko rozwinięte kraje UE traktują odpady jako cenne surowce, obficie czerpiąc wiedzę z badań naukowych. Tymczasem w Polsce jest to często niedoceniany element. Czerpiąc z badań lub prowadząc własne analizy, również firmy w Polsce skorzystają z zysków płynących z recyklingu. Wyzwaniem jest strach. Strach przed innowacyjnymi rozwiązaniami.

Firmy rozpoczynają kosztowne inwestycje pod warunkiem, że ich rozwiązania zostaną wdrożone. Dla realizacji idei zrównoważonych miast niezbędna jest współpraca samorządów z biznesem, przy zachowaniu zasad równego dostępu dla różnych firm. Przede wszystkim w takich obszarach jak transport miejski czy ochrona zdrowia.

Mówiąc o biznesie, nie można całkowicie oddzielać gospodarki obiegu zamkniętego od społecznej odpowiedzialności biznesu, ponieważ u podstaw gospodarki cyrkularnej leży dbałość o interesy społeczne i ochronę środowiska. W tym przypadku ważne jest, aby firma utożsamiała się z konkretnymi wartościami i świadomie uczestniczyła w procesie odnawiania społecznych i gospodarczych zasobów. Musimy zrozumieć, że szeroką skalę tworzą małe rzeczy. Jeśli firmy zdecydują się przejść dobre praktyki, będą rosnać w siłę i zbudują przewagę konkurencyjną opartą na obiegu zamkniętym, a efektem ubocznym będą wygenerowane zyski.

Sukces firmy zależy od klienta, do którego trafia produkt. Produkt jest odpowiedzią na potrzeby klienta, żeby zatem te potrzeby poznać, niezbędny jest kontakt z odbiorcą. Firma może ulepszyć produkt w oparciu o pozyskaną informację zwrotną. Warto więc opracować skuteczne kanały komunikacji z korzyścią dla obu stron – firma szybko zareaguje na potrzeby rynkowe, a klient dostanie to, czego potrzebuje. Dobrą praktyką w realizacji projektów jest również podejmowanie współpracy z organizacjami pozarządowymi, które mają nieoceniony zasób wiedzy na temat lokalnych potrzeb. Stanowią swego rodzaju łącznik między firmą a klientem.

Ekologiczne działania to nie tylko przywilej w dzisiejszych czasach, lecz obowiązek. Polska jako jeden z pięciu krajów została zaproszona do udziału w projekcie Solution Wind. Ta międzynarodowa kampania to jeden z przykładów współpracy biznesu w ramach polityki proekologicznej realizowanej ponad granicami.



**dr Adam
Bodnar**
RZECZNIK PRAW
OBYWATELSKICH

Odpowiedzialny biznes a prawa człowieka

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.

Konstytucja oraz Kodeks pracy zakazują jakiegokolwiek dyskryminacji w zatrudnieniu, bezpośredniej lub pośredniej, zwłaszcza ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną. W praktyce okazuje się jednak, że w wielu firmach różnorodność nie jest standardem. Warto podkreślić, że różnorodność oznacza także tworzenie miejsc pracy przyjaznych dla osób z niepełnosprawnością. W tym zakresie rola pracodawcy jest szczególnie ważna, bo wpływa on na pełniejsze włączanie takich osób do społeczeństwa. Zatrudnianie osób z niepełnosprawnością powinno przy tym wynikać z filozofii działania przedsiębiorcy, a nie jedynie z jego chęci, by uniknąć obowiązkowych obciążeń finansowych. Inne współczesne wyzwania związane z polityką różnorodności w miejscu pracy powstają w związku ze zwiększającą się koniecznością zatrudniania pracowników migrujących.

Wysokie koszty pracy powodują, że przedsiębiorcy często decydują się na zatrudnianie pracowników na podstawie umów cywilnoprawnych. Niestety, nie zawsze dzieje się to dobrowolnie, za wolą obu stron umowy. Co więcej, wykonywanie pracy na podstawie umowy cywilnoprawnej może prowadzić do pozostawienia osób tak zatrudnionych bez odpowiedniej ochrony socjalnej, jaką jest choćby ograniczenie dobowego czasu pracy czy przestrzeganie czasu na odpoczynek. Z tym wiąże się także ograniczenie działalności związków zawodowych, szczególnie u przedsiębiorców prywatnych, oraz uniemożliwienie im egzekwowania od pracodawców właściwego traktowania pracowników. Trendem, który powinniśmy promować, jest zapewnienie, aby pracujący na umowach cywilnoprawnych zyskali przynajmniej minimalną ochronę socjalną i nie tylko – przed mobbingiem, dyskryminacją, nagłym zwolnieniem czy nadużyciami nadgodzin. To jest duże zadanie dla ustawodawcy, który powoli dostrzega te problemy i na nie reaguje. Zanim jednak konieczne zmiany zostaną w pełni zrealizowane, w gestii pracodawców pozostaje, by odpowiednio chronić godność każdego zatrudnionego pracownika – niezależnie od podstawy prawnej świadczony przez niego pracy. Pracodawcy powinni także wymagać od swoich usługodawców (takich jak np. firmy sprzątające czy ochroniarskie), aby także zatrudniały pracowników w sposób należycie chroniący ich warunki pracy.

W ramach realizowanych badań społecznych dotyczących dyskryminacji Rzecznik Praw Obywatelskich, jako niezależny organ ds. równego traktowania, poddał szczegółowej analizie problematykę tzw. *work-life balance*. To kolejny ważny punkt na mapie problemów związanych z biznesem i prawami człowieka. Na konieczność wprowadzania regulacji oraz praktyk umożliwiających łączenie życia prywatnego i pracy zawodowej wskazują liczne inicjatywy podejmowane przez instytucje unijne oraz władze państwowe. W polskim dyskursie publicznym tematyka ta pojawia się głównie w kontekście wspierania dzietności Polek i Polaków, w debacie na poziomie Unii Europejskiej zwraca się natomiast uwagę na kwestię równego traktowania kobiet i mężczyzn na rynku pracy i podejmowanie aktywności zawodowej w równym stopniu przez przedstawicieli obu płci. Należy zwiększyć wysiłki, by efektywnie wdrażać zasadę równej płacy za tę samą pracę lub pracę tej samej wartości i likwidować zjawisko luki płacowej (*genderpay gap* – różnicowanie wynagrodzenia ze względu na płeć). Pozwoli to rodzicom podejmować świadome decyzje dotyczące opieki nad dziećmi, niepodyktowane wyłącznie ich sytuacją finansową.

Musimy dbać o to, by przedsiębiorcy uzmysłowili sobie, że dobre praktyki w zakresie antymobbingu, niedyskryminacji, różnorodności, równouprawnienia czy przestrzegania standardów etycznych nie są fanaberią urzędników i organizacji pozarządowych lub jedynie środkiem do poprawienia wizerunku firmy poprzez puste deklaracje. Musimy pokazywać, że mogą to być skuteczne narzędzia, które ostatecznie nie tylko uchronią przedsiębiorcę przed ewentualną odpowiedzialnością za złamanie przepisów prawa, ale przede wszystkim zapewnią odpowiednie poszanowanie standardów ochrony praw człowieka w miejscu pracy. Przestrzeganie gwarancji praw i wolności jednostki w środowisku biznesowym to imperatyw, bez którego realizacji nie możemy mówić o dalszym świadomym rozwoju gospodarczym.



Marcin Grzybek
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

CSR w badaniach w 2017 roku

POLSKIE SPOŁECZEŃSTWO A ODPOWIEDZIALNY BIZNES

Badanie „Obecność tolerancji dla różnorodności w społeczeństwie polskim 2017 roku”, zrealizowane na ogólnopolskiej próbie 1 tys. respondentów, dotyczyło postaw wobec różnorodności w pracy, życiu prywatnym oraz otoczeniu społecznym. **Zdecydowana większość respondentów jest otwarta na pracę w różnorodnych zespołach – 93% deklaruje zadowolenie lub neutralność** (odpowiedź „nie ma to dla mnie znaczenia”) wobec pracy z osobami o innym wyznaniu lub innej narodowości, a 86% ankietowanych jest przychylnych pracy z osobami o odmiennej orientacji seksualnej lub ma do niej neutralny stosunek. Odsetek ten spada, gdy przyjrzymy się odpowiedziom na pytania o doświadczenie respondentów. 85% badanych uważa, że w ich miejscu pracy ludzie się szanują, a 70% – że można w nim liczyć na szacunek dla odmiennych poglądów.

W ramach tego badania, zrealizowanego na potrzeby Kongresu Różnorodności, organizowanego przez firmę Henkel Polska i platformę BE.NAVIGATOR, przeprowadzono również segmentację respondentów – podzielono ich na trzy grupy, różniące się podejściem do różnorodności i dostrzeganiem wynikających z niej korzyści. **Najliczniejszą (43%) stanowią „entuzjaści różnorodności”, wskazujący jedynie jej pozytywne efekty** (np.: można się dzięki niej czegoś nauczyć, skonfrontować punkty widzenia, społeczeństwo staje się bardziej otwarte i lepiej rozumie się problemy innych ludzi). „Realistów różnorodności” było wśród badanych 40% – dostrzegają oni zarówno pozytywne, jak i negatywne jej efekty. Natomiast zdecydowanie najmniej liczną grupę (14%) stanowili „przeciwnicy różnorodności”, wskazujący jedynie jej negatywne strony. **Czy działania na rzecz popularyzacji zarządzania różnorodnością w miejscu**

pracy wśród pracodawców w Polsce przełożą się na powiększenie grupy entuzjastów różnorodności – przekonamy się przy kolejnej edycji badania.

Polskie społeczeństwo przebadane zostało również w ramach projektu Nienieodpowiedzialni.pl. Celem badania była diagnoza poziomu odpowiedzialności konsumenckiej Polaków. **Aż 68% respondentów określiło siebie jako odpowiedzialnych konsumentów. Przejawia się to przede wszystkim w robieniu przemyślanych zakupów, nabywaniu tylko niezbędnych produktów.** Warto zaznaczyć, że jedynie 7% badanych, którzy określili się jako odpowiedzialni konsumenci, przyznało, że kupuje produkty firm, które postępują etycznie. Większość Polaków uważa, że działania firm w zakresie ochrony środowiska naturalnego, zapewnienia odpowiednich warunków pracy i wynagrodzeń pracowników, dbania o warunki chowu zwierząt czy nietestowania produktów na zwierzętach są godne pochwały i firmy powinny postępować w ten sposób. Każdy z tych elementów zyskał aprobatę niemal 90% badanych. Wskaźnik ten spada przy pytaniu, na ile te kwestie są istotne przy zakupach. Okazuje się, że w takim wypadku najważniejsza jest kwestia przestrzegania odpowiednich warunków pracy i wynagrodzeń pracowników (wskazało to 87% badanych), z kolei najmniej istotne jest nietestowanie produktów na zwierzętach (zdecydowanie ważne i raczej ważne dla 76% respondentów). Widać zatem, że **mimo iż większość konsumentów uważa za godne pochwały odpowiedzialne działania firm, to już wybory konsumenckie faktycznie przez nich podejmowane nie zawsze odpowiadają tym przekonaniom.** W ramach badania respondenci konfrontowali się także z nieetycznymi działaniami firm (niszczenie ekosystemu, wyrażanie rasistowskich poglądów przez właściciela, łamanie praw dzieci i doprowadzenie do śmierci pracownika). Okazuje się, że te dość drastyczne sytuacje nie zniechęcają znacznej części Polaków do korzystania z usług firm, które do nich doprowadziły. Większe przyzwolenie respondenci okazali dwóm pierwszym sytuacjom – niszczenie ekosystemu i wyrażanie rasistowskich poglądów przez właściciela dla 50% badanych nie jest powodem, by zrezygnować z usług danej firmy. W przypadku łamania praw dzieci i doprowadzenia do śmierci pracownika 40% badanych pozostałoby wiernymi swoim wyborom.

Gospodarka obiegu zamkniętego to obecnie jedna z ważniejszych koncepcji, która ma się przyczynić do bardziej zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw i społeczeństw. W 2018 roku ma się ukazać „**Mapa drogowa transformacji w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym**” (przygotowywana obecnie przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii). Zanim jednak ją poznamy, warto się przyjrzeć wynikom badania „**Stan wiedzy Polaków na temat gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ)**”, zrealizowanego na zlecenie Stena Recycling. Wynika z niego, że polskie społeczeństwo dość dobrze opanowało podstawowe zasady dbania o środowisko. Najwięcej osób segreguje odpady (74%), oszczędza energię w domu lub miejscu pracy (71%) oraz oszczędza wodę (68%). Ponad połowa Polaków minimalizuje liczbę odpadów, używając produktów wielokrotnego użytku (54%) lub ograniczając użycie jednorazowych reklamówek (52%). Niestety, nadal jest wiele takich działań, które są dużo mniej popularne w polskim społeczeństwie. Tylko 28% badanych wybiera produkty przyjazne środowisku lub w opakowaniach pochodzących z recyklingu. Jeszcze mniej, bo 18% respondentów, zadeklarowało, że świadomie wybiera usługi lub produkty firm dbających o środowisko czy odpowiedzialnych społecznie.

Niezależnie od tego, czy wynika to z braku wiedzy Polaków, braku chęci do podejmowania przez nich odpowiedzialnych działań, czy może z niedostatecznie rozbudowanej oferty na rynku i niewystarczającej informacji o społecznej odpowiedzialności biznesu, widać bardzo wyraźnie, że wiele jest jeszcze do zrobienia w zakresie edukacji ekologicznej i zmiany postaw społecznych. Przyczyni się do tego na pewno popularyzacja terminu „gospodarka obiegu zamkniętego”, który rozpoznano całkiem sporo osób, bo niemal co trzeci badany (29%). Gospodarka cyrkularna kojarzona jest głównie z kwestiami środowiskowymi: możliwością zmniejszenia liczby wysypisk i odpadów (57%) oraz ogólną poprawą stanu środowiska naturalnego (49% badanych).

FIRMY W POLSCE – W KIERUNKU ODPOWIEDZIALNOŚCI

W czerwcu 2017 roku zaprezentowane zostały wyniki drugiej edycji badania „CSR w praktyce – barometru Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej”. W badaniu wzięli udział przedstawiciele 67 przedsiębiorstw, którzy odpowiadali na pytania o kondycję CSR w Polsce, o działania ukierunkowane na poszczególne grupy interesariuszy (klienci, pracownicy, dostawcy, społeczność lokalna), a także o zarządzanie i komunikowanie działań CSR oraz zarządzanie wartościami etycznymi w organizacji. W opinii badanych **czynnikami, które w największym stopniu wpływają na rozwój CSR w Polsce, są dziełnie się dobrymi praktykami oraz oczekiwania interesariuszy (obie odpowiedzi wskazane przez 59% respondentów)**. Z kolei czynnikami, które najczęściej hamują rozwój CSR w Polsce, są brak wiedzy na temat odpowiedzialnego biznesu (67%) oraz brak środków finansowych na ten cel (50%). Co cieszy, w porównaniu z pierwszą edycją badania, zdecydowanie zmniejszył się odsetek ankietowanych, którzy wśród czynników hamujących wskazali brak wiary zarządów firm w skuteczność działań CSR (37% w 2016 i 24% w 2017 roku). Pozytywną tendencję zaobserwować można także, przyglądając się odpowiedziom na pytanie o to, kto planuje i realizuje działania CSR w organizacji. Nie tylko bowiem **rośnie zaangażowanie zarządów – już blisko 60% firm przypisuje odpowiedzialność za działania CSR zarządowi (o 13% więcej niż w 2016 roku), ale też ponad 21% respondentów wskazało, że jest to w ich firmie osobny dział CSR (13% rok wcześniej)**.

Barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej będzie miał swoje kolejne edycje. Pozostaje życzyć sobie, żeby utrzymana została tendencja wzrostu znaczenia zarządów firm w tworzeniu i realizacji działań z zakresu CSR. W badaniu po raz pierwszy zawarto też pytania o zarządzanie etyką w organizacji. Uzyskane odpowiedzi są bardzo pozytywne – 95% badanych zadeklarowało, że ich firma ma system zarządzania programem etycznym. Skonstruowany on jest zazwyczaj z kilku elementów, wśród nich najpopularniejsze są: wpisanie wartości etycznych w misję firmy (86%), komunikowanie zasad etycznych wewnątrz (89%) i na zewnątrz (62%) organizacji oraz przyjęcie kodeksu etyki bądź pokrewnego dokumentu (75%). Rządziej firmy decydują się na wewnętrzną weryfikację przyczyn zachowań nieetycznych (40%), wdrażanie systemu zgłaszania nadużyć (35%) oraz system nagród i wyróżnień promujących pozytywne, ponadstandardowe zachowania etyczne (14%).

GLOBALNE WYZWANIA, BIZNESOWE ODPOWIEDZI

Kwestia zmian klimatycznych, ryzyk z tym związanych i biznesowej odpowiedzi na nie jest szczególnie ważna w kontekście zbliżającego się szczytu klimatycznego w Katowicach (COP 24). Zrealizowane przez GlobeScan i SustainAbility badanie „**The 2017 Climate Survey. Evaluating Progress on Climate Change**” przybliżyło nam postrzeganie tej problematyki przez ekspertów zrównoważonego rozwoju ze świata (wśród respondentów dominowały osoby z Ameryki Północnej i Europy). **Większość badanych stwierdziła, że działania, które mają powstrzymać zmiany klimatu, nie są wystarczające, aby zapobiec poważnym i nieodwracalnym szkodom dla ludzi, społeczeństw i ekosystemu Ziemi.** Z jeszcze większym pesymizmem oceniony został postęp na drodze do wdrożenia zapisów „Porozumienia paryskiego”. Trzech na 10 badanych uważa, że osiągnięto przynajmniej pewien postęp w realizacji celów „Porozumienia”, ale przeważająca większość określa go jako minimalny. Tylko 3% respondentów podziela pogląd, że jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia celów określonych w Paryżu w 2015 roku. Już w grudniu będziemy mogli z bliska ocenić, czy te pesymistyczne nastroje są uzasadnione.

Z badania można się również dowiedzieć, jakie są – w ocenie respondentów – najskuteczniejsze strategie, które przedsiębiorstwa mogą realizować na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatu. 84% badanych wskazało tutaj zwiększanie udziału energii odnawialnej, a 79% – zmniejszanie zużycia dwutlenku węgla w całym łańcuchu dostaw. Wśród innych wymienianych działań wskazać można wprowadzenie w firmach wewnętrznego kosztu związanego z emisją dwutlenku węgla czy wycenę zewnętrznych ryzyk powiązanych ze zmianami klimatu. Strategie te z pewnością nie są **obecnie biznesowym liderem walki ze zmianami klimatu, do których respondenci zaliczyli: Unilever, Teslę oraz IKEA** (te same firmy zajęły trzy pierwsze miejsca w badaniu z 2015 roku).

Cele Zrównoważonego Rozwoju (*Sustainable Development Goals, SDG*) to zdecydowanie temat kluczowy w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu. Organizacja CSR Europe postanowiła zbadać, w jakim zakresie biznes, po dwóch latach od ogłoszenia celów, bierze je pod uwagę, tworząc strategię rozwoju na nadchodzące lata. Badanie objęło 160 przedstawicieli przedsiębiorstw z 24 krajów.

W opinii badanych liderów biznesu **istnieje silne uzasadnienie biznesowe, aby zintegrować SDG z działalnością biznesową i strategią korporacyjną**. Globalne cele są nie tylko postrzegane jako ściśle powiązane z wartościami korporacyjnymi i strategiami zrównoważonego rozwoju firm (odpowiedziało tak 79% ankietowanych), ale mogą też stanowić ważny katalizator nowych możliwości biznesowych (52% odpowiedzi) i współpracy z wieloma interesariuszami (46%). Załedwie 3% badanych określiło cele jako zupełnie nieistotne dla ich firm. Pełna integracja SDG ze strategiami biznesowymi firm stanowi na pewno spore wyzwanie. Znajomość Celów Zrównoważonego Rozwoju pozostaje w znacznej mierze ograniczona do grona osób odpowiedzialnych za CSR lub zrównoważony rozwój w firmach – taką deklarację złożyło 67% badanych. Pozytywnym zaskoczeniem jest to, że aż 53% respondentów stwierdziło, że cele te dobrze zna kierownictwo najwyższego szczebla w ich firmach.

Aby jednak biznes mógł w większym stopniu przyczynić się do ich realizacji i w pełni wykorzystać korzyści biznesowe, jakie się z nimi wiązą, ważne będzie, by firmy silniej angażowały pracowników średniego i niższego szczebla (póki co, dzieje się tak w zaledwie co ósmej przebadanej firmie), gdyż to oni na co dzień stanowią masę krytyczną potrzebną do faktycznego przełożenia zapisów globalnych celów na praktykę działalności przedsiębiorstw. Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie, które cele są dla ich firm najważniejsze. Najczęściej wskazywane były: cel 8 (wzrost gospodarczy i godna praca), cel 3 (dobre zdrowie i jakość życia) oraz cel 12 (odpowiedzialna konsumpcja i produkcja). Z kolei cel 14 (życie pod wodą), cel 10 (mniej nierówności) i cel 6 (czysta woda i warunki sanitarne) zostały wymienione jako najmniej istotne w kontekście działalności biznesowej firm.

Analizowanie badań realizowanych na skalę globalną może stanowić ciekawe ćwiczenie intelektualne, ale ma również bardzo praktyczne podstawy – z dużą dozą prawdopodobieństwa stwierdzić można, że trendy, które dziś obserwujemy na świecie, wkrótce znajdą swoje odzwierciedlenie również w Polsce. W 2017 roku duże badanie (niemal 2,5 tys. respondentów) przeprowadziła firma McKinsey & Company. Jego wyniki jednoznacznie wskazują, że **znaczenie kwestii zrównoważonego rozwoju w biznesie wzrasta. Niemal 60% respondentów twierdzi, że ich organizacje bardziej angażują się w zrównoważony rozwój, niż miało to miejsce dwa lata temu, a tylko 9% zadeklarowało, że to zaangażowanie się zmniejszyło.** Oprócz tego 70% respondentów (wzrost o 14% w porównaniu z badaniem z 2014 roku) zadeklarowało, że w ich organizacjach istnieje jakaś forma formalnego zarządzania zrównoważonym rozwojem. W końcu, i to być może jest najciekawszy wynik, **16% respondentów (wzrost o 4% w porównaniu z badaniem z 2014 roku) przyznaje, że w ich firmach funkcjonuje komitet na poziomie zarządu, poświęcony kwestiom zrównoważonego rozwoju.** W badaniu sprawdzono także, jakie kwestie w kontekście zrównoważonego rozwoju są dla przedsiębiorstw najważniejsze. Pierwszą piątkę stanowią: bezpieczeństwo informacji, efektywność energetyczna, rozwój ekonomiczny, różnorodność i włączanie, projektowanie produktów i usług. Wydaje się, że w Polsce kwestia bezpieczeństwa danych i informacji nie jest postrzegana jako temat, którym powinny się zająć osoby odpowiedzialne za obszar CSR, a być może jest nawet cały czas bagatelizowana przez firmy.

OPISANE BADANIA:

- CSR Europe, The Sustainable Development Goals (SDGs): The Value for Europe, 2017
- Francusko-Polska Izba Gospodarcza, „CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej”, 2017
- GlobeScan, SustainAbility, The 2017 Climate Survey: Evaluating Progress on Climate Change, 2017
- Henkel Polska, BE.NAVIGATOR, „Obecność tolerancji dla różnorodności w społeczeństwie polskim w 2017 roku”, 2017
- KPMG, „The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting”, 2017, <https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2017/10/the-kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.html>
- Maison D., Marchlewska M., w ramach projektu Nienieodpowiedzialni.pl na zlecenie ANG Spółdzielni, „Czy Polacy są odpowiedzialnymi konsumentami?”, 2017
- McKinsey & Company, McKinsey Global Survey, 2017
- Stena Recycling, „Stan wiedzy Polaków nt. gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ)”, 2017



**Katarzyna
Mróz**
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Raportowanie – w oczekiwaniu na zmiany

Kiedy czytają Państwo ten tekst, dostępne są już pierwsze dane niefinansowe, ujawnione przez firmy objęte takim obowiązkiem na podstawie znowelizowanej ustawy o rachunkowości. Jednak trudno jeszcze ocenić, jak nowa regulacja wpłynie na jakość raportowania w ogóle, jak firmy wywiążą się z tego obowiązku i jakie w konsekwencji zaobserwujemy zmiany w ich podejściu do takich zagadnień, jak poszanowanie praw człowieka czy polityka różnorodności. Wiele firm nie miało dotychczas do czynienia z działaniami z obszaru zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu. Konieczność raportowania może zatem wpłynąć na zainteresowanie się firm tą tematyką. Spróbujmy zatem, posiłkując się dotychczasowymi doświadczeniami ze współpracy z firmami, zastanowić się, jak zmieni się raportowanie i – prawdopodobnie – także działanie firm.

Firmy miały wiele wątpliwości i trudności podczas przygotowywania się do sporządzenia informacji o danych niefinansowych. Dzielili się tymi problemami podczas licznych spotkań i konferencji poświęconych temu tematowi. Najczęściej wymieniane obawy dotyczyły właściwego spełnienia wymagań i oczekiwań Ministerstwa Finansów. Na stronie internetowej ministerstwa znajdują się pytania i odpowiedzi na nurtujące firmy wątpliwości¹. Warto pochylić się nad kilkoma najczęściej się pojawiającymi, które były zgłaszane również naszej organizacji.

Na pierwszym miejscu należy wymienić kwestie związane z ujawnianiem danych związanych z polityką różnorodności, która nie jest powszechnie wprowadzana w polskich podmiotach. Ustawa zobowiązuje duże spółki giełdowe do prezentowania informacji dotyczących polityki różnorodności stosowanej w organach administrujących, zarządzających i nadzorujących emitenta. Firmy pytały m.in., jak zaraportować rezultaty polityki różnorodności funkcjonujące jedynie w odniesieniu do Zarządu, nieobejmujące

natomiast Rady Nadzorczej. Czy takie rozwiązanie spełnia kryteria ustawowe? Zgodnie z odpowiedzią ministerstwa, w raporcie należy pokazać działanie polityki różnorodności spółki w tym obszarze, w którym taka polityka istnieje, a wyjaśnić jej brak w tych organach, w których jej nie ma. Nie można potraktować polityki różnorodności Zarządu jako obowiązującej wszystkie wymienione w ustawie organy².

Potencjalni raportujący pytali również o to, czy muszą wprowadzać polityki różnorodności w odniesieniu do zagadnień społecznych i pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, skoro istnieje wymóg ich raportowania w tych sferach. Jednak ani dyrektywa unijna 2014/95/UE, ani znowelizowana ustawa o rachunkowości „nie wprowadzają wymogu posiadania polityk w określonych obszarach, ani nie określają formy tych polityk”³. Zatem to podmiot raportujący decyduje, jak odniesie się do upubliczniania danych w raporcie. Dla wielu spółek nowe obowiązki związane z ujawnianiem danych niefinansowych staną się impulsem do wprowadzenia polityk różnorodności w wymienionych w ustawie obszarach, do określenia specyficznych ryzyk w swojej branży, a także do wyboru standardu, wg którego będą raportowały.

Nowe regulacje w zakresie raportowania danych niefinansowych stanowią poważne wyzwanie dla firm, choć polska transpozycja Dyrektywy jest jedną z najbardziej przyjaznych biznesowi. Jednak jest to pozorna łatwość i dowolność w prezentacji danych, jeśli weźmiemy pod uwagę oczekiwania rynku i interesariuszy. Wydaje się, że pozytywny przykład firm dojrzałych społecznie powinieli skłonić te, które jeszcze nigdy nie przechodziły procesu ujawniania danych niefinansowych, do wprowadzenia zmiany. Konieczność rzetelnego informowania interesariuszy o swoim podejściu do nowych dla nich kwestii może spowodować wzrost liczby dobrych praktyk w tych obszarach. To również szansa na nowe raporty w konkursie na najlepszy raport społeczny, organizowanym przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu od 11 lat. Być może jeszcze nie w pierwszym roku raportowania, ale w kolejnych edycjach.

Wydaje się, że ujawnianie danych niefinansowych będzie mieć najmniejszy wpływ na raporty społeczne tych firm, które przygotowują je od lat. Z drugiej jednak strony – jeżeli dotychczas pomijały one kwestie związane z zarządzaniem różnorodnością czy poszanowaniem praw człowieka, to w nowych raportach społecznych powinny znaleźć na nie miejsce.

Pozostaje mieć nadzieję, że firmy, które będą chciały rzetelnie podejść do wymagań ustawodawcy, nie poprzestaną na umieszczeniu w raporcie informacji, że pewnych kwestii nie raportują, ale zdobędą wiedzę i zaangażują siły oraz środki do wprowadzenia nowych rozwiązań, które będą mogły zaraportować.

¹ Ministerstwo Finansów, Raportowanie rozszerzonych informacji niefinansowych oraz o polityce różnorodności, www.mf.gov.pl/ministerstwo-finansow/dzialalnosc/rachunkowosc/najczesciej-zadawane-pytania2/-/asset_publisher/yQ5z/content/raportowanie-rozszerzonych-informacji-niefinansowych-ora-z-o-polityce-roznorodnosci?redirect=http%3A%2F%2Fwww.mf.gov.pl%2Fministerstwo-finansow%2Fdzialalnosc%2Frachunkowosc%2Fnajczesciej-zadawane-pytania2%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_yQ5z%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-2%26p_p_col_count%3D1 [dostęp 28.02.2018].

² Tamże.

³ Tamże.



**Karina
Diłanian-Pinkowicz**
POLSKA AKCJA HUMANITARNA

Wspieranie przez biznes pomocy humanitarnej

Dziesięć lat po globalnym kryzysie finansowym, który w znaczący sposób ograniczył zaangażowanie biznesu *pro publico bono*, sektor prywatny ponownie staje się aktywnym podmiotem inicjatyw społecznych. Ten trend jest dość dobrze widoczny w sektorze pomocy humanitarnej, co w obliczu rosnącej liczby potrzebujących, wynoszącej dziś ponad 145 milionów¹ osób (o 16 milionów więcej niż w roku ubiegłym), jest niezwykle krzepiące. Rozszerzanie grona instytucji współpracujących na rzecz rozwiązywania problemów takiej rzeszy ludzi wymagających wsparcia staje się wręcz koniecznością.

Bez wątpienia współpraca organizacji humanitarnych z biznesem na polu chociażby komunikacji czy logistyki nie jest niczym nowym. Dla przykładu: firma DHL Global Forwarding od ponad dwóch dekad wspiera dostarczanie pomocy humanitarnej organizowanej przez międzynarodowe agencje pomocowe, instytucje rządowe i pozarządowe. Z kolei Microsoft od lat wspiera transformację organizacji pozarządowych na całym świecie, udostępniając im nieodpłatnie lub na preferencyjnych warunkach swoje oprogramowanie, a ostatnio również zasoby sieciowe w chmurze. Z takiego wsparcia korzysta m.in. Polska Akcja Humanitarna, dla której tego typu rozwiązania są gwarantem sprawnej i bezpiecznej komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.

Nie bez znaczenia dla organizacji pomocowych jest więc rozwijanie współpracy z biznesem, a także rozszerzanie jej na inne branże.

Ważnym przejawem zaangażowania sektora prywatnego w działania służące ratowaniu życia i zdrowia w kryzysach humanitarnych jest dzielenie się najnowszymi technologiami. Już kilka lat temu UNICEF dostrzegł ogromny potencjał płynący

z wykorzystania dronów. I tak w Malawi ta oenzetowska agenda wykorzystuje drony do transportu próbek krwi do badań, dzięki czemu czas oczekiwania na wyniki małego pacjenta zagrożonego wirusem HIV skrócił się z kilku miesięcy do kilku dni. Jeszcze wcześniej drony znalazły zastosowanie w ocenie i mapowaniu szkód wyrządzonych przez klęski żywiołowe i do przekazywania informacji w czasie rzeczywistym, jak miało to miejsce chociażby po tajfunie Haiyan, który przeszedł przez Filipiny w listopadzie 2013 roku. Rzecz jasna, drony nie mogą być stosowane we wszystkich rodzajach kryzysów humanitarnych (choćby nie mogły być wysyłane w strefach konfliktów zbrojnych), jednak w wielu sytuacjach w znacznym stopniu zwiększają efektywność i skuteczność działań pomocowych.

Nieco innym wymiarem wspólnych działań sektora prywatnego i pomocowego jest dystrybucja pomocy gotówkowej, wykorzystująca lokalnie funkcjonujący system transferów pieniężnych. Z tego typu rozwiązania korzysta np. organizacja Mercy Corps Europe, która we współpracy z międzynarodową korporacją Mastercard przekazywała karty przedpłacone przybywającym do Grecji uchodźcom, a także Polska Akcja Humanitarna, która osobom wewnątrznie przemieszczonym w Somalii przelewała pieniądze za pomocą telefonów komórkowych. Choć pomoc gotówkowa nie jest użyteczna w miejscach, gdzie nie istnieje lokalny rynek, w pozostałych przypadkach jest postrzegana jako bardziej efektywna niż pomoc rzeczowa, w większym stopniu chroniąca godność i podmiotowość osób potrzebujących, a dodatkowo przyczyniająca się do odbudowy lokalnej gospodarki.

W jeszcze większym stopniu na wzmocnienie miejscowego rynku wpływają działania ukierunkowane bezpośrednio na pomoc zakładom wytwarzającym dobra pierwszej potrzeby w społecznościach dotkniętych kryzysem. Przez wiele lat toczącej się aktualnie wojny w Syrii PAH, wykorzystując m.in. finansowe wsparcie firmy International Paper Polska, zaopatrywała lokalne piekarnie w mąkę i drożdże. Dzięki temu piekarze byli w stanie wypiekać chleb taniej i sprzedawać go po stałych niskich cenach. Zalecą dostarczania mąki do piekarni zamiast bezpośrednio do rodzin było, po pierwsze, zapewnienie pracy lokalnym wytwórcom, a po drugie, dotarcie z pomocą do większej liczby rodzin, które w tamtych warunkach same nie byłyby w stanie wypiekać chleba.

Warto na zakończenie podkreślić, że w dalszym ciągu najpopularniejszą formą wspierania przez biznes organizacji humanitarnych jest pomoc finansowa. Może ona przybierać formę jednorazowego wsparcia na rzecz konkretnego kryzysu humanitarnego albo regularnego i długofalowego zaangażowania, umożliwiającego organizacji strategiczne planowanie działań. Dobrym przykładem są tu małe i średnie przedsiębiorstwa zrzeszone w Klubie PAH SOS Biznes, które swoimi stałymi miesięcznymi darowiznami budują fundusz uruchamiający tylko w razie kryzysów humanitarnych.

¹ Global Humanitarian Overview, UN OCHA 2018, <http://interactive.unocha.org/publication/globalhumanitarianoverview/>



**dr hab.
Piotr Wachowiak,
prof. SGH**
SZKOŁA GŁÓWNA
HANDLOWA

Spoleczna odpowiedzialność uczelni wyższych

Uczelnie wyższe, tak jak wszystkie inne organizacje we współczesnym świecie, muszą działać społecznie odpowiedzialnie. Ten obowiązek w ich przypadku jest jeszcze większy, ponieważ kształcą młodych ludzi, którzy po ukończeniu studiów powinni wejść w zawodowe życie z przeświadczeniem, że idea społecznej odpowiedzialności jest kluczowym czynnikiem sukcesu we wszystkich sferach funkcjonowania każdego człowieka.

Ważna jest również współpraca uczelni z biznesem, który uczelnie powinny zarażać ideą społecznej odpowiedzialności. Działanie zgodne z normami etycznymi oraz przepisami prawa na rzecz swoich interesariuszy oraz środowiska naturalnego staje się bowiem jednym z podstawowych celów każdego przedsiębiorstwa. Społeczna odpowiedzialność powinna być jednak rozumiana szerzej. Powinna dodatkowo charakteryzować się następującymi cechami: działania muszą być podejmowane świadomie, długookresowo i wykraczać poza podstawową działalność danego podmiotu.

Szesnastego listopada ubiegłego roku nastąpiło podpisanie przez 23 uczelnie Deklaracji Społecznej Odpowiedzialności Uczelni. Było to bardzo ważne wydarzenie, które uświadomiło władzom uczelni znaczenie tej problematyki i ich odpowiedzialność przed swoimi interesariuszami, jakimi są pracownicy, studenci, absolwenci, organizacje społeczne i gospodarcze, przedsiębiorstwa. Zgodnie z Deklaracją wyższe uczelnie są zobowiązane do uwzględniania i stosowania zasad społecznej odpowiedzialności we wszystkich obszarach swojej działalności. Dodatkowo jako jednostki dydaktyczne powinny te zasady upowszechniać wśród swoich kluczowych interesariuszy. Uczelnie muszą być wzorem godnym naśladowania.

Aby w jak największym stopniu spełnić oczekiwania swoich interesariuszy, uczelnie muszą prowadzić z nimi stały dialog, który powinien dotyczyć również polityki społecznej odpowiedzialności uczelni. Uczelnie-sygnatariusze Deklaracji zadeklarowały przestrzeganie podstawowych wartości akademickich, takich jak sumienność, obiektywizm, niezależność, otwartość i przejrzystość. Wartości te przyczyniają się do podnoszenia jakości badań oraz edukacji. Badania prowadzone przez uczelnie powinny również rozwiązywać problemy społeczne. W tym zakresie uczelnie muszą ściślej współpracować z organizacjami pozarządowymi, które posiadają bogatą wiedzę na ten temat.

U studentów powinna być rozbudzana wrażliwość społeczna poprzez kształtowanie takich postaw, jak empatia, kreatywność i przedsiębiorczość – rozumiana jako zdolność do zaspokajania potrzeb swoich oraz innych ludzi. Dlatego tak ważna jest otwartość na drugą osobę oraz umiejętność nawiązywania z nią i utrzymywania dobrego kontaktu. Uczelnie powinny świadomie kształtować postawy obywatelskie bardziej wrażliwe na podmioty znajdujące się w ich otoczeniu.

Ważną wartością zapisaną w Deklaracji jest ochrona praw człowieka. Przestrzeganie ich przekłada się również na ochronę tych praw w biznesie, z którymi ośrodki akademickie mają coraz większy kontakt poprzez prowadzenie wspólnych badań, wykonywanie ekspertyz na rzecz praktyki oraz prowadzenie studiów podyplomowych.

Uczelnie wyższe muszą uwzględniać w swoich programach zagadnienia z zakresu szeroko rozumianej społecznej odpowiedzialności. Jednak nie wystarczy jeden przedmiot o takiej nazwie. Idea ta powinna być przekazywana praktycznie na każdym wykładzie, co pozwoli na szersze upowszechnienie jej wśród studentów i ukształtowanie u nich odpowiednich postaw, które zostaną następnie przeniesione do ich środowiska pracy.

Uczelnie wyższe powinny również prowadzić działalność na rzecz całego społeczeństwa, nie tylko studentów. Oczywiście powinna być ona filantropijna i nastawiona na podnoszenie świadomości społeczeństwa. Dobrym przykładem mogą być różnego rodzaju uniwersytety dziecięce czy uniwersytety trzeciego wieku. Pracownicy uczelni powinni również działać na rzecz społeczeństwa poprzez np. zaangażowanie w wolontariat pracowniczy. Taka inicjatywa powinna być oddolna, ale wspomagana przez władze uczelni.

Uczelnia musi również prowadzić przejrzystą działalność opartą na zasadach zrozumiałych dla interesariuszy, a także minimalizować negatywny wpływ na środowisko naturalne.

Przestrzeganie zasad zamieszczonych w Deklaracji Społecznej Odpowiedzialności Uczelni przyczyni się do tego, że uczelnie i ich interesariusze staną się bardziej wrażliwi społecznie.



**dr hab.
Bolesław Rok,
prof. ALK**
AKADEMIA LEONA
KOŹMIŃSKIEGO

Dlaczego odpowiedzialny biznes stanie się biznesem w obiegu zamkniętym

Z pewnością najbardziej popularnym terminem roku 2018 w środowisku CSR będzie „gospodarka obiegu zamkniętego”. O co chodzi z tym zamykaniem obiegu i dlaczego jest to lepsze od społecznej odpowiedzialności biznesu?

1. Póki co, mamy duże niejasności definicyjne, bo jednocześnie funkcjonuje u nas przynajmniej kilka terminów na określenie tego typu gospodarki: o obiegu zamkniętym, obiegu zamkniętego, zamkniętego cyklu, w obiegu wewnętrznym, cyrkularna, cyrkulacyjna, regeneratywna, obiegową, okrężną, okólną, zamkniętą, GOZpodarka. Pewnie skończy się tak jak z CSR, czyli w języku polskim zadomowi się termin oryginalny: circular economy (CE).
2. W CE chodzi o zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko, o racjonalne wykorzystywanie zasobów. Marnotrawstwo staje się coraz bardziej kosztowne i coraz mniej akceptowalne. Jest to więc przeniesienie, poszerzenie perspektywy odpowiedzialności biznesu na produkt i cały cykl życia produktu. Ale jeżeli dla kadry kierowniczej wielu firm już CSR było rewolucyjną koncepcją, to CE będzie po stokroć bardziej radykalne.
3. W rozwoju CSR przeszkadza niski kapitał zaufania i stereotypy. Przeszkody na drodze rozwoju CE są jeszcze potężniejsze, ponieważ polska gospodarka należy do najmniej efektywnych zasobowo w całej UE. Produktowność zasobów (czyli stosunek PKB do krajowego zużycia materiałów) w Polsce to tylko około 0,68 euro/kg – trzykrotnie poniżej średniej europejskiej, która wynosi 2,08 euro/kg (dane za 2016 rok wg Eurostatu). We Włoszech jest to 3,7, a w Holandii 4,2.

4. W CSR dużo mówiono się o włączaniu interesariuszy, ale w praktyce interesariusze nie mieli rzeczywistego wpływu na biznes, na sposób działania firmy. CE może realizować się tylko w partnerstwie – na poziomie klastra przedsiębiorstw, partnerstwa międzysektorowego, miasta, regionu. Zamykanie obiegu bez rozwiniętej współpracy wielu różnych podmiotów nie jest możliwe, a szczególnie bez dobrej współpracy z lokalną administracją.
5. Rozwój CSR był w Polsce okresowo ożywiany kolejnymi tematami: standardy raportowania, rankingi, polityka zakupowa, prawa człowieka, ISO26000, etyka i compliance, SDGs. CE – jako instrument radykalnej transformacji gospodarczej i społecznej – wchłonie je wszystkie. Z planu przewodniczącego Junckera na 2018 rok wynika, że Agenda 2030, czyli europejska odpowiedź na SDGs, będzie wdrażana przede wszystkim poprzez zamykanie obiegu w gospodarce. To stworzy wartościowe miejsca pracy i zbuduje odpowiedzialną konkurencyjność europejskiej gospodarki.
6. CE przychodzi do nas z Brukseli, tak jak 15 lat temu z Brukseli przyszedł CSR. Ale CSR-u polscy przedsiębiorcy nie mieli we krwi i tylko korporacje ponadnarodowe usiłowały mówić językiem odpowiedzialności społecznej. Na szczęście CE, jeśli będzie sensownie przedstawiane, jest znacznie bliższe sercu przedsiębiorców. Bo to przecież część naszego polskiego, kreatywnego podejścia, jak zrobić coś z niczego (lub prawie z niczego), jak wykorzystać to, co inni już by chcieli wyrzucić.
7. Mówienie o gospodarce obiegu zamkniętego stało się modne i oczekiwane. Zapewne w ciągu kilku najbliższych miesięcy większość menedżerów CSR będzie realizowało jakiś „projekt CSR-owy”, w którego opisie pojawi się jeden z terminów z kręgu CE. Prawie 200 firm w tym kraju chce uchodzić za odpowiedzialne – teraz będą chciały być też cyrkularne.
8. Gdyby część składowisk odpadów udało się zamienić na kopalnie surowców, byłaby to szansa dla wielu innowacyjnych przedsiębiorstw, start-upów pozytywnego wpływu. W 2015 roku w Polsce wytworzono 141,8 mln ton (cennych) odpadów, z czego 92,3% stanowiły odpady inne niż komunalne. Głównym źródłem ich wytwarzania były przedsiębiorstwa górnicze i wydobywcze oraz przetwórstwo przemysłowe (Wskaźniki zielonej gospodarki w Polsce 2017, GUS). W zarządzaniu kosztami, po latach szybkiego wzrostu wydajności pracowników, wreszcie nadchodzi czas wzrostu wydajności zasobów.
9. W strategiach długookresowych mówi się dużo o reindustrializacji powiązanej z szeroko rozumianą transformacją cyfrową. Ważnym elementem tej układanki jest dążenie do redukcji kosztów materiałowych dzięki wykorzystaniu modeli biznesowych i nowych regulacji. W to, że CSR jest opłacalny dla biznesu, nikt nigdy nie wierzył (oprócz konsultantów). Ale wzrost rentowności poprzez radykalne zmniejszenie kosztów w ramach modeli CE jest tak oczywisty, że nikogo w biznesie nie trzeba będzie przekonywać.

Biznes w obiegu zamkniętym (BOZ) to naturalne połączenie zysku z odpowiedzialnością. O to nam zawsze chodziło



**dr hab. Magdalena
Rojek-Nowosielska**
UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
WE WROCŁAWIU

Mierzenie działań CSR. Efektywność czy skuteczność?

Dość często autorzy, pisząc o mierzeniu rezultatów działań CSR, sugerują w tytule tekstu koncentrację na efektywności tych działań, jednak zawarty w tekście opis, będący esencją prowadzonych rozważań, dotyczy skuteczności. Wydaje się zatem zasadne wyjaśnienie tych pojęć. Zgodnie z definicją podaną w *Słowniku ekonomii*, efektywność to „osiągnięcie danych wyników możliwie najmniejszym kosztem lub osiągnięcie możliwie dużego produktu z danej ilości materiałów”. Innymi słowy o efektywności działań podejmowanych w ramach CSR może świadczyć dodatni wynik zestawienia uzyskanych rezultatów w badanym obszarze w stosunku do kosztów poniesionych w związku z tą inicjatywą. Ujmując z kolei pojęcie skuteczności w ramy definicyjne, należy zaznaczyć, że w tym przypadku odnosimy uzyskany z podjętego działania rezultat do celu postawionego podczas prac rozpoczynających dany projekt. Jeśli cen ten uda się osiągnąć – wówczas można mówić o skuteczności.

Koncentrując rozważania prowadzone w ramach tego artykułu wokół skuteczności działań społecznie odpowiedzialnych, a za punkt odniesienia przyjmując opracowane wzorce w postaci modeli dojrzałości, można wskazać wiele propozycji ujmujących zagadnienia społecznej odpowiedzialności w hierarchicznie skomponowane etapy, wskazujące stopień zaawansowania zaangażowania CSR. Przykładowo (omawiając od pozycji najstarszych) C. Walton² wymienia sześć etapów, nazywając je odpowiednio: podstawowym, pracowniczym, sprzedawcy, inwestycyjnym, obywatelskim i artystycznym. K. Davis i R. Blomstrom³ wskazują poziomy: wycofania, wizerunkowy, akceptacji prawa, negocjujący oraz rozwiązujący problemy. W modelu konsolidacyjnym autorstwa F. Maon, A. Lindgreen oraz V. Swaen⁴ nazywa się poszczególne poziomy jako: unikanie, ochrona własna, speł-

nianie wymagań, poszukiwanie możliwości, troska (o interesariuszy), strategia, transformacja.

Jakkolwiek nazywając poszczególne poziomy, ważna jest idea stopniowości podejmowanych inicjatyw, ukazująca ich hierarchiczność i często także coraz większy zasięg tych działań. W modelu, który ujrzy światło dzienne (pamiętając o cechach modelu, jakimi są m.in. upraszczanie i idealizowanie rzeczywistości), szczególnie ważna z perspektywy wdrożeniowca wydaje się jego operacjonalizacja i możliwości aplikacyjne. Wypełniając wspomniane założenia, stwarza się podstawy, by idea i zamysł autora modelu mogły zostać zrozumiane i zastosowane przez praktyków. Polskim przykładem modelu dojrzałości, za pomocą którego można ocenić stopień realizacji zadań w obszarze społecznej odpowiedzialności (a tym samym skuteczność podjętych wcześniej zamierzeń), jest model continuum mojego autorstwa (the corporate social responsibility continuum model)⁵. Upraszczając dotychczasowe zróżnicowanie w nazewnictwie poszczególnych poziomów, przyjęłam proste oznaczenie poziomu najniższego jako C – częściowy (dzielący się na C+ i C++), S – standardowy oraz R – rozszerzony (uszczegółowiony jako R+ i R++).

Pomimo wciąż wzrastającego zainteresowania tematyką CSR, w moim odczuciu wciąż można zauważyć niedosyt w dobrze opracowanej i rzetelnej metodyce, narzędziach i miarach umożliwiających obiektywne i skuteczne dokonanie pomiaru działań CSR, szczególnie dotyczącego efektywności. Lista trudnych i wciąż nierozstrzygniętych jednoznacznie pytań w tym obszarze jest długa. Otwierając ją, można przykładowo spytać, czy podejmowanie działań w ramach CSR mieści się w kategoriach inwestycji (mając oczywiście świadomość klasycznego definiowania inwestycji jako zwiększania zasobów aktywów produkcyjnych)? Jeśli wskazanie kategorii społecznie odpowiedzialnych inwestycji będzie pożądane z punktu widzenia praktyki i jednocześnie będzie naukowo uzasadnione, to w jakim czasie można się spodziewać zwrotu z tej inwestycji? Za pomocą jakich miar powinniśmy oceniać tę inwestycję? Jakie kryteria brać pod uwagę? Czy można (a jeśli tak, to za pomocą jakich wskaźników) powiązać zaangażowanie w działania CSR z zyskowością firmy? Czy można wskazać tu bez cienia wątpliwości prostą zależność tych zmiennych? To tylko przykłady możliwych wątpliwości, ale podejmując się prac badawczych, zwiększymy szanse na przybliżenie się do uzyskania odpowiedzi.

¹ J. Black, *Słownik ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 96.

² C. Walton, *Corporate Social Responsibilities*, Wadsworth, Belmont, CA 1967.

³ K. Davis, R. Blomstrom, *Business and Society: Environment and Responsibility*, McGraw Hill, New York 1975.

⁴ F. Maon, A. Lindgreen, V. Swaen, *Organizational Stages and Cultural Phases: A Critical Review and a Consolidative Model of Corporate Social Responsibility Development*, "International Journal of Management Reviews", 2010.

⁵ M. Rojek-Nowosielska, *Spoteczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Model – diagnoza – ocena*, Wydawnictwo Uniwersytetu ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2017.



Karol Krzyczkowski
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Jakich sygnalistów potrzebujemy?

W 2017 roku w projekcie ustawy o jawności życia publicznego po raz pierwszy pojawiła się definicja sygnalisty, która ma wejść do systemu prawnego. Proponowana ustawa opisuje też zasady nadawania tego statusu i ochrony sygnalistów.

Gdyby nie sygnaliści, czyli osoby publicznie nagłaśniające działalność, która według nich jest najprawdopodobniej nielegalna lub nieuczciwa¹, nie dowiedzielibyśmy się o nieprawidłowościach w przetargach, wykorzystywaniu środków publicznych, korupcji czy ukrywaniu niekorzystnych opinii i dokumentów.

Prawo nakłada na każdego z nas obowiązek zawiadomiania odpowiednich organów o nieprawidłowościach. Wynika to z obowiązku poinformowania organów ścigania o podejrzeniu popełnienia przestępstwa (art. 304 §1 Kodeksu postępowania karnego) oraz obowiązku pracownika dbania o dobro zakładu pracy (art. 100 §2 pkt 4 Kodeksu pracy). Jednocześnie jednak prawo nie gwarantuje potencjalnemu informatorowi żadnego zabezpieczenia wobec represji, które mogą go spotkać ze strony osób i podmiotów, których dotyczą ujawnione przez niego informacje.

Prof. dr hab. Ireneusz C. Kamiński we wstępie do publikacji *Wiem i powiem – ochrona sygnalistów i dziennikarskich źródeł informacji. Praktyczny przewodnik*² wskazał najistotniejsze powody, dla których sygnaliści wymagają ochrony. W swoich działaniach narażają się na zarzut złamania różnych reguł:

- prawa pracy – bo postępują „nielojalnie” wobec przełożonych i zatrudniającego ich podmiotu,
- kodeksów zawodowych – jeśli te nakazują rozstrzyganie zarzutów za pomocą „korporacyjnych procedur” i zabraniają „wynoszenia” sprawy poza własne środowisko,
- chroniących informacje poufne i tajemnice – gdy dochodzi do ich ujawnienia,

- chroniących dobre imię i cześć jednostki – gdy ujawniane informacje negatywnie wpływają na wizerunek pewnej osoby.

Wobec możliwych konsekwencji potencjalni sygnaliści mogą nie zdecydować się na interwencję dotyczącą swojego pracodawcy. Projektowana ustawa ma to zmienić, wprowadzając prawną ochronę sygnalistów. O potrzebie uregulowania statusu sygnalistów od wielu lat mówił m.in. Rzecznik Praw Obywatelskich³.

Wobec tej kwestii projekt ustawy o jawności życia publicznego należy przyjąć z zadowoleniem. Jednak same przepisy regulujące zasady nadawania statusu sygnalistów, wobec istniejących doświadczeń zarówno polskich, jak i zagranicznych, można określić na tym etapie prac jako niewystarczające.

Projekt ustawy w swojej konstrukcji dopuszcza interwencje sygnalistów tylko w zakresie przestępstw o charakterze korupcyjnym, finansowym lub księgowym. Jak wskazuje w swojej opinii na temat proponowanej ustawy Helsińska Fundacja Praw Człowieka „zgodnie ze standardami międzynarodowymi, zakres zjawisk, których ujawnienie podlega ochronie, powinien dotyczyć szerokiej kategorii działań i zaniechań zagrażających lub szkodzących interesowi publicznemu”⁴.

Opinia ta nie dziwi, szczególnie że sztandarowy przykład działań sygnalisty, jakim jest działanie Jeffreya Wiganda, nie mieściłby się w projektowanej polskiej ustawowej definicji. Wigand jest amerykańskim naukowcem pracującym dla przemysłu tytoniowego, który ujawnił szkodliwość tytoniu zawartego w papierosach. Informacje te stanowiły podstawę procesów o milionowe odszkodowania.

Prace nad ustawą wciąż trwają⁵. W najlepszym przypadku w ustawie doczekamy się definicji sygnalisty i zdefiniowania jego prawnej ochrony dostosowanej do potrzeb sygnalistów i dotychczasowych doświadczeń wynikających z ich działań. W najgorszym, oprócz ustawowo zdefiniowanych sygnalistów nadal będą działali sygnaliści opierający się na dotychczasowym prawie, pozbawieni ustawowej ochrony, a kierowani wewnętrznym poczuciem obowiązku i odpowiedzialności.

Jedna z definicji sygnalisty słusznie zauważa, że jest to termin powstały i powszechnie stosowany w anglosaskim kręgu kulturowym. W naszym kręgu kulturowym wciąż niestety pokutuje przeświadczenie, że informowanie o nieprawidłowościach to donosicielstwo.

Wprowadzenie prawnej definicji sygnalisty jest pierwszym krokiem do zmiany odbioru społecznego tych działań. Ale od tego, jak sygnalista będzie w niej określony, zależy, ile kolejnych kroków będzie potrzebnych, aby sygnaliści nie obawiali się w Polsce ujawniać.

¹ Definicja za wikipedia.org, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Sygnalista_\(demaskator\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Sygnalista_(demaskator)) [dostęp 28.02.2018].

² D. Głowacka, A. Płoszka, M. Sczaniecki, *Wiem i powiem – ochrona sygnalistów i dziennikarskich źródeł informacji. Praktyczny przewodnik*, Helsińska Fundacja Praw Człowieka, Warszawa 2016.

³ Pismo Rzecznika Praw Obywatelskich do Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 30.03.2009 [sygnatura RPO-606960-III/09/RP/AF].

⁴ Opinia Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka do: Poprawiony projekt ustawy o jawności życia publicznego z dnia 23 listopada 2017 r.

⁵ Prace nad ustawą i proces jej konsultacji można obserwować na stronach Rządowego Centrum Legislacji: <http://legislacja.rcl.gov.pl/projekt/12304351> [dostęp 28.02.2018].



**dr Paulina
Malaczewska**
UNIwersytet Łódzki

Dlaczego uciekamy do szarej strefy?

Analizując CSR i dobre praktyki biznesowe, warto wspomnieć o zagadnieniu szarej strefy gospodarki. Jest to temat coraz częściej poruszany w dyskusjach medialnych, dzięki czemu wzrasta świadomość społeczna dotycząca nierejestrowanej działalności gospodarczej.

Zgodnie z różnymi szacunkami udział szarej strefy w gospodarce wynosi od kilku do nawet kilkudziesięciu procent PKB – w zależności od kraju. Oznacza to, że istnieją gospodarki, w których ponad połowa wszystkich wytwarzanych dóbr i usług została wykreowana w szarej strefie. Do niechlubnych rekordzistów należą m.in. Rosja, Gruzja, Boliwia i Zimbabwe, zaś najmniejszymi rozmiarami szarej strefy mogą się pochwalić Stany Zjednoczone, Japonia i Wielka Brytania. Polska znajduje się mniej więcej pośrodku tego zakresu – szacuje się, że polska szara strefa stanowi od 16 do 30% PKB, zatem jej wpływ na funkcjonowanie gospodarki jest znaczny. Wyrazistą ilustracją skali zjawiska zaproponował Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, ogłaszając 12 marca 2016 roku „dniem wyjścia z szarej strefy”. Oznacza to symbolicznie, że przez 72 dni w 2016 roku cała produkcja krajowa wytwarzana była poza gospodarką rejestrowaną.

Co zatem napędza szarą strefę? Dlaczego rozmiary aktywności nierejestrowanej są tak bardzo zróżnicowane w poszczególnych gospodarkach? Brytyjski ekonomista Colin C. Williams, analizując wyniki licznych badań prowadzonych nad determinantami szarej strefy, zauważył, że te rozbieżności są tłumaczone na gruncie jednej z trzech koncepcji teoretycznych:

- teorii modernizacji – działalność nierejestrowana jest wynikiem niedostatecznego rozwoju gospodarczego, przestarzałych metod produkcji i niereformowanego systemu biurokratycznego,

- teorii neoliberalnej – przyczyn szarej strefy upatruje się w ograniczających wolność gospodarczą wysokich podatkach oraz w nieprzejrzystych, nadmiernych regulacjach,
- teorii ekonomii politycznej – występowanie szarej strefy jest efektem niedostatecznej interwencji rządu w gospodarkę, braku odpowiedniej opieki społecznej i gwarancji praw pracowniczych.

Koncepcje te nie tłumaczą jednak, dlaczego wewnątrz danego kraju, w którym panują jednakowe warunki prowadzenia działalności gospodarczej, niektórzy decydują się na podjęcie aktywności nierejestrowanej, a inni – nie. Dlatego też prowadzone są liczne badania ankietowe, które mają za zadanie poznanie motywów działań jednostek.

W specjalnej edycji badań Eurobarometru z 2014 roku „Praca nierejestrowana w Unii Europejskiej” proszono respondentów o wskazanie przyczyn wykonywania pracy nierejestrowanej. Wśród najczęściej wymienianych powodów osoby ankietowane wskazywały:

- jest to korzystne dla obu stron umowy (50% wskazań mieszkańców UE oraz 37% wskazań Polaków),
- brak możliwości znalezienia zatrudnienia rejestrowanego (odpowiednio 21% oraz 31%),
- zbyt wysokie podatki i/lub składki na ubezpieczenia społeczne (odpowiednio 16% oraz 16%),
- brak innych źródeł dochodu (odpowiednio 15% oraz 13%),
- powszechność pracy nierejestrowanej (odpowiednio 14% i 22%),
- trudno jest żyć z zasiłków pomocy społecznej (odpowiednio 8% oraz 20%),
- zbyt rozbudowana biurokracja (odpowiednio 7% oraz 17%).

Analogiczne wyniki otrzymano podczas badań „Praca nierejestrowana w Polsce” prowadzonych przez GUS. Respondenci jako główne przyczyny podejmowania pracy w szarej strefie wymieniali brak możliwości znalezienia pracy i niewystarczające dochody, w dalszej kolejności wskazywali zaś na wysokie podatki i składki ubezpieczeniowe oraz możliwość uzyskania wyższych dochodów bez rejestrowania stosunku pracy.

W ostatnich latach w Polsce wprowadzono kilka rozwiązań mających na celu ograniczenie działalności nierejestrowanej, m.in. Centralny Rejestr Faktur, Jednolity Plik Kontrolny, Narodową Loterię Paragonową, zwiększenie uprawnień PIP. Działania te jednak nakierowane są na walkę z objawami szarej strefy, nie zaś na likwidowanie jej przyczyn. A jeżeli źródło problemu stanowi przerost biurokracji, nieelastyczność form zatrudnienia czy wysokie obciążenia podatkowe, to – zgodnie z najnowszym rankingiem Banku Światowego „Doing Business” z 2018 roku – jest jeszcze u nas wiele do zrobienia. W kategorii podatkowej Polska zajmuje zaledwie 51 miejsce, zaś pod względem łatwości i czasu założenia firmy uplasowani jesteśmy na niezaszczytnym 120 miejscu. Dążąc zatem do ograniczenia rozmiarów szarej strefy, należy pomyśleć przede wszystkim o rozwiązaniach, które zachęcą podmioty gospodarcze do prowadzenia działalności w sektorze rejestrowanym, nie zaś wyłączenia na penalizowaniu aktywności ukrytej.



Irena Moozova
DYREKCJA GENERALNA DS.
SPRAWIEDLIWOŚCI
I KONSUMENTÓW
KOMISJA EUROPEJSKA

Nowe informacje na temat równouprawnienia płci

Równouprawnienie płci to jedna z podstawowych wartości Unii Europejskiej. Ważnym zadaniem w ramach tego nadrzędnego celu jest osiągnięcie równości w wynagrodzeniu kobiet i mężczyzn, stanowiące element programu „Strategiczne zaangażowanie na rzecz równouprawnienia płci na lata 2016–2019”. Zadanie to przyczyni się także do realizacji celów europejskiego filaru praw społecznych (wytyczonych przez Parlament, Radę i Komisję na szczycie społecznym na rzecz sprawiedliwego zatrudnienia i wzrostu gospodarczego, który odbył się w Göteborgu 17 listopada), zwłaszcza drugiej zasady, dotyczącej zapewnienia równouprawnienia płci we wszystkich obszarach, oraz trzeciej zasady, dotyczącej równości szans.

Komisja nadal działa na rzecz równouprawnienia płci.

W UE średnia różnica w wynagrodzeniu kobiet i mężczyzn wynosi obecnie około 16%. Przyczyn takiej sytuacji jest wiele. Stanowiska kierownicze zajmują w przeważającej części mężczyźni, zwłaszcza na najwyższym szczeblu zarządzania w firmach i organizacjach. W grupie dyrektorów naczelných (CEO) kobiety stanowią mniej niż 5%.

Wyrównanie wynagrodzenia kobiet i mężczyzn pozostaje priorytetem polityki równouprawnienia płci. Dwudziestego listopada Komisja przyjęła plan działania na lata 2017–2019 dotyczącego różnic w wynagrodzeniu.

Planowi temu towarzyszy raport z oceny zaleceń Komisji w sprawie przejrzystości wynagrodzeń z 2014 roku. Jest ona kluczowa w ujawnianiu różnic w wynagrodzeniu w firmach, a stosunkowo słabe działania w reakcji na zalecenia Komisji świadczą o potrzebie dalszych działań na rzecz przejrzystości na szczeblu UE.

Zgodnie z tym raportem Komisja oceni potrzebę podjęcia kroków ustawodawczych.

Proponowanej dyrektywie w sprawie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym pracujących rodziców i opiekunów przyznano najwyższy priorytet przy uchwalaniu nowych przepisów UE w dziedzinie równouprawnienia. Włączono ją do programu prac Komisji na 2018 rok.

Głównym celem inicjatywy dotyczącej tworzenia równowagi między życiem zawodowym a prywatnym jest walka z dyskryminacją kobiet na rynku pracy.

Zwiększenie udziału kobiet w rynku pracy jest korzystne dla pracujących rodziców i opiekunów oraz sprzyja zapewnieniu równowagi między życiem zawodowym a prywatnym. Jest korzystne dla firm, gdyż ułatwia im przyciągnięcie i zatrzymanie utalentowanych pracowników. Jest także korzystne dla państw należących do UE, które obecnie tracą łącznie 370 miliardów euro rocznie z powodu istnienia różnic w zatrudnieniu kobiet i mężczyzn. Straty gospodarcze spowodowane brakiem równości na rynku pracy sięgają 2,8% PKB UE.

Wobec braku wystarczających postępów i zaangażowania na rzecz większego udziału kobiet w zarządzaniu przedsiębiorstwami Komisja podjęła w 2012 roku działania mające na celu zwiększenie udziału kobiet w zarządach spółek giełdowych oraz przedstawiła projekt dyrektywy, która miałaby zapewnić zwiększenie do 40% udziału dyskryminowanej płci w zarządach spółek publicznych bez uprawnień wykonawczych. Państwa członkowskie mogą zapewnić niższy udział (33%), pod warunkiem że będzie on obejmował także stanowiska z uprawnieniami wykonawczymi. Dyrektywa jest neutralna pod względem płci i nie ustanawia sztywnych kryteriów, których niespełnienie powodowałoby sankcje. Dyrektywa nie dotyczy MŚP oraz spółek nienotowanych na giełdzie. Jest rozwiązaniem tymczasowym, które wygaśnie 31 grudnia 2033 roku.

Zwalczanie dyskryminacji wymaga od pracodawców uznania i docenienia wartości kobiet i mężczyzn różniących się wiekiem, zdolnościami, pochodzeniem etnicznym, przekonaniem religijnym i orientacją seksualną; przynosi to firmie korzyści również z ekonomicznego punktu widzenia. Komisja Europejska popiera dobrowolne inicjatywy przyczyniające się do zapewnienia różnorodności i zachęca firmy, instytucje publiczne oraz organizacje non profit do podpisania Karty Różnorodności. Polska Karta Różnorodności powstała w lutym 2012 roku z inicjatywy Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Do dziś podpisało ją ponad 200 sygnatariuszy.

Przemoc wobec kobiet to również temat o kluczowym znaczeniu w naszej działalności. UE podpisała Konwencję Rady Europy o zapobieganiu i zwalczaniu przemocy wobec kobiet i przemocy domowej, tzw. konwencję stambulską, która może zapewnić wspólną unijną wizję działań we wszystkich obszarach kompetencji UE i państw członkowskich. Mamy nadzieję, że osiągniemy spójność w podejściu do tego tematu różnych państw członkowskich.

Najnowsza inicjatywa na rzecz równouprawnienia płci i zwalczania przemocy to „Kobiety w transporcie – platforma UE na rzecz zmiany”. Inicjatywa została zainaugurowana 27 listopada 2017 roku i będzie stanowić forum wymiany najlepszych praktyk.



**Tadeusz
Ioniewicz**
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Przegląd światowych trendów CSR

Kluczowe tematy poruszane w światowej debacie o społecznej odpowiedzialności biznesu są bezpośrednio powiązane z najważniejszymi globalnie wydarzeniami. Co więcej, widać wyraźnie, że CSR i zrównoważony rozwój stanowią rozwiązanie wielu wyzwań, przed jakimi staje współczesny świat.

ŚRODOWISKO – TRZEBA TRAKTOWAĆ JE SERIO

Minęły czasy, kiedy „zielone biuro” było kluczowym elementem polityki środowiskowej w firmach. Poważne podejście do aspektów ekologicznych wynika ze zmian klimatycznych, których nie można dłużej bagatelizować. Potwierdza to raport „The State of Sustainable Business 2017. Results of the 9th Annual Survey of Sustainable Business Leaders”¹ przygotowany przez Business of a Better World oraz GlobeScan. Wynika z niego, że zmiana klimatu jest uznawana przez amerykańskie firmy za najważniejsze wyzwanie w zakresie zrównoważonego rozwoju. Dlatego rośnie znaczenie badań nad zmniejszeniem kosztów pozyskiwania energii i szukania rozwiązań niskoemisyjnych. Większy jest nacisk na elektromobilność. Centra miast zamykają się na pojazdy spalinowe, a kolejne rządy deklarują, że zakażą sprzedaży samochodów z silnikami spalinowymi (Norwegia, Indie), pracują nad podobnymi rozwiązaniami (Niemcy, Holandia, Chiny) lub kreślą perspektywy, w których już w 2050 roku wszystkie samochody będą miały zerową emisję spalin (Wielka Brytania)².

Firmy muszą pracować nad obniżeniem emisji w transporcie – przebudową łańcuchów dostaw w stronę zwiększania efektywności energetycznej. Będą też wpływać na dostawców, aby obniżali emisję w logistyce i przy produkcji.

Opublikowany w lipcu 2017 roku raport „SDG Index and Dashboards”³ zwrócił uwagę, że relatywnie dobre wskaźniki zrównoważonego rozwoju krajów rozwiniętych osiągnęte są m.in. przez przerzucanie szkodliwych środowiskowo działań (np. produkcji przemysłowej czy składowania odpadów) na kraje rozwijające się. Jednak odpowiedzialność środowiskowa staje się ważna dla wszystkich. Od początku 2018 roku rynek chiński został zamknięty dla 24 rodzajów odpadów, które dotychczas były przywożone z krajów Europy Zachodniej i USA. Tylko z Wielkiej Brytanii od 2012 roku przytyły tam prawie 3 mln ton zużytego plastiku⁴. Brak możliwości wysyłania odpadów do krajów rozwijających się wymusi zmiany w gospodarkach krajów rozwiniętych w stronę wdrażania na szerszą skalę gospodarki obiegu zamkniętego.

PRACOWNICY – FIRMA MUSI SIĘ WYROZNIĆ

Wchodzące na rynek pracy „pokolenie Z” wymusi aktywne działania firm w zakresie społecznej i środowiskowej odpowiedzialności. To generacja, która nie zna już świata bez internetu, a globalizacja jest dla niej oczywistością. Ma też duże oczekiwania względem etycznej produkcji. Badanie Institute for Corporate Productivity, zrealizowane na osobach urodzonych w latach 1995–2012, pokazuje, że dla 93% przedstawicieli tej generacji społeczne zaangażowanie firmy wpływa na decyzję o wyborze miejsca pracy⁵.

Sytuację na rynku pracy zmienia także kampania #MeToo, która przetoczyła się przez USA i cały świat w ostatnich miesiącach roku 2017. Pokazała ona wciąż istniejące nierówności w traktowaniu kobiet i mężczyzn i wciąż obecną dyskryminację. Jej efektem będzie wdrażanie rozwiązań promujących parytety, równe szanse i różnorodność w miejscu pracy. W Europie będzie to wsparte takimi rozwiązaniami prawnymi, jak: wymóg raportowania kwestii różnorodności czy przepisy zrównujące wysokość zarobków kobiet i mężczyzn, podobne do tych, jakie wprowadzono na Islandii.

SDG – OD DEKLARACJI DO PRAKTYKI

Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDG) obejmują swoim zasięgiem wszystkie najważniejsze wyzwania stojące przed współczesnym światem. Według raportu „The road ahead. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017”, który objął aż 4,9 tys. firm z 49 krajów, SDG w swoim procesie raportowania uwzględnia około 40% firm, a w niektórych krajach (Szwecja) jest to nawet 60%⁶. Jeszcze większy odsetek takich spółek – 62% – wskazało PwC w swoim raporcie „SDG Reporting Challenge 2017 Exploring business communication on the global goals”⁷ wykonanym na próbie 470 firm. Podobne wyniki uzyskało w badaniu swoich członków Ethical Corporation: 60% firm integruje SDG w swoje strategie biznesowe.

Zatem już po dwóch latach SDG są ważnym punktem odniesienia w działalności dotyczącej zrównoważonego rozwoju. Kolejnym krokiem musi być przekucie ich w praktykę działania firm i tutaj należy skoncentrować wysiłki. Jak podaje raport „The business case for inclusive growth. Deloitte Global inclusive growth survey report”⁸ aż 92% liderów firm popiera SDG. Jednak jak na razie tylko 17% z nich ocenia, że działania firm są wystarczające, by je realizować. Warto też podkreślić, że działania te muszą być mierzalne, aby można było pokazać ich skuteczność i praktyczne oddziaływanie na otoczenie.

Opisane trendy nie wyczerpują istniejących zjawisk w obszarze zrównoważonego rozwoju, ale dobrze pokazują, że trendy społeczne i gospodarcze będą oddziaływały coraz silniej na wzrost znaczenia społecznej działalności firm. Wiąże się z tym również wzrost roli CSR i zrównoważonego rozwoju w samych firmach. Wiązanie CSR ze strategiami firm, umieszczanie tematyki zrównoważonego rozwoju wśród zadań osób w ścisłym kierownictwie firm (tzw. C-suite) – te trendy występują coraz częściej i potwierdzają, że nie da się oddzielić głównego obszaru działania firm od jej społecznej i środowiskowej odpowiedzialności.

¹ „The State of Sustainable Business 2017. Results of the 9th Annual Survey of Sustainable Business Leaders”, https://www.bsr.org/reports/2017_BSR_Sustainable-Business-Survey.pdf (dostęp 28.02.2018).

² A. Petroff, *These countries want to ban gas and diesel cars*, <http://money.cnn.com/2017/09/11/autos/countries-banning-diesel-gas-cars/index.html> (dostęp 28.02.2018).

³ „SDG Index and Dashboards”, <http://www.sdgindex.org/> (dostęp 28.02.2018).

⁴ A. Sloan, *China's waste import ban emphasizes importance of innovation and the circular economy*, <http://csr-asia.com/newsletter-china-s-waste-import-ban-emphasizes-importance-of-innovation-and-the-circular-economy> (dostęp 28.02.2018).

⁵ E. Samdahl, *New i4cp Research: 93% of Gen Z Says Societal Impact Affects Where They Work*, <https://www.i4cp.com/productivity-blog/2015/12/16/new-i4cp-research-93-of-gen-z-says-societal-impact-affects-where-they-work> (dostęp 28.02.2018).

⁶ „The road ahead. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017”, <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pl/pdf/2018/02/pl-Raport-KPMG-International-pt-The-road-ahead-The-KPMG-Survey-of-Corporate-Responsibility-Reporting-2017.pdf> (dostęp 28.02.2018).

⁷ „Reporting Challenge 2017. Exploring business communication on the global goals”, <https://www.pwc.com/gx/en/sustainability/SDG/pwc-sdg-reporting-challenge-2017-final.pdf> (dostęp 28.02.2018).

⁸ „The business case for inclusive growth. Deloitte Global's inclusive growth survey report”, <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/wef-business-case-inclusive-growth.html> (dostęp 28.02.2018).

A photograph of three lit candles in a dark metal tray on a wooden surface. The background features decorative pillows with yellow and white patterns. The scene is softly lit, creating a warm and cozy atmosphere.

ŁAD ORGANIZACYJNY



31 praktyk nowych

32 praktyki długoletnie

44 firmy



obszarze łańcuchów organizacyjnych znalazło się 31 nowych praktyk i 32 praktyki długoletnie. Praktyki zgłoszyły 44 firmy. Jak co roku obejmują one następujące zagadnienia: dialog społeczny, zagadnienia etyczne, raportowanie i zarządzanie.

Można bez przesady uznać, że dialog z interesariuszami na temat kwestii ważnych do poruszenia w raporcie społecznym firm jest już powszechną praktyką wśród firm odpowiedzialnych społecznie. Większość firm przygotowujących raporty odwołuje się do opinii swoich interesariuszy, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Są również takie, choć jest ich zdecydowanie mniej, które informują społeczności lokalne o swoich nowych inwestycjach lub zastanawiają się wraz ze swymi interesariuszami, nad kierunkami dalszego rozwoju firmy w obszarze zrównoważonego rozwoju.

Kodeksy etyki i postępowania nadal stanowią ważny element zarządzania CSR-em w firmach. Wkładają one wiele wysiłku nie tylko w to, by wprowadzić regulacje etyczne, ale również, by wdrożyć je w komunikację i edukację oraz budować identyfikację pracowników z zasadami etycznymi. Firmy często używają do tego nowych, ciekawych narzędzi. Świadomość, że autentyczność i zaangażowanie są niezbędne do tworzenia dobrze funkcjonujących struktur etycznych, stanowi ich niezbędny element.





Obszar raportowania to z jednej strony działania związane z dużym wysiłkiem, aby dostarczyć firmom zobowiązanym do raportowania danych niefinansowych niezbędnych informacji, a z drugiej strony – pierwsze przygotowane już oświadczenia. Poza tym pojawiają się wciąż nowe podmioty postanawiające sporządzać raporty poprzedzone dialogiem z interesariuszami i rzetelnie przygotowaną komunikacją przed i po procesie raportowania.

Kolejne firmy decydują się na przygotowanie i wdrożenie strategii zrównoważonego rozwoju. Proces jej budowania poprzedzony jest rzetelnymi konsultacjami, sesjami dialogowymi, analizą otoczenia itp. Myślenie o strategicznym zarządzaniu CSR obejmuje również Cele Zrównoważonego Rozwoju i wszelkie inicjatywy partnerskie, które pozwalają na działania o większym spektrum, które mogą stworzyć szansę na rozwój innowacyjnych produktów i usług oraz ułatwiać dotarcie do nowych grup interesariuszy.

Niektóre podmioty w swoim strategicznym podejściu do zarządzania CSR zauważają kwestie specyficzne dla swojej branży, które wymagają uporządkowania, wyjaśnienia i ustrukturyzowania. Procedura zarządzania konfliktami interesów, jakiego obszaru by nie dotyczyła, wymaga zrozumienia przez pracowników i ich akceptacji, ponieważ to oni są jej pierwszymi odbiorcami. Choć to niełatwy proces, wprowadzenie takiego rozwiązania świadczy o wysokiej kulturze etycznej firmy i stanowi dla samych pracowników cenną wskazówkę, jak postępować w pewnych sytuacjach, określonych procedurą.

Liczba nowych praktyk w obszarze łańcuchów korporacyjny utrzymuje się co roku na podobnym poziomie, co oznacza, że wciąż do grupy rozpoczynających proces raportowania społecznego oraz zarządzających dialogiem społecznym i ogólnie CSR-em dołączają nowe podmioty. Na pierwsze efekty wprowadzenia dyrektywy w sprawie ujawniania informacji niefinansowych, których spodziewaliśmy się już teraz, trzeba będzie jednak jeszcze trochę poczekać. Pierwszy kwartał to czas na ich przygotowanie. Jak wpiszą się one w krajobraz dotychczas powstających raportów społecznych, czas pokaże.

ŁAD ORGANIZACYJNY

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2017 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 180

COMPLIANCE

DB Schenker opracował program edukacyjny dotyczący etyki i compliance. **Gra „Fair play”** w atrakcyjny sposób zwiększa świadomość pracowników na temat przestrzegania prawa, walki z korupcją, postępowania z upominkami, zachowywania się w sytuacji konfliktu interesów, ochrony aktywów, zasad postępowania w kontaktach z konkurencją. W grze „Fair play” udział wzięło 100% pracowników.

 2014  2203 

Obowiązujące w **SITECH** „Zasady postępowania”, zawarte w Code of Conduct i poddawane regularnemu przeglądowi oraz aktualizacji, są elementem wdrożonej przez firmę polityki **compliance**. Dodatkowo istnieje Regulamin odpowiedzialności podatkowej SITECH. Wszystkie regulacje upowszechniane są wśród pracowników poprzez kampanie informacyjne oraz szkolenia. Pracownicy otrzymują *Przewodnik antykorupcyjny*. Firma bierze udział w Międzynarodowym Dniu Przeciwdziałania Korupcji. Działa też w niej instytucja oficera compliance.

 2016  1860 

W **SumiRiko Poland** pracownicy otrzymali kieszonkową wersję **Kodeksu postępowania**. Wiedza jest utrwalana oraz pogłębiana poprzez cykliczne szkolenia, informacje w stałej rubryce w zakładowej gazetce oraz ścieżki postępowania i właściwej reakcji w przypadku zaistnienia sytuacji budzącej wątpliwości. Każdy nowy pracownik przechodzi szkolenie z zakresu Kodeksu.

 2014  1784 

Zarządzanie zgodnością w T-Mobile Polska opiera się głównie na Kodeksie etyki biznesu (Code of Conduct) i polega na stworzeniu oraz utrzymywaniu spójnego zbioru zasad i regulacji. Zapewnienia on spółce działanie w zgodzie z przepisami prawa i wymogami opisanymi w regulacjach wewnętrznych (polityki i procedury).

 2012  5037 

Firma **T-Mobile Polska** opracowała dla pracowników oraz współpracowników jasne i łatwe w zastosowaniu zasady **polityki dawania i przyjmowania prezentów** od dostawców, klientów i stron współpracujących. Dodatkowo dostawcy

i partnerzy T-Mobile otrzymują na początku grudnia list z propozycją przekazania kwot na wybrany cel społeczny, przeznaczanych na świąteczne prezenty.

 2013  5037 

Polityka **compliance w Volkswagen Motor Polska** to polityka zgodności z przepisami, regulacjami i etyką. Jasne reguły są wsparciem dla pracowników, pomagają zwiększać globalną i lokalną odpowiedzialność firmy. Firma uznaje międzynarodowe konwencje, działa w zgodzie z własnymi deklaracjami, przyjmuje odpowiedzialność za swoje postępowanie. Compliance obejmuje takie zagadnienia, jak: bezpieczeństwo i higiena pracy, ochrona zdrowia, środowiska, unikanie konfliktu interesów i korupcji, równość szans. Wątpliwości w postępowaniu lub nieprawidłowości można zgłaszać do oficera compliance, którego obowiązuje zasada anonimowości.

 2014  1333 

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

3M zorganizowało **dialog z interesariuszami**, opierając się na standardzie AA1000SES. Prowadziła go firma Deloitte, w ramach opracowywania strategii zrównoważonego rozwoju w Polsce. Sesja składała się z trzech części: wprowadzenia, właściwej sesji i podsumowania. Na spotkanie zaproszono przedstawicieli kluczowych grup interesariuszy zewnętrznych firmy 3M w Polsce: administracji publicznej, samorządu lokalnego, partnerów biznesowych, uczelni wyższych i ośrodków naukowych, organizacji branżowych i społecznych, a także społeczności lokalnych.

 2920 

Dialog z interesariuszami CCC, przeprowadzony przez Deloitte zgodnie ze standardem AA1000SES, miał na celu nawiązanie relacji z interesariuszami, poznanie ich potrzeb i oczekiwań oraz wymianę doświadczeń i poruszenie wyzwań istotnych dla firmy w aspekcie wypracowania strategii CSR. W spotkaniu wzięli udział przedstawiciele kluczowych grup interesariuszy. Kwestie zgłoszone podczas sesji dialogowej zostały ujęte w Strategii CSR na lata 2017–2019 oraz w Raporcie niefinansowym za 2017 rok.

 6700 

DB Schenker zaprosił do swojej siedziby przedstawicieli różnych środowisk, aby porozmawiać o tym, w jaki sposób biznes może prowadzić **dialog z otoczeniem**. W spotkaniu wzięło udział ponad 40 osób. Swoimi doświadczeniami podzieliły się także firmy L’Oreal i Ambra. Uczestnicy spotkania mogli uporządkować swoją wiedzę na temat różnych form dialogu z otoczeniem, poznać konkretne przykłady realizacji dwustronnej komunikacji z interesariuszami, wymienić się swoimi spostrzeżeniami i wzajemnie zainspirować się do działania.

 2203 

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

przeprowadziła **dialog z interesariuszami**, korzystając ze standardu AA1000SES. Podczas spotkania uczestnicy mogli ocenić wizerunek KPF, jej rolę i wkład w rozwój rynku finansowego oraz standardy, jakie stosuje, by szerzyć idee odpowiedzialnego biznesu oraz etyki. Wysłuchano także pomysłów i oczekiwań dotyczących roli organizacji, jej przyszłych celów i zadań oraz planowanej publikacji raportu pozafinansowego KPF.



W 2016 roku **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** przyjął plan inwestycyjny do roku 2023, którego najważniejszym elementem jest budowa nowej drogi startowej. Dwa dni po przyjęciu planu inwestycyjnego przedstawiciele Kraków Airport rozpoczęli **spotkania informacyjne z mieszkańcami**. Łącznie w 2017 roku odbyło się 20 spotkań. Na spotkaniach przedstawiane były szczegółowe informacje dotyczące planowanej inwestycji.



PKN ORLEN w 2017 roku zakończył realizację Strategii CSR na lata 2017–2019. Strategia na lata 2018–2021 została w dużej mierze przygotowana w efekcie różnych form dialogu z interesariuszami. Celem **panelu interesariuszy**, przeprowadzonego wg standardu AA1000 SES, było pozyskanie uwag, spostrzeżeń, opinii, wniosków od różnych grup interesariuszy oraz powiązanie projektów Strategii ze sposobem ich raportowania w raporcie zintegrowanym – w zakresie realizacji priorytetów firmy i realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju. Planowana jest organizacja kolejnych sesji dialogowych, także zgodnie ze standardem.



Firma **SITECH**, przygotowując się do raportowania danych niefinansowych, zorganizowała panel dyskusyjny z interesariuszami wg standardu AA1000. Celem **dialogu z interesariuszami** było poznanie ich oczekiwań oraz wystuchanie opinii dotyczących działań oraz planów firmy związanych z CSR i zrównoważonym rozwojem. W dyskusji wzięli udział interesariusze zewnętrzni i wewnętrzni. Raport ze spotkania został wystany do jego uczestników.



Rady Klientów to cykliczne spotkania przedstawicieli **Banku BGŻ BNP Paribas** z klientami ważnymi dla banku oraz dla lokalnych społeczności. Mają one na celu wypracowywanie rozwiązań poprawiających jakość współpra-

cy obu stron, poznanie zdania klientów i posłuszenie się ich opiniami do budowania przewagi konkurencyjnej banku. W 2017 roku odbyło się 13 spotkań w głównych miastach Polski (dwa razy w roku w każdym Regionie MSP). W każdym z nich uczestniczyło ok. 15 klientów. Część wniosków ze spotkań, po ich zweryfikowaniu, jest wdrażana w praktyce, jak np. obecnie skracany proces kredytowy.



Rada Interesariuszy w Zakładzie Utylizacyjnym

jest platformą, której zadaniem jest poznawanie i rekomendowanie rozwiązań na rzecz odpowiedzialnego funkcjonowania zakładu, redukcji uciążliwości i bezpieczeństwa środowiskowego mieszkańców. Rada ma też wymiar edukacyjny. Przedstawiciele mieszkańców są członkami komisji przetargowych czy formalnych dialogów technicznych przy inwestycjach o znaczeniu antyodorowym lub środowiskowym.



CEMEX prowadzi **dialog z interesariuszami** od początku swojej działalności w Polsce, informując ich o bieżących działaniach i planach biznesowych. Spotkania odbywają się co roku w cementowniach spółki w Chetmie i w Rudnikach, a uczestniczą w nich sąsiedzi cementowni, przedstawiciele lokalnej społeczności, organizacji pozarządowych, szkół i instytucji oraz kontrahenci biznesowi. Od 2013 roku CEMEX prowadzi dialogi wg standardu AA1000SES. Przeprowadzono 14 spotkań, w których uczestniczyło prawie 600 interesariuszy.



Sesje dialogowe „Wspólna droga” Grupy Raben mają pokazać potrzeby i oczekiwania interesariuszy oraz poinformować ich o celach i kierunkach rozwojowych firmy. Działania firmy są rezultatem rozmów prowadzonych z interesariuszami w formule okrągłego stołu, zgodnych z normą AA1000SES. W 2017 roku zrealizowano ponad 80% z 86 pomysłów zgłoszonych na sesjach w 2016 roku. W Strykowie i Rzeszowie zgłoszono 71 postulatów. Do dialogu zaproszono 50 przedstawicieli różnych grup.



W 2017 roku **ENERIS Ochrona Środowiska** kontynuowała **konsultacje społeczne** w Rudzie Śląskiej oraz rozpoczęła podobny proces w związku z planami budowy elektrociepłowni na biomasę w Siemiatyczach. Konsultacje pomogły umocnić relacje z lokalnymi samorządami, wpłynęły korzystnie na wizerunek branży, a lokalnym społecznościom dały wiedzę na temat inwestycji.



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

ETYKA

Carlsberg Polska buduje swoją kulturę organizacyjną i popularyzuje zasady etyczne wśród pracowników i partnerów handlowych zgodnie z **Kodeksem etyki i postępowania w biznesie**. Obszary opisane w Kodeksie to m.in.: zgodność z przepisami prawa i procedurami firmy, przestrzeganie przepisów wymierzonych przeciw korupcji i przekupstwu, przestrzeganie prawa konkurencji, ochrona danych i ochrona prywatności, ochrona i odpowiednie korzystanie z zasobów firmy, informacje poufne i zastrzeżone, działalność polityczna i darowizny, rzetelność ksiąg, rejestrów i sprawozdań publicznych oraz odpowiedzialna konsumpcja alkoholu.



Podstawą tworzenia przejrzystych i równych dla wszystkich warunków pracy jest **Kodeks etyki CCC**, wprowadzony w 2014 roku. Dokument ten określa wartości, którymi grupa kieruje się w swojej działalności i w relacjach z interesariuszami. Wdrożenie standardów etycznych i ich przestrzeganie pozwoliło pracownikom ugruntować wiedzę na temat m.in.: relacji z partnerami biznesowymi, konfliktu interesów, ochrony powierzonego mienia. Kodeks podlega rocznym przeglądom.



Kodeks etyki, który obowiązuje w **EmiTelu**, reguluje kwestię ogólnych praktyk biznesowych, na podstawie których prowadzona jest działalność firmy. Wprowadzenie Kodeksu ma na celu promowanie uczciwego, sprawiedliwego i etycznego postępowania w relacjach biznesowych. Każdy pracownik dołączający do zespołu zapoznaje się z najważniejszymi regulacjami firmy, w tym z Kodeksem etyki.



Firma **Eurocash** przyjęła **Kodeks etyczny**, który w jasny i przejrzysty sposób określa standardy postępowania, jakich firma oczekuje od wszystkich pracowników. Zawiera on kluczowe wartości grupy: zorientowanie na klienta, dzielenie się zyskami, przedsiębiorczość, odpowiedzialność, rzetelność, przejrzystość, zadowolenie z pracy i pracę zespołową. Kodeks ułatwia postępowanie w sytuacjach związanych m.in. z przekazywaniem prezentów, poufnością, dyskryminacją czy zapobieganiem konfliktom interesów. Każdy nowy pracownik przechodzi szkolenie z zasad etyki w firmie.



Wprowadzony w **Farm Frites Poland** **Kodeks postępowania etycznego** określa standardy postępowania obowiązujące wszystkich pracowników. Obejmuje on obszary wewnętrzne, m.in. zdrowie i bezpieczeństwo, ochronę informacji firmy, konflikt interesów, równe szanse zatrudnienia oraz rozwoju zawodowego bez względu na płeć, wiek i wyznanie. Kodeks określa również zasady postępowania wobec interesariuszy. Wraz z Kodeksem została powołana komisja ds. etyki, która składa się z trzech członków; dwóch z nich zosta-

to nominowanych przez pracowników, a następnie wybranych w wyborach.



Kodeks postępowania Fiat Chrysler Automobiles

obejmuje zestaw kluczowych zasad, praktyk i procedur, na które składają się doświadczenia pracowników, aktualne badania nad obowiązującymi przepisami prawnymi i najlepszymi praktykami oraz analiza porównawcza etyki korporacyjnej i jej zgodności z przepisami. Kodeks ma zapewnić, by pracownicy postępowali z najwyższą uczciwością, przestrzegali obowiązujących przepisów oraz budowali lepszą przyszłość spółki i otaczających ją społeczeńści.



Coca-Cola HBC Polska przygotowała tygodniową

kampanię informacyjną **„Tydzień etyki i zgodności”**, która miała na celu zwiększenie świadomości etycznej pracowników oraz ich wiedzy na temat zasad compliance i praw człowieka. Tej tematyce została poświęcona odrębna sekcja w intranecie, która zawiera filmy, grafiki, toolboxy, quizy i konkursy. Dodatkowo pracownicy byli zachęceni do wykonania szkolenia e-learningowego dotyczącego kwestii etycznych i zasad compliance.



Polityka antykorupcyjna w GK PGE to dokument bazujący na wdrożonym w czerwcu 2016 roku Kodeksie etyki. W **PGE Polskiej Grupie Energetycznej** przeprowadzono warsztaty dotyczące tego zagadnienia, w których do września 2017 roku wzięło udział 95,88 procent pracowników.



Whistleblowing w Grupie Raben

to procedura informowania o działaniach, które są niezgodne z prawem lub etyką biznesu. Wspiera budowę lub utrzymanie wiarygodnie działającej organizacji, w której każdy postępuje zgodnie z przepisami prawa i wewnętrznymi regulacjami. Narzędzie do zgłaszania nieprawidłowości powstało we współpracy z EthicsPoint i jest dostępne w 11 językach. Daje możliwość zgłoszenia nieprawidłowości poprzez formularz online oraz infolinię. Można je zgłaszać w sposób anonimowy lub osobowy. Można też śledzić postęp zgłoszonej sprawy.



Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

wypracowała i wdrożyła program poprawy praktyk biznesowych oraz jakości usług świadczonych przez przedsiębiorstwa finansowe. Podstawą tego programu są Zasady dobrych praktyk (ZDP). Jest to dokument – **program etyczny**, stanowiący zbiór zasad postępowania, oparty na ogólnych normach moralnych i zgodny z obowiązującym prawem.



Orange Polska, zdając sobie sprawę z roli mediów społecznościowych we współczesnym świecie, i pamiętając, że najważniejsze dla firmy jest bezpieczeństwo, przygotowała dla swoich pracowników „Przewodnik po mediach społecznościowych”, a w nim wskazówki ułatwiające poruszanie się po nim. W przewodniku zamieszczono cztery zasady dotyczące: szacunku do innych, bycia wiarygodnym, wspierania społeczności i bezpieczeństwa. Przewodnik został udostępniony wszystkim pracownikom.



Kodeks etyki obowiązujący w **ANG Spółdzielnia** został zaktualizowany w 2017 roku. Każdy współpracownik ma obowiązek zapoznania się z jego treścią. Odbывают się również szkolenia pogłębiające znajomość kodeksu. Na straży przestrzegania zapisanych zasad stoi Komisja Etyki oraz Rzecznik ds. Etyki. Każdy ze współpracowników lub interesariuszy zewnętrznych może zgłosić naruszenie zasad na adres: etyka@angkredyty.pl.



Aktualizowany na bieżąco **Kodeks etyki Credit Agricole Bank Polska** reguluje zasady dotyczące zapobiegania powstawaniu konfliktów interesów, przyjmowania i wręczania upominków, transakcji prywatnych pracowników banku, relacji między pracownikami, relacji z podmiotami konkurencyjnymi, a także kontaktów z instytucjami publicznymi, klientami, partnerami biznesowymi i dostawcami. Zawiera tzw. miękkie uregulowania – zasady etycznego postępowania w biznesie.



Opracowany przez **Job Impulse Polska** w 2012 roku, a zaktualizowany w 2014 roku **Kodeks etyczny** to deklaracja przestrzegania reguł w biznesie, dotyczących trzech obszarów: polityki antykorupcyjnej, etycznego zarządzania zasobami ludzkimi i polityki ekologicznej. Kodeks promowany jest wśród pracowników, klientów oraz partnerów biznesowych Strefy Job. W przygotowaniu Kodeksu uczestniczyło 90% pracowników.



Zarząd **Lyreco Polska** podjął decyzję o stworzeniu **Kodeksu etycznego pracowników Lyreco**, który reguluje ogólne zasady etyki w biznesie i współpracy z kontrahentami. Zawiera zobowiązania firmy wobec pracowników dotyczące zapewnienia bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy, różnicowania i braku zgody dyskryminację.



Kodeks postępowania Skanska opiera się na wartościach firmy. Wyznaczają one standardy prowadzenia działalności w sposób odpowiedzialny i zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju. Kodeks określa sposób, w jaki pracownicy **Skanska w Polsce** powinni postępować w kontaktach z kolegami z pracy, klientami, społecznościami i innymi interesariuszami. Kodeks został uzupełniony o Kodeks dostawcy.



Tydzień Wartości Grupy Adamed to cykliczne wydarzenie, którego celem jest utrwalanie wartości grupy. Po raz pierwszy został zorganizowany w 2017 roku jako Międzynarodowy Festiwal Wartości w Grupie Adamed pod hasłem „Together we can more!”. Wydarzenie odbyło się jednocześnie w siedmiu państwach: w Polsce, Rosji, Kazachstanie, Czechach, Hiszpanii oraz na Ukrainie i Słowacji. W festiwalu uczestniczyło 428 pracowników, a zaangażowanie na specjalnie utworzonym fanpage'u wykazały 452 osoby.



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



Głównym celem istnienia **programu etycznego Grupy ERGO Hestia** jest usystematyzowanie przestrzeganych reguł i wartości oraz umożliwienie odniesienia się do nich w każdej sytuacji. Przykładem działań jest wprowadzenie przez Grupę Kodeksu etyki zawodowej agenta ERGO Hestii. Filarami Kodeksu etycznego grupy są Kodeks postępowania oraz Reguły przeciwdziałania nadużyciom. W grupie został powołany oficer ds. przeciwdziałania nadużyciom.



Etyka stanowi podstawę działań **Provident Polska**. Co roku cały zespół bierze udział w szkoleniu e-learningowym, organizowany jest też Tydzień Etyki, w ramach którego odbywają się m.in. konkurs „Bohaterowie etyki”, quizy dla pracowników czy konkurs „Wybieram właściwą drogę” dla dzieci pracowników.



W firmie **PwC** szkolenie z zakresu etyki jest elementem kursu wprowadzającego dla każdego nowego pracownika, który otrzymuje także egzemplarz Kodeksu postępowania.



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

W ramach praktyki **Etyka w PwC** firma cyklicznie organizuje szkolenia, pokazujące pracownikom prawidłowe wzorce postępowania i wskazujące właściwe ścieżki działania oraz podejmowania decyzji w konkretnych przypadkach.



Zadaniem **Komitetu ds. Etyki** istniejącego w **Skanska w Polsce** jest zapewnienie wytycznych dotyczących etyki oraz badanie podejrzeń naruszenia Kodeksu postępowania Skanska. To organ opiniodawczo-doradczy dla prezesów poszczególnych jednostek firmy w kwestiach związanych z Kodeksem i wytycznymi stosowania Kodeksu. Pracownicy Skanska mogą kontaktować się z komitetem za pomocą adresu e-mailowego, co daje im możliwość anonimowego wyjaśnienia wątpliwości związanych z zapisami Kodeksu postępowania Skanska.



RAPORTOWANIE

CSRinfo i Polska Izba Biegłych Rewidentów wraz z partnerami współtworzącymi Zespół ds. Sprawozdawczości Niefinansowej zorganizowały 3 października 2017 roku w Ministerstwie Rozwoju bezpłatną konferencję poświęconą nowym wymogom ustawy o rachunkowości – **konferencję „Praktyka raportowania niefinansowego. Jak wypełnić nowe wymogi ustawy o rachunkowości”**. Głównym założeniem konferencji było przekazanie przedstawicielom firm, które objęły nowe wymogi ustawy, praktycznych wskazówek dotyczących procesu raportowania niefinansowego. Ponadto wszyscy uczestnicy otrzymali bezpłatną publikację *Poradnik dla raportujących*.



Przygotowana przez **DB Cargo Polska** we współpracy z Deloitte Advisory **analiza wpływu** była głównym elementem promocji spółki podczas Międzynarodowych Targów Transportu Kolejowego TRAKO 2017. Polski rynek kolejowy mógł dzięki niej dowiedzieć się, jak firma z branży kolejowej wpływa na swoje otoczenie i jak duży wpływ ma jej działalność na rozwój społeczeństwa, gospodarkę oraz zasoby naturalne. Podczas TRAKO zorganizowano, we współpracy z Forum Odpowiedzialnego Biznesu, pierwszą w branży kolejowej debatę poświęconą zrównoważonemu rozwojowi na kolei.



„Oświadczenie na temat informacji niefinansowych **Grupy Agora** za 2016 rok” zostało przygotowane jako fakultatywny raport prezentujący informacje dotyczące: ładu organizacyjnego, kwestii pracowniczych i praw człowieka, etyki, odpowiedzialności za produkty i usługi, roli mediów, przeciwdziałania korupcji i nadużyciom, kwestii społecznych i środowiskowych. Raport powstał zgodnie z Wytycznymi GRI-G4 i Suplementem Media, w wersji polskiej i angielskiej. W ramach przygotowywania raportu za 2017 rok firma

przewiodła dialog z interesariuszami. Wyrazem **odpowiedzialnego i zrównoważonego zarządzania** jest również debiut spółki w 2017 roku w RESPECT Index, czyli Indeksie Spółek Odpowiedzialnych GPW w Warszawie.



Raport społecznej odpowiedzialności Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych opisuje działania dotyczące etyki biznesu, prowadzonych badań oraz realizowanych projektów edukacyjnych i działań CSR, za lata 2012–2016. Ostateczny kształt dokumentu powstał na podstawie opinii uczestników sesji dialogowej, zorganizowanej w gronie wybranych interesariuszy KPF, w grudniu 2016 roku. Raport powstał w zgodzie z normą ISO 26 000 oraz wytycznymi Global Reporting Initiative (GRI) w wersji GRI-G4.



Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice, jako pierwszy regionalny port lotniczy w Polsce, rozpoczął raportowanie danych niefinansowych. Pierwszy **raport zrównoważonego rozwoju** obejmuje dane za rok 2016 i jest wstępem do cyklicznego raportowania społecznej odpowiedzialności zarządczej lotniskiem. Ukazuje jednocześnie podstawy zarządzania spółką, osiągnięte wyniki, plany na przyszłość i powiązania działań z zakresem społecznej odpowiedzialności ze strategią biznesową. Celem publikacji jest również ułatwienie interesariuszom zrozumienia złożoności codziennego funkcjonowania portu lotniczego.



PGE Polska Grupa Energetyczna, rok przed obowiązkowym terminem, a także jako jedna z pierwszych firm w Polsce, opublikowała w 2017 roku **„Oświadczenie o ujawnianiu danych niefinansowych za 2016 rok”**. Stanowi on załącznik do sprawozdania Zarządu GK PGE za 2016 rok.



Raport zrównoważonego rozwoju 2016/2017 firmy **Stena Recycling** odpowiada na potrzebę zdiagnozowania, w jakim miejscu znajduje się firma na drodze do zrównoważonego rozwoju. Podsumowuje, jakie działania zostały już wdrożone, opisuje ich efekt oraz wskazuje obszary, które warto wzmocnić w przyszłych latach. Miarą efektywności raportu jest szczegółowość zebranych informacji o firmie, związanych ze zrównoważonym rozwojem, od poziomu ogólnego, aż po działania pojedynczych spółek, w różnych państwach.



Zintegrowany raport „O odpowiedzialności” [www.raport2016.angkredyty.pl] jest czwartym raportem **ANG Spółdzielni**. Powstał na podstawie dialogu z interesariuszami, standardów GRI G4 oraz standardów raportowania zintegrowanego IIRC. Mówi o wyzwaniach dla Spółdzielni i całej branży, odpowiada na oczekiwania intere-

sariuszy, przedstawia plany na przyszłość i wyniki finansowe. Spółdzielnia jest jedynym pośrednikiem finansowym i jedną z nielicznych firm w branży finansowej przygotowującą taki raport. Raport wydano w wersji dla klientów, spółdzielców i ekspertów oraz partnerów finansowych, a streszczenia w formie ulotek wydrukowano na papierze z recyklingu.



DB Schenker w 2017 roku po raz czwarty **przygotował i opublikował „Raport odpowiedzialności”**, opisujący działania podejmowane we współpracy z różnymi interesariuszami i na ich rzecz. Publikacja przedstawia w cyklu dwuletnim dane ekonomiczne, społeczne i środowiskowe i uwzględnia głos kluczowych interesariuszy. W proces przygotowania zaangażowani byli pracownicy różnych działów firmy. Przeprowadzono wywiady z klientami i dostawcami. Publikacja została poddana zewnętrznej, niezależnej weryfikacji przez firmę Deloitte Advisory. Raport jest dostępny tylko w wersji on-line – www.dbschenker-csr.pl.



„Raport zrównoważonego rozwoju” Grupy Enea za 2016 rok (szósty w ogóle, a piąty w wersji online) jest przejawem transparentności w prezentowaniu danych niefinansowych i celów strategicznych oraz ich przełożenia na podjęte działania i inicjatywy oraz ich ekonomiczne, społeczne i środowiskowe skutki. W pracach brali udział przedstawiciele 10 spółek. Raport został opracowany wg najnowszych wytycznych międzynarodowego standardu raportowania GRI G4 na poziomie aplikacji „Core”. Proces raportowania przeprowadzono w zgodzie z czterema zasadami standardu GRI G4: uwzględniania interesariuszy, istotności, kontekstu zrównoważonego rozwoju oraz kompletności.



Grupa Kapitałowa LOTOS przygotowała **„Zintegrowany raport roczny” w wersji elektronicznej**. Publikacja ma postać interaktywnej, przyjaznej użytkownikowi platformy internetowej, która ułatwia odbiorcy dotarcie do interesujących go danych, a także m.in. porównywanie wyników, generowanie analiz i wykresów itp. Od 2009 roku raporty są dostępne na stronie: www.raportroczny.lotos.pl.



Raport „Ważymy lepszy świat” za 2016 rok pokazuje wpływ **Grupy Żywiec** na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko oraz przedstawia wyniki realizacji strategii zrównoważonego rozwoju. Raport, dostępny na www.raport.grupazywiec.pl, dopełniają historie publikowane na stronie internetowej firmy i w mediach społecznościowych. Skrócone dane i treści z raportu były przekazywane interesariuszom w postaci tzw.

listu w butelce – listu z infografiką podpisanego przez prezesa firmy. Dotarł on do ok. 200 kluczowych interesariuszy grupy.



PKN ORLEN co roku publikuje raport w postaci serwisu internetowego <http://raportzintegrowany2016/> – w wersji polskiej i angielskiej. Jego strukturę i treść oparto na wytycznych International Integrated Reporting Council oraz – w zakresie raportowania działalności niefinansowej – na standardzie GRI G4. **„Raport zintegrowany Grupy ORLEN 2016”** uwzględnia najnowsze kierunki ustawodawstwa UE dotyczące ujawniania informacji niefinansowych i różnorodności.



ZARZĄDZANIE

Budowę pierwszej w historii spółki **Aquanet Strategii Zrównoważonego Rozwoju i CSR** na lata 2017–2022 rozpoczęto od przeprowadzenia szerokiej analizy trendów zrównoważonego rozwoju i standardów odpowiedzialności w branży wodociągowo-kanalizacyjnej. W kolejnych etapach odbyło się 30 spotkań pracowniczych (indywidualnych i grupowych) i trzy warsztaty strategiczne z zarządem, przeprowadzono analizę procesów w firmie i zmapowano je, skupiając się na rynku i trendach, społeczeństwie, miejscu pracy i środowisku. Przeprowadzono również anonimową ankietę dotyczącą kwestii zrównoważonego rozwoju i CSR w Aquanet SA.



W 2017 roku firma **CCC** wdrożyła odrębną **Strategię CSR**, wpisaną w cele biznesowe. W proces określania kierunków strategicznych zostali włączeni również interesariusze Grupy, m.in. poprzez przeprowadzenie wśród pracowników i klientów ankiet na temat istotnych obszarów odpowiedzialności oraz uwzględnienie głosu interesariuszy uczestniczących w sesji dialogowej, na której zebrano oczekiwania dotyczące przyszłych działań CSR Grupy. Strategia CSR zawiera trzy główne obszary strategiczne. W każdym z trzech obszarów strategicznych wyznaczono po trzy kolejne priorytety, w ramach których wdrażane są projekty i działania na lata 2017–2019.



W czerwcu 2017 roku w Centrum Smak Kariery **Carrefour Polska** zorganizowano spotkanie przedstawicieli sektora spożywczego, by wspólnie wypracowywać rekomendacje dla branży w obszarze realizacji 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju. Spotkanie zorganizowała firma CSR Consulting w współpracy z Global Compact Network Poland, a Carrefour Polska był partnerem branżowym wydarzenia. Wnioski ze spotkania były nie tylko inspiracją dla uczestników,



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

ale też zostały wykorzystane w przewodniku dla firm *SDGs* w praktyce. Publikację zaprezentowano po raz pierwszy 6 grudnia podczas konferencji w Ministerstwie Rozwoju „SDG 17”. W trakcie konferencji Carrefour Polska dołączył do **Partnerstwa na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju**.



Credit Agricole Bank Polska przygotował i wdrożył **Kartę CSR dla Departamentu Usług Generalnych** (dawniej Administracja). Najpierw opracowano konspekt Karty na podstawie informacji z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu zebranych z innych jednostek banku lub organizacji (do końca 2016 roku). Następnie (w 2017 roku) wdrożono dokument oraz dostosowano do niego kluczowe wewnętrzne procedury i polityki Departamentu Usług Generalnych. Uaktualnione procedury i polityki, zgodnie z Kartą CSR, stanowią element kultury organizacyjnej banku.



Celem wdrożenia **polityki zintegrowanego systemu zarządzania (zsz)** w **Fujitsu Technology Solutions** jest zapewnienie klientom m.in. wsparcia i obsługi zgodnej z interesami ich firmy i z ogólnie obowiązującym prawem. Zasady ZSZ realizowane są m.in. poprzez wysokie, potwierdzone i stale zwiększane kompetencje pracowników, a także stosowanie rozwiązań i technologii o wysokich i sprawdzonych standardach. Wszyscy pracownicy organizacji są zobowiązani do aktywnego udziału we wdrażaniu i utrzymywaniu systemu.



Celem **procedury zarządzania konfliktami interesów**, która została wdrożona w **Polpharmie** w roku 2017, jest zapobieganie konfliktom interesów i ochrona grupy przed ich negatywnymi konsekwencjami. Procedura wyjaśnia, jakie okoliczności powodują wystąpienie konfliktu interesów. Określa także, jak należy się zachować w sytuacji, gdy konflikt zaistnieje, oraz jakie działania może podjąć pracodawca. Procedura skierowana jest do wyższej kadry managerskiej. Obejmuje jednak także pracowników zajmujących inne stanowiska, określone w załączniku do procedury. Procedura zarządzania konfliktami interesów opiera się na podstawowej zasadzie ujawniania potencjalnych konfliktów. Zapewnia to przejrzystość działania firmy oraz umożliwia zarządzanie ujawnionymi konfliktami.



„**Ład Spółdzielni**”, zaktualizowany w 2017 roku, to zbiór zasad i regulacji, których celem jest zapewnienie równowagi między interesami podmiotów zaangażowanych w działania **ANG Spółdzielni**. Znajomość i przestrzeganie tych zapisów jest obowiązkowe dla wszystkich współpracowników, normy są elementem szkoleń, a ewentualne zgłoszenia dotyczące naruszenia zasad mogą być analizowane przez Komisję Etyki.



W **Banku BGŻ BNP Paribas** prowadzony jest proces monitorowania transakcji oraz finansowania firm pod kątem aspektów społecznych, ekonomicznych i środowiskowych. Jest to wyraz strategii odpowiedzialnego finansowania gospodarki. Wyodrębniono sektory wrażliwe (np. energetyczny, węglowy, obronny, leśny, energii atomowej czy rolniczy), w których transakcje są szczegółowo rozpatrywane przez zespół ekspertów pod kątem zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju. Obecni i potencjalni klienci działający w tych sektorach są informowani o politykach CSR oraz otrzymują wsparcie niezbędne do zrozumienia procesu **analizy ryzyk CSR w polityce kredytowania firm**.



Cel programu **STOP Marnotrawstwu** to walka z codziennym marnotrawstwem na każdym szczeblu funkcjonowania **Carrefour Polska** i promowanie przeciwdziałania marnotrawstwu wśród pracowników, dostawców i klientów sieci. To m.in. ograniczenie zużycia energii, proekologiczne rozwiązania w sklepach (oświetlenie LED, przyjazny środowisku system chłodniczy wykorzystujący CO₂), racjonalnie gospodarowanie odpadami oraz stosowanie odnawialnych źródeł energii. Carrefour współpracuje też z Bankami Żywności, prowadzi akcje edukacyjne dla klientów, szkoli dostawców i realizuje dla nich m.in. kampanię Autodiagnostyk.



Wdrażając **normę SA8000**, firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** musiała zadbać o przestrzeganie zasad dotyczących takich kwestii, jak: praca dzieci, praca przymusowa, BHP, prawo do zrzeszania się, dyskryminacja, praktyki dyscyplinujące, godziny pracy, wynagrodzenie, systemy zarządzania.





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

PRAWA CZŁOWIEKA



obszarze prawa człowieka znalazło się w tym roku 20 praktyk nowych i 17 długoletnich.

To prawie dwukrotnie więcej niż w ubiegłorocznej edycji raportu. Najwięcej działań poświęconych zostało przeciwdziałaniu mobbingowi i dyskryminacji w miejscu pracy, a także upowszechnianiu różnorodności oraz wyrównywaniu szans kobiet i mężczyzn. Firmy zaczynają też odpowiadać na wyzwanie, jakim jest coraz większa liczba obcokrajowców w naszym kraju, a co za tym idzie i na rynku pracy.

Zdecydowana większość praktyk, zarówno długoletnich, jak i nowych, przyczynia się do osiągnięcia Celu 8 dotyczącego godnej pracy (12 praktyk) i Celu 10 (15 praktyk), który brzmi „mniej nierówności”. Następnym w kolejności pod względem częstości pojawiania się jest Cel 5, związany z równością płci.

Najczęściej poruszonym tematem w praktykach, tak jak w latach poprzednich, była różnorodność. Firmy zaczynają decydować się na kompleksowe podejście do zatrudniania osób z grup narażonych na wykluczenie i chcą do tego przygotować także innych – pracujących już w organizacji pracowników. Wśród nadesłanych inicjatyw pojawiły się przykłady warsztatów dotyczących tolerancji i przeciwdziałania dyskryminacji zarówno dla pracowników niższego szczebla, jak i dla menedżerów, akcje informacyjne dla osób zatrudnionych w firmie, a także przykłady zaangażowania całej organizacji w projekty zewnętrzne, np. udział firmy w marszu równości, aby okazać wsparcie osobom LGBT.

Drugim największym obszarem praktyk związanych z prawami człowieka były działania z zakresu polityk i procedur w organizacjach. Więcej niż w roku ubiegłym pojawiło się nowych praktyk dotyczących przeciwdziałania mobbingowi w miejscu pracy. Wciąż jest to jednocyfrowa liczba, ale tendencja jest rosnąca,

jeśli chodzi o zwiększanie poczucia bezpieczeństwa pracowników. Pracodawcy robią to poprzez np. ułatwienie zgłaszania przypadków noszących znamiona mobbingu, szkolenia e-learningowe poświęcone tematyce przeciwdziałania dyskryminacji i wprowadzanie przejrzystych, dostępnych dla wszystkich pracowników polityk i zasad postępowania w razie przypadków mobbingu lub działań noszących takie znamiona.

Stopniowo wzrasta liczba firm, w których tematy przeciwdziałania dyskryminacji, włączania i różnorodności, czyli szanowania praw człowieka, zaczynają przenikać wiele procesów, procedur i obszarów aktywności. Rozdział „Prawa człowieka” jest w raporcie wciąż jednym z najmniejszych liczbą praktyk, jednak z roku na rok widać zmianę na lepsze. Na tę zmianę, w podejściu pracodawców do praw człowieka, wskazuje nie tylko liczba zgłoszonych praktyk, wyniki badań i raporty, ale także obserwacje Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Spotkania poświęcone tematowi zarządzania różnorodnością organizowane w ramach Karty Różnorodności cieszą się coraz większym zainteresowaniem, a sama Karta tylko w 2017 roku została podpisana przez prawie 50 nowych organizacji.

Zgłoszone w tym roku praktyki pozwalają przypuszczać, że pracodawcy zauważają korzyści z tworzenia bardziej różnorodnych, otwartych i włączających miejsc pracy, które nie tylko mogą skutkować większą liczbą innowacji, ale też większymi zyskami (badanie McKinsey&Company „Delivering through diversity”).

20 praktyk nowych

17 praktyk długoletnich

24 firmy

PRAWA CZŁOWIEKA

- Liczba zatrudnionych pracowników w 2017 r.
- Małe / średnie przedsiębiorstwo
- Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
- Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 180

EDUKACJA

Zespół pracowników **Banku BGŻ BNP Paribas**, przy wsparciu Fundacji „Nasz wybór”, zainicjował i zorganizował akcję pod hasłem „**Kawiarenka Ukraińska**”, w ramach której w warszawskim biurze centrali odbyły się spotkania z udziałem przedstawicieli Fundacji i Domu Ukraińskiego. Celem akcji było zwrócenie uwagi na migrację Ukraińców do Polski i związaną z nią potrzebę ich integracji oraz wzmocnienie świadomości Polaków dotyczącej problemów społeczno-politycznych na Ukrainie. Kawiarence towarzyszyła prowadzona przez pracowników zbiórka środków dla dzieci z Ukrainy, które straciły najbliższych podczas wojny.

7200

Projekt „**Bezpiecznie za granicą**” ma promować legalne i bezpieczne wyjazdy do pracy poza Polskę i uświadaczać ryzyko związane z handlem ludźmi. **Grupa ATERIMA** wraz ze Stowarzyszeniem PoMOC tworzy bezpłatne materiały edukacyjne dla wyjeżdżających i firm delegujących pracowników za granicę, prowadzi akcje informacyjne w mediach i rozwija serwis www.bezpieczny-wyjazd.eu. Organizowane są szkolenia dla pracowników ATERIMA MED, które uczą rozpoznawać potencjalne ofiary handlu ludźmi i pomagać tym, którzy wcześniej mogli się nimi stać.

2011 165

Monika Kłonowska – szkolenia i Relations Maria Pawłó oferują dostępne dla wszystkich newsletter i blog (www.mobbingidyskryminacja.pl/blog). Publikowane są tam artykuły z zakresu **przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji** oraz aktualne orzecznictwo i komentarze do sytuacji społecznej.

2013 1

KOBIETY W BIZNESIE

Misją **Forum Kobiet (WLF)** jest rozwijanie liderów na każdym szczeblu organizacji. Jego celem zaś jest zaangażowanie kobiet i mężczyzn w działania prowadzące do integracji i awansu kobiet poprzez wsparcie ich w rozwoju zawodowym i zapewnienie im równych szans kariery. W ramach WLF w **3M** zorganizowano wykłady oraz debaty prowadzone przez menedżerów z firmy i ekspertów zewnętrznych, dotyczące rozwoju kariery, work-life balance, walki ze stereotypa-

mi i uprzedzeniami. Prowadzone są także szkolenia coachingowe i zewnętrzny mentoring z organizacją Vital Voices. Wprowadzono również elastyczny czas pracy oraz możliwość pracy z domu.

2920

Rada Kobiet IT jest inicjatywą realizowaną w wielu lokalizacjach **Credit Suisse**, w Polsce – we Wrocławiu i w Warszawie. Jej celem jest zachęcenie kobiet do pracy w IT przez zapewnienie im i ułatwienie możliwości rozwoju w branży technologicznej. W ramach inicjatywy organizowane są szkolenia poszerzające wiedzę technologiczną oraz sesje informacyjne na temat możliwości rozwoju w ramach jednostek banku zorientowanych na technologie. Pokazuje się różnorodność możliwości, jakie oferują techniczne profile zawodowe, tak by dopasować aktualne doświadczenie pracownika do możliwości rozwoju na nowych stanowiskach.

5000

NewsMavens.com Grupy Agora to przegląd najciekawszych i najważniejszych tekstów wybranych przez dziennikarki z mediów newsowych w Europie. Serwis działa dzięki współpracy wydawców i dziennikarek niezależnych – pod koniec 2017 roku pracowało w nim 21 dziennikarek z 13 tytułów. Każda z nich wybiera i opisuje w języku angielskim najważniejsze jej zdaniem publikacje ze swojego kraju i regionu, dając odbiorcom NewsMavens.com unikalne, kobiece spojrzenie na wydarzenia w Europie, zwłaszcza te spoza głównego nurtu, dotyczące mniejszych państw członkowskich UE.

3026

Celem obchodzonego 8 marca **Dnia Kobiet/ Dnia Różnorodności** w **Capgemini Polska** jest promowanie różnorodności i zwiększanie świadomości pracowników.

2013 7000

W **Hewlett Packard Enterprise** w ramach globalnej polityki Diversity & Inclusion w 2013 roku powstała grupa **Women@HPE Poland**. Zorganizowano szkolenia z zarządzania zmianą, budowania kariery zawodowej oraz zrównoważonego łączenia życia zawodowego z prywatnym, panele dyskusyjne z blogerką HR-ową, prezentacje pracownic firmy, które zdecydowały się na przerwę w pracy, aby realizować osobiste pasje do podróżowania, i spotkania z liderkami kadry zarządzającej w ramach cyklu „Women@HPE inPower”.

2016 1000

Łoża Kobiet Biznesu to platforma networkingowa, której istotnym elementem są warsztaty. Łoża jest obecna we wszystkich oddziałach **PwC** w Polsce. Gospodyniami spotkań są partnerki i menedżerki firmy, a uczestniczą w nich zawsze goście specjalni.

2015 5000

POLITYKI I PROCEDURY

Firma **EmiTel** wprowadziła **procedurę antymobbingową i antydyskryminacyjną**, czyli formalną ścieżkę postępowania na wypadek zgłoszenia niewłaściwego działania lub zachowania, noszącego znamiona mobbingu lub dyskryminacji. Powołano rzecznika ds. zapobiegania mobbingowi i dyskryminacji, którego rolą jest reagowanie na wszelkie sygnały dostrzeżone lub przekazywane przez członków zespołu EmiTel. Zadaniem rzecznika jest efektywne rozpatrywanie przypadków domniemanego niewłaściwego działania lub zachowania, noszącego znamiona mobbingu lub dyskryminacji.



W **Eurocash** przyjęta została wewnętrzna **polityka antymobbingowa**, która ustala zasady przeciwdziałania zjawisku mobbingu w Grupie. Polityka określa szczegółowo sposób składania przez pracowników skarg na mobbing oraz tryb wyjaśniania i rozpatrywania skarg. Znajomość i stosowanie polityki obowiązuje wszystkich pracowników firmy. Za nadzór i realizację polityki odpowiedzialny jest Dyrektor Personalny Eurocash.



Także w firmie **Henkel Polska** wprowadzono **politykę antymobbingową**, która służy podejmowaniu działań prewencyjnych, zwiększaniu świadomości pracowników i prełożonych nt. zachowań niedozwolonych, a także eliminacji wszelkich zachowań o charakterze mobbingowym w miejscu pracy. Ramy działania dla polityki antymobbingowej wyznaczają: kodeks etyki, normy społeczne oraz procedura antymobbingowa. Procedura określa prawa i obowiązki pracowników oraz zasady zgłaszania zachowań noszących znamiona mobbingu. Takie zgłoszenia można przekazać, wysyłając e-mail na odpowiedni adres e-mailowy. Na mocy procedury powołana została komisja antymobbingowa, która przyjmuje zgłoszenia naruszeń, ustala fakty i ocenia, czy doszło do mobbingu.



Celem **polityki wspierania różnorodności w Henkel Polska** jest zapewnienie wszystkim pracownikom równych szans rozwoju i samorealizacji, co przekłada się na ich zaangażowanie i jakość organizacji. Zatożeniom strategicznym polityki towarzyszą konkretne programy wykonawcze i cele numeryczne. Działania realizowane są poprzez projekt dotyczący trzech aspektów różnorodności: narodowości, wieku i płci. Narodowość to programy dla menedżerów i rozwój kariery na rynkach zagranicznych, wiek – program mentoringowy i wspieranie karier młodych pracowników, kobiety – programy networkingowe i rozwijanie działań z zakresu *work-life balance*.



Firma **SITECH** w porozumieniu ze związkami zawodowymi wdrożyła **politykę antymobbingową**, której celem jest eliminowanie zachowań o charakterze mobbingu lub dyskryminacji. Z treścią wewnętrznej polityki antymobbingowej zostali zapoznani wszyscy pracownicy spółki; mają oni również bieżący dostęp do aktualnej wersji tego dokumentu.



Grupa **TAURON Polska Energia** opracowała i wdrożyła w spółkach dokument „**Polityka przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji**”, a dodatkowo przygotowała szkolenie e-learningowe dla pracowników.



W **Volkswagen Poznań** dzięki istnieniu **polityki antymobbingowej i antydyskryminacyjnej**, za pośrednictwem specjalnego adresu e-mail lub dzięki wsparciu doradcy personalnego, można złożyć imienną, opatrzoną datą i opisem sytuacji skargę, która jest rozpatrywana w ciągu 7 dni roboczych przez Komisję Problemową. W jej skład wchodzi m.in. przedstawiciele działów personalnego i merytorycznego, związku zawodowego i radca prawny. Postępowanie ma charakter poufny.



RÓŻNORODNOŚĆ

3M promuje różnorodność w miejscu pracy w ramach inicjatywy **Kultura różnorodności i włączania**. Do tej pory przeprowadzono kampanię świadomościową i warsztaty dla menedżerów, a do katalogu szkoleń dołączono warsztaty wirtualne i stacjonarne dotyczące zarządzania zespołami różnorodnymi kulturowo. Stworzono także przewodnik *Diversity & Inclusion Playbook*, w którym zebrano wszystkie dostępne narzędzia, zasoby oraz najlepsze praktyki w **3M** z całego świata. Pod koniec roku ruszyła kampania pod hasłem „Different minds inspire”, której celem jest zaktywizowanie pracowników, by zainteresowali się tematyką różnorodności.



W **3M** zorganizowano **GLBT Day**, spotkanie dla pracowników uświadamiające im, czym jest GLBT. Głównym przesłaniem spotkania była nauka szacunku i tolerancji dla każdego człowieka. W wyniku spotkania powstała w firmie grupa GLBT, która ma w planach stworzenie broszury na temat tolerancji w organizacji, przygotowanie szkolenia na ten temat dla nowych pracowników oraz zachęcanie pracowników do udziału w innych wydarzeniach promujących GLBT.



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

PRAWA CZŁOWIEKA

Bank Zachodni WBK zdecydował się zatrudnić osoby z niepełnosprawnością do pracy przy projekcie, których zadaniem ma być przygotowanie archiwum Departamentu Kadr BZ WBK zgodnie z wymaganiami rozporządzenia o ochronie danych osobowych (RODO). W ramach **projektu zatrudniania osób z niepełnosprawnością**, po wcześniejszej analizie wymagań i warunków na stanowisku pracy, zatrudniono osoby z niepełnosprawnością słuchu.



Program „**Kultura różnorodności**” skierowany był do team leaderów **Capgemini Polska**, którzy na co dzień podejmują wyzwanie zarządzania różnorodnymi zespołami i odpowiadają za wyznaczanie standardów pracy. Na program składało się sześć spotkań – modułów poświęconych poszczególnym aspektom różnorodności, takim jak np. zarządzanie wiekiem, kompetencja międzykulturowa, niepełnosprawność. W 2017 roku odbyły się dwie edycje programu, w których udział wzięło ponad 50 pracowników.



Credit Suisse był głównym sponsorem wrocławskiego Marszu Równości i jako jedyna wrocławska firma oficjalnie **uczestniczył w Marszu Równości**. W ten sposób postanowiono okazać wsparcie wrocławskiego biznesu dla organizacji równościowych. Dyrektor zarządzająca biurem we Wrocławiu wygłosiła krótką przemowę na temat różnorodności i potrzeby jej akceptacji.



Według dostępnych szacunków już co dziesiąty mieszkaniec Wrocławia pochodzi z Ukrainy. Stąd pomysł **Grupy Agora**, by wydać gazetę dla tych osób w ich ojczystym języku. Artykuły do pilotażowego numeru przygotowali dziennikarze „Gazety Wyborczej” i sami Ukraińcy. „**Pryvit**” jest pierwszą bezpłatną gazetą skierowaną do mieszkających we Wrocławiu Ukraińców, a jej celem jest zapoznanie ich z miastem i organizowanymi w nim wydarzeniami, a także informowanie o tym, co sprzyja integrowaniu się Polaków i Ukraińców. Gazeta jest dostępna za darmo w miejscach, które często odwiedzają Ukraińcy.



Projekt polegający na promocji zatrudniania cudzoziemców i otwierania rynku pracy na różnorodność pracowników rozwija firma **Job Impulse Polska**. W ramach projektu „**Zespoły różnorodne: cudzoziemcy**” firma wprowadziła działania, które mają utatwić pracodawcom decyzję o zatrudnieniu cudzoziemca. Stworzono zespół konsultantów ds. pracy tymczasowej osób o narodowości ukraińskiej, zaczęto wydawać newsletter „Job Nowiny” oraz uruchomiono stronę poświęconą zatrudnianiu obcokrajowców.



Raport „**KOBIECY współPRACUJĄCE**” był punktem wyjścia do stworzenia strategii CSR firmy **Nesperta**. Poprzedziło go przeprowadzenie 800 wywiadów, w których zadano respondentom kilkanaście pytań. Następnie o komentarz ekspercki poproszono naukowców, społeczników i dziennikarzy (Uniwersytet SWPS, Kongres Kobiet, Wysokie Obcasy). Raport miał też sygnalizować problemy kobiet na rynku pracy. Raport został pobrany lub wyświetlony łącznie ponad 3000 razy.



Celem **dialogu z interesariuszami na temat różnorodności i równości płci w Orange Polska**, który odbył się w czerwcu 2017 roku, było wysłuchanie i zebranie oczekiwań oraz opinii interesariuszy firmy na tematy dotyczące różnorodności (równości płci, wieku, pochodzenia, niepełnosprawności i czasowych słabości, orientacji seksualnej). Pytano m.in., czy dana kwestia jest wrażliwa w dyskusji i jak interesariusze postrzegają działania firmy w określonym temacie. Zebrane i przeanalizowane opinie oraz oczekiwania klientów będą podstawą do stworzenia planu działania firmy i skutecznego wdrażania przez nią „Polityki zarządzania różnorodnością Orange Polska”.



W ramach inicjatywy, której celem jest upowszechnianie różnorodności, „**Diversity and Inclusion – zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej w Roche Polska**”, przeprowadzono wykłady dla pracowników poświęcone zdrowiu psychicznemu i życiu z niepełnosprawnościami oraz warsztaty międzykulturowe dla menedżerów. Zainicjowano także działania zewnętrzne, którymi były m.in. Code4Life Hackathon – stworzenie prototypu wyszukiwarki ofert pracy dla osób z niepełnosprawnością, udział w tworzeniu podręcznika, jak zatrudniać osoby z niepełnosprawnością oraz zaangażowanie w projekt ITforSHE.



Bazując na zobowiązaniach wynikających z dokumentów wewnętrznych (Polityki różnorodności, Zasad Zarządzania Różnorodnością) i zewnętrznych (Karta Różnorodności) **Bank BGŻ BNP Paribas** prowadzi **program różnorodności**. Ma on promować różnorodność oraz budować świadomość pracowników poprzez takie inicjatywy, jak: Dzień Różnorodności, Woman in Business (program rozwojowy dla menedżerek), standardy obsługi osób z niepełnosprawnością, Dni Mobilności Zawodowej. Za realizację celów w zakresie zarządzania różnorodnością odpowiada diversity officer.



Celem przeglądu „**Praktycy o Różnorodności**” było zainspirowanie organizacji do wdrażania działań przyczyniających się do tworzenia różnorodnych środowisk pracy. Do udziału w przeglądzie zaproszone zostały małe i średnie przedsiębiorstwa, międzynarodowe korporacje, organizacje pozarządowe oraz instytucje publiczne. Spośród zgłoszeń jury wybra-

to pięć praktyk, które zaprezentowano 13 listopada w warszawskim Och-Teatrze podczas IV Kongresu Różnorodności „O tolerancji”. Organizatorami przeglądu byli **BETTER.** i Henkel Polska.



Henkel Polska od 2013 roku organizuje **Tydzień Różnorodności**, promując wśród pracowników ideę różnorodności i ucząc ich, jak skutecznie współdziałać w różnorodnych zespołach. Edycja 2017 miała charakter jubileuszowy – różnorodność jest strategicznym elementem polityki zarządzania personelem w Henkle od dziesięciu lat. Przeprowadzono warsztaty w formacie World Cafe, dyskutując o wybranych aspektach zarządzania różnorodnością, takich jak: kariery kobiet, szanse młodych i work-life balance.



W maju 2017 roku firma **Volkswagen Motor Polska** po raz drugi zorganizowała **Dzień Różnorodności**, który połączono z promocją wartości (razem, uważnie, uczciwie, wydajnie, odważnie, blisko klienta) za pomocą różnych rodzajów tańca. W tym celu zaproszono do firmy tancerzy znanych z programów telewizyjnych. Oprawę Dnia Różnorodności stanowiła wystawa wartości i fotografii grupy Respekt.



Akcję „Respect!” zapoczątkowano w **Volkswagen Motor Polska** w 2013 roku. Jej celem jest propagowanie szacunku i tolerancji oraz uwrażliwienie pracowników na dyskryminację ze względu na religię, status społeczny, płeć, poglądy czy orientację seksualną. W ramach akcji zaplanowano różnorodne działania, m.in. kampanię informacyjną, kursy oraz otwarte prelekcje ekspertów.



W ramach programu „Segreguję – nie widzę przeszkód” w ciągu roku rozdano ponad 2,5 tys. naklejek osobom z niepełnosprawnością w ponad 40 miastach. Firma **ENERIS Ochrona Środowiska** przeszkoliła pracowników obsługi klienta, kierowców i ładowaczy (ponad 600 osób) z obsługi osób z niepełnosprawnością. Wraz z reprezentacją środowiska (Ośrodkiem dla dzieci niewidomych w Laskach, Polskim Związkiem Niewidomych) złożono petycję o zmianę prawa, która uwzględniłaby potrzeby osób z niepełnosprawnością w zakresie zbiórki selektywnej. W sierpniu otrzymała ona pozytywną rekomendację Ministerstwa Środowiska. Odpowiednie rozwiązania wprowadzono w UM Piła i na SGH. Projekt jest rozwijany.



Projekt „DIVE.IN” realizowany w **Hewlett Packard Enterprise** ma przybliżyć pracownikom firmy temat aktywizacji osób z niepełnosprawnością, pomóc obalać stereotypy dotyczące niepełnosprawności fizycznej i społecznej oraz wypracować narzędzia pomocne w aktywizacji osób wykluczonych z powodu niepełnosprawności. Od 2014 roku w grupie przeprowadzono szereg inicjatyw: aktywizację pracowników z niepełnosprawnością w firmie, organizowanie w siedzibie firmy paneli dyskusyjnych z udziałem aktywistów z niepełnosprawnością, zajęcia w placówkach wczesnoszkolnych, obchody Międzynarodowego Dnia Osób z Niepełnosprawnością. Brała ona także udział w konferencjach i targach pracy oraz nawiązała współpracę z innymi firmami z sektora i NGO.



Kampania „Strefy Job na rzecz Poczucia Własnej Wartości” podkreśla potencjał grup defaworyzowanych (osób 50+, osób z niepełnosprawnością, osób młodych, kobiet, cudzoziemców) i promuje wewnątrz i poza **Job Impulse Polska** tworzenie różnorodnych zespołów opartych na otwartości, tolerancji i szacunku.



Od 2011 roku w ramach programu „TAKpełnosprawni” **Job Impulse Polska** promuje zatrudnianie osób z niepełnosprawnością wśród klientów firmy. Wartości oraz zasady programu komunikowane są również wewnątrz organizacji. Obecnie 20% zatrudnionych pracowników firmy to osoby z niepełnosprawnością.



Projekt „Prawdziwy talent nie ma barier” stworzono, by aktywizować zawodowo osoby z niepełnosprawnością. **OTTO Work Force Polska** zatrudnia takich pracowników od 2012 roku w działach: rekrutacji, kadrowo-płacowym, IT i marketingu. Obecnie jest ich 33. Pracują na zasadzie telepracy, a firma wyposaża ich stanowiska pracy w komputer, telefon i dostęp do internetu.



Projekt „PWC bez barier” ma na celu wyrównanie szans osób z niepełnosprawnością wkraczających na rynek pracy poprzez umożliwienie im zdobycia profesjonalnego doświadczenia, zachęcanie studentów niepełnosprawnych do aplikowania na staże w firmie, sprawdzanie, czy istniejące w firmie rozwiązania są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością, zmianę kultury organizacji i przetamanie ewentualnych obaw bądź barier pracowników.



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



PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY



175 praktyk nowych

137 praktyk długoletnich

102 firmy



tegorocznej edycji raportu w grupie działań najliczniej reprezentowanych w obszarze praktyki z zakre-

su pracy ponownie znalazł się wolontariat pracowniczy (64 spośród 312 nowych i długoletnich). Coraz częściej firmy stawiają na zaangażowanie pracowników i umożliwiają im zgłaszanie własnych inicjatyw wolontariackich. Na ten cel przeznaczają środki w ramach programów grantowych. Pojawiają się również oddolne inicjatywy, które następnie przekształcają się w akcje wolontariackie. Sposoby działania wolontariatu w firmach są różnorodne. Od wspomnianych akcji inicjowanych przez samych pracowników poprzez odgórnie wdrażane programy wolontariackie. Wolontariat realizowany jest w sposób akcyjny, spontaniczny lub cykliczny. Ma charakter kompetencyjny, ale polega również na wykorzystywaniu innych zasobów firm. Beneficjentami pomocy są dzieci i młodzież, osoby starsze lub osoby w trudnej sytuacji materialnej. Ze wsparcie korzystają dane jednostki, np.: szkoły, świetlice, domy opieki, a także schroniska dla zwierząt.

Kolejne dwie kategorie: zdrowie pracowników i bezpieczeństwo w miejscu pracy, bardzo bliskie tematycznie, w sumie stanowią aż 35% wszystkich praktyk dotyczących miejsca pracy. W kategorii: zdrowie pracowników autorzy praktyk w głównej mierze skupili się na akcjach profilaktycznych. Jedna z firm zdecydowała się na przeprowadzenie badań genetycznych, aby umożliwić pracownikom lepsze rozpoznanie ich potrzeb zdrowotnych. Ciekawym trendem jest łączenie pasji sportowych z działaniami charytatywnymi. Uzupełniając działania o edukację dotyczącą odżywiania, firmy kompleksowo motywują pracowników do zdrowego stylu życia.

W kategorii: bezpieczeństwo w miejscu pracy znalazło się ponad 30 nowych praktyk. Firmy zdają sobie sprawę z potencjalnych ryzyk oraz zagrożeń i starają się im przeciwdziałać. Pracownicy, jako „czynni





obserwatorzy”, włączani są w proces poprawy bezpieczeństwa. Mogą zgłaszać sytuacje rodzące zagrożenie dla zdrowia i życia zarówno swojego, jak i innych osób. Dużą wagę przykładają się zatem do działań zwiększających świadomość. Podczas szkoleń i warsztatów pracownicy dowiadują się np., jak korzystać z defibrylatorów, udzielać pierwszej pomocy, bezpiecznie poruszać się po drodze. Obok praktycznych aspektów, firmy stawiają na cykliczne inicjatywy, aby zapewnić odpowiedni poziom wiedzy. Organizowane są dni-tygodnie-miesiące bezpieczeństwa.

Warto również odnotować duże zainteresowanie CSR-owców praktykami poszerzającymi wiedzę i kompetencje osób zatrudnionych. Szkolenia i rozwój – to czwarta i ostatnia kategoria, w której znalazło się ponad 20 nowych praktyk. Inicjatywy mają na celu rozwinięcie u pracowników zarówno umiejętności twardych, jak i miękkich. Coraz popularniejsze stają się praktyki promujące wzajemne uczenie się, szkolenia typu „Train the trainers”.

Naturalnie praktyki w obszarze praktyki z zakresu pracy najczęściej nawiązują do Celu 8: Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywnie zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi. Często praktyki nawiązują także do Celów: 3 i 4 – przykładami są liczne działania o charakterze edukacyjnym, profilaktycznym czy zapobiegawczym.

Firmy prowadzą działania nastawione na rozwój pracowników. Chcą zapewnić im przyjazne i bezpieczne miejsce pracy. Obok odgórnych programów, pracodawcy coraz częściej wspierają inicjatywy własne zatrudnionych oraz korzystają z ich doświadczenia i wiedzy, co jest szczególnie wartościowe w kontekście bezpieczeństwa. Partycypacja pracownicza to istotny element motywacji i zaangażowania pracowników.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2017 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 180

BEZPIECZEŃSTWO W MIEJSCU PRACY

Ze względu na większe ryzyko wypadków pracownicy magazynowi firmy **CCC** zostali objęci działaniami szkoleniowymi. Wprowadzono tzw. **wtorki szkoleniowe**. Dotyczą one spotkań z przedstawicielami działu BHP. W ich trakcie przekazywane są najważniejsze informacje o bezpieczeństwie i higienie pracy.

 6700 

Kampanie Tydzień Zdrowia i Bezpieczeństwa przeprowadzane są przez **Coca-Cola HBC Polska** regularnie od siedmiu lat i cieszą się dużym zainteresowaniem pracowników. Poświęcone są różnym zagadnieniom. Ubiegłoroczna kampania odbyła się w dniach 20–24 listopada 2017 roku. Koncentrowała się na bezpiecznych zachowaniach, promując prawidłowe postawy w czterech istotnych obszarach: bezpieczna jazda samochodem, transport ręczny, poślizgnięcia, potknięcia i upadki, bezpieczeństwo podwykonawców.

 1812 

Inicjatywy na rzecz bezpieczeństwa pracowników podejmuje również firma **EmiTel**. Od 2016 roku organizuje Tygodnie BHP – ckwartalne kampanie informacyjne poświęcone prozdrowotnym tematom. Ich dopełnieniem są biuletyny BHP, ukazujące się co miesiąc. Wynikiem podjętych działań jest odnotowany w 2017 roku spadek liczby wypadków przy pracy o 40%.

 425 

W ramach **Miesiąca BHP** pracownicy **Kuehne + Nagel** mogą uczestniczyć w przeznaczonych dla nich i ich bliskich szkoleniach, warsztatach oraz konkursach poruszających kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy. W 2017 roku mieli możliwość wzięcia udziału w konkursie, którego celem było opracowanie plakatu nawiązującego do tematyki bezpieczeństwa „Bezpieczne miejsce pracy moich rodziców”, oraz w grze edukacyjnej „Pierwsza pomoc”. Dodatkowo w ramach spotkań profilaktycznych zostały wykorzystane algokogole, które miały na celu pokazanie, jak działają nasze zmysły po wypiciu alkoholu.

 1800  

Mając na uwadze zaangażowanie pracowników w dbałość o bezpieczeństwo przy pracy, w każdym z magazynów

Kuehne + Nagel odbywają się wydarzenia z cyklu „Świętujemy bezpieczeństwo”. Organizowane są z okazji okrągłej liczby dni bez wypadku i przybierają różną formę, np. wspólnego grillowania.

 1800  

W jednym z magazynów **Kuehne + Nagel**, we współpracy z Urzędem Dozoru Technicznego oraz firmą Toyota TMHPL, w ramach **Dnia Bezpieczeństwa Technicznego** przeprowadzono szkolenia dodatkowe i uzupełniające na temat potencjalnych zagrożeń podczas pracy na wózkach jezdniowych. Inicjatywę tę podjęto z powodu dużej liczby wypadków przy pracy z użyciem wózków widłowych. Podczas szkolenia przeanalizowano przykłady wypadków, aby wyeliminować podobne zagrożenia w przyszłości.

 1800  

Tydzień Bezpieczeństwa zorganizowany w spółce **Lubelski Węgiel „Bogdanka”** miał na celu podniesienie poziomu świadomości na temat ochrony i bezpiecznych zachowań podczas pracy w kopalni zarówno pracowników dotowych, jak i powierzchniowych. Dodatkowo poświęcono jeden dzień na szkolenie pracowników administracyjnych, dotyczące ryzyka chorób związanych z wykonywaną pracą.

 4500  

Na terenie siedziby firmy **CCC** odbyły się **ćwiczenia nocne straży pożarnej**. Spółka udostępniła przestrzeń do ich przeprowadzenia. Straż pożarna miała możliwość poznać obiekt oraz zakładową sieć hydrantową. Dzięki tej inicjatywie wzrosło bezpieczeństwo pożarowe. Na kolejne lata zaplanowano cykliczne ćwiczenia w obiektach CCC oraz pogłębienie współpracy ze Strażą Pożarną w Polkowicach.

 6700 

Polenergia przeprowadziła **szkolenie wysokościowe dla Straży Pożarnej na Farmie Wiatrowej Puck** (FW Puck). Polegało ono na zapoznaniu strażaków z zasadami BHP obowiązującymi na farmie i z działaniem turbin wiatrowych. Technicy obiektu FW Puck zaprezentowali sprzęt alpinistyczny wykorzystywany przez personel podczas awarii, przedstawili również techniki pracy z nimi. Szkolenie miało na celu przekazanie strażakom wiedzy, która pomoże im przeprowadzać w przyszłości ewakuację z gondoli turbiny wiatrowej.

 240  

Od początku istnienia fabryki **Volkswagen Motor Polska** w Polkowicach na jej terenie odbywają się **ćwiczenia ewakuacyjno-gaśnicze** zakładowej służby ratowniczej, przy współudziale Państwowej Straży Pożarnej i Ochotniczej Straży Pożarnej. Mają one na celu sprawdzenie umiejętności ewakuacyjnych i ratowniczych służb zakładowych oraz służb zewnętrznych. Podczas ćwiczeń sprawdzane są procedury bezpieczeństwa zakładu dotyczące udzielania pierwszej

pomocy osobom poszkodowanym, ewakuacji, gaszenia pożarów, a także przeciwdziałania przestępczości.



W 2016 roku firma **EmiTel** rozpoczęła proces wyposażania biur w automatyczne **defibrylatory oraz automatyczne ciśnieniomierze**. W pierwszej kolejności zaopatrzone w sprzęt placówki, w których pracuje największa liczba pracowników ze średnią wieku ok. 50 lat. Do udziału w szkoleniu z obsługi defibrylatora zostały zaproszone wszystkie osoby przeszkolone z udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej.



AED w ING to projekt polegający na wyposażeniu w automatyczny defibrylator zewnętrzny (AED) centrali **ING Banku Śląskiego** w Warszawie i Katowicach oraz budynków biur regionów w Warszawie, Poznaniu, Szczecinie i Krakowie, wraz z mieszczącymi się w tej samej lokalizacji oddziałami. Defibrylatory są dostępne zarówno dla pracowników, jak i klientów oraz innych osób, którym AED będzie ratować życie. Pracownicy lokalizacji wyposażonych w defibrylator otrzymali również krótkie instrukcje dotyczące zasad udostępniania AED.



Kuehne + Nagel systematycznie organizuje szkolenia z pierwszej pomocy z użyciem defibrylatora AED. Dzięki zaangażowaniu pracowników jednego z magazynów, udało się także pozyskać środki na zakup **defibrylatora**.



Bank BGŻ BNP Paribas stworzył dla użytkowników samochodów służbowych **Akademii Bezpiecznej Jazdy**. Pozwala ona zwiększać świadomość dotyczącą zachowania bezpieczeństwa na drodze, doskonalić techniki prowadzenia aut, zmniejszać szkodowość floty oraz zużycie paliwa. Dla pozostałych pracowników przygotowano comiesięczne konkursy, w których nagrodą jest uczestnictwo w całonocnym szkoleniu Akademii. W 2017 roku przeszkolono przeszło 300 pracowników.



Firma **CEMEX**, chcąc zachęcić pracowników do **poprawy stanu bezpieczeństwa i zdrowia**, zorganizowała w 2017 roku kampanię „Dbaj o kręgosłup”. Uruchomiła także program „Fit4life – Rusz się dla zdrowia”. W ramach kampanii przeprowadzono cykl szkoleń z fizjoterapeutą dla pracowników produkcyjnych i biurowych. W szkoleniach „Dbaj o kręgosłup” udział wzięło ok. 400 osób, ale materiały edukacyjne otrzy-

mali wszyscy pracownicy. W rywalizacje sportowe CEMEX zaangażowało się ok. 120 pracowników, którzy wspólnie spalili ponad 2 mln kcal.



Firma **SITECH** podejmuje wiele działań w obszarze **bezpieczeństwa i higieny pracy**, aby wyeliminować wypadki i zdarzenia potencjalnie wypadkowe. Wdrożono elektroniczny program „Incydenty”, dzięki któremu każdy pracownik może zgłosić zauważone zagrożenie lub zdarzenie potencjalnie niebezpieczne. Firma organizuje szkolenia świadomościowe „Kiken Yochi”, których celem jest identyfikacja zagrożeń oraz ich eliminacja w przyszłości. SITECH prowadzi również projekt „Behawioralne podejście do bezpieczeństwa” – jego celem jest ograniczenie wypadków przy pracy spowodowanych czynnikiem ludzkim.



Warsztaty z rażąownictwa drogowego realizowane przez **ING Bank Śląski** w 2017 roku miały charakter pilotażowy i były skierowane do pracowników, którzy na co dzień spędzają dużo czasu w samochodzie. Miały one na celu zwiększenie praktycznych umiejętności z zakresu udzielania pomocy uczestnikom wypadków komunikacyjnych



Celem inicjatywy **„Safety & Health NO HARM 1”**, podjętej przez **Kuehne + Nagel**, jest zwiększenie świadomości pracowników na temat BHP. Na tę akcję składają się szkolenia profilaktyczne „Bezpieczny magazyn” oraz „Miej oczy otwarte na zagrożenia”. Jednym z przykładowych zadań szkoleniowych jest odnalezienie wszystkich niezgodności znajdujących się na plakacie obrazującym niebezpieczne incydenty oraz zaproponowanie adekwatnych rozwiązań eliminujących te zagrożenia.



Kampania **„Nasz wybór – bezpieczna praca”** ma na celu propagowanie zasad bezpiecznej pracy poprzez poszerzenie świadomości pracowników i ich przetożonych na temat bezpieczeństwa i zdrowia człowieka w środowisku pracy w **Grupie Enea**. W ramach akcji przygotowano cykl plakatów skierowanych do pracowników oraz cykliczny newsletter elektroniczny zapoznający pracowników obszaru dystrybucyjnego z różnymi zagadnieniami dotyczącymi BHP. W intranecie powstała specjalna sekcja poświęcona kwestiom związanym z zasadami bezpiecznej pracy.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Program „**Wszystko zaczyna się ode mnie**”, realizowany w **TAURON Polska Energia**, dotyczy propagowania zasad BHP. Składa się z wielu akcji, które mają za zadanie uświadomienie pracownikom znaczenia profilaktyki zdrowotnej i przestrzegania zasad BHP dla ich zdrowia i życia. Realizowane działania polegają na organizacji dni zdrowia i szkoleń na temat pierwszej pomocy oraz przygotowywaniu cyklicznych newsletterów, plakatów i ulotek. Ponadto obiekty spółki wyposażono w defibrylatory AED. Firma organizuje również konkurs wiedzy o BHP dla pracowników.



Audyty kaskadowe BHP prowadzone są co tydzień w obszarach produkcji oraz magazynów **Grupy Nowy Styl**. Osobą prowadzącą audyt jest dyrektor danego obszaru, natomiast jego uczestnicy to: szefowie produkcji, mistrzowie, technolodzy, pracownicy SUR i BHP, operatorzy na danym stanowisku. W 2017 roku wykonano ponad 247 audytów, na podstawie których wydano ponad 1900 zaleceń do poprawy.



Aby stworzyć przejrzyste i jasne zasady dotyczące poruszania się po obiektach magazynowych, każdy pracownik **Kuehne + Nagel** ma – poprzez intranet – dostęp do **instruktażu BHP**, w którym zebrane są wszystkie instrukcje i regulacje z zakresu BHP.



Program „**Ergonomia dla każdego**” adresowany jest do wszystkich pracowników **Lyreco Polska**. Jego celem jest zmniejszenie liczby wypadków w firmie. Przynajmniej dwa razy w tygodniu pracownicy otrzymują wyselekcjonowane informacje publikowane w intranecie. Projekt jest podzielony na działania w trzech obszarach: pracownicy sprzedaży, pracownicy magazynu oraz pracownicy biura. Wynik, czyli liczba wypadków, w 2017 roku został poprawiony w porównaniu z rokiem 2016 – liczba wypadków została zmniejszona do czterech.



PGE Polska Grupa Energetyczna, chcąc ułatwić pokonywanie barier językowych pracownikom z zagranicy, opublikowała **niezbędny BHP dla firm zewnętrznych w wersji polskiej, angielskiej i ukraińskiej dla podwykonawców**. Wszyscy pracownicy wszystkich wykonawców i podwykonawców otrzymują go po przejściu specjalnego szkolenia wprowadzającego. Poprzez swoją formę – publikacja ma formę kieszonkowej książeczki – pracownik może w trakcie pracy sprawdzić obowiązujące na terenie zakładu zasady BHP.



W **PGE Polskiej Grupie Energetycznej** został wprowadzony system **identyfikacji bezpiecznych zachowań u pracowników podwykonawców**. Pozwala on zauważyć

pracowników, którzy odróżniają się od innych bezpiecznymi zachowaniami, np. wstrzymują prace niebezpieczne, zgłaszają zagrożenia czy zdarzenia potencjalnie wypadkowe. Zidentyfikowane osoby otrzymują wyróżnienie – dyplom prezesa, drobne upominki i pochwałę na forum pracowniczym. Praktyki stosowane przez pracowników są katalogowane. Dzięki systemowi poprawiło się bezpieczeństwo w firmie, wzrosła świadomość znaczenia BHP, podkreślona została rola jednostki w tworzeniu kultury bezpieczeństwa w organizacji. Ponadto wypracowano katalog dobrych praktyk pracowników w zakresie BHP.



W **PKN ORLEN** przeprowadzono badania, które mają na celu określenie wpływu 12-godzinnej dobowego wymiaru czasu pracy na bezpieczeństwo pracy i poziom komfortu pracowników zatrudnionych na stanowiskach produkcyjnych. Na podstawie wyników badań firma opracowała zestaw **praktycznych wskazań i zaleceń, których zastosowanie podniesie komfort pracy zmianowej 12-godzinnej**.



Program dla bezpieczeństwa istnieje w **Farm Frites Poland** od 2016 roku. Jego celem jest osiągnięcie wysokiego poziomu kultury bezpieczeństwa w firmie. W 2017 roku powołano gospodarzy obszarów, którzy są odpowiedzialni za bezpieczeństwo na danym obszarze firmy. Pracownicy zachęcani są do zgłaszania zdarzeń, miejsc niebezpiecznych oraz zdarzeń potencjalnie wypadkowych, tzw. *near miss*.



Grupa Kapitałowa LOTOS wprowadziła zasadę, że **próbki lepszy asfaltowych** mogą pobierać wyłącznie osoby przeszkolone w tym zakresie. Ma to na celu zwiększenie bezpieczeństwa i zminimalizowanie liczby wypadków, których skutkiem jest oparzenie gorącym asfaltem.



Program zgłaszania zdarzeń potencjalnie wypadkowych („ZPW”) skierowany jest do wszystkich pracowników zakładów **Grupy Nowy Styl**, a także do osób wizytujących zakłady i pracowników podwykonawców. Zdarzenie potencjalnie niebezpieczne zgłaszane jest na specjalnym formularzu, e-mailowo lub telefonicznie, a następnie rejestrowane przez koordynatorów na portalu wewnętrznym. Kolejne kroki to weryfikacja zdarzenia przez zespoły wewnętrzne, a po wdrożeniu działań – przesłanie informacji zwrotnej.



Program „**Dyskusje SUSA**” w **Grupie Raben** ma na celu ograniczenie wypadków i zwiększenie świadomości, że należy zapobiegać niebezpiecznym zdarzeniom w miejscu pracy. Obserwowany pracownik pozostaje anonimowy, a inicjujący rozmowę z nim obserwator prowadzi tylko zapi-

sy dotyczące miejsca i zauważonego zachowania. W trakcie rozmowy wypracowywane są pomysły na wprowadzenie nowych lub udoskonalenie dotychczasowych rozwiązań z zakresu BHP.



W pionach produkcji i logistyki **Kompanii Piwowarskiej** w ramach programu „**Bądź bardziej spostrzegawczy**” 191 liderów bezpieczeństwa obserwuje pracowników w trakcie pracy i zwraca uwagę na sytuacje potencjalnie niebezpieczne. Celem programu jest to, aby każdy pracownik został obserwatorem bezpieczeństwa i zgłaszał przełożonemu sytuacje potencjalnie niebezpieczne.



„**Zero wypadków**”, program prewencji wypadkowej wdrożony przez **Kuehne + Nagel**, to system zgłaszania sytuacji potencjalnie niebezpiecznych i reagowania na nie w ramach audytów behawioralnych przeprowadzanych przez pracowników oraz analizowania występujących zagrożeń. Pracownicy mają też możliwość zgłaszania zagrożeń oraz proponowania rozwiązań je ograniczających lub eliminujących poprzez skrzynkę sugestii.



Od czterech lat **ANWIL** organizuje **Tydzień Bezpieczeństwa Pracy i Ochrony Zdrowia**. W 2017 roku zorganizowano – wraz ze Stowarzyszeniem Inżynierów i Techników Pożarnictwa Oddział Kujawsko-Pomorski – konferencję na temat tego, od kiedy mamy do czynienia z poważną awarią przemysłową.



Tydzień Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy to program profilaktyczny, podczas którego pracownicy i główni podwykonawcy firmy **Eiffage Polska Budownictwo** uczestniczą w szkoleniach, seminariach, pokazach bezpiecznej pracy, warsztatach. Każda edycja poświęcona jest innej tematyce.



Co roku w siedzibie **Grupy Kapitałowej LOTOS** w Gdańsku organizowane są **Dni BHP**. Do tej pory odbyło się osiem edycji programu. Podczas Dni BHP pracownicy mogą poddać się badaniom i konsultacjom lekarskim, wziąć udział w warsztatach doskonalących ich wiedzę i umiejętności w zakresie ochrony zdrowia oraz w organizowanych na tę okoliczność konkursach. Każda edycja poświęcona jest innej tematyce zdrowotnej. Dni BHP obejmują wiele aktywności promujących bezpieczne postawy i zachowa-

nia wynikające ze „Złotych zasad bezpieczeństwa pracy”, wdrożone w grupie.



W 2017 roku **Grupa Żywiec** po raz czwarty zorganizowała **Tydzień Bezpieczeństwa**. W wydarzeniu wzięto udział ponad 1,4 tys. pracowników firmy w 11 lokalizacjach. Mieli oni możliwość uczestniczenia w rozmaitych aktywnościach oraz warsztatach, których celem było promowanie profilaktyki zdrowotnej i edukowanie w zakresie bezpieczeństwa drogowego.



Dzień Bezpieczeństwa to element długofalowego programu edukacyjnego na rzecz poprawy standardów bezpieczeństwa i przeciwdziałania wypadkom w **NSG Group w Polsce**. Działania w ramach tego dnia obejmują m.in.: prezentacje i konkursy BHP angażujące też lokalną młodzież i mieszkańców, pokazy pierwszej pomocy, prezentacje zasad użytkowania środków ochrony indywidualnej oraz badania profilaktyczne dla pracowników firmy.



Od 2012 roku we wszystkich zakładach Grupy **Polpharma** organizowany jest **Tydzień Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy**. W 2017 roku Polpharma wspólnie z CIOP-PIB zorganizowała warsztaty edukacyjne „TAM Safety Games” dla młodych pracowników w ramach kampanii społecznej „Bezpieczni od początku”. Firma była członkiem jury i fundatorem nagród w konkursie przeprowadzonym z okazji kampanii pt. „0! Znaki pracy”. Organizowane są też badania profilaktyczne dla pracowników, szkolenia z gaszenia pożarów, kurs pierwszej pomocy.



Tydzień Bezpieczeństwa to globalna inicjatywa promująca bezpieczeństwo na placach budów, organizowany również w **Skanska w Polsce**. W inicjatywie biorą udział pracownicy, podwykonawcy, dostawcy i inni partnerzy biznesowi. Co roku jest to kilkadziesiąt tysięcy pracowników Skanska i jej podwykonawców na budowach w całej Polsce.



„**Dzień dobry z BHP**” ma zwiększyć świadomość i zaangażowanie pracowników **TAURON Polska Energia** w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy. Projekt polega na codziennym wskazywaniu pracownikom prawidłowych zachowań podczas wykonywania obowiązków służbowych i na przypominaniu im o tym oraz na zwiększaniu zaangażo-



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

wania kadry nadzorującej w kreowanie bezpiecznych warunków pracy.



Pracownicy **ANWILU** mają do czynienia z substancjami, które stosuje się w określonych warunkach i przestrzega się rygorystycznych zasad postępowania z nimi. Dzięki programowi „Zgłoś zagrożenie”, za pomocą formularza w intranecie, sami identyfikują potencjalne niebezpieczeństwa, proponując sposób ich eliminacji. W 2017 roku zidentyfikowano 496 potencjalnych zagrożeń, z których wyeliminowano 418, czyli 84%.



W browarach **Carlsberg Polska** prowadzony jest stały monitoring potencjalnych zagrożeń i wdrażane są procedury tworzące kulturę odpowiedzialności za siebie i innych. W ramach projektu „W kierunku kultury ZERO wypadków” prowadzone są działania skierowane do kadry menedżerskiej i pracowników poprzez m.in. e-mailing, plakaty, programy („Traffic” oraz „Bezpieczna piątka”). Dzięki temu w 2017 roku wypadkowość w firmie spadła o 50% w porównaniu z 2016 rokiem. Celem jest osiągnięcie zerowego poziomu wypadkowości do 2030 roku.



W **CEMEX** stworzono system „Kart zdarzeń potencjalnie wypadkowych/ zagrożeń” (KZPWZ). Pracownikom udostępniono e-narzędzia do zgłaszania zagrożeń i zdarzeń potencjalnie wypadkowych. Dzięki systematycznemu niwelowaniu ryzyk ograniczono liczbę incydentów, które stanowiły znaczną statystycznie przyczynę wypadków. Zdarzenia mogą zgłaszać także podwykonawcy, goście i klienci firmy.



Program „Stop wypadkom” to system zgłaszania sytuacji potencjalnie niebezpiecznych i reagowania na nie, bazujący na wskaźniku 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. Program funkcjonuje w **Polpharmie** od 2012 r. Dzięki niemu do roku 2017 włącznie udało się wyeliminować ponad 4100 zdarzeń potencjalnie wypadkowych.



Program „Zachęty BHP” motywuje pracowników do aktywnego monitorowania środowiska pracy i zgłaszania propozycji usprawnień eliminujących lub zmniejszających ryzyko uaktywnienia się niezidentyfikowanych zagrożeń bezpieczeństwa pracy. W ramach programu w **PKN ORLEN** realizowany jest konkurs działań naprawczych i quiz BHP.



System wsparcia pracowników ma na celu rozwój kultury bezpieczeństwa pracy w **PKN ORLEN** poprzez eliminowanie niebezpiecznych zachowań, poprawę świadomości w zakresie bezpieczeństwa pracy, kształtowanie bezpiecznych nawyków.. Elementy systemu to: wizytacja i partnerska obserwacja, rozmowa, rejestrowanie, analiza wyników. Prowadzone są też indywidualne rozmowy z pracownikami i kontraktorami na temat bezpieczeństwa, by pokazać zaangażowanie obserwatorów oraz kadry kierowniczej w dbanie o bezpieczeństwo i zmotywować pracowników do przestrzegania bezpiecznych zachowań.



Pilotaż „Widzę i reaguję: Wdrożenie BBS w DB Schenker” miał na celu nauczenie pracowników firmy odpowiedzialności metodą BBS (Behaviour-Based Safety). Pracownicy prowadzą wzajemne obserwacje, a po odkryciu przyczyny zachowania ryzykownego określają, jak można tę samą pracę wykonać w całkowicie bezpieczny sposób. BBS prowadzony jest już w 11 oddziałach **DB Schenker**, a w kolejnych pięciu trwa jego wdrażanie. Od pilotażowego wdrożenia w Łodzi do końca 2017 roku 147 obserwatorów przeprowadziło ponad 11 tys. obserwacji i udzieliło informacji zwrotnej.



ANWIL od czterech lat organizuje konkurs dla wykonawców corocznych remontów odbywających się na terenie firmy. Celem jest promowanie bezpiecznych zasad BHP i ppoż. oraz zwiększanie świadomości na temat bezpiecznej pracy. W 2017 roku w **konkursie dla kontraktorów** wzięło udział 13 firm, czyli ok. 300 osób.



Polpharma stawia **podwykonawcom** dodatkowe wymagania, aby zapewnić im **bezpieczeństwo** na terenie firmy. Wymagania dotyczące bezpieczeństwa pracy są publicznie dostępne oraz uwzględnione w umowach. Podwykonawcy zostają zapoznani z zagrożeniami i zasadami postępowania w firmie, a osoba działająca w ich imieniu składa oświadczenie bezpieczeństwa. Działania pracowników zewnętrznych są monitorowane, a zachowania niepożądane i niebezpieczne odnotowywane, co może skutkować nalożeniem kar lub wydaleniem z zakładu.



Dentsu Aegis Network Polska co roku organizuje dla wybranej grupy pracowników **szkolenie z ratownictwa**, odświeżające wiedzę z zakresu pierwszej pomocy. Dodatkowo w 2017 roku w intranecie powstała specjalna podstrona o pierwszej pomocy, a na apteczkach firmowych pojawiła się lista przeszkolonych osób wraz z numerami telefonów.



„**Życie jest darem – szkolenia z pierwszej pomocy przedmedycznej**” to program realizowany w **ING Banku Śląskim** od dziesięciu lat. Co roku szkolonych jest ponad 500 pracowników.



„**Bezpieczeństwo dobre dla ciebie, dobre dla rodziny, dobre dla firmy**” to wieloletnia praktyka firmy **Kuehne + Nagel** zorientowana na zwiększenie świadomości pracowników dotyczącej BHP, ze szczególnym wyróżnieniem ergonomii pracy oraz ochrony pożarowej. Efektem działań jest spadek liczby absencji pracowników oraz wypadków w pracy, a także wzrost świadomości na temat bezpieczeństwa, wzrost zaangażowania pracowników w jego przestrzegania oraz wzrost wykrywalności zagrożeń.



Szkolenie „**KYT**” (z japońskiego: *kiken yochi training*, bezpieczeństwo i przewidywanie) ma na celu ćwiczenie umiejętności przewidywania zagrożeń w miejscu pracy i podejmowania odpowiednich kroków, aby tych zagrożeń uniknąć. Szkolenia w **SumiRiko Poland** trwają ok. 20 minut i mają charakter interaktywny.



Firma **Volkswagen Motor Polska** zorganizowała **szkolenia z udzielania pierwszej pomocy** w ramach obowiązkowego bloku na szkoleniach BHP przeprowadzanych co dwa lata. W firmie jedna osoba na 20 osób w dziale jest ratownikiem. Ratownicy przechodzą dodatkowe szkolenia praktyczne i teoretyczne, zakończone certyfikatem. Firma dysponuje też defibrylatorami AED.



Wydarzenie „**Tańczący z paletami**” skierowane jest do operatorów wózków widłowych **Grupy Raben**. Jego celem jest zwiększanie świadomości związanej z bezpieczeństwem pracy w magazynie oraz docenienie kompetencji potrzebnych na stanowisku operatora i podniesienie jego prestiżu. Eliminacje składają się z dwóch części. Wyłoniono trzech laureatów – każdy oprócz pamiątek otrzymał nagrody pieniężne.



DB Schenker od 2013 roku prowadzi program „**Czy jadę bezpiecznie?**”, nastawiony na edukację kierowców. Samochody z logo firmy oznaczono specjalną naklejką, by zachęcić użytkowników dróg do podzielenia się opinią na temat stylu jazdy kuriera poprzez infolinię. Dzień po wpłynięciu zgłoszenia przeprowadzana jest rozmowa z kurierem oraz

jego szefem. Miesięcznie odnotowuje się 100–150 zgłoszeń, z czego 20–30% to pochwały. Efektem akcji jest zaobserwowany spadek liczby uszkodzonych i zdarzeń drogowych z udziałem kierowców firmy.



DB Schenker rekrutuje i edukuje kurierów zatrudnianych przez współpracujące firmy przewozowe. W ramach „**Planu bezpiecznej jazdy**” firma organizuje szkolenia, prowadzi weryfikację i monitoring zachowań w pracy terminalowej i na drogach. Projekt określa, jak postępować w razie wypadku i jego następstw oraz jak pomóc poszkodowanym. W 2017 roku odnotowano o 40% mniej zdarzeń z udziałem kierowców firmy niż w roku 2014.



DIALOG Z PRACOWNIKAMI

W wyniku badań przeprowadzonych w ubiegłym roku przez SW Research stwierdzono, że co czwarty pracownik średnich i dużych przedsiębiorstw w Polsce nie czuje się wystarczająco poinformowany o działaniach prowadzonych przez swojego pracodawcę. Do poprawienia tej sytuacji w firmie **ANWIL** wykorzystano **narzędzia komunikacji wewnętrznej**: serwis intranetowy, kampanie informacyjne na specjalnych ekranach plazmowych rozmieszczonych na terenie firmy, materiały drukowane, a także e-mailingi. Dodatkowo w 2017 roku, z myślą o zatrudnionych w obszarze produkcji, którzy nie pracują przy komputerach, utworzono kilkanaście infopunktów – stanowisk komputerowych z dostępem do korporacyjnej sieci.



Badanie opinii pracowników „GPS” (Global People Survey) zostało przeprowadzone w **Banku BGŻ BNP Paribas**. W 2017 roku wzięło w nim udział 88% pracowników. Za pośrednictwem ankiety online w formie pytań dotyczących 16 kategorii monitorowane są przede wszystkim: poziom zadowolenia, motywacji i zaangażowania oraz inne aspekty wiążące się z życiem zawodowym oraz dobrym samopoczuciem w miejscu pracy.



Co roku w **Coca-Cola HBC Polska** odbywa się kompleksowe **badanie zaangażowania pracowników „My Voice”**. Realizowane jest za pomocą elektronicznej i papierowej wersji kwestionariusza, który zawiera pytania i stwierdzenia dotyczące poszczególnych elementów i aspektów pracy oraz stopnia zgodności organizacji i osób w niej pracujących z wartościami firmy. W celu zapewnienia wysokiej frekwencji



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

w badaniu, a co za tym idzie dużej wiarygodności wyników, pracodawca przekazuje 50 zł na Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy za każdą wypełnioną ankietę.



Credit Agricole Bank Polska realizuje dobrą praktykę „**Podniesienie indeksu satysfakcji pracowników**”. Składa się ona z dwóch elementów: badania satysfakcji oraz warsztatów dla menedżerów wyższego i średniego szczebla, na których omawiane są wyniki badania. Kluczową kwestią, która wynika z ankiety, jest potrzeba konstruktywnego stylu zarządzania przez menedżerów. W tym celu zespół szkoleniowy z Departamentu Rekrutacji i Rozwoju banku koryguje programy szkoleń/ programy rozwojowe dla kadry kierowniczej, tak aby podnieść jej kompetencje w tym zakresie.



Po wdrożeniu nowego systemu operacyjnego (SIGMA) w firmie **BEST** zanotowano obniżenie satysfakcji pracowników, związane ze zmianą narzędzia. Zidentyfikowano konieczność dostosowania interfejsów do potrzeb pracowników oraz poprawienia ergonomii pracy w systemie. W ramach projektu „**I love Sigma**” przeprowadzono badania ankietowe i wywiady z reprezentatywną grupą pracowników, stworzono skrzynkę pocztową do zgłaszania zmian oraz wysyłano newsletter z tygodniowym podsumowaniem wszystkich nowo wprowadzonych modyfikacji. Łącznie wprowadzono 120 zmian w systemie, a pracownicy dowiadywali się o nich z przygotowanej specjalnie dla tego projektu komunikacji. Mediana oceny systemu (w skali 0-10) wzrosła z 4 do 6.



W roku 2017 **Eurocash** kontynuowało **czaty z członkami zarządu** za pośrednictwem systemu czatowego. Umożliwia on pracownikom rozmowę z osobami zarządzającymi Grupą Eurocash, z którymi kontakt osobisty jest na co dzień utrudniony ze względu na odległość i czas. Liczba osób zalogowanych do poszczególnych sesji chatu waha się między 300 a 360.



Innym narzędziem stosowanym w **Eurocash** jest **Linia Zaufania**. Służy do zgłaszania m.in. kradzieży, defraudacji, naruszenia polityki firmy, mobbingu, molestowania seksualnego oraz innych nieetycznych zachowań. O tych przypadkach można informować bezpośrednio telefonicznie pod specjalnym numerem komórkowym, SMS-em, e-mailem lub pocztą tradycyjną. Akceptowane są zgłoszenia zarówno imienne, jak i anonimowe. Firma zapewnia bezwzględne zachowanie poufności.



W **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** zostały stworzone trzy dodatkowe kanały komunikacji w firmie: skrzynka e-mailowa na sugestie doty-

czące rozwoju firmy lub inne pomysły czy uwagi, skrzynka na anonimowe uwagi lub skargi, narzędzie informatyczne pozwalające anonimowo zgłaszać naruszenia zasad i norm etycznych.



Forum Pracownika Provident Polska to platforma dialogu między zarządem a pracownikami firmy, działająca od 13 lat. W ciągu roku forumowicze zgłaszają ok. 150 tematów lub pytań, co przekłada się na wdrażanie usprawnień w firmie. Forum składa się z 18 członków, w tym czterech koordynatorów. Członkowie są wybierani na dwuletnią kadencję spośród pracowników niższych szczebli. Członkowie forum uczestniczą w warsztatach i szkoleniach rozwojowych.



FIRMA PRZYJAZNA RODZINIE

Grupa Adamed stworzyła dwutorowe rozwiązanie, które ma **pomóc przyszłym mamom** jak najlepiej przygotować się do tego ważnego momentu. Jednym z elementów takiego podejścia jest wewnętrzny program „**Wspieramy nasze mamy**”. W 2017 roku została zorganizowana pierwsza edycja programu i wzięto w niej udział 39 kobiet. Była to inicjatywa skierowana do przyszłych mam zatrudnionych w Grupie Adamed bądź partnerek, żon pracowników i współpracowników firmy. Przyszłe mamy otrzymały materiały informacyjne o przebiegu ciąży oraz specjalny kuferek na pierwsze pamiątki. Natomiast dla wszystkich przyszłych mam został stworzony portal listydomamy.pl, którego Grupa Adamed jest partnerem. Portal to miejsce, gdzie można znaleźć wiele przydatnych informacji oraz zbierać pamiątki z pierwszych miesięcy życia noworodka.



Firma **ERGO Hestia** zdecydowała się na wsparcie swoich pracowników-rodziców, którzy stanowią stosunkowo dużą liczbę zatrudnionych w firmie, przez zapewnienie opieki nad ich dziećmi w czasie okołoswiątecznym. **Pomoc rodzicom w opiece nad dziećmi** ma być stałym elementem oferty pracodawcy dla rodziców i ma zostać rozszerzona na okres wakacyjny. Praktyka ta doprowadziła do zmniejszenia absencji wynikających z konieczności opieki nad dziećmi.



Działania na rzecz dzieci pracowników podejmuje również **Fiat Chrysler Automobiles**. Firma organizuje i dofinansowuje kolonie letnie dla dzieci pracowników w wieku do 18 lat. Część miejsc kolonijnych przeznaczona jest dla dzieci z placówek opiekuńczo-wychowawczych w Bielsku-Białej, Tychach i Orzeszu. Ponadto każdego roku przed Świętami Bożego Narodzenia dzieci pracowników obdarowywane są upominkami. W 2017 roku na kolonie wyjechało ok. 600 dzieci, a ponad 2 tys. dzieci otrzymało prezenty bożonarodzeniowe. Co więcej, od 1994 roku firma nagradza dzieci swoich pracow-

ników za bardzo dobre wyniki w nauce – od poziomu maturalnego aż do studenckiego. W 2017 roku nagrody przyznano 75 osobom. Ich łączna wartość wyniosła 210 tys. zł.



W ramach programu „Pracodawca przyjazny rodzinie” od 2015 roku w Grupie ORLEN w Płocku funkcjonuje **przyszkolony żłobek** dla dzieci pracowników firmy. Żłobek oferuje 40 miejsc dla dzieci w wieku od roku do trzech lat, dysponuje wykwalifikowaną kadrą (m.in. pielęgniarka, psycholog, dietetyk), jest czynny przez cały rok, w godz. od 6.00 do 18.00. Pobyt dziecka w żłobku jest częściowo dofinansowywany przez pracodawców – **PKN ORLEN** i spółki Grupy ORLEN.



„**PGZ w obiektywie dzieci**” to projekt, który obejmował cykl działań realizowanych przez **Polską Grupę Zbrojeniową** na przestrzeni trzech ostatnich miesięcy 2017 roku. Pierwszym elementem był konkurs plastyczny „Moja mama/ mój tata w pracy” dla dzieci pracowników PGZ. Drugi element to „Dzień otwarty dla dzieci”, podczas którego rodzice mogli zabrać do pracy swoje dzieci, oprowadzić je po firmie i opowiedzieć im o swoim miejscu pracy. Na dzieci czekały również atrakcje, takie jak: warsztaty fizyczne, pokaz iluzjonisty, budowa makiety nowoczesnego miasta. Trzecim elementem projektu było przygotowanie kalendarza ściennego z ilustracji przygotowanych przez dzieci.



Jako firma bezpośrednio związana z działalnością geologiczną **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** zainicjowało program **warsztatów geologicznych** skierowanych do dzieci pracowników. Wydarzenie stanowi zachętę do wspólnego rodzinnego spędzania czasu podczas tworzenia form gipsowych przedstawiających prehistoryczne organizmy. Warsztaty realizowane są we współpracy z dr. Pawłem Raczyńskim, pracownikiem Instytutu Nauk Geologicznych Uniwersytetu Wrocławskiego oraz Muzeum Geologicznego im. Henryka Teisseyre.

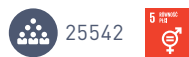


W ramach programu „**Rodziec w Roche**” pracownicy **Roche Polska** wychowujący dzieci do 14 roku życia otrzymują jeden dodatkowy dzień wolny na spędzenie czasu ze swoją pociechą. Program przewiduje również pięć dni dodatkowego urlopu dla pracowników adoptujących dziecko. Z okazji urodzenia dziecka pracownicy otrzymują od firmy kwiaty wraz z gratulacjami oraz prezent dla noworodka w postaci karty podarunkowej. Organizowane są także wykłady na tematy związane z rodzicielstwem oraz szkolenia z udzielania pierwszej pomocy dzieciom. Okazją do wizyty dzieci pracowników

w siedzibie firmy jest Dzień Dziecka, w ramach którego w 2017 roku przeprowadzono warsztaty dotyczące sytuacji osób z niepełnosprawnością.



Program „**Mama pracuje**” adresowany jest do kobiet zatrudnionych w **TAURON Polska Energia** w obszarze dystrybucji wychowujących dzieci w wieku do 6 lat oraz kobiet w ciąży. Program umożliwia mamom i przyszłym mamom wybór formy pracy: mogą pracować 6 godzin za 100% wynagrodzenia (przyszłe mamy), przejść na indywidualny czas pracy (mamy i przyszłe mamy), skorzystać z telepracy (mamy i przyszłe mamy). Dodatkowo na powitanie po urlopie macierzyńskim lub wychowawczym mama i jej pociecha dostają upominek w postaci karty podarunkowej.



W 2017 roku **Tesco Polska** uruchomiło pilotażową edycję programu „**Letni obóz dla dzieci**”. To refundowane w 100% przez firmę kolonie zorganizowane z myślą o dzieciach (w wieku od 6 do 12 lat) pracowników, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji. Na program obozu składały się: aktywności sportowe, wydarzenia kulturalne i rozrywkowe, praca w grupach, konkursy oraz zabawy kreatywne. Wyjazd zawierał również elementy edukacyjne, m.in. angielski na wesoło, fizykę dla smyka czy laboratorium koloru. W Polsce z programu skorzystało 295 dzieci.



Podczas **Dni Otwartych** dzieci pracowników **Kuehne + Nagel** poznają miejsce pracy swoich rodziców. W niektórych lokalizacjach to część celebracji Dnia Dziecka, a w innych – okazją do udziału w warsztatach i konkursach w ramach projektu „Bezpieczne miejsce pracy moich rodziców”.



Integracji oraz edukacji najmłodszych służy również **Dzień Otwarty** w firmie **SITECH**. Dzieci mają możliwość poznać miejsce pracy rodziców, zwiedzić centrum szkoleniowe, a także skorzystać z takich atrakcji, jak: tłoczenie monet, grawerowanie imion, zabawy edukacyjne z animatorami.



Z inicjatywy pracowników **3M** we Wrocławiu został zorganizowany **Dzień Seniora**. W firmie pracuje wielu młodych ludzi, którzy chcieli pokazać rodzicom i dziadkom swoje miejsce pracy. W spotkaniu wzięło udział 15 gości, którzy przyjechali z różnych części Polski. Obok możliwości zwiedzania firmy seniorzy uczestniczyli w: sesji wprowadzającej 3M, warsztata-



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

tach międzykulturowych, szkoleniach integracyjnych i profesjonalnej sesji fotograficznej. Firma planuje kontynuować projekt w 2018 roku.



Dzień Seniora organizuje także **Sabre Polska**. Wizyta w siedzibie firmy jest dla członków rodzin pracowników okazją do poznania specyfiki branży IT oraz możliwością poszerzenia swojej wiedzy na temat bezpiecznego korzystania z e-maila, zakupów elektronicznych czy usług bankowych online.



W ramach projektu „Rodzice na TAK” prowadzone są działania promujące utrzymanie równowagi między życiem zawodowym a prywatnym pracowników **Banku Millennium** oraz popularyzujące prawa rodziców i ich respektowanie. Działania te polegają m.in. na uruchomieniu intranetowej strony informacyjnej, dofinansowywaniu kulturalnych i sportowych projektów promujących rodzinne spędzanie czasu, organizowaniu wydarzeń i konkursów.



Firma **Dentsu Aegis Network Polska** w 2015 roku uruchomiła w biurze **Wonderland** – miejsce profesjonalnej opieki nad dziećmi w godzinach pracy ich rodziców. W trakcie wakacji Wonderland odwiedza średnio 160 dzieci miesięcznie. Obchodzone są też: Dzień Dziecka i Mikołajki.



ERGO Hestia jako pierwszy ubezpieczyciel w Polsce otworzyła **przedszkole dla dzieci pracowników**. Uczęszcza do niego 72 dzieci. To 900 m² specjalnie zaprojektowanej powierzchni: sale zabaw, sala do rehabilitacji, logopedyczna, teatralna i artystyczna. Uzupelnieniem jest plac zabaw o powierzchni 700 m², dostosowany też dla dzieci z niepełnosprawnością. Przedszkole współpracuje z firmową Fundacją Artystyczna Podróż Hestii przy organizacji warsztatów twórczych.



Pokój Przyjazny Rodzicom to specjalnie wydzielona przestrzeń w Biurze Głównym **T-Mobile Polska**, w którym pracownicy mogą wypełniać swoje obowiązki służbowe, jednocześnie mając pod opieką swoje dzieci.



Program „Wakacje z T-Mobile” to całodniowa opieka, wyżywienie oraz dostosowana do wieku i zainteresowań dzieci oferta warsztatowa. Program półkolonii kierowany jest do dzieci pracowników **T-Mobile Polska** w wieku 6–12 lat.



Firma **Volkswagen Poznań** stworzyła **przyszłym mamom** warunki do łączenia życia zawodowego z prywatnym, wprowadzając np. krótszy dzień pracy.



PKN ORLEN, jako **Pracodawca Przyjazny Rodzinie**, oferuje pracownikom dodatkowe dwa dni opieki nad dzieckiem do trzech lat, dodatkową godzinę na karmienie, żłobek, pakiet świadczeń socjalnych, upominek dla nowo narodzonych dzieci, badania dla kobiet w ciąży, pokoje dla matek karmiących, przesyłanie informacji z życia firmy do osób na urloпах rodzicielskich i przewodnik dla rodziców w intranecie.



Połowę zespołu **Provident Polska** stanowią młodzi rodzice. Z myślą o nich powstał program „**Dbamy nie tylko o mamy**”. Rodzice po urodzeniu się dziecka otrzymują od firmy upominek składający się z akcesoriów niezbędnych dla noworodka w formie tortu oraz gratulacje od prezesa. Program prowadzony jest od 2013 roku i średnio ok. 180 rodziców co roku otrzymuje firmowe upominki.



W **Volkswagen Motor Polska** wprowadzono projekt „**Przyszła mama**”, w ramach którego kobiety w ciąży mogą pracować od 6,5 do 8 godzin, otrzymując pełne wynagrodzenie. Mają również możliwość elastycznego rozpoczynania i kończenia pracy. Jeżeli kobieta w ciąży dnia pracuje dłużej niż 6,5 godziny, pozostały czas gromadzi na swoim indywidualnym koncie „godzin na plus”, które może wykorzystać w dogodnym dla siebie terminie, także po urlopie macierzyńskim. Dzięki programowi firma może sprawniej organizować czas pracy.



INTEGRACJA PRACOWNIKÓW

Firma **EmiTel** rozwija inicjatywę **spotkań integracyjnych**. Ruch dla zdrowia oraz dobra zabawa dla ducha – w takiej konwencji odbywają się coroczne wycieczki krajoznawcze. Organizowane w ciekawych miejscach w Polsce gromadzą pracowników zainteresowanych poznaniem zakątków kraju. W trakcie tych spotkań osoby pracujące na co dzień w różnych, często odległych lokalizacjach mają okazję spotkać się i wspólnie wziąć udział w atrakcjach związanych z miejscem, w którym odbywa się spotkanie. Podobną, integracyjną rolę w firmie pełnią rajdy górskie. W rajdzie może wziąć udział każdy pracownik, który czuje się na siłach, aby sprostać wyzwaniu. Pierwsza edycja rajdu odbyła się w 2006 roku. Inicjatywa cieszy się dużym zainteresowaniem i jest pretekstem, by systematycznie dbać o własną kondycję fizyczną.



Firma **Farm Frites Poland** istnieje od 1994 roku. Znaczna część załogi pracuje w firmie dłużej niż 15 lat. Powoduje to m.in. wypalenie zawodowe. Chcąc łagodzić skutki tego typu problemów, firma kładzie nacisk na zachowanie równowagi pomiędzy życiem prywatnym i zawodowym pracowników, a także inicjuje wiele aktywności, z których mogą oni korzystać. Należą do nich organizowane od 2014 roku coroczne projekty podnoszące świadomość i wiedzę pracowników w różnych obszarach. Rok 2014 był Rokiem Zdrowia, 2015 – Rokiem Bezpieczeństwa, 2016 – Rokiem Ekologii, a 2017 – **Rokiem Kultury**. Ostatnia edycja była okazją do nawiązania współpracy z lokalnymi organizacjami kultury w Lęborku. Aktywności dla danego roku przygotowuje i realizuje grupa projektowa złożona z pracowników z różnych działów firmy.



Pracownicy **Fiat Chrysler Automobiles** oraz ich rodziny od wielu lat korzystają z inicjatyw działającego przy firmie **Centrum Rekreacji i Kultury**. Należy do niego 8087 pracowników i ich rodzin zrzeszonych w 26 sekcjach. Instytucja umożliwia czynny wypoczynek, uprawianie różnych dyscyplin sportowych oraz udział w licznych imprezach kulturalnych.



Kolejną praktyką skierowaną do pracowników i ich rodzin w **Fiat Chrysler Automobiles** była impreza organizowana z okazji **Dnia Rodzinnego**. Przygotowano całodzienne atrakcje dla dzieci i dorosłych, a ich zwieńczeniem był wieczorny koncert. W 2017 roku w Dniu Rodzinnym uczestniczyło ponad 30 tys. osób.



Kuehne + Nagel zachęca pracowników do uprawiania sportu, organizując coroczny wewnętrzny **turniej piłkarski Kuehne + Nagel CUP**, składający się z dwóch etapów – krajowego oraz regionalnego. Co roku pracownicy z oddziałów w całej Polsce stają do walki o tytuł mistrza kraju oraz możliwość reprezentowania oddziału firmy na międzynarodowej arenie. W 2017 roku po raz pierwszy w turnieju udział wzięła drużyna kobieca.



Realizowany w **Pelion** projekt „**Urtica Cafe**” kierowany jest do wszystkich kobiet pracujących: młodszych, starszych, z dziećmi w różnym wieku oraz tych, które przebywają na urloпах macierzyńskich i wychowawczych, formalnie pozostających w strukturach firmy. Formuła programu zakłada comiesięczne, bezpłatne spotkania ze specjalistami,

w ramach których poruszane są tematy związane z kobiecością, macierzyństwem, profilaktyką zdrowia, aktywnością fizyczną czy kulturą i sztuką. W ramach „**Urtica Cafe**” odbyło się 10 spotkań, m.in. „Savoir-vivre, czyli sztuka życia”, „Wiem, co jem”, „Samoobrona dla kobiet”, „Warsztaty z filcowania”, „Pierwsza pomoc”, „Świat w filiżance kawy”.



Podczas **odwiedzin dzieci w Dentsu Aegis Network Polska** w 2017 roku dzieci pracowników uczestniczyły w warsztatach edukacyjnych, na których malowały obrazy za pomocą robotów Sphero. Po raz kolejny odbyły się również Mikołajki, na których dzieci mogły zaznajomić się z nowymi technologiami poprzez zabawę. W firmie pojawił się też robot, dzieci bawiły się Ozobotami, wykonywały digitalowe maski karnawałowe, korzystały z VR-ów i wykonywały ozdoby pisakami 3D. Dodatkowo jesienią firmę odwiedziła młodzież z Ukrainy.



Hewlett Packard Enterprise chce zapewnić pracownikom atmosferę i warunki pozwalające pogodzić obowiązki służbowe i rodzinne. W ramach jednodniowej akcji „**Take our children to work**”, organizowanej od 2012 roku, dzieci pracowników są zapraszane do biura, gdzie poznają pracę rodziców, zapoznają się z nowymi technologiami i wartościami propagowanymi przez firmę, jak wielokulturowość oraz znaczenie edukacji i współdziałania na rzecz innych.



Kids Day to dzień, w którym dzieci pracowników **T-Mobile Polska** odwiedzają swoich rodziców w pracy. Uczestniczą w konkursach, zabawach i przedstawieniach oraz mają możliwość zapoznania się z miejscem pracy swoich rodziców.



„**Hestia po godzinach**” to cykliczne, comiesięczne spotkania pracowników w siedzibie **ERGO Hestii** w Sopocie z gośćmi ze świata kultury, sztuki, teatru, sportu, polityki i biznesu. Do tej pory firma podczas spotkań gościła m.in.: Mariana Opanię, Zygmunta Miłoszewskiego, Edwarda Dwurnika, Dorotę Kolak, siatkarzy z Grupy Trefl czy Johna Portera.



Dni Chemika 2017 były wydarzeniem integrującym pracowników **PKN ORLEN** z mieszkańcami Płocka. Ideą imprezy jest integracja poprzez sport i rozrywkę, a wszystko w duchu fair-play i promocji zdrowego stylu życia. Oprócz zabawy



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

można było odwiedzić strefę naukową oraz strefę ekologiczną z sokółką wędrownym.



2014



4980



Dzień Otwarty dla rodzin pracowników **PKN ORLEN**

ma na celu pokazanie im zakładu pracy. W 2017 roku do firmy zaproszono także mieszkańców powiatu płockiego. Ponad 450 osób miało okazję zobaczyć Zakład Produkcyjny PKN ORLEN. Wykwalifikowani przewodnicy – pracownicy opowiadali o poszczególnych instalacjach. Ważnym elementem spotkania była edukacja z zakresu bezpieczeństwa oraz ochrony życia, zdrowia i środowiska. Szczególnym zainteresowaniem zwiedzających cieszyła się ekostrefa, w której pracownicy Ochrony Środowiska wraz z sokolnikiem przybliżyli ciekawostki z życia zwierząt żyjących na terenie zakładu produkcyjnego.



2016



4980

Dzień Zdrowia i Bezpieczeństwa z **SumiRiko Poland**

dedykowany jest pracownikom firmy oraz ich rodzinom. Celem akcji jest edukacja zdrowotna. W ramach wydarzenia zorganizowano stanowiska, na których uczestnicy mogli zbadać ciśnienie, poziom glukozy, cholesterolu, wykonać EKG i analizę składu ciała. Można było również skorzystać z porad specjalistów.



2014



1784



PARTYCYPACJA PRACOWNICZA

W celu doskonalenia wewnętrznych procesów biznesowych w **Eurocash** uruchomiono „**Pudetko pomysłów**”, program umożliwiający dzielenie się przez pracowników pomysłami na usprawnienia pracy swojej i całej firmy. Do obsługi zgłoszeń służy specjalny dział na portalu pracowniczym, gdzie każdy, niezależnie od zajmowanego stanowiska, może zgłaszać swoje pomysły, przeglądać i komentować pomysły innych oraz głosować na nie. Komisje konkursowe wybierają trzy najlepsze pomysły w ramach każdej jednostki, a dodatkowo ten z największą liczbą głosów innych pracowników zostaje uznany za „Najpopularniejszy pomysł roku”. W 2017 roku zgłoszono 142 pomysły.



12000



Celem projektu „**Nowa energia**” jest poprawa zasad współpracy pomiędzy jednostkami organizacyjnymi oraz między kadrą menedżerską a pracownikami **Grupy Enea**. W jego ramach pracownicy mogą m.in. uczestniczyć w warsztatach umiejętności miękkich. W intranecie dostępne są również informacje o tym, jak powinni ze sobą współpracować, komunikować się oraz budować dobre relacje.



15081



Zachęcenie pracowników do poszukiwania i opracowywania sposobów na usprawnienie pracy, by następnie wyróżnić z nich

rozwiązania najlepiej odpowiadające na wyzwania innowacyjności i takie, które są możliwe do wdrożenia w bieżącej działalności, jest głównym celem „**Programu wspierania innowacyjności**” realizowanego w **Grupie Kapitałowej LOTOS**. Pierwszą odstoną programu było zorganizowanie dla pracowników konkursów propagujących aspekt innowacyjności pt. „Od pomysłu do realizacji”.



4897



ING Bank Śląski wdrożył w 2016 roku metodologię PACE (połączenie *design thinking*, *lean start-up* oraz podejścia *agile*) – jako sposób **wprowadzania innowacji na co dzień**.

Zespoły, w ramach swojej codziennej pracy, przez pięć tygodni usprawniają wybrane produkty i usługi.



8000



Natomiast aby usprawnić komunikację z pracownikami innych podmiotów należących do Grupy ING, w **ING Banku Śląskim** wdrożono nową wersję intranetu – **One Intranet i Społeczności**. Oprócz platformy do prezentacji treści, stworzono także społeczności i profile pracowników, którzy mogą dzielić się informacjami i pomysłami, udostępniać zdjęcia i linki, komentować. Ma to na celu zwiększenie zaangażowania pracowników w komunikację wewnętrzną i budowania dialogu poprzez wymianę wiedzy i pomysłów.



8000



Esencją programu „**MTeam**” wprowadzanego w **Mostostal Warszawa** jest inicjowanie zmian, które dokonują się z udziałem pracowników.

Jego podwalinami była dyskusja o kierunku rozwoju firmy. W ramach programu stworzono osiem grup roboczych, w których pracę zaangażowanych było ponad 100 osób. Ze zgłoszonych ponad 100 pomysłów – na m.in.: walidację jakości, poprawę standardów współpracy, budowę sieci partnerów, przejrzystość procesów, dywersyfikację, motywację pracowników, wzmocnienie zespołów ofertowania, budowę wizerunku firmy – wybrano 20 projektów najbardziej trafiających w aktualne potrzeby biznesowe firmy.



550



Na początku każdego miesiąca 2017 roku pracownicy **T-Mobile Polska** dostawali zaproszenie do wzięcia udziału w projekcie „**One Hour Your Power**”, który polegał na zgłaszaniu pomysłów, które pomogą usprawnić procesy i pracę w firmie.

Raz w miesiącu prezes wybierał najciekawszy projekt, a następnie spotykał się z jego autorem lub autorami. Podczas spotkania autorzy mieli szansę zaprezentować i przedyskutować swoje pomysły. Najlepsze zostały zrealizowane. Projekt trwał do końca 2017 roku. W 2018 roku nastąpi wdrożenie wybranych projektów.



5037



Program „**Do poprawki**” jest adresowany do pracowników sklepów oraz centrów dystrybucyjnych **Tesco Polska**.

Jego celem jest ulepszenie środowiska i warunków pracy oraz zainspirowanie do innowacyjnych rozwiązań.



Celem programu „**Wyróżniają nas ludzie – pomóż nam znaleźć tych wyjątkowych**” jest docenienie pracowników **mBanku** wyróżniających się zaangażowaniem i profesjonalizmem. Kandydatury w konkursie w siedmiu kategoriach (indywidualnych i zespołowych) zgłaszane są przez zatrudnionych w banku, również w Czechach i na Słowacji. Kandydatów ocenia komisja składająca się z przedstawicieli wszystkich obszarów organizacji oraz laureatów poprzednich edycji, a w kolejnym etapie o wyborze laureatów decydują także pracownicy (głosowanie). Nagrodą są wyjazdy zagraniczne połączone ze szkoleniami.



Z inicjatywy pracowników z ogólnego budżetu firmy **PRESS-SERVICE Monitoring Mediów** wydzielana jest co roku kwota na **budżet pracowniczy**. O jej wydatkowaniu mogą zdecydować wszystkie zatrudnione osoby. Projekty na wykorzystanie środków powinny uwzględniać interesy oraz potrzeby jak największej liczby pracowników i mogą być zgłaszane przez minimum trzy osoby. Program jest realizowany od 2014 roku i angażuje ponad 60% całego zespołu.



Pracownicy firmy **SITECH** mogą składać **wnioski racjonalizatorskie** (w wersji papierowej i elektronicznej w specjalnym systemie, który umożliwia sprawdzenie statusu wniosku) dotyczące poprawy miejsca pracy, dzięki czemu 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, który dostaje specjalną nagrodę.



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



Firma **SumiRiko Poland** postanowiła zachęcić pracowników do zaangażowania się w udoskonalenie ich miejsca pracy, ponieważ to oni wiedzą najlepiej na temat zagrożeń i starych punktów na swoim stanowisku. W ramach „**Suiage dla bezpiecznej pracy**” stworzono formularz, który może pobrać i wypełnić każdy pracownik, by zgłosić swoje zastrzeżenia i przemyślenia oraz sugestie rozwiązań. Formularze są analizowane przez przełożonych i raportowane do centrali w Japonii.



Karta Stosunków Pracy, definiując prawa i obowiązki pracodawcy i reprezentacji pracowników, stanowi podstawę dialogu i współpracy dla przedstawicieli **Volkswagen Motor Polska** i załogi. Jej celem jest standaryzacja prawa do powiadamiania, konsultacji i współdecydowania. Wymiernym efektem działania karty w praktyce jest np. udział obserwatorów ze związków zawodowych w rekrutacji nowych pracowników (także tymczasowych) czy w audytach dla przyszłych kadr kierowniczych.



„**Proces ciągłego ulepszania**” to program obejmujący warsztaty i szkolenia dla pracowników **Volkswagen Poznań**, zachęcające ich do generowania pomysłów optymalizacyjnych dotyczących produkcji i stanowisk pracy.



PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM W MIEJSCU PRACY

SumiRiko Poland prowadzi wiele działań w ramach programu „**Równe szanse i przeciwdziałanie dyskryminacji w pracy**”. Organizowane są spotkania i szkolenia podnoszące świadomość pracowników, w gazetce zakładowej i na tablicach publikowane są przydatne informacje, a pracownikom rozdano broszurki podsumowujące informacje prezentowane w ramach kampanii.



REKRUTACJA I ADAPTACJA

„**Taste you career with Capgemini**” to cykl spotkań rekrutacyjnych prowadzonych w formie biznesowego lunchu, któremu towarzyszyły serie speed recruiting („randki rekrutacyjne”). Spotkania odbywały się w nietypowych lokalizacjach: na dachu Teatru Śląskiego, podczas Filharmonii Śląskiej oraz w podziemiach Hotelu Centrum. Oprócz rekruterów



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

i kandydatów przy wspólnym stole zasiedli pracownicy **Capgemini Polska**, którzy opowiadali o tym, jak wygląda praca w tej firmie.



Adaptacja nowych pracowników w firmie **EmiTel** odbywa się w oparciu o **program onboardignowy**. W zależności od stanowiska, jakie obejmuje zatrudniona osoba, czekają ją spotkania wprowadzające z przedstawicielem biura kadr, przełożonym oraz innymi przedstawicielami firmy, którzy są zaangażowani we wdrożenie jej do pracy. Jednym z elementów adaptacji jest wycieczka do Centrum Zarządzania Siecią, w którym pracownik poznaje działalność firmy.



Zagadnienia z branży energetycznej przybliży nowym pracownikom **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** podczas szkoleń wstępnych **planszowa gra edukacyjna dla pracowników PGE**. Powstała też wersja planszowej gry dla najmłodszych „Bezpiecznie z PGE. Osiągnij szczyt bezpieczeństwa”. Obie zostały opracowane przez pracowników PGE.



NanoShadow – innowacyjne podejście PwC do rekrutacji polega na grze fabularnej. Zadaniem osób biorących udział w rekrutacji na praktykantów w **PwC** jest przeprowadzenie audytu fikcyjnej firmy z branży nowych technologii przed jej wejściem na giełdę. Wybrani kandydaci przez dwa miesiące śledzą wydarzenia, zbierając dane na temat fikcyjnej firmy, a następnie uczestniczą w finale, polegającym na kilkugodzinnej rywalizacji. Niestandardowa forma rekrutacji pozwala ocenić niedostrzegane na pierwszy rzut oka kompetencje studentów.



Opiekun pomagający we wdrażaniu w zadania i funkcjonowanie w firmie, materiały informacyjne wraz z multimedialną prezentacją o firmie i sposobach dotarcia do ważnych informacji, cykl szkoleń, wizyty na instalacjach produkcyjnych rafinerii – to elementy **programu adaptacyjnego dla nowych pracowników Grupy Kapitałowej LOTOS** „Wsparcie na starcie”.



„**StartUp**” to program wdrożeniowy dla nowych pracowników firmy **Volkswagen Poznań**, który ma im umożliwić i ułatwić poznanie przedsiębiorstwa. Program obejmuje szkolenia, pracę na produkcji (dotyczy również pracowników administracji) i kontakt z klientem zewnętrznym.



SZKOLENIA I ROZWÓJ

W styczniu 2017 roku w **3M** została przeprowadzona zmiana organizacyjna, w wyniku której część kierowników otrzymała nowe, bardziej odpowiedzialne role w organizacji. W ich miejsce mianowano nowych kierowników odpowiedzialnych za obszary produkcyjne. Program rozwojowy – **Akademia Kierownika Zmiany** – miał na celu wsparcie kierowników w nowej roli. Najważniejszym wskaźnikiem była pożądana przez organizację zmiana zachowania (wybrana kompetencja krytyczna). Przełożeni oceniali pracowników przed i po sesjach indywidualnych. Efekt został osiągnięty w 75% po trzech sesjach indywidualnych oraz przy jednoczesnej pracy z przełożonym. Przykładowe efekty to: mniejszy stres podczas wystąpień publicznych przed dużą grupą pracowników, klarowna komunikacja, zwiększenie pewności siebie oraz wyrażanie własnych opinii i pomysłów.



Celem „**Kultury digital**”, praktyki realizowanej w **Banku BGZ BNP Paribas**, jest wprowadzenie nowoczesnych form pracy zwiększających mobilność, efektywność biznesową, satysfakcję z pracy i zaangażowanie, oraz ich promocja wśród pracowników. Pozwala ona wyposażyć pracowników w kompetencje digital. W ramach tej inicjatywy firma np.: dostarcza urządzenia mobilne pracownikom, zwiększa liczbę aplikacji mobilnych, organizuje Digital Events dla pracowników.



Akademia Rozwoju Doradcy skierowana jest do pracowników banku **Credit Agricole Bank Polska** na stanowiskach doradcy i starszego doradcy. Główna idea programu sprowadza się do zachęcenia osób w nim uczestniczących do wzięcia odpowiedzialności za swój rozwój zawodowy. Na cały program składa się pięć warsztatów, które organizowane są w cyklu 12 miesięcy. W latach 2017–2018 realizowana jest III edycja przedsięwzięcia.



Brak spójnego i dostosowanego do aktualnych potrzeb rynku systemu kształcenia specjalistów SEO i content marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem stanowisk juniorskich, wymógł na firmie **Elephate** wdrożenie procesu doskonalenia kompetencji, **Akademii Elephate**. Inicjatywa ta jest potążona z procesem zarządzania wiedzą w firmie oraz budowania kapitału społecznego agencji SEO i content marketingu. Bazuje na przekazywaniu know-how przez ekspertów wewnętrznych.



Firma **EmiTel** postanowiła opracować intranetową platformę szkoleniową i w ten sposób zapewnić pracownikom szybki i łatwy dostęp do szkoleń przez cały rok. Platforma **Emi Academy** oferuje zewnętrzne i wewnętrzne szkolenia organizowane w różnych formach (np. tradycyjne warsztaty,

szkolenia e-learningowe i blended learningowe) i z różnych dziedzin. W jej ramach realizowana jest Akademia Trenera Wewnętrzznego. Zapraszane są do niej osoby posiadające kompetencje przydatne z punktu widzenia firmy oraz pragnące przekazać je innym współpracownikom. Biorą one udział w szkoleniach typu train the trainer, podczas których rozwijają swoje umiejętności trenerskie. Trenerzy wewnętrzni za realizowane przez siebie szkolenia otrzymują dodatkowe gratyfikacje finansowe.



Program „**Train the trainers**” jest skierowany do grupy trenerów wewnętrznych. Przyczynia się do wyrównywania szans wszystkich pracowników **ERGO Hestia** w dostępie do wiedzy. Uczestnicy poznają dobre postawy i uczą się podejścia do klienta. Wpływa to pozytywnie na ich satysfakcję z pracy.



„**Program rozwoju menedżerów sprzedaży**” polega na wzmacnianiu, poprzez system szkoleń oraz certyfikacji, wiedzy i umiejętności grupy menedżerów sprzedaży **ERGO Hestia** odpowiedzialnych za współpracę z agentami.



„**Program doskonalenia kompetencji menedżera produkcji**” jest kontynuacją „Projektu rozwoju kadry kierowniczej” prowadzonego w latach 2015–2016 wśród szefów produkcji, kierowników oraz mistrzów **Grupy Nowy Styl** w Polsce. Uczestnicy programu podnoszą swoje umiejętności poprzez pracę własną, rozmowy rozwojowe z przełożonym, szkolenia i indywidualny coaching.



W **Stena Recycling** wprowadzono program **szkoleń menedżerskich i przywódczych dla brygadzystów**, wcześniej przewidziany wyłącznie dla pracowników wysokiego i średniego szczebla. W realizację ćwiczeń i wspieranie uczestników włączeni byli również bezpośredni przełożeni brygadzystów, którzy wcześniej brali udział w swoim szkoleniu i znali już zagadnienia prezentowane w czasie projektu.



Program „**Akademia odpowiedzialnego zarządzania**”, skierowany do koordynatorów CSR z różnych jednostek firmy oraz działu Komunikacji Korporacyjnej i CSR w **Orange Polska**, przygotowany został wspólnie z Katedrą Przedsiębiorczości i Etyki w Biznesie Akademii Leona Koźmińskiego. Polegał na trwających przez pół roku trzygodzinnych spotkaniach wykładowo-warsztatowych z akademi-

kami i praktykami. Obejmował m.in. takie tematy, jak: Cele Zrównoważonego Rozwoju, dialog i budowanie relacji z interesariuszami, ekonomia cyrkularna, ekonomia współdzielenia, prawa człowieka, łańcuch dostaw. Praktycznym efektem programu było opracowanie przez poszczególne zespoły ośmiu projektów związanych z Celami Zrównoważonego Rozwoju. Kolejnym etapem będzie ich realizacja przez firmę.



Potrzeba zainwestowania w pracowników, aby zwiększyć ich świadomość projektową, ze szczególnym uwzględnieniem obszaru zarządzania programami i portfelem projektów, skłoniła **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** do stworzenia **Akademii Zarządzania Projektami**. W ramach programu pracownicy uczestniczą w szkoleniach związanych z zarządzaniem projektami. Biorą również udział w certyfikowanych szkoleniach otwartych: Prince 2 Foundation, Prince 2 Agile, MoP, P30, MSP. W 2017 roku odbyło się 50 szkoleń (w tym 37 dedykowanych), a program ukończyło 167 pracowników, którzy spędzili 835 dni w sali szkoleniowej.



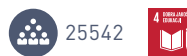
Zainicjowana przez **Roche Polska** w 2017 roku **Leaders Academy** to projekt, w ramach którego pracownicy działu IT zdobywają nowe umiejętności i rozwijają takie kompetencje, jak: budowanie relacji, doradztwo, proaktywność, przedsiębiorczość, wywieranie wpływu, myślenie strategiczne, inspirowanie i motywowanie innych, śmiałość w wyrażaniu swoich myśli oraz prezentowaniu własnych dokonań, badanie i dobre rozumienie potrzeb biznesowych.



Aby wesprzeć pracowników w procesie rozwoju, **Sanofi** oferuje im różnorodne formy nauki **języka angielskiego**. Są wśród nich wyjazdy na skondensowane kursy tygodniowe „Fast track improvement”, zajęcia grupowe i indywidualne, platforma e-learningowa „Go fluent”, newslettery, fiszki i e-mailingi wysyłane co dwa tygodnie oraz spotkanie i konkurs „Tea time”.



Cykl wewnętrznych szkoleń otwartych w **TAURON Ciepło Polska Energia** ma na celu poszerzenie wiedzy pracowników **TAURON** w różnych obszarach: sprzedaży, strategii, prawa, finansów, jak również w kwestiach technicznych z zakresu ciepłownictwa. Szkolenia składają się z 12 dwugodzinnych bloków tematycznych.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Aby stworzyć spójne podejście do rozwoju liderów i osób z wysokim potencjałem we wszystkich obszarach, biznesach i funkcjach, **3M** rozwija program „**3M leadership way**”. W jego ramach dostępne są cztery programy: „SPARK”, „IGNITE”, „AMPLIFY”, „CATALYST”, każdy dla innej grupy liderów w zależności od poziomu zaszerogowania w organizacji. Wszystkie programy zawierają spójne elementy, takie jak: narzędzia do samodiagnozy, coaching, projekt w czasie rzeczywistym, szkolenia online oraz stacjonarne, platformę do networkingu. Analizowanie efektów odbywa się przez globalne narzędzie CEB MetricsThatMatter™.



Projekt **Tydzień Rozwoju** został stworzony przez **Capgemini Polska** w celu wspierania pracowników w ich rozwoju oraz wyborze ścieżki kariery. W wydarzeniu wzięło udział blisko 500 pracowników. Obyło się 14 spotkań i szkoleń w lokalizacjach firmy w Krakowie, Katowicach oraz w Opolu.



Inicjatywa „**Bądź jak Leon. Myśl klientem**” promuje proklienckie postawy wobec klientów sklepów sieci **Carrefour Polska**, ale i wobec klientów wewnętrznych. Celem inicjatywy jest poprawa relacji między pracownikami, a także pomiędzy przełożonymi i pracownikami, co ma z kolei przelożyć się na poprawę relacji z klientami sklepów. Sieć prowadzi szkolenia dla wszystkich pracowników firmy (sklepy, centrala). Przesłanie projektu jest bardzo proste: postępuj tak, abyś był lubiany przez swoich klientów i współpracowników, bądź empatyczny i otwarty oraz bądź w swoich zobowiązaniach niezawodny. Po szkoleniach dany sklep wchodzi w etap wdrożenia „obietnic” (czyli konkretnych postaw, zachowań) w życie. Do końca 2017 roku Carrefour przeszkolił kadre 50% hipermarketów i supermarketów. Organizacja szkoleń w pozostałych sklepach będzie realizowana do połowy 2019 roku.



W ramach **programów talentowych „Fast forward”** selekcjonowana w wewnętrznych procesach grupa pracowników **Coca-Cola HBC Polska** z wysokim potencjałem rozwojowym przechodzi przez program intensywnego rozwoju kompetencji menedżerskich. Połączone są one z samodzielnym prowadzeniem wybranych projektów biznesowych wymagających wyższych kompetencji niż posiadane obecnie.



Program „**Nawigator**” jest prowadzony w firmie **ERGO Hestia** od wielu lat. Jego ostatnia edycja miała na celu podnoszenie kwalifikacji młodych menedżerów. Podczas prowadzonych w ramach programu warsztatów uczestnicy uczą się dobrych praktyk menedżerskich oraz obiektywnego zarządzania, mają możliwość wymiany swojej wiedzy i doświadczeń. Program trwa rok, a spotkania odbywają się

raz na dwa miesiące. Szkolenia prowadzone są we współpracy z firmą zewnętrzną.



Chcąc dać szansę szybszego rozwoju studentom i absolwentom, **Eurocash** prowadzi dwa **programy menedżerskie** – „**Management trainee**” oraz „**Sales & operations trainee**”. Mają one na celu wykształcenie kadry menedżerskiej zdolnej do prowadzenia skomplikowanych projektów w różnych działach Grupy Eurocash, przy czym drugi z nich ukierunkowany jest na wyszkolenie kadry menedżerskiej wyspecjalizowanej przede wszystkim w dziedzinie sprzedaży i logistyki.



Eurocash, chcąc podnieść kwalifikacje zawodowe swoich pracowników, organizuje dla nich **szkolenia i warsztaty** realizowane przez zespół trenerów wewnętrznych czy też firmy zewnętrzne. Ponadto pracownicy mają możliwość korzystania z platformy e-learningowej oraz biblioteki, a mogą także ubiegać się o dofinansowanie studiów. W 2017 roku ze szkoleń otwartych skorzystały 262 osoby, a z e-learningowych – 3780 osób.



Grupa Enea zdecydowała o wdrożeniu „**Programu zmiany pokoleniowej**”. Jego celem jest podjęcie długofalowych działań zapobiegających negatywnym skutkom naturalnych przemian demograficznych oraz wdrożenie w tym zakresie konstruktywnych rozwiązań systemowych. „Program zmiany pokoleniowej” został rozpisany na trzy etapy: „Program dobrowolnych odejść”, „Program uzupełniania kompetencji”, „Nowa polityka płacowa”.



Od 2017 roku w **Henkel Polska** realizowany jest „**Program mentoringowy**”, skierowany do kadry menedżerskiej wszystkich stopni. Jego celem jest rozwój umiejętności przywódczych oraz transfer wiedzy i dobrych praktyk pomiędzy menedżerami reprezentującymi różne działy i funkcje firmy oraz budowanie wspólnej kultury korporacyjnej w oparciu o takie wartości, jak: szacunek, odpowiedzialność, dobra współpraca czy różnorodność. Odbywa się to w oparciu o relację mentor–mentee i pracę – przez dziewięć miesięcy – w parach mentoringowych nad określonymi na początku indywidualnymi celami. W pierwszej edycji „Programu mentoringu” wzięło udział 11 par mentor–mentee.

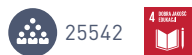


„**Speed networking**” jest odpowiedzią na potrzeby pracowników **Sanofi**, dając im – w krótkim czasie – możliwość poznania wielu osób, wymiany opinii oraz uzyskania cennych uwag i wskazówek dotyczących rozwoju kariery. W sesjach biorą udział członkowie kierownictwa firmy oraz osoby z wysokim potencjałem, z różnych działów.



Uniwersytet Otwarty w TAURON Polska Energia

to organizowany przez firmę cykl bezpłatnych wykładów prowadzonych przez najwybitniejszych ekspertów specjalizujących się w różnych dziedzinach nauki, polityki, biznesu, kultury oraz rozwoju osobistego. Do tej pory zrealizowano 17 wykładów, w których łącznie uczestniczyło kilkaset pracowników firmy.



Celem programu „iLead” jest stworzenie platformy komunikacyjnej dla wszystkich liderów **Henkel Polska**, oferującej możliwość wymiany najlepszych praktyk i doświadczeń w obszarach szeroko rozumianego zarządzania zespołami i komunikacji. Program realizowany jest poprzez spotkania plenarne i seminaria. Obecnie programem objętych jest 116 pracowników.



„Przepis na mistrza” to projekt obejmujący szkolenia i kursy przygotowujące pracowników **Carrefour Polska** do egzaminu czeladniczego w zawodzie rzeźnika, piekarza i cukiernika, skierowany do obecnych pracowników z długoletnim stażem i doświadczeniem. Projekt wchodzi w skład programu Carrefour „Smak kariery”. W 2017 roku uprawnienia uzyskało 29 pracowników działów produktów świeżych. Od początku trwania programu, czyli od 2015 roku, przeszkolono 73 osoby.



„Comex shadows” ma pomóc w sprawnym zarządzaniu różnorodnością i w rozwoju **Carrefour Polska**. Firma wykorzystuje formułę shadowingu, w której dyrekcja wykonawcza i młodzi pracownicy konsultują kluczowe decyzje. Od 2016 roku 12 pracowników poniżej 30 roku życia pracuje w czterech grupach roboczych pod opieką swojego mentora z zarządu firmy nad projektem związanym z realizacją strategii omnikanalowości i transformacji cyfrowej. Uczestnicy „Comex shadow” biorą udział w każdym zebraniu zarządu i w najważniejszych komitetach decyzyjnych i operacyjnych.



„Bank z klasą. Cała wiedza o bankowości” to autorska kampania społeczna **Credit Agricole Bank Polska**, wspierająca państwowe szkoły w edukacji uczniów klas 1–3 w zakresie podstawowej wiedzy bankowej, finansowej i przedsiębiorczości. Lekcje prowadzi pracownicy – wolontariusze, zgodnie z wymogami Ministerstwa Edukacji Narodowej. Materiały wykorzystywane w projekcie zostały opracowane we współpracy z ekspertami nauczania wczesnoszkolnego.



Kodeks współpracy to zbiór pięciu reguł dobrej kooperacji z klientami wewnętrznymi w **Credit Agricole Bank Polska**. Dokument powstał, aby zwiększyć sprawność i efektywność realizacji zadań indywidualnych oraz projektów międzyzespołowych.



„Dzielmy się wiedzą” to program wewnętrznych szkoleń i warsztatów specjalistycznych prowadzonych przez pracowników-ekspertów dla innych osób zatrudnionych w **Credit Agricole Bank Polska**. Spotkania obejmują takie zagadnienia, jak: bankowość, finanse, kadry i płace, ryzyko operacyjne, windykacja, aktywa i pasywa, controlling, zarządzanie projektami, zarządzanie ryzykiem, produkty firmowe oraz narzędzia pomagające w rozwiązywaniu problemów biznesowych.



W ramach trzeciej edycji programu „Let's share” w **Dentsu Aegis Network Polska** wyłoniono grupę 13 trenerów, którzy po przejściu szkolenia trenerskiego dzielą się swoją specjalistyczną wiedzą z innymi pracownikami. W ciągu sześciu pierwszych miesięcy od startu edycji w 2017 roku zostało przeprowadzonych 38 szkoleń wewnętrznych, w których wzięto udział 490 pracowników.



Akademia ENERIS to realizowane w godzinach pracy szkolenia dla kierowców i ładowaczy śmieciarek prowadzone w **ENERIS Ochrona Środowiska**. Program szkoleń układany jest przez zespół pracowników różnych działów przy zaangażowaniu zarządu i wsparciu ratowników medycznych. Celem Akademii jest przekazanie najważniejszych informacji na temat strategii firmy, nauka zasad udzielania pierwszej pomocy, uwrażliwienie na niebezpieczeństwa związane z ruchem drogowym i nauka zasad obsługi klienta z niepełnościami.



Hestyna Akademia Rozwoju Talentów (HART) to autorski program szkoleniowy kierowany do osób, które 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 konsekwentnie realizowany od 15 lat. Ok. 70% osób, które go ukończyły, awansowało i stanowi obecnie większość w kadrze menedżerskiej **ERGO Hestia**.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

„**You grow**” to projekt skierowany do najzdolniejszych pracowników firmy **Henkel Polska**, którzy nie pełnią jeszcze funkcji menedżerskich, ale wyróżniają się zaangażowaniem i potencjałem do objęcia stanowisk kierowniczych w przyszłości. Program opiera się na indywidualnym planie rozwoju, współpracy międzydziałowej, programie szkoleniowym „Mini-MBA” i grach symulacyjnych. Uczestnicy realizują dodatkowe projekty, ściśle współpracując z przedstawicielami najwyższej kadry zarządzającej.



Raz w miesiącu w firmie **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** odbywa się „Inspirująca sesja wideo”, podczas której pracownikom prezentowane są wystąpienia TEDx.



Na **Dni Rozwoju** organizowane dla pracowników **Grupy mBanku** pod hasłem „Znajdź własny przepis na rozwój” składają się: spotkania, warsztaty i konsultacje indywidualne, które mają inspirować pracowników **mBanku**. W 2017 roku ponad 700 pracowników uczestniczyło w ponad 60 aktywnościach w Warszawie i Łodzi. Ponad tysiąc osób skorzystało z mobilnych narzędzi wspierających rozwój.



Dzięki **Akademii Zakupowej** pracownicy Biura Zakupów **PKN ORLEN** mogą uczestniczyć w szkoleniach, warsztatach, treningach i grach zespołowych. Uczestnicy Akademii pracują na rzeczywistych *case studies* i mają dostęp do materiałów edukacyjnych, e-learningów, źródeł inspiracji. Rozwój następuje w trzech wymiarach: „lider w zmianie”, „partner w biznesie” oraz “ekspert w zakupach”. Zaliczenia poszczególnych tematów kończą się wpisem do indeksu. Dodatkowo wspierane są potrzeby rozwojowe dotyczące umiejętności liderskich.



„**Strefa menedżera**” to zestaw szkoleń, dzięki którym uczestnicy mogą poszerzyć swoją wiedzę w obszarach i procesach, które funkcjonują w **Sanofi**. Szkolenia dopasowane są do poziomu doświadczenia menedżerów. Do dyspozycji jest również „strefa wiedzy” – książki i audiobooki, dzięki którym menedżerowie mogą pogłębiać wiedzę z obszaru zarządzania zespołem.



Kolejna edycja „**Mentoring program in Sanofi**” została udoskonalona poprzez szkolenia dla nowych mentorów, spotkania doszkalające oraz spotkania informacyjne dla *mentees* i ich przełożonych. W edycji 2017 udział wzięło kilkanaście nowych par, a grupę *mentee* poszerzono o osoby, które w 2016 roku po raz pierwszy objęły stanowiska zarzą-

dające zespołami, co pokazuje, że program wpływa na rozwój kompetencji.



W programie **cross mentoringu** z ramienia **Sanofi** uczestniczyli trzej *mentorzy* i jeden *mentee*, z ramienia **Orange Polska** trzech *mentee* i jeden *mentor*. Aktualnie zbierane są informacje zwrotne przed podsumowaniem wniosków i wspólną sesją obu firm. Program cieszył się dobrymi opiniami, szczególnie ze względu na bezpieczne warunki nauki i wymiany myśli oraz doświadczeń z osobami z innej firmy i branży.



W **Centrum Szkoleniowym SITECH** pracownicy firmy **SITECH** są szkoleni na warsztatach 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.



Podczas **Dnia z Klientem** pracownicy z wewnętrznych działów **T-Mobile Polska** mogą poznać specyfikę pracy sprzedawcy. Organizacja dnia ma na celu zaangażowanie pracowników w budowanie wizerunku firmy i wyotywanie satysfakcji klienta. Rozmowa z klientem podczas oczekiwania na konsultanta, zabawa z dziećmi lub wykorzystanie posiadanej wiedzy i doświadczenia, aby zaproponować klientowi najlepsze rozwiązanie, to zadania, z którymi można się zmierzyć podczas tego dnia.



„**Job rotation**” polega na czasowej zmianie obszaru pracy w **BEST** i ma na celu zwiększenie wiedzy oraz umiejętności pracownika poprzez praktykę w nowym obszarze. Umożliwia to jego rozwój, daje mu szansę na poszerzenie kompetencji oraz zwiększa jego współodpowiedzialność za realizację celów firmy. Program opiera się na szkoleniu praktycznym bezpośrednio na stanowisku pracy, a jego założenia są zgodne z promowanym w organizacji modelem 10-20-70, który zakłada, że najwięcej uczymy się poprzez praktykę (70%). W 2017 roku w projekcie wzięło udział ośmioro pracowników, z czego sześcioro zmieniło ostatecznie stanowisko pracy.



„**IWitness global citizens programme**” to program dla pracowników **IKEA Retail**, w ramach którego organizowane są wyjazdy do krajów objętych pomocą **IKEA Foundation**. Środki na projekty pomocowe pochodzą z kampanii społecznych organizowanych przez sklepy na całym świecie. Pracownicy stają się ambasadorami zrównoważonego rozwoju, walki ze zmianami klimatu i działalności społecznej.

W 2017 roku polscy pracownicy odwiedzili obozy dla uchodźców w Jordanii.



Volkswagen Motor Polska oferuje pracownikom szkolenia dotyczące **autonomicznego utrzymania ruchu**. Opierają się one na dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem przez ekspertów. Dwudziestu pracowników zdobywa nowe kompetencje podczas 20 tygodni szkolenia zakończonego egzaminem. Następnie wdrażają wiedzę w pracy na linii, a ich rozwój koordynowany jest przez kierownika działu. Pracownicy mają też możliwość udziału w szkoleniach oferowanych przez firmę zewnętrzną.



WOŁONTARIAT PRACOWNICZY

Firma **Allegro.pl** wzięła udział w akcji „Szlachetna paczka” Stowarzyszenia WIOSNA. Łącznie zaangażowanych zostało: 742 osoby w kompletowanie paczek oraz 26 liderów, którzy pomogli 21 rodzinom. Realizacja inicjatywy wpisuje się postanowienia zawarte w Strategii CSR Allegro 2017–2019.



Fundacja Banku Millennium prowadzi **program wolontariatu pracowniczego „Millantrop”**, w ramach którego, w drodze konkursu, przyznaje granty na realizację akcji społecznych przez pracowników **Banku Millennium**. Program realizowany jest od 2016 roku i łącznie wzięło w nim udział 312 wolontariuszy (pracowników banku, ich rodzin i znajomych), realizując 11 projektów na rzecz szkół, placówek opiekuńczych, dzieci i młodzieży oraz ochrony środowiska.



Projekty zgłaszane w ramach „Mikrodotacji” **Banku Ochrony Środowiska** angażują pracowników w działania na rzecz społeczeństwa obywatelskiego i rozwoju lokalnych społeczności. Partnerami i odbiorcami inicjatywy są organizacje pozarządowe i instytucje publiczne (np. szkoły, przedszkola, świetlice, kluby osiedlowe, domy dziecka, ośrodki szkolno-wychowawcze, adopcyjne, hospicja, szpitale). Od 2013 roku co roku odbywają się dwie edycje programu – wiosenna i jesienna. Aby otrzymać dotację na realizację swoich działań, pracownicy (minimum trzech) muszą, za pośrednictwem specjalnego wortalu, zgłosić swój projekt z dokładnym opisem organizacji lub instytucji, z którą go zrealizują, harmonogramem prac oraz kosztorysem. Po zrealizowaniu działań wolontariusze przedstawiają sprawozdanie wraz z załącznikami dokumentującymi przebieg akcji.



Celem programu grantowego „InicJaTyWy” dla pracowników **Carlsberg Polska** jest poprawa życia społeczności lokalnych w sąsiedztwie browarów. Każdy pracownik ma możliwość zgłoszenia do programu swojego autorskiego projektu. Komisja wybiera te, które otrzymają grant w wysokości 7 tys. zł. Grant realizowany jest wraz z innymi pracownikami – wolontariuszami, lokalną społecznością i samorządem. W ciągu czterech lat Carlsberg Polska przekazał na realizację projektów blisko 300 tys. zł. W czterech edycjach programu wzięło udział 245 pracowników firmy, którzy przepracowali społecznie 2415 godzin i zrealizowali 36 projektów.



Pracownicy **Banku Zachodniego WBK**, w ramach wolontariatu, zaangażowali się w organizację zbiórki „Witaj szkole”. Kompletowanie artykułów szkolnych odbywało się we wskazanych przez nich lokalizacjach. Dodatkowo, poszukując najbardziej potrzebujących osób, decydowali, które organizacje zostaną beneficjentami zbiórki. Pomoc trafiła do 562 dzieci z domów dziecka, świetlic środowiskowych i placówek szkolno-wychowawczych.



W 2017 roku firma **CCC** opracowała kompleksowy program **wolontariatu pracowniczego** oraz wpisała działania w tym obszarze w Strategię CSR, nadając temu obszarowi wysoki priorytet. Wdrożenie programu poprzedzone zostało ankietą przeprowadzoną wśród pracowników na temat obszarów działań wolontariackich, w które chcieliby się zaangażować. Zostały przeprowadzone pierwsze wspólne projekty społeczne, dzięki którym pracownicy CCC mogli zdobyć doświadczenia wolontariackie. Przyjęto również formalny dokument dotyczący programu wolontariatu pracowniczego funkcjonujący w ramach Grupy CCC.



Pracownicy **Coca-Cola HBC Polska** w ramach **programu wolontariatu pracowniczego** zgłaszają na konkurs autorskie projekty wolontariackie, które poddawane są ocenie komisji, w skład której wchodzi niezależni eksperci spoza spółki. W 2017 roku pracownicy zrealizowali 35 projektów, wokół których zbudowali „lokalne koalicje wolontariackie”, angażując w działanie swoje rodziny, przyjaciół i przedstawicieli lokalnych społeczności.



Celebrując dziesięciolecie biura we Wrocławiu oraz pierwszą rocznicę biura w Warszawie, firma **Credit Suisse** postanowiła podjąć inicjatywę na rzecz lokalnej społeczności. Zainicjowano program charytatywny „10 + 1 dobrych uczynków z okazji 10 + 1 rocznicy”, w którym każdy z pracowników



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

mógł zgłosić projekt społeczny odpowiadający jego zdaniem na ważne kwestie społeczne i wspierający lokalnie działające instytucje lub organizacje. Firma pokrywała koszty projektów do kwoty 3 tys. zł. Spośród wszystkich zgłoszeń komisja konkursowa wybrała 11, które uznata za najbardziej skuteczne pod względem ich wpływu społecznego, zaangażowania pracowników w realizację oraz promocję działań społecznych w środowisku lokalnym.



W **Dentsu Aegis Network Polska** pojawiła się oddolna inicjatywa zorganizowania **charytatywnych zajęć sportowych** z jogi i samoobrony. Ich uczestnicy mogli przekazać dobrowolnie symboliczną kwotę za zajęcia. W ten sposób pracownicy firmy wsparli kwotą 1200 zł Fundację „Chata zwierzaka”.



Pracownicy spółki Carat (jedna ze spółek w **Dentsu Aegis Network Polska**) zdecydowali się na **wolontariat pracowniczy** w schronisku dla zwierząt w Korabiewicach. Akcja jest koordynowana od trzech lat przez tego samego pracownika przy wsparciu CSR menedżera. W pierwszym etapie pracownicy zbierają w biurze dary rzeczowe i środki finansowe, a następnie na cały dzień wyjeżdżają do Korabiewic koło Warszawy i przez około 7 godz. pracują fizycznie na miejscu. W 2017 roku taką pracę na rzecz schroniska podjęły 22 zatrudnione osoby.



Środowiska biznesowe mogą, dzięki wykorzystaniu wolontariatu pracowniczego i działań z zakresu CSR, być źródłem inicjatyw obywatelskich. W ten sposób podjęto decyzję o wyszkoleniu – w ramach **Wytwórci Kompetencji Społecznych i Obywatelskich** – 10 pracowników firmy **Famur**, zatrudnionych w różnych lokalizacjach, na edukatorów społecznych. Następnie edukatorzy dzielili się zdobytą wiedzą z młodzieżą ze szkół w województwach śląskim, małopolskim i łódzkim. Podejmowane były tematy z takich zagadnień, jak: CSR, kompetencje niezbędne na rynku pracy, aktywność obywatelska, bezpieczeństwo w sieci, współdziałanie firmy i społeczności lokalnych, funkcjonowanie firmy produkcyjnej czy wybory samorządowe. Warsztaty przeprowadzono w sumie dla 372 młodych osób. Projekt realizowany był wraz z Fundacją TDJ.



W ramach programu **wolontariatu pracowniczego na rzecz seniorów z demencją** pracownicy **Grupy ATERIMA** wspierają podopiecznych Środowiskowego Domu Samopomocy dla Osób z Chorobą Alzheimera w Krakowie. Przed każdą z wizyt wolontariusze opracowują program, na który składają się aktywności mające na celu aktywizację seniorów, m.in. ćwiczenia plastyczne, zajęcia kulinarne, muzyczne czy gry słowne. W 2017 roku w programie udział wzięło 14 pracowników. W partnerstwie z Akademią

Opiekunów przeszkolono ponadto 22 członków rodzin podopiecznych ośrodka w zakresie sprawowania opieki nad seniorami cierpiącymi na demencję.



„**Potęga poMocy**” to program grantowy realizowany przez Fundację Enea, w którym pracownicy z **Grupy Enea** zgłaszają inicjatywę społeczną, którą chcą zrealizować z podmiotem społecznym działającym wśród lokalnej społeczności. W 2017 roku wsparcia udzielono dziewięciu inicjatywom prospołecznym, obejmującym takie obszary, jak: działalność na rzecz osób starszych, z niepełnosprawnością i wykluczonych społecznie, rozwój społeczności lokalnych czy ochrona i promocja zdrowia. Każdy z projektów koordynował w ramach wolontariatu pracownik firmy, biorąc w nim równocześnie czynny udział.



Pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** mają możliwość wykorzystania przysługujących im godzin wolontariackich, angażując się w działalność długoterminową lub akcyjną na rzecz współpracującej z firmą **Fundacji Antoni**. Polega ona na pracy fizycznej przy przygotowywaniu i wydawaniu posiłków osobom potrzebującym w kuchni prowadzonej przez fundację oraz pomocy dzieciom i młodzieży w odrabianiu lekcji i prowadzeniu zajęć ruchowych.



Firma **Hewlett Packard Enterprise** angażuje się również w akcję charytatywną „**Buy a book**” – kiermasz książek подарowanych przez pracowników wrocławskich firm połączony z festynem rodzinnym. W 2017 roku w ramach akcji zebrano blisko 20 tys. zł i zaangażowano 90 wolontariuszy z ponad 50 firm i organizacji.



„**IBM Corporate Service Corps**” to program, w ramach którego najlepsi pracownicy **IBM** zostają oddelegowani na miesięczne misje, podczas których wykorzystują swoją wiedzę i doświadczenie, aby wspomagać rozwój lokalnych samorządów, organizacji i firm. Pracownicy działają w międzynarodowych grupach, dzięki czemu uczą się współpracy międzykulturowej, poznają również kulturę danego kraju i regionu. W Polsce do tej pory pracownicy IBM byli zaangażowani w wolontariat pracowniczy m.in. w Katowicach, Łodzi, Lublinie, Gliwicach, a w zeszłym roku w Krakowie.



„**Bajkoterapia**” w ramach programu **wolontariatu pracowniczego** to dobra praktyka realizowana przez **KPMG**, polegająca na czytaniu przez pracowników firmy książek i bajek dzieciom przebywającym w warszawskich szpitalach. Ma na celu udzielenie wsparcia emocjonalnego małym pacjentom.



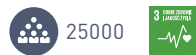
Pracownicy **Kuehne + Nagel** co roku zabierają wychowanków domów dziecka na bożonarodzeniowe poszukiwanie prezentów w ramach akcji **Święty Mikołaj**. Dzieci same dysponują przydzielanymi środkami, mogąc kupić wybrany przez siebie prezent. W 25 lokalizacjach firmy na terenie całej Polski odbyły się także zbiórki paczek z żywnością i materiałami potrzebnymi na rzecz ogólnopolskiego programu „Szlachetna paczka”. Pracownicy oddziału we Wrocławiu zorganizowali także wspólne przedświąteczne gotowanie z dziećmi z Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania i razem odkrywali kuchnię meksykańską.



„Dobroczynni” – program wolontariatu pracowniczego w **LafargeHolcim** skierowany jest do pracowników firmy, a także do organizacji pozarządowych, szkół i lokalnych społeczności. Każdy może zgłosić projekt, w którym zaangażowani będą wolontariusze – pracownicy firmy. Program zakłada dofinansowanie wybranych projektów z takich obszarów, jak: poprawa estetyki i użyteczności pomieszczeń, budynków i obiektów malarstwa architektury; edukacja, bezpieczeństwo i ochrona zdrowia, środowisko. W 2017 roku przyznano granty na realizację 14 projektów, w których udział wzięło ponad 100 wolontariuszy.



Pracownicy **LPP** w ramach **wolontariatu pracowniczego** zaprojektowali i odświeżyli wnętrza jadalni gdańskiego szpitala dziecięcego na Polankach. Dzięki temu można w niej teraz spotkać jednoróżce, bajeczne koty, miśki i tęcze, leśne zwierzęta, a także rakiety, kosmonautów i roboty. Natomiast w krakowskim oddziale LPP 6 grudnia 40 pracowników wcieliło się w rolę Mikołaja i przekazywało prezenty pacjentom różnych oddziałów szpitala dziecięcego w Prokocimiu.



Pracownicy **MetLife** prowadzą **zajęcia dla podopiecznych Powiślańskiej Fundacji Społecznej**. W 2017 roku zorganizowali dwa wydarzenia dla łącznie 20 dzieci. Były to warsztaty biżuterii oraz mecz piłki nożnej i przygotowane wspólnie z Legią Warszawa zwiedzanie stadionu Legii. Pracownicy pomagają też dzieciom w odrabianiu lekcji.



Nationale-Nederlanden oferuje swoim pracownikom możliwość zaangażowania się w **wolontariat pracowni- czy**. Wśród zrealizowanych inicjatyw znajdują się: coaching dla samotnych matek, nauka latania na szybowcach dla młodzieży, remonty w domach dziecka czy olimpiada dla dzieci z niepełnosprawnością. Od kilku lat firma zachęca swoich

pracowników do zgłaszania własnych projektów, na których realizację zdobywają granty. Spośród nadsyłanych pomysłów co roku realizowanych jest kilkanaście projektów z kilkudziesięciu zgłoszonych inicjatyw.



W **PKO Banku Polskim** działa program **wolontariatu pracowniczego** wspierający organizacyjnie, logistycznie i finansowo działania pracowników. W jego ramach pracownicy angażują się w projekty charytatywne. Poprzez specjalną stronę internetową mogą zgłosić projekt lub chęć udziału w którejś z realizowanych już inicjatyw Fundacji PKO Banku Polskiego. Mogą to być projekty m.in. z obszaru kultury, ekologii, sportu, edukacji, zdrowia.



W pierwszą sobotę października pracownicy i współpracownicy **Pramerica Życie TUIR** oraz ich przyjaciele i członkowie rodzin, ubrani w białe koszulki z napisem „Pramerica pomaga”, zamieniają się w pomocników, malarzy, opiekunów, ogrodników, animatorów, a nawet kucharzy. W ramach **Dnia Wolontariusza** odwiedzają placówki opiekuńcze (domy dziecka, świetlice, schroniska, hospicja) położone w oddalonych od dużych aglomeracji miejscowościach. Remontują pomieszczenia, organizują atrakcje dla podopiecznych, odświeżają ogrody czy odnawiają place zabaw.



Program wolontariatu pracowniczego jest realizowany przez dział HR **Siemens** od 2010 roku. Jego filarami są: projekty wolontariackie dofinansowywane przez firmę, Dzień Wolontariusza w Siemensie oraz promowanie świadomego pomagania. W skali roku prowadzonych jest kilkanaście projektów o łącznej puli darowizn celowych 75–100 tys. zł. Wsparcie finansowe udzielane jest organizacjom pozarządowym wybranym przez pracowników firmy.



W ramach inicjatywy **„Wspólna odnowa skweru na Woli w Warszawie”** u zbiegu ulic Mireckiego i Gibalskiego w Warszawie zrealizowano projekt podnoszący estetykę terenu. W ramach akcji powstało osiem ławek i stół do gry w szachy. Posadzono 400 roślin, odnowiono zatarte linie na boisku do koszykówki, namalowano gry dziecięce na asfalcie, takie jak chińczyk czy klasy. W działaniach wzięło udział 40 wolontariuszy – pracowników **Skanska w Polsce**.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W ramach inicjatywy „1 week 4 kids!” pracownicy **Solski Communications** spotykają się z uczniami szkół specjalnych w Warszawie. Wspólnie korzystają z ofert takich instytucji, jak Muzeum Narodowe, Muzeum Chopina, Centrum Nauki „Kopernik”, pracownia kostiumów i scenografii Teatru Wielkiego, Park Miniatur, Stadion Narodowy. Wrażeniami dzielą się podczas wizyt w restauracjach i kawiarniach. We wspólne wyjścia włączeni są wszyscy pracownicy firmy, w tym stażyści. Za logistyczno-organizacyjną stronę przedsięwzięcia każdego roku odpowiedzialne są nowe osoby.



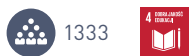
Wolontariat pracowniczy w Veolia Energia Polska jest realizowany z Fundacją Veolia Polska i polega na działaniach dobroczynnych i edukacyjnych podejmowanych przez pracowników na rzecz społeczności lokalnych. Nawiązano stałą współpracę wolontariuszy ze świetlicami środowiskowymi oraz z organizacjami, które je prowadzą. Do udziału w akcjach wolontariackich zapraszani są pracownicy z rodzinami. Fundacja prowadzi ewaluację projektów w ramach konkursu grantowego, a także opracowuje raporty podsumowujące organizowane przez siebie lub pracowników akcje społeczne. W 2017 roku przeprowadzono łącznie 12 akcji wolontariackich, w które zaangażowało się ponad 100 wolontariuszy.



Klub VW Impuls to oddolna inicjatywa pracowników **Volkswagen Motor Polska**, mająca na celu wzajemną pomoc koleżeńską wśród zarówno kolegów z pracy, jak i lokalnej społeczności. Na zasadzie wolontariatu pracownicy udzielają pomocy osobom potrzebującym, organizując zbiórki pieniędzy, rzeczy, ubrań czy zabawek.



W 2017 roku w ramach akcji **Książki dla więźniów** zebrano ponad 1050 egzemplarzy książek, które za pośrednictwem klubu VW Impuls i ambulatorium **Volkswagen Motor Polska** zostały przekazane do biblioteki zakładu karnego w Wołowie.



ANWIL stworzył program **wolontariatu pracowniczego**, w ramach którego zatrudnieni w spółce pracownicy mogą ubiegać się o dofinansowanie autorskich inicjatyw niosących wsparcie lokalnej społeczności. Wśród zgłoszonych projektów znalazły się m.in.: organizacja zajęć rekreacyjnych dla dzieci ze świetlic środowiskowych i prace remontowe. W ubiegłym roku spółka wsparła finansowo realizację 22 inicjatyw.



Program minigrantów „Działam, pomagam, jestem wolontariuszem” ma na celu promocję wolontariatu wśród pracowników **ArcelorMittal Poland** oraz wsparcie działalności

statutowej instytucji i organizacji pozarządowych działających na rzecz społeczności lokalnych w otoczeniu firmy. Wnioskodawca musi być zaangażowany w działalność organizacji oraz w dany projekt, a warunkiem przyznania grantu jest wykorzystanie go na konkretny projekt, a nie na pokrycie kosztów ogólnych. W 2017 roku zrealizowano 10 ekologicznych projektów, w których 38 wolontariuszy przepracowało blisko 700 godzin na rzecz 8 tys. beneficjentów.



Program grantowy „Inwestujemy w dobre pomysły” jest odpowiedzią na inicjatywę pracowników **Capgemini Polska**. Co roku firma przekazuje wsparcie finansowe, merytoryczne i organizacyjne pracownikom, którzy zgłaszają najlepsze projekty społeczne. Program jest elementem strategii społecznej odpowiedzialności firmy. Przez sześć edycji programu ponad 700 pracowników zrealizowało 94 projekty na rzecz społeczności lokalnych.



Program wolontariatu pracowniczego „Możesz na mnie polegać” realizowany jest systemowo – obejmuje edukację, tworzenie różnorodnych możliwości działania oraz merytoryczne i finansowe wsparcie dobrych pomysłów pracowników **Banku BGZ BNP Paribas**. Każdemu pracownikowi przysługują dwa dni wolne w roku przeznaczone na wolontariat. W 2017 roku 750 wolontariuszy dobrowolnie przepracowało 4574 godzin na rzecz lokalnych społeczności.



W **Cognifide Polska** co roku dostępny jest specjalny budżet przeznaczony na inicjatywy CSR zgłaszane przez pracowników. W ramach programu „Do good @Cognifide” Komitet ds. CSR z otrzymanych projektów wyłania te, które najlepiej wpisują się w strategię zrównoważonego rozwoju firmy. Zwycięskim pomysłem przyznawane są budżety, którymi liderzy inicjatyw dysponują wg potrzeb.



DB Schenker od 2008 roku realizuje program **wolontariatu pracowniczego „Czas pomagania DB Schenker”** (łącznie 436 projektów). Każdego roku są dwie edycje: zielony oraz świąteczny „Czas pomagania”. 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 przepracowali łącznie ponad 30 tys. godzin na rzecz ponad 43 tys. beneficjentów.



Pracownicy **Grupy Raben** mogą wziąć udział w akcji **wolontariatu pracowniczego „Wykaż się inicjatywą”**. Jej celem jest aktywizowanie pracowników do zachowań przedsiębiorczych, prospołecznych oraz ekologicznych. W Polsce

pracownicy dysponują 40 tys. zł na realizację lokalnych projektów. W 2017 roku zrealizowali prawie 20 inicjatyw społecznych, m.in. warsztaty w świetlicach, wycieczki edukacyjne dla dzieci czy wyposażenie lokalnych placówek oświatowych.



Grupa Żywiec od 2009 roku realizuje program **wolontariatu pracowniczego „PoMOCNA grupa”** w formie konkursu grantowego. Nadstawane projekty ocenia Rada Programowa, której członkami są przedstawiciele firmy. Wolontariusze m.in. pomagają przy pracach remontowych placówek lub w prowadzeniu warsztatów edukacyjnych. W 2017 roku w wolontariacie pracowniczym wzięło udział 119 osób, które poświęciły 1690 godzin na działania projektowe.



Za pośrednictwem ogólnooświatowego **programu wolontariatu pracowniczego „Make an Impact on Tomorrow” („MIT”)** firma **Henkel Polska** wspiera lokalne społeczności. Obecni lub emerytowani pracownicy mogą zgłosić projekt i uzyskać od firmy pomoc na jego realizację: finansową, rzeczową lub w dodatkowych dniach pełnopłatnego urlopu. Program istnieje nieprzerwanie od blisko 20 lat. W 2017 roku w ramach programu zostało zrealizowanych w Polsce 79 projektów, które uzyskały wsparcie w wysokości ponad 1 mln zł.



Konkurs „Dobry pomysł” na projekty wolontariackie jest kierowany do pracowników **ING Banku Śląskiego**. Organizowany jest wspólnie z Fundacją ING Dzieciom, która wspiera grantami finansowymi realizację zwycięskich pomysłów. W 2017 roku zrealizowano 68 projektów, a jury wyłoniło kolejnych 71 na rok 2018.



Program grantowy dla pracowników KPMG ma na celu promowanie idei CSR. Wsparcie przyznaje się projektom z obszarów: wspierania społeczności lokalnych, ochrony i poszerzania wiedzy o środowisku naturalnym, promowania idei przedsiębiorczości, a także zaangażowania w rozwój kultury (corporate cultural responsibility).



Program wolontariatu pracowniczego „Zróbmy razem coś dobrego” realizowany jest w **mBanku** od 2009 roku. Trzy razy w roku pracownicy zgłaszają propozycje działań. Mogą na nie uzyskać do 2,5 tys. zł grantu. Dofinansowano już ponad 100 inicjatyw, w tym cztery w 2017 roku, w które zaangażowało się 19 wolontariuszy. Wolontariusze: przygotowali

i przeprowadzili zajęcia z edukacji ekonomicznej dla młodzieży w wieku 15–19 lat, zorganizowali warsztaty kulinarne i zabawy dla podopiecznych świetlicy środowiskowej, zorganizowali piknik integracyjny i wycieczki do ZOO dla wychowanków Domu Pomocy Społecznej dla Dzieci i Młodzieży Niepełnosprawnej Intelktualnie.



Konkurs grantowy „Wspieramy wolontariuszy” promuje prospołeczną postawę pracowników **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**. Program polega na przyznaniu maksymalnie 5 tys. zł dotacji najlepszym projektom zgłoszonym przez pracowników i skierowanym do podopiecznych instytucji publicznych lub organizacji pozarządowych. W projekcie musi uczestniczyć minimum dwóch pracowników, a w jego realizację mogą włączyć się ich rodziny i znajomi. W trakcie drugiej edycji konkursu zgłoszono 20 pomysłów, z czego dofinansowanie otrzymało 12 projektów, przy których pracowało ponad 70 wolontariuszy. W 2017 roku pracownicy, którzy realizowali swoje projekty w pierwszej edycji konkursu, otrzymali dodatkowy dzień urlopu, tzw. dzień wolontariusza.



W ramach programu **„Mam dobry pomysł. Pomagam”** pracownicy mogą zgłaszać własne projekty i inicjatywy, które po pozytywnej weryfikacji są nagradzane przez **PKN ORLEN** grantem. W 2017 roku wolontariusze najchętniej angażowali się w pomoc na rzecz dzieci, lokalnej społeczności oraz środowiska. Łącznie w realizacji działań w ramach wolontariatu wzięło udział 175 wolontariuszy, którzy działali na rzecz prawie 2 tys. beneficjentów.



„Tak! Pomagam” to program wolontariatu pracowniczego realizowany we współpracy z Centrum Wolontariatu, który jest realizowany od 2006 roku. **Provident Polska** przekazał na ten cel ponad 1,4 mln zł. Co roku odbywają się dwie edycje programu. Wolontariusze pomagają dzieciom, osobom starszym, młodzieży, a także zwierzętom. Pomoc obejmuje: prace remontowe, organizację czasu wolnego, zbiórkę żywności, środków higienicznych i weterynaryjnych oraz organizację spacerów dla psów. Od 2017 roku wolontariuszom przysługuje dzień wolny na realizację projektów.



„Give together” to zbiór akcji wolontariackich o charakterze fundraisingowym realizowanych przez **Sabre Polska**. Raz do roku prowadzone są zbiórki funduszy przekazywanych na rzecz organizacji pozarządowych i lokalnych społeczności, które są zgłaszane przez pracowników. W 2017 roku w działa-



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

nia zaangażowało się blisko 80% pracowników firmy. Odbyło się 30 akcji, w ramach których zebrano 80 132 zł.



Program „**Wolontariusz Tchibo. Chcę pomagać!**” to konkurs grantowy dla pracowników **Tchibo Warszawa** na projekty wolontariackie. Zgłoszone projekty są oceniane przez Radę Programową, a po pozytywnej weryfikacji otrzymują dofinansowanie nawet do kilku tysięcy złotych. Program nie jest ograniczony przez ramy czasowe.



Celem **programu wolontariatu pracowniczego** banku **Citi Handlowy** jest wspieranie i rozwijanie zaangażowania społecznego obecnych i byłych pracowników.



Pracownicy **Banku Zachodniego WBK** zgłosili się do zrealizowania **zbiórki żywności**. W akcję zaangażowało się 120 wolontariuszy w 37 lokalizacjach. Dołączyli również studenci, którzy koordynowali zbiórkę wraz z pracownikami placówek relacyjnych na siedmiu uczelniach. Produkty trafiły do potrzebujących za pośrednictwem organizacji charytatywnych współpracujących z Bankami Żywności. Według zbiorczego raportu przygotowanego przez Federację Banków Żywności podczas zbiórki zebrano 4 301 016 kg żywności, która trafiła do 1,4 tys. osób.



Citi Handlowy poprzez **wolontariat seniorów** chce aktywizować społecznie osoby starsze oraz daje im możliwość dzielenia się swoim doświadczeniem życiowym i zawodowym.



Pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** przy współpracy z Wrocławskim Centrum Seniora od 2014 roku prowadzą szkolenia komputerowe dla seniorów. W 2015 roku „**Projekt senior**” poszerzono o kursy językowe (angielski i włoski). W przerwie wakacyjnej organizowano spacer z przewodnikiem. Firma współorganizuje też Dni Seniora. W 2017 roku kontynuowano te działania.



Klub Wolontariusza jest oddolną inicjatywą wolontariuszy **Citi Handlowy**, poszukujących inspiracji oraz sposobu na integrację osób angażujących się w wolontariat.



Credit Suisse oferuje swoim pracownikom możliwość wykorzystania maksymalnie czterech pełnopłatnych dni

w roku na udział w inicjatywach wolontariackich, prowadzonych we współpracy z lokalnymi partnerami. W Credit Suisse aktywnie działa ponad 20 różnych **programów wolontariatu pracowniczego**, które oferują możliwość zaangażowania się w wolontariat kompetencyjny bądź akcyjny.



Program wolontariatu „Kolej na pomaganie” wspiera i aktywizuje działania społeczne i wolontariackie pracowników **DB Cargo Polska**. Coroczne konkursy dla wolontariuszy, wsparcie finansowe dla akcji wolontariackich oraz warsztaty i gala wolontariatu są elementami stymulującymi rozwój programu w organizacji.



Program „**Działamy i wspieramy**”, realizowany przez **De Heus**, polega na tworzeniu bezpiecznej i sprzyjającej rozwojowi przestrzeni dla dzieci z terenów wiejskich, wspiera ich edukację i kształtuje pozytywne wzorce zachowań, a także przyczynia się do budowania poczucia wspólnoty w lokalnych społecznościach w całej Polsce.



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 pięć projektów wolontariackich: „Wokół stołu”, „Cała Praga śpiewa”, „Dom”, „Rośnij WAW”, „Autentyzm”.



Ochronka Betlejem w Wolbromiu gromadzi dzieci z rodzin biednych i trudnych. Raz w miesiącu menedżerowie **SumiRiko Poland** organizują tam, przy wsparciu działu administracji, **warsztaty tematyczne „Ochronkowe dzieciaki”**.



Idea **programu grantowego „Społeczna energia SumiRiko”** jest wsparcie inicjatyw pracowników działających na rzecz lokalnej społeczności. Autorzy najciekawszych projektów otrzymują od **SumiRiko Poland** finansowe wsparcie na ich realizację. Przeprowadzono już 13 edycji programu, podczas których zrealizowano 52 projekty, w które zaangażowało się kilkuset wolontariuszy.



Hestyjne Centrum Wolontariatu od 2013 roku wzmacnia i wspiera aktywną postawę pracowników **ERGO Hestia**, którzy działają społecznie w fundacjach czy stowarzyszeniach. Koordynuje także wzajemną pomoc dla pracowników,

kortrzy znajdują się w trudnej sytuacji, oraz wspomaga działania firmowych fundacji: Integralia oraz Fundacji Artystyczna Podróż Hestii.



W **Grupie Enea**, w ramach Fundacji Enea, realizowany jest wolontariat kompetencyjny i akcyjny. Wolontariat kompetencyjny opiera się na dwóch programach edukacyjnych. Jeden z nich to „**Pierwsza pomoc – ratownictwo przedmedyczne**”, co wynika z faktu, że pracownicy grupy, pracując w energetyce, codziennie są narażeni na sytuacje zagrożenia zdrowia i życia. W ramach tego programu wykwalifikowani pracownicy – ratownicy podczas szkoleń i pokazów dzielą się swoją wiedzą z innymi pracownikami, dziećmi i uczestnikami eventów.



Miasto Wrocław co roku organizuje **Wrocławskie Dni Wolontariatu**, w trakcie których wolontariusze z wrocławskich firm i instytucji organizują szkolenia i warsztaty. W 2017 roku **Hewlett Packard Enterprise** na przykładzie swoich pracowników pokazał, jak efektywnie łączyć pasje z życiem zawodowym.



W ramach współpracy z biurem **Europejskiej Stolicy Kultury** pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** (HPE) mogli zostać wolontariuszami przy organizacji imprez kulturalnych na terenie miasta. Projekty zakładały zarówno kontakt z artystami, jak i np. współtworzenie map interesujących miejsc dla gości zagranicznych. W 2017 roku wolontariusze HPE współtworzyli Europejską Noc Literatury i brali udział w ceremonii zamknięcia The World Games 2017.



Firma **Jet Line** wspiera **oddolne inicjatywy pracowników** w ramach wolontariatu pracowniczego, w tym zbiórki odzieży i sprzętu AGD dla osób potrzebujących i rzeczy dla schronisk dla zwierząt. W 2017 roku zorganizowano składkową Wigilię, przeznaczając firmowy budżet na operację syna byłego pracownika, trzyletniego lwa, która pod koniec grudnia została przeprowadzona w USA.



„**Szlachetna Paczka**” w **Kompanii Piwowarskiej** to największa w historii firmy akcja wolontariatu pracowniczego. Każdy pracownik zgłaszający swój udział w projekcie otrzymał od firmy 100 zł na przygotowanie paczki dla rodzi-

ny wybranej z bazy „Szlachetnej paczki” Stowarzyszenia WIOSNA. Łącznie wartość paczek w 2017 roku wyniosła ponad 230 tys. zł, z czego prawie połowa to środki przekazane przez 1,3 tys. wolontariuszy.



WORK-LIFE BALANCE

„**Dwie godziny dla rodziny**” to ogólnopolska akcja, do której dołączyła firma **3M**. Każdy pracownik w danym dniu może przyjść do pracy dwie godziny później, wyjść dwie godziny wcześniej lub wyjść w ciągu dnia na dwie godziny, aby spędzić ten czas ze swoją rodziną i bliskimi.



Firma **ANWIL** podejmuje liczne aktywności na rzecz pracowników i ich rodzin w ramach praktyki „**Pracodawca przyjazny rodzinie**”. Jedną z takich inicjatyw był zorganizowany w ubiegłym roku rodzinny rajd rowerowy „ANWILÓWKA na dwóch kółkach”. Pięćdziesięcioosobowa grupa pracowników firmy i ich najbliższych pokonała dystans 34 km. ANWIL włączyła się także w akcję społeczną „Dwie godziny dla rodziny”. Ponadto przedsiębiorstwo oferuje zatrudnionym dodatkowo pozapłatcowe świadczenia, m.in. upominki dla pracowników, którym urodziło się dziecko, czy coroczne pikniki dla pracowników oraz ich najbliższych.



Program sprzyjający równowadze pracy i życia prywatnego **Credit Agricole Bank Polska** ma na celu rozwój idei *work-life-balance* w firmie. W 2017 roku działania podzielono na trzy etapy. Pierwszy dotyczył ankiety sprawdzającej poziom wiedzy pracowników w obszarze zagrożeń wynikających z braku właściwego poziomu *work-life balance*. Drugi – upowszechnienia broszury elektronicznej zawierającej zbiór informacji na temat rozwoju, potrzeb, wychowywania dzieci oraz ćwiczeń wpływających na budowanie relacji i więzi rodzinnych. Ostatni zaś trzeci etap obejmował warsztaty dla rodziców z zakresu wsparcia umiejętności wychowawczych, komunikacji, rozwoju dzieci.



Program „**Elastyczne miejsce pracy**” umożliwia pracownikom biurowym **DB Schenker** wykonywanie swoich obowiązków w miejscu zamieszkania. Na podstawie specjalnego porozumienia z pracodawcą w ciągu roku mogą oni poświęcić na pracę z domu do 104 dni, średnio dwa dni w tygodniu. Firma zobowiązuje pracownika do zapewnienia sobie odpowiednich warunków w miejscu zamieszkania, zgodnych



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

z zasadami BHP – m.in. odpowiedniego fotela do pracy i oświetlenia.



W ramach działań **work-life balance w Grupie Agora** pracownicy mogli w 2017 roku uczestniczyć w akcji „Dwie godziny dla rodziny” Fundacji Humanites – Sztuka Wychowania, której hasłem przewodnim było „Gotowanie na rodzinnym planie”. Pierwszego czerwca 2017 roku, czyli w Dniu Dziecka, każdy pracownik **Grupy Agora** mógł skorzystać z możliwości skrócenia swojego dnia pracy o dwie godziny i spędzenia tego czasu z bliskimi. Osoby z zespołu Grupy Agora co roku mogą także wziąć udział w wydarzeniach sportowych. Firma prowadzi również system kafeterijny, dający pracownikom możliwość wyboru spośród wielu opcji: zajęć sportowych czy wydarzeń kulturalnych.



Na pomysł stworzenia **odlotowej biblioteczki Kraków Airport** wpadli pracownicy **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**. Dzięki temu powstało miejsce, do którego każdy z nich może przynieść niechcianą książkę, wymienić na inną, poczytać na przerwie, pożyczyć na weekend czy przysłać na stałe. Obecnie w zbiorach odlotowej biblioteczki znajduje się kilkaset pozycji. Przy regałach z książkami została zaaranżowana strefa czytelnika.



Program „**Healthy Well-being**” polega na tworzeniu zdrowych, komfortowych i przyjaznych warunków pracy w **Grupie VELUX i spółkach siostrzanych w Polsce** i obejmuje cztery obszary: edukację, zdrowie, komfort i ergonomię pracy oraz aktywność fizyczną. Działania edukacyjne koncentrują się wokół zagadnień zdrowego domu oraz profilaktyki zdrowotnej. Firma oferuje pracownikom wodę, owoce i zioła. Zachęca ich również do cyklicznych badań profilaktycznych w ramach gwarantowanych pakietów medycznych oraz do aktywności fizycznej. Ważnym elementem programu jest dbanie o komfortowe i ergonomiczne warunki pracy zarówno w biurze, jak i podczas podróży służbowej.



W ramach **Dni Równowagi** pracownicy **ArcelorMittal Poland** zapraszani są do uczestnictwa w szkoleniach i warsztatach, które mają pomóc im zachować wewnętrzną równowagę i znaleźć zdrowy balans pomiędzy aktywnościami zawodowymi i osobistymi. W edycji 2017 udział wzięło ok. 120 osób, a w programie zaproponowano: sesje mindfulness, ćwiczenia relaksacyjne na bazie tai chi oraz warsztaty motywacji wewnętrznej dla pracowników w wieku 50+.



„**Wellbeing Dentsu**” to wieloletni program skierowany do pracowników grupy **Dentsu Aegis Network Polska** promujący ideę **work-life-balance**. W 2017 roku udzielono finansowego i logistycznego wsparcia kilku drużynom sportowym, zorganizowano dwa eventy promujące zdrowy tryb życia i żywienia, zaproszono pracowników na masaże firmowe (regularnie dwa razy w miesiącu), przeprowadzono cykl letnich zajęć z jogi, warsztaty na temat radzenia sobie ze stresem wraz z prezentacją technik relaksacyjnych.



„**Flex@PwC**” to system umożliwiający dopasowanie systemu pracy w **PwC** do indywidualnych potrzeb, obejmujący cztery rozwiązania: zredukowane godziny pracy, *flextime* (elastyczne godziny pracy), „PwC@Home” (praca z domu) i „4-3-2-1 sabbatical” (możliwość wzięcia od jednego do czterech miesięcy przerwy w pracy, w ramach których firma zobowiązuje się płacić relatywnie do okresu nieobecności 25% pensji za każdy miesiąc urlopu).



WSPARCIE PRACOWNIKÓW

Firma **ANWIL** postanowiła wesprzeć swoich pracowników w realizowaniu ich zainteresowań w czasie wolnym od pracy. W ramach programu „**ANWIL Pasja**” pracownicy spółki mogą ubiegać się o dofinansowanie do swojego hobby, realizowanego samodzielnie lub wspólnie z innymi członkami załogi. Do tej pory takie wsparcie otrzymało ok. 600 osób, czyli średnio co drugi zatrudniony w spółce.



„**Talenty Carrefour**” to kampania internal branding skierowana do pracowników i współpracowników z firm zewnętrznych. Jej osią był konkurs, do którego 291 osób zgłosiło swoje pasje realizowane w życiu prywatnym. Dziewięciu zwycięzców otrzymało od **Carrefour Polska** wsparcie finansowe i merytoryczne na rozwój talentu.



Firma **3M** rozszerzyła system benefitów dla pracowników o **emerytalny plan oszczędnościowy**. Każdy pracownik może zadeklarować składkę na swoją przyszłą emeryturę w wysokości 1%, 2%, 3% lub 4% swojego wynagrodzenia. Drugą taką samą kwotę na emerytalne konto pracownika wpłaca 3M. Wysokość składki można zmienić, ale jej opłacanie można również w dowolnym momencie zawiesić, nie występując z programu. Pracownicy sami decydują, do jakiego funduszu wpłacana będzie ich składka.



Od 2002 roku **Volkswagen Motor Polska** oferuje swoim pracownikom grupowe ubezpieczenie emerytalne

„Pogodna Jesień”, a dodatkowo w 2017 roku, dzięki uruchomieniu **pracowniczego programu emerytalnego**, zatrudnione osoby mogły wybrać jedną z dwóch form dodatkowego oszczędzania na emeryturę. Przystąpienie do wybranego programu jest możliwe już w pierwszym miesiącu pracy.



Każdy pracownik firmy **EmiTel** ma prawo korzystania z oferowanych przez Komisję Socjalną świadczeń z **Funduszu Socjalnego**. Benefity te przysługują również członkom rodziny pracownika, a także emerytom i rencistom, którzy odeszli na te świadczenia bezpośrednio po zakończeniu pracy.



W **EmiTelu** działa również pracownicza **kasa zapomogowo-pożyczkowa** (PKZP), której celem jest udzielanie pomocy materialnej. Członkiem PKZP może być każdy pracownik EmiTela oraz emeryci i renciści, którzy odeszli na te świadczenia bezpośrednio po zakończeniu pracy w firmie.



Pracownicy **EmiTel** mogą przystąpić do dobrowolnego **ubezpieczenia** inwestycyjnego z ochroną ubezpieczeniową obejmującą śmierć pracownika oraz gromadzenie środków na przyszłe świadczenia emerytalne. W ramach tego ubezpieczenia pracownicy samodzielnie optacją kilkuzłotową składkę ubezpieczenia na życie, natomiast część kapitałową składki w wysokości 5,5% miesięcznego wynagrodzenia zasadniczego brutto w całości opłaca pracodawca. Oprócz tego firma umożliwia skorzystanie z oferty grupowego ubezpieczenia na życie. Obejmuje ona dwa warianty ubezpieczenia: rodzina i zdrowie. Pracownik może objąć ubezpieczeniem również współmałżonka (partnera życiowego) oraz pełnoletnie dzieci.



„**Raben dba o kierowców**” to projekt, w ramach którego w **Grupie Raben** funkcjonuje program motywacyjno-lojalnościowy składający się z trzech elementów: newslettera informacyjnego, szkoleń oraz konkursu dla kierowców. Ten ostatni ma na celu wyłanianie i nagradzanie kierowców osiągających najlepsze wyniki w ramach swojego oddziału.



Fundacja Pracownicza pomaga pracownikom **Grupy VELUX i spółek siostrzanych w Polsce** i ich najbliższym w trudnych sytuacjach życiowych, takich jak: śmierć, choroba czy wypadek. Wspiera też edukację akademicką dzieci pracowników. Finansuje również działania na rzecz społeczności lokalnych, których inicjatorami są czę-

sto sami pracownicy, wspierając szkoły, przedszkola, kluby sportowe, ośrodki pomocy społecznej. Dotychczas fundacja wsparła w Polsce 134 projekty dotyczące trudnych sytuacji życiowych pracowników (137 mln zł), 42 projekty dotyczące dofinansowania edukacji dzieci pracowników (292 tys. zł), 175 projektów związanych z działalnością organizacji non profit na terenach zlokalizowanych w pobliżu zakładów produkcyjnych firmy (1,6 mln zł).



W ramach uruchomionego w 2017 roku **Funduszu Mieszkaniowego** pracownicy **Leroy Merlin** mogli uzyskać pomoc finansową w zakupie pierwszego mieszkania lub domu. Firma oferuje wsparcie w zakresie gromadzenia wkładu własnego. Ma ono ułatwić pracownikom zaciągnięcie kredytu hipotecznego.



Zawodnicy funkcjonującej w **LPP** drużyny sportowej **LPP Team** startują w biegach, biorą udział w wyścigach rowerowych oraz wspólnie trenują inne dyscypliny. Obecnie w LPP Team jest 150 osób, dla których utworzony został specjalny fundusz. Firma finansuje członkom drużyny profesjonalną odzież i sprzęt, a także udział w wybranych zawodach. W 2017 roku LPP przeznaczyło na sportowe pasje swoich pracowników 250 tys. zł.



W jednym programie „**Akademia witalności**” ujęto kompleksowo wszystkie działania **Orange Polska** powstałe w odpowiedzi na potrzeby i oczekiwania pracowników dotyczące bezpieczeństwa, zdrowia i dbałości o dobre samopoczucie oraz równowagę między życiem zawodowym a prywatnym.



W firmie **Pelion** zorganizowano akcję pomocową dla pracownicy, która ze względu na ciężką chorobę nowotworową potrzebowała dużej ilości krwi oraz płytek krwi. Każdemu pracownikowi, który wziął udział w akcji „**Krew dla Diany**”, zrobiono zdjęcie z napisem wspierającym chorą koleżankę, a następnie opublikowano je na portalu społecznościowym, by dodać jej również otuchy.



Praktyka **wsparcia pracowników** w firmie **BIBUS MENOS** jest oparta na: promowaniu zdrowego stylu życia (dofinansowywanie programów sportowych, objęcie prywatną opieką medyczną, dostępna siłownia w centrali), wsparciu



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

materialnym (fundusz socjalny), wsparciu rozwoju osobistego pracowników (finansowe wsparcie szkoleń i studiów).



„**Feel good @ Cognifide**” to kompleksowy program **Cognifide Polska** z zakresu pracy, dbający o wellness i wellbeing pracowników. Opiera się na czterech filarach: zdrowie i dobry tryb życia, dobre samopoczucie w pracy, przyjazne otoczenie, integracja i relaks.



Od 2015 roku pracownicy **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice** prowadzą coroczną **święteczną akcję pomocy** na rzecz rodzin pracowników w trudnej sytuacji ekonomicznej. Rodziny, których anonimowość jest zachowana, typuje Zakładowa Komisja Świadczeń Socjalnych. Przez tydzień wolontariusze zbierają wśród pracowników lotniska datki oraz dary rzeczowe. W grudniu 2017 roku pomoc otrzymały trzy rodziny.



„**Pasjonaci Providenta**” to konkurs grantowy dla pracowników i doradców klienta **Provident Polska**, którzy mają hobby i potrafią zainspirować do działania innych. Do tej pory odbyło się pięć edycji konkursu. Ich efektem jest powstanie Klubu Biegacza i udział 11 firmowych drużyn w Poland Business Run. Przy wyborze zwyciężskich projektów jury bierze pod uwagę oryginalność pasji, kreatywność wniosku oraz pomysł na zarażenie współpracowników swoim hobby.



ZDROWIE PRACOWNIKÓW

W kwietniu 2017 roku odbył się **Dzień Zdrowia** w całej firmie **Antalis Poland**. W tym dniu wszyscy pracownicy mogli skorzystać z praktycznych rozwiązań, ćwiczeń, diet, jakie proponowali zaproszeni lekarze i specjaliści. Dzień Zdrowia ma na celu przede wszystkim uświadomienie pracownikom, jak ważne jest zdrowe odżywianie i umiejętne radzenie sobie ze stresem oraz zachowanie równowagi (*work-life-balance*).



W **Banku Zachodnim WBK** funkcjonuje program „**Zdrowie na bank**”. Jest on realizowany w ramach czterech filarów tematycznych – „Jedź zdrowo”, „Bądź aktywny”, „Dbaj o siebie” i „Bądź ergo”. Prowadzone są działania edukacyjne i motywacyjne, m.in. w obszarze racjonalnego żywienia, profilaktyki zdrowia fizycznego i psychicznego, promocji ruchu, wypoczynku i ergonomii pracy. Między 13 a 17 lutego 2017 roku odbył się Tydzień Zdrowia na Bank, podczas którego miały miejsce: akcja profilaktyczna „Zbadaj się w pracy” – 302 uczestników, Dni Ergo – 252 uczestników, webinarium „work life balance” – ponad 100 zalogowanych osób, konkurs na

efektywną przerwę – ponad 100 uczestników, serwis rowe-rowy – ponad 100 korzystających osób. Podczas Dni Ergo 252 pracowników Warszawy, Poznania i Wrocławia wzięło udział w warsztatach ergonomicznych.



W ramach **programu promującego zdrowie w Credit Agricole Bank Polska** przeprowadzono szkolenia stacjonarne dla pracowników banku, we współpracy merytorycznej z Państwową Inspekcją Pracy (PIP): **Stres w miejscu pracy**, **Zagrożenia psychospołeczne**, a także podręczne przyrządy do ćwiczeń profilaktycznych nadgarstka. Wdrożono szkolenie e-learningowe „Zdrowie w roli głównej”. Do końca 2017 roku wyedukowano 1095 osób.



Ze względu na fakt, że większość pracowników **Fiat Chrysler Automobiles** to pracownicy fizyczni, wykonujący ciężką pracę na linii produkcyjnej, poza obowiązkowymi badaniami lekarskimi firma umożliwia pracownikom – w ramach „**Programu promocji zdrowia**” – wykonanie szeregu specjalistycznych badań profilaktycznych. Pracownicy mogą poddać się takim badaniom w zakładowych centrach zdrowia lub w kompleksowo wyposażonych przychodniach lekarskich w Tychach i Bielsku-Białej współpracujących z centrami. W 2017 roku w ramach trzymiesięcznego „Programu promocji zdrowia” odbyło się 11 826 badań, z których skorzystało 881 pracowników.



Od kwietnia do czerwca 2017 roku pracownicy **Canon Polska** wzięli udział w wewnętrznej rywalizacji sportowej pod nazwą „**Go Canon! Go!**”. Celem projektu była promocja aktywnego stylu życia, integracja pracowników, ale przede wszystkim wsparcie organizacji charytatywnej, ponieważ laureaci rywalizacji zamiast nagród otrzymali możliwość zdecydowania, komu i jak pomóc. Przez trzy miesiące zmagania wspólnie pokonano 32 237 km i spalono 1 mln kalorii. Do rywalizacji przyłączyło się 70 pracowników firmy.



Sieć **Carrefour Polska** wspiera profesjonalnych sportowców i swoich pracowników biorących udział w zawodach oraz kibiców dopingujących zawodników. W roku 2017 Carrefour po raz pierwszy został sponsorem głównym 74. Tour de Pologne. W ramach promocji zdrowia wśród pracowników w firmie powstała drużyna kolarzy-amatorów – **Carrefour Cycling Team**. Składa się ona wyłącznie z pracowników, którzy biorą udział w wydarzeniach kolarskich w całej Polsce. Na podobnych zasadach w firmie funkcjonuje również **Carrefour Running Team**, zrzeszający biegaczy.



Wielu współpracowników **Grupy Adamed** uprawia różne dyscypliny sportu i żyje bardzo aktywnie, a wielu kolejnych chciałoby zmienić styl życia na aktywny, tylko nie wie, jak zacząć. Firma postanowiła uruchomić **FUN RUN & MORE**, czyli platformę społecznościową, która daje możliwość wymiany doświadczeń i inspiracji w tworzeniu zdrowego stylu życia. Mobilizuje jednocześnie do brania udziału w wielu imprezach sportowych w całej Polsce. Od uruchomienia platformy w drugiej połowie roku liczba zarejestrowanych użytkowników wyniosła 350.



Celem „Turnieju zespołowego” organizowanego w **Grupie GPEC** jest m.in. promowanie praktyk prozdrowotnych wśród pracowników, wzmacnianie równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym, motywowanie do uprawiania aktywności sportowej i rozwijania swoich pasji oraz budowanie relacji między pracownikami i motywowanie ich do rozwoju zawodowego. Turniej organizowany jest przez wewnętrzny komunikator, w którym pracownicy dokumentują swoje aktywności. Za każde wykonane zadanie zespoły zdobywają punkty wymieniane na nagrody związane ze zdrowiem i aktywnym trybem życia. W 2017 roku odbyły się dwie edycje turnieju a każda z nich trwała 8 tygodni.



Założeniem programu „Grupa Raben biega” jest połączenie pasji pracowników **Grupy Raben** z promocją zdrowego trybu życia i tym samym realizacja strategii CSR firmy. W ramach tego działania realizowany jest projekt „Rabeniada” – biegi sztafetowe dla pracowników. Trzy najlepsze drużyny w Polsce przekazują 1 tys. zł na wybrany cel charytatywny. W 2017 roku w „Rabeniadzie” wzięło udział 45 osób z całej Polski. Firma wspiera również finansowo udział pracowników w ogólnopolskich imprezach biegowych oraz zachęca do dodatkowych wpłat na cele charytatywne.



W 2017 roku centrum rehabilitacji w **Volkswagen Motor Polska** zorganizowało dla pracowników **nauczę chodzenia z kijami nordic walking** pod okiem instruktorów. Odbyły się cztery godzinne spotkania na leśnej drodze w okolicach Polkowic.



Pracownicy **Credit Suisse** w ramach **Miesiąca Świadomości Chorób Nowotworowych (Cancer Awareness Month)** przygotowali ok. 4 tys. różowych wstążek, które na początku października zostały rozdane zatrudnionym. Dystrybucja wstążek połączona była z dobrowolną zbiórką pieniędzy na fundację Rak'n'Roll. Akcji towarzyszyły również

warsztaty i spotkanie z onkologiem. Firma w ten sposób przypominała o znaczeniu profilaktyki nowotworowej.



W lutym i marcu 2017 roku pracownicy **Pelion** wzięli udział w cyklu akcji profilaktycznych związanych z zapobieganiem chorobom nowotworowym i ich wczesnym wykrywaniem. Przedsięwzięcie zorganizowano pod hasłem **Miesiąc Walki z Rakiem**. W pierwszym etapie każda osoba mogła wykonać badania markerów nowotworowych. Wybrano te, które mogą pomóc w zdiagnozowaniu najczęściej występujących nowotworów: piersi u kobiet oraz gruczołu krokowego u mężczyzn. Drugim etapem akcji była mammografia. Badanie wykonywano w godzinach pracy w mammbusie ustawionym na terenie firmy. Zwieńczeniem cyklu było spotkanie z onkologiem.



W czasie kampanii „Miesiąc dla zarządzania stresem” pracownicy **Credit Suisse** mogli skorzystać z zajęć prowadzonych przez psychologa i dietetyka oraz dowiedzieć się, w jaki sposób radzić sobie ze stresem i jak może w tym pomóc odpowiednia dieta. Dodatkowo wszyscy pracownicy mogli wziąć udział w zajęciach relaksacyjnych prowadzonych przez instruktora jogi. Planowana jest realizacja kolejnej edycji kampanii. Zostanie ona rozszerzona o możliwość zdalnego uczestnictwa (webinarium) w sesjach z psychologiem.



Deloitte zrealizował praktykę „Badamy Geny” w ramach strategii „Employee Well-being” – działań wspierających pracowników w prowadzeniu aktywnego i zdrowego trybu życia. Umożliwiła ona wykonanie bezpłatnych badań genetycznych, dzięki którym pracownicy uzyskali wiedzę na temat tego, jakie działania profilaktyczne podjąć, aby lepiej i bardziej świadomie zadbać o swoje zdrowie i w przyszłości uniknąć poważnej choroby. W wyniku inicjatywy niemal połowa pracowników **Deloitte** (1099 osób) poddała się badaniom genetycznym pod kątem ryzyka zachorowania na raka.



Firma **ERGO Hestia** wprowadziła **treningi mindfulness** dla pracowników, aby zwiększyć ich świadomość, jak ważna jest praca nad sobą i relaksacja w redukowaniu stresu w miejscu pracy. Praktyka wspiera również pracowników w radzeniu sobie ze stresem w miejscu pracy oraz kształtuje umiejętności szybkiej koncentracji i uważności.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W 2017 roku firma **Immochan Polska** zorganizowała pierwszą edycję **Wellness Day**, mającego na celu promowanie zdrowego stylu życia oraz dbania o zdrowie. W ramach wydarzenia pracownicy mogli wziąć udział w warsztatach z zarządzania stresem, poddać się badaniom lekarskim (mierzenie, ważenie, podstawowe badania krwi) oraz skorzystać z porad diabetologa oraz specjalisty od odżywiania. Mieli także możliwość pogrania w piłkę siatkową, biegania czy ćwiczeń jogi pod okiem profesjonalnej instruktorki. Do dyspozycji pracowników pozostawała również strefa relaksu i zdrowy bufet.



Konferencja „Kręgosłup – prosta sprawa” to element działań corporate wellness w **ING Banku Śląskim**, mający na celu propagowanie wśród pracowników zdrowego stylu życia i wyposażenie ich w wiedzę, w jaki sposób chronić kręgosłup podczas pracy biurowej. Podczas konferencji pracownicy mieli możliwość uzyskania porad od eksperta z dziedziny fizjoterapii. Poprzez podnoszenie świadomości pracowników program ma wpływać na zmniejszenie absencji w pracy. Po konferencji każdy z uczestników otrzymał materiały z opisem ćwiczeń odciążających kręgosłup.



W celu promowania wśród pracowników tematyki **ochrony kręgosłupa** i metod zapobiegania jego dolegliwościom **Volkswagen Motor Polska** przeprowadziła akcję „Szkola pleców”. Opublikowano też ulotkę *Zdrowy kręgosłup* i przeprowadzono szkolenie „Bezpieczny kręgosłup w podróży”.



InterKadra zdecydowała się na wdrożenie programu „**Terapii manualnej**”, czyli masażu dla pracowników firmy w godzinach pracy. Program ma zadanie wpłynąć pozytywnie na stan zdrowia pracowników oraz zwiększyć poziom ich zadowolenia z pracy.



Zwiększeniu świadomości pracowników **Kuehne + Nagel** na temat BHP służy **kalendź QSHE**, którego celem jest motywowanie do wykonywania określonych działań. Każdy miesiąc to minimum jedna akcja na rzecz ochrony zdrowia lub ochrony środowiska. W ramach programu organizowany jest np. miesiąc kierowcy, dzień ochrony środowiska, dzień zdrowia, dzień krwiodawcy. Każdy pracownik informowany jest o programie poprzez kanały komunikacji wewnętrznej firmy, otrzymując również specjalne materiały poświęcone danemu zagadnieniu.



Dni dla Zdrowia to akcja profilaktyczna zrealizowana w grudniu 2017 roku na terenie spółki **Lubelski Węgiel „Bogdanka”**, której celem była promocja działań zdrowotnych, regularnej profilaktyki i samokontroli – istot-

nych dla wczesnego rozpoznawania chorób. Uczestnictwo w akcji pozwoliło zainteresowanym pracownikom zdobyć ogólną wiedzę na temat funkcjonowania organizmu, a także poznać podstawowe parametry pozwalające zdiagnozować niektóre choroby lub zagrożenia – np. związane z chorobami układu krążenia czy otyłością. Program dostosowano do specyficznych potrzeb dwóch grup pracowników: fizycznych i umysłowych.



Przeprowadzenie w jednym miejscu i czasie nieodpłatnych badań profilaktycznych, na które z reguły pracownicy nie mają czasu ze względu na codzienne zabieganie i pracę, to cel inicjatywy **Dzień Zdrowia w PGNiG**. Oferta obejmuje badanie z krwi – antyrakowe dla kobiet i mężczyzn oraz na obecność żółtaczkę typu C, badanie tarczycy, USG jamy brzusznej, tarczycy, piersi, prostaty przez powłoki brzuszne oraz mamografię. W 2017 roku z akcji skorzystało ponad 350 pracowników **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa**.



„**Psychologiczne wsparcie dla Pracowników**” to projekt realizowany przez **PKP CARGO** na trzy sposoby: przez telefoniczną linię wsparcia psychologicznego obsługiwaną przez wyspecjalizowanych psychologów, przez bezpośrednie spotkanie z psychologiem i przez szkolenia kaskadowe z obszaru psychologicznych aspektów wypadków kolejowych.



Maksymalne ułatwienie pracownikom wykonania niektórych badań profilaktycznych przez zorganizowanie ich w miejscu pracy to cel programu „**Profilaktyka na wyciągnięcie ręki**”, realizowanego przez **PKN ORLEN**. Do siedziby firmy w Płocku, Warszawie i Włocławku zapraszani są specjaliści dysponujący mobilnym sprzętem diagnostycznym. W badaniach wzięło udział ok. 1 tys. pracowników i członków ich rodzin.



Akcja „**Masz jaja?**”, zrealizowana przez **PRESS-SERVICE Monitoring Mediów**, jest skierowana do mężczyzn – pracowników PSMM, i stanowi kontynuację akcji profilaktyki raka piersi organizowanej w zeszłym roku dla pracowniczek. Firma współfinansowała 80% kosztów badań, a pracownicy pokrywali jedynie 20% całej kwoty. Pakiet obejmował badania laboratoryjne oraz USG jąder. Kampania była nagłośniona w mediach społecznościowych – utworzono specjalny hashtag #maszjaja.



Solwīt w ramach inicjatywy „**Dbajmy o zdrowie – wąsy i różowa wstążka**” organizuje spotkania z ekspertami podnoszące świadomość zdrowotną i włącza się w akcje promujące

profilaktykę raka piersi u kobiet oraz raka prostaty u mężczyzn. Pracownicy i pracownice są zachęceni do wykonywania regularnych badań oraz nagradzani za zaangażowanie się w akcje promujące świadomość zdrowotną.



Polpharma wprowadziła „Program świadomego odżywiania”. Na inicjatywę składają się wykłady i warsztaty na tematy dotyczące diety oraz zdrowego stylu życia. Pracownicy otrzymują raport o swoim stanie zdrowia, mogą też skorzystać z prywatnej wizyty u dietetyka na preferencyjnych warunkach.



Do programu profilaktycznego „Serce jak tętno” skierowano pracowników **Volkswagen Motor Polska** wyłonionych przez lekarza na podstawie indywidualnego profilu zdrowia. W ramach programu uczestniczyli oni w treningu wydolnościowym prowadzonym przez fizjoterapeutów dwa razy w tygodniu przez pięć tygodni.



Program „ANWIL na sportowo” powstał na życzenie pracowników. Polega na organizowaniu zajęć siatkówki, koszykówki, piłki nożnej, biegów czy tenisa stołowego prowadzonych przez profesjonalnych trenerów. Koordynatorami poszczególnych grup są wolontariusze zrekrutowani spośród pracowników **ANWILU**. 10% uczestników to półprofesjonaliści startujący w zawodach zewnętrznych jako ANWILTEAM.



Wspieranie rozwoju sportu wśród pracowników DOZAMEL-u i firm z terenu Wrocławskiego Parku Przemysłowego jest wpisane do strategii CSR – to odpowiedź na oddolne inicjatywy oraz efekt dbania o kondycję zdrowotną i dobre samopoczucie pracowników **DOZAMEL-u**. W 2017 roku z udziałem pracowników odbyło się: 25 treningów i imprez strzeleckich Bractwa Kurkowego miast Wrocławia, start w XXXVI Mistrzostwach Polski Dziennikarzy w Strzelectwie i organizacja III Strzeleckich Mistrzostw WPP. Firma pokryła opłaty wpisowe za udział w 10 biegach i maratonach. 85 pracowników skorzystało z karty MultiSport.



Grupa Kapitałowa LOTOS oferuje pracownikom możliwość uczestnictwa w programach i imprezach sportowo-rekreacyjnych, które odbywają się w ramach Towarzystwa Krzewienia Kultury Fizycznej LOTOS. Działa tam kilka sekcji sportowych, w tym **LOTOS Running Team**. Sekcja liczy ponad

60 osób, które biorą udział we wspólnych treningach, razem startują w zawodach i angażują się w przedsięwzięcia charytatywne, typu „Szlachetna paczka” czy biegi.



W 2017 roku **Kompania Piwowarska** uruchomiła czwartą edycję programu „Postaw na ruch”, który promuje zdrowy tryb życia i wspiera organizacje społeczne. Na specjalnej platformie zliczane są kilometry pokonane przez pracowników, którzy w ten sposób zdobywają nagrody w rywalizacjach indywidualnych i grupowych. Dodatkowo zebrane kilometry przekładają się na wsparcie dla trzech tandemowych klubów rowerowych osób niewidomych. W ciągu sześciu miesięcy pracownicy zebrali prawie 280 tys. km, co było wynikiem o 30% większym niż rok wcześniej.



Podczas trzeciej edycji **Dni CSR** przez miesiąc w **Banku BGZ BNP Paribas**: przybliżono pracownikom tematykę odpowiedzialnego finansowania i wellbeingu, zorganizowano spotkanie z Jurkiem Owsikiem, który opowiadał o sile napędowej wolontariatu, zbierano fundusze na wsparcie dzieci z Ukrainy, zliczano rowerowe kilometry, na dachu Centrali ustawiono pasiekę z czterema ulami.



Organizacja **Dni Zdrowia i Bezpieczeństwa** kierowanych do pracowników **DB Cargo Polska**, klientów i środowisk opiniotwórczych ma na celu pogłębienie ich wiedzy dotyczącej bezpiecznego transportu kolejowego oraz umiejętności radzenia sobie w sytuacjach zagrożeń dla bezpieczeństwa i zdrowia ludzi oraz zagrożeń dla środowiska naturalnego. Wydarzenie łączy w sobie symulacje, wykłady i warsztaty.



Centrum Zdrowego Pracownika (CZP) to autorskie i kompleksowe rozwiązanie z zakresu corporate wellness w **ERGO Hestia**. Zlokalizowane w Gdańsku, składa się z dwóch jednostek: gabinetu profilaktyki medycznej oraz sali ćwiczeń. W gabinecie można skorzystać z konsultacji z internistą, radiologiem, dietetykiem, dermatologiem lub endokrynologiem oraz z oferty ponad 860 badań laboratoryjnych lub specjalnych pakietów. Badania i wizyty realizowane są w ramach rocznego limitu finansowanego przez pracodawcę.



Inicjatywa „**Wellness**” realizowana jest w ramach globalnego programu **Hewlett Packard Enterprise**. Podstawowym celem jest propagowanie wśród pracowników



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

zdrowego stylu życia i komfortu w pracy. W roku 2017 zorganizowano cykl „Power of prevention”, skupiający się na profilaktyce i wczesnym wykrywaniu chorób cywilizacyjnych (otyłość, przewlekły stres), a także na promowaniu zdrowego stylu życia i aktywności sportowej.



Tydzień Zdrowia (we wcześniejszych raportach opisany jako Wellness Week) to pięciodniowy program opracowany przez specjalistów wellness. Jego celem jest nauczenie pracowników **Grupy Raben** prozdrowotnych nawyków. W 2017 roku przygotowano zajęcia fitness przy biurkach, jogę dla początkujących, aerobik na trawie i turniej tenisa stołowego. Można było także spróbować swoich sił w krav madze z wice-mistrzem świata Robertem Budnym. Zaplanowano masaże relaksacyjne, warsztaty z pielęgnacji ciała oraz makijażu biznesowego, porady dietetyka i inne. Pracownicy codziennie otrzymywali newsletter z poradami.



W ramach programu motywacyjnego dla pracowników **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** kilka razy w roku mogą oni odebrać darmowe bilety, wejściówki, karnety na proponowane wydarzenia lub do ośrodka sportowo-rekreacyjnego. Organizowane jest także spotkanie integracyjne połączone z rywalizacją sportową.



W firmie **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** został uruchomiony program **opieki medycznej dla pracowników**. Dzięki pakietom od firmy Allianz, których koszt w 80% pokrywa firma, pracownicy mają natychmiastowy dostęp do specjalistów oraz badań diagnostycznych czy laboratoryjnych.



Pelion stworzył kompleksowy program ochrony zdrowia dla pracowników. Program „PULS” to opieka medyczna, pakiet „PULS” dla Mamy, hospitalizacja we wskazanych przypadkach. Organizowane są wykłady, badania i warsztaty oraz przygotowywany jest cykliczny newsletter. Działania te mają na celu promowanie profilaktyki zdrowotnej.



„PwC Profit” to program profilaktyki prozdrowotnej, którego założeniem jest promocja zdrowia, badań profilaktycznych oraz aktywności fizycznej wśród pracowników **PwC**. W ramach programu m.in. został otwarty Interwencyjny Gabinet Lekarski, organizowane są cykliczne badania profilaktyczne dla pracowników oraz spotkania dotyczące zdrowia i sportu.



W ramach działań „SITECH dla zdrowia” funkcjonuje całodobowe ambulatorium oferujące pracownikom **SITECH** opiekę medyczną. Mogą oni skorzystać z badań laboratoryjnych i diagnostycznych oraz z wizyt u specjalistów, w tym psychologa i fizjoterapeuty. Firma oferuje pracownikom ubezpieczenia grupowe, prywatną opiekę medyczną, szczepienia i karnety sportowe. Co roku przeprowadzane są akcje profilaktyczne.



W firmie **TAURON Polska Energia** po raz kolejny realizowano program „Profilaktyka zdrowia w trosce o zdrowie pracowników **TAURON Wydobycie**” dotyczący narzędzi ruchu. Elementami programu są: bezpłatne konsultacje lekarskie oraz zabiegi rehabilitacyjne. Z programu skorzystało 211 pracowników na kwotę 106 250 zł.



Ambulatorium Volkswagen Motor Polska zapewnia swoim pracownikom całodobową opiekę medyczną przez siedem dni w tygodniu. Pracownicy mogą w godzinach pracy korzystać z finansowanych przez pracodawcę programów promujących zdrowie oraz z konsultacji lekarskich. Przygotowano też dla nich broszury i ćwiczenia, a także wprowadzono edukację zdrowotną.



Volkswagen Motor Polska dostosowuje akcje zdrowotne do aktualnych problemów pracowników. Na początku roku ustalany jest **kalendź zdrowia**, co umożliwi pracownikom zaplanowanie swojego udziału w danym badaniu u konkretnego specjalisty. Kalendarz to spisane i uporządkowane działania profilaktyczne powiązane z narodowym planem zdrowia i zaleceniami WHO, przypisane do danego miesiąca.



Program „Ocena postawy ciała na stanowisku pracy” wprowadzony w **Volkswagen Motor Polska** pozwolił na przeanalizowanie przez fizjoterapeutów miejsc pracy i zdefiniowanie stanowisk jako lekkie lub ciężkie. Zalecono cogo-dzinną rotację na stanowiskach, aby każdy pracownik firmy wykonywał zróżnicowane czynności. Wprowadzono terapię indywidualną, co zmniejszyło absencję chorobową i zwiększyło zaangażowanie pracowników w organizowanie stanowisk pracy. Podniesiono świadomość na temat zdrowia w zakresie chorób układu ruchu.



Volkswagen Motor Polska co dwa lata organizuje bezpłatne badania w godzinach pracy w ramach programu „Zdrowa kobieta, zdrowy mężczyzna”. Ich celem jest wczesne wykrywanie chorób cywilizacyjnych. W czasie choroby pracownik może skorzystać z pakietu medycznego i ze specjalnego funduszu socjalno-zapomogowego, który ma pomóc

w finansowaniu leczenia, operacji czy badania specjalistycznego. Około 70% pracowników korzysta z cyklicznych badań.



Punktem wyjścia do uruchomienia **Centrum Rehabilitacji w Volkswagen Motor Polska** był program „Ocena postawy ciała na stanowisku pracy” realizowany wśród załogi. Centrum wyposażono w nowoczesny sprzęt do fizykoterapii. Znajduje się tam również sala gimnastyczna i siłownia.



„**Checkup**”, kompleksowy i bezpłatny przegląd zdrowotny dla pracowników **Volkswagen Poznań**, pozwala monitorować stan ich zdrowia i zapobiegać chorobom.



Na terenie firmy **Volkswagen Poznań** funkcjonuje **Centrum Rehabilitacyjno-Sportowe** z siłownią, salą fitness oraz gabinetem fizjoterapeutycznym. Pracownicy mogą bezpłatnie korzystać z pakietu zajęć.



Głównym celem programu „**Wyzwania demograficzne**” jest przygotowanie **Volkswagen Poznań** na zmieniającą się strukturę demograficzną załogi. Działania polegają zwłaszcza na edukacji z użyciem innowacyjnych rozwiązań oraz poprawianiu ergonomii na stanowiskach pracy.



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

A close-up photograph of a fox's face, showing its orange-brown fur, pointed ears, and intense orange eyes. The fox is looking directly at the camera. A dark rectangular overlay is positioned in the lower half of the image, containing the word 'ŚRODOWISKO' in white, bold, uppercase letters. The background is dark and out of focus, with some green leaves visible on the left side.

ŚRODOWISKO



102 praktyki nowe

69 praktyk długoletnich

80 firm

Ważny fakt, że po raz kolejny wzrosła liczba dobrych praktyk, realizowanych przez firmy w ramach obszaru środowisko.

Zgłoszono 102 nowe inicjatywy, czyli aż o 30 więcej niż w ubiegłym roku. Opisane zostały one w następujących kategoriach: bioróżnorodność, certyfikacja, edukacja ekologiczna, ekobiuro, ekobudownictwo, efektywność, ekoproducty, odnawialne źródła energii, programy prośrodowiskowe, recykling, zero waste, zrównoważony transport.

Wciąż najwięcej działań związanych jest z edukacją ekologiczną. W tym roku to aż 30 nowych praktyk (w poprzednim raporcie było ich 12), organizowanych głównie z myślą o pracownikach oraz klientach i konsumentach. W odpowiedzi na wciąż obecny problem smogu, firmy szereg działań edukacyjnych kierują do swoich pracowników oraz mieszkańców wybranych regionów, szczególnie narażonych na oddychanie złej jakości powietrzem. Tym razem jednak to firmy spoza branży energetycznej zgłosiły większość takich inicjatyw. Ich działania informacyjne wsparte są takimi akcjami, jak rozdawanie maseczek ochronnych czy montowanie czujników jakości powietrza.

Firmy wpływają na poprawę stanu powietrza także bezpośrednio – m.in. poprzez wprowadzanie zrównoważonego transportu. Opisom inwestycji w ekologiczne floty towarzyszą informacje o działaniach edukacyjnych, ograniczaniu liczby przejazdów (w ramach wspólnych dojazdów do pracy i domu), czy nauce ekonomicznej jazdy. Pracownicy zachęceni są do korzystania z rowerów, a zdobywane w ten sposób punkty pozwalają na wsparcie wybranej akcji charytatywnej.

Dużą popularnością wciąż cieszą się działania z zakresu efektywności (17 nowych praktyk), przynoszące wymierne efekty w postaci oszczędności w sklepach czy fabrykach firmy, a także mniejszą emisję





CO₂. Firmy inwestują między innymi w rozwiązania z zakresu circular economy: systemy ciepłownicze zasilane surowcami bądź systemy ponownego wykorzystania ciepła, wytworzonego na wcześniejszych etapach produkcji. Firmy podejmują się także raportowania, związanego w dużej mierze z identyfikowaniem potencjalnych strat środowiskowych.

Inicjatywy na rzecz zwiększania efektywności ekologicznej, które angażują pracowników, a także wieloaspektowe programy ochrony środowiska opisane zostały w kategorii programy prośrodowiskowe (14 nowych praktyk). Co istotne – grupa ta obejmuje często bardzo szerokie działania i liczne praktyki, które w ramach innych kategorii opisywane byłyby oddzielnie. Wskazuje to na dojrzałe i kompleksowe podejście tych firm oraz ich świadomość wpływu.

Mniejsze projekty z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym opisano w kategoriach recykling oraz zero waste. Ta ostatnia nie została wyodrębniona w poprzednim raporcie. Teraz natomiast opisuje m.in. praktyki minimalizujące marnotrawstwo żywności, wpisujące się w realizację drugiego Celu Zrównoważonego Rozwoju: zero głodu.

Do tegorocznego zestawienia trafiło także 69 inicjatyw zgłaszanych już w poprzednich raportach i wciąż realizowanych. Najczęściej opisują one działania na rzecz zrównoważonego transportu (14 praktyk długoletnich) oraz programy prośrodowiskowe firm (także 14 praktyk długoletnich).

ŚRODOWISKO

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2017 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 180

BIORÓŻNORODNOŚĆ

W ramach Dni CSR na dachu Centrali **Banku BGŻ BNP Paribas** w Warszawie zorganizowano, we współpracy z firmą Pszczelarium, **Pasiekę pod gwiazdami**, składającą się z czterech uli. Dzięki pszczołom możliwe będzie wytwarzanie własnego miodu, przeprowadzenie pszczelich warsztatów oraz zadbanie o rośliny na pobliskich działkach, w parkach i ogrodach.



7200

Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo zrealizowało projekt **Pasieka Edukacyjna w PGNiG „Energia z miodu”**. Na terenie siedziby firmy w Warszawie powstała pasieka licząca obecnie 11 uli. Rozwinięto także cykl szkoleń dla pracowników. W 2017 roku pszczoły PGNiG wyprodukowały łącznie ok. 100 kg miodu.



25271

„Pszczoty na Dachy” to ekologiczna inicjatywa **PwC**, w ramach której na dachu biurowca firmy stanęły dwa uli. Akcją towarzyszyło wewnętrzne wydarzenie dla pracowników PwC połączone z warsztatami edukacyjnymi, w których wzięto udział ponad 50 osób. Dwóch wolontariuszy zadeklarowało chęć pomocy przy opiece nad pszczołami.



5000

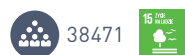
Akcja zarybiania Wisty to projekt Enei Wytwarzanie – spółki **Grupy Enea**, w który zaangażowano społeczność terenów sąsiadujących z elektrownią w Kozienicach. W skład akcji wchodziły m.in. prezentacje nt. Roku Rzeki Wisty, ichtiofauny rzeki i surowców do produkcji energii. W szkołach zorganizowano prelekcje edukacyjne o charakterze proekologicznym oraz konkursy ekologiczne. Kluczowym działaniem było zarybianie Wisty. 31 maja do rzeki trafił narybek szczupaka (3,5 tys. ryb). W październiku akcja została powtórzona: do Wisty wpuszczono 500 kg szczupaków. Łącznie w działaniach wzięto udział ok. 200 uczniów.



15081

PGE Polska Grupa Energetyczna prowadzi działania związane z **reintrodukcją sokotów wędrownych**. Firma zachęcała mieszkańców Trójmiasta do zainteresowania się życiem dzikich ptaków, które na swój „dom” wybrały

wysoki komin elektrociepłowni. Komunikacja zbudowana została wokół kluczowych momentów z życia sokolów: nadania imion, złożenia jaj, klucia się, obrączkowania, nauki latania. Dodatkowo, w ramach edukacji, przy tych okazjach przedstawiciel stowarzyszenia „Sokół” wypowiadał się w mediach na temat tych ptaków, które w Polsce są gatunkiem chronionym i rzadko występują. Projekt przyczynił się do zwiększenia wrażliwości zarówno pracowników firmy, jak i okolicznych mieszkańców, na otaczające nas środowisko naturalne.



38471

W 2017 roku w **PKN ORLEN** wykonano **inventaryzację przyrodniczą terenu przemysłowego zakładu i jego najbliższego otoczenia**. Zespół projektowy, wraz z przyrodnikami z firmy doradczej, prowadził obserwacje terenowe flory i fauny. Na ich podstawie wykonane zostały mapy identyfikujące najcenniejsze siedliska oraz rejony, na których występują najciekawsze okazy fauny, bezkręgowców, ryb, ptaków i ssaków. Sporządzono dokumentację fotograficzną. Zidentyfikowanie tych terenów pozwoli na objęcie ich ochroną wewnętrzną. Działania pozwolą na właściwe planowanie rozwoju zakładu z uwzględnieniem sąsiedztwa fauny i flory.



4980

Fundacja Grupy Veolia w Polsce, do której należy **Veolia Energia Polska**, prowadzi szereg działań z zakresu **bioróżnorodności**, m.in. aktywnie wspiera ochronę i dywersyfikację naturalnych siedlisk dzikich zwierząt, a także reintrodukcję gatunków zagrożonych. Efekty tych działań to np.: wykonanie 20 budek lęgowych dla ptaków, 10 hoteli dla owadów i sześciu uli, budowa platformy lęgowej dla sokota wędrownego, nasadzenie 95 drzew i 40 krzewów, zasianie pola lucerny siewnej. Fundacja zlokalizowała także obiekty Natura 2000 i trzy gatunki nietoperzy. Wszystkimi akcjom środowiskowym towarzyszą działania edukacyjne.



4000

Akcja **Pszczele hotele**, zainicjowana i realizowana przez **Carrefour Polska**, ma na celu pomoc w ochronie pszczoł żyjących w środowisku miejskim oraz wzmocnienie świadomości społecznej dotyczącej ochrony bioróżnorodności i miejskiego pszczelarstwa. Na dachach budynków, w których znajdują się sklepy Carrefour, zainstalowano już 28 „hotelii”. Sieć pszczelich „hotelii” rozwijana jest w partnerstwie z firmą Pszczelarz Kozacki. Patronem inicjatywy jest UNEP/GRID Warszawa.



2015

16000

Na dachu jednego z biurowców centrali **ERGO Hestii** zamieszkało prawie 60 tys. pszczoł rasy Kraińskiej, nieagresywnej w stosunku do ludzi i chętnie osiedlanej w środowisku miejskim. **Pszczoty Hestii** znalazły przystań w ekologicznej pasiece na szczycie budynku Marina 2. Firma wspiera także lokalny ekosystem nasadzeniami miododajnych roślin. W Parku Hestii posadzono ponad 20 takich gatunków, które

już od wczesnej wiosny aż do późniejszej jesieni stanowią źródło pożywienia dla owadów.



W północno-zachodniej Polsce, na obszarze działania Enei Operator – spółki z **Grupy Enea**, znajduje się ponad 3,3 tys. bocianich gniazd założonych przez te ptaki na słupach energetycznych. W ramach projektu **Enea Operator przyjazna bocianom i rybotowom** większość gniazd umieszczono na specjalnych platformach. Firma we współpracy z Regionalną Dyrekcją Ochrony Środowiska w Gorzowie Wielkopolskim montuje też sztuczne platformy lęgowe dla rybotowa na słupach wysokiego napięcia.



Polenergia chroni błotniaka łąkowego na terenie farm wiatrowych oraz w ich sąsiedztwie poprzez grodzenie gniazd tych ptaków. Umożliwia to bezpieczny rozwój piskląt i zabezpiecza gniazda przed pojazdami rolniczymi. Dodatkowo dookoła gniazd rozsypywany jest repelent odstraszaający drapieżniki. Od 2014 roku 19 zaobrazkowanych piskląt zagrożonego gatunku bezpiecznie opuściło gniazda.



PKN ORLEN, we współpracy ze Stowarzyszeniem na Rzecz Dzikich Zwierząt „SOKÓŁ”, od 1999 roku uczestniczy w **odbudowie populacji sokota wędrownego**. Prowadzone prace polegają na bieżącej kontroli gniazda, jednorazowym sporządzeniu dokumentacji filmowej i fotograficznej gniazdującego sokota wędrownego w dniu obrączkowania piskląt oraz przeglądzie i konserwacji budki lęgowej poza okresem lęgowym. Pierwszy lęg odnotowano w 2002 roku.



Założeniem programu „ORLEN dla Orłów” jest ochrona i zwiększenie populacji orłów w Polsce poprzez wsparcie ich leczenia w ośrodkach rehabilitacji i przywrócenie ich naturze oraz ochronę ich siedlisk. **PKN ORLEN** popularyzuje też wiedzę o orłach i promuje ideę ochrony tych ptaków, a także angażuje w działania pracowników – w ramach wolontariatu – oraz klientów, umożliwiając im przekazywanie na rzecz orłów punktów Vitay.



Każdego roku pracownicy **TAURON Polska Energia** oczyszczają bocianie gniazda i wynoszą je na specjalne kójce. Ranne zwierzęta przewożone są do specjalistycznych ośrodków. Dodatkowo w ramach praktyki „**Bocian nasz**” spółka organizuje szkolenia dla swoich pracowników, aby wiedzieli,

jak najlepiej opiekować się ptakami. Energetycy na co dzień współpracują z ornitologami i konsultują z nimi swoje działania.



CERTYFIKACJA

W zakładach produkcyjnych **Coca-Cola HBC Polska** w 2017 roku wdrożono i certyfikowano **systemy zarządzania zasobami zgodne z wymaganiami European Water Stewardship**. Po audycie zakładu, ujęć wody, procedur i dokumentacji wszystkie lokalizacje Coca-Cola HBC Polska otrzymały Złoty Certyfikat EWS. We wszystkich zakładach proces certyfikacji objął: szkolenie personelu, zewnętrzny audyt wstępny, prace zespołu złożonego z przedstawicieli działów nad wdrożeniem wymagań standardu (efektem jest m.in. opracowanie wewnętrznej polityki zarządzania zasobami wodnymi) oraz audyt certyfikujący.



Firma **Dentsu Aegis Network Polska** podjęła decyzję o zakupie **certyfikatów zielonej energii**. Wpływ na tę decyzję miała globalna strategia CSR oraz zrównoważone podejście firmy do prowadzonej działalności. Na zieloną energię oprócz biura w Polsce przeszły biura w Niemczech, Francji, Wielkiej Brytanii, Kanadzie, Hiszpanii, Australii i we Włoszech.



Pionierska certyfikacja osiedli mieszkaniowych w BREEAM realizowana jest przez firmę Skanska w Polsce.

Podczas budowy osiedli na każdym etapie inwestycji budowniczym pojawiają się audytorzy oceniający kilkadziesiąt parametrów, m.in. izolacyjność akustyczną, izolacyjność termiczną, jakość zastosowanych materiałów budowlanych. Przez cały okres trwania budów firmie towarzyszy ekolog, nadzorujący, by nowo powstające inwestycje w jak najmniejszym stopniu ingerowały w środowisko naturalne, a nawet wspierały jego bioróżnorodność. W otoczeniu zostaje zachowana możliwie duża część zastanej roślinności i starodrzewu.



Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne, należące do Grupy Servier, prowadzi **program zarządzania energią** (opisany we wcześniejszym raporcie jako Certyfikat ISO 50001). Zwiększenie efektywności zużycia energetycznego zakładu obniżyło energochłonność wytwarzanych produktów oraz zredukowało emisję dwutlenku węgla do atmosfery. Cele inicjatywy to redukcja zużycia energii o 20% do roku 2020, zmniejszenie energochłonności



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

ŚRODOWISKO

wytwarzanych produktów o 40% i utrzymanie systemu zarządzania energią wg ISO 5000.



W **Lyreco Polska** stworzono zasady **oceny zielonych produktów** na podstawie międzynarodowych standardów ISO 14020. Metodę tę zaakceptowała niezależna międzynarodowa organizacja SGS, jest ona również zgodna z kodeksem praktyk reklamowych opisanych przez Międzynarodową Izbę Handlową (ICC). Procedurze oceny co roku poddawani są wszyscy producenci niemal 10 tys. produktów, które pojawiają się w katalogu Lyreco.



Fundacja Partnerstwo dla Środowiska i **Tchibo Warszawa** powołały zespół roboczy, który stworzył nowy standard w branży handlu detalicznego – **Certyfikat Zielony Sklep**. Certyfikat jest przyznawany sklepom Tchibo. Co dwa lata odbywa się audyt środowiskowy i recertyfikacja sklepów Tchibo.



EDUKACJA EKOLOGICZNA

„Go green with Antalis” to cykl trzech spotkań połączonych z warsztatami, zorganizowany przez **Antalis Poland** dla klientów. Spotkania miały na celu edukację na temat odpowiedzialnego używania papierów z recydingu, a każde z nich było poświęcone omówieniu i praktycznemu przedstawieniu jednego z Celów Zrównoważonego Rozwoju: 12, 15 i 17. Podczas warsztatów przeszkolono w sumie ok. 150 osób



Enea Elektrownia Potaniec, należąca do **Grupy Enea**, w ramach Forum Partnerstwa zorganizowała w 2017 roku **forum lokalne: „Środowisko dla elektrowni, elektrownia dla środowiska”**. Z tej okazji odbyły się spotkania z lokalnymi władzami oraz przedstawicielami urzędu marszałkowskiego, WIOŚ i RDOŚ, na których przedstawiono dobre praktyki dotyczące ochrony środowiska oraz plany inwestycyjne spółki w tym zakresie na następne lata. Działania te połączone były z konkursem plastycznym dla lokalnych szkół podstawowych oraz z pogadanką na temat ekologii i zasad zrównoważonego rozwoju. Do konkursu przystąpiło 220 dzieci z trzech szkół.



Firma **Aquanet** zaprezentowała nową odsłonę kampanii społeczno-edukacyjnej „Zdrowy związek”. Projekt ma na celu promocję picia wody z kranu oraz podkreślenie więzi łączącej człowieka z wodą. Stworzono stronę internetową, na której prezentowano filmy z udziałem pracowników firmy. W centrum Poznania pojawiły się nośniki wielkoformatowe z zawieszoną kampanii. Powstały również cztery spoty radiowe.

W 2018 roku wśród wybranej grupy klientów zostanie przeprowadzone badanie marketingowe, którego celem będzie ewaluacja kampanii.



We współpracy z łódzkim Zakładem Wodociągów i Kanalizacji w spółkach **Pelion** zrealizowano kampanię „**Bądź eko – pij wodę z kranu**”, której celem była rezygnacja z zaopatrywania biur w wodę butelkowaną, a tym samym ograniczenie zużycia plastikowych opakowań i uświadomienie pracownikom, że woda kranowa i butelkowana nie różni się znacząco. W ramach projektu w aneksach kuchennych pojawiły się naklejki z porównaniem składu tych wód, a w wewnętrznej gazecie firmowej opublikowano wywiad obalający mity na temat „kranówki”. Zapoznano również pracowników z wynikami przeprowadzonych w firmie badań laboratoryjnych wody kranowej.



W ramach obchodów Dnia Ziemi w intranecie **Banku Zachodniego WBK** odbyła się edukacyjna akcja środowiskowa pod hasłem „**#EKOakcja**”, a wraz z nią dwa konkursy. Inicjatywa miała na celu zwiększenie świadomości pracowników na temat ekologicznych zachowań. Przez tydzień przekazano im wiedzę – za pomocą infografik, ciekawostek i porad – m.in. na temat segregacji odpadów, energooszczędności i wpływu człowieka na środowisko oraz działań samego banku na rzecz ekologii. W quizie, który towarzyszył inicjatywie, wzięło udział 267 osób. 252 z nich uzyskały co najmniej 50% poprawnych odpowiedzi.



Z okazji Międzynarodowego Dnia Ziemi **Carrefour Polska** zorganizował akcję „**Odbierz sadzonkę!**”. Klienci w jednym z warszawskich hipermarketów mogli wymienić makulaturę na darmową sadzonkę drzewa lub ozdobnej rośliny doniczkowej. Wydano 1 tys. roślin i zebrano łącznie 7 m³ makulatury. Firma zainicjowała także lekcje ekologii pod nazwą „Odbierz sadzonkę! Zielona lekcja”. Ich celem była promocja ochrony bioróżnorodności oraz nawiązanie relacji z placówkami edukacyjnymi i wsparcie partnerów. Dzieci wzięły udział w warsztatach, a następnie, wspólnie z opiekunami, zasadziły w szkolnych ogródkach 500 sadzonek bratków i begonii. Firma na stronie serwiskorporacyjny.carrefour.pl udostępniła porady dotyczące m.in. redukcji używanego papieru w domu i pracy oraz segregowania i odzyskiwania surowców.



Coca-Cola HBC Polska w ramach kampanii z okazji **Światowego Dnia Wody 2017** zorganizowała dla swoich pracowników ogólnopolski konkurs fotograficzny poświęcony wodzie i lasom. W Warszawie odbył się trening biegowy „**Nad brzegiem Wisły**” oraz otwarty piknik ekologiczny dla pracowników, ich rodzin oraz przyjaciół w lasu na Młocinach. Zakłady produkcyjne w Tyliczu i w Krakowie zaprosiły uczniów

z okolicznych szkół do odwiedzenia zakładu i przygotowali specjalną praktyczną lekcję na temat oszczędzania wody i jej obiegu w przyszłości. W lekcji wzięło udział 150 uczniów.



Z okazji obchodów **Dnia Ziemi** firma **Immochan Polska** zorganizowała dla pracowników akcję „Śmieci, odpady i cały z nimi bałagan”. Na spotkaniu zaprezentowano rozwiązania mające na celu ochronę środowiska. Goście z firmy Rekopol przekazali praktyczne wskazówki dotyczące segregacji odpadów. Omówione zostały także zasady świadomych zakupów oraz ekologicznego trybu życia. Zorganizowano konkursy z nagrodami i zbiórkę zużytych telefonów. W Dniu Ziemi udział wzięło 30% pracowników przedsiębiorstwa. Zebrano trzy duże kosze ubrań, które przekazano PCK.



Aquanet od 19 lat wyjaśnia dzieciom, młodzieży i seniorom, skąd pobierana jest woda, w jaki sposób jest uzdatniana i jak wygląda proces oczyszczania ścieków. Przez cały rok, w ramach **Akcji Edukacyjnej Plusk**, firma organizuje zajęcia edukacyjne w formie całodniowych wycieczek po obiektach spółki (ujęcie wody, stacje uzdatniania wody i oczyszczalnie ścieków) oraz lekcji dla uczniów klas I–III szkół podstawowych na obszarze Poznania i 15 gmin ościennych. Firma zapewnia uczestnikom materiały edukacyjne oraz dowóz do obiektów. Od 1999 roku z programu skorzystało 89 913 uczestników.



Bank Ochrony Środowiska realizuje **ogólnopolski projekt edukacji prozdrowotnej „Czas na zdrowie”**. W pierwszym etapie uczniowie polskich szkół zdobywają wiedzę na temat zdrowej żywności oraz rolnictwa ekologicznego, przygotowują scenariusz planowanego festynu zdrowia i pozyskują wolontariuszy. Następnie, podczas organizowanych przez szkoły festynów zdrowia skierowanych do całej społeczności lokalnej, odbywają się pokazy filmów edukacyjnych, degustacja żywności ekologicznej oraz rodzinne gry i zabawy. Od 2012 roku w festynach wzięło udział ponad 300 tys. osób. W 2017 roku festyny zorganizowano w 302 szkołach z całej Polski.



W ramach programu „**Ekopzdrowe warzywa ogrodowe**” firma **ENERIS Ochrona Środowiska** zachęcała mieszkańców do używania odpadów bio z własnego gospodarstwa domowego do produkcji kompostu i wykorzystywania go następnie pod domowe uprawy warzyw i owoców. W ciągu trzech miesięcy trwania programu m.in.: zorganizowano warsztaty dla mieszkańców – słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku oraz parafian z Chrzanowa, założono kompostownik i ogródek warzywny w przedszkolu oraz warzywny

ogród miejski w centrum Chrzanowa, przeprowadzono warsztaty dla dzieci podczas Dni Chrzanowa.



Konkurs ekologiczny Grupy Enea to 40 pytań, obejmujących ogólne przepisy i zasady ochrony środowiska wynikające z obowiązującego prawa, sposoby ograniczenia emisji zanieczyszczeń elektrowni oraz ogólne zasady dotyczące ekologii i zrównoważonego rozwoju. Konkurs ma na celu upowszechnianie wiedzy z tego zakresu wśród pracowników Enei Elektrowni Połaniec. W 2017 roku wzięło w nim udział 75 osób. 25 uczestników bezbłędnie odpowiedziało na wszystkie pytania.



Firma **ENERIS Ochrona Środowiska** opracowała grę planszową „Eko-Patrole ENERIS” dla młodzieży szkolnej, która polega na utworzeniu wirtualnych ekopatruli działających na rzecz środowiska. Uczestnicy mają za zadanie m.in. zachęcanie sąsiadów do segregowania odpadów, likwidację dzikich wysypisk, budowę hoteli dla owadów. W rozgrywce premiowana jest współpraca z innymi graczami. Pierwszy **turniej gry planszowej „Eko-Patrole ENERIS”** odbył się w kwietniu w Kielcach. Kolejny – w Chrzanowie podczas Małopolskiego Festiwalu Innowacji. W rozgrywkach udział wzięło 120 uczniów.



„**Bambini Litera – dzieci piszą**” to pierwsza edycja kampanii społecznej **Skanska w Polsce**. Projekt rozpoczęły edukacyjne spotkania z ekologiem organizowane w warszawskich szkołach podstawowych. Uczniowie wzięli także udział w projekcie filmowym, którego efektem jest wideo z wypowiedziami promującymi ekologiczną postawę. Drugą część akcji stanowi konkurs literacki. Dzieci piszą prace o zielonym świecie. Najlepsze z nich zostaną wydrukowane w formie książki.



W ramach **Ekoedukacji w Żywcu Grupa Żywiec** zainwestowała 70 tys. zł w czujniki umożliwiające monitorowanie jakości powietrza w każdej z dzielnic miasta. Firma wsparła także uruchomienie Centrum Edukacji Ekologicznej. 50-pięcioletnich uczniów szkół ponadgimnazjalnych przeszło cykl warsztatów przygotowujących ich do dalszego przekazywania wiedzy. Wolontariusze odwiedzili kilkaset domów, dzieląc się wiedzą z ich mieszkańcami, którzy właśnie rozpoczęli sezon grzewczy. Grę miejską zakończyło wspólne, wraz z wolontariuszami Żywieckiej Fundacji Rozwoju oraz pracownikami Grupy, posadzenie ponad 40 drzewek.



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

ŚRODOWISKO

Eko Odkrywcy to edukacyjny konkurs grantowy firmy **Henkel Polska** skierowany do dzieci z całego kraju. Polega on na opracowaniu autorskiego, niepublikowanego wcześniej pomysłu na projekt badawczy, który pozwala badać oraz wyjaśniać prawa zachodzące w przyrodzie i jednocześnie jest związany z ochroną środowiska. Jury wybiera trzy zespoły, które otrzymują grant na realizację zaplanowanego projektu. Projekty poddawane są także głosowaniu internautów, a zwycięskiemu zespołowi przyznawana jest nagroda specjalna na wyprawę badawczą lub aranżację „zielonej klasy”. Do ostatniej edycji programu zgłosiły się 172 zespoły z całej Polski.



„**Hortex Naturalnie**” to projekt firmy **Hortex**, którego celem jest kształtowanie postaw proekologicznych i zwrócenie uwagi na potrzebę ochrony środowiska oraz recyklingu opakowań. Uczniowie technikum w Przysusze i pracownicy Hortexu – razem 140 osób – posprzątały 2 km dróg leśnych. Nadleśnictwo przeprowadziło lekcję pokazową, w trakcie której uczestnicy dowiedzieli się, jak dbać o drzewa i jak je sadzić (zasadzono ok. 1000 drzewek). W drugim etapie akcji odbył się edukacyjny piknik ekologiczny.



Warsztaty „Moja Rzeka – badanie Wierzycy” to element uczestnictwa **Polpharmy** w Programie Globe w ramach Partnerstwa na rzecz realizacji środowiskowych Celów Zrównoważonego Rozwoju. Warsztaty odbyły się w Polpharmie i dotyczyły pracy w akredytowanym laboratorium. Wzięta w nich udział młodzież z dwóch starogardzkich szkół, zaangażowanych przez Polpharmę, która pod opieką nauczycieli bada lokalne środowisko przyrodnicze rzeki Wierzycy. Pomiar i obserwacje są prowadzone w terenie i w laboratoriach, przy użyciu profesjonalnego sprzętu finansowanego przez firmę. Przygotowywane przez uczniów projekty badawcze będą prezentowane na sympozjach naukowych.



Edukacyjny program „**Młodzi obserwatorzy przyrody – wspólnie chrońmy bioróżnorodność**” Fundacji Veolia Polska, powołanej przez **Veolia Energia Polska**, stawia sobie za cel: popularyzację wiedzy na temat różnorodności biologicznej w miastach, zaangażowanie młodzieży w promowanie proekologicznych postaw w społeczeństwie oraz diagnozę lokalnych wyzwań związanych z bioróżnorodnością. Na potrzeby programu stworzone zostały scenariusze lekcji, strona internetowa oraz konkurs na opracowanie proekologicznej kampanii społecznej i zrealizowanie jej wraz ze społecznością szkolną i lokalnymi partnerami, przy współpracy lokalnych mediów.



Ścieżka edukacyjna „**Bierawa – kopalnia przywrócona naturze**”, na terenie żwirowni **CEMEX**, została przygotowana przez firmę we współpracy z Akademią im. Jana Długosza

w Częstochowie i ze stowarzyszeniem Ruch Inicjatyw Społeczno-Ekologicznych Przytulnia. Składa się na nią 10 tablic, rozmieszczonych wokół zbiorników poeksploatacyjnych w bezpośrednim sąsiedztwie przepływającej obok Odry. W ramach projektu nauczyciele lokalnych szkół otrzymali materiały dydaktyczne umożliwiające im przeprowadzenie lekcji na tonie natury. Przekazano łącznie 50 zestawów.



Firma **ENERIS Ochrona Środowiska** udostępniła szkołom **mobilną Ścieżkę Edukacyjną ENERIS szkołom**. Na to elastyczne i mobilne narzędzie składa się dziewięć dwustronnych tablic, które pokazują, na czym polegają zachowania przyjazne środowisku, a także czym jest materiałowy i energetyczny odzysk surowców. Wystawę pokazano w szkołach podstawowych i gimnazjach w województwach lubuskim, zachodniopomorskim, łódzkim i dolnośląskim. Łącznie z tego narzędzia dydaktycznego skorzystało około 9,5 tys. dzieci z 30 szkół.



Castorama Polska w ramach **walki ze smogiem** zorganizowała szkolenia dla swoich pracowników w trzech województwach. Firma edukuje także klientów, którzy zgodnie z uchwałami antysmogowymi muszą spełniać nowe wymogi dotyczące instalacji grzewczych w domach. We wszystkich sklepach firmy w Małopolsce, na Śląsku oraz w Warszawie zostały umieszczone materiały edukacyjne (plakaty, ulotki). Prowadzona jest także specjalna zakładka na stronie internetowej.



Firma **DB Cargo Polska** zorganizowała jednodniową akcję „**Kolej na oddychanie**” na ulicach dwóch śląskich miast, w których prowadzi działalność operacyjną. Mieszkańcom miast rozdano w sumie 10 tys. pakietów z ulotkami informacyjnymi oraz maseczkami ochronnymi.



W ramach akcji „**#BezSmogu**” **Euro Bank** zagęścił sieć czujników smogu, aby uzupełnić bazę danych na temat jakości powietrza w poszczególnych regionach Polski. Bank prowadzi także kampanię zwiększającą świadomość zagrożeń związanych ze smogiem. Zamontowano 50 czujników w placówkach banku, w siedmiu województwach. Głównym kryterium był poziom zanieczyszczeń w danym regionie. Dodatkowe materiały edukacyjne o zagrożeniach wynikających ze złej jakości powietrza dotarły do 2884 pracowników.



„Gazeta Wyborcza” **Grupy Agora** zorganizowała akcję „**Śląskie bez smogu!**”, która jest częścią projektu „Oddychać po ludzku”. W czterech subregionach województwa śląskiego zorganizowano warsztaty z mieszkańcami, konferencje

dla mieszkańców, a także zamknięte warsztaty w Urzędzie Marszałkowskim dla liderów grup z warsztatów w subregionach oraz pracowników urzędu. Spotkania miały na celu wygenerowanie pomysłów na projekty edukacyjne, informacyjne lub promocyjne, które pomogą mieszkańcom Śląska zmierzyć się ze smogiem.



W ramach programu „Powietrze bez śmieci” **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** zachęca do korzystania z najbardziej ekologicznego paliwa – gazu ziemnego – namawiając Polaków do aktywnego włączenia się w działania antysmogowe. Firma prowadzi program edukacyjny dla szkół podstawowych oraz konkurs dla lokalnych społeczności, w którym do wygrania czeka na gminy pięć naukowych stacji zabaw PGNiG. Te stacje to rodzaj parku eksperymentów i doświadczeń. Do końca 2017 roku do konkursu zgłosiło się blisko 750 szkół i 140 gmin.



W ramach projektu „Oddychaj powietrzem” firmy **TAURON Polska Energia** powstał portal www.oddychajpowietrzem.pl, który stanowi bazę wiedzy na temat przyczyn powstawania smogu, metod zapobiegania temu zjawisku lub konsekwencji palenia śmieci. Zamieszczono na nim mapę energetyczną, dzięki której odwiedzający stronę mogą dowiedzieć się, jakie źródła energii występują w miejscu ich zamieszkania, czy ich gmina oferuje dofinansowanie do wymiany ogrzewania czy też sprawdzić aktualny stan jakości powietrza. Portal od momentu uruchomienia odwiedziło ponad 250 tys. osób. W ramach projektu przeprowadzono także „Konkurs z klimatem”. Zwycięzcom rozdano ponad 5 tys. czujników czadu. W towarzyszącym konkursowi plebiscycie pięć gmin wygrało oczyszczacze powietrza.



Grupa VELUX i jej spółki siostrzane w Polsce wydały raport „Barometr zdrowych domów 2017”. To trzecia edycja ogólnoeuropejskiego raportu, którego celem jest opisanie zależności między warunkami mieszkaniowymi a zdrowiem ludzi. Publikacji towarzyszy także kampania komunikacyjna. Barometr 2017 opiera się na danych z różnych źródeł: bazy danych Eurostatu EU-SILC, gromadzącej wyniki „Europejskiego badania warunków życia ludności” obejmującego ponad 250 tys. dorosłych Europejczyków, analizy ponad 200 publikacji naukowych, a także analizy danych OECD. Wkład merytoryczny do raportu wnieśli również polscy eksperci.



Poradnik ekologiczny „Kieruj się na eko” PKN ORLEN, jest jednym z projektów zrealizowanych w ramach Strategii CSR 2015–2017 przez Biuro Ochrony Środowiska. Poradnik ma na celu wzbudzenie u kierowców świadomości ekologicznej i zachęcenie ich do użytkowania pojazdów w sposób przyjazny dla całego środowiska.



Specjaliści **Zakładu Utylizacyjnego** w Gdańsku, na podstawie danych własnych oraz Wydziału Gospodarki Komunalnej Urzędu Miejskiego w Gdańsku opracowali „**Bilans odzysku surowców wtórnych przekazywanych do recyklingu w latach 2012–2017**”. Raport w przystępnej formie kilkunastu infografik przedstawia, jak miasto rozwijało się w zakresie segregacji odpadów, jak dużą poprawę przynosiła zmiany systemowe oraz jak wielką rolę odgrywają w nich mieszkańcy. Jest to pierwsza tego typu przekrojowa publikacja dostępna dla ogółu mieszkańców Gdańska.



Konkurs „**Pan Karp zarybia Wisłę**” to wspólna inicjatywa, realizowana od 2015 roku przez Towarzystwo Promocji Ryb oraz **ANWIL**. Akcja ma na celu podniesienie świadomości najmłodszych na temat znaczenia ryb dla ekosystemu oraz popularyzację ichtiologii. W ramach trzech edycji konkursu do Wisły trafiło niemal 40 tys. narybku.



Kamieniołom „Lipówka” miejscem czynnej edukacji przyrodniczej – to projekt, w ramach którego **CEMEX** m.in. wspiera nauczycieli lokalnych szkół poprzez: wydanie segregatora z zadaniami i scenariuszami lekcji do przeprowadzenia na terenie kopalni, opracowanie audioprzewodnika oraz prowadzenie konkursów dla uczniów. Na terenie kopalni powstał też rowerowy FunPark, a od 2016 roku odbywa się tam Dzień Bioróżnorodności.



Lokalizacja kopalni „Bogdanka” wymusza dbanie o środowisko, gdyż cała infrastruktura kopalni oraz obszar górniczy „Puchaczów IV” otoczone są terenami chronionymi. **Lubelski Węgiel „Bogdanka”** we współpracy z Ogólnopolskim Towarzystwem Ochrony Ptaków stworzył **ścieżkę edukacyjną „Nadrybie”** na obszarze Parku Krajobrazowego Pojezierza Łęczyńskiego, na terenie chronionym dzięki sieci Natura 2000. Ścieżka umożliwia obserwację różnych typów siedlisk i charakterystycznych gatunków zwierząt.



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

ŚRODOWISKO

DB Cargo Polska promuje ekologiczne postawy i zachowania wśród pracowników w ramach akcji „**Ekoludek Leon radzi**”, poprzez wskazywanie proekologicznych rozwiązań.



2015



3200



Farm Frites Poland od 2011 roku organizuje **sadzenie drzewek** w miejscu i terminie określonym przez Nadleśnictwo Lębork. Celem jest posadzenie 20,2 tys. drzewek do 2020 roku. Od początku akcji posadzono ich już ok. 19 tys.



2013



213



W **KPMG** od 2012 roku prowadzona jest akcja społeczno-edukacyjna „No printing Day”, która ma na celu zachęcanie pracowników do ograniczenia wydruków. Aby zwiększyć wpływ akcji na środowisko, pracownicy firmy **wspólnie zasadzili** 3 tys. drzew w Lesie Sękocińskim.



2012



1600



Lyreco Polska ma w ofercie katalogowej prawie 10 tys. produktów. Część z nich została wyróżniona tzw. Certyfikatem Zielonego Drzewa. Zasady oceny zaakceptowała organizacja certyfikująca SGS i są one przedmiotem corocznego audytu. „**Zielony katalog**” prezentuje tylko te produkty, które zostały ocenione jako ekologiczne.



2014



597



Podczas **Zielonego Tygodnia** pracownicy **Polpharmy** otrzymują praktyczne wskazówki, jak ekologicznie postępować w życiu codziennym. Dni podzielone są tematycznie i dotyczą np. odpadów, drugiego życia przedmiotów, zdrowego stylu życia i jazdy na rowerze, oszczędzania energii i wody. Organizowany jest też Dzień Otwarty, podczas którego do firmy zapraszana jest społeczność lokalna i rodziny pracowników.



2013



7500



Volkswagen Poznań organizuje konkurs grantowy dla organizacji pozarządowych oraz placówek oświatowych promujących aktywną edukację ekologiczną. Do tej pory ze wsparcia finansowego i rzeczowego w ramach **Niebieskich Grantów** skorzystało 16 organizacji, które uzyskały blisko 100 tys. zł na realizację prośrodowiskowych idei.



2012



10000



„**Z Kujawskim pomagamy pszczołom**” to program zainicjowany w 2011 roku przez **ZT Kruszwica**, którego celem jest inspirowanie społeczeństwa do podejmowania działań na rzecz poprawy warunków życia pszczoł w Polsce. Główny nacisk położono na zakładanie miejsc przyjaznych pszczołom. W program zaangażowały się też samorządy. Powstała

Akademia Przyjaciół Pszczoł oraz platforma grywalizacyjna dla dzieci. Z kolei 8 sierpnia obchodzony jest Wielki Dzień Pszczoł, w którym bierze udział ok. 50 instytucji edukacyjnych i przyrodniczych.



2014



1000



EKOBIURO

Dzięki projektowi „**Be green @Cognifide**” firma **Cognifide Polska** wprowadziła nowe działania proekologiczne. Zrezygnowano z plastikowych kubeczków w biurze (wyeliminowano zużycie 25 tys. sztuk kubeczków rocznie) i zastąpiono je bidonami, co przyczyniło się do większego spożycia wody w biurze (wzrost o 136%). W ramach akcji zazieleniania biura w latach 2016–2017 zakupiono 137 roślin na biurka pracowników. Przeprowadzono także audyt pod kątem zasad BHP oraz zorganizowano Tydzień Czystego Biurka. W zgodzie z duchem ekologii odbyło się również integracyjne spotkanie pracowników One Cognifide Day.



215



ANG Spółdzielnia prowadzi **proekologiczną politykę marketingową**. Polega ona na zachęcaniu spółdzielców i ekspertów do korzystania z papieru pochodzącego w 100% z recyklingu oraz na informowaniu ich o tym, że materiały marketingowe firmy drukowane są na papierze z recyklingu.



2013



668



W ramach wdrożonego w 2015 roku w **ING Banku Śląskiego** systemu **e-dokumenty** dokumenty przychodzące do banku są rejestrowane, skanowane i przesyłane do właściwych jednostek. Stosuje się też m.in. elektroniczną listę obecności, e-oświadczenia oraz e-rezerwację.



2015



8000



Program „**e-faktura = wyższa kultura**” to projekt **Grupy Raben**, w ramach którego firma zachęca klientów do zastępowania papierowych faktur ich elektronicznymi wersjami. Każda zgoda na e-fakturę to jedno drzewo posadzone w imieniu klienta. Do tej pory posadzono prawie 10 tys. drzew. W 2017 roku ok. 50 wolontariuszy z grupy wraz z fundacją Aeris Futuro i lokalną społecznością posadziło 2,3 tys. drzew w okolicach Murowanej Gośliny. Przewiduje się, że sadzonki zneutralizują ponad 1074 tony dwutlenku węgla.



2013



5000



W **Carlsberg Polska** w ramach programu **Zielone biuro** obowiązują rozwiązania ograniczające zużycie wody i energii oraz wspierające gospodarowanie odpadami. Prowadzony jest monitoring zakupu i zużycia papieru. Dokumenty i wizytówki drukuje się na papierze z certyfikatem FSC. Obowiązuje segregacja śmieci, dostępna jest zgniatarka PET oraz skrzynki na butelki zwrotne. Zbierane są też zużyte

baterie oraz tonery. Pracownicy są informowani o tych rozwiązaniach przez intranet, e-mailing i materiały informacyjne.



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



W ramach programu „Zielone IT” zużyty sprzęt komputerowy w **Polpharmie** jest sprzedawany, a pozyskane środki są przeznaczane na inicjatywy społeczne i proekologiczne oraz dofinansowywanie zakupu sprzętu komputerowego przez placówki edukacyjne. Standardem jest druk dwustronny i używanie papieru o obniżonej do 70 g/m² gramaturze. Trwają prace nad elektronicznym obiegiem korespondencji przychodzącej. W serwerowni stosuje się chłodzenie z wykorzystaniem powietrza zewnętrznego (free cooling).



W centralach czterech kluczowych spółek **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** została wdrożona **certyfikacja Zielonego Biura PGE**. Pozyskano ponowną certyfikację na kolejne dwa lata, do 2019 roku.



EKOBUDOWNICTWO

W **Antalis Poland** podjęto decyzję o **zmianie magazynu**. Projekt nowego obiektu przygotowywano specjalnie na potrzeby firmy. W budynku zastosowano ekologiczne rozwiązania: panele izolacyjne, panele słoneczne do ogrzewania wody użytkowej, a także oświetlenia LED.



W firmie **Mostostal Warszawa** został wprowadzony **BIM – proces inteligentnego zarządzania informacjami o projekcie**. Dzięki modelowi BIM firma jest w stanie testować na wczesnych etapach projektowania potencjalny wpływ podejmowanych działań na otaczające środowisko. Ta wczesna identyfikacja wielu aspektów oraz ich ocena i zrozumienie, jak oddziałują na różne czynniki środowiska, umożliwiają szybkie i efektywne łagodzenie negatywnych skutków działań, zastosowanie zrównoważonych rozwiązań oraz zmniejszenie kosztów całego procesu. Ponadto Mostostal jest jednym z założycieli fundacji buildingSMART, której celem

jest opracowanie standardów, norm i narzędzi wspierających wymianę informacji w technologii BIM.



Dwa **nowe, przyjazne środowisku terminale**, uruchomione przez **DB Schenker** (w Stawigudzie pod Olsztynem i Starym Kisielinie na obrzeżach Zielonej Góry) w 2017 roku, uzyskały certyfikaty BREEAM In-Use z oceną Very Good. W obiektach zastosowano rozwiązania spełniające najwyższe normy pod względem oszczędności energii, redukcji emisji CO₂, efektywnej gospodarki wodnej i ciepłej. Terminale uzyskały wysokie oceny audytorów także w kategoriach: zdrowie i komfort, gospodarka wodna, gospodarka odpadami czy materiały budynku. To pierwsze obiekty w tych miastach, które uzyskały zielone certyfikaty.



EKOEFEKTYWNOŚĆ

Coca-Cola HBC wprowadziła **program motywacyjny dla pracowników dotyczący wyszukiwania potencjalnych strat środowiskowych, tzw. nearloss**. Nearloss to identyfikacja wewnątrz i na zewnątrz pomieszczeń strat lub potencjalnych strat, optymalizacja zużycia związana z energią czy wodą i inne działania mające wpływ na obszar zarządzania środowiskowego. Każdy pracownik może zgłosić dowolną liczbę nearlossów za pośrednictwem specjalnej bazy danych. Zgłoszenia są weryfikowane. Ponadto nadawana jest im także odpowiedzialność osobowa i zapisywany termin na usunięcie problemu. W 2017 roku w trzech zakładach zgłoszono 608 strat środowiskowych. Liczba ta świadczy o skuteczności w reagowaniu na występujące drobne straty środowiskowe i zapobieganiu eskalacji problemu.



Firma **CCC** wprowadza **ekologiczne rozwiązania infrastrukturalne**, do których należy m.in. budowa ringu energetycznego w Polkowicach. Inwestycja ma na celu obniżenie średniej ceny netto zakupionej energii elektrycznej i usługi związanej z jej dystrybucją. Aby zwiększyć efektywność energetyczną, Centrum Logistyczne w Polkowicach wyposażono w nowoczesny system fotowoltaiki. W trakcie prac związanych z budową biura w Warszawie prowadzono segregację odpadów i utylizację elementów demontażu. W łazienkach zastosowano perlatory na baterie, które zmniejszają zużycie wody, a także czujniki automatycznie wygaszające światło.



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

ŚRODOWISKO

Ceramika Paradyż wykorzystuje **innowacyjny system odzysku ciepła** odpadowego pochodzącego z wypału płytek oraz spalin z pieców do zasilania innych urządzeń produkujących ciepło, takich jak suszarnie rozpyłowe i suszarnie pionowe. Instalacje obecne są w czterech zakładach i umożliwiają ograniczenie zużycia gazu o kilkanaście procent w skali roku. Wykonano również instalację odzysku energii ze sprężarek powietrza, która pokryła całkowite zapotrzebowanie na energię zużywaną do CO i ciepłej wody użytkowej w budynku socjalnym i laboratorium. System ten całkowicie wyeliminował pracę kotta grzewczego.



Wprowadzenie modelu gospodarki obiegu zamkniętego – fabrycznego systemu ciepłowniczego zasilanego surowcami wtórnymi to inicjatywa **Grupy VELUX i jej spółek siostrzanych w Polsce**. Namysłowska fabryka firmy zainwestowała w ekologiczną instalację zagospodarowania surowców drewnianych typu wióry i zręby. Cały proces dostarczania biomasy oraz wytwarzania i dystrybucji ciepła jest w pełni automatyzowany. Nowy system wytwarzania energii cieplnej pozwoli na redukcję zużycia gazu ziemnego o 80%. Dzięki spalaniu biomasy zakład w Namysłowie rocznie wyemituje o blisko 2,5 tys. ton CO₂ mniej i wykorzysta 99% drewna.



„Wykorzystanie wody gruntowej w IKEA Łódź” to inicjatywa **IKEA Retail**, w ramach której w sklepie zamontowano system pozyskiwania wody drenazowej. System funkcjonuje od 2009 roku. Woda siecią rur doprowadzana jest do odstojnika, następnie do studni i zbiornika, skąd dostarczana jest za pomocą pompy do toalet i pisuarów. Druga studnia zasila instalację podlewania zieleni. Dzięki pozyskiwaniu wody drenazowej sklep IKEA w Łodzi oszczędza 5464 m³ wody rocznie, co stanowi 33,45% rocznego zużycia wody w obiekcie. Oznacza to roczne oszczędności na poziomie 58 683 zł.



„Carbon and water reduction plan” (plan redukcji emisji CO₂ i zużycia wody) do 2020 roku to deklaracja **Coca-Cola HBC Polska**, zakładająca redukcję zużycia wody o 30% i redukcję emisji CO₂ przez produkcję i flotę o 50% w porównaniu z 2010 rokiem. Wdrożono rozwiązania, których celem jest poprawa efektywności środowiskowej. W zakładzie w Krakowie uruchomiono instalację odzysku wody z ostatniego płukania, która przekazywana jest następnie do ponownego użycia. Oszczędność wody dzięki temu przedsięwzięciu jest bliska 23 tys. m³. W Radzyminie wymieniono żarniki w piecach maszyn rozdmuchowych. Szacunkowa wartość tej oszczędności to 145 MWh. Oszczędność wody i energii łączy projekt mycia CIP Advantis, skutkujący znaczną poprawą wydajności, a także redukcją czasu mycia i temperatury.



We wszystkich fabrykach **FROSTY** wprowadzono kompleksowe raportowanie środowiskowe, pomagające zidentyfikować obszary, w których możliwe jest **zmniejszenie emisji CO₂**. Dzięki tym działaniom w latach 2011–2015 firmie udało się zmniejszyć emisję CO₂ o 5,4%, a w 2017 roku – o kolejne 5%.



„Zero emisji dwutlenku węgla” to założenie realizowane przez **Volkswagen Motor Polska** w miesiącach letnich. Wówczas emisja CO₂ pochodząca ze źródeł energetycznych zakładu wynosi 0 kg. Zakład nie zużywa gazu ziemnego ani ciepła technicznego z zewnętrznej ciepłowni. Jest to możliwe dzięki zakupowi energii elektrycznej z elektrowni wodnych.



Do najważniejszych działań realizowanych przez **Fiat Chrysler Automobiles Poland** w 2017 roku w ramach **polityki ochrony środowiska** należą m.in.: gospodarka odpadami, utylizacja odpadów, instalacja kurtyn termicznych (Spawalnia); sadzenie drzew i krzewów, zarządzanie składowiskiem odpadów, modernizacja termowentylacji (Montaż i Spawalnia). Aby sprawdzać zgodność metod pracy i zachowań pracowników z zasadami polityki spółki, realizowany jest program systematycznych, okresowych audytów wewnętrznych i zewnętrznych.



Analiza cyklu życia jest jedną z metod zarządzania środowiskiem w firmie **Volkswagen Motor Polska**. Ma ona na celu ocenę potencjalnych zagrożeń dla środowiska w połączeniu z efektywnością ekonomiczną. Przy zakupie nowych maszyn produkcyjnych pod uwagę brane jest ich oddziaływanie na środowisko.



Credit Agricole Bank Polska wymienił **oświetlenia na energooszczędne**. Przeprowadzono audyt, a następnie przygotowano długoterminowy plan wymiany oświetlenia, obejmujący lata 2015–2017. Założono, że nowe oświetlenie zostanie założone na powierzchni o metrażu 3576 m². Plan został wykonany z ponad 50-procentową nadwyżką – powierzchnia z nowym oświetleniem to 5587,52 m².



W nowo otwieranych sklepach **Leroy Merlin** do oświetlenia hali sprzedaży instalowane jest **energooszczędne oświetlenie LED**. Z kolei w już istniejących obiektach prowadzona jest wymiana oświetlenia na nowe. Obliczono, że zużycie energii w sklepach oświetlonych oświetleniem typu LED będzie o 40% niższe niż w sklepach oświetlonych oświetleniem starego typu.



„**DOZ dla środowiska**” to projekt firmy **Pelion**, w ramach którego we wszystkich DOZ Aptekach wymieniono żarówki na energooszczędne. Pod koniec września apteki pozytywnie przeszły audyt energetyczny dla firm.



W ramach projektu „**EKO Energia PGE - naturalnie, że energia**” spółka **PGE Polska Grupy Energetycznej** podjęła decyzję o zasilaniu budynku PGE Obrót energią elektryczną z odnawialnych źródeł energii.



Aby efektywnie wykorzystywać zasoby wodne, firma **LafargeHolcim** w marcu 2017 roku podpisała umowę z Lasami Państwowymi dotyczącą dostarczania wód kopalnianych do **nawadniania lasów**. Planowo pierwsze litry wody powinny popłynąć w 2019 roku. Projekt jest wspierany przez Ministerstwo Ochrony Środowiska.



Tesco Polska podjęło działania na rzecz **większej transparentności w kwestii marnowania żywności**. Tesco, jako pierwsza sieć handlowa w Polsce i Europie Środkowej, opublikowało dane dotyczące skali marnowania żywności wewnątrz firmy w Polsce, Czechach, na Słowacji i na Węgrzech. Poznanie zjawiska ma pomóc w lepszej identyfikacji jego przyczyn i w dalszym zmniejszaniu jego skali. Firma przekazuje żywność krótkotrwałą z ponad 500 sklepów do organizacji pozarządowych w Europie.



Odpowiadając na potrzeby mieszkańców, **Grupa GPEC** podjęła decyzję o przyłączeniu dzielnic Matarnia, Jasień i Kokoszki do miejskiej sieci ciepłowniczej. Prace związane z **przyłączeniem do miejskiej sieci górnego tarasu Gdańska** rozpoczęły się w czerwcu 2017 roku. Jednym z najważniejszych etapów inwestycji było przekroczenie obwodnicy Trójmiasta. W wyniku prac powstało 11 km sieci, a dostęp do bardziej ekologicznego ciepła zyskało 30 tys. mieszkańców. Zamknięto także kociołnię węglową w Matarni, która emitowała 17,7 ton CO₂ rocznie, tzn. tyle, ile generuje ponad 2,2 tys. domków jednorodzinnych.



Evolution System w sklepach **Carrefour Polska** to systemu nadzoru zużycia energii elektrycznej. Pozwala ona na: wskazywanie największych źródeł obciążeń, analizę i eliminację nieekonomicznych przekroczeń składowych zużycia

energii, które mocno zakłócają pracę systemu krajowego energetyki i powodują niekontrolowaną emisję CO₂ do atmosfery. Zastosowanie systemu nadzoru energii pozwoliło na wprowadzenie proekologicznych rozwiązań technicznych w hiper- i supermarketach Carrefour Polska.



Proekologiczny **system FCH HVAC** (Free Cooling and Heating System) ma na celu zmniejszenie zużycia energii elektrycznej w sklepach **Carrefour Polska**. Rozwiązanie wykorzystuje temperaturę wód podziemnych do obniżenia lub podwyższenia temperatury powietrza w obiekcie. Dzięki temu systemowe zużycie energii elektrycznej zmniejsza się o 50%. System FCH działa w pięciu sklepach w Polsce (Sosnowiec, Zamość, Olsztyn, Gdańsk Morena i Warszawa Targówek).



DB Schenker uruchomił w 2014 roku nowy terminal pod Białymstokiem, który jako **pierwszy najbardziej zielony terminal w Polsce** otrzymał certyfikat ekologicznym BREEAM. W obiekcie zastosowano wiele rozwiązań proekologicznych. Firma zadbała również o pracowników i komfort ich pracy. Wokół granicy działki znajduje się trzostopniowy pas zieleni.



„**Program oszczędzania energii**” polega na edukacji pracowników oraz na realizacji działań technicznych i organizacyjnych zmierzających do redukcji zużycia energii w **Polpharmie**. Każda inicjatywa jest poprzedzona analizą techniczno-ekonomiczną, a efekty rozwiązań są monitorowane za pomocą audytów kontrolnych oraz danych pomiarowych z systemów automatyki, zainstalowanych w infrastrukturze technicznej zakładu. W latach 2015–2016 uzyskano łącznie 25 902 GJ oszczędności zarówno energii cieplnej, jak i elektrycznej.



Nagroda Zielonego Procesu została ustanowiona w **Polpharmie** w 2008 roku, aby doceniać inicjatywy pracowników, które przyczyniają się do ograniczania negatywnego wpływu firmy na środowisko.



TAURON Polska Energia od 2010 roku prowadzi działania techniczno-organizacyjne, które mają na celu **zagospodarowanie ubocznych produktów wydobycia**. Produkowane przez TAURON Wydobycie kruszywa są stosowane m.in. do: budowy warstw nasypów, budowy podbudów pomocniczych i zasadniczych stabilizowanych hydraulicznie,



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

ŚRODOWISKO

rekultywacji technicznej, niwelacji i makroniwelacji terenów, budowy wałów przeciwpowodziowych.

 2016  25542

EKOPRODUKTY

Bank BGŻ BNP Paribas we współpracy z partnerami z branży fotowoltaicznej wprowadził kredyt ratalny na **finansowanie ekologicznych źródeł energii**. Oferta skierowana jest do klientów detalicznych i umożliwia im sfinansowanie nawet w 100% zakupu systemów: paneli fotowoltaicznych, podgrzewaczy wody, pomp ciepła, rekuperatorów, elektrowni przydomowych wiatrowych. W 2017 roku nawiązano współpracę z czterema partnerami oraz sfinansowano kredyty na łączną kwotę ok. 1,85 mln zł, których średnia wartość wynosiła 25,5 tys. zł, spłacana średnio w 83 miesięcznych ratach.

 7200 

W ramach przeciwdziałania wylesianiu sieć **Carrefour Polska** podjęła zobowiązanie, że do 2020 roku artykuły z 10 grup produktów marki własnej Carrefour, których produkcja niesie ze sobą ryzyko deforestacji, będą wytwarzane w zgodzie z zasadami zrównoważonego leśnictwa. Wśród wytypowanych grup asortymentowych są m.in.: ręczniki papierowe, chusteczki, papier toaletowy, bruliony i serwetki. Produkty te są oznaczane znakiem **FSC Carrefour Polska**. Pierwsze produkty ze znakiem FSC z grupy ręczników papierowych pojawiły się w ofercie sklepów Carrefour w 2017 roku.

 16000  

Sieć **Carrefour Polska** podjęła decyzję o **wycofaniu ze sprzedaży jaj z chowu klatkowego** oznaczonych cyfrą 3 – do końca 2020 roku z marek własnych, a do 2025 roku z marek krajowych. Terminy te pozwolą dostawcom Carrefour na właściwe wdrożenie tej strategii. Podjęta decyzja jest inicjatywą samej sieci, już od kilku lat systematycznie wprowadzaną w poszczególnych państwach.

 16000  

Firma **Eurocash** stworzyła markę **kosmetyków naturalnych Biolove**. Produkty te powstają wyłącznie z naturalnych składników, nie zawierają SLS, PEG, silikonów, parabenów, barwników, konserwantów i tym podobnych dodatków. Mimo naturalnych składników firma nie zawyża ich ceny i są one przystępne dla większości klientek. Wszystkie kosmetyki są produkowane w Polsce.

 12000 

IKEA Retail opracowała wydajny i przystępny finansowo model produkowania energii na potrzeby domu i jego mieszkańców. W ramach oferty **Energia Słoneczna dla Domu** od kwietnia w każdym z 10 sklepów IKEA w Polsce dostępne są kompleksowe systemy fotowoltaiczne. Zamontowanie insta-

lacji fotowoltaicznej pozwala konsumentowi stać się prosumentem, czyli osobą, która jednocześnie produkuje i użytkuje energię. Nadwyżka wytworzonej energii przekazywana jest do sieci i można ją odebrać w stosunku 1:0,8 jednostki (kWh).

 4523  

Leroy Merlin dba o czystość powietrza. Pod koniec 2017 roku zarząd firmy podjął decyzję o wycofaniu ze sprzedaży kocioł grzewczych, które nie spełniają wymagań ekoprojektu, czyli wszystkich kocioł poniżej klasy 5 na paliwo stałe. Kotle zostały wycofane ze wszystkich sklepów do 1 stycznia 2018 roku. Decyzja ta była podyktowana troską o środowisko naturalne i jakość powietrza. Wpływ na nią miał także dialog ze społecznościami.

 10000 

Gama produktów „**Jakość z Natury Carrefour**” została opracowana we współpracy **Carrefour Polska** z lokalnymi rolnikami, hodowcami i producentami. Tworzą je artykuły najwyższej jakości, których proces produkcji jest identyfikowalny „od pola do talerza” i charakteryzuje się wykorzystaniem metod rolnictwa zrównoważonego.

 2016  16000 

W ramach **odpowiedzialnego połowu 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 poszerza ofertę ryb pochodzących ze zrównoważonych połowów morskich i stokowodnych oraz odpowiedzialnych hodowli, a także wzmacnia współpracę z kluczowymi organizacjami działającymi na rzecz ochrony ekosystemów wodnych.

 2016  16000 

Celem Grupy Kingfisher, w tym **Castorama Polska**, jest dostarczanie klientom produktów, które będą miały pozytywny bądź znacznie mniej negatywny wpływ na planetę. Stworzono więc wytyczne dotyczące **produktów dla zrównoważonych domów**, by wspierać pracowników firmy w poprawianiu wyników w zakresie zrównoważonego rozwoju w istniejących kategoriach oraz w przeobrażaniu asortymentu produktów. Celem firmy jest, aby do 2020 roku 50% obrotów pochodziło ze sprzedaży produktów dla zrównoważonych domów oraz żeby wszystkie produkty wykorzystujące wodę i energię elektryczną były w 100% objęte dobrymi praktykami.

 2016  11926 

CEMEX wspiera zielone budownictwo poprzez promocję dróg betonowych, ekologiczne produkty oraz usługi i rozwiązania przyjazne środowisku poprzez wprowadzenie **zielonych kart produktów LEED i BREEAM** dla betonów i kruszyw. Zawierają one zestaw informacji istotnych w procesie certyfikacji. W przypadku materiałów budowlanych zrównoważone

właściwości produktów to m.in.: skład materiałów, gospodarka odpadami, zużycie energii, ochrona przed emisją zanieczyszczeń, prowadzenie procesu budowy.



ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII

ENERIS Ochrona Środowiska wdraża koncepcję **Klastrów Energii ENERIS**, w ramach których samorządy, inwestorzy sektorowi, instytucje, uczelnie i lokalne podmioty działają wspólnie na rzecz samowystarczalności energetycznej kolejnych regionów kraju. W 2017 roku powstały pierwsze takie partnerstwa. W Siemiatyckim Klastrze Energii zainicjowano podpisanie wielostronnego porozumienia. W ramach tego klastra powstaną nowe źródła energii i ciepła pochodzące z odnawialnych źródeł energii (OZE), zmodernizowana zostanie sieć dystrybucji i zlikwidowane stare, nieekologiczne ciepłownie węglowe.



Dzięki współpracy firm **Skanska w Polsce** i innozy Polska **plac budowy** warszawskiego osiedla „Jaśminowy Mokotów” jest w pełni **zasilany energią wiatrową**. Od stycznia do października 2017 roku zużyto na osiedlu ok. 200 MWh energii, zapobiegając tym samym emisji ok. 160 ton dwutlenku węgla do atmosfery. Dodatkowo zastosowano oświetlenie placu i zaplecza budowy wykorzystujące technologię LED oraz centralne sterowanie zasilaniem zaplecza budowy, pozwalające w sposób programowany wyłączać ogrzewanie i oświetlenie tam, gdzie nie przebywają aktualnie ludzie.



Bank Ochrony Środowiska promuje odnawialne źródła energii, w szczególności fotowoltaikę, poprzez projekt **„Postaw na Słońce”**, kierowany do młodzieży szkolnej, a za jej pośrednictwem również do dorosłych – właścicieli domów jednorodzinnych, gospodarzy samorządów i zarządców nieruchomości. Do tej pory zorganizowano 170 konferencji lokalnych, w których udział wzięło ponad 10 tys. gości, zaprojektowano schematy instalacji PV dla 1,06 tys. domów, nakręcono 150 krótkich filmików promujących energię odnawialną. W projekcie wzięło udział 6,6 tys. uczniów i nauczycieli.



PROGRAMY PROŚRODOWISKOWE

W firmie **3M** wprowadzany jest **program zapobiegania zanieczyszczeniom (3P)**, celu który ma na celu wyeliminowanie lub ograniczenie źródeł zanieczyszczeń w produktach i procesach

3M. Projekt 3P może zainicjować każdy pracownik lub grupa. Powinien on spełniać dwa wymagania: przynieść oszczędności roczne, które wyniosą min. 1000 dol. amer., oraz korzyść środowiskową poprzez zapobieganie powstawaniu zanieczyszczeniom. Zanieczyszczenia są eliminowane m.in. dzięki modyfikacji procesów, przeprojektowaniu urządzeń, recyklingowi i odzyskiwaniu materiałów odpadowych. W zakładach 3M w Polsce rocznie powstaje ponad 40 projektów 3P.



W 2017 roku **Bank BGŻ BNP Paribas** przyłączył się do globalnego **programu redukcji emisji CO₂** Grupy BNPP i planuje do 2020 roku zredukować emisję CO₂ na pracownika o 25% (w porównaniu z rokiem bazowym 2012). W tym celu prowadzi szereg inicjatyw wewnętrznych, takich jak m.in.: zmniejszenie liczby data center z czterech do dwóch, zmniejszenie zużycia energii, ograniczenie liczby podróży służbowych, stopniowe wprowadzanie do floty samochodów hybrydowych, zaprojektowanie przyjaznego środowiska nowego budynku centrali, ekoinicjatywy dla pracowników (Dni CSR, Dzień bez Samochodu, Dobre kilometry, pilotaż aut hybrydowych, Akademia Bezpiecznej Jazdy).



W ramach działań **Banku Millennium dla środowiska** minimalizowany jest negatywny wpływ na środowisko. Klienci są zachęceni do korzystania z elektronicznych nośników informacji, np. wyciągów online czy regulaminów umieszczonych na stronach internetowych. W oddziałach zamiast drukowanych ulotek i plakatów pojawiają się ekrany, na których prezentowana jest oferta. W biurach banku wyeliminowano obieg większości papierowych dokumentów. W 2017 roku prawie wszystkie samochody służbowe zostały wymienione na bardziej ekologiczne.



Coca-Cola HBC Polska w Radzyminie wprowadziła kompleksowy program **„Behavioral Environmental Efficiency”**, którego celem jest ochrona środowiska oparta na prośrodowiskowych zachowaniach. Program obejmował wdrożenie nowych lub wykorzystanie już istniejących narzędzi, a jego istotne elementy, to m.in.: zaangażowanie kierownictwa, włączenie pracowników poprzez zbudowanie sieci kontaktów i wyłonienie „Line Champions”, zachęcenie pracowników do zgłaszania inicjatyw, które mogą poprawić efektywność środowiskową, przygotowanie materiałów do szkoleniowych. Wszystkie wprowadzone i utrzymywane działania mają jeden cel: poprawę efektywności środowiskowej zakładu.



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

ŚRODOWISKO

Odpowiedzialność za środowisko naturalne PKP CARGO

wyraża się poprzez prowadzenie bezpiecznego przewozu towarów taborem spełniającym wymogi środowiskowe. Działania firmy obejmują m.in.: wdrożenie i utrzymywanie zintegrowanego systemu zarządzania w oparciu o PN-EN ISO 14001, edukację ekologiczną pracowników, współpracę międzynarodową w zakresie zrównoważonego transportu, nowoczesny tabor i zaplecze utrzymaniowo-naprawcze, oszczędne gospodarowanie zasobami.



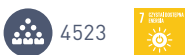
Działania proekologiczne prowadzone przez firmę

Volkswagen Motor Polska to m.in.: transfer know-how, zakup nowoczesnych urządzeń niskoemisyjnych, stosowanie obiegów zamkniętych zamiast „end of pipe”, wdrożony i stosowany system zarządzania środowiskiem i wnergią według norm ISO 14001, ISO 50001, systematyczne kontrole i monitoring działań pod kątem prośrodowiskowym.



W ramach programu „**IKEA. Dla Ciebie, dla domu, dla planety**” przeprowadzono wśród pracowników **IKEA Retail**

w Polsce konkurs, w którym należało pokazać, jak pracownik i jego rodzina starają się prowadzić zrównoważone życie w domu. 11 laureatów konkursu zostało ambasadorami programu, a za symboliczną złotówkę otrzymało panele fotowoltaiczne wraz z montażem. Ambasadorzy byli zobowiązani podejmować comiesięczne wyzwanie związane z prowadzeniem zdrowego i zrównoważonego życia w swoim gospodarstwie domowym oraz relację z jego realizacją, przekazywaną pozostałym pracownikom firmy przez kanały komunikacji wewnętrznej. Ich działania skupiały się m.in. wokół redukcji zużycia prądu i wody, zmniejszenia ilości odpadów, wtórnego wykorzystania odpadów pochodzenia organicznego i samodzielnej uprawy roślin jadalnych.



W 2009 roku w **Sabre Polska** powstał **zespół Eco Team**, który wdraża działania związane m.in. z edukacją ekologiczną, promowaniem zdrowego trybu życia, promowaniem transportu publicznego i jazdy na rowerze. Co roku organizowane są warsztaty edukacyjne dotyczące ekologii, np. ecodriving. W ramach projektu „Hop on a public bus” co miesiąc losowane są dwie osoby, które otrzymują zwrot kosztów biletu okresowego. Wiosną firma prowadzi dla pracowników i ich rodzin serwis rowerowy, a zimą – serwis sprzętu narciarskiego i snowboardowego. W biurze zlokalizowane są punkty wymiany książek i czasopism.



Carrefour Polska w ramach inicjatywy „**STOP deforestacji**” realizuje działania, które przekładają się na przeciwdziałanie wylesianiu. Sieć prowadzi akcje edukacyjne dla pracowników propagujące ochronę lasów i odpowiedzialne korzystanie z produktów wytwarzanych z drzew. Z okazji Międzynarodowego Dnia Lasów w centrali firmy zachęcano

do ograniczenia zużycia papieru w miejscu pracy. Stworzono instalację z drzewek, przy której zamieszczono zasady odpowiedzialnego korzystania z produktów wytwarzanych z drewna. Pracownikom rozdawano sadzonki drzewek. Dodatkowo firma prowadzi segregację odpadów drewnianych i rejestruje ilość odpadów przekazanych do recyklingu.



Firma **Kuehne + Nagel** z okazji Dnia Ochrony Środowiska zorganizowała wraz z partnerami **sadzenie drzew w Kampinoskim Parku Narodowym**. Uczestnicy akcji wzięli udział w prelekcji edukacyjnej oraz zapoznali się z instruktażem sadzenia drzew. Posadzono 2 tys. drzew. Na przetómie jesiennych miesięcy 2017 roku pracownicy firmy zaangażowali się w sprzątanie Kampinoskiego Parku Narodowego.



Program „**Po stronie natury**” firmy **Żywiec Zdrój** został zainicjowany w 2009 roku w reakcji na problem silnie ostabionego drzewostanu w Beskidzie Żywieckim. Dzięki prowadzonym przez wiele lat nasadzeniom udało się zrewitalizować duże obszary dawnej Puszczy Karpackiej. Odbyło się już dziewięć edycji programu, w których posadzono w sumie 6 mln drzew. Odnowiono 1 tys. km szlaków turystycznych oraz dofinansowano 100 inicjatyw ekologicznych. W działania zaangażowanych było 580 instytucji.



Żywiec Zdrój w 2011 roku zainicjował projekt „**Kwietne łąki**”, który ma na celu czynną ochronę siedlisk przyrodniczych i naturalnych zasobów wody w Polsce na wybranych terenach powiatu żywieckiego, a szczególnie w obszarach górskich, które są naturalnymi „wieziami wodnymi” dla lokalnej ludności. Obszar chroniony zajmuje obecnie powierzchnię 120 hektarów. W ramach piątej edycji programu firma przeznaczyła na kompensaty dla rolników ponad 400 tys. zł.



TAURON Ciepło, spółka **TAURON Polska Energia**, zawarł umowy z Wojewódzkim Funduszem Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Katowicach na dofinansowanie ośmiu projektów w ramach **Programu Likwidacji Niskiej Emisji (PLNE)**. Program jest częścią projektu „Oddychaj powietrzem”, dotyczy ośmiu miast aglomeracji śląsko-dąbrowskiej objętych niską emisją (Będzina, Chorzowa, Czeladź, Dąbrowa Górnicza, Katowice, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Świętochłowice) i ma na celu zmniejszenie zanieczyszczenia pyłami PM10, PM2,5. TAURON Ciepło planuje do 2022 roku przyłączyć do programu ok. 1,3 tys. budynków, co stanowi łącznie ponad 180 MW mocy cieplnej.



Od 1998 roku **Bank Ochrony Środowiska** sporządza corocznie **Raport ekologiczny**, prezentujący proekologiczną

działalność banku. Można go znaleźć na stronie banku: www.bosbank.pl/files/file_63/BOS_raport_WEB.pdf



Inicjatywa **Carrefour Polska Gospodarowanie odpadami BIO** polega na przekazywaniu odpadów organicznych do lokalnych kompostowni, gdzie pozyskiwany jest kompost używany do rekultywacji terenów zdegradowanych i do celów rolniczych. W projekcie bierze udział kilkadziesiąt sklepów sieci. Głównym celem jest odzysk 100% odpadów z hiper- i supermarketów do 2025 roku.



We wszystkich spółkach Grupy Kingfisher, w tym w **Castorama Polska**, obowiązuje wspólna **standardowa polityka dotycząca drewna i papieru**, w ramach której drewno pozyskuje się ze źródeł zarządzanych w sposób odpowiedzialny. Polityka ta obowiązuje też firmę do podejmowania określonych działań związanych z zakupami towarów zawierających drewno lub papier.



Credit Suisse organizuje, z udziałem miejskich organizacji, regularne akcje sprzątania terenów zielonych we Wrocławiu w ramach projektu **„Ekologiczni bohaterowie”**. Akcją towarzyszą programy edukacyjne realizowane wśród pracowników i innych osób zaangażowanych. Od 2015 roku zorganizowano ok. 30 akcji, w których uczestniczyło ok. 1,3 tys. wolontariuszy. W 2017 roku do udziału w projekcie po raz pierwszy zaproszono wolontariuszy innych korporacji. Dodatkowo w biurach firmy we Wrocławiu zastąpiono jednorazowe sztućce i naczynia naczyniami ceramicznymi.



Park Hestii zajmuje ponad 2 ha, na których zasiano ponad 550 kg trawy, posadzono prawie 60 tys. sztuk krzewów, bylin, traw i róż oraz ponad 130 wieloletnich drzew liściastych i iglastych. Wczesną wiosną na błoniach parku rozkwita ponad 33 tys. krokusów i 2 tys. żonkili. W parku można podziwiać mural uznanego na świecie artysty Jarosława Flicińskiego oraz przedstawiającą 24 lata rozwoju **ERGO Hestii** rzeźbę **Przestrzenie** Matęja Franka, laureata konkursu Artystyczna Podróż Hestii.



W 2017 roku odbyła się czwarta edycja międzynarodowego konkursu przyrodniczego **Quarry Life Award**, organizowanego na całym świecie przez koncern HeidelbergCement, a w Polsce przez **Górażdże Cement**. Konkurs skier-

rowany jest do środowisk akademickich, szkół i organizacji pozarządowych, a jego cel to popularyzacja i ochrona walorów przyrodniczych terenów kopalni odkrywkowych. W konkursie wzięli udział przedstawiciele dziewięciu polskich uczelni oraz szkół z województw lubuskiego i opolskiego. Tematy finałowych projektów czwartej edycji to m.in.: społeczny monitoring trzmieli, plenery fotograficzne i malarskie w scenerii kopalń oraz badania populacji pająków i owadów.



„Kierunek Bałtyk” to projekt partnerski **Grupy Kapitałowej LOTOS** realizowany od wielu lat na rzecz czynnej ochrony środowiska i edukacji ekologicznej oraz promocji walorów przyrodniczych otoczenia Morza Bałtyckiego. W jego ramach stworzono platformę edukacyjną, która umożliwia oglądanie zagrożonego gatunku ssaków morskich, jakimi są foki. Partnerzy Grupy LOTOS w projekcie to: Fundacja Instytutu Uniwersytetu Gdańskiego (FRUG) oraz Stacja Morska Rozwoju Oceanografii Uniwersytetu Gdańskiego (SMIOUG) w Helu.



Główną korzyścią akcji **„Fotoporządky”**, prowadzonej przy okazji Dnia Sprzątania Świata, jest przyczynianie się pracowników **Polpharmy** do poprawy jakości środowiska w ich otoczeniu poprzez pomoc w usuwaniu nielegalnie wyrzuconych odpadów. Pracownicy przesyłali zdjęcia zaśmieconych miejsc oraz ich lokalizację organizatorom akcji, którzy następnie przekazywali informację odpowiednim służbom w społecznościach lokalnych.



Program „Odpowiedzialność i troska” („RC”) to światowa inicjatywa przemysłu chemicznego zobowiązująca zakłady do współpracy w osiągnięciu ciągłej poprawy w zakresie bezpieczeństwa, zdrowia i ochrony środowiska (tzw. triada HSE) oraz otwartej komunikacji. W programie bierze udział **PKN ORLEN**, poprawiając warunki bezpieczeństwa procesów technologicznych i logistycznych poprzez realizację corocznie deklarowanych zadań. Publikowany jest też „Raport środowiskowy Polskiej Izby Przemysłu Chemicznego”, w którym prezentowane są osiągnięcia firm w zmniejszaniu ich uciążliwości oraz rezultaty realizacji programu „RC”.



Polpharma dzieliła się wiedzą z zakresu ochrony środowiska oraz dobrymi praktykami z firmami z całej Polski podczas cyklu spotkań **„Porozmawiajmy o środowisku”**, prowadzonego od 2014 roku. W 2017 roku spotkanie zorganizowano w ramach Partnerstwa z Centrum UNEP/GRID-Warszawa. Przybliżono na nim temat środowiskowego wymiaru Celów



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

SRODOWISKO

Zrównoważonego Rozwoju (SDG) oraz ekosystemów wodnych i mokradel.



Realizacja projektu **nasadzeń kompensacyjnych drzew i krzewów** angażuje pracowników **PKN ORLEN** do działania oraz integruje ich we wspólnym celu – tworzenia zielonych enklaw na terenach edukacyjnych i wypoczynkowych oraz w pobliżu miejsc pracy. W 2017 roku zasadzano 568 drzew i 158 krzewów.



W 2017 roku, po raz czwarty, wolontariusze **PKN ORLEN** wzięli udział w akcji ekologicznej w ramach **Dnia Ziemi w Roku Rzeki Wisty**. Pracownicy Grupy wraz z lokalną społecznością uporządkowali tereny w gminie Stara Biała w pasie nadwiślańskim oraz w Płocku nad Zalewem Sobótka. Dodatkowo nurkowie z sekcji ratownictwa wodnego Zakładowej Straży Pożarnej PKN ORLEN usunęli z dna zalewu przedmioty szkodliwe dla środowiska i stwarzające ryzyko dla bezpieczeństwa ludzi. Po sprzątaniu odbył się ekopiknik. Zebrano łącznie prawie 7 ton śmieci oraz innych uciążliwych odpadów.



SITECH przystąpił do projektu „**Think Blue. Factory**”, którego celem jest redukcja odpadów, energii, wody i CO₂ o 25% do roku 2018. Firma prowadzi szereg działań mających na celu ochronę środowiska oraz monitoruje na bieżąco wskaźniki zużycia wody, prądu, emisji CO₂ oraz odpadów, a także poziom hałasu. Dodatkowo, wraz z Nadleśnictwem Przemków, firma organizuje konkurs wiedzy ekologicznej „Bystrzak” dla dzieci z okolicznej szkoły.



„**Think Blue. Factory**” to też zobowiązanie **Volkswagen Poznań** do obniżenia pięciu głównych wskaźników środowiskowych o 25% do 2018 roku, w porównaniu ze stanem z 2010 roku. Tymi wskaźnikami są: ilość zużytej wody i energii, ilość wytwarzanych odpadów, wielkość emisji CO₂ oraz lotnych związków organicznych. W związku z tym że założony cel osiągnięto już w 2017 roku, wyznaczono kolejny próg – redukcje wymienionych wskaźników o 50% do 2025 roku (w stosunku do 2010 roku).



RECYKLING

Biuro tłumaczeń KONTEKST wzięło udział w akcji „**Ciuch w Ruch**”, polegającej na zbiórce niepotrzebnych rzeczy (np. ubrań, obuwia), które następnie – zależnie od ich stanu – są poddawane recyklingowi albo przekazywane do użytku odpowiednim fundacjom. Część zysków, zdobytych dzięki ponownemu wykorzystaniu materiałów, firma 3R Recycling

Solutions – twórca inicjatywy – przeznacza na rzecz podopiecznych wybranej fundacji (0,30 zł od 1 kg zebranej odzieży, 0,50 zł od 1 kg obuwia).



Tworząc swoje produkty, **Vive Group** wpisuje się w nurt **TextileUpcycling**. Jest to przetwarzanie wtórne odpadów tekstylnych, w wyniku którego powstają produkty o wyższej wartości niż sam surowiec. Pierwsza odłona firmowego projektu „**ADAPTACJA**” polega na sprzedaży ekotoreb. Zysk z ich sprzedaży wspiera realizację programów środowiskowych WWF Polska. Materiał do produkcji toreb pozyskano z tekstyliów wyselekcjonowanych z surowca dostarczonego przez VIVE Textile Recycling. W akcji „**TRANSPLANTACJA**” przedstawiono damską kolekcję kreacji, w których wykorzystano materiały pochodzące z recyklingu.



W ramach programu **recyklingu kaset z tonerem** firmy **Canon Polska** każdy element zużytej i zwróconej kasety z tonerem jest wykorzystywany ponownie lub poddawany recyklingowi. W efekcie powstaje komponent nowej kasety z tonerem, surowiec używany w innych branżach lub substytut paliw kopalnych. Każdy użytkownik małych drukarek laserowych firmy Canon po skompletowaniu min. 10 sztuk zużytych kaset z tonerem może, przy pomocy narzędzia online, zamówić bezpłatny odbiór przez firmę odpadów nadających się do recyklingu.



Credit Agricole Bank Polska wziął udział w programie „**Ekoaktywni.com**”, wprowadzając **zasady segregacji dokumentów do zniszczenia**. Działania polegały na odpowiednim sortowaniu papierów i plastików przez pracowników banku. Materiały przekazywano organizatorom akcji. Za każdy kilogram czystego papieru bank otrzymywał wirtualne punkty, które można było zamienić na realizację konkretnego działania na rzecz środowiska.



W lutym 2017 roku **Grupa Żywiec**, aby **zwiększyć liczbę zwracanych butelek**, podjęła decyzję o podwyższeniu kaucji za butelki zwrotne z 35 do 50 groszy. Kaucja została podniesiona na wszystkie butelki zwrotne bez związku z marką piwa. W październiku 2017 roku podano, że dzięki temu odzyskano ok. 20 mln więcej tego rodzaju opakowań. Dla środowiska naturalnego to oszczędność 6,5 tys. ton szkła oraz 5,5 tys. ton emisji CO₂.



PGE Polska Grupa Energetyczna dąży do **zagospodarowania ubocznych produktów spalania (UPS) w PGE GIEK**. Ograniczenie uciążliwości środowiskowej jest możliwe poprzez zmniejszenie ilości odpadów deponowanych

na składowiskach. Zgodnie z hierarchią sposobów postępowania z odpadami, w pierwszej kolejności należy zapobiegać powstawaniu odpadów, a w dalszej kolejności dążyć do ich ponownego użycia, recyklingu lub poddaniu innym procesom odzysku. W ostateczności odpady należy poddawać procesom unieszkodliwiania.



W 2017 roku po raz dziewiąty **Jeronimo Martins Polska** przeprowadził akcję „**Ekologiczni z natury**”, polegającą na zbiorce odpadów szklanych w dniach 23–24 września w sklepach sieci Biedronka w 17 miejscowościach. Zebrano łącznie 11,66 tys. kg szkła. Osoby, które przyniosły pięć szklanych opakowań, otrzymywały lnianą torbę na zakupy. Takich toreb wydano w sumie 8175. W trakcie dotychczasowych ośmiu edycji zebrano ponad 155 ton szkła, blisko 1,07 tys. kg aluminium i ponad 1,24 tys. kg baterii. Współorganizatorem akcji była firma Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań S.A.



Jedną z zasad polityki środowiskowej w **PwC** jest 3-R (**Reduce-Reuse-Recycle**). W ramach filozofii Reuse pracownikom zachęca się do przekazywania używanych przedmiotów lub ubrań potrzebującym. Następnie Fundacja Praw Dziecka lub Fundacja Family for Family przekazują zebrane rzeczy rodzinom będącym w trudnej sytuacji materialnej.



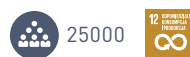
ZERO WASTE

IKEA Retail, aby zidentyfikować przyczyny strat jedzenia przedkonsumenckiego (wyrzuconego zanim trafiło na talerz klienta), wprowadziła narzędzie **Food Waste Watcher**. Program realizowany jest w sklepach w Jankach oraz w Łodzi. W ramach programu każdy wyrzucony przez pracowników IKEA odpad żywnościowy musi być zarejestrowany. Pracownicy kuchni zobowiązani są niezdatną do sprzedaży żywność zważyć oraz określić jej kategorię, a więc przyczynę jej wyrzucenia. Zapisują także typ odpadu. Analiza raportu pozwala na ustalenie najczęstszych przyczyn wyrzucenia żywności, a także na obserwację trendów w nadprodukcji konkretnych produktów.



„**Nieidealnie idealne**” to podejście do walki z marnowaniem żywności, w ramach którego **Tesco Polska** dopuszcza do sprzedaży produkty, które wcześniej nie spełniały wymagań ze względu na kształt czy wielkość. Podstawą programu jest zaoferowanie klientom produktów dobrej

jakości, które nie zawsze wyglądają idealnie, w konkurencyjnych cenach. Głównym celem działań jest także edukacja klientów.



Firma **Little Greenfinity** zorganizowała pierwszą edycję największego w Polsce wydarzenia edukacyjnego związanego z ruchem zero waste – **Targi Zero Waste**. Targi zostały zorganizowane 25 listopada we współpracy z Fundacją alter eko. Wydarzenie miało na celu popularyzację idei zero waste i promowanie praktyk gospodarki obiegu zamkniętego dla firm w Polsce oraz zachęcenie do tej idei jak największej liczby osób. Na wydarzeniu pojawiło się 1,2 tys. osób. Wystawcy prezentowali swoje produkty i usługi na 37 stoiskach wystawienniczych.



ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT

Ekoflota to szereg inicjatyw **Banku BGŻ BNP Paribas** związanych z minimalizowaniem negatywnego wpływu na środowisko samochodów służbowych.

Do firmowej floty wprowadzono samochody hybrydowe.auta trafiły głównie do miast, w których zjawisko smogu występuje najczęściej. Podejmowana jest inicjatywa związana z reedukacją liczby samochodów w ramach opcji car-sharing. Przeprowadzono także kampanię edukacyjną na temat samochodów hybrydowych i umożliwiono pracownikom testowanie tych samochodów przez 2 miesiące.



W ramach „**LyrECO flotowych aktywności**” firma **Lyreco Polska** wdraża zasady ekofloty. W 2017 roku szkolenia dla nowych pracowników uzupełniono o ergonomię i bezpieczną jazdę. Do floty wprowadzono również pierwszy w 100% elektryczny samochód Renault ZOE.



Podczas **światowego Dnia Bez Samochodu w 2017 roku** **Coca-Cola HBC Polska** zachęcała kierowców do rezygnacji z użytkowania samochodów przez dobę. Pracownicy mogli uczestniczyć w konkursie polegającym na wykonaniu zdjęcia lub filmu podczas jazdy do i z pracy alternatywnym środkiem transportu. W ramach obchodów Dnia Bez Samochodu zorganizowano zajęcia fitness walking oraz przegląd rowerów pracowników po zakończonym sezonie. Ekipa serwisu rowerowego przygotowała również warsztaty dotyczące serwisowania roweru.



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

ŚRODOWISKO

W ramach działań pod hasłem „**Carpooling, czyli wspólne przejazdy. Dobra droga w dobrym towarzystwie to udany początek dnia!**” firma **Wawel** uruchomiła platformę, za pomocą której pracownicy mogą organizować wspólne podróże do i z miejsca pracy. 49 pracowników zainteresowanych korzystaniem z platformy wzięło udział w szkoleniu z jej obsługi. Wprowadzono także formę motywacji do carpoolingu, gwarantując najlepsze miejsce parkingowe kierowcy przewożącemu największą liczbę pasażerów w miesiącu. Od 21 sierpnia 2017 roku do 10 stycznia 2018 roku zanotowano w nim ponad 1 tys. przejazdów. Z jednego przejazdu korzystali średnio 4 osoby.



Pracownicy **Cognifide Polska** wzięli udział w wyzwaniu „**Bike Good @Cognifide**”, wspólnie pokonując okrężenia wokół Toru Poznań. Akcja polegała na przejechaniu jak największej liczby kilometrów w ciągu 60 min. Za każdy kilometr Cognifide przekazywało określoną kwotę na wybrany wcześniej cel charytatywny. W wyzwaniu wzięło udział 21 pracowników, którzy przejechali łącznie 510 km. Firma przekazała 3550 zł na działania charytatywne.



Od 2015 roku pracownicy **Credit Agricole Bank Polska** uczestniczą w **Europejskim Wyzwaniu Rowerowym**. Rowerowa rywalizacja miast z całej Europy odbywa się w ciągu jednego miesiąca w roku. Kilometry, przejechane przez mieszkańców w granicach administracyjnych miast, są mierzone za pomocą aplikacji i zapisywane na konto danego miasta. W 2017 roku reprezentacja Credit Agricole Bank Polska przejechała w sumie 4305,6 km, co pozwoliło jej zająć 13 miejsce wśród wrocławskich firm.



W ramach akcji „**Rowerowy zawrót głowy**” pracownicy **Farm Frites Poland** za każdy przyjazd rowerem do pracy otrzymywały pieczętkę na „karcie rowerzysty”. Podpisane karty z 10 pieczętkami brały udział w losowaniu nagrody głównej – roweru. W akcji wzięło udział 10% pracowników, którzy łącznie w ciągu trzech miesięcy przejechali na rowerze do pracy 660 razy.



ERGO Hestia oferuje **car-sharing jako pojazd zastępczy**. Poszkodowanym, którym przysługuje w ramach likwidacji szkody pojazd zastępczy, oferowana jest alternatywa w postaci kwot na korzystanie z hybrydowych pojazdów współdzielonych oferowanych przez firmę PANEK CarSharing.



Grupa **Eurocash** wzbogaciła swoją **flotę aut hybrydowych** o 400 Toyot Yaris. Auta dodatkowo wyposażono w sys-

tem bezpieczeństwa Toyota Safety Sense, obejmujący m.in. układ wczesnego reagowania w razie ryzyka zderzenia PCS, automatyczne wycieraczki czy sygnalizację niezamierzonego opuszczenia pasa ruchu.



ING Bank Śląski zakupił cztery **samochody elektryczne**, które funkcjonują jako samochody dyżurne dla pracowników w Katowicach i Łodzi. Uruchomiono również dwie **stacje ładowania**, które ładują samochód w 5,5 godziny.



Samochody koordynatorów ruchu lotniczego naziemnego pracują ok. 20 godzin na dobę. Silniki, zgodnie z przepisami, muszą być cały czas uruchomione. **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** postanowił zmniejszyć oddziaływanie firmy na środowisko poprzez zminimalizowanie zużycia paliwa, emisji gazów cieplarnianych oraz emisji hałasu. Zakupiono sześć **nowych hybrydowych samochodów**.



Projekt „**Parking niesie dobro**” dotyczy 657 miejsc parkingowych w dwóch lokalizacjach **Orange Polska** w Warszawie. Pracownicy korzystają z parkingów w miejscu pracy, jednak liczba miejsc, jakimi dysponuje firma, jest niewystarczająca. Podjęto decyzję o losowaniu miejsc w dwóch lokalizacjach. Korzystanie z miejsca parkingowego wymaga wniesienia niewielkiej kwartalnej opłaty. Wpłaty są przeznaczone na cele społeczne, realizowane przez Fundację Orange. Pracownik może wybrać jeden z trzech konkretnie opisanych celów, na który zostaną przeznaczone środki. Cele określone są przed każdym kwartałem i zmieniają się w czasie, w zależności od działań Fundacji.



Carrefour Polska, mając na celu zredukowanie emisji CO₂ do atmosfery, stosuje rozwiązania z zakresu **zrównoważonego transportu**. Są to m.in. transport management system (wielomodułowe narzędzie optymalizujące cały transport sieci Carrefour) czy backhauling (zmniejszenie liczby pustych przejazdów ciężarówek ze sklepu do magazynu), który stanowi 20–30% aktywności transportowej, co oznacza 25–35% mniej pustych przejazdów. Dodatkowo, maksymalizując wysokość nośników, firma zdołała zoptymalizować wypełnienie naczep i zmniejszyć liczbę przejeżdżanych kilometrów.



ERGO Hestia monitoruje ślad węglowy i wdraża projekty, które wpływają na obniżenie jego poziomu w ramach praktyki „**Ekotransport**”. 37% floty firmowej stanowią samochody hybrydowe Toyota Auris Hybrid, co pozwoliło zredukować 107 t dwutlenku węgla. Firma propaguje program „**Carpooling**” (jeżdżenie razem), który pozwala nie tylko

zaoszczędzić miejsca parkingowe (135 miejsc), ale również zredukować zanieczyszczenie powietrza. Uczestnikom programu zapewniono 45 miejsc parkingowych w zamian za deklarację wspólnych dojazdów do pracy. Z kolei 300 pracowników dojeżdżający do pracy rowerem ma zapewniony darmowy obiad.



2016



2735



Podstawnym celem kampanii „**Kręć kilometry**” jest wykręcenie przez mieszkańców poszczególnych miast jak największej liczby kilometrów. Co istotne, efekt mierzony jest w aplikacjach mobilnych na podstawie śladów GPS, a nie tylko deklaracji uczestników. W 62 polskich miastach, zwycięzcach kampanii, Fundacja **Allegro** All For Planet postawiła w 198 lokalizacjach 1306 stojaków, co daje 2612 bezpiecznych miejsc parkingowych dla rowerów. Kilka tysięcy rowerzystów wyposażono w profesjonalne apteczki rowerowe.



2012



1444



W ramach praktyki „**Dni rowerowe**” wolontariusze **Hewlett Packard Enterprise** (HPE) 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 2017 roku pracownicy HPE wzięli udział w European Cycling Challenge.



2014



1000



Dzięki inicjatywie „**Bike2work**” (opisanej we wcześniejszym raporcie) pracownicy **KPMG** coraz chętniej korzystają z dostępnych w obrębie biura miejsc parkingowych dla rowerów. Kontynuacją działań było **KPMG Bike challenge**, cztero-miesięczna rywalizacja rowerowa między pracownikami.



2016



1600



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. Promowane jest bezpieczeństwo i wzajemny szacunek na drodze. W tym celu przygotowany został skrócony Kodeks Drogowy dla rowerzystów oraz cyklicznie jest organizowana debata „Pieszcy, kierowca, rowerzysta – wspólna przestrzeń”. W 2017 roku odbyło się szkolenie „Bezpieczny rowerzysta” przeprowadzone przez Komendę Powiatową Policji. Miało ono na celu omówienie zasad ruchu drogowego, ze szczególnym uwzględnieniem przepisów związanych z ruchem rowerowym. W szkoleniu uczestniczyły 94 osoby.



2014



7500



Celem praktyki „**Wszyscy na rowery**”, realizowanej w **Polpharmie** od 2011 roku, jest motywowanie pracowników do regularnych dojazdów rowerem do pracy poprzez: sytuowanie parkingów rowerowych bezpośrednio przy stanowiskach pracy, obchody Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu, wydawanie skróconego Kodeksu drogowego, nagradzanie przyjazdów na rowerze do firmy punktami w systemie MyBenefit, które można wymieniać na nagrody rzeczowe. W 2017 roku w ramach dodatkowej promocji jazdy rowerem w Polpharmie odbył się Bornholmowy Rajd Rowerowy dla pracowników.



2012



7500



Efektom wdrażania polityki środowiskowej w **PwC** jest m.in. **promocja transportu rowerowego**. Firma udostępnia w biurze: prysznic, zaduszony i chroniony parking dla rowerów, skrzynkę z narzędziami do drobnych napraw oraz specjalne pojemniki na przechowywanie sprzętu i ubrań. W firmie obchodzony jest Międzynarodowy Dzień bez Samochodu, podczas którego można skorzystać z darmowego serwisu rowerowego.



2016



5000



Aby zmniejszyć emisję CO₂, **ING Bank Śląski** promuje wśród pracowników wspólne dojazdy do pracy, tzw. **carpooling**. Dlatego powstała baza, w której pracownicy mogą wyrazić chęć podwożenia kogoś do pracy lub potrzebę skorzystania z takiej formy transportu.



2016



8000



Polpharma zachęca pracowników do **wspólnych podróży służbowych** w celu efektywnego wykorzystania zasobów oraz zmniejszenia negatywnego wpływu transportu na środowisko. W systemie delegacji BTM, deklarując wyjazd samochodem firmowym, zaznacza się informację o możliwości zabrania współpasażera jadącego w tym samym kierunku. System pomaga skojarzyć osoby posiadające wolne miejsca w samochodzie z pracownikami zainteresowanymi wspólną podróżą. Szczegółowe ustalenia odbywają się już poza systemem.



2016



7500



Promocja transportu publicznego „Zielone bilety” polega na dopłatach do biletów miesięcznych w postaci punktów w systemie kafeteryjnym. Co miesiąc każdy pracownik **Polpharmy**, który przedstawi kopię imiennego biletu miesięcznego (autobusowy, tramwajowy, kolejowy, trolejbusowy lub na metro), jest nagradzany punktami, które może wymienić na nagrody rzeczowe, bilety do kina lub inne dostępne w systemie benefity.



2014



7500



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

ŚRODOWISKO

DB Schenker organizuje **szkolenia oraz Mistrzostwa Bezpiecznej i Ekonomicznej Jazdy**. Łącznie do tej pory przeszkolono 4832 kierowców. Zwieńczeniem kursów są zawody, podczas których kierowcy sprawdzają swoje umiejętności w ruchu drogowym, rywalizują na placu manewrowym i szkolą się, jak prawidłowo udzielać pierwszej pomocy.



Pierwsze szkolenie w **Lyreco Polska** dotyczące ekofjazdy, dla kierowników Regionalnych Centrów Dystrybucyjnych, odbyło się w ramach praktyki „**LyrECO Jazda**” w 2008 roku we współpracy z KAPE. Zasady ekofjazdy przedstawiane są osobom nowo zatrudnionym. Firma zwyciężyła w 2014 roku w VII edycji konkursu Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów w kategorii „flota najbardziej przyjazna środowisku” i zdobyła nagrodę EkoFlota, a w 2015 roku otrzymała nagrodę EkoFlota 10-lecia przyznaną przez PZWLP.




DB Schenker udostępnia swoim klientom narzędzia, które ułatwiają monitorowanie wpływu, jaki wywierają na środowisko przewożone przez nich przesyłki: **ekolakulator** (pomaga w wyborze korzystniejszego rozwiązania transportowego pod kątem środowiskowym) i **raport emisji w przesyłkach logistycznych**, który przekazuje informacje na temat emitowania podstawowych zanieczyszczeń podczas transportu.





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



UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE



23 praktyki nowe

25 praktyk długoletnich

32 firmy



obszarze uczciwych praktyk operacyjnych opisanych zostało 23 nowych i 25 długoletnich praktyk (w zeszłym roku odpowiednio 28 i 17).

Podobnie jak w zeszłym roku znaczącą część nowych praktyk stanowią te dotyczące szeroko rozumianej edukacji. Mieszczą się w tym obszarze działania bardzo różne. Niektóre dotyczą edukacji w zakresie zrównoważonego rozwoju jako całości w postaci kampanii promujących Cele Zrównoważonego Rozwoju czy raportowanie pozafinansowe. Część dotyczy poszczególnych obszarów działań takich jak gospodarka obiegu zamkniętego czy etyczne finansowanie. Są też praktyki branżowe w budownictwie, farmacji czy branży reklamowej. Te działania na pewno sprzyjają budowaniu świadomości pracowników, klientów i innych interesariuszy. Są podstawą do rozwoju działalności w zakresie zrównoważonego rozwoju.





Ważne jest jednak, że firmy przekuwają działania edukacyjne w praktyczne kształtowanie relacji ze swoimi dostawcami. Niemalże połowa praktyk z obszaru uczciwych praktyk operacyjnych dotyczy relacji z dostawcami i podwykonawcami. Firmy zwracają uwagę nie tylko na swoje działania, ale chcą by cały ich łańcuch dostaw stał się bardziej zrównoważony. Konferencje promujące społeczną i środowiskową odpowiedzialność dostawców, kodeksy postępowania i wytyczne dla firm współpracujących czy wreszcie audyty przeprowadzane we współpracy z zewnętrznymi podmiotami świadczą o rosnącym trendzie współpracy z dostawcami w zakresie zrównoważonego rozwoju. Firmy w swoich działaniach prezentują całe spektrum rozwiązań i warto się im przyjrzeć aby wdrożyć któreś z nich w swojej praktyce biznesowej. Monitorowanie łańcucha dostaw, zwracanie uwagi na oddziaływanie firmy i jej produktów w całym cyklu życia jest przyszłością odpowiedzialnego biznesu. Pozwala

śledzić sytuację na rynku, przewidywać trendy, zarządzać ryzykiem ale też szansą, bo pozwala dostrzec zmiany jakie można wykorzystać dla korzyści biznesowej.

Praktyki powinny odzwierciedlać aktualną sytuację na rynku. Dlatego bardzo cieszą działania kierowane do pracowników z Ukrainy. Są to osoby szczególnie narażone na wszelkiego rodzaju dyskryminację, głównie ze względu na nieznajomość języka i przepisów obowiązujących w Polsce. Dla wielu firm pracownicy z zagranicy są ważnym partnerem i cenne jest, że zjawisko to zostało dostrzeżone. Można przypuszczać, że ten trend będzie się rozwijał w miarę jak kolejne firmy dostrzegą potencjał związany z dobrym ułożeniem relacji z zagranicznymi pracownikami.

Wśród praktyk znalazło się także miejsce na działania związane ze zwalczaniem wszelkiego rodzaju nadużyć i kradzieży. Szczególnie warte uwagi jest, że w tym zakresie dzięki szeroko zakrojonej współpracy pomiędzy firmami i instytucjami publicznymi udało się osiągnąć bardzo pozytywne rezultaty. Formuła organizacji takich działań na nowe obszary lub branże. Uczciwe praktyki operacyjne są jednym z najważniejszych obszarów wpływających na prowadzenie biznesu jako całości. Szeroko zakrojone działania w tym zakresie będą dawały przewagę konkurencyjną firmom, które zdecydują się zaangażować w tym obszarze.

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2017 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 180

EDUKACJA RYNKU

Coca-Cola HBC Polska we współpracy z UNEP/Grid-Warszawa zorganizowała cykl warsztatów „**Circular economy – zamykamy obieg**” dla organizacji i stowarzyszeń biznesowych, NGO oraz organizacji konsumenckich. Warsztaty objęły takie zagadnienia, jak: główne założenia nowej polityki UE, ekoprojektowanie, ograniczanie powstawania odpadów, naprawa i ponowne użycie oraz rozszerzona odpowiedzialność producenta. Omawiano doświadczenia firm (Coca-Cola HBC Polska, Samsung, BASF, Philips, Kompania Piwowarska), czekające je wyzwania i możliwe metody ich pokonywania. Wypracowywane były też wnioski w postaci koniecznych działań legislacyjnych i biznesowych.

 1812  

Firma **CSR Consulting** zorganizowała **kampanię 17/17** promującą Cele Zrównoważonego Rozwoju, w której każdemu z 17 celów poświęcony był jeden tydzień. Siedemnastego maja 2017 roku zorganizowano konferencję inauguracyjną „SDGs w praktyce. Inspiracje dla biznesu”, odbyły się wydarzenia tematyczne i warsztaty, powstała strona www.sdgs.pl. Kampania realizowana była we współpracy z Ministerstwem Rozwoju, Centrum UNEP/GRID-Warszawa, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Global Compact Network Poland, Danone, Grupą Polpharma, Zakładami Tłuszczowymi Kruszwica, Fundacją Medicovert, Organizacją Odzysku Opakowań Rekopol i Stena Recycling.

 5  

CSRinfo stworzyło **polski rejestr raportów niefinansowych** – największą bazę raportów niefinansowych opublikowanych na polskim rynku. Rejestr zawiera raporty społeczne, niefinansowe, zintegrowane, CSR, odpowiedzialnego biznesu. Umożliwia dostęp do raportów analitykom, konsultantom i środowisku naukowemu. W bazie znajduje się 358 raportów opublikowanych w latach 2005–2017. Rejestr raportów wspiera Bank Zachodni WBK oraz Polska Izba Biegłych Rewidentów.

 5   

Grupa Adamed, odpowiadając na potrzeby środowiska medycznego, stworzyła platformę wymiany doświadczeń i wiedzy dla lekarzy podstawowej opieki zdrowotnej – **iPOZytwni**. Platforma daje możliwość uczestniczenia w Interdyscyplinarnych dialogach z dowolnego miejsca na świecie przez internet i smartfon. Konferencja inauguracyjna

odbyła się 30 listopada 2017 roku w Warszawie. W inauguracyjnej transmisji wzięło udział 780 uczestników.

 2000 

Mostostal Warszawa jest członkiem założycielem **Porozumienia dla Bezpieczeństwa w Budownictwie**, którego celem jest eliminacja wypadków śmiertelnych na budowach. Porozumienie zostało zawiązane w 2010 roku i skupia największych generalnych wykonawców w Polsce: Budimex, Erbud, Hochtief Polska, Karmar, Mota-Engil Central Europe, Polimex-Mostostal, PORR, Skanska, Strabag, Unibep, Warbud. Jedną z jego inicjatyw jest Ogólnopolski Tydzień Bezpieczeństwa – w wydarzeniach edukacyjnych, które odbywają się w 358 jednostkach i budowach, bierze udział rocznie blisko 40 000 pracowników.

 550   

Agencja pracy **OTTO Work Force Polska** i „Gazeta Wyborcza” wydały **publikację „Imigranci wsparciem dla rynku pracy i rozwoju przedsiębiorstw”**, pod redakcją naukową prof. Teresy Kupczyk. Autorzy przedstawiają perspektywy rozwoju rynku pracy w Polsce i rosnące znaczenie migrantów dla utrzymania wzrostu gospodarczego. Książka była dystrybuowana nieodpłatnie do urzędów pracy, instytucji państwowych, bibliotek, konsulatów itp. Jest dostępna na stronie www.ottoworkforce.pl, skąd pobrano ją ponad 5700 razy.

 158  

Europejski Program Edukacyjny (EPE) jest realizowany od 2002 roku. To autorski program **Polpharmy**, którego celem jest dostarczanie lekarzom i farmaceutom wiedzy na temat najnowszych osiągnięć medycyny i farmacji. W ramach EPE organizowane są warsztaty i konferencje z każdej dziedziny medycyny, innowacyjne pod względem formy (transmisje na żywo z operacji okulistycznej). Tematyka dopasowywana jest do potrzeb lekarzy (lekarzy POZ, okulistów, dermatologów, ginekologów i pulmonologów) a jako wykładowcy zapraszani są eksperci, którzy współtworzą program od strony merytorycznej. Każdorazowo w spotkaniach bierze udział od 400 do 800 lekarzy (w sumie od początku ponad 9500). W ramach programu działa też Akademia Farmacji Praktycznej dla farmaceutów.

 7500 

HR Executive Club to program **PwC** adresowany do osób zawodowo zajmujących się rozwojem kapitału ludzkiego oraz zarządzaniem zmianą w swoich firmach. Podczas spotkań omawiane są wyzwania, doświadczenia i dobre praktyki w obszarze HR, w szczególności dotyczące szukania pracowników o odpowiednich kompetencjach i łączenia różnych pokoleń w firmie.

 5000 

Skanska w Polsce wdraża w praktyce ideę **budowania dostępnego**. We współpracy z Fundacją Integracja opracowała Włącznik – projektowanie bez barier – kompendium wiedzy dla projektantów, poświęcone dostępności i dostosowywaniu budynków do wymagań osób potrzebujących. Kolejne obiekty firmy otrzymują certyfikat „Obiekt bez barier”, przyznawany przez Fundację Integracja.



W ramach projektu „**Dialog branżowy reklamodawca – agencja**”, którego pomysłodawcą jest **Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR**, odbyły się spotkania edukacyjne i strategiczne z udziałem praktyków oraz ekspertów. Dotyczyły one takich zagadnień, jak: wprowadzanie partnerskich zasad współpracy z dostawcami, ochrona przed wydłużaniem terminów płatności i wymuszaniem kredytowania płatności przez dostawców, ochrona praw autorskich i wartości intelektualnej, przeciwdziałanie stosowaniu dumpingu. Wypracowano białą księgę branży komunikacji marketingowej, którą 24 listopada 2017 roku podpisało osiem organizacji. Projekt zaangażował 220 osób ze strony reklamodawcy i agencji.



ANG Spółdzielnia w ramach projektu „**Nienieodpowiedzialni**” promuje odpowiedzialną sprzedaż, etykę i zrównoważony rozwój branży finansowej poprzez portal www.nienieodpowiedzialni.pl, gazetę i cyklicznie organizowaną konferencję, która w 2017 roku odbyła się po raz piąty.



„**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 roku. Piąta edycja raportu, opublikowana na początku 2017 roku, została poszerzona o trendy w branży farmaceutycznej. Partnerem strategicznym V wydania była Grupa Adamed.



„**Risk Focus**” to magazyn specjalistyczny o ryzyku, ukazujący się od 10 lat. Jego celem jest edukacja rynku poprzez przekazywanie wiedzy dotyczącej ryzyka w ubezpieczeniach przemysłowych i korporacyjnych. Redakcję magazynu tworzą eksperci **ERGO Hestii**. W artykułach, oprócz wiedzy teoretycznej, nie brakuje obrazowych przykładów szkód, których skutków doświadczyli polscy przedsiębiorcy, danych statystycznych i nowinek ze świata.



Istotą **konferencji „Nienieodpowiedzialni”**, organizowanej przez **ANG Spółdzielnia** od 2013 roku, jest zwrócenie uwagi na wyzwania branży finansowej związane z jej zrównoważonym rozwojem i na potrzebę debaty o jej służebnej roli i odpowiedzialności w sprzedaży usług finansowych. Motywem przewodnim wydarzenia zorganizowanego w 2017 roku był człowiek jako najważniejszy interesariusz branży finansowej. Wzięło w nim udział ponad 300 osób.



Tydzień Odpowiedzialnego Biznesu (TOB) to cykl bezpłatnych wydarzeń dotyczących odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju organizowany w ostatnim tygodniu października. Jego inicjatorem jest **CSRinfo**. Inicjatywa powstała, by inspirować przedsiębiorców do wdrażania praktyk odpowiedzialnego biznesu poprzez spotkania, prezentacje oraz panele ekspertów. W 2017 roku w ciągu pięciu dni w Warszawie, Poznaniu, Katowicach, Wrocławiu i Gdańsku odbyło się pięć wydarzeń, podczas których wystąpiło 27 prelegentów. Na wydarzenia zarejestrowało się prawie 400 uczestników. Partnerami TOB 2017 byli Bank Zachodni WBK, LPP, ArcelorMittal Poland, Grupa Kęty.



Organizowany od 2013 roku **Kongres Różnorodności** to konferencja zrzeszająca grono specjalistów i praktyków (w tym przedstawicieli biznesu, NGO, świata nauki i mediów) wokół zagadnienia zarządzania różnorodnością. Czwarty Kongres, który odbył się w 2017 roku pod hasłem „O tolerancji”, zgromadził ponad 300-osobową publiczność. Po raz pierwszy tematyka wydarzenia wykraczała poza świat biznesu, poruszając zagadnienia z zakresu urbanistyki, a także języka mediów i internetu w kontekście wspierania postaw otwartości na różnorodność. Zaprezentowano również wyniki badania pt. „Obecność tolerancji dla różnorodności w społeczeństwie polskim 2017 roku”. Organizatorami wydarzenia są **Henkel Polska** oraz platforma BE.NAVIGATOR.



Projekt realizowany wspólnie przez **PwC**, Urząd Miasta Wrocławia, RCWIP oraz Stowarzyszenie TRATWA polega na organizacji **debat międzysektorowych**. Istotną częścią spotkań jest prezentacja zgłoszonych wcześniej projektów, do których uczestnicy poszukują partnerów z innych sektorów.



Bank Millennium corocznie przygotowuje raport „**Indeks Millennium – potencjał innowacyjności regionów**”. Zawiera on m.in. ranking polskich województw wg ich potencjału innowacyjności, uwzględniający warunki sprzyjające i hamujące rozwój innowacyjności, a także komentarze eksper-



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

to. To źródło wiedzy na temat wyrównywania szans regionów w Polsce oraz głos w publicznej debacie na temat czynników, od których zależy rozwój regionów i które zmniejszają nierówności między regionami.



Na **Program Rozwoju Eksportu Banku Zachodniego WBK** składają się m.in. konferencje, seminaria, śniadania biznesowe oraz wirtualne i stacjonarne misje handlowe, podczas których partnerzy dzielą się z przedsiębiorcami wiedzą i doświadczeniem, prezentując praktyczne narzędzia oraz rozwiązania z zakresu finansowania handlu zagranicznego, ubezpieczeń, analizy potencjalnych rynków ekspansji, weryfikacji partnerów biznesowych czy możliwości wykorzystania dotacji. Projekt ma przekonać przedstawicieli polskiego biznesu do zagranicznej ekspansji oraz zapewnić wsparcie merytoryczne w tym zakresie. Podczas wirtualnych misji kontakty biznesowe z zagranicznymi partnerami nawiązało 150 firm a 535 uczestniczyło w warsztatach tematycznych. Łącznie w dyskusję o eksporcie bank zaangażował 3165 przedsiębiorców.



Celem **Koalicji „rECONomy”** jest upowszechnianie idei gospodarki o obiegu zamkniętym oraz stworzenie platformy współpracy umożliwiającej realizowanie założeń organizacji, wymianę doświadczeń, wiedzy i inspiracji. Koalicja, do której współzatożycieli należy **Stena Recycling**, zrzesza przedsiębiorstwa, instytucje publiczne oraz organizacje pozarządowe, które angażują się w promocję koncepcji zrównoważonej konsumpcji i produkcji. Działania obejmują organizowanie dorocznej międzynarodowej konferencji na temat modeli biznesowych gospodarki obiegu zamkniętego oraz spotkań, na których wypracowywane są mechanizmy wprowadzania tego systemu w Polsce.



Aby pomóc klientom wrażliwym w sposób kompleksowy, **TAURON Polska Energia** zdecydował się na współpracę z ośrodkami pomocy społecznej. Akcja edukacyjna **„Klient na horyzoncie”** opiera się na warsztatach skierowanych do pracowników domów społecznych i asystentów rodzin. Otrzymują oni wiedzę z obszaru działania rynku energii, która ma im pomóc efektywniej realizować zadania zawodowe. Program opracowano z Miejskim Ośrodkiem Pomocy Społecznej w Katowicach.



PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

Sygnatariusze **memorandum przeciwdziałania kradzieży i dewastacji infrastruktury**, do których należy **TAURON Polska Energia**, wymieniają doświadczenia, współpracując z policją na szczeblu lokalnym oraz krajowym i tworząc ogólnokrajową platformę, na której zgłaszane są kradzieże i dewastacje infrastruktury. Rezultatem tych działań jest

spadek liczby kradzieży i dewastacji infrastruktury. Memorandum przestrzegają: Orange Polska, PKP, TAURON Dystrybucja, PGE Dystrybucja, Energa Operator, PSE, PTPIREE. Inicjatywa wspierana jest przez MSWiA, Komendę Główną Policji, Urząd Regulacji Energetyki.



Dziewiątego grudnia 2003 roku Organizacja Narodów Zjednoczonych ustanowiła **Międzynarodowym Dniem Przeciwdziałania Korupcji**. Celem corocznych obchodów tego dnia w **T-Mobile Polska** jest podkreślanie istoty zwalczania i zapobiegania korupcji oraz zwiększanie świadomości na ten temat.



RELACJE Z DOSTAWCAMI

Aby realizować odpowiedzialną politykę zakupową, w **Banku BGZ BNP Paribas** opracowano **„Deklarację CSR dla dostawców”** – dokument opisujący zasady współpracy z dostawcami. Bank zobowiązuje się do odpowiedzialnego wyboru dostawcy, równego traktowania dostawców w kwestiach finansowych i promowania dostawców wspierających inicjatywy CSR. Dostawcy potwierdzają przestrzeganie zasad etycznych i warunków pracy, niestosowanie praktyk dyskryminacyjnych i wdrażanie działań związanych z ochroną środowiska. W 2017 roku „Deklarację CSR” podpisało 98% nowych dostawców.



Bank Zachodni WBK wraz z CSRIinfo wydał **przewodnik dla dostawców** pt. *Rozwijaj biznes odpowiedzialnie*. Wyjaśnia w nim, dlaczego w kontaktach z dostawcami coraz więcej firm wprowadza kryteria społeczne, etyczne czy środowiskowe, i podaje przykłady nowych wymagań. Publikacja pokazuje, jak przygotować się do spełnienia tych kryteriów, i na co zwracać szczególną uwagę, by stać się pożądanym dostawcą. Podane są przykłady dotyczące ładu organizacyjnego, kwestii społecznych i środowiskowych zarówno w dużych, jak i w średnich oraz małych przedsiębiorstwach. Zasady zrównoważonego zarządzania łańcuchem dostaw zostały pokazane na przykładzie Banku Zachodniego WBK. Publikacja była dystrybuowana podczas Tygodnia Odpowiedzialnego Biznesu i na innych wydarzeniach tematycznych.



Firma **CCC** podjęła dialog z dostawcami, aby ujednolicić standardy działania i odpowiedzialności w łańcuchu dostaw wszystkich dostawców. Efektem dialogu było wypracowanie **Kodeksu postępowania dla dostawców**. Obejmuje on kluczowe kwestie odpowiedzialności w łańcuchu dostaw, takie jak: warunki zatrudnienia i wynagrodzenia, praca dzieci, praca przymusowa, dyskryminacja, wolność zrzeszania się, molestowanie i mobbing, korupcja i łapownictwo, konflikt interesów, własność intelektualna, ochrona informacji i bezpieczeństwo pro-

duktów. Kodeks ma na celu ujednoczenie standardów działań dostawców i sposobu ich oceny.



Firma **CEMEX** zorganizowała konkurs na najlepszego pod względem BHP podwykonawcę. Konkursowi przyświecały dwa zamierzenia: **promocja BHP wśród podwykonawców** i osiągnięcie celu – zero wypadków przy pracy. Podstawowym kryterium konkursu było przestrzeganie przepisów i zasad BHP oraz wykazywanie inicjatyw zmierzających do poprawy stanu bezpieczeństwa i lepszej ochrony zdrowia. Konkurs pozwolił też na promocję dobrych praktyk w obszarze bezpieczeństwa i higieny pracy. Wzięto w nim udział 15 firm.



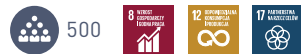
Kodeks standardów etycznych dla partnerów biznesowych to zbiór zasad oraz standardów etycznych wprowadzonych w **Credit Agricole Bank Polska**. Jest on adresowany także do podmiotów dostarczających do banku towary lub usługi. Celem Kodeksu jest zapewnienie, aby współpraca banku z partnerami biznesowymi opierała się na zasadzie partnerstwa i wzajemnym zaufaniu, ale przede wszystkim na wspólnym systemie wartości moralnych, wspólnych standardach etycznych oraz uczciwym postępowaniu we wzajemnych relacjach.



ING Bank Śląski zorganizował 30 listopada 2017 roku konferencję „W poszukiwaniu wspólnego mianownika – zarządzanie dostawcami w ING Banku Śląskim”, która była ukoronowaniem jego działań związanych z rozwijaniem partnerstwa i odpowiedzialnego biznesu w obszarze zarządzania dostawcami. Wybrani wieloletni dostawcy ING otrzymali nagrodę „Dostawca godny polecenia 2017”. Współpraca z dostawcami w modelu partnerstwa przynosi korzyści dla obu stron, w postaci m.in. informacji zwrotnej, wymiany pomysłów, tworzenia nowych rozwiązań i konstruktywnej dyskusji.



Wspierając odpowiedzialne i zrównoważone praktyki wzdłuż łańcucha dostaw, Henkel Polska – w ramach inicjatywy Together for Sustainability – przeprowadza audyty dostawców w obszarze zarządzania, środowiska, zdrowia i bezpieczeństwa, praw pracowniczych i praw człowieka oraz ładu korporacyjnego. Kryteria oceny są zunifikowane w zgodzie ze standardami UN Global Compact. Dostawcy są zobowiązani przechodzić proces oceny raz na trzy lata. Uzyskana przez dostawcę pozytywna ocena jest respektowana przez wszystkie firmy zrzeszone w inicjatywie. W Polsce proces oceny ukończyło 26 dostawców.



Od 2017 roku firma odzieżowa **LPP**, we współpracy z firmą audytorską SGS, przeprowadza **audyty fabryk podwykonawców** we wszystkich bengalskich fabrykach, z którymi współpracuje. Firma sprawdza, czy podwykonawcy spełniają standardy wyznaczone przez Kodeks postępowania wprowadzony w 2015 roku, obejmujący kluczowe zapisy konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy i zapisy Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, a także rekomendacje międzynarodowych organizacji społecznych monitorujących warunki pracy w przemyśle odzieżowym. Wyniki audytów służą usprawnianiu procesów, których celem jest spełnienie przez dostawców standardów określonych przez firmę.



Od 2017 roku **Lyreco Polska** prowadzi **audyty CSR dla wszystkich producentów marki Lyreco**, realizowane na bazie międzynarodowych standardów odpowiedzialności społecznej wg Sedex 4 przez zewnętrzne firmy audytorskie (SGS, Veritas, Irtetek) oraz wewnętrzny Departament Jakości, Bezpieczeństwa i Zrównoważonego Rozwoju. Jeżeli audyt przebiegnie pomyślnie, fabryka zostaje zatwierdzona jako dostawca, natomiast w przypadku wykroczeń są dwie drogi postępowania. Jeśli fabryka podejmuje próby poprawy sytuacji, Lyreco wspiera jej działania naprawcze, ale gdy wykroczenia fabryki są poważne i nie ma działań naprawczych – współpraca z fabryką zostaje zakończona.



W 2016 roku w **SumiRiko Poland** wprowadzono **wytyczne CSR dla dostawców**. Na ich bazie przygotowano ankietę dla dostawców, na podstawie której oceniane są ich mocne i słabe strony w obszarze społecznej odpowiedzialności. W przypadku gdy dostawca nie spełnienia oczekiwań zawartych w wytycznych, prowadzone są działania mające na celu wzmocnienie jego słabych stron. Ankieta pozwala na weryfikację poziomu zaangażowania w CSR, zwiększa świadomość w tym obszarze i określa kierunki rozwoju organizacji.



Tesco Polska wprowadziło ulepszoną, interaktywną wersję platformy komunikacyjnej z dostawcami i dla dostawców **Supplier Network**. Strona pozwala dostawcom dzielić się doświadczeniami i wyzwaniem, jakie niesie za sobą zrównoważona produkcja oraz dostarczanie przystępnych cenowo artykułów wysokiej jakości. Z możliwości portalu regularnie korzysta ponad 1000 osób.



ANWIL wdrożył **Kodeks postępowania dla dostawców**, który stanowi vademecum współpracy na linii spółka-kontrahenci. Wprowadzenie dokumentu i zobowiązanie partnerów do



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

przestrzegania wytyczonych w nim standardów społecznych, środowiskowych i etycznych oraz taktu korporacyjnego daje firmie pewność, że dostawcy przestrzegają obowiązujących zasad, a oferenci mają pełną świadomość, jakie są wobec nich oczekiwania.



Formą wyboru dostawcy do współpracy z **Lyreco Polska** jest przetarg. Każdy dostawca, który chce złożyć ofertę, musi zobowiązać się do przestrzegania podstawowych zasad **Kodeksu etycznego dostawców Lyreco** i podpisać oficjalną deklarację.



Kodeks dostawcy w prosty i jasny sposób prezentuje standardy, jakich **Skanska w Polsce** oczekuje od swoich podwykonawców i dostawców. Kodeks odnosi się do dostawców, podwykonawców, dostawców usług, doradców, pośredników i agentów. Zawiera on fragmenty Kodeksu postępowania Skanska.



Odpowiedzialna polityka zakupowa prowadzona przez **Credit Agricole Bank Polska** polega na uwzględnieniu CSR jako stałego kryterium oceny w procesie wyboru dostawców. Na etapie składania ofert odpowiadają oni na pytania z obszarów: „organizacja”, „miejsce pracy”, „rynek i klienci”, „społeczeństwo”, „środowisko”.



Wdrożenie Kodeksu postępowania dla partnerów biznesowych jest kolejnym krokiem w ramach programu „**Odpowiedzialne zakupy w PGE – dobre praktyki zakupowe**”, stanowiącego standard realizacji procesu zakupowego w PGE. To dopełnienie Kodeksu etyki stosowanego w **PGE Polskiej Grupie Energetycznej**.



Carrefour Polska organizuje cykliczne **szkolenia dla dostawców marki własnej Carrefour**, przyczyniając się do rozwoju przedsiębiorczości na terenach, na których prowadzi działalność. Przedsiębiorstwo dzieli się najnowszymi trendami i know-how z małymi, lokalnymi firmami, które niejednokrotnie mają ograniczony dostęp do szkoleń. W październiku 2017 roku po raz dziewiąty zorganizowano spotkanie z dostawcami, które miało formułę szkoleniowo-dyskusyjną.



Wspieranie przez **Carrefour Polska** lokalnych dostawców, których siedziba mieści się w najbliższym sąsiedztwie sklepu, stymuluje wzrost przedsiębiorczości na danym terenie oraz wspiera rozwój danej społeczności. Dzięki **współpracy**

z lokalnymi dostawcami znacznie zredukowano odległość, jaką towar musi przebyć do sklepu, co korzystnie wpływa na ograniczenie emisji CO₂ do atmosfery. Carrefour dzieli się z lokalnymi dostawcami know-how na temat dbania o jakość produktów, ekologicznych sposobów transportu i ergonomicznych metod produkcji żywności.



PwC systematycznie **włącza przedsiębiorców społecznych do grona dostawców**. Firma promuje także wśród innych firm zakup produktów i usług u przedsiębiorców społecznych.



PwC nawiązało **współpracę z EKON**, przedsiębiorstwem społecznym, które m.in. regularnie odbiera od firmy elektroodpady.



Cel kampanii „**Autodiagnostyk**” to promocja zrównoważonego rozwoju wśród dostawców produktów marki własnej **Carrefour Polska** i umożliwienie im oceny własnych działań w tym obszarze. Tematem kampanii w 2017 roku było „Wyzwanie dla dostawców – odżywianie i dobre samopoczucie!”. Dostawcy zgłaszali projekty koncentrujące się na promocji zdrowego stylu życia i dobrego samopoczucia. Zgłoszenia dotyczyły m.in. oferowanych produktów, sposobu ich przygotowywania, konkursów i programów społecznych na temat zdrowia oraz rozwiązań technologicznych wspierających zdrowy styl życia.



Supplier Helpline to formularz, dzięki któremu dostawcy **Tesco Polska** mogą bezpośrednio zadawać pytania lub zgłaszać swoje wątpliwości bez konieczności poszukiwania odpowiedniej osoby wewnątrz organizacji. Formularz umożliwia także kontakt firmom, które chcą nawiązać współpracę z Tesco, również w kwestiach społecznych.



RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

Ukraińscy pracownicy mają ograniczoną wiedzę o procedurach i przepisach obowiązujących w Polsce. Często nie zdają sobie sprawy, że od wynagrodzenia brutto odliczane są podatki, nie wiedzą też, jaka będzie ostateczna kwota wynagrodzenia. Dlatego agencja pośrednictwa pracy **OTTO Work Force Polska** stworzyła **kalkulator wynagrodzeń dla pracowników z Ukrainy**, który pozwala sprawdzić wysokość wynagrodzenia netto. Kalkulator dostępny jest pod adresami: www.skilkynaruku.com.ua oraz www.ilenareke.com. Na strony z kalkulatorem weszło już ponad 24 000 osób.



Akademia Umiejętności Eurocash to kompleksowy program edukacyjno-szkoleniowy, który wspiera polskie niezależne sklepy detaliczne zrzeszone w sieciach franczyzowych i partnerskich Grupy **Eurocash**. Właściciele i pracownicy sklepów korzystają z platformy e-learningowej, warsztatów i konferencji, zdobywając wiedzę z zakresu pracy i zarządzania sklepem. Od 2010 roku z oferty skorzystało ponad 50 000 osób, z czego w samym 2017 roku ponad 13 000. Planowany jest dalszy rozwój działalności Akademii.



Europ Assistance Polska realizuje standard **Zasady Dobrych Praktyk Assistance**. Polega on na utworzeniu oraz stosowaniu reguł postępowania firmy z klientami, partnerami biznesowymi, podwykonawcami, mediami oraz konkurencją.



ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE





obszarze zagadnienia konsumenckie w tym roku znalazły się 44 praktyki nowe, zgłoszone przez

28 organizacji. Niestety liczba ta jest mniejsza w stosunku do roku poprzedniego, w którym ukazało się 47 nowych praktyk z 29 firm. Nadesłano również 35 praktyk długoletnich realizowanych przez 21 podmiotów.

Nowe praktyki z zakresu zagadnień konsumenckich najczęściej nawiązują do 6 Celów Zrównoważonego Rozwoju: Cel 3: Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt; Cel 4: Zapewnić wszystkim edukację wysokiej jakości oraz promować uczenie się przez całe życie; Cel 8: Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywne zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi; Cel 9: Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność; Cel 11: Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu; Cel 12: Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji. Co ciekawe, w ubiegłym roku były to kolejne Cele: 2, 7, 9 i 10.

Tegorocznym wyraźnym i silnym trendem w zagadnieniach konsumenckich są ułatwienia dla klientów. Firmy dostosowują swoje oferty szczególnie do osób starszych i ubogich. Coraz więcej organizacji zwraca uwagę na uproszczenie niezrozumiałego języka formalnych dokumentów oraz przygotowanie przejrzystych i ujednoliconych szablonów pism urzędniczych. Nowością jest ukłon w stronę lokalnych dialektów i przygotowywanie ofert w regionalnych językach mniejszości etnicznych. Wprowadzane są również funkcjonalne aplikacje.

Na drugim miejscu pod względem liczby zgłaszanych praktyk plasuje się kategoria:

edukacja konsumentów. Prezentowane praktyki wskazują na konieczność edukowania klientów firm zarówno z zakresu procedur, jak i ostrzegania przed nieuczciwymi dostawcami usług oraz promowania postaw prosumenckich i nawyków oszczędnościowych.

Obserwujemy również kontynuację tematów w obszarze: dostępność produktów i usług. Po raz kolejny dużą rolę odgrywają nowoczesne rozwiązania technologiczne i aplikacje. Ta kategoria zdecydowanie opiera się na innowacji. Jest to widoczne od wprowadzanych pętli indukcyjnych dla osób z niepełnosprawnością narządu słuchu, po nowatorskie rozwiązania usprawniające przesyły sieci linii energetycznych. Odpowiedzialna konsumpcja to obszar zagospodarowany przez branżę alkoholową. Praktyki z tego zakresu są realizowane głównie poprzez kampanie edukacyjne i akcje informacyjne.





Zaskakująca jest znikoma liczba praktyk w takich kategoriach, jak: odpowiedzialny marketing czy partycypacja konsumentów. Pozostaje mieć nadzieję, że w kolejnych latach obszary te zostaną docenione. Liczba nadsyłanych praktyki w obszarze zagadnień konsumenckich utrzymuje się na podobnym poziomie w stosunku do poprzednich lat. Niestety, liczba ta wciąż znacząco odbiega od innych obszarów prezentowanych w raporcie.

44 praktyki nowe

35 praktyk długoletnich

40 firm

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2017 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 180

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I USŁUG

Polski konsument coraz większą wagę przywiązuje do żywności bez konserwantów, właściwości zdrowotnych produktów oraz ich pochodzenia. **Carrefour Polska**, chcąc wspierać swoich klientów w dokonywaniu odpowiednich wyborów żywieniowych, wprowadził we wszystkich swoich oddziałach „Zdrowe półki Carrefour”. Strefy te są specjalnie oznaczone, co pozwala klientom szybko i sprawnie znaleźć produkt, którego poszukują. Na „Zdrowej półce” można znaleźć m.in. szeroki wachlarz produktów ekologicznych. W strefie tej dostępny jest także duży asortyment żywności bezglutenowej, dietetycznej oraz dla diabetyków.

 16000  

Efektom prac **Idea Bank** nad stworzeniem banku przyjaznego przedsiębiorcom jest platforma **Idea Cloud**, umożliwiająca dostęp do wszystkich produktów bankowych w internetowej „chmurze”. To narzędzie, które zmniejsza obciążenia administracyjne i biurokrację, z jaką stykają się przedsiębiorcy. Idea Bank wdrożył również aplikację mobilną, która pozwala sprawdzić historię transakcji, zrobić przelew, założyć nowe konto lub lokatę. Klient może w wygodny sposób obsługiwać wybrane przez siebie rachunki oraz zarządzać swoimi środkami przez 24 godziny na dobę siedem dni w tygodniu i z dowolnego miejsca na świecie.

 2310 

Credit Agricole Bank Polska otworzył się na potrzeby osób z niepełnosprawnością oraz stara się nie przyczyniać do „wykluczania cyfrowego”. W ramach **ułatwienia dostępu do banku osobom z niepełnosprawnością** rozpoczęto eliminowanie barier w dostępie do usług poprzez stronę internetową oraz edukację pracowników w obszarze jakości obsługi osób z niepełnosprawnością. Na platformie e-learningowej udostępnione zostało szkolenie dla pracowników „Obsługa osób z niepełnosprawnością w Credit Agricole Bank Polska”. Działania realizowane były w partnerstwie z Fundacją INTEGRACJA.

 5924 

Z myślą o osobach, które nie chcą lub nie mogą udać się do stacjonarnego oddziału, **Idea Bank** umożliwił kontaktowanie się ze swoimi doradcami poprzez **wirtualny oddział**. Usługa jest dostępna online – na stronie internetowej banku, za pomocą trzech kanałów kontaktu: rozmowy wideo, rozmowy

audio i czatu. Jest to również rozwiązanie przyjazne osobom z ograniczonymi możliwościami poruszania się, ponieważ pozwala na bezpośredni kontakt z doradcą i załatwienie wszystkich spraw bez konieczności przychodzenia do oddziału. Wirtualny oddział działa tak samo jak oddziały stacjonarne.

 2310 

Kłopoty ze słuchem stają się chorobą cywilizacyjną i coraz więcej osób na świecie korzysta z aparatów słuchowych. Aby poprawić komfort podróży, **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** wyposażył punkty informacji lotniskowej w stałe **pętle indukcyjne dla pasażerów z niepełnosprawnością narządu słuchu**. Urządzenie zbiera głos pracownika informacji lotniskowej i przekazuje go bezpośrednio do aparatu słuchowego obsługiwanego pasażera. Użytkownik aparatu słuchowego wyposażonego w odbiornik pętli indukcyjnej słyszy czysty dźwięk, co pozwala wyeliminować problemy związane z niekorzystną akustyką terminalu. Pętla indukcyjna daje możliwość odbierania głosu równocześnie przez nieograniczoną liczbę użytkowników.

 654 

Zielony i dostępny Orange Warsaw Festival to przede wszystkim dostarczenie przez **Orange Polska** odpowiedniej infrastruktury i udogodnień podczas eventu. Ekopatrole wolontariuszy zachęcają uczestników festiwalu do carpoolingu lub przekazania niepotrzebnego telefonu do recyklingu w strefie Orange Recykling. Odpady powstałe podczas montażu i demontażu sceny oraz stoisk, a także w strefach gastronomicznych, są selekcjonowane, aby mogły zostać poddane recyklingowi. Dla uczestników z niepełnosprawnością przygotowane są bilety kategorii D, które uprawniają ich do wejścia na imprezę z osobą wspierającą, skorzystania z miejsca parkingowego oraz zabawy na specjalnych platformach przy scenach.

 15000  

TAURON Polska Energia włączył się w ogólnopolską akcję **Karta Dużej Rodziny**. Inicjatywa została wdrożona, aby zapewnić rodzinom wielodzietnym korzystne warunki przy zakupie węgla. Posiadacze Karty są uprawnieni do skorzystania z 3% rabatu przy zakupach węgla w punktach obsługi klienta Zakładów Górniczych TAURON Wydobycie, czyli: ZG SOBIESKI w Jaworznie, ZG JANINA w Libiążu, ZG BRZESZCZE w Brzeszczach. Rabat jest dostępny przy jednorazowym zakupie do 6 ton węgla, a zakupów można dokonywać więcej niż jeden raz.

 25542 

Potrzeba czasu, aby naprawić odcinki sieci elektroenergetycznej uszkodzone w naturalnych kataklizmach, np. takich, jak gwałtowne burze. Innowacyjny pomysł łódzkiej energetyki z PGE Dystrybucja Oddział Łódź, spółki należącej do **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**, polega na wyposażeniu przenośnych linii kablowych średniego napię-

cia w dodatkową zewnętrzną osłonkę, odporną na czynniki mechaniczne, przystosowaną do wielokrotnego rozwijania i zwijania kabla. Efektem takiego **serwisowania linii kablowych** jest poprawa niezawodności i ciągłości dostaw prądu do odbiorców oraz jakościowych wskaźników dostaw energii.



Pakiet Społeczny Lider powstał z myślą o wsparciu organizacji społecznych kluczowych dla rozwoju lokalnego. Usługi oferowane przez **Bank BGZ BNP Paribas** w ramach pakietu są darmowe, a formalności ograniczone do minimum. Pakiet zapewnia też kompleksową opiekę doradcy bankowego oraz preferencyjne warunki na dodatkowe usługi. Od 2012 roku z produktu skorzystało prawie 14,5 tys. organizacji non profit. W 2017 roku bank otrzymał za pakiet tytuł Lidera Odpowiedzialnego i Zrównoważonego Rozwoju (Projekt SMART CSR, „Rzeczpospolita”).



Bank Millennium stale zwiększa **dostępność usług finansowych i pozabankowych** dla osób z niepełnosprawnością, starszych i mieszkańców mniejszych miejscowości. Oprócz redukcji barier architektonicznych w ponad 90% oddziałów, dostosowania bankomatów oraz serwisów internetowych do potrzeb osób z dysfunkcją wzroku, wdrożenia obsługi telefonicznej przy pomocy komend głosowych, a także wprowadzenia wytycznych dotyczących obsługi osób z niepełnosprawnością, firma umożliwia klientom np. zakup biletów komunikacji miejskiej czy ubezpieczenia samochodowego poprzez system bankowości internetowej i oferuje dostęp do e-administracji.



Bank Zachodni WBK od siedmiu lat realizuje program „**Obsługa bez barier**”, którego celem jest zapewnienie dostępu do usług i produktów banku dla klientów ze szczególnymi potrzebami. Udogodnienia tworzone są we wszystkich kanałach obsługi. Są to m.in.: oddziały bez barier, obsługa wideo w polskim języku migowym (PJM), rozwiązania biometryczne wspierające identyfikację klientów, udźwiękowione bankomaty przystosowane do ich obsługi przez osoby niewidome i słabo widzące oraz serwis bankowości internetowej i mobilnej dostosowywany do klientów z niepełnosprawnością wzroku. W styczniu 2017 roku BZ WBK, jako pierwszy bank w Polsce, wyposażył 20 oddziałów w przenośne pętle indukcyjne stanowiące wsparcie obsługi osób słabo słyszących.



Carrefour Polska jest pierwszą siecią wielkiej dystrybucji w Polsce, która przystąpiła do programu **Karta Dużej Rodziny**. Karta upoważnia każdą rodzinę z co najmniej trójką

dzieci do skorzystania z rabatu do 10% na zakupy we wszystkich hiper- i supermarketach Carrefour.



T-Mobile Polska w ramach **Karty Dużej Rodziny** oferuje 20% rabatu na każdą dedykowaną ofertę usług telefonicznych i internetu, który obowiązuje przez cały okres umowy. Nie jest on uwarunkowany zakupem pełnego pakietu złożonego z kilku kart SIM. Przysługuje przy podpisaniu zarówno pierwszej nowej umowy, jak i każdej kolejnej.



Carrefour Polska we współpracy z MIGAM wyposażył każdy hipermarket sieci w tablety ze słuchawkami, który przystosowany jest do obsługi osób niesłyszących i słabo słyszających. Tablety, dostępne w punktach obsługi klienta, umożliwiają natychmiastowe połączenie z **tłumaczem języka migowego**. Wербalizuje on komunikat otrzymany od osoby słabo słyszającej. Dostęp do tłumaczy jest możliwy m.in. za pośrednictwem strony www.carrefour.pl.



Osoby niesłyszące, które chcą skorzystać z usług **ERGO Hestii**, mogą to zrobić za pośrednictwem tłumacza języka migowego, poprzez stronę internetową. **Tłumacz Migam – usługa dla osób głuchych** jest dostępna w dni robocze, w godzinach 8.00–18.00 bez względu na lokalizację. Jedyny warunek to dostęp do sieci internetowej.



Wprowadzając udogodnienia umożliwiające korzystanie z usług bankowych jak najszerzej grupie klientów, **mBank** uruchomił program „**Bankowość bez granic**”. W jego ramach w 2017 roku zoptymalizowano stronę aplikacji mobilnej, aby lepiej dostosować ją do czytników ekranów, z których korzystają osoby niewidome. Przeszkolono pracowników z empatii wobec klientów z niepełnosprawnością oraz stworzono dla nich specjalną grupę doradców w Contact Center. Zwiększono też dostępność wniosku 500 plus, umożliwiając osobom niewidomym samodzielne składanie wniosku w serwisie transakcyjnym.



ERGO Hestia organizuje dla pracowników warsztaty „**Zmień perspektywę**”, które mają na celu zniwelowanie obaw i stereotypów dotyczących niepełnosprawności. Polegają one na ćwiczeniach, podczas których pracownicy mogą wczuć się w sytuację osoby niewidomej, poruszającej się na wózku czy mającej problemy ze słuchem, co pozwala im na lepsze



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

rozumienie problemów, z jakimi się zmagają osoby z niepełnosprawnością.



EDUKACJA KONSUMENTÓW

Budując społeczność odpowiedzialnych ekspertów, **ANG Spółdzielnia** kieruje się zasadami odpowiedzialnej sprzedaży i oferuje produkty, których klienci potrzebują i na które ich stać. **OdpowiedzialneFinanse.pl** to ekspercki serwis zamieszczający teksty dotyczące kredytów, pożyczek, leasingu, ubezpieczeń, faktoringu, wymiany walut, przygotowane przez ludzi zajmujących się tym na co dzień. Klienci mogą zasięgnąć ich rady i uzyskać pomoc w trudnych i niezrozumiałych dla siebie kwestiach.



Platforma **Kapitalni.org** została stworzona przez **Wonga** jako odpowiedź na niski poziom wiedzy finansowej polskiego społeczeństwa. Wonga zachęca swoich klientów do nauki finansów poprzez oferowanie im benefitów. Za ukończenie jednej ze ścieżek finansowych lub 10 kursów Wonga wypłaca klientowi 10 zł. Obecnie na platformie można znaleźć: 60 kursów, ścieżki edukacji finansowej dopasowane do osobowości finansowej użytkownika, a także artykuły, kalkulatory i porady ekspertów. W planach jest również fabularna gra edukacyjna, która pozwoli na zmierzenie się z codziennymi problemami finansowymi w wirtualnym świecie.



Biznes Akademia to cykl spotkań skierowanych do małych i średnich przedsiębiorców, zarówno klientów **Banku BGŻ BNP Paribas**, jak i prospektów. Podczas warsztatów przedsiębiorcy mają okazję poszerzenia swojej wiedzy m.in. o takie zagadnienia, jak: możliwości pozyskania kapitału, finansowanie o charakterze udziałowym, zmiana priorytetów w opcjach finansowania. Akademia jest miejscem, do którego mogą przyjść właściciele firmy, którzy zastanawiają się nad tym, skąd pozyskać dodatkowe środki na rozwój. W 2017 roku odbyło się pięć spotkań w dużych polskich miastach: Łodzi, Krakowie, Wrocławiu, Olsztynie oraz Gniewie. W każdym spotkaniu udział wzięło ok. 30 uczestników.



Przedsiębiorcy, niezależnie od doświadczenia, potrzebują rzetelnej informacji o tym, jak zwiększyć efektywność zarządzania własną firmą. W 2017 roku powstał **blog firmowy mBanku**, na którym regularnie pojawiają się różnorodne materiały edukacyjne w formie artykułów, ikonografik i webinarów. Stanowią one bazę wiedzy dla przedsiębiorców (przyszłych i obecnych). **mBank** krok po kroku wyjaśnia, jakie działania należy podjąć, aby sprawnie poradzić sobie ze wszystkimi zagadnieniami związanymi z otwarciem i prowadzeniem firmy.



W ramach budowania trwałych relacji z klientami **Lyreco Polska** od 2017 roku organizuje cykliczne spotkania pt. **„Doradca ds. CSR dla klientów”** dla osób zainteresowanych tematyką społecznej odpowiedzialności biznesu. Na podstawie analizy aktualnej współpracy danego klienta z Lyreco sugerowane są również rozwiązania uwzględniające aspekty środowiskowe i społeczne, dostosowane do potrzeb klienta. Lyreco dostarcza także ekologiczne produkty certyfikowane przez SGS oraz świadczy usługi polegające na odbieraniu od klientów zużytych tonerów i kartridży oraz pudeł, w których dostarczane są produkty, sprzęty elektryczne i elektroniczne.



„Razem odpowiedzialni” to akcja, w której od 17 do 29 listopada 2017 roku Auchan Polska i **Henkel Polska** w 30 oddziałach Auchan wspólnie podjęli się edukacji konsumentów w zakresie zrównoważonego rozwoju i ekonomii cyrkularnej. W ramach projektu uruchomiony został serwis internetowy www.razemodpowiedzialni.pl, który dostarcza wiedzy o zasadach odpowiedzialnej konsumpcji. Zasady podzielone są na obszary: w domu, w łazience, w kuchni, na zakupach, w podróży, w czasie świąt. Na stronie dostępny jest również kalkulator dozowania proszku do prania oraz kalkulator pozwalający określić wpływ każdego człowieka na środowisko na podstawie jego stylu życia.



Kolejną odpowiedzią na działania nieuczciwych sprzedawców energii jest kampania **„Sprawdź, kto sprzedaje Ci energię”**. PGE Obrót, spółka **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**, otrzymuje miesięcznie kilka tysięcy zgłoszeń od klientów, którzy poczuli się oszukani. Oszuści wykorzystują niewiedzę, zwłaszcza osób starszych, i fakt, że określenia typu „pan z elektrowni” wielu osobom jednoznacznie kojarzą się z wiarygodnymi sprzedawcami energii, co może skłonić klientów do podpisania niekorzystnej dla nich umowy. Akcja informuje także o przystępującemu każdemu prawie do rezygnacji w ciągu 14 dni z umowy podpisanej poza siedzibą (lokałem) sprzedawcy – bez ponoszenia konsekwencji.



Kampania **„Tauron nie chodzi po domach, aby sprzedawać prąd lub gaz”** ma na celu poprawę bezpieczeństwa klientów. Działania realizowane przez **TAURON Polska Energia** skupione są na edukacji klientów dotyczącej zagrożeń handlowych na rynku (pułapek marketingowych, przypadków oszustw, prawnej konsekwencji podpisania nieprzeczytanych/ niezrozumiałych dokumentów), praw konsumenta, asertywności, bezpiecznych zakupów itp. Interakcja poprzez warsztaty buduje więzi szczególnie w grupie klientów 60+, a przekazywane informacje są poparte przykładami i statystykami, co wptywa na lepsze zapamiętanie informacji.



Tydzień dla Oszczędzania – Światowy Dzień Oszczędzania, realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy

z Fundacją Think, składa się z dwóch komponentów: akcji promującej oszczędzanie i rozwijanie przez Polaków umiejętności racjonalnego gospodarowania swoimi zasobami finansowymi oraz Programu Rozwoju Przedsiębiorczości, wspierającego marzenia młodych osób o własnym biznesie.



Podstawowym celem kampanii „**Alkohol to odpowiedzialność. Pij rozważnie**”, organizowanej przez firmę **Diageo Polska**, jest edukacja oraz promowanie odpowiedzialnego podejścia do alkoholu za pomocą czterech prostych zasad:

1. Nie pij, jeśli prowadzisz; 2. Po każdym drinku wypij szklankę wody; 3. Kiedy pijesz, pamiętaj też o jedzeniu; 4. Nie pij, jeśli nie jesteś pełnoletni. Diageo Polska stawia na pozytywny przekaz skierowany do konsumentów, w szczególności do kierowców i studentów. Działania realizowane są konsekwentnie od siedmiu lat.



Blisko 90% światowych zasobów rybnych jest nadmiernie eksploatowanych bądź wręcz całkowicie wyeksploatowanych. **FROSTA**, jako największy producent ryb mrożonych w Polsce, jest zobowiązana troszczyć się o stan zasobów ryb w morzach i oceanach, aby zachować je dla przyszłych pokoleń. Interaktywna wystawa „**Może zadbajmy o morze**” opiera się na koncepcji gier i zabaw edukacyjnych, a ma za zadanie promować odpowiedzialny zakup ryb i popularyzować ideę MSC, certyfikacji zrównoważonego rybołówstwa.



Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe

prowadzi blog na temat produktów, technologii, rozwiązań i zastosowań, kreując **klienta świadomego w dokonywaniu zakupów**. W przygotowanie materiałów na blog angażują się doradcy techniczni z poszczególnych działów.



Grupa **KRUK** w 2017 roku zorganizowała dziewiątą edycję ogólnopolskiej akcji edukacyjnej **Dzień bez Długów**, która miała na celu poszerzenie wiedzy finansowej społeczeństwa i propagowanie międzynarodowego badania społecznego „Zachowania finansowe przedstawicieli różnych zawodów w Polsce i w innych krajach Europy”. Dzień bez Długów miał również pokazać, jak ważne jest kontrolowanie swojego budżetu i jego wpływu na całą rodzinę. Wyniki badania wraz z komentarzem ekspertów publikowane były w mediach regionalnych i ogólnopolskich.



Grupa **KRUK** w 2017 roku zrealizowała warsztaty „**Mały krok wielka szansa**” w ośmiu miastach Polski. Programem zostali objęci beneficjenci MOPS i MOPR, obecni i potencjalni dłużnicy, osoby znajdujące się w ciężkiej sytuacji materialnej. Poprowadził je m.in. psycholog Roman Pomianowski, założyciel stowarzyszenia Program Wsparcia Zadłużonych. W trakcie spotkań ponad 100 osób poznało korzyści płynące z właściwego gospodarowania pieniędzmi.



Prowadzony od 2013 roku program „**Bezpieczniki TAURONA. Włącz dla dobra dziecka**” ma na celu edukację dzieci i młodzieży w zakresie bezpiecznego i racjonalnego korzystania z energii elektrycznej i urządzeń elektrycznych oraz bezpiecznego zachowywania się w pobliżu infrastruktury energetycznej. **TAURON Polska Energia** prowadzi bezpłatne zajęcia edukacyjne na podstawie autorskich materiałów dydaktycznych oraz organizuje eventy. Dotychczas przeprowadzono 7,4 tys. zajęć dla 170 tys. uczniów w 1,67 tys. szkołach. W 2017 roku stworzono multimedialną platformę edukacyjną, na której znajdują się materiały dla nauczycieli, uczniów i rodziców.



W ramach inicjatywy „**Energia dla seniora**” pracownicy **TAURON Polska Energia** prowadzą warsztaty, które mają na celu wyjaśnienie klientom w wieku senioralnym, jak bezpiecznie kupować prąd. Partnerami firmy są miejscy oraz powiatowi rzecznicy konsumentów, którzy również współprowadzą warsztaty. Inicjatywa powstała jako odpowiedź na potrzeby klientów w starszym wieku, którzy nieświadomie podpisali niechcianą umowę. Akcja została zainicjowana w grudniu 2015 roku. Do tej pory zrealizowano 11 warsztatów dla ok. 600 seniorów.



Celem inicjatywy „**Poznaj EKOznaki na produktach Tchibo**” jest podniesienie świadomości konsumentów na temat zrównoważonych produktów. Działania edukacyjne kierowane są też do doradców sklepów **Tchibo**, a opierają się na przekazaniu, co oznaczają poszczególne znaki, jakie organizacje i kryteria za nim stoją oraz jakie korzyści przynosi kupowanie produktów opatrzonych ekoznakami.



Celem kampanii „**Alkohol. Zawsze odpowiedzialnie**”, organizowanej przez **Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy**, jest zwiększenie świadomości społeczeństwa, że alkohol etylowy, niezależnie od



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

postaci i napoju, w jakim się znajduje, zawsze działa na organizm tak samo.



ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

Działania **Carlsberg Polska** w ramach kampanii „#TrzeźwoMyśle” opierały się na trzech elementach: rozrywce, edukacji oraz zaangażowaniu konsumentów. Ambasadorem kampanii został Łukasz Jakóbiak, który przygotował na Instagramie krótki filmik i konkurs dla fanów na trzeźwe myśli, które następnie zostały wydrukowane na koszulkach. Na stronie carlsbergpolska.pl stworzono specjalną zakładkę poświęconą kampanii. Podczas obchodów Światowego Dnia Odpowiedzialnej Konsumpcji Piwa w siedmiu warszawskich pubach ustawiono fotobudki z hasłami kampanii, które goście wykorzystywali do zdjęć. Rozdano także 500 voucherów ze zniżką na przejazd taxi, by konsumenci mogli bezpiecznie wrócić po imprezie do domu. Przekaz kampanii dotarł do blisko 600 tys. Polaków.



Alkohol jest obecny w życiu konsumentów przy wielu uroczystościach rodzinnych, spotkaniach, wydarzeniach sportowych i kulturalnych. Kampania „**Drink positive**” ma za zadanie pomagać ludziom dokonywać pozytywnych wyborów dotyczących alkoholu. **Diageo Polska** zachęca swoich pracowników do dzielenia się ich historiami. Pracownicy mogą opowiedzieć, jak rozumieją i realizują zasady odpowiedzialnego podejścia do alkoholu lub poznać opowieści innych. Równoległe za pomocą materiałów edukacyjnych oraz kursów e-learningowych promowane są proste fakty dotyczące odpowiedzialnego spożywania alkoholu.



Mimo wielu kampanii edukacyjnych dotyczących negatywnego wpływu alkoholu na zdrowie człowieka, nadal funkcjonuje wiele mitów na ten temat. **Diageo Polska** podjął działania mające na celu uświadomić społeczeństwu, że alkohol spożywany w sposób umiarkowany może być pozytywną częścią zrównoważonego stylu życia dorosłych, którzy się świadomie na picie alkoholu decydują. Strona **DrinkIQ.com** w całości poświęcona jest alkoholowi – faktom i mitom na jego temat. W przystępny sposób tłumaczy mechanizmy działania alkoholu na organizm człowieka.



Diageo Polska sprawdził, co polscy studenci wiedzą o alkoholu i jego odpowiedzialnym spożywaniu. Na bazie informacji z badania stworzono mapę zagadnień dotyczących alkoholu, które są dla młodych ludzi najmniej jasne. Następnie na ich podstawie, w ramach kampanii „**Stay yourself**”, przygotowano konkurs i komunikaty z faktami na temat odpowiedzialnego spożywania alkoholu. Komunikaty dotarły do ponad 2 mln młodych osób (pomiędzy 19 a 26 rokiem

życia), w tym do 700 tys. studentów (połowy wszystkich studiujących w Polsce).



FROSTA, organizując **Akademii Naturalnego Smaku** (we wcześniejszym raporcie opisaną jako Instytut Chemii Nadużywanej), popularyzuje świadome nawyki żywieniowe i czytanie etykiet. To projekt informacyjno-edukacyjny poświęcony dodatkom do żywności, którego głównym elementem jest mobilna wystawa, oparta na koncepcji „Zobacz. Dotknij. Powąchaj”. Firma prezentuje informacje na temat składu produktów, ucząc też o wpływie dodatków do żywności na zdrowie i prawidłowe funkcjonowanie człowieka.



W 2017 roku kampania „**Trzymaj pion**”, której celem jest stworzenie mody na umiarkowane spożycie alkoholu jako części nowoczesnego i zrównoważonego stylu życia, była skierowana głównie do pokolenia millennialsów. Przekaz kampanii dotarł do 3,5 mln osób, a setki z nich zaangażowanych było w dyskusję na temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. **Grupa Żywiec** zaprosiła do współpracy znanych z internetu liderów opinii, a wszelkie materiały umieszczono na www.trzymajpion.pl.



Celem programu edukacyjnego „**Sprawdź promile**” jest ograniczenie liczby pijanych kierowców na polskich drogach dzięki darmowej aplikacji na telefon, która umożliwia sprawdzanie promili w organizmie oraz poznanie orientacyjnego czasu, po którym zawartość alkoholu we krwi będzie równa „0”. **Kompania Piwowarska** przygotowuje edukacyjną strefę mobilną na największych wydarzeniach plenerowych w Polsce. W 2017 roku w ramach programu przebadano alkomatami prawie 75 tys. uczestników imprez, dzięki czemu mogli bezpiecznie wrócić do domów.



ODPOWIEDZIALNY MARKETING

W 2017 roku **Grupa Adamed** została jednym z sygnatariuszy Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety. Dokument wypracowany został przez organizację branżowe i ma na celu wprowadzenie wysokich standardów i jednolitych zasad w sposobie komunikacji, promocji i reklamy tej kategorii produktów spożywczych. **Odpowiedzialna reklama** dla konsumenta oznacza gwarancję rzetelnej i jasnej informacji na temat suplementów diety. Jest to pierwsza samoregulacja tej branży w Europie.



Idea Bank na każdym etapie sprzedaży swoich produktów stara się **poszerzać świadomość klientów na temat rynków**

finansowego i inwestycyjnego. Dodatkowo do wszystkich klientów, którzy zakupili produkt inwestycyjny, kierowane są ankiety telefoniczne, realizowane w możliwie najkrótszym czasie od optacenia danego produktu (z założenia – w terminie bezkosztowego odstąpienia). Osoby wykonujące telefony przypominają warunki umowy, informują o konstrukcji produktu, podjętych ryzykach i reagują w przypadku wątpliwości klienta.



mPTech produkuje telefony komórkowe dla osób starszych (Simple Life), w których zastosowano wiele rozwiązań ułatwiających ich użytkowanie. Produkcji towarzyszy kampania „**Bo najważniejszy jest głos. Ustysz Skolimów**”, powstała we współpracy z seniorami z Domu Artystów w Skolimowie. Kampanię rozpoczął spot, w którym Jan Nowicki – aktor i ambasador myPhone, zabrał widzów w refleksyjną podróż, opowiadając, jak ważne są wartości: relacje z bliskimi, głos, telefon. Kolejnym etapem kampanii była produkcja i sprzedaż audiobooka *Najpiękniejsze baśnie świata*, które czytają Jan Nowicki i seniorzy.



Głównym założeniem **Banku Zachodniego WBK** w ramach projektu „**Po prostu po ludzku**” było uproszczenie języka bankowego, aby był zrozumiały dla każdego odbiorcy – klienta czy pracownika banku. Podjęto działania w kilku obszarach: odbyły się warsztaty z prostej komunikacji dla poszczególnych departamentów banku, istnieje poradnia językowa, prowadzony jest blog przez Agatę Hącię – bazujący na wewnętrznych pismach i zwrotach, który w zabawny i przystępny sposób pokazuje popełniane przez pracowników banku błędy.



Zasady prostej i empatycznej komunikacji zebrano w projekcie **mBanku „mKanon”**. W pierwszej kolejności wprowadzono zmiany w działach call center i reklamacji oraz poprawiono ponad 2 tys. formatek i szablonów reklamacyjnych oraz komunikatów dotyczących sprzedaży produktów. 81% klientów mBanku potwierdziło, że język stał się zrozumiały. Następnie rozpoczęto pracę nad komunikacją z klientami korporacyjnymi. Zmieniana jest również komunikacja wewnętrzna, dotycząca tematów compliance, prawnych czy bezpieczeństwa.



PARTYCYPACJA KONSUMENTÓW

Oblicze współczesnego konsumenta zmieniło się. Klienci to aktywne osoby, które chcą mieć realny wpływ na kształtowanie usług i produktów im oferowanych. **mBank** podjął

inicjatywę „**Przyjaciel klienta**”, w ramach której zbiera, analizuje oraz adresuje do właściwych jednostek i właścicieli biznesowych wszystkie opinie i uwagi klientów. Zgłoszenia klientów przyjmowane są w każdym kanale obsługi (mLinia, placówka, e-mail, czat, wideo, audio) oraz przez social media (Facebook, Twitter). Po wdrożeniu konkretnego rozwiązania zaproponowanego przez klientów mBank informuje ich o tym.



Klienci **Banku Zachodniego WBK** mają do dyspozycji serwis społecznościowy **Bank Pomysłów**, na którym mogą wyrazić opinię o produktach i dzielić się pomysłami na ulepszenie produktów i usług bankowych, a także komentować propozycje innych użytkowników i głosować na najciekawsze z nich. Na portalu jest już 11 788 zarejestrowanych użytkowników, którzy opublikowali ponad 11 628 komentarzy. Zgłaszane propozycje są analizowane, a najlepsze z nich wcielane w życie. Udało się zrealizować 804 pomysły. Dla najbardziej aktywnych użytkowników serwisu prowadzone są warsztaty organizowane przez bank.



UŁATWIENIA DLA KLIENTÓW

Aquanet podejmuje działania mające na celu łagodzenie skutków podwyżek cen wody i ścieków odczuwanych przez klientów o najniższych dochodach. Z pomocy **Funduszu Wodociągowego** mogą korzystać osoby, którym regulowanie rachunków za wodę istotnie utrudnia zapewnienie sobie i najbliższym podstawowych potrzeb bytowych. W 2017 roku podjęto współpracę z poznańskim oddziałem Caritas. Rolą fundacji Caritas jest pomoc w wyborze osób potrzebujących, koordynowanie administracyjnej części projektu (wnioski), a także bieżące wsparcie informacyjne.



Rachunki za ogrzewanie mieszkań i ciepłą wodę użytkową często przekraczają możliwości finansowe ludzi ubogich. **PGE Polska Grupa Energetyczna** postanowiła wesprzeć ich, dofinansując do rachunków osób kwalifikujących się do objęcia opieką społeczną wg kryteriów ustawy o pomocy społecznej. Program **przeciwdziałania ubóstwu energetycznemu** obejmuje również organizacje pozarządowe i fundacje walczące z wykluczeniem społecznym. Akcje organizowane są w partnerstwie z samorządami miast, w których zlokalizowane są elektrociepłownie (oddziały i spółki zależne) PGE Energia Ciepła.



Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo, jako polska firma związana z historią Warszawy, przygo-



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

towarła dla warszawskich powstańców program wsparcia „**Rachunek wdzięczności PGNiG**”. Firma chce w ten sposób podziękować powstańcom. Czyny to poprzez zwolnienie ich z opłat za gaz do 900 zł rocznie – w praktyce oznacza to zwolnienie z opłat w ogóle. Partnerami „Rachunku wdzięczności PGNiG” są: Urząd ds. Ochrony Kombatantów i Osób Represjonowanych oraz Muzeum Powstania Warszawskiego. Te instytucje weryfikują powstańców oraz pomagają w dotarciu do nich.



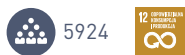
Dotychczasowe zasady wydawania i używania kart debetowych w **Banku Zachodnim WBK** miały aż 18 stron, kolejnych 16 stanowiły odrębne zapisy dla kart: bankomatowej i mobilnej. Tak długie dokumenty zniechęcały klientów do zapoznania się z ich treścią. **Uproszczenie umów** – języka, jakim były spisane, oraz skrócenie całości materiału z 34 do 10 stron, ułatwiło klientom banku przyswojenie istotnych informacji. Obecnie, w nowych zasadach wydawania i używania kart płatniczych, klient otrzymuje jeden 10-stronicowy dokument zawierający regulacje dla wszystkich rodzajów kart.



„**Znajdźmy wspólny język**” to inicjatywa mająca na celu tłumaczenie kłopotliwych pojęć z obszaru windykacji. Aby dostosować komunikację do potrzeb klienta, firma **BEST** przeprowadziła badania marketingowe, które pozwoliły wyróżnić osiem typów klientów. W efekcie przygotowano nowe, bardziej zrozumiałe i trafne oraz w nowym layoutcie, pisma, ulotki informacyjne oraz welcome packi. Materiały krok po kroku w jasny sposób przybliżają klientowi jego aktualną sytuację i przedstawiają możliwe scenariusze działań do podjęcia. Informacje zawarte w materiałach zachęcają do kontaktu, ułatwiają nawiązanie komunikacji i współpracy.



Pracownicy banku **Credit Agricole Bank Polska** opracowali projekt „**Mówimy po ludzku**”, który ma na celu uproszczenie zawieranych umów. Bank ustandaryzował dokumenty. Od czerwca 2017 roku konsumenci otrzymują umowy kont, kart kredytowych, pożyczek gotówkowych, a także kredytów ratalnych w nowej, przyjaznej formie. Aby poprawić czytelność, wprowadzono tabele z najważniejszymi informacjami. Pojawiły się śródtytuły, kolory lub odcienie szarości. Wszystkie informacje w kontrakcie są ważne, dlatego cały tekst jest pisany jednolitą czcionką; nie zawiera żadnych ukrytych informacji z gwiazdkami.



Credit Agricole Bank Polska stawia m.in. na budowanie relacji z konsumentami przez indywidualne podejście do nich, w tym na poziomie tożsamości językowej. Dlatego przygotowano projekt „**My godomy po slusku i kaszebsku**”, uwzględniający języki regionalne. Oferta została skierowana do klientów ze Śląska i Kaszuby w ich dialekcie.

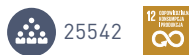
Powstały ulotki w językach regionalnych. Klienci mieli także możliwość bezpośredniego kontaktu po śląsku i kaszubsku z doradcami w poszczególnych placówkach. Projekt ten to autorski pomysł pracowników banku, wynikający z przyjętej strategii, by być bliżej klientów.



Specyficzny język prawniczy sprawia, że wiele osób nie jest w stanie przyswoić wiedzy oraz informacji przekazywanych przez prawników w przestrzeni internetu. **Polski Instytut Odszkodowań (PIO)** wdrożył projekt „**Piszemy dla Ciebie**”. Dzięki niemu osoby poszkodowane i ich rodziny mogą znaleźć potrzebne informacje podane w sposób przystępny i zrozumiały. Wpisy preredagowano, jednocześnie we wszystkich tekstach ograniczono liczbę komunikatów typowo marketingowych czy sprzedażowych. Dzięki temu coraz więcej osób odwiedzających stronę internetową PIO zyskuje poczucie bezpieczeństwa i decyduje się na kontakt.



Pisma przesyłane klientom przez firmy energetyczne zawierają wiele niezrozumiałych treści, a sam klient często odczuwa dyskomfort, próbując je zrozumieć. W ramach działania „**Korespondencja przyjazna dla klienta**” wdrożono w **TAURON Polska Energia** dwa uproszczone szablony pism do klientów: dotyczących wymiany licznika i pozyskania danych odczytowych. TAURON zwraca uwagę na przejrzystość pisma, stosuje krótkie zdania, zastępuje słownictwo techniczne łatwiej rozumianymi przez klientów słowami.



BEST zarządza wierzytelnościami nieregularnymi. W obsłudze klienta pracują nie tylko doradcy telefoniczni, ale także terenowi. Doradcy terenowi często przewożili ze sobą wiele dokumentów (np. wzorów pism), nie mieli dostępu do bieżących informacji o danej sprawie. Wdrożenie aplikacji „**BEST partner**” dało nowe możliwości klientom oraz doradcom. Aplikacja umożliwia: dostęp do kompletnych, bieżących informacji o sprawie (wszelkie zmiany w statusie sprawy widoczne są w czasie rzeczywistym), generowanie niezbędnych dokumentów, przygotowywanie produktów indywidualnie dla klienta oraz zawieranie umowy z klientem bezpośrednio podczas wizyty.



Usługa „**SąSiatki**” to innowacja oparta na mechanizmach ekonomii współpracy. Za pośrednictwem nowej usługi klienci **Carrefour Polska** mogą zamawiać zakupy przez internet i dostarczać je sobie nawzajem. Klient dodaje wybrane produkty do koszyka, do którego zostaje też automatycznie doliczony tzw. shopper bon o wartości 10 zł – jest to kwota, którą otrzyma dostawca zakupów, po zrealizowaniu usługi, w formie kuponu zniżkowego. Natomiast klient otrzyma e-mailem bon rabatowy o wartości 5 zł na kolejne zakupy. Dostawa produktów powinna nastąpić w ciągu 120 minut od złożenia zamówienia. Ostatnią fazą usługi jest dostawa zakupów pod

wskazany adres, gdzie klient zwraca dostawcy pełną kwotę za zakupy – gotówką lub płacąc aplikacją mobilną Blik albo PeoPay.



Od 2014 roku **Carrefour Polska** realizuje kampanię „Z miłości do zdrowia”. Jednym z elementów kampanii jest uproszczony system znakowania wartością odżywczą (SENS). **System SENS** umożliwia łatwiejsze komponowanie zdrowej, zbilansowanej diety. Na system składają się czytelne grafiki, które umieszczone są z przodu opakowania produktu i informują konsumentów o jego wartości odżywczej oraz zalecanej częstotliwości spożywania. Pod względem częstotliwości spożywania SENS dzieli produkty na cztery kategorie: produkty, które można spożywać bardzo często, często, umiarkowanie oraz sporadycznie lub w małych ilościach.



Na obszarach wiejskich, które zamieszkiwane są przez sporą grupę seniorów, dostęp do podstawowych towarów i usług jest bardzo ograniczony. **ABC na Kotach** to sieć ogólnospożywczych, wygodnych samochodów-sklepów, które docierają do miejsc, w których brakuje jakichkolwiek punktów usługowych czy handlowych. Sklepy **Eurocash** dostarczają świeże produkty spożywcze do lokalnych mieszkańców, którymi najczęściej są osoby starsze żyjące samotnie. Poza produktami spożywczymi w ofercie ABC na Kotach znajdują się także podstawowe artykuły gospodarstwa domowego, istnieje również możliwość optacenia rachunków czy dotądowania telefonu.



Idea Hub Express to sposób na produktywnie wykorzystanie czasu podczas podróży pociągiem. Wiosną 2017 roku **Idea Bank** uruchomił biura na torach – Idea Hub Express.

To wagony do pracy w wybranych pociągach PKP Intercity. Zostały one przystosowane do pracy biurowej, wyposażone w stoły, krzesła i ekran do wyświetlania prezentacji. Podróżnicy mają też do dyspozycji sprzęt biurowy (drukarkę, skaner), ładowarki do telefonów i łącza internetowe, a także ekspres do kawy i świeżą prasę. Wagony były dostępne dla podróżujących na trasach Warszawa–Poznań–Warszawa, Warszawa–Kraków–Warszawa i Warszawa–Wrocław–Warszawa.



Pozostawianie zwierząt w samochodach podczas upałów to problem nagłaśniany od kilku lat. Takie zachowanie może niestety mieć tragiczne skutki, ze śmiercią pupila włącznie. Sieć marketów budowlanych **Leroy Merlin** zniosta zakaz wprowadzania zwierząt już do ponad pięćdziesięciu swoich oddziałów w całej Polsce. Klienci mogą wejść do sklepu ze

swoimi pupilami, bez potrzeby zostawiania ich w aucie czy związanych przed wejściem. „**Leroy Merlin przyjacielem zwierząt**” to projekt, który działa niezależnie od pory roku.



Projekt „**Sklep przyjazny klientom niepełnosprawnym**”, wdrażany przez **Leroy Merlin**, zapoczątkował proces dostosowywania powierzchni sieci sklepów budowlanych do potrzeb klientów z niepełnosprawnością ruchową. W kilku sklepach zastosowano specjalistyczne udogodnienia (windy, podnośniki dla wózków i osób mających problemy z poruszaniem się), aby umożliwić klientom z niepełnosprawnością pełen dostęp do całej powierzchni handlowej sklepów. W wybranych sklepach zorganizowano szkolenia dla pracowników z języka migowego. Dzięki podniesieniu kwalifikacji pracowników klientom głuchoniemymi i niewidomymi ułatwiono możliwość porozumiewania się w sklepach.



Bank Ochrony Środowiska jako pierwszy bank w Polsce pozwolił wchodzić do swoich placówek klientom z czworonożnymi pupilami w ramach kampanii „**#Psyzdobywajbank**”. Start pierwszej tury kampanii poprzedziło przekazanie 8 ton karmy schroniskom dla psów w całej Polsce.



Wprowadzenie **Karty Seniora** pozwala osobom starszym na szerszy dostęp do oferty rabatów w sklepach sieci **Carrefour Polska**. Każda osoba, która ukończyła 60 lat, może bezpłatnie przystąpić do programu i wyrobić Kartę Seniora w punkcie obsługi klienta w sklepie Carrefour.



Specjalny model kas jest elementem programu wprowadzania udogodnień dla klientów **Carrefour Polska**, którego założeniem jest usprawnienie etapu kasowania produktów w sklepach. Działające we wszystkich hipermarketach **kasy rodzinne Carrefour** pozwalają najmłodszym gościom na odpoczynek w specjalnym minikąjku zabaw lub na wspólnie z rodzicami wykładanie wybranych produktów. Przy kasach można znaleźć maskotki, stolik z kolorowanymi i zabawkami oraz specjalne schodki, która mają ułatwić maluchom wykładanie produktów.



ERGO Hestia od 2009 roku, we współpracy z **Centrum Pomocy Osobom Poszkodowanym** (CPOP), zapewnia osobom najczęściej poszkodowanym kompleksową opiekę, wspierając



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

je w powrocie do zdrowia oraz odzyskiwaniu aktywności sportowej i zawodowej. W ciągu siedmiu lat CPOP zakończyło rehabilitację ponad 100 osób. Kolejnych kilkadziesiąt wraca do zdrowia.



Płatności gotówkowe wciąż dominują w rozliczeniach dokonywanych przez polskich przedsiębiorców. **Idea Bank** stworzył auta z wbudowanymi wpłatami, które przedsiębiorcy mogą zamówić przez aplikację mobilną, by wygodnie, bezpiecznie i w dogodnym terminie wpłacić pieniądze. **Mobilny wpłatomat dla klientów** powstał z myślą o przedsiębiorcach, którzy przewożą swój utarg z firmy do banku albo do domu. W 2017 roku w 20 miastach Polski jeździło 37 takich pojazdów. Do końca 2017 roku łączna kwota wpłat, liczonych od startu projektu, osiągnęła 1 mld zł.



Projekt „**Akcja-renowacja**” jest realizowany w **mBanku**, by ułatwić klientom zrozumienie dokumentów bankowych, takich jak umowy i regulaminy. W 2017 roku klienci mBanku korzystający z profilu zaufanego oraz wybranych kredytów firmowych otrzymali nowe regulaminy, przygotowane zgodnie z założeniami projektu.



Cykl comiesięcznych spotkań z przedsiębiorcami w ramach programu „**Oko w oko z klientem firmowym**” umożliwia pracownikom **mBanku** dopasować usługi i produkty do rzeczywistych oczekiwań przedsiębiorców. Co miesiąc na spotkanie zapraszany jest jeden przedsiębiorca, który opowiada o swojej działalności i napotykanym wyzwaniach. Owocem tych spotkań jest na przykład możliwość założenia usługi księgowości online (mKsięgowość).



Od 2016 roku **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** oferuje bezpłatną aplikację mobilną **Kraków Airport**, wyposażoną m.in. w intuicyjną nawigację po terminalu, informacje przydatne w podróży, powiadomienia o zmianie statusu lotu czy możliwość wystania pocztówki z pozdrowieniami w formie selfie. W 2017 roku do aplikacji dodano m.in. interaktywną mapę 3D parkingu z funkcją nawigacji oraz wskazywania dokładnej lokalizacji samochodu i wprowadzono funkcję **Kraków Airport Blog**. Aplikację zainstalowano 8891 razy (od początku jest to 11 945 instalacji), a jej średnia ocena wynosi 4,5.



PKO Bank Polski wspiera rządowy projekt „**Od papierowej do cyfrowej Polski**”. Zaangażowanie banku i udostępnianie zaawansowanych rozwiązań informatycznych pozwala na tworzenie mechanizmów możliwych do zastosowania nie tylko w sektorze finansowym. Bank jako pierwszy umożliwił

klientom korzystającym z bankowości elektronicznej: złożenie wniosku w programie „Rodzina 500+”, założenie profilu na PUE ZUS i profilu zaufanego (eGO), rozliczenie podatku PIT czy rejestrację firmy w CEIDG.



ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KONSUMENTÓW

Dbając o jak najwyższą jakość i **bezpieczeństwo swoich produktów**, firma **CCC** upewnia się, że jej dostawcy posiadają wymagane certyfikaty i atesty. Kontrahenci mają obowiązek przedstawić oświadczenia potwierdzające, że w dostarczanych towarach nie ma substancji szkodliwych, takich jak fluorowane gazy cieplarniane, fumaran dimetylu DMF, oraz innych związków chemicznych szkodliwych dla zdrowia i życia konsumentów. Dodatkowo, by zyskać całkowitą pewność wysokiej jakości sprzedawanych produktów, obuwie poddawane jest wyrywkowej kontroli w akredytowanych laboratoriach.



„**Koperta życia**” to ogólnopolska akcja skierowana do osób przewlekle chorych, starszych i samotnych. Do przystąpienia do akcji zachęcają lekarze i pracownicy pogotowia ratunkowego. Od marca 2017 roku propaguje ją Ośrodek Rehabilitacyjno-Wypoczynkowy **DOZAMEL** w Kołobrzegu. Każdy senior otrzymuje „kopertę życia” na zakończenie pobytu w ośrodku. W pakiecie znajduje się formularz do wpisania informacji o stanie zdrowia jej posiadacza, przyjmowanych lekarstwach, alergiach i osobach, które należy zawiadomić w razie jakichkolwiek problemów ze zdrowiem. Prawidłowo wypełniona karta, opatrzona podpisem i pieczętą lekarza, może pomóc uratować życie w przypadku nagłej interwencji służb ratunkowych.



FROSTA dąży do całkowitej rezygnacji ze stosowania dodatków do żywności. Zgodnie z polityką marki „**100% naturalnego smaku!**”, FROSTA nie stosuje żadnych dodatków do żywności, a wszystkie użyte składniki ujawnia na etykiecie. W produktach FROSTY konsumenci nie znajdą skrobi modyfikowanej, masła z barwnikami, jak również oleju palmowego – jedynie olej słonecznikowy oraz oliwę. Wszystkie produkty rybne FROSTY posiadają niebieski certyfikat MSC, gwarantujący, że ryby, które się w nich znajdują, pochodzą wyłącznie ze zrównoważonych łowisk.



Wytwarzając stodyczne, **Wawel** wierzy, że nawet przy produkcji na szeroką skalę mogą one powstawać na bazie naturalnych składników i jednocześnie bez rozmaitych ulepszczy. Idea „**Dobrych składników**” to połączenie wieloletniego doświadczenia z otwartością na rosnące oczekiwania konsumentów oraz wiedzą czerpaną z współpracy z powołaną przez Wawel Radą Ekspertów. Rada jest wsparciem


w codziennej pracy nad rozwojem receptur, które nie budzą wątpliwości w zakresie jakości użytych w nich surowców, zawierają wyłącznie nieszkodliwe składniki i zachowują 100% swojego unikalnego smaku.



Bank BGŻ BNP Paribas udostępnił przedsiębiorcom korzystającym z bankowości internetowej narzędzie IBM Trusteer Rapport, zaawansowane oprogramowanie zabezpieczające opracowane przez IBM z myślą o zapewnieniu **bezpieczeństwa transakcji elektronicznych**. To bezpłatne rozwiązanie uzupełniające oprogramowanie antywirusowe lub zabezpieczające.



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



**ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE
I ROZWÓJ
SPOŁECZNOŚCI
LOKALNEJ**



244 praktyki nowe

236 praktyk długoletnich

138 firm



zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnych jest już tradycyjnie najobszerniejszą częścią raportu i zawiera najwięcej zgłoszonych praktyk. W tym obszarze Normy PN-ISO 26000:2012 zawierają się działania pogrupowane w 16 kategorii: aktywność fizyczna, bezpieczeństwo na drodze, dobry sąsiad, działania charytatywno-filantropijne, edukacja dorosłych, edukacja dzieci i młodzieży, innowacje społeczne, kampanie społeczne, kultura i sztuka, marketing zaangażowany społecznie, profilaktyka zdrowotna, rozwój przedsiębiorczości, tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji, wsparcie organizacji pozarządowych, współpraca z uczelniami, zrównoważone miasta.

Widoczne jest mocne przełożenie się tegorocznych praktyk na problemy rynku pracy. Firmy w ramach partnerstw ze szkołami i uczelniami edukują i przyciągają nowych wykwalifikowanych pracowników. Poprzez konkursy, staże, praktyki i stypendia poszukują przyszłych pracowników wśród wybitnych uczniów i studentów. Wizyty studyjne i spotkania zachęcają młodych ludzi do wyboru określonej ścieżki zawodowej. Wielu zgłaszających praktyki swoje działania motywowało kurczeniem się mniejszych miejscowości i znacznym odpływem pracowników na emeryturę.

Jednym z europejskich trendów, który pojawił się wśród praktyk, jest przeciwdziałanie marnowaniu żywności. Praktyki pokazują działania podjęte przez duże sieci handlowe przy współpracy z organizacjami pozarządowymi, umożliwiającymi dotarcie do potrzebujących zarówno bezpośrednio – w postaci przekazania paczek żywnościowych, jak i pośrednio – w postaci przygotowania posiłków.

Znaczące jest pojawienie się wśród praktyk hackathonów, czyli wydarzeń skupionych na pozyskaniu przez firmy prototy-

pów rozwiązań i narzędzi. W hackathon może zaangażować się każdy, co pozwala firmom na otrzymanie rozwiązania określonego problemu bezpośrednio od interesariuszy.





Praktyki pokazują też stabilizowanie się współpracy w postaci długofalowych partnerstw firm z konkretnymi organizacjami. Widoczna jest wielopoziomowa współpraca z dużymi i rozpoznawalnymi podmiotami: Caritas, Federacją Polskich Banków Żywności, Stowarzyszeniem Wiosna z akcją „Szlachetna paczka” czy uniwersytetami trzeciego wieku.

Firmy są też gotowe na działania podejmowane pod wpływem nagłego zdarzenia. W rozdziale znaleźć można opis inicjatyw podjętych po nawałnicach, które przeszły nad Polską.

Ciągle popularne jest inicjowanie różnych zbiórek przez pracowników. Popularne są szczególnie te w okresie przedświątecznym, ale również wspierające schroniska dla zwierząt. Swoje akcje organizują krwiodawcy, łącząc je z rejestracją potencjalnych dawców szpiku. Ciekawym trendem w tym przypadku jest organizowanie działań skierowanych nie tylko do pracowników jednej firmy, ale też do innych pracowników – firm znajdujących się po sąsiedzku, współpracowników czy dostawców.

W tegorocznym Raporcie rozdział ten burzy stereotyp społeczności tylko jako biorców. Społeczność także daje – pomysły, rozwiązania problemów, wskazówki dotyczące rozwoju, ale przede wszystkim pracowników, bez których żadna firma nie będzie mogła funkcjonować. Pod tym względem część opisanych tu działań można przeanalizować jako długofalowe inwestycje w ludzi.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2017 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 180

AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA

W ramach programu „**Bank młodych mistrzów sportu**” **Bank Zachodni WBK** promuje wśród młodych ludzi ideę sportowej rywalizacji, aktywnego stylu życia i zasad fair play. Przyznał granty dla organizacji non profit na projekty sportowe dla młodzieży między 10 a 26 rokiem życia, wyłonione w konkursie. Wsparcie o łącznej kwocie 300 tys. zł otrzymało 60 organizacji.

 11243 

CCC oferuje **wsparcie szkółkom kolarskim**. Współpracuje z Miejskim Klubem Sportowym Polkowice (MKS Polkowice), który od 2013 roku specjalizuje się w szkoleniu dzieci i młodzieży w kolarstwie szosowym i górskim. Jest to największy klub szkolący dzieci i młodzież w Polsce. W 2015 roku w klasyfikacji klubowej MKS Polkowice zajął pierwsze miejsce w Mistrzostwach Polski Szkółek Kolarskich MTB. W całym sezonie 2017 w zajęciach uczestniczyła grupa 72 osób w wieku od 8 do 19 lat, 55 chłopców i 17 dziewczynek.

 6700 

Grupa Enea realizuje projekt sportowy **ENEA Akademia Sportu**, promujący aktywność fizyczną wśród dzieci i młodzieży. Działaniami Akademii były objęte 73 szkoły z województw wielkopolskiego, lubuskiego, kujawsko-pomorskiego i zachodniopomorskiego. 3,1 tys. dzieci skorzystało z zajęć sportowych pozalekcyjnych lub realizowanych na terenie partnerskich klubów sportowych. Częścią projektu jest Enea Liga Mini Piłki Siatkowej, która propaguje piłkę siatkową wśród dzieci i młodzieży.

 15081 

Z inicjatywy Polskiego Związku Narciarskiego i **Grupy Kapitałowej LOTOS** od 2004 roku prowadzony jest Narodowy Program Rozwoju Skoków Narciarskich „**Szukamy następców Mistrza**”. W program zaangażowane są wszystkie liczące się w Polsce kluby z sekcją skoków narciarskich i kombinacji norweskiej. W ramach programu organizowane są zawody z cyklu LOTOS Cup. Celem programu jest promocja skoków narciarskich oraz poszukiwanie największych talentów młodych skoczków. Wychowankowie programu reprezentują Polskę na najważniejszych międzynarodowych zawodach – m.in. Kamil Stoch, Maciej Kot, Dawid Kubacki, Jakub Wolny, Aleksander Zniszczoł oraz Klemens Murańka.

 4897 

W ramach programu „**Kumulacja aktywności**” realizowanego przez Fundację LOTTO, której fundatorem jest **Totalizator Sportowy**, organizowane są zajęcia sportowe dla gimnazjalistów mające na celu zachęcić młodzież do większej aktywności fizycznej. Od września do maja odbywają się trwające co najmniej 90 min bezpłatne zajęcia dla młodych uczestników (przynajmniej 48 zajęć). Program spotkań obejmuje m.in.: łucznicstwo, rugby, snowboard czy speed-ball. Scenariusze zajęć z gimnazjalistami zostały opracowane przez mistrzów sportu i mają charakter autorski. Co roku z zajęć korzysta do 2,5 tys. osób.

 1347 

Veolia Energia Polska w ramach programu **Sportowa Akademia Veolia** oferuje roczne stypendia młodym talentom sportowym w wieku 16–18 lat z województw mazowieckiego, łódzkiego, wielkopolskiego oraz powiatów chrzanowskiego i tarnogórskiego. Sportowa Akademia Veolia promuje edukację w zakresie szerokiego rozumienia marketingu sportowego oraz uczy współpracy z biznesem przy projektach sponsoringowych, podstaw public relations i zasad kontaktowania się z mediami w ramach kształtowania wizerunku sportowca.

 4000 

Celem akcji „**Dzieciaki do rakiet**” realizowanej przez **Bank BGZ BNP Paribas** i Polski Związek Tenisowy jest popularyzacja tenisa wśród dzieci i zachęcanie ich do aktywności fizycznej. Akcja wystartowała z cyklem dziesięciu letnich imprez plenerowych, z których łącznie skorzystało 3 tys. dzieci, ucząc się tenisa pod okiem trenerów. Od jesieni zajęcia tenisowe pojawiły się na lekcjach wychowania fizycznego w 50 szkołach podstawowych w całej Polsce.

 2016  7200 

„**Piłkarska przyszłość z LOTOSEM**” to projekt sportowo-społeczny prowadzony przez **Grupę Kapitałową LOTOS** we współpracy z Akademią Piłkarską Lechii Gdańsk. Jego celem jest szkolenie młodych piłkarzy trenujących w ośrodkach zamiejscowych Akademii, tak aby jak największa liczba zawodników z regionu trafiła do kadr wojewódzkich, młodzieżowych kadr Polski, do zespołów seniorskich najlepszych klubów piłkarskich. W ramach programu funkcjonuje 14 ośrodków w formie klubów partnerskich. Przeprowadzane są szkolenia dla trenerów, kupowany jest sprzęt treningowy i sportowy, organizowane są wspólne wyjazdy na obozy, przyznawane stypendia sportowe dla najzdolniejszych zawodników i dla tych w trudnej sytuacji materialnej.

 2013  4897 

Celem działań organizowanych przez **Fundację Rejs Odkrywców**, kierowanych przede wszystkim do podopiecznych ośrodków młodzieżowych, domów dziecka i świetlic socjoterapeutycznych, jest wsparcie dzieci na starcie w dorosłe życie. Aby poptłynąć w rejs, trzeba zrobić coś dla siebie (np. poprawić oceny albo zrealizować indywidualnie postawio-

ny cel) oraz coś dla innych – działać w wolontariacie. W ten sposób Fundacja **Jet Line** realizuje swoje cele: morskie wychowanie młodzieży, promowanie wolontariatu i postaw prospołecznych oraz przekazywanie dobrych wzorców pracy.



Od 2015 roku **Nestlé Polska**, w ramach partnerstwa z PZLA i MSiT w programie „**Lekkoatletyka dla każdego!**”, zachęca dzieci do aktywności fizycznej i edukuje w zakresie prawidłowego odżywiania i nawodnienia. W programie bierze udział prawie 130 tys. dzieci w całej Polsce. W 2017 roku wspólnie z partnerami i SGGW przeprowadzono badanie „#Zacznij od lekkiej”, którego celem było porównanie sposobu żywienia, stanu odżywienia oraz sprawności fizycznej dzieci w wieku 12–13 lat biorących udział w programie z tymi, które w nim nie uczestniczą. Projekt objął 500 dzieci z programu i 500 spoza niego. Wyniki projektu badawczego „#Zacznij od lekkiej” będą znane w 2018 roku.



BEZPIECZEŃSTWO NA DRODZE

„**Autostrada do szkoły**” to program społeczno-edukacyjny realizowany w gminach województw wielkopolskiego i lubuskiego przez **Autostradę Wielkopolską**. Dzięki specjalnej aplikacji uczniowie 50 szkół przenieśli się do wirtualnego świata, w którym rozwiązywali zagadki związane z bezpieczeństwem na drodze. Google pozwalały im poruszać się po wirtualnych drogach, a podczas zabawy uczyć zasad ruchu drogowego. W wybranych szkołach realizowane były dodatkowe elementy infrastrukturalne, mające na celu zwiększenie bezpieczeństwa dzieci w pobliżu szkół.



Producent pasz **De Heus** zajął się problem bezpieczeństwa dzieci z terenów wiejskich. W ramach programu „**Działamy i wspieramy**” pracownicy zgłaszali swoje pomysły na inicjatywy. Realizowane były te, które angażowały mieszkańców do wspólnego działania. Wykonane zostały m.in.: ogród doświadczeń, rajdy rowerowe, remonty sal i tworzenie bezpiecznych kącików oraz wydarzenia dotyczące bezpieczeństwa na drodze i w gospodarstwach rolnych. Dzieci dostały również elementy ochronne i odblaskowe. W 2017 roku zrealizowano osiem projektów na rzecz 2,8 tys. dzieci. Firma przeznaczyła na ten cel 300 tys. zł.



Grupa Raben promuje bezpieczeństwo drogowe wśród najmłodszych. Podczas wizyt kierowców w przedszkolach w ramach akcji „**Transport jest potrzebny**” dzieci mają

możliwość poznania ich pracy oraz roli transportu we współczesnym świecie. Mogą także zobaczyć z bliska ciężarówkę. Prezentowana jest również bajka transportowa, w której grają pracownicy Grupy Raben. W roku 2017 akcją zostało objętych około 3 tys. dzieci. Od 2011 roku przedstawiciele firmy spotkali się łącznie z ponad 15 tys. przedszkolaków i uczniów.



W trosce o bezpieczeństwo pieszych i rowerzystów, mieszkańców powiatu żnińskiego, Wspólnie – Fundacja **LafargeHolcim** przekazała policjantom **asortyment zwiększający bezpieczeństwo**. 1 tys. kamizełek odblaskowych oraz 1,5 tys. odblasków będzie rozdawanych przez policjantów w trakcie prowadzenia działań edukacyjnych.



We współpracy z Centrum Inicjatyw na rzecz Poprawy Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego **SumiRiko Poland** zrealizowała w Wolbromiu „**Road show – edukacja dotycząca bezpieczeństwa na drodze**” – multimedialny program edukacyjny skierowany do młodzieży powyżej 15 lat. 382 uczniów spotkało się z przedstawicielami Policji, Straży Pożarnej, Pogotowia Ratunkowego, ale także z ofiarami wypadków i rodzinami ofiar wypadków drogowych.



ANWIL organizuje akcję „**Odblaskiem po oczach**”, w ramach której od czterech lat wolontariusze – pracownicy firmy rozdają przedszkolakom i uczniom odblaski. Do tej pory przekazano łącznie 27 tysięcy opasek i kamizełek odblaskowych w 65 placówkach, w tym 37 przedszkolach publicznych i niepublicznych, 17 szkołach podstawowych i gimnazjach z Włocławka, a także 11 szkołach podstawowych z gmin ościennych.



Realizując wraz z ambasadorem akcji, kierowcą wyścigowym Kubą Giermaziakiem, projekt „**Jak Jeździsz**”, **Bank Zachodni WBK** promuje kulturę jazdy, odpowiednie poruszanie się po rondach oraz ideę udzielania pierwszej pomocy. W 2017 roku bank m.in. zorganizował z Wojewódzkim Ośrodkiem Ruchu Drogowego akcję, w ramach której przekazał 5 tys. kursantów edukacyjny poradnik *ABC młodego kierowcy*. 400 młodych kierowców wzięło udział w interaktywnym konkursie o bezpieczeństwie. Zorganizowano też edukacyjne eventy, opracowano interaktywny poradnik *Bezpieczne dziecko w podróży*, przygotowywany jest comiesięczny newsletter dla 35 tys. użytkowników floty banku. Do akcji dołączyło ponad 85 tys. fanów na FB.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Celem projektu interaktywnego „**Bezpieczne drogi z CEMEX. Uważaj Zuchu na auta w ruchu!**” jest poprawa bezpieczeństwa na drogach w miejscowościach, gdzie **CEMEX** prowadzi swoją działalność. Aktywnościami objęte są dzieci z przedszkoli i szkół podstawowych znajdujących się przy trasach transportu surowca z zakładów. Beneficjentami są dzieci oraz dorośli mieszkańcy miejscowości zlokalizowanych w pobliżu zakładów spółki.



Enea Operator, spółka z **Grupy Enea**, po raz siódmy współorganizowała akcję prewencyjną **Akademia Bezpiecznego Przedszkolaka**, której celem jest propagowanie bezpiecznego zachowania wśród dzieci podczas drogi do przedszkola i bezpiecznej zabawy, a także przekazanie zasad korzystania z urządzeń elektrycznych, zasad ruchu drogowego oraz wiedzy o innych zagrożeniach. Od grudnia 2016 roku do czerwca 2017 roku ponad 4 tys. dzieci oraz nauczycieli i dyrektorów z 32 placówek oświatowych z Poznania i powiatu poznańskiego, poprzez gry i zabawy z udziałem ponad 30 policjantów, uczyło się, jak należy zachowywać bezpieczeństwo w drodze, domu i przedszkolu.



Program „**LOTOS – Mistrzowie w pasach**” edukuje pasażerów samochodów w zakresie bezpieczeństwa i wypracowywania nawyku poprawnego zapinania pasów oraz doboru i montażu fotelików dla dzieci. Robi to poprzez inspekcje fotelików i pasów bezpieczeństwa organizowane na terenie całej Polski w formie pit-stopów na stacjach paliw należących do **Grupy Kapitałowej LOTOS**, lekcje bezpieczeństwa w szkołach i przedszkolach oraz seminaria edukacyjne pod hasłem „Bezpiecznie – chce się żyć!”.



Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe

edukuje w zakresie bezpieczeństwa osób poruszających się po lub przy drodze, zwracając uwagę na ich widoczność dla podróżujących pojazdami. Poprzez akcję „**Bądź widoczny – bądź bezpieczny**” firma pokazuje, że dobrej jakości materiały odbłaskowe mogą ratować życie. Odblaski są przekazywane głównie rowerzystom oraz dzieciom w przedszkolach publicznych.



Długofalowy program edukacyjny „**ORLEN. Bezpieczne drogi**” to inicjatywa **PKN ORLEN**. Ma on na celu uświadamianie społeczeństwu problemów i zagrożeń związanych z bezpieczeństwem ruchu drogowego oraz propagowanie właściwych zachowań.



DOBRY SĄSIAD

DB Schenker w ramach działań pod hasłem „**Zielona logistyka górą!**” zaprosił swoich interesariuszy do nowej siedziby Oddziału Zielona Góra w Starym Kisielinie. W spotkaniu wzięli udział przedstawiciele organizacji społecznych, lokalnych uczelni, środowiska biznesowego, w tym klienci DB Schenker z województwa lubuskiego. Podczas spotkania zaprezentowano nowy terminal i zaproszono sąsiadów do rozmowy na temat wspólnego działania i rozwiązywania potencjalnych problemów.



Fiat Chrysler Automobiles wspiera ważne inicjatywy kulturalne, sportowe i charytatywne organizowane w miastach, w których mieszczą się siedziba, zakład spółki i jej przedstawicielstwo handlowe. Współpraca z władzami miast Bielska-Białej i Tychów oraz powiatów bielskim i łężyńsko-bieruńskim opiera się na współdziałaniu stron i nastawiona jest na realizowanie wspólnych interesów. Co roku prezydent miast Bielska-Białej i Tychów przedstawiają firmie FCA Poland planowany na dany rok zakres inicjatyw, a zarząd firmy podejmuje decyzję dotyczącą zakresu i wymiaru finansowego uczestnictwa FCA w najważniejszych wydarzeniach z życia społeczności lokalnej.



Rozpoczynając swoją działalność w Lublinie, firma **IKEA Reatil** postanowiła zrealizować projekt związany ze zrównoważonym rozwojem, który będzie zaspokajał realne potrzeby mieszkańców i jednocześnie odzwierciedlał dobrosąsiedzką misję IKEA Lublin w praktyce. „**Projekt w sąsiedztwie**” poprzedził proces konsultacji z przedstawicielami mieszkańców Lublina i warsztaty. Proces bazujący na kluczowych zasadach dialogu społecznego trwał rok i zakończył się otwarciem nowej siedziby Kooperatywy Lubelskiej „Wspólna”. IKEA przeznaczyła 100 tys. zł na prace remontowe, wyposażenie oraz aktywności prowadzone w tej przestrzeni. Działanie współfinansowało miasto Lublin.



„**Przygarnij przestrzeń**” to autorski program Wspólnie – Fundacji **LafargeHolcim**. Fundacja łączy architektów i społeczność oraz wspiera ich grantami na realizację projektów. W 2017 roku Fundacja rozpoczęła drugą edycję programu, w której wyłoniono trzy miejscowości, które otrzymały grant w wysokości 20 tys. zł i w których zostały zrealizowane projekty.



ORLEN Discovery Camp to rodzinny piknik naukowy, który **PKN ORLEN** zorganizował dla mieszkańców Płocka. Było to połączenie dziesięciu stref tematycznych, które były dostępne dla gości przez cały dzień. Poza trzema strefami głównymi – czyli strefą technologiczną, strefą odkrywców i strefą ekologii – na uczestników imprezy czekała stre-

fa plockiego ZOO, strefa Zakładowej Straży Pożarnej PKN ORLEN, strefa chillout, dwie strefy dla najmłodszych, w tym ekoteatr, a także strefa lotów dronami oraz scena.



4980



Od 15 lat oddział **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** w Zielonej Górze prowadzi **salon wystaw**. W salonie odbywają się spotkania artystyczne, podróżnicze, edukacyjne oraz zbiórki charytatywne i akcje społeczne. Organizowane są również wystawy o różnym charakterze. Salon po gruntownej modernizacji technicznej przeprowadzonej w 2017 roku rozszerzył działalność edukacyjną dla zielonogórskich przedszkoli i szkół oraz osób starszych.



25271



Lotnisko Chopina w Warszawie, należące do **P.P. „Porty Lotnicze”**, od 2004 roku używa teren sąsiadującemu **Schronisku „Na Paluchu”**, na którym zlokalizowane są boksy z psami oraz pomieszczenie dla starych psów. Teren użyczony stanowi około 3% całego obszaru schroniska. Przy schronisku stworzono również nowy teren zieleni, jako zaczątek miniparku, który ma się stać miejscem spotkań zwierząt i ludzi.



1717



Spotkania w ramach **Forum Seniora** stanowią okazję do przedstawienia aktualnej sytuacji firmy Enea Elektrorownia Połaniec oraz zaznajomienia seniorów z **Grupą Enea**. Forum stwarza też seniorom przestrzeń do wypowiedzi. Zarząd Enei Elektrorowni Połaniec prezentuje seniorom bieżące informacje o działalności elektrorowni oraz o planowanych inwestycjach. Zwieńczeniem Forum jest wycieczka po elektrorowni w Połańcu.



15081



Drzwi Otwarte w elektrociepłowni w ramach Dni Energii Miasta Katowice są realizowane przez **TAURON Polska Energia** wspólnie z miastem Katowice. Promują energooszczędność. Podczas wydarzenia osoby zainteresowane miały możliwość zwiedzenia zakładu z przewodnikiem i zapoznania się ze specyfiką działania urządzeń ciepłowniczych. Uczniowie szkół średnich wzięli udział w seminarium edukacyjno-szkoleniowym, podczas którego mogli przedstawić swoje innowacyjne pomysły na ograniczenie smogu.



25542

„**DB Schenker jako preferowany sąsiad**” to dialog ze społecznościami lokalnymi, umożliwiający firmie poznanie ich ocze-

kiwań wobec niej oraz oceny jej działań. Badanie obejmuje mieszkańców okolic 17 terminali **DB Schenker**, przedstawicieli sąsiednich firm, władz lokalnych i organizacji pozarządowych, pracowników instytucji pomocy społecznej i instytucji naukowych oraz dziennikarzy. Na podstawie zebranych danych przygotowano raport ogólny dla całej firmy oraz raporty szczegółowe – dla każdego z oddziałów.



2010



2203



Program społeczny „**Aktywne sąsiedztwo**” to rozwijanie i kontynuacja dotychczasowego zaangażowania **Zakładu Utylizacyjnego** na rzecz społeczności lokalnych w okolicy. Inicjatywy skierowane są do mieszkańców czterech gdańskich dzielnic oraz graniczących z Gdańskiem miejscowości Kowale i Otomin. Inicjowane są akcje prospołeczne i edukacyjne, realizuje się też działania informacyjne na temat specyfiki funkcjonowania zakładu i wdrażanych rozwiązań dla bezpiecznego funkcjonowania.



2016



256

DZIAŁANIA CHARYTATYWNE I FILANTROPII

Realizacja projektu „**Ogrody polsko-niemieckie**” rozpoczęła się w 2017 roku i będzie przebiegać etapami do 2019 roku. Projekt, którego partnerem jest **PwC**, polega na rewitalizacji obszaru zieleni w warszawskim parku Skaryszewskim im. Ignacego Jana Paderewskiego. Poprzez przestrzenne połączenie kultur ogrodowych Polski i Niemiec powstaje symbol przyjaźni polsko-niemieckiej, który stanie się trwałym elementem warszawskiego krajobrazu parkowego. Projekt jest realizowany przez Ambasadę Niemiec, Miasto Stołeczne Warszawa, Fundację Współpracy Polsko-Niemieckiej oraz biznes.



5000



Idea akcji „**Our People Round The World**” zorganizowanej przez **Euro Bank** było pokonanie przez pracowników banku w ciągu czterech tygodni długości równika – 40 075 km. Kilometry mierzyła specjalna aplikacja, a pracownicy mogli je zbierać poprzez wybraną aktywność fizyczną. Bank przekazał kwotę odpowiadającą liczbie przebytych kilometrów wybranej w ogólnobankowym głosowaniu Fundacji Mam Marzenie. Zebrano 55 412 zł.



2884

W roku 2017 **ING Bank Śląski** został partnerem generalnym „**Biegnij Warszawo**”. Pracownicy banku przygotowali się do 10 km biegu na treningach zorganizowanych przez bank w 16 miastach w całej Polsce. Za każdego pracownika,



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

który ukończy bieg na 10 km i marsz na 5 km, bank przekazał pieniądze na rzecz Fundacji ING Dzieciom. W sumie przekazano 93,6 tys. zł na sfinansowanie projektów sportowo-edukacyjnych na rzecz dzieci i młodzieży.



Pracownicy **Mostostal Warszawa** biorący udział w projekcie „**MOST OF ALL Razem dla innych**” pokazali swoje sportowe pasje i podejmowali wyzwania w trzech dyscyplinach: chodzenie, bieganie oraz jazda na rowerze. Firma przeliczała przebyte kilometry na złotówki. Pracownicy pokonali wspólnie 18 tys. km. Firma nawiązała współpracę z Ośrodkiem Pracy Pozaszkolnej nr 3 prowadzącym program edukacyjny dla dzieci, które mają utrudniony dostęp do wiedzy. Zebrane pieniądze przeznaczone na dodatkowe zajęcia w ośrodku. Ich program uwzględniał zajęcia z robotyki oraz lekcje dla małych chemików. Działanie realizowane było w partnerstwie z Fundacją Rozwoju Edukacji Małego Inżyniera.



Polpharma pod koniec 2016 roku stworzyła specjalną platformę **Inpulse**, na której organizowane są sportowe wyzwania charytatywne i indywidualne. Każdy pracownik może złożyć specjalne konto, na którym zbiera swoje aktywności sportowe. Są one następnie przeliczane na punkty. Do tej pory zainicjowano cztery wyzwania indywidualne oraz trzy charytatywne, dzięki którym zorganizowano zimową wycieczkę do Krakowa dla wychowanków z domów dziecka, wsparło Fundację Pomorze Dzieciom oraz schroniska dla zwierząt w Korabiewicach, Starogardzie Gdańskim i Nowej Dębie.



W ramach **świętecznej akcji charytatywnej ANG Spółdzielnia** postanowiła odstąpić od zorganizowania corocznej imprezy dla partnerów biznesowych. Równowartość wydatków związanych z organizacją spotkania, kwotę 30 tys. zł, przeznaczono na pomoc charytatywną. Do akcji zachęcono gości, którzy mieli pojawić się na imprezie. Kwotę mogli dowolnie rozdyktować na trzy zaproponowane organizacje: Stowarzyszenie „mali bracia Ubogich”, Fundację Hospicjum Onkologiczne lub Zwierzochron.



W ramach programu „**Wspieram cały rok**” każdy pracownik **Banku BGŻ BNP Paribas** może złożyć deklarację comiesięcznego odpisu od pensji określonej przez siebie kwoty na cele społeczne. Zebrane środki przeznaczane są na wsparcie stypendystów programu „Klasa” Fundacji BGŻ BNP Paribas oraz wybieranej corocznie organizacji społecznej. Pierwszą organizacją roku, którą wybrali pracownicy, jest Stowarzyszenie „mali bracia Ubogich”. Darczyńca może przekazywać swoje wpłaty na oba cele lub wskazać jeden z nich.



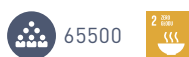
Carrefour Polska przyłączył się do akcji „**Bezdomni dla bezimiennych**”, polegającej na porządkowaniu grobów nieznanymi zmarłymi, którą z okazji Dnia Wszystkich Świętych zorganizowała Fundacja Kapucyńska. W ramach akcji bezdomni posprzątaли blisko 200 grobów na cmentarzu w Antoninowie. Przedstawiciele firmy zachęcali dostawców sieci do wzięcia udziału w przedsięwzięciu. Chryzantemy przekazała Hodowlana Rolnicza Spółdzielnia „Dawidy”, a firma Kaj podarowała znicze. Carrefour przekazał dodatkowo produkty na spotkanie bezdomnych z okazji Pierwszego Międzynarodowego Dnia Ubogich.



Akcja „**Shoebox**” zorganizowana przez **Cognifide Polska** polegała na zbiórce kosmetyków i produktów do makijażu, które ma się w domu, ale się ich nie używa – nietrafionych prezentów, próbek, gratisów, nieprzemysłanych zakupów. Zbiórka trwała w lutym, 8 marca wolontariusze zapakowali artykuły w pudełka po butach. Stworzono 160 zestawów, które następnie trafiły do kobiet znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej w Domach Samotnej Matki i Centrach Interwencji Kryzysowej.



Jeronimo Martins Polska, właściciel m.in. sieci Biedronka, realizuje **działania w partnerstwie z Caritas w Polsce**. Z okazji Dnia Dziecka co roku Biedronka wspólnie z Caritas organizuje Ogólnopolski Festyn Rodzinny „Bądźmy razem”. W 2017 roku w ramach festynu przekazano potrzebującym 70 tys. paczek. Firma jest również partnerem „Spizarni Caritas”, programu niemarnowania żywności. W 2017 roku zebrano ponad 528 tys. kg produktów, a pomocą objętych zostało około 8720 osób. Firma przeznaczyła również część zysków ze sprzedaży maskotek na zakup samochodów do przewozu żywności. Zakupiono pięć aut, a kolejne dwa zostały przekazane w formie darowizny.



Leroy Merlin wsparło poznańską akcję **pomocy dla ośmiu polskich rodzin ewakuowanych z Mariupola** z Ukrainy, które znalazły nowy dom w stolicy Wielkopolski. W inicjatywę wzięły udział wszystkie poznańskie sklepy Leroy Merlin, łącznie z nowo powstającym sklepem w centrum handlowym Posnania, którego dyrektor Andrzej Binert koordynował działania wspierające ze strony Leroy Merlin. Przy przygotowywaniu mieszkań współpracowano z Urzędem Miasta.



„**Drugie życie odzieży**” to inicjatywa realizowana przez powołaną przez **Pelion DOZ** Fundację wspólnie z łódzkim Towarzystwem Brata Alberta. Przez cały 2017 rok organizowane były zbiórki odzieży oraz innych niezbędnych rzeczy, które mogły się przydać osobom bezdomnym zaczynającym nowe życie. W ramach akcji zebrano 2893 sztuk odzieży zarówno dla mężczyzn oraz kobiet, jak i dzieci.



Sodexo Polska On-site Services realizuje kampanię „**Stop Hunger**”, której elementem jest akcja „**Servathon**”, w ramach której przez miesiąc wszyscy pracownicy Sodexo przekazują żywność na rzecz potrzebujących. Do akcji włączają się również klienci oraz dostawcy. W Polsce odbiorcami zebranych produktów są Banki Żywności. W 2017 roku pracownicy firmy zgromadzili łącznie ponad 600 kg żywności, co przelożyli się na 1,2 tys. porcji posiłków dla potrzebujących (wg wskaźników opracowanych przez Stop Hunger Initiative).



Lyreco Polska kilka lat temu utworzyło fundację **Lyreco for Education**. Środki na fundację zbierane są wśród klientów i dostawców Lyreco oraz wśród pracowników w ramach akcji charytatywnych. Akcje kierowane są do najbardziej potrzebujących rejonów świata. Działania skupiają się na odbudowie i odnowie budynków szkolnych, podniesieniu jakości nauczania, zwiększeniu zaangażowania rodziców oraz na zapobieganiu zniszczeniom powodowanym przez trąby powietrzne. Praktyka realizowana jest w partnerstwie z NGO Care.



Pelion w ramach inicjatywy „**Apteczki pierwszej pomocy**”, realizowanej przez DOZ Fundacja wspólnie z Wydziałem Edukacji Urzędu Miasta Łodzi, wybrał 170 łódzkich szkół, którym przekazano apteczki zawierające bandaże i opatrunki dla dzieci.



Współpraca z plocką szkołą podstawową w zakresie edukacji dzieci i młodzieży była przez **PKN ORLEN** realizowana w trzech odstonach. Przedstawiciele firmy przygotowali w szkole zajęcia na temat dronów i wirtualnej rzeczywistości, pracownicy PKN ORLEN z obszaru informatyki zaangażowali się w Festiwal Nauki zorganizowany przez SP nr 6, a także poprowadzili zajęcia dla uczniów na temat druku 3D. Firma objęła też patronatem medialnym książkę pt. *Czarny kot w walce* autorstwa Lucyny Matolepszej, polonistki i wicedyrektorki szkoły.



Zespół wolontariuszy z **Solski Communications** zorganizował wernisaz wystawy i aukcję obrazów młodych niepełnosprawnych intelektualnie twórców należących do kół malarskiego przy Zespole Szkół Specjalnych nr 105 w Warszawie. W 2017 roku zebrano ponad 10 tys. zł, które zostały przekazane na funkcjonowanie kół malarskiego przez kolejne lata.



Grupa Adamed w ramach programu „**Adamed dla Seniora**” wspiera aktywizację osób w podeszłym wieku. Program składa się z partnerstw podczas imprez organizowanych dla seniorów, strategicznego partnerstwa Ogólnopolskiego Porozumienia Uniwersytetów Trzeciego Wieku oraz ogólnopolskiego konkursu dla organizacji wspierających aktywizację osób starszych, których celem jest wzmocnienie uczestnictwa osób starszych w życiu lokalnych społeczności.



„Gazeta Wyborcza”, należąca do **Grupy Agora**, zaangażowała się w akcję pomocy osobom starszym. „**Koperta życia**” to formularz z najważniejszymi danymi osobowymi i medycznymi właściciela, który wypełnia się i chowa do oznaczonej specjalną naklejką lodówki. Ma on za zadanie pomóc służbom medycznym, policyjnym czy strażackim w jak najszybszym pozyskaniu informacji na temat osoby potrzebującej pomocy, zwłaszcza starszej, mieszkającej samotnie. „Koperta życia” została dołączona do wydania gazety z 10 marca 2017 roku dzięki współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Śląskiego i Urzędem Miasta Krakowa. Gazetę wydrukowano w nakładzie 292 tys. egzemplarzy.



DOZ Fundacja wspólnie z DOZ S.A. – spółką należącą do Grupy **Pelion**, w okresie przedświątecznym przeprowadziła pilotażową akcję „**Pomagaj z nami**”, zachęcającą do wspólnego pomagania starszym pacjentom aptek. Opracowana została lista produktów, które są potrzebne w Domach Pomocy Społecznej, które klienci mogli kupić, robiąc zakupy produktów dla siebie, i przekazać do oznaczonych pudełek. Środki zebrane w ramach akcji przekazane zostaną do siedmiu Domów Pomocy Społecznej.



Nie każdy może spędzać święta w domu, z rodziną. Firma **ArtGroup** zdecydowała się podjąć działanie „**Pokój na święta**”, mające na celu umilenie pobytu najmłodszym pacjentom szpitali. Akcja rozpoczęła się od zaprojektowania postaci, które stały się następnie inspiracją dla opowieści stworzonych przez dzieci. Pracownicy firmy zostali lektorami i nagrali powstałe historie. Postacie z napisanych bajek zamieszkały na ścianach oddziału dziecięcego w szpitalu w Rydułtowach. Interaktywne naklejki umożliwiają małym pacjentom wysłuchanie fragmentów dotyczących każdej z postaci za pomocą smartfona. Działanie realizowane było w partnerstwie ze stowarzyszeniem Ruch Wspierania Inicjatyw Społecznych U'RWIS z Gaszowic oraz Radiem 90.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Niepełnoletnie matki, wychowanki placówek resocjalizacyjnych, mogą mieć odbierane prawa do opiekowania się własnym dzieckiem. **BANDI Cosmetics** chce zainteresować opinię publiczną dramatem młodych dziewcząt i ich dzieci. W ramach projektu „**Czytamy dla mamy**” grupa blogerów pod kierunkiem pisarki Sylwii Chutnik pisze powieść. Co miesiąc ukazuje się nowy odcinek. Cała książka zostanie wydana we wrześniu 2018 roku. Dochód ze sprzedaży przeznaczony zostanie na wsparcie Fundacji po Drugie w budowie pierwszego w Polsce ośrodka dla nieletnich matek, w którym będą one mogły opiekować się swoimi dziećmi i uczyć się samodzielnie żyć.



Promocja Raportu Odpowiedzialnego Biznesu **Banku Zachodniego WBK** połączona została z **projektem społecznym** opartym na gamifikacji, w którym uczestniczyli klienci i pracownicy banku. Osiągnięcie określonego progu punktowego skutkowało przekazaniem środków finansowych Karkonoskiemu Stowarzyszeniu Pomocy Dzieciom i Rodzinie „Nadzieja” w Jeleniej Górze. W ramach akcji odbyła się renowacja obiektu, w którym mieszka w sumie 111 dzieci. Część prac wykonali wolontariusze firmy.



Capgemini Polska w ramach „**Odpowiedzialnych świąt**” podziękowało pracownikom za zaangażowanie poprzez społeczne gadżety marketingowe. Zakupione zostały ręcznie wykonane przedmioty przygotowane przez osoby z niepełnosprawnością intelektualną, podopiecznych Stowarzyszenia Ognisko. Gadżetami były również płócienne torby z interpretacjami siedmiu wartości Capgemini, zilustrowane przez podopiecznych organizacji partnerskich z sześciu miast: Wrocławskiego Hospicjum dla Dzieci, Stowarzyszenia Ognisko w Krakowie, Fundacji Gniazdo w Katowicach, Fundacji Atelier w Warszawie, Przedszkola Polne Kwiatki w Poznaniu i Fundacji Synergia w Opolu.



Pracownicy **Fujitsu Technology Solutions** zaangażowali się w **działania na rzecz podopiecznych Fundacji Gajusz**, wspierającej rodzeństwo dzieci chorych na raka. Firma co miesiąc organizowała warsztaty kulinarne dla dzieci. Dodatkowo zorganizowała paintball, w którym udział wzięły drużyny ojców z Fundacji i ojców z firmy. W 2018 roku firma planuje objąć swoimi działaniami również inne organizacje.



Projekt „**Dobra energia ponad granicami**” zorganizowany przez **Grupę Enea** został oparty na trzech filarach: możliwości wyjazdów edukacyjnych dla uczniów polskich szkół na Litwie do Polski, wsparcia dokształcania kadry pedagogicznej z polskich szkół na Litwie oraz zbiórki i zaopatrzenia bibliotek polskich szkół we współczesną literaturę polską dla dzieci i młodzieży. We współpracy z Caritas Archidiecezji Poznańskiej zorganizowano 12-dniowy pobyt w Polsce

50-osobowej grupy uczniów z polskich szkół w Wilnie wraz z opiekunami.



Z okazji **Dnia Dziecka** razem z katowicko-bielskim wydaniem należącej do **Grupy Agora** „Gazety Wyborczej” można było kupić specjalną lnianą torbę-kolorowankę. Dochód ze sprzedaży torb z hasłem „Niosę dobro” wsparł działalność Domu Aniołów Stróżów – stowarzyszenia, które w Katowicach i Chorzowie prowadzi placówki dla dzieci i młodzieży z trudnych środowisk. Produkcję 3 tys. torb sfinansował Urząd Miejski w Chorzowie. W sobotę, 3 czerwca 2017 roku, ogólnopolskie wydanie „Gazety Wyborczej” ukazało się z okładką – reklamą Toyoty. Dochód z akcji wsparł podopiecznych Fundacji z Pompą, działającej na rzecz wsparcia Oddziału Hematologii Dziecięcej gdańskiego Uniwersyteckiego Centrum Klinicznego.



Program wsparcia dla rodzicielstwa bliskości „EMOstrefy” powstał w **Laboratorium Kosmetycznym Dr Irena Eris**. Jego celem jest wsparcie i promocja rodzicielstwa i bliskości szczególnie w sytuacjach, w których jest to utrudnione – np. w czasie hospitalizacji dziecka czy pobytu noworodka w inkubatorze. W ramach programu część dochodu ze sprzedaży kosmetyków marki EMOTOPIC przekazywana jest na produkcję foteli do kangurowania oraz rozkładanych łóżek. Sprzęt ten przekazywany jest na oddziały dziecięce i neonatologiczne dla rodziców czuwających przy łóżkach i inkubatorach swoich dzieci. Od 2016 roku udało się otworzyć 38 EMOSTREF w 23 szpitalach w 19 miastach w Polsce. Przekazano 19 foteli do kangurowania oraz 49 rozkładanych łóżek dla rodziców.



Z okazji świąt Wielkanocy w sklepach **Leroy Merlin** w całej Polsce zostały zorganizowane **warsztaty wielkanocne**, w których wzięło łącznie ponad 1 tys. dzieci. Podczas warsztatów najmłodszy mogli nauczyć się nowych technik zdobienia dekoracji świątecznych, poznać polskie tradycje związane ze świętowaniem tych dni, a także spróbować swoich sił w konkursach.



LPP w ramach działań „**#LPPwspiera**” oferuje pomoc potrzebującym w swoim bezpośrednim otoczeniu. Współpracuje z Fundacją Hospicyjną – w ostatnim roku przekazała stypendia dla 42 podopiecznych Funduszu Dzieci Osieroconych, Caritas Polska, Fundacją Rodziny Gdańsk, Domem Samotnej Matki i Dziecka oraz innymi partnerami społecznymi, przekazując darowizny rzeczowe. Firma nie pozostaje obojętna również w przypadku sytuacji losowych, takich jak sierpniowe nawałnice, która nawiedziły Kaszuby oraz Bory Tucholskie. Firma przekazała ubrania oraz karty podarunkowe dzieciom z terenów objętych kataklizmem. Pracownicy LPP organizują oddolne zbiórki oraz uczestniczą

w działaniach organizowanych przez firmę. Dzięki różnym akcjom udało się zebrać kwotę 117 tys. zł, która została przekazana na wsparcie pracowników i ich bliskich zmagających się z ciężkimi chorobami. W roku 2017 w ramach darowizn rzeczowych i pieniężnych LPP przekazało łącznie prawie 2 mln zł.



T-Mobile Polska włączył się do akcji „Winterization” prowadzonej przez Unicef Polska. W ramach inicjatywy „**Pomóżmy dzieciom przetrwać zimę**” na świąteczne spotkanie firmy biletem wstępu była cegietka, z której przychód został przekazany potrzebującym dzieciom. W akcji wzięto udział ponad 2,5 tys. pracowników, a dzięki zebranym środkom zakupiono 7 tys. koców dla dzieci w Syrii.



ArcelorMittal Poland organizuje **akcje charytatywne dla bezdomnych zwierząt**, a wolontariusze firmy pomagają w schroniskach. We współpracy ze stowarzyszeniem Nadzieja na Dom firma opiekuje się wolno żyjącymi na terenie huty kotami. Wspiera również krakowską fundację SARIGATO zajmującą się problemem bezdomnych zwierząt. W roku 2017 firma wsparła siedem schronisk oraz pomogła 50 kotom.



W ramach **współpracy ze Schroniskiem „Na Paluchu”** podopieczni schroniska wystąpili w sesji zdjęciowej do jednego z jesiennych katalogów **Carrefour Polska**. W katalogu, którego nakład wynosi kilka milionów egzemplarzy, podano imiona wszystkich zwierząt, ich wiek oraz cechy charakterystyczne. Na zdjęciach każdy pies podpisany był numerem umożliwiającym odnalezienie go w schronisku w przypadku chęci adopcji. W ramach doraźnego wsparcia przekazano na rzecz Schroniska „Na Paluchu” akcesoria dla zwierząt, legowiska, zabawki, smycze i karmę, oraz 1% z obrotu ze sprzedaży jesiennej kolekcji marki TEX.



Grupa pracowników Animal Support z **EY Global Services** organizuje regularne **zbiórki dla zwierząt** – podopiecznych Towarzystwa Opieki nad Zwierzętami we Wrocławiu oraz Fundacji Koci Zakątek. Podczas dwutygodniowych akcji pracownicy EY uczestniczą w zbiórce środków finansowych, karmy, kocy i ręczników.



Zespół Centrum Rekrutacyjnego **InterKadra** z Gdańska zdecydował się **wesprzeć lokalne schronisko**. Zorganizowano

zbiórkę rzeczy dla podopiecznych „Promyka” – Schroniska dla Bezdomnych Zwierząt w Gdańsku-Kokoszkach. Zebrano postania (koce i ręczniki), pełnowartościową karmę mokrą i suchą oraz zabawki, smycze i obroże.



Centrum Lokalizacji CM co roku uruchamia program stypendialny „**Najpierw edukacja**”, który ma na celu podnoszenie jakości kształcenia w szkołach ponadgimnazjalnych, a także rozwijanie postaw prospołecznych. Firma współpracuje również ze świetlicą terapeutyczną, na rzecz której działają wszyscy pracownicy. Są oni pomysłodawcami wydarzeń organizowanych dla dzieci oraz biorą w nich czynny udział.



Fundacja Grupy **Eurocash** przekazała **stypendia uzdolnionej młodzieży** – dzieciom pracowników i współpracowników Grupy. Wsparcie otrzymało 144 uczniów i studentów wyróżniających się wynikami w nauce i aktywnością społeczną.



„**Agrafka Agory**” to partnerski program Fundacji **Agory** i Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce. Jego celem jest wsparcie organizacji pozarządowych prowadzących programy stypendialne oraz promocja tematyki stypendiów edukacyjnych na terenach wsi i mniejszych miast. W 11. edycji Programu w roku akademickim 2016/2017 Fundacja wsparła 10 organizacji na łączną kwotę 68,4 tys. zł. Stypendia o łącznej kwocie 153 780 zł otrzymało 45 najlepszych studentów.



Enea Akademia Talentów to program stypendialny skierowany do utalentowanych uczniów oraz program grantowy skierowany do szkół. Program obejmuje obszar, na którym działają spółki z **Grupy Enea**. Najbardziej utalentowani uczniowie rywalizowali o stypendia w wysokości 3 tys. zł. W gronie zwycięzców znalazło się 22 młodych ludzi. Szkoły z najciekawszymi projektami edukacyjnymi miały możliwość otrzymania na ich realizację grantów w wysokości 10 tys. zł. Wsparcie otrzymało dziewięć szkół.



Henkel Polska i Fundacja „Przyjaciółka” po raz dziesiąty przyznały stypendia naukowe uczniom będącym wychowankami domów dziecka w ramach programu „**Wiem, że warto się uczyć**”. Celem programu jest wyrównywanie szans dzieci z placówek opiekuńczych poprzez niwelowanie różnic w dostępie do edukacji. We wszystkich dotychczasowych



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

edycjach wsparcie wysokości 385 tys. zł otrzymało ponad 300 wyróżniających się uczniów.



Polska Grupa Zbrojeniowa uruchomiła program stypendialny dla studentów Akademii Sztuki Wojennej, umożliwiający wyonienie utalentowanych młodych ludzi, którzy chcą tworzyć innowacyjne rozwiązania dla polskich firm odpowiadających za bezpieczeństwo narodowe oraz wspierać ich rozwój. Program skierowany jest do 10 najlepszych studentów studiów stacjonarnych I i II stopnia.



W ramach projektu „Dotłącz do naszej paczki” firma **Allegro.pl** stworzyła system pomocy „Szlachetnej paczce” online. Uzyskała od organizacji bazę 130 rodzin z województwa lubelskiego, regionu o niższym współczynniku pomocy. Na stronie szlachetnapaczka.allegro.pl zamieszczała historie każdej z rodzin, wraz z listą jej potrzeb. Użytkownik, logując się, mógł wybrać przedmiot z listy, kupić go na Allegro oraz wskazać drugi, za który płaciła firma. Zarówno użytkownicy, jak i firma w ramach działań zakupili po 1083 produktów. W akcji wzięło aktywny udział 12 442 użytkowników.



InterKadra włącza się czynnie w pomoc dla najuboższych i najbardziej potrzebujących przez organizację paczek świątecznych w ramach akcji „Szlachetna paczka”. W roku 2017 pracownicy przygotowali 21 paczek dla rodzin.



Pracownicy **Kuehne + Nagel** co roku angażują się w zbiórkę produktów przeznaczanych na rzecz potrzebujących rodzin w ramach akcji „Szlachetna paczka”. Dzielą się produktami z listy potrzebnych artykułów oraz wspólnie udają się na zakupy.



PwC wspiera na wielu płaszczyznach Stowarzyszenie WIOSNA, organizatora „Szlachetnej paczki”, organizację pro publico bono. Biuro PwC w Krakowie robi to głównie poprzez audyt finansowy, pracownicy firmy są wolontariuszami „Szlachetnej paczki”, zespoły pracowników PwC przygotowują paczki świąteczne dla wybranych rodzin – w 2017 roku w akcję włączyło się 1370 pracowników PwC, zbierających dary dla 17 rodzin. Szacowana wartość zebranych w 2017 roku w PwC rzeczy to łącznie 55 tys. zł.



W ramach akcji **Tydzień od Czapy Skanska w Polsce** wspierała „Szlachetną paczkę”. Na budowach i w biurach

regionalnych spółki biurowej Skanska rozdano ok. 1 tys. czapek Mikołaja, a każda czapka noszona w trakcie akcji przez jedną osobę to 10 zł, które zostało przekazane potrzebującej rodzinie.



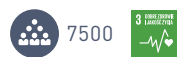
Akzo Nobel Decorative Paints kontynuowała współpracę z Centrum Onkologii w Warszawie w odnawianiu pomieszczeń. W ramach akcji „Kolorowe szpitale” odnowione zostały korytarze prowadzące do sali rehabilitacyjnej oraz poczekalnia, w której codziennie przebywa ok. 400 pacjentów. W akcji wzięło udział ok. 100 wolontariuszy, zarówno pracowników firmy, jak i osób z zewnątrz. Razem z fundacją Rak & Roll zorganizowano dodatkowo świąteczne warsztaty dla pacjentów.



Co roku w **IKEA Retail** w Katowicach odbywa się Talent Week. W roku 2017 po raz pierwszy przygotowano go na bazie gry, w której pracownicy zbierali punkty za każdą aktywność, w której wzięli udział. Dział, który najliczniej uczestniczył w grze, wygrał możliwość wyboru jednego z pięciu projektów zaangażowania społecznego do realizacji. Zwyciężyła grupa projektantów wnętrz, która wybrała do realizacji projekt fundacja ISKIERKA – wyposażenia odnowionej świetlicy na oddziale Hematologii i Onkologii Dziecięcej SPSK nr 1 w Zabrze. Na oddziale stale przebywa ok. 30 pacjentów.



Polpharma wspólnie z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę podjęła działania mające na celu wsparcie rodziców chorych dzieci przebywających na oddziałach szpitalnych. Na Oddziale Rehabilitacji Neurologicznej w Centrum Zdrowia Dziecka oraz w trzech klinikach Uniwersyteckiego Centrum Klinicznego w Gdańsku małym pacjentom i ich rodzinom lub opiekunom zapewniono pomoc psychologiczną i prawną oraz wsparcie wolontariuszy, umożliwiono im także kreatywne spędzanie czasu. W ramach inicjatywy „Wyspa spokojnych rodziców” stworzono specjalne interaktywne punkty informacyjne w szpitalach i opracowano *Poradnik spokojnego rodzica*, dostępny na oddziałach szpitalnych, zawierający pakiet przydatnych informacji dla rodziców.



Celebrując Światowy Dzień Wcześniaka, Pampers, marka **P&G**, zainaugurowała społeczną kampanię „#SiłaMaluszków”. W ramach kampanii marka Pampers rozpoczęła bezpłatne przekazywanie do szpitali na oddziały neonatologiczne w całej Polsce pieluszek Pampers Preemie Protection, które zostały stworzone przez naukowców z firmy we współpracy z pielęgniarkami z Oddziału Intensywnej Terapii Noworodka. Najmniejsze pieluszki P3, odpowiednie dla wcześniaków ważących poniżej 800 g, są trzy razy mniejsze od Pampers Newborn w rozmiarze 0. Pieluszki P3 to efekt trzech lat pracy zespołów Pampers z działu rozwoju produktu i badań konsumentów. Opracowanie nowego produktu zajęło ponad 10 tys.

godzin badań na trzech kontynentach we współpracy z ponad 100 pielęgniarkami z OITN. We wspólnej kampanii społecznej Pampers i Fundacja Wcześnień Rodzice – Rodzicom zachęcały też do zamieszczania na Facebooku marki Pampers zdjęcia swojego dziecka, co zwiększało wsparcie na rzecz zdrowego rozwoju wcześniaków: Każde zdjęcie = 1 złotówka przekazana przez markę Pampers na rzecz Fundacji.



Dary dla kliniki „Przyłodek Nadziei” to akcja zorganizowana w **Volkswagen Motor Polska**, w ramach której pracownicy zaangażowali się w zbiórkę upominków z okazji Dnia Dziecka. Obdarowane zostały dzieci z wrocławskiej kliniki „Przyłodek Nadziei”, walczące z chorobą nowotworową.



Aquanet przekazuje środki organizacjom pozarządowym na podstawie organizowanych **charytatywnych konkursów ofert**. Co roku ogłasza od dwóch do czterech konkursów na różne tematy. W latach 2011–2016 przeznaczona na ten cel została 1,63 mln zł. W 2017 roku firma określiła priorytety zaangażowania społecznego, które jasno definiują kierunki wsparcia. Pozwala to lepiej i efektywniej wspierać organizacje pozarządowe i ich beneficjentów.



W ramach obchodów 20-lecia firma **Castorama Polska** zorganizowała akcję **„Razem damy radę”**. Firma odwiedziła 10 miast, w których jej pracownicy spotkali się z klientami i informowali ich, jak ulepszyć swoje otoczenie. W każdym z miast zaproponowane zostały trzy inicjatywy, których realizacja miała pozytywnie wpłynąć na życie lokalnych społeczności. Najlepsze projekty zostały wybrane przez mieszkańców w głosowaniu. Zrealizowano 10 inicjatyw społecznych w 10 miastach.



W ramach **dialogu społecznego Grupy Żywiec** wspólnie z lokalnymi organizacjami pozarządowymi i przedstawicielami władz wypracowane zostały obszary istotne dla mieszkańców. Stały się one obszarami tematycznymi do realizacji projektów konkursu grantowego Funduszu Społecznego Grupy Żywiec. Przeznaczono 180 tys. zł na sfinansowanie 20 projektów w Żywcu, Warce, Leżajsku i Elblągu.



SAGOSKATT to **edycja zabawek IKEA Retail** zaprojektowanych przez dzieci z całego świata. Cały dochód ze sprzedaży kolekcji jest przekazywany na wsparcie rozwoju dzieci.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Dodatkowo co roku sklepy przekazują zabawki zakupione przez klientów polskimi lokalnymi organizacjom wspierającym dzieci. Do tej pory IKEA Foundation przekazała 45 mln euro na projekty wspierające dzieci na całym świecie.



„Fajne Granty T-Mobile” to program grantowy promujący naukę programowania oraz nowe technologie. Do udziału w projekcie **T-Mobile Polska** zaprosił organizacje pozarządowe, szkoły oraz osoby fizyczne, które na co dzień promują działania związane z kodowaniem. W trwającym miesiącu naborze zgłoszonych zostało 286 wniosków. Przyznano pięć grantów o wartości 10 tys. zł, 26 grantów o wartości 5 tys. zł oraz 14 grantów o wartości 2 tys. zł.



W 2017 roku **Wawel** uruchomił program **„Serce rośnie”**, angażujący konsumentów we wsparcie szczytnych celów organizacji biorących udział w programie, poprzez rejestrację kodów z opakowań produktów Wawel. Rejestracja kodów z opakowań odbywa się za pomocą specjalnej strony internetowej. W momencie rejestracji kodu konsument wskazuje określone środki finansowe, które przekazuje na wirtualne konto organizacji charytatywnych biorących udział w programie.



Pracownicy gorzowskiego oddziału **ENERIS Ochrona Środowiska** zainicjowali zbiórkę surowców na rzecz **odbudowy spalanej wieży gorzowskiej katedry** – jednego z symboli miasta. Została ona zniszczona w lipcowym pożarze. Pracownicy firmy wyszli z inicjatywą zbiórki surowców wtórnych, z których cały zysk przeznaczony zostanie na fundusz odbudowy gorzowskiej katedry. Dotychczas zebrano około 2 tys. kg surowców. Pracownicy nieodpłatnie odebrali odpady po pożarze oraz podjęli współpracę z archeologami z Muzeum Lubuskiego, aby zabezpieczyć pochodzące z zabytku pozostałości.



Carrefour Polska zaangażował się w **pomoc dla poszkodowanych w nawałnicach na Pomorzu**. Od 12 sierpnia, dzięki zaangażowaniu pracowników sklepu w Chojnicach oraz hojności dostawców, przekazano poszkodowanym doraźną pomoc, m.in.: zapasy wody, pieczywa, konserw, artykułów higienicznych, naczyń jednorazowych. Zapewniono także dodatkowe dostawy łatek i ładowarek. Pomoc trafiła do mieszkańców miejscowości Ryteł, Mała Cerkiew, Sośno oraz Lotyń.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Grupa Radiowa Agora zorganizowała akcję charytatywną, której celem było pozyskanie środków na **wsparcie mieszkańców Wysokiej Zaborskiej**, wsi spustoszonej przez nawałnicę. Radio TOK FM, Radio Złote Przeboje, Radio Pogoda i Rock Radio, należące do **Grupy Agora**, prowadziły zbiórkę na rzecz poszkodowanych rodzin. W ciągu 10 dni udało się zebrać 282 tys. Na konto Gminy Brusy trafiło 15 tys. zł – dochód ze specjalnego bloku reklamowego. Grupa ufundowała również kontener mieszkalny dla jednej z najbardziej poszkodowanych rodzin.



Grupa Enea wsparła samorządy **poszkodowane przez nawałnice** z obszaru działania Grupy Enea. W ramach akcji Fundacja Enea przekazała prawie 1 mln zł 11 gminom: Chojnice, Brusy, Czersk, Tuchola, Damastówek, Borek Wlkp., Sośno, Mieliszyn, Czerniejewo, Krzykosy, Nowe Miasto nad Wartą. Wsparcie zostało udzielone na cele wskazane przez samorządy, m.in. remonty i odbudowę infrastruktury, doposażenie Ochotniczych Straży Pożarnych i wyjazdy dla dzieci ze zniszczonych przez nawałnicę terenów w ramach tzw. zielonych szkół.



Przykład **wykorzystywania dronów w zarządzaniu kryzysowym** pokazała firma **PWC**. Zespół PwC Drone Powered Solutions zorganizował oblot dronami, aby zebrać szczegółowe dane na obszarze dotkniętym nawałnicami w sierpniu 2017 roku. Pozyskane w ten sposób dane, wykorzystujące zaawansowaną analitykę obrazową i fotogrametrię, pozwoliły na stworzenie dokładnego modelu terenu, co pomoże nie tylko w precyzyjnej ocenie strat, ale także może posłużyć do wyceeny wysokości odszkodowań.



BIBUS MENOS zorganizowało w swojej siedzibie dzień pod hasłem „**Oddaj krew – ratuj życie**”. W ramach wydarzenia na teren centrali firmy przyjechał krwiobus z RCKiK w Gdańsku, a pracownicy mieli możliwość oddania krwi. Zorganizowano również całonocne warsztaty z pierwszej pomocy.



Fundacja Lęborskie Hospicjum Stacjonarne zwróciła się do **Farm Frites Poland** z zaproszeniem do współorganizowania **akcji honorowego krwiodawstwa**. Akcja „Každy ma swój krwiobieg” była przeprowadzona przez Fundację Ultrakrew. Na terenie firmy stanął autobus do poboru krwi, a w akcji wzięli udział również pracownicy sąsiadujących firm. Krew oddało 20 osób. Łącznie zebrano 9 litrów krwi.



W **KPMG** w Polsce zorganizowana została we współpracy z Fundacją DKMS akcja **Dnia Dawcy**. Každy pracownik KPMG miał możliwość zarejestrowania się w międzynarodowej bazie dawców komórek macierzystych.



Firma **Kuehne + Nagel** od lat **współpracuje z Fundacją Dar Szpiku**. Partnerstwo opiera się na wzajemnym wsparciu. Pracownicy mają możliwość spotkać się z prezes Fundacji, panią Dorotą Raczkiewicz, regularnie uczestniczą w prelekcjach edukacyjnych z zakresu profilaktyki chorób nowotworowych krwi oraz propagowania idei pozyskiwania dawców szpiku. Firma zrealizowała akcję „Oddaj krew w stusznej Sprawie”. Pracownicy zorganizowali krwiobus, który stanął na terenie magazynu Prologis w Chorzowie. Pracownicy przekazali również paletę herbaty na rzecz podopiecznych fundacji.



Od czterech lat ekipy w sklepach **Leroy Merlin** przy okazji lokalnych akcji **współpracują z Fundacją DKMS Polska**, której misją jest znajdowanie dawców dla každygo pacjenta potrzebującego przeszczepienia szpiku lub komórek macierzystych. Rokrocznie, podczas przypadających na jesień Dni Bohatera Domu, w sklepach w całej Polsce organizowane są rejestracje osób chcących zostać dawcami szpiku. Na przestrzeni ostatnich lat udało się zarejestrować już blisko 3 tys. osób.



Górnicy z PGE GiEK Oddział Kopalnia Węgla Brunatnego Bełchatów, należące do **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**, co roku odwiedzają najmłodszych pacjentów szpitali w Bełchatowie i Łodzi. Akcja polega na zorganizowaniu spotkań z małymi pacjentami i obdarowaniu ich niespodziankami. Dodatkowo krwiodawcy oddają krew, która trafia do tych placówek. Z kolei przy Elektrowni Bełchatów działa **Klub Honorowych Dawców Krwi**.



Współpracownicy **ANG Spółdzielnia** angażują się w **programy Fundacji Grupy ANG „Będę kim zechcę”**, której głównym celem jest wyrównywanie szans edukacyjnych młodych osób, poprzez m.in. warsztaty „Odpowiedzialna przedsiębiorczość” oraz „Finanse na wesoło” w szkołach w całej Polsce. Fundacja współpracuje m.in. z Centrum Edukacyjnym Trampolina, które pomaga w usamodzielnieniu się wychowankom młodzieżowych ośrodków wychowawczych i zapobiega ich wykluczeniu społecznemu.



Autorski **program stypendialny Klasa**, skierowany do absolwentów gimnazjów z małych miejscowości, umożliwia im naukę w renomowanych liceach w pięciu miastach – Warszawie, Wrocławiu, Krakowie, Gdyni i Szczecinie. Od 2003 roku blisko 700 stypendystów otrzymało w ramach programu **Banku**

BGŻ BNP Paribas trzyletnie pełne wsparcie finansowe (m.in. pokrycie kosztów pobytu w internacie, wycieczki, zajęcia dodatkowe) oraz stypendium na I rok studiów.



Program edukacyjny „Dream up” to program realizowany od 2015 roku w 26 krajach, adresowany do dzieci i młodzieży zagrożonej wykluczeniem. W ramach inicjatywy Fundacja **BGŻ BNP Paribas** we współpracy z fundacją „Muzyka jest dla wszystkich” wspiera rozwój dzieci i młodzieży z ognisk wychowawczych na warszawskiej Pradze. Poprzez aktywność muzyczną połączoną z pracą wychowawczą dzieci uczą się wzajemnego szacunku, rozwijają kreatywność i kompetencje kulturowe oraz wzmacniają harmonię emocjonalną.



CSR Masters to konkurs na najlepsze projekty społeczne, zainicjowany przez firmę **Henkel Polska** w 2016 roku, adresowany do studentów uczelni wyższych. W konkursie biorą udział 2–4-osobowe zespoły, które zgłaszają swoje pomysły na projekty na rzecz lokalnych społeczności o charakterze edukacyjnym, socjalnym, ekologicznym czy kulturalnym. Spośród nadesłanych zgłoszeń jury wybiera 10 najciekawszych projektów, które wchodzi do finału. O tym, które trzy projekty zdobędą finansowanie w formie grantów o wartości 5 tys. zł każdy, decydują internauci. Dodatkową nagrodą dla zwyciężskich drużyn jest zaproszenie na spotkanie z przedstawicielami zarządu firmy.



Od września 2015 roku **Grupa Inwest – HM Inwest** udziela stypendiów aktywnej i uzdolnionej młodzieży w dzielnicach, w których firma realizuje inwestycje budowlane. Misją programu stypendialnego Grupy Inwest jest promowanie wśród młodzieży idei zaangażowania społecznego i pracy nad sobą. W poprzednich latach program realizowany był na warszawskiej Pradze Południe, a w październiku 2017 roku nawiązano dodatkową współpracę z dwiema szkołami na Mokotowie.



Shaping Futures to międzynarodowa inicjatywa marki Schwarzkopf Professional, należącej do firmy **Henkel**. Projekt realizowany jest w Polsce nieprzerwanie od 2014 roku. W 2017 roku podopieczni Fundacji TEB wzięli udział w intensywnym dwutygodniowym kursie. Dwoje najlepszych uczestników otrzymało stypendium edukacyjne oraz wsparcie w zdobyciu stażu w jednym z partnerskich salonów fryzjerskich Schwarzkopf Professional.



W 2015 roku **mBank** wraz z firmą Accenture uruchomił **studia: bankowość i finanse cyfrowe na Uniwersytecie Łódzkim** mające interdyscyplinarny charakter kształcenia, wykorzystujące wiedzę kadry naukowo-dydaktycznej oraz praktyków biznesu. Pracownicy zainteresowani prowadzeniem zajęć mogą być objęci szkoleniem przygotowującym do pracy z grupą – „Train the trainers”.



„Teens Matter” to program edukacyjny dla młodzieży w trudnej sytuacji materialnej lub rodzinnej, którego celem jest motywowanie jej do rozwoju, wspieranie jej talentów oraz umiejętności cenionych na rynku pracy poprzez m.in. spotkania z wykładowcami, szkolenia z języka angielskiego, praktyki zawodowe, wsparcie psychologa. **PwC** wspiera program od początku, zapewniając wolontariuszy, przestrzeń, sprzęt oraz materiały dydaktyczne. Podopieczni programu biorą udział w stażach podczas wakacji i ferii zimowych, co często przekłada się na ich późniejsze długoterminowe zatrudnienie.



Pracownicy **PwC** mogą zgłosić się jako mentorzy dla dziecka lub nastolatka, który ma trudności w realizowaniu swojego potencjału. W ramach współpracy z **Big Brothers Big Sisters** wolontariusze indywidualnie spotykają się z dziećmi „jeden na jeden” kilka razy w miesiącu przynajmniej przez rok. W trakcie tych spotkań mogą wybrać się na wycieczkę, pójść na spacer do parku, obejrzeć film lub po prostu porozmawiać. Nad procesem czuwają pracownicy fundacji oraz psycholog.



Firma **SumiRiko Poland** jest fundatorem stypendiów dla uczniów dwóch lokalnych szkół podstawowych. Inicjatywa ma na celu finansowe wsparcie dzieci, które mimo problemów materialnych i rodzinnych osiągają dobre wyniki w nauce oraz odnoszą sukcesy w olimpiadach i konkursach naukowych.



Wspólnie – Fundacja **LafargeHolcim** dotychczas jako partner edukacyjny do akcji „ECO-Miasto”, zainicjowanej przez Ambasadę Republiki Francuskiej. Zorganizowano konkurs **„Zakręcenie w przestrzeni”**, którego celem jest uwrażliwienie uczniów szkół na jakość ich otoczenia oraz zachęcenie ich do czynnego udziału w tworzeniu przyjaznej przestrzeni z zachowaniem troski o środowisko. Uczniowie przygotowywali projekty zagospodarowania przyjaznej przestrzeni w szkole, domu kultury lub świetlicy. Nagrodą były



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

granty przyznane na realizację wybranych pomysłów i udział w warsztatach architektonicznych. W konkurs zaangażowało się 27 szkół, z których nadeszło ponad 200 prac.



Akcję „Energetyczny tornister” zapoczątkowali 15 lat temu tódczy energetycy z **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**. Spółki Grupy PGE wraz z Fundacją PGE oraz lokalnymi samorządami i ośrodkami pomocy społecznej przekazały w 2017 roku szkolne wyprawki 3 tys. pierwszoklasistów.



TAURON Polska Energia przyznaje pięciu szkołom dofinansowanie na zorganizowanie w sali dydaktycznej do nauki przyrody – „Sali przyrody TAURONA”. Aby zdobyć środki finansowe na wyposażenie sali, uczniowie przygotowali byczka TAURONKA, wykonując go z materiałów nadających się do recyklingu. Sala pozwala uczniom zdobywać wiedzę nie tylko teoretycznie, ale też praktycznie.



„Szkoła matego inżyniera” to program, który ma na celu doposażanie szkół podstawowych w sprzęt do nauki automatyki i robotyki. Każdego roku wsparcie od **Volkswagen Poznań** w postaci zestawów LEGO® MINDSTORMS® EV3 otrzymuje 13 szkół z Wielkopolski, które uzyskały największą liczbę głosów w ogłoszonym konkursie. W zwycięskich placówkach odbywa się też festiwal nowych technologii. Program realizowany jest we współpracy z Fundacją Matego Inżyniera z Poznania.



PGE Polska Grupa Energetyczna od 14 lat realizuje projekt „Lasy pełne energii” Od 5 do 27 kwietnia 2017 roku pracownicy grupy oraz zaproszeni goście, we współpracy z Regionalnymi Dyrekcjami Lasów Państwowych, sadzili drzewa. Do tej pory posadzono 300 tys. młodych drzew.



Od ponad trzech lat pracownicy **T-Mobile Polska** zbierają **nakrętki po napojach**, które następnie przekazywane są na wsparcie wybranych celów społecznych – na zakup sprzętu rehabilitacyjnego i wózków inwalidzkich.



Fundacja **ANWIL dla Włocławka** wspiera realizację projektów mających na celu m.in.: podniesienie poziomu wykształcenia mieszkańców Włocławka, przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i ekonomicznemu, poprawę stanu środowiska naturalnego, zachowanie dziedzictwa historycznego, a także ochronę i promocję zdrowia. W ciągu trzech lat istnienia

Fundacja przekazała 3,3 mln zł na realizację 188 projektów, z których skorzystało 50 tys. beneficjentów, czyli co drugi mieszkaniec Włocławka.



Fundacja **Banku Ochrony Środowiska** prowadzi regularną zbiórkę środków pieniężnych wśród pracowników. Są one przeznaczane, w ramach programu „Pomagam cały rok”, na dwa cele: zapomogi dla pracowników BOŚ oraz na stypendia dla zdolnych dzieci z rodzin o niskich dochodach (we współpracy z Fundacją Świętego Mikołaja).



Doroczny spektakl charytatywny **Capgemini Polska** odgrywany jest przez pracowników wolontariuszy na scenie jednego z krakowskich teatrów w ramach „Projektu teatr”. Zysk ze sprzedaży biletów jest w całości przeznaczony na edukację i aktywizację osób z niepełnosprawnością. Spektakl jest udostępniony osobom z niepełnosprawnością wzroku dzięki audiodeskrypcji.



Carrefour Polska od początku działalności w Polsce podchodzi kompleksowo do zaangażowania społecznego. W **działania charytatywne** angażują się centra i sklepy. Sieć wspiera inicjatywy na rzecz zmniejszenia ubóstwa, wyrównywania szans, przeciwdziałania marnotrawstwu czy promocji zdrowego stylu życia. Sklepy biorą udział w lokalnych akcjach i wspierają darowiznami organizacje pozarządowe, hospicja, domy dziecka, przedszkola, szkoły i szpitale ze swoich okolic. W 2017 roku Carrefour wsparł m.in. Fundację „Prometeusz dla seniorów”, Fundację Ecclesia Villanovensis czy Polskie Stowarzyszenie na rzecz osób z niepełnosprawnością intelektualną Koto.



W ramach działań **Fundacji Leroy Merlin Polska** pracownicy **Leroy Merlin** mogą ubiegać się o granty na pomoc potrzebującym. Ponad 3 tys. pracowników przeprowadziło około 300 remontów placówek publicznych oraz należących do organizacji pożytku publicznego. Złożono też kilkanaście ogrodów, z czego część pełni funkcję terapeutyczną i dydaktyczną.



W 2017 roku wolontariusze fundacji – pracownicy spółek **Medicover** zrealizowali 48 projektów pomocowych. Były to m.in.: 18 inicjatyw w ramach programu „Działam dla innych”, V Rajd Rowerowy Razem Przeciwko Cukrzycy typu 2, zbiórka na rzecz potrzebujących na Ukrainie, pięć charytatywnych koncertów Medi-COVER Band, stała współpraca z instytucjami i ośrodkami. 817 osób przepracowało w **wolontariacie** w sumie 6210 godzin na rzecz 4,1 tys. beneficjentów i 47 instytucji.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W ramach projektu „**Wolontariat ORLEN**” w 2016 roku pracownicy Zakładu Produkcyjnego w Płocku stworzyli projekt pn. „**Fabryka dobrej energii**”, który w założeniach obejmuje pomoc lokalnej społeczności. W 2017 roku wolontariusze z **PKN ORLEN** przeprowadzili kilkanaście akcji remontowych na rzecz 10 placówek z Płocka i okolic. Największym przedsięwzięciem był remont świetlic w dziecięcych oddziałach pediatrii i chirurgii. Prace trwały ponad dwa miesiące, wymagały zaangażowania ponad 100 osób.

 2016  4980

Celem autorskiego programu **PKN ORLEN** na rzecz straży pożarnych, „**ORLEN na rzecz ochrony zdrowia i życia**”, jest zwiększanie poziomu bezpieczeństwa, budowanie dobrych relacji ze społecznościami lokalnymi oraz wspieranie lokalnych inicjatyw służących poprawie jakości życia mieszkańców.

 2012  4980

„**Radość pomagania**” to roczny program wolontariatu pracowniczego w **T-Mobile Polska**, który składa się z trzech etapów: tworzymy – licytujemy – pomagamy. Pracownicy wraz z rodzinami tworzą przedmioty, które są następnie licytowane. T-Mobile podwaja zebrane środki, z których wolontariusze realizują wybrane projekty społeczne.

 2012  5037

Program „**VWolontariat**” jest formą wolontariatu pracowniczego fabryki silników **Volkswagen Motor Polska** (VW MP), polegającą na wsparciu finansowym (w wysokości każdorazowo do 10 tys. zł) inicjatyw pomocowych realizowanych przez pracowników w czasie wolnym od pracy. Kryterium wyboru projektów do dofinansowania jest liczba wolontariuszy (w tym spoza VW MP) zaangażowanych w dane działanie. W roku 2017 roku skoncentrowano się na potrzebach edukacji dzieci i młodzieży oraz ich rozwoju fizycznym.

 2014  1333

Celem akcji „**Listy do św. Mikołaja – spełnij marzenie**” jest zachęcenie pracowników **ANWILU** do spełnienia marzeń podopiecznych wrocławskich domów dziecka. Aby to uczynić, wystarczy przekazać prezent do koordynatora akcji, który wraz z wolontariuszami ANWILU dostarczy podarunki do placówek opiekuńczo-wychowawczych biorących udział w akcji. W 2017 roku pracownicy firmy spełnili życzenia 110 dzieci.

 2015  1253

Akcja „**Pomagamy**” powstała z inicjatywy Zarządu **Asseco Poland**, który zdecydował, by zrezygnować z kupowania prezentów świątecznych dla klientów firmy. Zaoszczędzone

w ten sposób środki w wysokości 200 tys. zł przeznaczono na rzecz projektów realizowanych przez pracowników firmy na rzecz społeczności lokalnej.

 2014  2576 

Aukcja Dobroczyzna odbywa się od pięciu lat w **Banku Millennium**, a kwota zebrana podczas jej trwania, po podwojeniu przez bank, zostaje przekazana na leczenie niepełnosprawnych dzieci pracowników banku. Na intranetową aukcję trafiają przedmioty wykonane przez pracowników. W 2017 roku do aukcji zgłoszono ponad 500 przedmiotów, które zostały zlicytowane za łączną kwotę ponad 35 tys. zł. Po podwojeniu tej sumy przez bank, mali beneficjenci zostali wsparci kwotą ponad 70 tys. zł.

 2014  5945 

Idea akcji „**Zostań asystentem św. Mikołaja**” jest wsparcie dzieci w trudnej sytuacji życiowej lub materialnej. Świąteczne działania **Citi Handlowego** skierowane są głównie do podopiecznych placówek wychowawczych, pogotowi opiekuńczych, ośrodków interwencji kryzysowej, domów samotnej matki oraz świetlic socjoterapeutycznych.

 2015  3600 

Celem 14. edycji „**Fabryki św. Mikołaja**”, akcji „**Gazety Wyborczej Wrocław**” wchodzącej w skład **Grupy Agora**, Fundacji Agory i Kina Nowe Horyzonty, było zebranie funduszy na wyposażenie domu dla dorosłych osób niepełnosprawnych intelektualnie Stowarzyszenia Bonitum. Zebrano niemal 200 tys. zł, z których ufundowano paczki z prezentami dla tysiąca dzieci z Wrocławia, a także udzielono wsparcia podopiecznym Środowiskowego Domu Samopomocy Stowarzyszenia Bonitum.

 2016  3026 

W ramach **wolontariatu ORLEN „Zostań pomocnikiem św. Mikołaja – spełnij marzenia”** w 2017 roku wolontariusze **PKN ORLEN** wybrali 32 placówki z całego kraju i spełnili marzenia ponad 600 dzieci i młodzieży, które znajdują się w trudnej sytuacji materialnej. Dodatkowo pracownicy koncernu mieli możliwość spełnienia marzeń przez specjalnie uruchomioną internetową platformę akcji.

 2016  4980 

Sodexo Benefits and Rewards Services Polska od 2016 roku, wspólnie z Polską Akcją Humanitarną i programem „Pajacyk”, zbiera, w ramach akcji „STOP Hunger”, środki dla potrzebujących wsparcia dzieci poprzez **kartę podarunkową z Pajacykiem**. Za każde 10 zakupionych



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

kart firma funduje jeden positek dla dziecka objętego programem „Pajacyk”.



Uczestnikami konkursu plastycznego na ilustrację firmowej kartki świątecznej PKN ORLEN są wychowankowie rodzinnych domów dziecka oraz placówek wychowawczo-opiekuńczych typu rodzinnego, wspieranych przez **PKN ORLEN** oraz Fundację ORLEN – DAR SERCA. W 2017 roku, w 13. edycji, nadesłano blisko 1 tys. prac z 300 placówek. Wybrana przez pracowników praca stała się korporacyjną kartką. Laureaci wybierani są w dwóch kategoriach: praca plastyczna z ilustracją świąteczną oraz oryginalna technika wykonania pracy. Zwycięzcy otrzymują nagrody rzeczowe, a pozostali uczestnicy nagradzani są słodkimi upominkami.



W ramach programu „Orszaki Mikolajowe” wolontariusze – pracownicy **Tesco Polska** angażują się w pomoc dla dzieci i młodzieży ze środowisk zagrożonych marginalizacją społeczną. Zespoły przebranych wolontariuszy odwiedzają podopiecznych placówek opiekuńczych, wręczając im prezenty. Program prowadzony jest od pięciu lat, rocznie obdarowywanych jest do ponad 1 tys. dzieci. W akcję angażują się też firmy współpracujące z Tesco.



„Dobre kilometry” to akcja organizowana corocznie przez Fundację BGŻ BNP Paribas. W ramach akcji pracownicy **Banku BGŻ BNP Paribas** oraz ich najbliżsi przez jeden miesiąc zliczają kilometry przemierzone podczas różnych aktywności sportowych, aby wspólnymi siłami pokonać określony dystans. Kilometry przeliczane są następnie na środki finansowe i przekazywane na wybrany przez pracowników szczytny cel.



„Pomoc mierzona kilometrami” to program **T-Mobile Polska**, którego celem jest wsparcie dzieci z niepełnosprawnością ruchową. Pokonywane kilometry są zliczane przez aplikację w telefonie i zamieniane na wsparcie finansowe dla podopiecznych Fundacji TVN Nie jesteś sam.



Fundacja i **Bank BGŻ BNP Paribas** od 2011 roku wspierają kampanię „Twoja krew – moje życie”, organizując we współpracy z Regionalnym Centrum Krwiodawstwa akcję „Krwinka”. Pracownicy mogą oddać krew oraz zarejestrować się do bazy dawców szpiku w specjalnie przystosowanych ambulansach. W ostatniej edycji „Krwinki” wzięto udział 118 pracowników, dzięki którym zebrano 32 litry krwi.



Coroczna **zbiórka krwi** w 2017 roku odbyła się w biurach **Capgemini Polska** w Krakowie, Katowicach, Wrocławiu, Opolu, Warszawie i Poznaniu. W sumie krew oddało 90 osób.



Akcja organizowana przez **ITM Polska**, we współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem, pod hasłem „Zbieramy krew dla Polski” ma na celu promowanie honorowego krwiodawstwa. W 2017 roku w specjalnych ambulansach na parkingach sklepów Intermarché i Bricomarché zbierano krew przekazywaną do okręgowych szpitali.



DOZAMEL działa na rzecz **popularyzacji idei honorowego krwiodawstwa we Wrocławskim Parku Przemysłowym**. W 2017 roku spółka zorganizowała VIII Wielką Akcję Krwiodawczą WPP, w której zebrano 12 litrów krwi, oraz wydała kalendarz dla Klubu Honorowych Dawców Krwi PCK Dolmel-Dozamel.



Europ Assistance Polska wspiera honorowych dawców krwi, organizując zbiórki krwi wśród pracowników i partnerów biznesowych oraz udzielając materialnej pomocy Regionalnemu Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa.



Akcja „Blood and Bone Morrow Donation” polega na popularyzowaniu wśród pracowników **Hewlett Packard Enterprise** inicjatywy honorowego krwiodawstwa. Partnerem akcji jest Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa we Wrocławiu. W roku 2017 podczas czwartej akcji krwiodawstwa zebrano ok. 60 litrów krwi na terenie firmy, a także zarejestrowano 25 nowych dawców szpiku. Dodatkowo firma brała udział w kampanii miasta Wrocław dotyczącej promowania krwiodawstwa wśród kobiet.



Akcja krwiodawstwa „Oddaj krew, podaruj życie” organizowana jest w Wieliczce, w której brakuje stałego punktu oddawania krwi. Do tej pory podczas czterech zbiórek organizowanych przez **Kopalnię Soli „Wieliczka”** zebrano ponad 200 litrów krwi. Akcję zainicjowała kopalniana „Solidarność” z Regionalnym Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa w Krakowie.



Lubelski Węgiel „Bogdanka”, Fundacja „Solidarni Górnicy” oraz Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa w Lublinie od dwóch lat realizują zapisy międzysektorowego partnerstwa na rzecz krwiodawstwa

ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

i szpiku, które przewidują regularną organizację akcji krwiodawczo-szpikowych oraz spotkań informacyjno-profilaktycznych na terenie spółki oraz w całym regionie.



Od 2009 roku **PKO Bank Polski** organizuje ogólnopolskie zbiórki krwi w ramach „Bankowej akcji honorowego krwiodawstwa” (BAHK). W 2017 roku. BAHK odwiedziła 16 miast, w których łącznie zorganizowała 24 akcje dla blisko 1,9 tys. osób. Zebrano ponad 850 litrów krwi.



„Nafta” **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**, w porozumieniu z Klubem HDK PCK i angażując do współpracy wolontariuszy z PCK, organizuje akcje krwiodawcze: „Dar krwi na Dzień Dziecka” i „Dar krwi na Barbórkę”. Działania kierowane są do mieszkańców Zielonej Góry i pracowników firmy.



Firma **Sela** zaangażowała się w akcję prowadzoną przez Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo – „Dar krwi na Dzień Dziecka”. Jako partner działań firma prowadziła pokazy udzielania pierwszej pomocy na fantomie dziecka i dorosłego, mierzyła ciśnienie krwi, udzielała porad w zakresie BHP.



Celem „Programu grantów lokalnych” istniejącego w **Banku BGZ BNP Paribas** jest podnoszenie jakości życia społeczności lokalnych i umacnianie pozycji banku jako wiarygodnego partnera lokalnego. Program polega na przekazywaniu przez pracowników banku grantów na rzecz wybranych organizacji społecznych, które działają aktywnie na rzecz realnej zmiany społecznej. Od 2011 roku przekazano ponad 630 dotacji na lokalne działania.



Projekt „Zielona taweczka” ma na celu ożywienie osiedli i tworzenie wspólnych przestrzeni do spotkań i odpoczynku dla mieszkańców bloków. **Bank Ochrony Środowiska** grantami wspiera zespoły sąsiedzkie, które projektują i tworzą osiedlowe ogródki, których do tej pory powstało 65 w 40 miastach.



„Bank ambitnej młodzieży” to program grantowy realizowany przez Fundację **Banku Zachodniego WBK**, kierowa-

ny do instytucji wychowawczych i organizacji młodzieżowych, które skupiają ambitnych, twórczych i odpowiedzialnych młodych ludzi wokół inicjatyw edukacyjnych, obywatelskich i społecznych. W 2017 roku dofinansowanie w łącznej kwocie 300 tys. zł otrzymało 41 inicjatyw o tematyce ekonomicznej.



Celem „Programu grantowego ENERIS” jest ochrona środowiska poprzez realizację lokalnych działań. W ramach drugiej edycji programu przyznano dziewięć grantów do 3 tys. zł dla organizacji i instytucji. Program realizowany był w całej Polsce. Wśród nagrodzonych przez **ENERIS Ochrona Środowiska** znalazły się takie projekty, jak m.in.: budowa miejskich centrów pomiaru smogu, edukacja na temat segregacji odpadów na pięć frakcji czy budowa ekorabatek geologicznych. Wartością projektu jest skupienie się na edukacji w obszarach istotnych z punktu widzenia społeczności lokalnych.



Od 2010 roku **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** organizuje konkurs grantowy „Wspieramy sąsiadów”, który ma na celu finansowe wsparcie lokalnych inicjatyw. W trakcie dziewiątej edycji konkursu dofinansowano 132 projekty, przy realizacji których zaangażowanych było ponad 800 wolontariuszy. W 2017 roku na stronie internetowej portu powstała tzw. mapa zaangażowania, zawierająca wszystkie inicjatywy zrealizowane w ramach programu.



W ramach programu lojalnościowego „mamBONUS” klienci **Banku BGZ BNP Paribas** mogą w prosty sposób wspierać działania społeczne. Podczas transakcji dokonywanych z użyciem kart kredytowych zbierają punkty, które wymieniają na nagrody rzeczowe, kupony, bilety czy zniżki. Mogą je również przeznaczać na pomoc finansową dla uczestników programu stypendialnego „Klasa”. Dotychczas klienci wymienili punkty na ponad 400 voucherów wsparcia stypendystów.



Payroll to sposób, w jaki pracownicy spółek **Pelion** mają możliwość wsparcia działań DOZ Fundacji poprzez przekazanie końcówki (resztówki) ze swojego wynagrodzenia. Wpłaty można deklarować zarówno na cele statutowe Fundacji, jak również na pomoc konkretnym podopiecznym. Na pasku wynagrodzeń co miesiąc jest pokazana kwota przekazana Fundacji, którą w rocznym rozliczeniu PIT pracownicy mogą odliczyć jako darowiznę.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Klienci stacji należących do **PKN ORLEN** uczestniczący w programie lojalnościowym „VITAY” wspierają cele społeczne, przekazując zebrane punkty na stypendia, rehabilitację, obiady lub przybory szkolne dla podopiecznych rodzinnych domów dziecka lub na cele ekologiczne.



Bank Zachodni WBK w ramach współpracy z Polską Akcją Humanitarną (PAH) oferuje klientom kartę **Visa Silver „Akcja Pajacyk”**. Korzystając z niej klienci przekazują część środków z transakcji na PAH. Celem projektu jest zapewnienie codziennych posiłków w szkołach i świetlicach potrzebującym dzieciom, które nie są objęte wsparciem przez Ośrodki Pomocy Społecznej. W 2017 roku dzięki kartom na konto PAH wpłynęła kwota 404 439,92 zł, co przelożyło się na ufundowanie 110 450 posiłków, z których skorzystało 1162 dzieci.



Carrefour Polska co roku angażuje się w trzy ogólnopolskie **zbiórki żywności organizowane przez Federację Polskich Banków Żywności i Caritas**. W 2017 roku w hiper- i supermarketach Carrefour zebrano łącznie z dostawcami prawie 100 tys. kg żywności. Żywność przekazano lokalnym organizacjom zajmującym się przygotowaniem posiłków dla osób potrzebujących.



W programie „**Podziel się dobrym posiłkiem**” (opisanym we wcześniejszych raportach jako „Podziel się Posiłkiem”) firma **Danone** ufundowała do tej pory 17 mln posiłków. Program przeciwdziała niedożywieniu dzieci poprzez edukację i przekazywanie dobrych posiłków. W tym celu organizowana jest, we współpracy z bankami żywności, ogólnopolska zbiórka żywności.



Zbiórki żywności każdego roku angażują tysiące klientów i pracowników **Tesco Polska**. Trzy razy w roku (w okresie Świąt Bożego Narodzenia, Wielkanocy oraz we wrześniu) wolontariusze przez trzy dni zachęcają klientów do podzielenia się produktami spożywczymi i przekazania ich osobom potrzebującym.



Tesco Polska od 2013 roku **przekazuje nadwyżki spożywcze** i stara się inicjować dyskusje i współpracę międzysektorową, by walczyć z problemem marnowania jedzenia. Żywność krótkotrwała (pieczywo, owoce, warzywa) z 270 sklepów przekazywana jest do organizacji pozarządowych współpracujących z bankami żywności, Caritas Polska oraz innymi organizacjami charytatywnymi. Sieć chce, aby do końca 2020 roku wszystkie sklepy Tesco w Europie uczestniczyły w projekcie.



W 2017 roku **ANG Spółdzielnia** po raz piąty była partnerem konkursu „**Przedsiębiorstwo społeczne roku im. Jacka Kuronia**”, fundując nagrodę dla przedsiębiorstwa społecznego, które najaktywniej promowało swoją ofertę i prowadziło przejrzyste działania komunikacyjne. Współpracownicy spółdzielni oceniali nadstane wnioski, brali udział w wizytach studyjnych oraz diagnozowali potrzeby i sfery przedsiębiorstw, które należałoby wesprzeć, by mogły funkcjonować efektywniej.



Celem Nagrody im. prof. Aleksandra Gieysztora jest promocja oraz wsparcie przez **Citi Handlowy** tych, którzy podejmują działania służące ochronie polskiego dziedzictwa kulturowego, zarówno w kraju, jak i za granicą.



Konkurs „Mikroprzedsiębiorca roku” jest realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy ze stowarzyszeniem Inicjatywa Firm Rodzinnych. Bank chce wspierać przedsiębiorczość, zachęcać do zakładania własnych firm oraz wyróżniać i promować najlepsze z nich jako przykłady efektywnych działań gospodarczych.



Nagroda Znak i Hestii imienia księdza Józefa Tischnera przyznawana jest we współpracy z **ERGO Hestia** corocznie od 2001 roku intelektualistom, publicystom i działaczom społecznym w trzech kategoriach: pisarstwa religijnego i filozoficznego, publicystyki lub eseistyki na tematy społeczne oraz inicjatyw duszpasterskich i społecznych współtworzących „polski kształt dialogu Kościoła i świata”. Wręczenie nagród odbywa się podczas Dni Tischnerowskich w Krakowie.



Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego jest przyznawana od 2010 roku przez należącą do **Grupy Agora** „Gazetę Wyborczą” i Miasto st. Warszawa autorom najlepszej książki reporterskiej roku i najlepszego przekładu roku. W ósmej edycji zgłoszono 108 książek reporterskich, ostatecznie wśród nominowanych znalazło się siedem polskich tytułów i trzy zagraniczne. Nagrodzie towarzyszy akcja edukacyjna wśród uczniów warszawskich szkół.



Radio TOK FM (należące do **Grupy Agora**) od siedmiu lat przyznaje **Nagrodę Radia TOK FM im. Anny Laszuk** osobie, instytucji lub organizacji za działania, twórczość lub wypowiedzi, które miały istotny wpływ na świadomość społeczną lub zmieniły polską rzeczywistość. Nagrodę za 2016 rok otrzymał Ogólnopolski Strajk Kobiet. Statuetkę projektu Borisa Kudlički w imieniu uczestniczek Czarnego Protestu odebrały nauczycielki z Zabrze, postawione przed komisją dyscyplinarną za

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

udział w proteście. Wśród nominowanych byli: Polski Alarm Smogowy, Paweł Machcewicz i Muzeum II Wojny Światowej, Stowarzyszenie Miasto Jest Nasze.



Firma **DOZAMEL** od lat **wspiera Dom Pomocy Społecznej w Opolnicy**. W 2017 roku do ośrodka przekazano dwa telewizory. Tradycją są wizyty przedstawicieli firmy w placówce z okazji Dnia Dziecka i Mikołaja.



W 2017 roku **ICP Group** co miesiąc przekazywała środki, z których dofinansowywane były posiłki oraz zajęcia dodatkowe dla dzieci, w ramach **wsparcia podopiecznych Świątlicy Środowiskowej Caritas Archidiecezji Łódzkiej**. Dzieci korzystały ze ścianki wspinaczkowej, uczestniczyły w Warszawie w spotkaniu pod hasłem „Fiesta”, odwiedziły papugarnię, a także wzięły udział w latynoamerykańskim disco we wrotkarni. Dodatkową atrakcją były warsztaty kulinarne, podczas których podopieczni przygotowywali tradycyjne meksykańskie dania. Na zakończenie dnia dzieci bawily się na koncercie zespołu Sambalada, który po występie umożliwił im grę na tradycyjnych brazylijskich instrumentach.



„Wakacje z muszkietierami” to akcja Fundacji Muszkietierów działającej przy **ITM Polska**, skierowana do dzieci w wieku 8–14 lat pochodzących z rodzin niezamożnych i domów dziecka, wyróżniających się wysoką średnią ocen. Wypoczynek dla dzieci wzbogacony jest dodatkowymi zajęciami. Dzięki finansowemu wsparciu właścicieli sklepów Intermarché i Bricomarché zorganizowano dwie edycje akcji dla blisko 2 tys. dzieci z całej Polski. Ambasadorką obu edycji była Sylwia Gruchała, a patronat honorowy nad akcją objęła Małżonka Prezydenta RP Agata Kornhauser-Duda.



Celem kampanii „Place zabaw – muszkietierowie” jest stworzenie bezpiecznych, nowoczesnych i kolorowych placów zabaw. Akcja prowadzona jest przez **ITM Polska** przy wsparciu władz lokalnych. Właściciele sklepów Intermarché i Bricomarché pokrywają koszty zakupu oraz montażu certyfikowanych zestawów. Od początku trwania akcji powstało 136 placów zabaw.



„Codziennie bądźmy razem” to projekt Fundacji Faktu oraz **Jerónimo Martins Polska**, w ramach którego zysk ze sprzedaży zestawów książek z płytami CD przeznaczony

jest na opłacenie rehabilitacji i nierefundowanych zabiegów medycznych oraz zakup sprzętu rehabilitacyjnego i leków dla dzieci. W 2017 roku sprzedano w sumie ponad 37 tys. egzemplarzy *Najpiękniejszych polskich kotysanek* oraz *Najpiękniejszych polskich kołęd* i udzielono pomocy 25 dzieciom. Od 2012 roku sprzedano niemal 265 tys. egzemplarzy i udzielono wsparcia ponad 185 dzieciom.



„**Urtica dzieciom camp**” to inicjatywa, w ramach której firma **Pelion** organizowała wyjazdy dla dzieci chorujących na nowotwór, wraz z rodzicem lub opiekunem, do ośrodka prowadzącego terapię psychoonkologiczną. Uczestnicy biorą udział w konsultacjach indywidualnych i grupowych z psychonkologiem, psychologiem i dietetykiem. Dbając o kondycję fizyczną uczestników, zorganizowano ćwiczenia z instruktorem ruchowym oraz zajęcia i zabawy z animatorami dla dzieci. Realizowane są też inspiracyjne spotkania ze znanymi osobami.



ERGO Hestia jest fundatorem nagrody „**EKO HESTIA SPA**”, która popularyzuje działania oraz inwestycje realizowane przez członków Stowarzyszenia Gmin Uzdrowiskowych RP, pozytywnie wpływające na środowisko naturalne. Nagrodą jest kwota 100 tys. zł, którą zwycięska gmina może przeznaczyć wyłącznie na dalsze działania proekologiczne na swoim terenie. W ostatniej edycji głównym laureatem został Uniejów.



W ramach **wolontariatu pracowniczego w schroniskach** pracownicy **KPMG** prowadzą zbiórki karmy i artykułów dla zwierząt, a także odwiedzają zwierzęta w schroniskach. Do pomocy zaangażowano studentów, aby zapoznać ich z wolontariatem oraz dać możliwość integracji z pracownikami firmy i poznania ich środowiska pracy.



Fundacja Integralia powstała w 2004 roku, by wspierać osoby z niepełnosprawnością w zawodowej samorealizacji poprzez tworzenie przyjaznych stanowisk pracy w Grupie **ERGO Hestia** oraz w innych firmach i instytucjach.



„**Otwarte działania twórcze**” to międzyszkolny projekt edukacyjno-wychowawczy zainicjowany w 2004 roku przez **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**. W ramach realizacji jego zadań spotykają się grupy młodzieży sprawnej oraz niesprawnej intelektualnie, aby zdobywać wie-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

dę o krajach UE podczas warsztatów, wycieczek, integracyjnych zabaw plastycznych. W trakcie tych działań młodzi ludzie uczą się rozumieć wzajemne potrzeby.



W 2017 roku po raz trzeci przyznano **Stypendia Funduszu Natalii Partyki** sfinansowane przez **Jeronimo Martins Polska**. Wsparcie w wysokości po 10 tys. zł otrzymało dziesięcioro sportowców w wieku od 17 do 22 lat, którzy mają przeznaczyć te środki na dalszy rozwój (sprzęt sportowy, opłacenie kosztów udziału w zawodach, wsparcie ze dietetyków i fizjoterapeutów lub dodatkowe treningi).



Jeronimo Martins Polska wsparło Mistrzostwa Świata Dzieci z Domów Dziecka w Piłce Nożnej organizowane przez Stowarzyszenie „**Nadzieja na mundial**”. W piątych mistrzostwach świata udział wzięło 220 zawodników – dziewcząt i chłopców reprezentujący 22 drużyny narodowe z całego świata. Sieć sklepów Biedronka wspiera akcję od 2011 roku. Obok zaangażowania finansowego zapewnia też napoje i przekąski dla zawodników oraz funduje nagrody, m.in. sprzęt elektroniczny i sportowy.



Pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** od 2015 roku wchodzi w skład głównego komitetu organizacyjnego **Wrocław Business Run**, zajmującego się przygotowaniem i przeprowadzeniem imprezy w stolicy Dolnego Śląska. Beneficjentami biegów odbywających się jednocześnie w siedmiu miastach Polski są osoby po amputacjach kończyn, którym po biegach fundowane są nowe protezy. W roku 2017 firma wystawiła 20 pięcioosobowych zespołów. Pracownicy dołączyli także do akcji „Pomagam bardziej”, w której równolegle zbierali środki pieniężne na ten sam cel.



W **Tygodniu Aktywności Społecznej** wzięli udział wolontariusze **MetLife** z 26 krajów w regionie EMEA. W Polsce uczestniczyło w nim 67 osób, w tym członkowie zarządów. Wolontariusze pomagali organizować gry i zabawy dla dzieci z niepełnosprawnością intelektualną podczas Dnia Młodego Sportowca MetLife i Olimpiad Specjalnych oraz uczestniczyli w wolontariacie Fundacji Habitat for Humanity, w czasie którego pomagali w pracach budowlanych w ośrodku dla osób wychodzących z uzależnień w Legionowie.



PKO Bank Polski, kontynuując ideę pomagania przez sport, po raz trzeci zorganizował **PKO Bieg Charytatywny**. Rozegrał się on równolegle na stadionach lekkoatletycznych 12 miast w Polsce pod hasłem „Pomagamy z każdym krokiem”. Pięcioosobowe drużyny przez godzinę pokonywały kolejne okrążenia. Każde z nich przeliczane było na biad

dła dziecka. Darowiznę organizacjom zajmującym się dożywianiem dzieci przekazała Fundacja banku.



Fundacja **Tesco Polska** jest organizatorem **biegów charytatywnych** od 2012 roku. O wysokości dochodu z biegu decyduje liczba zaangażowanych osób i partnerów. Pieniądże przekazywane są na poprawę warunków leczenia pacjentów krakowskiego Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Krakowie. W ramach przeprowadzonych sześciu edycji programu zebrano ponad 832 tys. zł.



Konkurs „**Piórko 2017. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci**” to trzecia odsłona projektu, którego celem jest popularyzacja czytelnictwa wśród najmłodszych, jak również wspieranie debiutujących pisarzy i ilustratorów. Laureatom w obu kategoriach **Jeronimo Martins Polska** przyznało po 100 tys. zł nagrody. *Nieustraszony strach na wróble autorstwa* Grzegorza Majchrowskiego, zilustrowany przez Marię Giezmę, został sprzedany w niemal 20 tys. egzemplarzy. Łącznie w trzech edycjach konkursu sprzedano ponad 112 tys. książek.



Edukacyjno-artystyczny program „**Szklany ekran Pilkingtona – warsztaty filmowe dla dzieci i młodzieży**” ma przybliżyć jego uczestnikom elementy procesu powstawania filmów. W ramach projektu **NSG Group w Polsce** powstają, pod opieką artystyczną reżyserów i animatorów, etiudy, reportaże i animacje. Młodzież poznaje tajniki pracy dziennikarza i filmowca.



Firma **Volkswagen Motor Polska** jest **ambasadorem Life Festival Oświęcim**. W ramach projektu 14 wolontariuszy – pracowników przedsiębiorstwa zaangażowało się w prace organizacyjne i obsługę wydarzenia. Na potrzeby imprezy udostępniono też służbowe auta. Wolontariusze zajmowali się głównie przewozem VIP-ów, zaproszonych artystów oraz członków zespołów. W trakcie festiwalu prowadzili także stoisko informacyjne programu „Respekt – szacunek i tolerancja”.



Celem projektu „**Twój głos liczy się podwójnie**” jest zachęcenie pracowników **Dentsu Aegis Network Polska** do udziału w corocznym globalnym badaniu satysfakcji pracowniczej, które ma też aspekt charytatywny. W 2017 roku firma wsparła finansowo fundację El Desafio w Argentynie, która edukuje dzieci w zakresie nowych technologii.



Partnerstwo dla Zdrowia (PdZ) to koalicja czterech podmiotów: **Danone'a**, Lubelli, Biedronki (należącej do **Jeronimo Martins Polska**) oraz Instytutu Matki i Dziecka, zawiązana w 2006 roku, aby przeciwdziałać niedożywieniu dzieci w Polsce oraz propagować wśród najmłodszych zdrowe nawyki żywieniowe. „Mleczny start” to linia produktów (m.in. kaszki, kanapki zbożowe) dostępna dla osób o niskich dochodach. Zysk ze sprzedaży tych produktów przeznaczony jest na rzecz edukacji żywieniowej „Śniadanie daje moc”, akcji skierowanej do uczniów klas 0–III, promującej zasady zdrowego żywienia, zwieńczonej dniem „Śniadania dającego moc”. W siódmej edycji programu udział wzięli: 8318 szkół, 11 489 nauczycieli oraz 275 758 uczniów.



Mastercard Europe wspiera Fundację Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy przez cały rok w ramach **strategicznego partnerstwa z WOŚP**. Jednym z działań jest akcja w mediach społecznościowych angażująca internautów, „Mastercard gra z WOŚP”, dzięki której firma w ostatnich pięciu latach przekazała na konto fundacji 850 tys. zł. Inne działania realizowane we współpracy z partnerami polega na umożliwianiu darczyńcom bezgotówkowego przekazywania datków: za pomocą płatności online lub transakcji zbliżeniowych podczas styczniowych finałów Orkiestry. Mastercard jest również partnerem cyklu eliminacji na festiwal Przystanek Woodstock i samego festiwalu, a także współfundatorem 150 tys. apteczek pierwszej pomocy, rozdawanych uczniom w ramach programu „Ratujemy i uczymy ratować”.



W ramach **wsparcia organizacji pozarządowych** firma **MetLife** wsparła finansowo projekty Fundacji Integracja, sponsorowała Wielką Galę Integracji, dofinansowała publikację bezpłatnego magazynu „Integracja”. Współpraca z Fundacją Szachową im. gen. K. Sosnkowskiego polegała natomiast na organizacyjnym i finansowym wsparciu międzynarodowych turniejów szachowych i edukacji szachowej.



Fundacja Ronalda McDonalda została założona w 2002 roku przez **McDonald's Polska**, by wspierać i realizować programy, które pomagają dzieciom. Jednym z nich jest projekt „Aby rodzina mogła być razem”, na który składa się: ogólnopolski program bezpłatnych przesiewowych badań USG u dzieci w wieku 9–36 miesięcy, program pokojów rodzinnych (w Centrum Zdrowia Dziecka w Międzylesiu – jeden pokój z kuchnią oraz 25 pokojów, Szpital Pediatryczny WUM – 20 kuchni) i Dom Ronalda McDonalda w Krakowie (bezpłatny hotel dla rodzin dzieci leczonych w sąsiadującym szpitalu na Prokocimiu).



Od 2014 roku **TK Maxx** współpracuje ze **Stowarzyszeniem WIOSNA** w ramach programu Akademia Przyszłości, który wspiera edukację i poprawę samooceny dzieci znajdujących się trudnej sytuacji rodzinnej lub materialnej. W 2017 roku firma zorganizowała dwie zbiórki funduszy, dwukrotnie przeprowadziła też sprzedaż produktów charytatywnych, z których dochód wsparł podopiecznych Akademii, oraz zrealizowała dwie kampanie marketingowe.



Konkurs grantowy „**Tu mieszkam, tu zmieniam**” organizowany przez Fundację **Banku Zachodniego WBK** to forma wsparcia inicjatyw, których efektem ma być poprawa jakości życia społeczności lokalnych. Pomoc finansowa adresowana jest do organizacji pozarządowych oraz jednostek publicznych prowadzących działalność kulturalną, edukacyjną, wychowawczą, charytatywną lub społeczną. W ramach konkursu złożonych zostało 1770 wniosków z terenu całej Polski. 100 organizacji otrzymało granty w łącznej wysokości 500 tys. zł.



Projekt „**Superścieżka**” pomógł zaangażować zainteresowanych pomysłem spójnego zagospodarowania ważnego odcinka Krakowa wzdłuż al. Powstania Warszawskiego, dzięki oddaniu w ręce mieszkańców możliwości kształtowania tego terenu od samego początku. W 2017 roku został zrealizowany I etap miejskiej przestrzeni wokół biurowca Axis i Skweru Eilego, który sfinansowała i wykonała **Skanska w Polsce**. Istotnym elementem skweru jest stworzony na nowo plac zabaw, wykorzystujący naturalne, ekologiczne materiały, z konstrukcjami do wspinaczki, huśtawkami i równoważnikami oraz piaskownicą.



Program „**Decydujesz, pomagamy**” powstał, aby wspierać lokalne społeczności, aktywnych mieszkańców oraz organizacje pozarządowe, które chcą zmienić najbliższe otoczenie. Program ma przyczynić się również do rozwoju postaw obywatelskich poprzez angażowanie różnych grup interesariuszy wokół wspólnego celu. Na potrzeby programu Polska została podzielona na okręgi, w których odbywa się głosowanie na zgłoszone projekty. **Tesco Polska** zrealizowało już trzy edycje, dzięki którym do organizacji społecznych trafiły granty o łącznej wartości 2,15 mln zł. O wyborze ponad 400 zwycięzców zadecydowali klienci, oddając ponad 15 mln głosów.



Pelion jest mecenasem łódzkiego Muzeum Farmacji im. prof. Jana Muszyńskiego, pokazującego historię aptekarstwa



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

oraz dorobek polskiej farmacji. Muzeum co roku uczestniczy w Międzynarodowej **Nocy Muzeów**. Podczas takiej nocy odwiedza muzeum ok. 4 tys. osób.



2014



9000

PKP CARGO od 14 lat odgrywa rolę **mecenasa zabytków kolejowych**. Utrzymuje historyczny tabor kolejowy w małopolskiej Chabówce i wielkopolską Parowozownię, posiadającą od 2017 roku status Instytucji Kultury. Promuje tradycje kolejnictwa, organizując cykliczne imprezy: „Parowozjada”, „Lato z parowozami” czy program „Małopolskie szlaki turystyczne” przy współpracy z Małopolskim Urzędem Marszałkowskim. W skansenie w Chabówce zgromadzono najliczniejszą w Polsce kolekcję zabytkowych pojazdów kolejowych. W ciągu roku z podróży pociągami retro uruchamianymi przez skansen skorzystało ok. 22 tys. osób, a miejsce odwiedziło ok. 30 tys. osób.



2016



17178



EDUKACJA DOROSŁYCH

Klub CSR to otwarte spotkania dyskusyjne pracowników **Capgemini Polska** na tematy związane z CSR. Wiele osób w firmie interesuje się szeroko pojętymi zagadnieniami społecznymi i chce zdobywać wiedzę na ten temat. Spotkania odbywają się 1–2 razy w miesiącu, a każdy członek klubu może zaproponować temat i prelegenta. W ramach Klubu CSR w 2017 roku odbyły się m.in.: spotkania ze Stowarzyszeniem Centrum Pomocy Prawnej im. Haliny Nieć i Fundacją Stańczyka oraz seans filmu *Before the Flood* o skutkach globalnego ocieplenia. W spotkaniach brało udział od siedmiu do 22 osób.



7000



„**#DzieńZmian**” to działanie firmy **InterKadra** przeznaczone dla osób, które chciałyby zmienić miejsce pracy lub ją rozpocząć, ale nie mają wystarczającej wiedzy na temat tego, jak działa agencja pracy tymczasowej, a także jakie wymagania należy spełnić, aby stać się pracownikiem tymczasowym. Dzień to okazja do rozmowy z pracownikami InterKadry. Akcja została zainicjowana przez Stowarzyszenie Agencji Zatrudnienia (SAZ) – organizację, wokół której skupiają się agencje specjalizujące się w rekrutacji.



190



Polenergia wzięła udział w szóstych „**Podlaskich warsztatach ratownictwa medycznego**”. Szkolenia polegały na przygotowaniu jednostek Policji i Straży do działań w razie wypadku masowego, wypadku na stacji LPG, wypadku autokaru, a także wypadku w głównej rozdzielni prądu farmy wiatrowej. Warsztaty miały zapewnić biorącym w nich udział służbom bezpieczeństwa przeszkolenie ze sposobu postępowania w sytuacjach wypadków oraz pokazać, jak wygląda ratowanie życia na jej terenie.



240



Powołana przez **Veolia Energia Polska** Fundacja Veolia Polska angażuje się w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju miast poprzez wsparcie lokalnych liderów społecznych działających na rzecz środowisk lokalnych. We współpracy z Fundacją Szkoła Liderów opracowała program „**Szkoła liderów miast**”, polegający na wzmacnianiu kompetencji miejskich liderów z uwzględnieniem lokalnej diagnozy i interesów społeczności. Program realizowany jest przy współpracy z Urzędem Miasta Etka i Urzędem Miasta Legionowo.



4000



Bank Zachodni WBK objął mecenasem kolejny projekt dziennikarski Konrada Kruczkowskiego, autora bloga haloziemia.pl. W projekcie „**Halo pieniądze**” to pieniądze są pretekstem do rozmów o ważnych zjawiskach społecznych: niedostatku, wykluczeniu, niepełnosprawności, ale również o kulturze i niezależności twórców, dbaniu o potrzeby swoje i innych. W projekcie tradycyjna forma dziennikarska (wywiad) łączy się z nowymi technologiami (social media, blog) i sztuką (krótkie formy wideo).



11243



Firma **BETTER.** (dawniej GoodBrand), przy wsparciu firmy Polpharma, wydała książkę poświęconą społecznie zaangażowanym markom **Dobre marki z przestaniem**. Na potrzeby książki wybrano 10 najlepszych tekstów z magazynu „CR Navigator”, o których skomentowanie, i odniesienie do obecnej sytuacji, poproszeni zostali eksperci. Celem publikacji było zastanowienie się, jaka jest przyszłość odpowiedzialnych marek.



5



Celem ogólnopolskiej kampanii **Przetąć się na bezpieczeństwo**, organizowanej przez **Concordia Polska TUW**, było poszerzenie świadomości na temat tego, jak zadbać o bezpieczeństwo własnego domu czy mieszkania. Wydany został poradnik **ABC Bezpiecznych wakacji**, czyli kompendium bezpieczeństwa w trakcie wakacyjnych wyjazdów. Klientom firmy przekazano 4 tys. listew przeciwprzepięciowych.



400



Na portalu Gazeta.pl z **Grupy Agora** cyklicznie, co tydzień pokazywane są i promowane dobre praktyki w biznesie. W cyklu „**Next Time**” przedstawiani są ludzie sukcesu, którzy opowiadają, jakie rady napisaliby na karteczce i przykleili na biurku samym sobie sprzed lat – jakich błędów mogliby dzięki temu uniknąć, co zrobiliby lepiej, czego się nauczyli i teraz mogą podzielić się doświadczeniem z innymi. Dotychczas zrealizowano 21 odcinków cyklu. Zasięg akcji poprzez stronę główną Gazeta.pl to ponad milion unikalnych użytkowników dziennie i ponad 8 mln emisji wszystkich odcinków.



3026



W przypadku co trzeciego nastolatka to rodzice mają największy wpływ na decyzje związane z alkoholem. Niemal dwoje na troje nastolatków pierwszy raz pije alkohol w domu i dostaje go głównie od dorosłych. Dlatego **Grupa Żywiec** postanowiła wesprzeć rodziców, dla których rozmowa z dzieckiem na temat alkoholu to często prawdziwe wyzwanie, **przewodnikiem Jak rozmawiać z dzieckiem o alkoholu?** Za koordynację i wsparcie merytoryczne publikacji odpowiadali specjaliści ze Stowarzyszenia na Rzecz Rozwoju i Pomocy Q Zmianom.



Aasa Polska, we współpracy z instytutem badawczym Kantar Public, przeprowadziła ogólnopolskie badanie podłoża i skali problemu wykluczenia cyfrowego w grupie kobiet między 45. a 70. rokiem życia. „Raport Aasa – Polki wykluczone cyfrowo 2017” pokazał, że problem wykluczenia cyfrowego dotyczy co trzeciej Polki po 45. roku życia, a w skali kraju ok. 2 mln kobiet. W odpowiedzi na badanie firma uruchomiła kampanię **„Aasy Netu – bądźmy bliżej”** oraz platformę aasy-netu.pl z bezpłatnym multimedialnym programem nauczania dla dojrzałych wiekiem, ale początkujących, jeśli chodzi o umiejętności, użytkowniczek Internetu. Do grudnia 2017 roku z materiałów edukacyjnych udostępnionych na platformie skorzystało ponad 31 tys. osób.



„Ustysz swoją szkołę” to akcja Radia TOK FM z **Grupy Agora** obejmująca cykl debat o skutkach reformy edukacji, zorganizowanych w dziewięciu miastach: Białymostku, Opolu, Poznaniu, Rzeszowie, Gdańsku, Katowicach, Bydgoszczy, Łodzi i Warszawie. Wstęp na wydarzenia był wolny – każdy mógł przyjść, posłuchać, zadać pytanie. Wśród uczestników spotkań znaleźli się m.in.: uczniowie, rodzice, nauczyciele, urzędnicy samorządowi i przedstawiciele Ministerstwa Edukacji Narodowej. Wydarzenia były transmitowane na żywo na antenie Radia TOK FM. Każdą debatę za pomocą mediów społecznościowych oglądało ponad 10 tys. osób, najpopularniejszą zaś – 15 tys. osób. Podcasty związane z akcją dostępne na stronie Tokfm.pl zostały odsłuchane około 40 tys. razy.



„1000 pierwszych dni dla zdrowia” to ogólnopolski edukacyjny program **NUTRICIA** poświęcony edukacji na temat roli prawidłowego żywienia podczas 1 tys. pierwszych dni życia dziecka, dla kobiet w ciąży, karmiących piersią oraz rodziców najmłodszych dzieci.



Aby edukować w zakresie świadomego radzenia sobie ze stresem i umiejętności obracania go na swoją korzyść, firma **Sanofi**, we współpracy z Discovery Media Brand

Partnership, zainicjowała kampanię **„Stresozaradni”**. Założeniem działania było, aby jak najwięcej Polaków posiadało umiejętności stawiania czoła stresującym sytuacjom. Osia kampanii był emitowany na kanałach Discovery program **„Stresozaradni”**. Przeprowadzono również warsztaty stresozaradności w pięciu miastach Polski. Komunikacja dotycząca akcji prowadzona była ponadto na platformie kampanii i na Facebooku.



Z myślą o rodzicach pracujących w **Sanofi** marka Emolium® zainicjowała kampanię **„Wspieramy Was od 1. dnia”**. Jej celem było uwrażliwienie opinii publicznej na kwestie dotyczące rodzicielstwa od pierwszych momentów życia dziecka. W kampanię zaangażowali się eksperci z różnych środowisk, tacy jak: prof. Beata Pięta, prezes Polskiego Towarzystwa Położnych, dr Aleksandra Piotrowska, psycholog dziecięcy, dr Anna Garbień, pediatra oraz dr Agata Grabowska, socjolog.



Celem programu **„IT for She”** realizowanego przez **Citi Handlowy** jest pomoc utalentowanym studentkom kierunków informatycznych w wejściu na rynek pracy. Program realizowany jest w szerokiej koalicji firm technologicznych: Cisco, Ericsson, Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy, Goldman Sachs, IGT, Intel, Roche. Pierwsza edycja programu składała się z programu mentoringowego dla 35 dziewczyn, obozu (boot-campu) dla dziewczyn w IT dla 120 uczestniczek oraz kampanii wolontariackiej prowadzonej przez studentki kierunków informatycznych zachęcającej do nauki programowania.



ING Bank Śląski w ramach **„Spotkań z Lwem”** organizuje wykłady i warsztaty dla studentów. Trenerami są pracownicy banku. W 2017 roku zorganizowano 20 spotkań, w których wzięło udział łącznie 666 osób. Inicjatywa realizowana jest we współpracy z kołami naukowymi działającymi przy poszczególnych uczelniach.



Konkurs o **Nagrodę Fundacji mBanku** za studencką pracę z matematyki został ustanowiony przez mFundację w 2016 roku. Studenci mogą zgłaszać do niego prace magisterskie, licencjackie lub naukowe promujące nowatorskie, oryginalne rozwiązania lub wskazujące nowe kierunki bądź metody badawcze. Pula nagród ufundowanych przez Fundację **mBanku** wynosi 40 tys. zł. W roku 2017 do konkursu zgłoszono 34 prace.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Nagroda Pielęgniarska Królowej Sylwii to stypendium ustanowione przez Swedish Care International dla studentów pielęgniarstwa, którzy zaprezentują najbardziej kreatywne rozwiązanie mające na celu usprawnienie opieki nad osobami starszymi. W Polsce za organizację konkursu odpowiada Fundacja **Medicover**. Uczestnicy konkursu rywalizują o staż w placówce medycznej i nagrodę pieniężną w wysokości 25 tys. zł. Na pierwszą polską edycję konkursu studenci zgłosili ponad 200 projektów. Nagroda została oficjalnie wręczona zwycięzcy przez Jej Wysokość Królową Sylwii 19 kwietnia 2017 roku w Szwecji.



Nationale-Nederlanden wspiera edukację finansową. Angażuje się w inicjatywy mające na celu wzrost świadomości finansowej społeczeństwa. W 2017 roku było partnerem strategicznym Forum Ekonomicznego Młodych Liderów, w którym wzięło udział blisko 400 osób z 43 państw. Dzięki wykładom na Ogólnopolskim Forum Mediów Akademickich przedstawiciele mediów studenckich z całego kraju mogli dowiedzieć się więcej o profilaktyce finansowej. Firma opublikowała też raport „Dojrzałość finansowa Polaków 2017”. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Forum Ekonomicznym Młodych Liderów, Ogólnopolskim Forum Mediów Akademickich i Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości.



Głównym elementem programu praktyk „Złota kariery”, organizowanego przez **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**, są realizowane cyklicznie, płatne praktyki, które umożliwiają studentom i absolwentom zdobywanie praktycznego doświadczenia zawodowego w jednej z największych polskich firm. Praktykanci biorą także udział w szkoleniach i wyjazdach terenowych oraz innych aktywnościach, których celem jest informowanie o działalności spółki, jej misji i historii. Najlepsi praktykanci mają możliwość pozostania w spółce na sześciomiesięcznym stażu. W ramach programu organizowane są także wydarzenia o charakterze edukacyjnym, które wspierają rozwój jego uczestników, takie jak: warsztaty edukacyjne i spotkania informacyjne w siedzibie spółki.

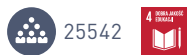


„WEX” to program płatnych praktyk w **PwC** dla studentów I i II roku oraz jeden z nielicznych programów dla studentów pierwszych lat studiów. Firma daje szansę początkującym na zdobycie doświadczenia i poznanie możliwości na rynku pracy, a także ukierunkowanie dalszej ścieżki nauki i kariery. Każdy uczestnik dostaje indywidualnego opiekuna, dostęp do platformy szkoleniowej PwC oraz doradztwo zawodowe i doradztwo kariery.



TAURON Polska Energia w ramach działań TAURON Dystrybucja S.A. zorganizował konkurs na najlepszą pracę magisterską, skierowany do absolwentów studiów magister-

skich polskich publicznych uczelni technicznych na kierunkach elektroenergetyka, elektrotechnika lub pokrewnych (automatyka i robotyka, elektronika, telekomunikacja, informatyka, mechatronika, energetyka). Laureatowi lub laureatom konkursu jest przyznawana nagroda pieniężna.



„Agro na obcasach” to program, dzięki któremu **Bank BGZ BNP Paribas** docenia i podkreśla osiągnięcia kobiet w codziennej pracy na rzecz rozwoju agrobiznesu. Skierowany do kobiet aktywnych na terenach wiejskich, składa się z cyklu zorganizowanych spotkań kulturalnych, pozwalających oderwać się od codzienności i poznać osoby prowadzące podobny tryb życia. Od 2016 roku w 11 spotkaniach w całej Polsce wzięło udział 4 tys. kobiet.



„Biznes w kobiecych rękach” to program skierowany do kobiet, które chcą założyć własną firmę. Realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Przedsiębiorczości Kobiet dzięki wykładom, szkoleniom i indywidualnej pracy z mentorkami daje uczestniczkom szansę na rozpoczęcie własnej działalności. Partnerem projektu jest Urząd Miasta st. Warszawy oraz DeLab UW (Digital Economy Lab – Laboratorium Gospodarki Cyfrowej Uniwersytetu Warszawskiego). W ramach czterech edycji programu powstało ponad 100 firm prowadzonych przez kobiety. Wsparcie kierowane jest też do firm utworzonych w poprzednich edycjach.



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.



„Jutro należy do Kobiet” to cykl seminariów **mBanku** adresowanych do kobiet zarządzających finansami w korporacjach, zasiadających w zarządach, właścicielek przedsiębiorstw. Organizowane od 2009 roku seminaria składają się z części merytorycznej prowadzonej przez ekspertów, części lifestylowej oraz ze spotkania z gościem specjalnym – kobietą sukcesu. Do tej pory odbyło się 26 spotkań, w tym dwa w 2017 roku. Ich tematem były m.in.: przyszłość Europy i rynku pracy.



Celem projektu „Kupuj u sąsiada” realizowanego przez **Bank Zachodni WBK** jest promowanie w społeczeń-

stwie świadomych postaw konsumenckich ukierunkowanych na wspieranie lokalnego biznesu, promowanie płatności bezgotówkowych oraz ożywienie lokalnych rynków w zakresie aktualnych projektów społecznych. Program objął trzy gminy po ok. 30 tys. mieszkańców (Siemianowice Śl., Piekary Śl., Mikołów). Do programu pilotażowego przystąpiły 31 podmioty MŚP. Uczestniczyło w nim 740 klientów indywidualnych banku. Dzięki projektowi udało się nawiązać relacje z samorządami lokalnymi, izbami gospodarczymi i stowarzyszeniami przedsiębiorców. Prowadzona była również edukacja ekonomiczna w szkołach realizowana w ramach wolontariatu kompetencyjnego.



Program „**Business Startup**” jest realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości. Jego celem jest pobudzenie przedsiębiorczości młodych ludzi poprzez pomaganie im w urzeczywistnianiu ich pomysłów na własny biznes oraz wspieranie już istniejących firm w początkowym stadium rozwoju.



Projekt **ERGO Hestia, doradza.my**, to cykl internetowych spotkań ze specjalistami ds. kariery, którzy w przystępny sposób dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem. Ekspert odpowiada na zadane przez uczestników pytania oraz udziela indywidualnych konsultacji po zakończeniu webinaru. Doradztwo internetowe jest doskonałym rozwiązaniem dla osób z niepełnosprawnością oraz tych, które nie mają odwagi lub wystarczającej motywacji, by wyjść z domu i zgłosić się na warsztaty.



Akcja **Tydzień dla Zdrowia we Wrocławskim Parku Przemysłowym** skierowana jest do pracowników firm Wrocławskiego Parku Przemysłowego i mieszkańców Wrocławia, a jej celem jest edukacja i promocja zdrowego trybu życia oraz motywowanie do aktywności sportowej i nie tylko. Co roku tematyce zdrowia towarzyszy inny motyw (w 2017 roku – nauka), w ramach którego **DOZAMEL** organizuje wydarzenia, konsultacje ze specjalistami, koncerty, zawody sportowe i konkursy z nagrodami na Facebooku.



Spotkania z cyklu „**Wyborcza na żywo**” odbywają się od 2016 roku w 19 lokalnych redakcjach „Gazety Wyborczej”, należącej do **Grupy Agora**, oraz w kawiarniach lub teatrach w Warszawie i innych polskich miastach. Uczestnicy rozmawiają o zjawiskach społecznych, lokalnych sprawach mieszkańców i kulturze. Gośćmi spotkań byli m.in.: Barbara

Nowacka, Adam Bodnar, Jerzy Bralczyk, Robert Biedroń, Janusz Głowacki, Jan Klata, Jan Miodek, Andrzej Rzepliński, Filip Springer, Ziemowit Szczerek, Lech Wałęsa, Ludwika i Henryk Wujcowie, Adam Wajrak. W 2017 roku w blisko 80 lokalnych spotkaniach wzięło udział prawie 7 tys. osób.



Autorski projekt „**Future Fuelled by Knowledge**” jest realizowany od 2010 roku przez **PKN ORLEN**. Zakłada organizowanie paneli dyskusyjnych i debat oraz publikowanie przekrojowych raportów eksperckich. W 2017 roku został wydany raport pt. „Gospodarka 4.0 – czas zmiany dla biznesu”. Oprócz wersji polskiej i angielskiej po raz pierwszy powstała wersja litewska.



Projekt „**Blżej Energii**” polega na prowadzeniu praktycznych szkoleń dla nauczycieli zawodu elektryka. Podczas cyklicznych warsztatów oraz wizyt studyjnych w zakładach spółki **TAURON Polska Energia** poruszane są m.in. zagadnienia: pracy dyspozytora, modernizacji stacji, procesu przyłączenia klientów, nowoczesnych technologii oraz zagrożeń dla środowiska naturalnego, jakie mogą stwarzać urządzenia elektroenergetyczne. Wiedza wykorzystywana jest następnie na zajęciach z młodzieżą.



Volkswagen Motor Polska od 16 lat wspiera edukację historyczną prowadzoną na terenie byłego obozu koncentracyjnego w Oświęcimiu. Projekt „**Praca w miejscu pamięci**” adresowany jest do uczniów, pracowników i kadry kierowniczej firmy i polega na wspólnej pracy przy porządkowaniu poobozowych zabudowań oraz renowacji obuwia byłych więźniów obozu. Inicjatywa ma na celu zachowywanie pamięci o wydarzeniach z przeszłości oraz wspólną refleksję nad przyszłością.



Konkurs „Emerging Market Champions” ma na celu promocję przedsiębiorstw rozwijających z sukcesem działalność za granicą. Nagroda przyznawana jest przez **Citi Handlowy** polskim firmom wykraczającym ze swoją działalnością poza granice kraju oraz podmiotom z emerging markets z sukcesem inwestującym w Polsce.



Badanie „Postawy Polaków wobec finansów” realizowane jest corocznie przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Think na reprezentatywnej próbie 1 tys. doro-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

stych Polaków. To najdłużej systematycznie przeprowadzane powszechne badanie dotyczące postaw i zachowań ekonomicznych Polaków. Towarzyszy mu kampania medialna, która promuje potrzebę racjonalnego zarządzania finansami.



Cognifide Polska współpracuje z poznańskimi uczelniami wyższymi, angażując się w działania wzmacniające związek edukacji i biznesu w ramach projektu „**Cognifide & Wiedza**”. Firma: organizuje płatne staże i praktyki (w 2017 roku przyjęto 27 stażystów, a 25 z nich kontynuuje współpracę z firmą) oraz wykłady dla studentów UAM, PP i UE, wchodzi w skład Rady Pracodawców przy Politechnice Poznańskiej, wspiera inicjatywy informatyczne, angażuje się w organizację konferencji branżowych i spotkań lokalnych grup programistycznych.



W 2017 roku wystartowała czwarta edycja **studiów podypłomowych Manager CSR** realizowana przez Collegium Civitas we współpracy z **CSRinfo**. Ich celem jest wyposażenie kadry menedżerów i specjalistów z przedsiębiorstw, administracji publicznej i organizacji społecznych w wiedzę oraz umiejętności niezbędne do sprawnego zarządzania procesami CSR. W 2017 roku studia otrzymały nagrodę „Studia z przyszłością” za dopasowany do rynku pracy oraz wyzwań gospodarczych program nauczania.



EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻY

Projekt „**ABC-ekonomii**” powstał jako pomysł wsparcia nauczycieli oraz włączenia się firmy rodzinnej **ABC-Czepczyński** w działania szkół podstawowych w powiecie międzychodzkiem. Opiera się on na książce Patrycji Krzanowskiej pt. *Świat pieniądza*, która przekazywana jest do szkół i bibliotek wraz z przygotowanymi przez firmę materiałami dydaktycznymi: scenariuszami zajęć wraz z kartami pracy, kartami informacyjnymi oraz opisem projektu. Formą sprawdzenia zapamiętanej przez uczniów wiedzy były organizowane konkursy wiedzy ekonomicznej. Projekt realizowany był w partnerstwie z Grupą Nowy Styl, Deloitte Polska, Uniwersytetem Dzieci i Stowarzyszeniem Księgowych w Polsce. Poprzez szereg spotkań i konferencji firmie udało się zachęcić niemal 24 firmy do promowania projektu.



Bayer wprowadził aplikację **wirtualnej rzeczywistości** do zastosowań edukacyjnych. Aplikacje mają charakter popularno-naukowy i są elementem wykorzystywanym podczas otwartych warsztatów w warszawskim salonie zdrowia Baylab: centrum popularyzacji nauki i profilaktyki. Zostały przygotowane jako nowoczesne i atrakcyjne narzędzie popularizatorskie dla osób w różnym wieku, a scenariusz każdej aplikacji opracowali wspólnie specjaliści z zakresu medycyny,

rolnictwa, interaktywności i *gamingu*. Działanie realizowane było w partnerstwie z firmą Immersion.



Centrum Edukacji Lotniczej Kraków Airport to ośrodek edukacyjny **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**, przybliżający zasady funkcjonowania lotniska oraz jego organizację.

W Centrum prowadzone są zajęcia specjalistyczne, szkolenia, warsztaty, kursy e-learningowe. Najmłodszy mogą uczyć się poprzez zabawę, a na powierzchni 400 m² powstało lotnisko w pigułce. Z zajęć edukacyjnych w Centrum w 2017 roku skorzystało 2130 osób.



Bank Zachodni WBK od 12 lat jest organizatorem konkursu „**BZ WBK Press Foto**”, który ma na celu promocję fotografii dokumentalnej. Konkursowe zdjęcia są prezentowane podczas wystaw pokonkursowych. Wraz z wystawami organizowane są **warsztaty fotograficzne**. Wzięty w nich udział 303 osoby, w tym młodzież i dorośli, z 14 miast Polski, które wraz z profesjonalnymi fotografami, laureatami konkursu oraz jury zgłębiały tajniki fotografii. Warsztaty realizowane były w partnerstwie z Fujifilm.



Firma **Farm Frites Poland**, wykorzystując swoje kontakty z Fundacją Robinson Crusoe, przeniosła na teren powiatu łęborskiego autorski program fundacji „**Wehikuł usamodzielnienia**”, którego celem jest wspomaganie młodzieży z pieczy zastępczej w procesie usamodzielnienia się poprzez przekazywanie jej praktycznej wiedzy i umiejętności. W ramach projektu raz na dwa tygodnie odbywały się spotkania młodzieży z konsultantami. Jednym z nich był przeszkolony pracownik firmy. Uczestnicy uczyli się m.in.: zarządzać budżetem, załatwiać sprawy urzędowe, walczyć ze stereotypami. W każdej edycji projektu bierze udział 30 młodych ludzi z różnych instytucji pieczy zastępczej w wieku 16–24 lata. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Fundacją Robinson Crusoe, Regionalnym Centrum Młodzieży, Starostwem Powiatowym w Łęborku i Urzędem Miasta Łęborka.



Akcja „**Domy pozytywnej energii**”, realizowana przez firmę **TAURON Polska Energia**, ma na celu: aktywowanie i motywowanie do działania dzieci i młodzieży mieszkających w placówkach opiekuńczo-wychowawczych, otwieranie przed nimi perspektyw, edukowanie ich w różnych obszarach życia społecznego. W 2017 roku w ramach akcji organizowano konkurs pod hasłem „Zdrowo jemy – energetycznie żyjemy”. Poprzez zadanie przygotowania zdrowego i energetycznego menu dnia akcja miała na celu zwrócić uwagę wychowanków placówek na zasady zdrowego żywienia, uświadomić je i zaszczepić ich stosowanie, a tym samym eliminować nieprawidłowe nawyki.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Firma **EY Global Services** pomaga podopiecznym Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania w nauce. Grupa 16 wolontariuszy udzielała dzieciom **korepetycji** w lekcjach z różnych przedmiotów. W każdym semestrze udaje się zgromadzić grupę 20 wolontariuszy chętnych do pomocy. Większość z nich pracuje z jednym dzieckiem przez cały semestr.



Wspólnie – Fundacja **LafargeHolcim** razem z UNEP/GRID organizuje „**Zielone lekcje**” dla dzieci ze szkół podstawowych na temat zrównoważonej konsumpcji. Inicjatywa ma na celu zwiększenie świadomości dzieci dotyczącej zrównoważonej i odpowiedzialnej konsumpcji za pomocą zabawy i warsztatów.



W Dzień Dziecka 1 czerwca 2017 roku na Placu Defilad w Warszawie odbyło się wydarzenie łączące kulturę z ekologią i „zieloną” energią. Uczestnicy akcji „**Kino na rowerach**”, której partnerem była **PGE Polska Grupa Energetyczna**, mogli zobaczyć filmy krótkometrażowe przedstawiające relacje człowieka z naturą i otaczającym go światem, a cała energia elektryczna potrzebna do pokazu została wyprodukowana przez widzów kręcących pedałami na stacjonarnych rowerach. Wydarzenie zostało zorganizowane w ramach współpracy z festiwalami dla dzieci i młodzieży „Kino w trampkach”.



W roku szkolnym 2016/2017 Fundacja **BGŻ BNP Paribas** została partnerem projektu „**Młódzież i filantropia**” Fundacji dla Polski. W ramach projektu uczniowie zapoznają się z ideą działalności społecznej, filantropii, potrzebami społecznymi i organizacjami działającymi w ich środowiskach. Uczestniczą w specjalnych zajęciach, odwiedzają lokalne organizacje pozarządowe i angażują się w ich działalność. Przygotowują na ich temat prezentacje, które następnie w drodze konkursu przedstawiają na forum szkoły. Zwycięski zespół otrzymuje nagrodę w wysokości 1 tys. zł, którą następnie przekazuje bohaterowi swojej prezentacji. Kwota ta jest w 50% zdobywana przez uczniów biorących udział w projekcie. W edycji 2016/2017 projektu „Młódzież i filantropia” uczestniczyło blisko 470 uczniów z 21 szkół w trzech województwach. Włączyli się oni w działalność ponad 80 lokalnych organizacji.



SumiRiko Poland zorganizowało, we współpracy ze Stowarzyszeniem Dobroczynnym „Res Sacra Miser”, warsztaty, których celem było **promowanie wolontariatu wśród**

młodzieży w Wolbromiu oraz zachęcanie ich do wspólnego działania wraz z pracownikami firmy na rzecz społeczności lokalnej. Warsztaty odbyły się w lokalnych gimnazjach, zorganizowano także pierwsze w mieście Targi Wolontariatu.



Zadaniem **Szkolnej Agencji Reklamowej** jest umożliwienie uczniom zdobycia praktycznej wiedzy o marketingu i funkcjonowaniu agencji reklamowych. Agencja to zespół stworzony z uczniów Zespołu Szkół Ponadgimnazjalnych w Pszowie, który wykonuje realne zlecenia dla lokalnych firm pod nadzorem doświadczonej kadry **ArtGroup**. W ramach praktyki odbyło się 40 godzin szkoleń dotyczących zasad funkcjonowania agencji oraz 80 godzin realizacji zleceń z rynku lokalnego.



Dzięki **Bankowi Zachodniemu WBK** podczas „**Finansowej rozgrywki dla bystrzaków**” przeprowadzono 30 warsztatów dla dzieci w wieku 3–12 lat, poruszających temat zarabiania, oszczędzania, wydawania i inwestowania. W warsztatach w Warszawie, Poznaniu i Wrocławiu wzięło udział 300 dzieci w wieku 3–12 lat. Działanie realizowane było w partnerstwie z Akademią Duckie Deck (Przedzokolowo).



W ramach działania „**Wspieranie przedsiębiorczości młodzieży**” pracownicy **KPMG** spędzali cały dzień z licealistami, pokazując im, na czym polega codzienna praca w korporacji. Opowiadali o swojej ścieżce kariery, skończonych studiach i kursach, aby pokazać młodym ludziom jak istotna jest edukacja. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości.



W warszawskim biurze **PwC** zorganizowano pięciodniowy warsztat z **przedsiębiorczości dla młodzieży pt. „Niezwykła edukacja”**, prowadzony przez Madi Sharmę, założycielkę MADI Group. Uczestnicy zostali wybrani przez organizacje na stałe współpracujące z PwC: Szczęśliwą Drogę, Warsaw Volunteering Mission, Big Brothers Big Sisters, Teens Matter, Ośrodek Socjoterapeutyczny w Wildze, Fundację Program Pomocy Pierwsza Praca.



„**Przedsiębiorczość jutra**” [PJ] to inicjatywa **Zakładu Fotograficznego u Jarka** skierowana do młodzieży z terenu Żywca. W projekcie wykorzystywane są gry dydaktyczne, które pozwalają młodzieży trenować przydatne



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

umiejętności, które będą wykorzystywać w przyszłej karierze zawodowej.



„**Scottie Go!**” to polska gra do nauki programowania dla najmłodszych, stworzona przez osoby z Poznańskiego Centrum Superkomputerowo-Sieciowego. Przez trzy miesiące 10 wolontariuszy **Cognifide Polska** co dwa tygodnie spotykało się z dziećmi ze Szkoły Podstawowej nr 21 z poznańskiego Dębca i wprowadzało je z pomocą gry w tajniki programowania. W projekcie wzięło udział 25 dzieci w wieku sześciu lat oraz 10 wolontariuszy z firmy Cognifide. We wrześniu 2017 roku wystartowała druga edycja projektu, w który zaangażowało się 25 wolontariuszy. Będą uczyć 147 dzieci z siedmiu różnych klas.



Uruchomione przez Fundację Orange działanie edukacyjne „**Programowanie dla najmłodszych**” jest skierowane do uczniów z klas I–III. Dzieci uczą się podstaw programowania w świetlicach szkolnych oraz w ramach zajęć dodatkowych na podstawie ośmiu scenariuszy lekcji. Dzięki **Orange Polska** uczniowie dowiadują się, czym jest programowanie, i mają możliwość nauki programowania w środowisku Scratch. W programie bierze udział 600 szkół. Działanie przygotowywane było we współpracy z Akademią Młodego Hakera i Fundacją GERERE.



W ramach działań edukacyjnych **PGE Polska Grupa Energetyczna** organizuje spektakle teatralne dla dzieci „**Jak Pstryk i Bzik zostali oświeceni**” o bezpiecznym i oszczędnym dostawianiu energii elektrycznej. Spektakle skierowane są do dzieci w wieku 5–9 lat, które mają okazję dowiedzieć się m.in.: jak powstaje prąd, kiedy może być niebezpieczny, jak należy się w takich sytuacjach zachować. W ciągu kilku miesięcy spektakl został pokazany w ponad 300 placówkach na terenie całego kraju i zobaczyło go ponad 30 tys. dzieci.



Zakład Fotograficzny u Jarka realizuje inicjatywę pod nazwą „**Matematyczny Żywiec jutra**”(MŻJ). Zajęcia zachęcają dzieci do matematyki. Innowacyjny sposób ich prowadzenia z wykorzystaniem nowej podstawy programowej pomaga w zapobieganiu niepowodzeniom szkolnym związanym z tym przedmiotem. MŻJ niweluje różnice między dziećmi, otwiera je na poznawanie przez doświadczenia praktyczne – zabawę i działania z rówieśnikami.



„**Tacy sami**” to projekt **ABC-Czepczyński** skierowany do uczniów szkół podstawowych. Podczas spotkań z uczniami specjaliści przekazują im wiedzę z zakresu specyfiki róż-

nych niepełnosprawności oraz nawiązują do doświadczeń uczniów. Podczas warsztatów uczniowie mogą poczuć, jak świat odbiera osoba niewidoma, niedostępująca czy poruszająca się na wózku inwalidzkim. Dzięki projektowi firma włączyła się w działania dotyczące kształtowania postaw od najmłodszych lat. Praktyka realizowana jest w partnerstwie ze Stowarzyszeniem na Rzecz Osób z Niepełnosprawnościami „Homini” i Zespołem Szkolno-Przedszkolny w Kamionie.



Warsztaty kulturowe to zajęcia dla dzieci i młodzieży, podopiecznych Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania, prowadzone przez wolontariuszy **EY Global Services**. Prowadzącymi są zarówno obcokrajowcy, jak i osoby z Polski, które są zainteresowane danym krajem. Podczas pierwszej części warsztatów prezentowana jest kultura. Druga część to wspólne przygotowywanie i gotowanie posiłku charakterystycznego dla danego kraju. Warsztaty odbywają się raz w miesiącu dla grupy 10 osób.



Maskotka spółki **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** „Gazuś”, która uczestniczy w projekcie „**ENERGIA Z WIEDZY. Z Gazusiem przez świat**”, „wędruje” z dziećmi z Miejskiego Przedszkola nr 34 w Zielonej Górze po wybranych krajach. Interaktywne spotkania z podróżnikami i Gazusiem mają na celu poszerzenie wiedzy dzieci z zakresu kultury z różnych zakątków świata. Projekt realizują wybrani pracownicy działu komunikacji i PR, w projekcie wykorzystano również wystawy fotograficzne zdjęć pracowników firmy.



Przekonać się na własnej skórze, doświadczyć, przetestować, spróbować, poczuć – właśnie to miała okazję sprawdzić młodzież podczas warsztatów „**Na własne oczy**”, organizowanych przez Powiatowy Polski Związek Niewidomych ze wsparciem firmy **SumiRiko Poland**. W firmie przeprowadzone zostały warsztaty mające na celu uwrażliwienie młodzieży na specyficzne potrzeby osób z niepełnosprawnościami.



„**Teatralny Żywiec jutra**” to projekt przygotowany przez **Zakład Fotograficzny u Jarka** dla najmłodszych mieszkańców Żywca. Jest to cykl wydarzeń, które uwrażliwiają, uczą pokonywać trudności, odpowiadają na pytania. Praktyka jest realizowana i będzie rozwijana we współpracy z placówkami oświatowymi oraz Stowarzyszeniem Na Rzecz Osób Niepełnosprawnych Ziemi Żywieckiej.



„**Projekt KiDS**” to program edukacyjny realizowany na poziomie globalnym przez firmę **Sanofi** i IDF. Ma za zadanie edukację społeczeństwa dotyczącą cukrzycy typu 1 i prewencji cukrzycy typu 2. Skierowany jest do dzieci

w wieku 9–10 lat, rodziców, nauczycieli i personelu szkolnego. W pilotażu programu weźmie udział 16 szkół. Osobami realizującymi działania edukacyjne projektu są wyłonieni w ramach konkursu studenci Wydziału Medycznego i Dietetyki Uniwersytetu Rzeszowskiego. Dzieci będą edukowane przez studentów-edukatorów w ramach lekcji, nauczyciele na auli Uniwersytetu Rzeszowskiego, a rodzice na specjalnych spotkaniach w szkołach.



W roku 2017 pracownicy firmy **Sela** przeprowadzili bezpłatne szkolenia z udzielania pierwszej pomocy dla młodzieży i nauczycieli. Celem inicjatywy „**Mali bohaterowie ratują życie**” było przelamanie w młodzieży obaw przed udzielaniem pierwszej pomocy, nauka praktyczna na fantomach, wzmocnienie pozytywnych zachowań i edukacja dotycząca zdrowego stylu życia i niesienia pomocy drugiemu człowiekowi. W roku 2018 działania będą kontynuowane.



„**Dwie strony sieci**” to projekt Fundacji **Banku Zachodniego WBK** oraz Komendy Wojewódzkiej Policji w Poznaniu, który powstał we współpracy z Multikinem. W ramach spotkań przeprowadzone zostały rozmowy z młodzieżą o podstawowych zasadach netykiety. Każda lekcja miała charakter interaktywnych warsztatów na sali kinowej i była zakończona projekcją wybranego przez grupę filmu pełnometrażowego. W spotkaniach wzięło udział ponad 6 tys. uczniów



T-Mobile Polska we współpracy z Fundacją Digital University zorganizował warsztaty edukacyjne pod nazwą **Laboratorium Bezpiecznego Internetu T-Mobile**. Projekt był skierowany do uczniów szkół podstawowych w wieku 6–12 lat w miejscowościach do 50 tys. mieszkańców. W ramach programu przeprowadzono warsztaty poświęcone bezpiecznemu korzystaniu z Internetu w 32 szkołach w całym kraju. Uczniowie poznali rodzaje zagrożeń w sieci, a nauczyciele doskonalili swój warsztat w zakresie nowoczesnych metod przygotowywania uczniów do świadomego użytkowania internetu.



Patronat nad klasą spedycyjną to działanie, który wynika z potrzeb dwóch podmiotów: Firmy **ABC-Czepczyński** oraz Zespołu Szkół Technicznych w Międzychodzie. Firma, prowadząc rekrutację, zauważyła potrzebę wspierania przyszłych pracowników oraz uzupełniania braków edukacyjnych. Uczniowie technikum odbywają w siedzibie firmy warsztaty, staże oraz praktyki zawodowe. Praktycy z firmy prowadzą

w szkole zajęcia i wspierają nauczycieli w kształceniu przyszłych kadr spedycyjnych. Liczba kandydatów na kierunek kształcenia w zawodzie technik spedytor w roku 2016 wynosiła dziewięć uczniów, natomiast po wprowadzeniu partnerstwa w roku szkolnym 2016/2017 wzrosła do 25 kandydatów.



Wielu pracowników Zakładu Grupy Hortex w Skrzyńsku w najbliższych latach przejdzie na emeryturę. Firma ma problem z pozyskaniem nowych wykwalifikowanych pracowników. Dzięki programowi „**Hortex dla młodych**” uczniowie z Technikum Mechanicznego poznają specyfikę pracy w warsztacie mechanicznym i automatyków podczas czterytygodniowych praktyk letnich. Najlepsi uczniowie po rekomendacji szkoły mają szansę na zatrudnienie w zakładzie. Dla uczniów z klas maturalnych organizowane są spotkania i szkolenia, podczas których przedstawiane są zagadnienia związane z wejściem na rynek pracy i prezentujące firmę. W latach 2016–2017 odbyły się dwie edycje programu, w których wzięło udział 120 osób. W ciągu pięciu lat praktyki odbyło kilkudziesięciu uczniów. Przedstawiciele **Hortexu** są również członkami rady programowej Wyższej Szkoły Handlowej w Radomiu, gdzie współdziałają w ramach projektowania zmian w programie nauczania, by lepiej przystosować absolwentów do rynku pracy.



Inicjatywa **kształcenia dualnego** została podjęta przez **NSG Grup w Polsce** we współpracy ze Świętokrzyskim Związkiem Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Firma nawiązała współpracę z Zespołem Szkół Technicznych i Ogólnokształcących im. prof. Z. Strzeleckiego w Sandomierzu, z którą podpisana została trzyletnia umowa. Umowa obejmuje sześć semestrów kształcenia. W roku szkolnym realizowanych jest 20 godzin lekcyjnych. W każdym semestrze organizowany jest dzień otwarty, podczas którego 20 uczniów klasy o profilu informatycznym poznaje pracę firmy.



ORLEN KolTrans, poprzez **objęcie patronatem Technikum Transportu Kolejowego**, stwarza młodym ludziom szansę na rozwój i możliwość współpracy z doświadczoną kadrą. Firma wspiera również merytorycznie Zakład Doskonalenia Zawodowego w Płocku – wykładowcami są pracownicy spółki.



W ramach inicjatywy „**Uniwersytet mrożonkowy**” firma **Polski Ogród**, należąca do Grupy Hortex, powołała zespół trenerów wewnętrznych szkolących pracowników z obsługi maszyn, a we współpracy z technikum



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

w Skierniewicach w roku szkolnym 2017/2018 utworzyła klasę patronacką w zawodzie technik technologii żywności z obsługą maszyn przemysłowych. Dzięki dualnemu kształceniu łączącemu praktykę z nauką teoretyczną uczniowie zdobędą wiedzę z zakresu produkcji żywności, nauczą się obsługi zaawansowanych technologicznie maszyn przemysłowych i poznają zautomatyzowane procesy produkcyjne. Z kolei zakład w Rykach współpracuje z Uniwersytetem Przyrodniczym w Lublinie i w ramach podpisanej umowy partnerskiej opiniował zasadność powstania nowego kierunku „chtodnictwo, klimatyzacja i technologie zintegrowane”.



TAURON Polska Energia wspiera kształcenie przyszłych kadr dla energetyki poprzez współpracę z ośrodkami akademickimi, szkołami średnimi i zawodowymi. Organizuje studia podyplomowe, praktyki zawodowe, dodatkowe zajęcia dla studentów i uczniów prowadzone przez pracowników TAURON, udostępnia także sprzęt i dokumentację techniczną mającą wartość edukacyjną.



Konkurs plastyczny na projekt znaczka pocztowego „Świat oczami młodych”, skierowany do młodzieży w wieku 10–19 lat, to wspólna inicjatywa Fundacji **Banku Ochrony Środowiska** i Poczty Polskiej. Celem konkursu była edukacja prozdrowotna młodzieży i promocja zdrowego stylu życia. Wszyscy uczestnicy przed przystąpieniem do tworzenia prac konkursowych wzięli udział w zajęciach poświęconych zagadnieniu zdrowego stylu życia. Przeprowadzono zajęcia dla blisko 30 tys. uczniów z prawie 600 placówek edukacyjnych. Do konkursu wpłynęło prawie 1,5 tys. prac, spośród których nagrodzone zostały 34. Najlepsze trzy prace zostały wydane jako znaczki pocztowe z serii „Świat oczami młodych”, każdy w nakładzie 100 tys. sztuk.



Od czterech lat **Coca-Cola HBC Polska** włącza się w organizację **Ogólnopolskiej Olimpiady Promocji Zdrowego Stylu Życia PCK**, skierowanej do uczniów szkół gimnazjalnych i szkół ponadgimnazjalnych. W ramach olimpiady uczestnicy muszą rozwiązać, na kilku etapach, test dotyczący prawidłowego odżywiania, pierwszej pomocy, ekologii oraz promocji zdrowego stylu życia. Na najlepszych czekają nagrody rzeczowe oraz indeks Uniwersytetu Medycznego w Łodzi dla najlepszego licealisty. W jubileuszowej, 25 edycji olimpiady w 2017 roku na wszystkich etapach konkursu wzięło udział 40 616 uczniów z 3276 szkół. Konkurs realizowany jest w partnerstwie z Polskim Czerwonym Krzyżem.



DOZAMEL wspiera projekty edukacyjne na rzecz rozwoju utalentowanych uczniów i studentów wrocławskich szkół i uczelni. Firma była partnerem „Konkursu na edukacyjny projekt badawczy”, realizowanego we wrocławskich szkołach. Na konkurs napytnęto 37 projektów, nagrodzone zostały

trzy. Firma wsparta również organizację gali „Areny projektów informatycznych” – konkursu na najlepszą realizację zespołowego przedsięwzięcia inżynierskiego dla studentów Wydziału Informatyki i Zarządzania Politechniki Wrocławskiej, oraz Best Career Week – tygodnia kariery na Politechnice Wrocławskiej. Praktyka realizowana jest w partnerstwie z Politechniką Wrocławską, Wrocławskim Centrum Rozwoju Społecznego i Szkołą Podstawową nr 63 im Anny Jasińskiej we Wrocławiu.



W ramach akcji **„Matematyka w twoim życiu”**, zorganizowanej przez **Grupę Agora**, uczniowie szkół podstawowych przedstawiali, jak matematyka jest obecna w ich życiu codziennym bądź w życiu ich szkoły. Można było przesyłać prace w formie: filmów wideo, zdjęć, gier, rebusów lub innych prezentacji. Do wygrania były granty finansowe dla szkół. W konkursie wzięło udział ponad 120 placówek. Punktem kulminacyjnym projektu był 4. Festiwal Matematyki, który odbył się 18 listopada 2017 roku w siedzibie Agory. W ramach wydarzenia można było uczestniczyć w warsztatach, a także zwiedzić stoiska z robotami, grami logicznymi, zabawami. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Fundacją mBanku.



Z myślą o bezpiecznym i ekologicznym wypoczynku, w okresie przedwakacyjnych oczekiwań, firma **Kuehne + Nagel** zorganizowała rodzinny konkurs **„Bezpieczne i ekologiczne wakacje”**. Wzięły w nim udział dzieci pracowników firmy. Konkurs polegał na przygotowaniu plakatów promujących hasło konkursu. Wszystkim dzieciom wręczono zaprojektowane przez firmę książeczki, zawierające zbiór dobrych praktyk związanych z bezpiecznym i ekologicznym zachowaniem podczas wakacji.

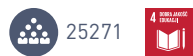


W ramach promowania wiedzy o odnawialnych źródłach energii Spółka PGE Energia Odnawialna, należąca do **PGE Polska Grupa Energetyczna**, była partnerem strategicznym ogólnopolskiego **Turnieju Maszyn Wodnych** skierowanego do uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Zadaniem uczestników zawodów jest zbudowanie modelu maszyny przetwarzającej energię potencjalną i kinetyczną wody na energię mechaniczną. Partnerem inicjatywy był Urząd Miasta Piaseczno.



Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo zorganizowało konkurs dla uczniów klas 4–6 szkół podstawowych w Zielonej Górze. Przedmiotem konkursu **„Dziedzictwo Łukasiewicza – produkty z ropy naftowej w życiu codziennym”** było stworzenie makiety/kreacji przestrzennej bezpośrednio odnoszącej się do tematu konkursu. Nagrodami dla uczestników były: wystawienie ich prac w salonie wystaw zielonogórskiego oddziału firmy, zaproszenie klas laureatów, którzy zdobyli miejsce na podium, do mobilnego laboratorium

Ignacego Łukasiewicza. Projekt był realizowany we współpracy z Fundacją PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza.



Pramerica Życie TUIR zorganizowała konkurs dla zaangażowanych społecznie uczniów z całej Polski. Jury konkursu „**Pramerica moc działania**” wyłoni 12 finalistów, którzy wezmą udział m.in. w serii warsztatów i spotkań o tematyce wolontariatu i pomocy lokalnej społeczności. Najciekawsze idee uczniów zostaną wyróżnione podczas uroczystej gali. Zwycięzcy, oprócz wsparcia finansowego dla wybranej przez siebie organizacji pożytku publicznego, wyjadą na międzynarodowy finał Spirit of Community, który odbędzie się w maju 2018 roku w Waszyngtonie w Stanach Zjednoczonych.



ADAMED SmartUP to naukowo-edukacyjny program Fundacji **Grupy Adamed** dla uczniów szkół ponadpodstawowych. Program popularyzuje nauki ścisłe i przyrodnicze oraz wspiera uzdolnioną młodzież w rozwoju pasji i zainteresowań. Jego najważniejszymi elementami są: platforma internetowa www.adamedsmartup.pl, program stypendialny oraz warsztaty naukowe ADAMED SmartUP Academy. Dotychczas do udziału w programie stypendialnym zarejestrowało się 25 tys. uczestników.



Celem „**Dentsu Maker Lab Kids**” było wyrównywanie szans edukacyjnych dzieci i młodzieży w dostępie do wiedzy dotyczącej nowych technologii oraz budowanie dobrego sąsiedztwa. Podczas trzech edycji imprezy odbyły się m.in. warsztaty z: programowania, elektroniki, muzyki, drukowania w 3D, tworzenia blogów, autoprezentacji, robotyki, scratcha. Trenerami byli pracownicy **Dentsu Aegis Network Polska** oraz zewnętrzny partner. Dodatkowo na początku współpracy odnowiono salę na zajęcia oraz pracownię komputerową, dzieciom przekazano zabawki, meble i gadżety, zorganizowano wycieczki dzieci do biura firmy oraz do kina. W każdej edycji uczestniczyło ok. 15–20 dzieci.



„**Świat młodych badaczy**” to międzynarodowy projekt edukacyjny firmy **Henkel Polska**, w Polsce realizowany od 2016 roku. Jego celem jest zaszczepianie w uczniach szkół podstawowych (klas 2–4) zainteresowania nauką oraz przedmiotami ścisłymi. Podczas interaktywnych warsztatów dzieci pod okiem wykwalifikowanych edukatorów samodzielnie wykonują proste eksperymenty naukowe, są zachęcane do zadawania pytań i poszukiwania właściwych odpowiedzi. Na zakończenie zajęć otrzymują broszurę edukacyjną z propozycjami kolejnych doświadczeń do przeprowadzenia w domu. Do końca 2017 roku w warsztatach udział wzięło

ponad 1,5 tys. dzieci z kilkudziesięciu szkół z Warszawy, Bydgoszczy, Raciborza, Pity oraz mniejszych miejscowości.



Firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** w ramach **Akademii Horus** współpracuje ze szkołami średnimi technicznymi i przeprowadza w nich zajęcia oparte na najnowszych technologiach i produktach 3M. Zajęcia często mają formę warsztatów.



Enea Trading, spółka z **Grupy Enea**, od 2016 roku organizuje konkurs „**Modelowanie rynku energii**” dla studentów kierunków ekonomicznych, ekonometrycznych oraz związanych z energetyką, dając im szansę zainteresowania się mechanizmami rynku energii i zostania przyszłymi ekspertami w tej dziedzinie. Celem akcji jest popularyzacja tematyki funkcjonowania rynku energii oraz zapoznanie studentów ze specyfiką pracy analityka. W kwietniu 2017 roku w finale drugiej edycji konkursu cztery najlepsze drużyny zaprezentowały swoje prace przed Kapitułą Konkursu, w skład której weszli: wiceminister energii Michał Kurtyka, profesorowie uczelni wyższych oraz przedstawiciele zarządu Enei i Enei Trading. Najlepsza drużyna otrzymała nagrodę w wysokości 10 tys. zł, a łączna pula wygranych to 18 tys. zł.



Program edukacyjny „Girls4Tech” jest realizowany przez **Mastercard Europe** na wielu rynkach na świecie na zasadzie wolontariatu pracowniczego. Adresatkami programu są uczennice w wieku 9–13 lat, a jego celem jest zwiększenie ich świadomości, jak potrzebna dziewczętom jest nauka przedmiotów ścisłych, oraz obalenie mitu, że nauki ścisłe są trudne i nie wymagają kreatywności. Zajęcia są przeprowadzane w formie angażujących warsztatów, w czasie których uczestniczki pracują w grupach, aby rozwiązać praktyczne problemy. Drugą edycję programu w Polsce zrealizowano wspólnie z Alior Bankiem. W inicjatywę zaangażowało się 35 wolontariuszy, a w zajęciach wzięło udział 145 dziewcząt z Warszawy i Tomaszowa Lubelskiego.



„**mPotęga**” to program grantowy Fundacji **mBanku**, który popularyzuje matematykę wśród młodych ludzi. Program prowadzony jest od 2014 roku i składa się z dwóch konkursów grantowych: dla uczniów klas 4–7 oraz dla uczniów szkół ponadpodstawowych. W 2017 roku na realizację 262 projektów czwartej edycji programu szkoły, organizacje pozarządowe, uczelnie wyższe i biblioteki publiczne otrzymały łącznie ponad 1,5 mln zł.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Celem programu „**MetLife LifeChanger**” jest promowanie wiedzy wśród uczniów ze szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Program realizowany jest we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Pracownicy firmy w ramach wolontariatu przekazują informacje na temat finansów, pomagają młodym ludziom w zdobywaniu wiedzy i umiejętności, które ułatwiają im realizację planów zawodowych. Z programu skorzystało blisko 800 uczniów.



„**Agrotalenty – edukacja dla rolnictwa**” to autorski program Fundacji **Banku BGZ BNP Paribas** realizowany od 2012 roku, którego celem jest wspieranie utalentowanej młodzieży zaangażowanej na rzecz rozwoju wsi i rolnictwa. Program obejmuje stypendia dla laureatów Olimpiady Wiedzy i Umiejętności Rolniczych, stypendia pomostowe dla najlepszych studentów kierunków rolniczych oraz współpracę z uczelniami przyrodniczymi. Dotychczas ponad 270 młodych talentów otrzymało wsparcie w dalszym rozwoju.



Volkswagen Motor Polska prowadzi działania na rzecz edukacji, realizując program „**Edukacja poprzez silniki**”. Projekt zakłada udostępnianie zakładu w Polkowicach młodzieży szkolnej i nauczycielom. Podczas zwiedzania uczniowie poznają budowę i sposób funkcjonowania silników wysokoprężnych. Innym efektem projektu jest bezpłatne przekazywanie szkołom silników wyprodukowanych przez zakład jako pomocy dydaktycznych.



Projekt „**Bankowcy dla edukacji finansowej młodzieży BAKCYL**” ma na celu podniesienie poziomu wiedzy finansowej młodych osób. Pracownicy **Banku BGZ BNP Paribas** od 2013 roku trenerzy wolontariusze prowadzą lekcje w gimnazjach, a od 2017 roku również w szkołach podstawowych i liceach w całej Polsce. W 2017 roku blisko 2,5 tys. uczniów pogłębiło swoją wiedzę dzięki 40 wolontariuszom.



„**Finansowy Elementarz**” to autorski program edukacyjny Fundacji **Banku Millennium**, rozpoczęty w 2016 roku, przygotowany i realizowany przez pracowników banku we współpracy z organizacją pozarządową. Jego celem jest wyjaśnienie najmłodszym podstawowych pojęć z zakresu finansów. Do tej pory odbyły się dwie edycje programu. Podczas niemal 600 warsztatów przeszkolono ok. 15 tys. dzieci z 200 przedszkoli. Program jest realizowany pod patronatem honorowym Ministra Edukacji i Rzecznika Praw Dziecka.



Portal Finansiaki.pl zawiera materiały dotyczące oszczędzania, zarabiania, bankowości i przedsiębiorczości dla rodziców dzieci w wieku od 3 do 13 lat oraz nauczycieli szkół różnych

szczebli, przygotowane przez **Bank Zachodni WBK** w zgodzie z podstawą programową. Portal dostosowany jest dla osób niedowidzących. W 2017 roku przeprowadzone zostało badanie UX portalu, którego celem było lepsze dostosowanie go do grup docelowych. Opracowano dodatkowe scenariusze lekcji dla nauczycieli oraz wychowawców nauczania wczesnoszkolnego.



Celem **gry internetowej „Pierwszy milion**” jest poszerzenie wiedzy z zakresu działania rynku i produktów finansowych oraz zwiększenie umiejętności zarządzania finansami osobistymi. Aplikacja **Citi Handlowy** wykorzystywana jest do współpracy i organizowania konkursów dla szkół ponadgimnazjalnych i uczelni wyższych.



Provident Polska zainicjował edukacyjnego bloga finansowego „**Co z tym hajsem.pl**”. Blog prowadzony jest przez młodych ludzi, którzy dzielą się z czytelnikami swoimi doświadczeniami z zarządzania domowym budżetem. Opisują konkretne sytuacje, np. na co zwrócić uwagę, gdy szuka się mieszkania do wynajęcia, jak zaplanować większe wydatki, takie jak świąteczne prezenty czy wyjazd na wakacje, podpowiadają, jak oszczędzać. Autorzy drugiej edycji zostali wyłonieni spośród 250 kandydatów, którzy wzięli udział w konkursie na blogerów.



„**Zdrowo jem, więcej wiem**” to ogólnopolski całoroczny projekt edukacji prozdrowotnej organizowany od 2010 roku wśród dzieci z zerówek i klas I–III szkół podstawowych. W trakcie zajęć prowadzonych zgodnie ze scenariuszami przygotowanymi przez **Bank Ochrony Środowiska**, które wpisują się w podstawy programowe MEN, dzieci w nieszablony sposób zdobywają wiedzę na temat odżywiania i roli aktywności fizycznej. Łącznie do ośmiu edycji projektu zapisało się 200 tys. uczniów i 10 tys. nauczycieli. Działania edukacyjne objęły 350 tys. rodziców oraz około 1 mln pozostałych uczniów, którzy nie brali bezpośredniego udziału w projekcie. Od 2016 roku projektowi patronuje Agata Kornhauser-Duda.



Baylab to centrum popularyzatorskie, w którym **Bayer** dzieli się wiedzą podczas otwartych warsztatów rodzinnych w ramach projektu „**Better Life**”. Firma promuje profilaktykę, zrozumienie postępu w nauce, odpowiedzialne praktyki w zakresie żywności.



Program badawczo-edukacyjny „**ABC zdrowego żywienia**” zainicjowany przez **Carrefour Polska** podnosi świadomość żywieniową dzieci. Realizowany jest ze środków Fundacji Carrefour we współpracy z SGGW. Partnerami naukowymi

projektu jest siedem uczelni, z: Krakowa, Wrocławia, Gdyni, Olsztyna, Lublina, Poznania i Białej Podlaskiej. Trzecia edycja programu wystartowała jesienią 2017 roku i jest adresowana do 1,7 tys. dzieci z mniejszych miejscowości. W warsztatach żywieniowych uczestniczą uczniowie klas II i III szkół podstawowych. Przygotowano też materiały edukacyjne i zrealizowano ogólnopolskie badanie opinii nt. żywienia. Planowana jest aplikacja edukacyjna na smartfony.



„Zielona kraina” to akcja edukacyjna, która promuje zdrową dietę i właściwe nawyki żywieniowe. Program, oparty na 90-minutowych zajęciach teoretyczno-praktycznych prowadzonych przez dietetyków, skierowany jest do uczniów klas IV szkoły podstawowej. Nauczyciele mogą pobrać ze strony projektu bezpłatne skrypty z gotowymi scenariuszami lekcji. W dwóch odsłonach projektu udział wzięło ponad 13 tys. dzieci, a w roku szkolnym 2017/2018 w warsztatach uczestniczyło 8 tys. uczniów w siedmiu miastach. Program realizowany jest w partnerstwie z **Jeronimo Martins Polska** i Green Factory, pod patronatem merytorycznym Instytutu Żywności i Żywienia.



„Zdrowo jemy, zdrowo rośniemy” to ogólnopolski edukacyjny program dla żłobków i przedszkoli, poświęcony prawidłowemu żywności w trakcie 1 tys. pierwszych dni życia. Żłobki i przedszkola otrzymywały materiały dydaktyczne pomagające przeprowadzić zajęcia na temat edukacji żywieniowej. **NUTRICIA** oferowała też wsparcie edukatorów, którzy organizowali warsztaty dla personelu placówek i rodziców, konsultowali jadłospisy oraz pomagali dostosowywać je do szczególnych potrzeb żywieniowych małych dzieci.



Celem programu edukacji stomatologicznej przygotowanego przez należący do **Procter & Gamble** Instytut Blend-a-med Oral B jest współpraca ze szkołami podstawowymi w zakresie edukacji stomatologicznej i poprawy zdrowia jamy ustnej oraz wykształcania u dzieci odpowiednich nawyków prozdrowotnych. Szczotkowanie zębów jest dla większości dzieci nudną koniecznością. Żeby ten stan przetrwać, pomocne mogą być kolorowe szczotki do zębów, smakowe pasty czy postacie z ulubionych bajek. W 2017 roku programem zostało objętych blisko 60 tys. dzieci.



W ramach projektu „**To MY tworzymy świat**” firma **Canon Polska** przeprowadza warsztaty filmowo-fotograficzne dla osób w wieku 13–19 lat. Firma zachęca do pokazywania ważnych tematów związanych z SDG za pomocą obrazu, uczy

proaktywnej postawy i odpowiedzialności za twórczość. Co roku organizowany jest konkurs multimedialny na temat SDG. Od roku 2015 odwiedzone 25 szkół. W warsztatach uczestniczyło prawie 500 osób, a w konkursie 270 uczniów. W roku 2017 przygotowano scenariusz lekcji pt. *Nasze cele. Moje wybory*, który nauczyciele mogli wykorzystać do przeprowadzenia zajęć poruszających kwestie SDG.



„Kino na temat” oraz „Kino na temat. Junior” to projekty edukacyjne **Grupy Agora** odpowiednio dla starszych i młodszych uczniów oraz przedszkolaków, które odbywają się w kinach sieci Helios od 2013 roku. „Kino na temat” skierowane jest do młodzieży z najstarszych klas szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych. Każde spotkanie to także debata z udziałem zaproszonych gości oraz włączenie widzów do dyskusji poprzez głosowanie. „Kino na temat. Junior” łączy oglądanie filmu czy bajki z edukacyjną zabawą. W 2017 roku odbyło się przeszło 2,5 tys. seansów.



„Ambasadorzy zrównoważonego rozwoju” to globalna inicjatywa edukacyjna firmy **Henkel**, której głównym celem jest zwiększanie świadomości ekologicznej oraz szerzenie idei zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnej konsumpcji wśród dzieci ze szkół podstawowych poprzez warsztaty. W projekt, prowadzony od 2013 roku, włączyły się ponad 70 pracowników Henkel Polska. Do tej pory w programie wzięło udział 3,2 tys. uczniów z różnych miast Polski.



„English Club” to projekt edukacyjny prowadzony w partnerstwie z jednym z klientów **Banku BGZ BNP Paribas**, JMP Flowers. Blisko 30 uczniów ze szkół gimnazjalnych ze Stężyca uczestniczy w zajęciach e-learningowych, wspieranych przez tradycyjne lekcje i wycieczki. Celem projektu było wyrównanie szans edukacyjnych młodzieży poprzez stworzenie im możliwości doskonalenia kompetencji językowych.



„Smak kariery” to centrum szkoleniowe i program edukacyjny dla przyszłych i obecnych pracowników **Carrefour Polska**. Na program składają się: program dla menedżerów „Apetyt na handel” program „Przepis na mistrza” koncentrujący się na kompetencjach specjalistycznych. Program umożliwia doświadczonym pracownikom Carrefour certyfikację czeladniczą. Firma tworzy też klasy patronackie w szkołach zawodowych. W 2017 roku w centrum przeprowadzono 3040 godzin szkoleń. Powstał też serwis smakkariery.pl.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Program „**Być przedsiębiorczym**”, realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości, ma na celu przekazanie odbiorcom wiedzy z zakresu przedsiębiorczości oraz wykształcenie postaw i umiejętności przedsiębiorczych w tym obszarze. Honorowy patronat nad projektem sprawuje Ministerstwo Rozwoju.



Citi Handlowy we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości realizuje też program „**Moje finanse**”, którego celem jest przygotowanie młodych ludzi do podejmowania racjonalnych i korzystnych dla siebie decyzji finansowych, popartych stale aktualizowaną wiedzą. Honorowy patronat nad projektem sprawuje Ministerstwo Finansów.



Credit Suisse EMEA Foundation od 2009 roku finansuje program „Trening umiejętności społecznych” Polskiej Fundacji Dzieci i Młodzieży w ramach praktyki „**Podziel się umiejętnościami**”. Program jest przeznaczony dla młodzieży, a jego cel to kształtowanie i wzmacnianie umiejętności zwiększających szanse młodzieży na znalezienie miejsca na rynku pracy. Bezpośrednimi beneficjentami edycji programu w 2017 roku było ok. 40 nauczycieli i ponad 1 tys. uczniów ze szkół zawodowych i technicznych we Wrocławiu i w Gdańsku.



Europ Assistance Polska poprzez współpracę z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości, udział w Dniu Przedsiębiorczości, a także projekt „Otwarta firma” **wspiera przedsiębiorczą młodzież**.



„**Mała akademія ubezpieczeń ERGO Hestii**” to cykl warsztatów przygotowanych przez **ERGO Hestia**, podczas których uczniowie mogli dowiedzieć się m.in.: jak tworzone są warunki ubezpieczeń, jakie obowiązki ma ubezpieczyciel, jak stworzyć własny produkt ubezpieczeniowy, jakie są zasady udzielania pomocy osobom poszkodowanym w wypadkach komunikacyjnych, jakie działania podejmuje ubezpieczyciel w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.



Akcja „**Świadomi na rynku pracy**” przygotowana przez firmę **InterKadra** ma na celu wprowadzenie na rynek pracy potencjalnych pracowników, którzy w sposób świadomy i odpowiedzialny będą potrafili znaleźć pracę, która zapewni im zawodową przyszłość.



W ramach programu „**Zdolni z LOTOSEM**” realizowane są projekty dla uzdolnionych uczniów pochodzących z regio-

nów, w których funkcjonują spółki **Grupy Kapitałowej LOTOS**, czyli z województwa pomorskiego i powiatów jasielskiego i bielskiego. Projekt obejmuje: doskonalenie nauczycieli, zajęcia pozalekcyjne, spotkania akademickie z matematyki, fizyki i informatyki, konkursy, opiekę mentorską, wsparcie stypendialne.



Gra „**Meet Go with Cognifide**” polega na organizacji regularnych spotkań w Publicznej Szkole Podstawowej Cogito w Poznaniu w ramach zajęć w świetlicy szkolnej. W trakcie godzinnych spotkań wolontariusze z **Cognifide Polska** i członkowie Stowarzyszenia Gier Planszowych „Honte” tłumaczą dzieciom zasady gry, czuwają nad rozgrywkami i pomagają w nauce logicznego i strategicznego myślenia. Do tej pory w zajęciach wzięto udział ponad 100 dzieci. W 2017 roku projekt objął zasięgiem Pracownię Kuniec Dębiec, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza i dwa poznańskie przedszkola.



Celem 16. edycji „**Szkoty z klasą 2.0**”, projektu **Grupy Agora**, jest wsparcie szkoły w trudnym procesie zmian. Placówki, pracując z wykorzystaniem innowacyjnej metody design thinking, diagnozują potrzeby społeczności szkolnej i projektują rozwiązania. Projekty nastawione są na budowanie dobrych relacji, samodzielności, odpowiedzialności, umiejętności uczenia się i pasji do nauki. Do edycji 2017/2018 zgłosiło się 95 szkół, 95 dyrektorów, 95 koordynatorów, 642 uczestników (nauczycieli i innych pracowników szkoły). W konferencjach i wydarzeniach wzięto udział ponad 300 osób. Program prowadzony jest przez Fundację Szkoła z Klasą, Centrum Edukacji Obywatelskiej i „Gazetę Wyborczą”, przy wsparciu Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności i Fundacji Agory.



Program „**Majsterkowo**” to zajęcia prowadzone w sklepach **Castorama Polska** dla grup szkolnych w wieku od 6 do 12 lat. Dzieci sadzą rośliny, malują na szkle, budują drewniane samoloty, pociągi czy pudełka. Celem zajęć jest dzielenie się pasją do majsterkowania, pobudzanie wyobraźni, rozwijanie umiejętności manualnych, a także zwiększanie wiedzy i świadomości ekologicznej.



Grupa Enea poprzez akcję edukacyjną „**Dbamy o Twoje bezpieczeństwo. Ty też o nie zadbaj**” pokazuje zagrożenia związane z przebywaniem w pobliżu infrastruktury energetycznej. Celem akcji jest promowanie bezpiecznych zachowań w pobliżu elementów sieci elektroenergetycznej. Partnerami akcji są Policja, Straż Pożarna oraz PTPIREE.



Lekcje edukacyjne „Nie taki prąd straszny” stanowią jeden z filarów wolontariatu pracowniczego w **Grupie Enea**. Program skierowany jest do dzieci przedszkolnych i wczesnoszkolnych. Lekcje przeprowadzane przez wolontariuszy Enei dotyczą powstawania prądu, zasad bezpiecznego i oszczędnego korzystania z niego oraz proekologicznych postaw.



2011 15081

Mostostal Warszawa zorganizował warsztaty dla dzieci ze szkół podstawowych w ramach **Dnia Wolontariatu**. Ekologiczne zajęcia miały na celu pomóc dzieciom w zrozumieniu czterech filarów, na których opierają się Cele Zrównoważonego Rozwoju, i zaangażować je w ochronę środowiska poprzez codzienne gesty. W trakcie zajęć wykorzystano autorskie materiały, quizy, gry i zabawy oraz przyjazny najmłodszym motyw bajkowego herosa. Akcja objęła do tej pory ok. 800 dzieci.



2016 550

Edukacyjno-społeczny projekt **„Dzień Górnika i przedszkolaki”**, zorganizowany przy okazji Dnia Górnika, umożliwił spotkania przedszkolaków z regionu z górnikami z **Kopalni Soli „Wieliczka”**. Program spotkania opracował doświadczony pedagog, wykorzystując różnorodne metody pracy z dziećmi. Miały one okazję poznać dziedzictwo kulturowe regionu, z którego pochodzą, legendy, historię kopalni, charakterystykę pracy górników dawniej i dziś. Na zakończenie spotkania wszystkie dzieci otrzymały od górników drobne upominki. Podczas dwóch edycji akcji górnicy odwiedzili 14,3 tys. dzieci z 207 przedszkoli.



2016 800

W akcji edukacyjnej **„Górnik w przedszkolu i szkole”** biorą udział pracownicy **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** Oddziału w Zielonej Górze oraz Oddział Geologii i Eksploatacji. Z okazji Barbórki górnicy w galowych mundurach odwiedzają placówki przedszkolne i szkolne w rejonie i prowadzą prezentacje na temat procesu powstawania, poszukiwania i wydobycia ropy naftowej i gazu ziemnego.



2013 25271

Głównym filarem projektu **„Być jak Ignacy”** jest konkurs dla szkół podstawowych na Naukową Szkołę Ignacego, do którego mogli przystąpić nauczyciele i uczniowie zrzeczeni na potrzeby konkursu w kółka naukowe. Nauczyciele korzystali z wysokiej jakości materiałów i scenariuszy lekcji przygotowanych przez **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**. Strona programu zawiera interaktywne komiksy, filmy edukacyjne z eksperymentami naukowymi

oraz grę przygodową. W księgarniach pojawiła się także specjalnie przygotowana książka *Być jak Ignacy*.



2016 25271

Wolontariusze z firmy **Pelion w Światowym Dniu Godności**, przypadającym w trzecią środę października, spotykają się z młodzieżą w szkołach, włączając się w tę międzynarodową inicjatywę. Do udziału w projekcie **Pelion** zaprasza osoby z życia publicznego, które dzielą się swoim doświadczeniem. Uczniowie szkół przygotowują prezentacje, plakaty i wystawy na temat godności. Spotkaniom co roku przewodzi inne hasło, np. „hejt i mowa nienawiści” czy „różni, ale równi”.



2012 9000

Firma **SITECH** kontynuuje 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 2017 roku zostało przeszkolonych kilkaset dzieci.



2016 1860

„Bezpieczni w domu i mieszkaniu” to lokalna kampania społeczno-edukacyjna, prowadzona od 2016 roku w Warszawie. W ramach akcji w wybranych szkołach zlokalizowanych w pobliżu inwestycji **Skanska w Polsce** odbywają się przedstawienia. Bohaterowie spektaklu – pani Jadwiga Nietad-Niedbała, pan Tomasz Miarka i niesforny kot Leon – uczą dzieci zasad domowego BHP, opowiadają, co może powodować wypadki w domu i jak im zapobiegać, dłaczego nie można wpuszczać obcych osób do domu lub zostawiać bałaganu na podłodze, jak wezwać pogotowie oraz w łatwy sposób zapamiętać podstawowy numer alarmowy – 112. Dzięki kampanii 2,2 tys. dzieci poznało zasady domowego BHP. W 2017 roku na potrzeby akcji powstały nowe materiały edukacyjne rozdawane dzieciom w szkołach – kolorowanki.



2016 7000

Od 2008 roku **Skanska w Polsce** uczy dzieci, jak zachować bezpieczeństwo na drodze i w pobliżu budowy. Spotkania, w ramach ogólnopolskiej kampanii społeczno-edukacyjnej **„Bezpieczni w pobliżu budowy”**, organizowane są w szkołach podstawowych zlokalizowanych w pobliżu budów. Tomcio Brygadzysta wraz z Zebłą Drogową i Babcią Jadzią dają najmłodszym lekcję bezpieczeństwa i rozdają odbłaski, przypominając, jak ważne jest ich noszenie. Od początku trwania akcji przeszkolono 140 tys. dzieci, wyposażając wszystkie w odbłaski.



2016 7000



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Program „**Od uprawy do potrawy**” był realizowany przy pomocy i współpracy pracowników **Tesco Polska**, tzw. Spółeczników. Spółeczników, w kilkudziesięciu lokalizacjach w całym kraju, przekazywali dzieciom informacje na temat zdrowego odżywiania i udowadniali, że nawet poznawanie piramidy żywieniowej może być świetną zabawą.



INNOWACJE SPOŁECZNE

20 i 21 maja we Wrocławiu 118 uczestników wzięło udział w zorganizowanym przez **Bank Zachodni WBK** ogólnopolskim konkursie programistycznym „**BankItUp Hackathon**” o tematyce „Bank 2030”. 28 drużyn projektowało przez 26 godzin rozwiązania, z zastosowaniem dowolnej technologii, przedstawiające bankowość przyszłości. Uczestnicy mogli liczyć na pomoc 13 mentorów z banku. Zwyciężyło pięć grup. Działanie realizowane było w partnerstwie z Challenge Rocket.



ING Bank Śląski jest instytucją finansową i jednocześnie firmą technologiczną. Tematem przewodnim maratonu programowania „**24H-CODING Hackathon Katowice**” było pytanie: „Jak wygląda otwarty ekosystem finansowy?”. Chętni do udziału rejestrowali swój pomysł na usługę bankową. Jury oceniło ponad 90 zgłoszonych pomysłów. Wybrano 60 zgłoszeń zespołów z Polski, Austrii, Belgii, Hiszpanii, Niemiec, Rumunii, Turcji, Singapuru. 55 drużyn przez 24 godziny kodowało prototypy rozwiązań ulepszających życie klientów.



Podczas zorganizowanego przez **Nokia Solutions and Networks** 24-godzinny hackatonu „HopelT” programiści mieli stworzyć prototyp aplikacji, która dzięki nowoczesnym rozwiązaniom umożliwi szybkie pozyskiwanie środków finansowych dla podopiecznych fundacji „Na ratunek dzieciom z chorobą nowotworową”. Trwają prace nad dokończeniem aplikacji zgodnie z ideą open source. Po zakończeniu prac, nad którymi opiekę merytoryczną będzie sprawować NOKIA, oprogramowanie trafi do Fundacji.



Przez trzy dni **maratonu innowacyjności „Dystrybucja Innowacji”** 12 zespołów studenckich pracowało nad nowatorskim rozwiązaniem w obszarach wskazanych przez TAURON Dystrybucja, spółki **TAURON Polska Energia**. Po poznaniu potrzeb klientów spółki próbowano je spełnić – zespoły projektowały rozwiązania metodyką design thinking. Tematem przewodnim maratonu innowacyjności była „Energia przyszłości: internet rzeczy, big data i elektromobilność w inteligentnych sieciach energetycznych”.



Firma **BIBUS MENOS** zorganizowała konferencję podczas **Pomorskich Dni Druku 3D-MED** na temat innowacji w medycynie. Jej uczestnicy dowiedzieli się, jak wykorzystać trójwymiarowe modele z drukarek 3D do celów badawczych, diagnostycznych, terapeutycznych lub edukacyjnych. Na konferencji obecnych było 120 osób. Konferencja była realizowana we współpracy z Pomorskim Parkiem Naukowo-Technologicznym Gdynia, Gdańskim Parkiem Naukowo-Technologicznym i Pomorską Specjalną Strefą Ekonomiczną.



Pracownicy **Transition Technologies** przygotowali aplikację, która jest narzędziem do komunikacji między mieszkańcami a Urzędem Miasta Białegostoku. Dzięki inicjatywie „**IT dla mieszkańców Białegostoku**” niepożądane zdarzenia mogą zostać zgłoszone natychmiast i bezpośrednio, bez konieczności składania wniosków w siedzibie Urzędu Miasta. Aplikacja jest darmowa. Praktyka realizowana jest we współpracy z Urzędem Miasta Białegostoku.



Misją **inkubatorów innowacji społecznych** otworzonych przez **PwC** i partnerów jest stworzenie warunków do powstawania innowacji społecznych w zakresie pokonywania barier na rynku pracy dla osób zagrożonych wykluczeniem.



INWESTYCJE SPOŁECZNE

Program **mentoringu dla przedsiębiorstw** społecznych polega na półrocznej pracy z mentorem z **PwC** nad zdefiniowanymi celami rozwoju. Do tej pory podczas sześciu edycji w projekcie wzięło udział 31 przedsiębiorstw i 79 mentorów.



Projekt „**Razem możemy więcej**” firmy **Pelion** zakłada nawiązanie współpracy z innymi organizacjami w celu większej i szerszej pomocy osobom chorym, starszym, ubogim lub zagrożonym wykluczeniem społecznym. W ramach projektu od 2012 roku organizowany jest konkurs grantowy skierowany do organizacji z sektora ochrony zdrowia i opieki społecznej. Projekt ma niwelować bariery w dostępie do leków i w sposób bezpośredni pomagać osobom najbardziej potrzebującym.



KAMPANIE SPOŁECZNE

Concordia Polska TUW poprzez akcję „**Bezpieczny z kartą ICE**” chciała sprawić, aby jak największą liczbę osób miało w swoich portfelach karty, dzięki którym można poprawić bezpieczeństwo i uzyskać pomoc w trudnych sytuacjach

życiowych. Firma przygotowała 200 tys. kart ICE, które dystrybuowane były z dziennikiem „Super Express”.



400

Praca pracowników służb komunalnych nie jest doceniana, a oni sami są nazywani śmieciarzami. Jest to w sumie grupa 135,9 tys. osób zatrudnionych w 1461 przedsiębiorstwach.

ENERIS Ochrona Środowiska stara się zmienić negatywny wizerunek tej grupy, pokazując ogromny wkład, jaki ma ona w ochronę środowiska. Ich praca stała się tematem kampanii „Strażnicy planety”. Spot telewizyjny przybliży pracę tej grupy zawodowej. Zorganizowano też pierwszą część wystawy fotograficznej „Strażnicy planety”, na której uchwycona została codzienna praca służb komunalnych. 13 zdjęć obejrżeli w styczniu 2017 roku mieszkańcy Piły, Gorzowa, Chrzanowa, Jaworzna i Łądko-Zdroju. Firma przygotowała także drugą, większą wystawę składającą się z 18 zdjęć wykonanych w sześciu miastach w całej Polsce.



1100



„Gazeta Wyborcza” z **Grupy Agora** rozpoczęła projekt „Jutronauci”, w którym przedstawia – w artykułach, materiałach multimedialnych i wydarzeniach – sylwetki osób prezentujących otwartą, nowoczesną i inteligentną postawę. Projekt składał się z cyklu redakcyjnego, przedstawiającego: sylwetki wybranych jutronautów (26 postaci), wydarzenie otwierające projekt z udziałem pięciu jutronautów, trzy spotkania na żywo z wybranymi osobami, stypendium „Bilet za horyzont” przyznane osobom i przedsiębiorcom wybranym przez siedmiu mentorów, finał „Jutronautów 2017”, czyli panele dyskusyjne z udziałem jutronautów i innych gości specjalnych. W spotkaniach uczestniczyło 1 tys. osób, a relacje z tych wydarzeń miały 468 tys. odbiorców. Do konkursu na stypendium „Bilet za horyzont” zgłoszono 207 prac. Projekt realizowany był w partnerstwie z Kulczyk Investments.



3026



Grupa Agora uczciła 73 rocznicę wybuchu Powstania Warszawskiego, kręcąc – po raz kolejny – wideo z udziałem powstańców. Materiał „**Powstańcy 1944**” był dostępny m.in. na stronie głównej portalu Gazeta.pl, na Facebooku, YouTube, a także w specjalnym serwisie Powstanie44.Gazeta.pl. Podczas tworzenia materiału zespół zapytał powstańców o to, co najlepiej zapamiętali z 63 dni walk – o najważniejsze momenty, emocje i uczucia, a także o codzienne życie w czasie wojny. Materiał był również wyświetlany w kinach sieci Helios i Gutek Film, na ekranach AMS w warszawskich tramwajach oraz na ekranach Screen Network. Film był także promowany na antenie Radia TOK FM. Na Gazeta.pl oraz w mediach społecznościowych wszystkie materiały związane z projektem były emitowane przeszło 100 tys. razy, natomiast główny materiał wideo zanotował 50 tys. emisji.



3026



Poznańska redakcja „Gazety Wyborczej” z **Grupy Agora** od 2015 roku realizuje projekt **Tydzień Seniora**, przybliżający problemy i tematykę senioralną w Poznaniu i całej Wielkopolsce. Od Dnia Osób Starszych (30 września) przez cały tydzień gazeta poświęcała specjalną uwagę sprawom seniorów. Redakcja przygotowała różne materiały – m.in. o tym, jak żyje się osobom starszym w mieście, czego oczekują, jaka jest dla nich oferta kulturalna, sportowa, zdrowotna czy edukacyjna. W 2017 roku po raz pierwszy odbył się również cykl warsztatów i imprez skierowanych do seniorów, który uzupełniał tematykę publikacji. W warsztatach wzięło udział 70 osób. Praktyka realizowana była we współpracy z Urzędem Miasta Poznania.



3026



Działy lifestyle i wideo portalu Gazeta.pl z **Grupy Agora** przygotowały materiał wideo **Kiedy zobaczyłem Cię po raz pierwszy** z okazji Dnia Ojca, w którym znani ojcowie opowiedzieli o pierwszych chwilach ze swoimi dziećmi i o tym, co dla nich znaczy być tatą. Aktor Marcin Perchuć (tata Zosi i Stasia), projektant Tomasz Pągowski (tata Oskara, Nataniela i Vincenta), bokser wagi ciężkiej Przemysław Saleta (tata Nicole i Nadii) oraz raper Tomasz Kleyff – CNE (tata Hani) opowiedzieli redakcji Gazeta.pl, co czuli, kiedy urodzili się ich dzieci. Wideo zostało opublikowane na stronie głównej Gazeta.pl, w serwisie dla rodziców eDziecko.pl oraz na profilu portalu na Facebooku, gdzie tylko w ciągu pierwszej godziny zostało wyświetlone ponad 23 tys. razy.



3026



PKN ORLEN zainicjował kampanię społeczną „**Uzależnieni od zdrowia. Wolni od tytoniu**”, której celem było zachęcenie osób palących do zmiany szkodliwych nawyków. Kampania została przeprowadzona w dwóch odstępach: w pierwszej kolejności dla pracowników PKN ORLEN, w drugiej – dla mieszkańców Płocka. W ramach kampanii powstała strona internetowa, na której zamieszczono informacje na temat szkodliwych skutków palenia, udostępniono anonimowe testy poziomu uzależnienia od nikotyny oraz poziomu motywacji do zaprzestania palenia. Zorganizowano także konkurs i spotkanie z ekspertami pomagającymi skończyć z nałogiem.



4980



„**#BrudnoTu**” było początkowo wakacyjną akcją obywatelską, dążącą do likwidacji dzikich wysypisk. **Bank Ochrony Środowiska** przekształcił ją jednak w projekt trwający cały rok. Mieszkańcy i turyści zachęceni są do zgłaszania i monitorowania zaśmieconych miejsc. W ramach projektu nawiązano współpracę z gminami, pomagając im wypełniać ustawowe obowiązki. Dzięki akcji udało się znaleźć ponad 1,2 tys. nielegalnych wysypisk.



2015



1320



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Portal Gazeta.pl, należący do **Grupy Agora**, po raz trzeci włączył się do akcji „**Adoptuj pszczołę**”, zachęcając użytkowników do pomocy pszczołom poprzez wirtualną adopcję owadów i relację na żywo ze zbiórki pieniędzy. Tego dnia zmienił się również logo portalu, w którym ponownie znalazła się pszczoła. Na stronie głównej pojawiły się artykuły na temat życia pszczoł z materiałem wideo oraz specjalny quiz. Dzięki zbiórce powstanie m.in. „Narodowa strategia ochrony owadów zapylających”, kontynuowany będzie Wielki Spis Zapylaczy. Dodatkowo akcji towarzyszyła kampania wśród pracowników grupy. Dzięki działaniom Gazeta.pl zaadoptowanych zostało ok. 25 tys. pszczoł.



W ramach akcji „**Długowieczni**” „Gazeta Wyborcza”, należąca do **Grupy Agora**, porusza najważniejsze tematy związane z seniorami i ich najbliższymi. W 2017 roku przygotowano cykl redakcyjny na stronach ogólnopolskich i lokalnych oraz w magazynach „Gazety Wyborczej”, lokalny dodatek w całości poświęcony seniorom i specjalny serwis. W materiałach poruszono kwestie sytuacji seniorów w Polsce na tle innych krajów, aktywności i wolontariatu seniorów, „koperty życia”, integracji międzypokoleniowej, akcji „Apteka przyjazna seniorom”. Powstał też poradnik dotyczący domów pomocy społecznej. Partnerem akcji w 2017 roku był m.in. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego.



Tematem 18 edycji konkursu **Galerii Plakatu AMS** była „Rzeczpospolita = rzecz wspólna”. Uczestnicy zgłosili niemal 500 projektów o pozytywnym, ale też krytycznym przesłaniu. Zwycięskie prace można oglądać przez cały rok w całej Polsce na citylightach należących do AMS. Celem projektu **Grupy Agora** jest rozbudzenie społecznego zainteresowania reklamą zewnętrzną, promowanie polskiego, dobrze zaprojektowanego plakatu oraz zbliżenie środowisk reklamowego i akademickiego. W konkursie na plakat o tematyce społecznej i kulturalnej biorą udział przede wszystkim studenci szkół artystycznych oraz młodzi graficy-projektanci.



W 2017 roku **mBank** uruchomił trzecią edycję **kampanii społecznej „Uważni w sieci”** (we wcześniejszych raportach opisanej jako „Nie robisz tego w realu? Nie rób tego w sieci!”). To akcja skierowana nie tylko do klientów banków, lecz także do wszystkich użytkowników internetu. W ramach akcji bank demaskuje najpopularniejsze metody cyberprzestępców i wyjaśnia, jak się przed nimi bronić. Sercem akcji jest strona mBank.pl/uwazniwiesci.



TAURON Dystrybucja rozpoczął akcję „**Stop nielegalnemu poborowi energii elektrycznej**” mającą przeciwdziałać kradzieży energii elektrycznej. Spółka dystrybucyjna **TAURONU Polskiej Energii** wspólnie z policją pracuje nad narzędziami do walki z kradzieżami prądu. Patronat

nad akcją objęli wojewoda śląski i wojewoda małopolski. Zorganizowano konferencje dla policji i zarządców nieruchomości w Krakowie, Częstochowie, Katowicach i Bielsku-Białej. Nakręcono film prezentujący metody zwalczania nielegalnego poboru energii elektrycznej wyświetlony w trakcie konferencji. Zrealizowano też kampanię promującą telefon bezpieczeństwa – linię antykradzieżową – na tamach dziennika „Fakt”.



KULTURA I SZTUKA

„**Centrum premier Czerska 8/10**” prowadzone przez „Gazetę Wyborczą” z **Grupy Agora** to spotkania z twórcami i dziełami odbywające się w siedzibie Agory w Warszawie oraz transmitowane na żywo na portalu Wyborcza.pl i w mediach społecznościowych. Spotkania są okazją do bezpośredniego kontaktu z ciekawymi twórcami, pasjonatami, ważnymi postaciami w życiu społeczno-politycznym i kulturze, a także z redakcją i dziennikarzami. W 2017 roku odbyło się 6 takich spotkań, w których udział wzięli m.in. Agnieszka Holland, Olga Tokarczuk, Elżbieta Dzikowska, Martyna Wojciechowska, Marek Kamiński i Aleksander Doba czy Krystyna Janda. W spotkaniach uczestniczyło ok. 3 tys. osób, dodatkowo oglądało je przez internet kilkanaście tys. osób.



W 110 rocznicę śmierci Stanisława Wyspiańskiego w ośmiu największych miastach Polski pojawiły się przystanki, na których można było nie tylko podziwiać reprodukcje prac twórcy, lecz także odbierać je wieloma zmysłami. Spółka AMS z **Grupy Agora**, w ramach projektu „**Przystanek: Wyspiański**”, zaprosiła mieszkańców do obejrzenia dzieł, wystuchania przewodnika i poczucia zapachu kwiatów z dzieł Wyspiańskiego. Specjalne przystanki zostały przygotowane w Katowicach, Krakowie, Łodzi, Poznaniu, Szczecinie, Gdańsku, Warszawie oraz we Wrocławiu. Kampanię zobaczyło prawie 850 tys. osób. Projekt powstał we współpracy AMS z Muzeum Narodowym w Krakowie.



Sklep **Leroy Merlin** w Bielsku-Białej wspiera **street-art**. Sklep pomógł w realizacji nowego muralu na jednym z miejskich budynków wg projektu artystycznego „oBBraz miasta #3”. Autorką dzieła jest Natalia Rak, której prace można podziwiać w wielu miejscach, zarówno w Polsce, jak i za granicą. Firma wsparła projekt, przekazując potrzebne farby i akcesoria. Projekt „oBBraz miasta #3” był organizowany przez Galerię Bielską BWA.



Firma **Pelion** od 2011 roku jest organizatorem DOZ Maratonu Łódź. W 2017 roku, podczas siódmej edycji maratonu, kibicowanie stało się motywem przewodnim, a hasło imprezy brzmiało „**Najgłośniejszy maraton w Polsce**”. W ramach wydarzenia zorganizowany został konkurs dla

zespołów muzycznych. Przy trasie maratonu zagrało 26 zespołów, a sama trasa została podzielona na pięć stref muzycznych – każda z innym gatunkiem muzyki.



„Solidarni współcześnie – kultura, historia, literatura” to inicjatywa Fundacji LOTTO, której fundatorem jest **Totalizator Sportowy**. W ramach tej praktyki fundacja angażuje się we współpracę z instytucjami kultury oraz organizacjami pozarządowymi, których projekty dotyczą edukacji artystycznej, ułatwiają dostęp do kultury lub chronią dziedzictwo narodowe. Współpraca może przybrać formę wsparcia finansowego, darowizny rzeczowej lub pracy wolontariatusy – pracowników Totalizatora Sportowego.



Twórcy Instagrama to często amatorzy fotografii, którzy nie mają szans wystawić swoich prac na wystawie w galerii sztuki. Ideą konkursu „**LIGHTS by artystyczna podróż**” organizowanego przez **ERGO Hestia** było przeniesienie wirtualnego świata Instagrama wprost na ściany galerii sztuki w Mysiej 3 i Sztuce Wyboru w Warszawie. Udział w konkursie mógł wziąć każdy użytkownik Instagrama. Zdjęcie należało oznaczyć hashtagami #artystycznapodroz #aplights2017. Do konkursu zostało zgłoszonych prawie 2700 zdjęć, z których jury wybrało 30 finalistów oraz przyznało dwa wyróżnienia i wyłoniło jednego laureata.



PKO Bank Polski wspiera rozwój młodych artystów i promuje polską sztukę najnowsza. Wspólnie ze swoją fundacją Bank wspiera organizację plenerów dla studentów pracowni wyższych szkół artystycznych oraz organizuje wystawy poplenerowe w ramach inicjatywy „**Bank przyjazny młodym artystom**”. W Centrali Banku odbyły się wystawy poplenerowe, m.in. młodych artystów z warszawskiej pracowni sztuki prof. Mirosława Bałki oraz studentów szczecińskiej Akademii Sztuki. Ekspozowane były również prace indywidualnych artystów, uczestników wspieranych przez Bank plenerów malarskich.



Millennium Docs Against Gravity Film Festival to największy festiwal światowego filmu dokumentalnego w Polsce oraz imprezy mu towarzyszące (warsztaty, dyskusje i koncerty). Filmy prezentowane na festiwalu pokazują ważne problemy społeczne współczesnego świata – istotne dla obecnych, ale i dla przyszłych pokoleń. Dotyczą one m.in. przyczyn i skutków wojen, nierówności społecznych, wpływu człowieka na środowisko naturalne czy zagrożeń, które wynikają z rozwoju cywilizacyjnego. W 2017 roku festiwalowe projekcje i imprezy

odbyły się w 26 miastach w Polsce. **Bank Millennium** jest partnerem festiwalu od 12 lat. W 2016 roku objął mecenat tytułarny nad wydarzeniem.



Fundacja Kronenberga, istniejąca przy **Citi Handlowy** i Narodowe Centrum Kultury działają wspólnie na rzecz profesjonalizacji projektów z udziałem wolontariatusy w instytucjach kultury oraz propagują wolontariat w tych instytucjach. Inicjatywa „**Wolontariat w kulturze**” składa się z corocznego cyklu szkoleń, konkursu grantowego i ogólnopolskiej konferencji „Wolontariat w kulturze”. W 2017 roku konferencja odbyła się po raz drugi. Wzięto w niej udział ponad 130 uczestników - ekspertów, wolontariatusy i gości, reprezentujących 57 instytucji z całego kraju.



Credit Agricole Bank Polska włącza się w **promocję kultury francuskiej w Polsce**. Bank jest stałym współorganizatorem Dni Krajów Francuskojęzycznych, a także sponsorem wydarzeń w ramach festiwalu Frankofonia. W 2017 roku dzięki wsparciu banku odbyły się dwa koncerty: muzyki klasycznej oraz koncert galowy, na którym wystąpił Lucas Reynald. Celem działań jest propagowanie kultury francuskiej wśród Polaków. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Alliance Française.



ERGO Hestia angażuje się we wspieranie młodej sztuki i jej twórców poprzez **partnerstwo strategiczne z Muzeum Sztuki Nowoczesnej**. Fundacja Artystyczna Podróż Hestii prowadzi inicjatywy tworzące program mecenatu kultury: konkurs dla młodych twórców, artystyczne podróże do światowych i europejskich ośrodków sztuki, wernisaże i wystawy.



Warszawski port lotniczy od 2001 roku nosi imię Fryderyka Chopina. Od tego czasu **Przedsiębiorstwo Państwowe „Porty Lotnicze”** buduje wizerunek marki lotniska jako mecenas projektu związanych ze swoim patronem. Jest partnerem Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina przy organizacji **Międzynarodowego Festiwalu Muzycznego „Chopin i jego Europa”**.



ANG Spółdzielnia założyła bibliotekę zakładową dla własnej społeczności. Posiada w niej ponad 300 tytułów. Opracowała niezbędny regulamin i stworzyła na potrzeby



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

biblioteki aplikację webową i na iOS (Maktaba). W ramach praktyki dzieli się również wiedzą i pomaga w zakładaniu bibliotek zakładawych. Wszystkie informacje niezbędne do założenia i prowadzenia biblioteki zakładawej udostępniane są na stronie bibliotekizakladowe.pl.



Przez miesiąc wśród pracowników **Banku Zachodniego WBK** prowadzona była zbiórka książek w ramach akcji „**Podziel się kulturą**” dla powstającej biblioteki szpitalnej. Akcja koordynowana była przez 67 pracowników w 33 lokalizacjach. Zebrano 6640 książek. Zostały przekazane Fundacji Zacztyani.org, która stworzyła dzięki nim biblioteki na dwóch oddziałach jednego z warszawskich szpitali. Działanie realizowane było w partnerstwie z Fundacją Zacztyani.org.



Z okazji Światowego Dnia Książki i Praw Autorskich w ramach akcji „**Przystanek: literatura**” na ulicach Krakowa pojawiły się multimedialne przystanki literackie Miasta Literatury UNESCO. Ich celem było przybliżenie podróżującym komunikacją miejską postaci ważnych pisarzy związanych z Krakowem. Na jednym z nich Joseph Conrad spoglądał w bezkres afrykańskiej dżungli, dwa inne zdobyły tematy z prac Stanisława Wyspiańskiego, na kolejnym pojawiły się nawiązania do twórczości Stanisława Lema, a na jeszcze innych – motywy inspirowane awangardą krakowską i jej pismem „Zwrotnica”. Akcją organizowały: miasto Kraków, Krakowskie Biuro Festiwalowe, Muzeum Narodowe w Krakowie i firma AMS z **Grupy Agora**. Partnerem strategicznym był Woblink/Czytaj.pl. Partnerami akcji byli Wydawnictwo Literackie, Wydawnictwo Znak, Biblioteka Internetowa Wolne Lektury, Wydawnictwo Universitas, strona Lem.pl. Projekt wspierał Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu w Krakowie.



„**Paczka literacka**” to inicjatywa Wydawnictwa **Agora** i Fundacji Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego, której celem jest popularyzacja czytelnictwa w Polsce. Do akcji zaproszone zostały wszystkie biblioteki publiczne w Polsce. Każda biblioteka, która się zgłosiła, mogła otrzymać bezpłatny pakiet zawierający 21 książek oraz dwa audiobooki.

W ramach akcji zachęcano też biblioteki do organizowania wydarzeń promujących czytelnictwo. Dodatkowo odbył się konkurs dla bibliotek – placówki, które dołączyły do akcji, przesyłały multimedialną relację ze spotkania promującego czytelnictwo, podczas którego została wykorzystana wybrana książka z „Paczki literackiej”. Nagrodą jest wizyta jednego z autorów Wydawnictwa w bibliotece i spotkanie z czytelnikami. Do akcji zgłosiło się 1,2 tys. bibliotek wraz z filiami, do których wysłano pakiety książek i audiobooków.



Z okazji 20-lecia działalności na polskim rynku firma **Provident Polska** rozpoczęła współpracę z Fundacją Zacztyani.org. Organizacje wspólnie zrealizowały projekt pod hasłem „**20 bibliotek na 20 lat Providenta**”, który miał na celu promocję czytelnictwa oraz zaangażowanie zespołu Providenta w dodatkowe działania wolontariackie. Firma we współpracy z Zacztyani.org otworzyła 20 bibliotek szpitalnych na oddziałach dziecięcych, zebrawszy 12 tys. książek z zakładanych 6 tys.



Jednym z celów **programu edukacji kulturalnej Fundacji Banku Millennium** jest propagowanie wiedzy o sztuce oraz promocja dorobku młodych polskich artystów. Fundacja jest partnerem rankingu młodych polskich artystów oraz wystawy ich prac – „Kompas młodej sztuki”. Fundacja jest również fundatorem nagrody dla laureata rankingu. Wyniki „Kompasu młodej sztuki” są corocznie ogłaszane w dzienniku „Rzeczpospolita”, towarzyszą im artykuły edukacyjne na temat sztuki współczesnej.



Bank Zachodni WBK stworzył **Santander Orchestra**, by ułatwić ludziom dostęp do muzyki i uczyć kreatywności. Gra w orkiestrze symfonicznej pod batutą światowej sławy dyrygentów inspirowanych młodych utalentowanych muzyków do doskonalenia swoich umiejętności. W 2017 roku 125 studentów i absolwentów wyższych uczelni artystycznych wzięło udział w zajęciach prowadzonych przez muzyków grających w polskich orkiestrach symfonicznych. Dodatkowo podczas warsztatów uczyli się, jak realizować własną karierę w social media, poznając tajniki prawa autorskiego i savoir-vivre'u.



Konkurs „Artystyczna podróż Hestii” zainicjował w 2002 roku Piotr M. Śliwicki, prezes Grupy **ERGO Hestia**. Laureaci konkursu ogłaszani są podczas werniszażu w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, którego Grupa jest partnerem strategicznym. Konkurs kierowany do studentów kierunków artystycznych daje młodym artystom możliwość pokazania się w polskim i międzynarodowym środowisku artystycznym oraz inspirowanie ich do dalszego rozwoju.



„**Kultura dostępna w kinach**” to program **Grupy Agora**, którego celem jest dotarcie z polską sztuką filmową do szerokiego grona odbiorców dzięki przystępnej cenie biletu oraz promocja polskiego kina. W 2017 roku we wszystkich kinach Helios co czwartek odbywały się seanse blisko 50 polskich filmów na 2196 pokazach. Widzowie mogli zobaczyć najbardziej cenione przez krytyków oraz nagradzane na międzynarodowych festiwalach filmy polskiej produkcji, w tym m.in. „Pokot” i „Powidoki”. Program jest częścią ogólnopolskiego projektu „Kultura dostępna”, którego głów-

nymi organizatorami są Narodowe Centrum Kultury oraz Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.



„KPMG’s Family for Literacy” to globalny projekt **KPMG**, realizowany w Polsce jako kampania „Zaczytani”, mający na celu szerzenie czytelnictwa i walkę z analfabetyzmem. Pracownicy firmy zbierają i przekazują książki dla dzieci i młodzieży przebywających w szpitalach, które następnie trafiają do Biblioteki Matego Pacjenta, ufundowanej przez KPMG.



MARKETING ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

Firmy **Henkel Polska** i Carrefour zdecydowały się przeprowadzić akcję dobroczynną na rzecz Fundacji Czerwone Noski Kłown w Szpitalu, która wspiera dzieci przebywające w szpitalach w całej Polsce. Szpitalne oddziały pediatryczne regularnie odwiedzają artyści przebrani za klaunów i odgrywają radosne przedstawienia, które pozwalają dzieciom zapomniać o chorobie i szpitalu. Akcja „**Dziecięca radość w twoich rękach**” trwała od 23 sierpnia do 4 września 2017 roku. Każdy konsument, który w tym czasie kupił w hipermarketach Carrefour dowolne produkty marek należących do firmy Henkel, przyczynił się do wsparcia Fundacji. W wyniku akcji na rzecz Fundacji przekazano 50 tys. zł, które umożliwią kontynuowanie zajęć terapii śmiechem w 2018 roku w szpitalach dziecięcych w Polsce, w tym w Warszawie (Centrum Zdrowia Dziecka), Wrocławiu, Krakowie, Poznaniu i Łodzi. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Carrefour Polska.



Firma **Henkel Polska** działa na rzecz Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce, które zajmuje się pomocą dzieciom opuszczonym, osieroconym oraz zagrożonym utratą opieki rodziców. Ważnym aspektem tych działań jest przygotowanie podopiecznych Stowarzyszenia do dorosłego życia poprzez stałą troskę o ich wychowanie i edukację. W 2017 roku Henkel wspólnie z firmą Kaufland przeprowadził II edycję akcji dobroczynnej „**Kupujesz – pomagasz!**”, z której dochód został przeznaczony na rzecz Stowarzyszenia. Każdy, kto między 24 września a 4 października kupił w jednym ze sklepów Kaufland produkty marek należących do firmy Henkel, przyczynił się do wsparcia podopiecznych Stowarzyszenia. Dzięki akcji Stowarzyszenie otrzymało darowiznę w wysokości 55 tys. zł. Zebrane środki zostały przeznaczone na zajęcia wyrównawcze i dodatkowe dla potrzebujących podopiecznych tej organizacji. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Kaufland Polska.



PKN ORLEN, w ramach programu „**VITAY w Yanosik**”, wspólnie z właścicielem aplikacji, prowadzi akcję, która angażuje ok. 400 tys. użytkowników programu VITAY do aktywnego zwiększania bezpieczeństwa na drogach i do wspierania celu charytatywnego. Każde zgłoszenie uczestnika o zdarzeniu na drodze, które zostanie potwierdzone przez kolejnego kierowcę, powoduje naliczenie dwóch punktów VITAY. Jeden z nich powiększa aktualny stan konta uczestnika, natomiast drugi zasila wspólną dla całej społeczności pulę punktów, która następnie zamieniana jest na złotówki i przekazywana na cel charytatywny. Cel, na który zostaną przekazane środki, wybiera w głosowaniu społeczność kierowców związanych z inicjatywą.



Program „**Mata pomoc, wielka radość**” jest kolejną odsłoną współpracy **Procter & Gamble** z Polskim Czerwonym Krzyżem (PCK) na rzecz pomocy najuboższym. W ramach akcji konsumenci danego partnera handlowego (sieci sklepów) zachęceni są do zakupu produktów firmy P&G, która przekazuje część swojej sprzedaży na rzecz podopiecznych PCK. Po raz pierwszy zorganizowano taką akcję w czerwcu 2017 roku. Polski Czerwony Krzyż zadbał o to, aby zebrane fundusze zostały przeznaczone na zakup tego, co najpotrzebniejsze: przygotowano 700 wyprawek dla 570 rodzin oraz 1,5 tys. paczek dla potrzebujących dzięki darowiźnie produktowej od P&G.



Klub Rossmann to element programu CRM firmy **Rossmann**, uruchomionego w 2017 roku. Ważną częścią inicjatywy stała się akcja charytatywna „Pomagamy, jak umiemy”. Pracownicy drogerii w całej Polsce wskazywali organizacje działające w czterech szeroko pojętych obszarach: dzieci, osoby starsze, samotne matki, zwierzęta. W taki sposób udało się stworzyć listę 147 organizacji. Wraz z uruchomieniem Klubu Rossmann rozpoczęto gromadzenie środków dla tych organizacji – pod koniec roku mogły je wykorzystać na zamówienie produktów z asortymentu sklepów. Przekazano darowizny o łącznej wartości ponad 3 mln zł.



Program stypendialny „**Na rodzinę można liczyć**” kierowany jest do zaangażowanych społecznie i zdolnych uczniów, których sytuacja życiowa nie pozwala na pełny dostęp do edukacji pozaszkolnej i rozwój talentów. Dodatkowym elementem projektu firmy **IKEA Retail** jest konkurs grantowy dla stypendystów na realizację projektów na rzecz ich społeczności lokalnych.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Vilmorin Garden przekonuje do uprawy własnych warzyw, ziół i kielków w trosce o zdrowie. Ze sprzedaży tej linii produktów 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 ponad 500 centrów ogrodniczych.



2016

70

PROFILAKTYKA ZDROWOTNA

Projekt „**Ekstra FAN**” realizowany przez spółkę **Arena Gdańsk Operator** odwołuje się do jednego z wyzwań współczesnych społeczeństw – nadwagi i otyłości związanej z siedzącym trybem życia i stresem. Projekt kierowany jest do mężczyzn i kobiet pracujących w wieku 35–60 lat. Dzięki zaangażowaniu najbardziej rozpoznawalnych lokalnie klubów sportowych zaprasza uczestników do atrakcyjnego treningu razem z ich trenerami. Badania lekarskie pokazują, że następuje znacząca poprawa stanu zdrowia uczestników. Masa ich ciała spadła średnio o 5–6 kg, obwód pasa zmniejszył się o 10 cm. Znacząco zmieniły się proporcje tkanki tłuszczowej i mięśniowej. Praktyka realizowana jest w partnerstwie z Gdańskim Ośrodkiem Promocji Zdrowia, klubami sportowymi Lechii Gdańsk, Wybrzeżem Gdańsk, Treflem Gdańsk, Treflem Sopot oraz Halą Widowiskowo-Sportową ERGO Arena. Współpraca obejmuje też wiele mniejszych firm i klubów sportowych zajmujących się innymi dyscyplinami sportu (takich jak rugby, bieganie, nordic walking, crossfit, zumba, samoobrona z elementami judo).



24

Dni Spirometrii w Kopalni Soli „Wieliczka” odbywały się w ramach ogólnoeuropejskiej akcji „Healthy Lungs for Life” i poświęcone były wptywowi zanieczyszczeń powietrza na zdrowie. Bezpłatne badania spirometryczne i konsultacje wykonywane były pod ziemią i na powierzchni. W czasie czterodniowej akcji przeprowadzono 25 godzin badań i przebadano łącznie 72 osoby. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Polską Federacją Stowarzyszeń Chorych na Astmę, Alergię i POChP.



800

Program „**Zdrowie na 5+ interaktywne spotkanie z fizjoterapeutą**” prowadzony przez **Kopalnię Soli „Wieliczka”** skierowany był do dzieci w wieku przedszkolnym, ich rodziców i opiekunów. Poświęcony był tematyce oddychania, istoty jakości powietrza oraz roli aktywności fizycznej w życiu przedszkolaków. Głównym celem projektu było zapoznanie dzieci i opiekunów z tematyką oddychania oraz zainteresowanie dzieci aktywnością fizyczną i ćwiczeniami oddechowymi. W projekcie wzięło udział 100 przedszkoli i ok. 3 tys. dzieci.



800

Nationale-Nederlanden wspiera profilaktykę **prozdrowotną**. Wraz ze stowarzyszeniem Polskie Amazonki Ruch Społeczny wspiera obchody Międzynarodowego Dnia Walki z Rakiem. W ramach akcji co roku jest wykonywanych ok. 400 badań i konsultacji. W ramach kampanii „**Member Polska**” nagłaśniana jest kwestia profilaktyki nowotworowej raka jąder i prostaty. W 2017 roku w trakcie darmowych badań USG jąder przebadano 1275 mężczyzn.



729

W celu zwiększenia świadomości na temat tego ważnego narządu firma **Sanofi** przeprowadziła kampanię edukacyjną „**Szczęśliwa wątroba, szczęśliwy Ty**”. Osią kampanii była platforma internetowa wraz z Ogólnopolskim Testem Wątroby, z którego odpowiedzi posłużą do stworzenia podsumowania na temat „wątroby Polaków”. Na platformie akcji i portalu społecznościowym można było zapoznać się z praktycznymi poradami i wskazówkami dotyczącymi wspomagania wątroby na co dzień, przygotowanymi we współpracy ze specjalistami z dziedzin medycyny, dietetyki i sportu.



1000

W **Warsaw Genomics** prowadzony jest program **Badamy Geny.pl**, którego celem i misją jest objęcie całej polskiej populacji badaniami przesiewowymi w kierunku nowotworów dziedzicznych. Specjaliści firmy stworzyli metodę, która umożliwia kompleksową prognostykę nowotworów za cenę wielokrotnie niższą niż standardowa cena europejska. Osoby, których nie stać na badanie, mają możliwość wnioskowania o wsparcie. Program został opracowany i jest realizowany przez pracowników Warsaw Genomics, we współpracy z Uniwersytetem Warszawskim i Warszawskim Uniwersytetem Medycznym.



5

W 2017 roku **Carrefour Polska** wspierał **biegi**: Gdańsk Maraton, Maraton Warszawski, Bieg Trzech Kopców oraz Cracovia Półmaraton Królewski. Wzięto w nich udział blisko 26 tys. osób, w tym 63 pracowników firmy. Dla biegaczy i kibiców przygotowano sportowe atrakcje. Carrefour sponsorował biegi również lokalnie, poprzez zaangażowanie sklepów w imprezy.



2016

16000

Carrefour Polska od 2014 roku realizuje kompleksową **kampanię „Z miłości do zdrowia”**, której głównymi założeniami są promocja zdrowego stylu życia wśród klientów, partnerów biznesowych i pracowników; edukacja na temat zdrowej diety poprzez specjalne akcje i programy; zachęcanie klientów i pracowników do zdrowego stylu życia poprzez sponsorowanie imprez sportowych. W ramach kampanii w 2017 roku rozpoczęto III edycję programu edukacyjnego „ABC zdrowego żywienia”, w której udział bierze 1,7 tys. dzieci z małych miejscowości w różnych częściach Polski, sponsorowano duże wydarzenia sportowe w Polsce (Tour de Pologne, maratony i biegi na innych dystansach) i wprowadzono uproszczony sys-

ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

tem znakowania wartością odżywczą (SENS) na produktach marki własnej Carrefour.



Polski oddział **Fresenius Medical Care** jest pomysłodawcą i organizatorem kampanii społecznej „Drugie życie”, której celem jest promowanie przeszczepiania narządów, informowanie o korzyściach, które niesie za sobą ta terapia, oraz edukacja w zakresie zagadnień medycznych, prawnych i etycznych związanych z przeszczepianiem narządów w naszym kraju. Organizatorzy wysyłają zaproszenia do wszystkich szkół ponadgimnazjalnych z danego województwa. Uczniowie biorą udział w szkoleniu z wiedzy o transplantologii, a następnie organizują własne kampanie w swoich lokalnych środowiskach. W ostatniej edycji uczestniczyło 90 szkół z czterech województw.



Grupa Muszkieterów (**ITM Polska**) poprzez akcję „Muszkieterowie dla Polek” chce uświadaczać Polkom rolę profilaktyki raka piersi. Akcja odbywa się w trzech województwach: dolnośląskim, wielkopolskim i lubuskim, głównie w niewielkich miejscowościach. Program składa się z bezpłatnych badań mammograficznych, przeprowadzanych na parkingach sklepów Intermarché i Bricomarché pod okiem specjalisty. Głównymi beneficjentkami są kobiety z grupy podwyższonego ryzyka, tj. pomiędzy 50 a 69 rokiem życia. W 2017 roku przebadano ponad 50 tys. Polek.



„Ogólnopolski program profilaktyki cukrzycy i chorób cywilizacyjnych PoZdro!” to jeden z największych programów profilaktycznych w Europie. Bezpłatnymi badaniami w szkołach **Medicover** objął już ponad 22 tys. dzieci. 60 tys. dzieci w Warszawie, Wrocławiu, Lublinie, Gdyni i kilku gminach skorzystało z badań przesiewowych, bezpłatnych lekcji multimedialnych, opieki indywidualnej. Dzieciom z grupy ryzyka i ich rodzinom zapewnia się dwuletnią opiekę specjalistów. Uczestnikom proponowane są też zajęcia sportowe, warsztaty edukacyjne i spotkania w Klubie Rodzica.



Kampania „Ciśnienie na życie” to największa ogólnopolska kampania edukacyjna dotycząca nadciśnienia tętniczego przygotowana przez **Polpharmę**. W 250 lokalizacjach zmierzono ciśnienie ponad 380 tys. Polaków i rozdano 850 tys. egzemplarzy materiałów edukacyjnych. Obecna odsłona kampanii poświęcona jest edukacji na temat pierwszej pomocy w zawałe serca. Oprócz współpracy z mediami firma w ramach warsztatów uczy zasad pierwszej pomocy przy zawałe.



W ramach pierwszej w Polsce kampanii edukacyjnej stworzonej z myślą o osobach z rakiem tarczycy – „Motyle pod ochroną” – firma **Sanofi** przygotowała poradnik dystrybuowany przez 12 wspierających ośrodków medycznych. Prowadzone są też spotkania dla pacjentów i cykliczne, bezpłatne badania profilaktyczne tarczycy, spotkania dla pracowników oraz cyklicznie badania USG tarczycy.



Firma **Sanofi** wraz ze Stowarzyszeniem Rodzin z Chorobą Gauchera po raz drugi przeprowadziła kampanię informacyjną „Gaucher z krwi i kości”, by budować społeczną świadomość na temat choroby i wesprzeć chorujących na nią pacjentów. W projekt zostało zaangażowanych sześciu ekspertów, lekarzy specjalizujących się w zakresie hematologii, onkologii i transplantologii, którzy brali udział w spotkaniach. Zorganizowano też wystawę zdjęć trzech osób, które na co dzień zmagają się z chorobą. W 2017 roku miało miejsce sześć spotkań, w których jednorazowo uczestniczyło ok. 30 osób.



Stowarzyszenie Pacjentów z Chorobą Pompego we współpracy z Sanofi Genzyme (jednostką **Sanofi** zorientowaną na rzadkie, ciężkie choroby) zrealizowało 15 kwietnia 2017 roku akcję społeczną pod hasłem „Nasz Everest” z okazji obchodów Dnia Choroby Pompego. Istota, objawy oraz codzienność pacjentów z chorobą Pompego opisane zostały na podstawie porównania z doświadczeniami himalaistów. Aby zdać sobie sprawę z powagi i niedogodności związanych z chorobą, uczestnicy akcji pod przewodnictwem himalaisty Jarostawa Gawrysiaka ruszyli schodami na ostatnie piętro warszawskiego Marriotta, by wejść na symboliczny „Mount Everest”. W akcji uczestniczyło 229 osób.



ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Podczas dorocznej agrokonferencji dla klientów z branży rolno-spożywczej wręczone są nagrody w konkursie „Innowacyjny klient **Banku BGZ BNP Paribas**”. Przyznawane są cztery nagrody w kategorii innowacyjność biznesowa oraz dwie w kategorii innowacyjność społeczna. Ich celem jest promowanie innowacyjności jako sposobu nie tylko na sukces przedsiębiorstwa, lecz także społeczności, w której działa.



„Herosi polskiej przedsiębiorczości – plebiscyt handlu detalicznego” to konkurs firmy **Eurocash** skierowany do właścicieli niezależnych sklepów spożywczych. Przedsiębiorcy kon-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

kurowali w pięciu kategoriach: wszechstronność, lokalność, zaangażowanie, przyjazność i rodzinność. Pierwszym etapem konkursu było otwarte głosowanie internetowe. Spośród sklepów z największą liczbą głosów jury plebiscytu, składające się z osobistości świata nauki i biznesu, wybrano 15 laureatów. Do konkursu zgłosiło się 130 przedsiębiorców. W plebiscycie oddano blisko pół miliona głosów. Praktyka realizowana była w partnerstwie z Polską Izbą Handlu, Polską Organizacją Francyzodawców, Pracodawcami Rzeczypospolitej Polskiej, Akademią Finansów i Biznesu Vistula, Akademią Ekonomiczną w Poznaniu, Szkołą Główną Handlową w Warszawie i Walk PR.



Celem projektu „Edukacja przedsiębiorców w Idea Hub” prowadzonego przez **Idea Bank** jest edukacja przedsiębiorców. W przestrzeni Idea Hubu zorganizowane zostały otwarte szkolenia m.in. z zakresu marketingu, finansów, miękkich umiejętności, współpracy z biznesem oraz spotkania networkingowe. W 2017 roku zorganizowanych zostało 221 warsztatów, w których uczestniczyły 2794 osoby.



PKO Bank Polski angażuje się w edukację klientów z małych i średnich przedsiębiorstw. Na portalu Bankomania zamieszczane są materiały edukacyjne dotyczące produktów z oferty dla przedsiębiorców, a na Platformie Wsparcia Eksportu zamieszczono kompendium wiedzy o rynkach zagranicznych i kondycji poszczególnych branż. Bank prowadzi też serwis Centrum Analiz. W ramach projektu „Dzień dobry biznes” prowadzone są z kolei edukacyjne spotkania dla przedsiębiorców. Ponadto wspólnie z Ministerstwem Rozwoju i Agencją Rozwoju Przemysłu organizowano konferencje branżowe, wydano też raporty na temat stanu i perspektywy rozwoju ważnych gałęzi gospodarki.



W ramach **Office Hours** start-upy mogą zaprezentować rozwiązania bezpośrednio osobom zaangażowanym w rozwiązanie konkretnego problemu w **Banku BGZ BNP Paribas**. Start-upy są wyszukiwane pod kątem określonych w banku potrzeb. Po trzech spotkaniach bank prowadzi rozmowy z dziewięcioma start-upami z różnych branż. Praktyka realizowana jest w partnerstwie ze Startberry.



Carrefour Polska otworzył inkubator dla start-upów **C4 Retail Lab**. W inkubatorze zlokalizowanym w Warszawie udostępniono start-upom przestrzeń biurową o powierzchni 650 m². Jeden ze sklepów Carrefour stał się polem do testów nowych pomysłów wypracowanych w ramach inkubatora. Najlepsze rozwiązania mają szansę na wdrożenie w sieci Carrefour – nie tylko w Polsce. Pierwszym projektem inkubatora jest testowany już w sklepach SmartCart inteligentny wózek na zakupy połączony z kasą samoobsługową.



ING Bank Śląski regularnie organizuje **ING Start-ups Demo Day**. Podczas spotkań wyselekcjonowane start-upy mają możliwość zaprezentowania swoich rozwiązań przed pracownikami banku. Każdy z zaproszonych start-upów ma kilka minut na przedstawienie tego, jaki problem klienta chce rozwiązać. Na wydarzenia zapraszane jest do 10 start-upów, których rozwiązania mają szansę znaleźć zastosowanie w banku. Wydarzenie było realizowane przy wsparciu Startup Poland.



PKO Bank Polski w ramach akceleracji i współpracy ze start-upami wspiera start-upy i młodych naukowców na drodze od odkrycia do efektywnej komercjalizacji technologii. W procesie akceleracji start-upy korzystają ze wsparcia mentorskiego oraz cykli warsztatów i szkoleń, pomocnych w tworzeniu lub weryfikacji modelu biznesowego. Wybrane do finału zespoły odbywają spotkania z inwestorami, mają także szansę na otrzymanie wsparcia finansowego. Najlepsi mogą też liczyć na komercjalizację opracowanych rozwiązań. Współpraca z MassChallenge, MIT Enterprise Forum Poland.



Inkubator InnVento to miejsce, w którym **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** chce rozwijać współpracę ze start-upami i poszukiwać technologicznych rozwiązań dla najpilniejszych wyzwań stojących przed branżą energetyczną. To pierwsza tego typu inicjatywa w sektorze naftowo-gazowniczym w Polsce. W jednym miejscu ma połączyć międzynarodową korporację oraz młodych przedsiębiorców. Inkubator oferuje mikro- i małym przedsiębiorcom kilka form wsparcia. Oprócz zaplecza merytorycznego w postaci mentoringu i coachingu ekspertów, inkubator zapewnia powierzchnię biurową, dostęp do niektórych baz danych, wsparcie administracyjne i operacyjne, np. z zakresu prawa i księgowości, a także pomoc w uzyskaniu finansowania.



„**Startup Collider**” realizowany przez **PwC** ma na celu wspieranie i promowanie start-upów w Europie Środkowo-Wschodniej. Firma uruchomiła program, by wzmacniać transgraniczne więzi przedsiębiorców ze społecznością start-upów i inwestorów, wspierać wchodzenie start-upów na rynek i przyspieszać ich rozwój. Pierwsza edycja „Startup Collider” koncentrowała się na start-upach zajmujących się rozwiązaniami do zastosowania w sektorze finansów. Program zakończył się sześcioma wspólnymi ofertami dla klientów.



Samsung Polska uruchomił program inkubacyjny dla start-upów „**Samsung Inkubator**” i oddał do dyspozycji młodych przedsiębiorców, uczestników programu, przestrzeń stworzoną na terenie kampusu Politechniki Rzeszowskiej, pod tą samą nazwą. Przestrzeń Inkubatora jest otwarta nie tylko dla start-upów, ale też dla lokalnej społeczności. Organizowane są w niej lekcje programowania dla dzieci,

ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

wykłady na temat rozwijania biznesu oraz spotkania z inspirowanymi gośćmi. Tylko od kwietnia do grudnia 2017 roku Samsung Inkubator zorganizował 47 wydarzeń, np. Tydzień Przedsiębiorczości, Startup Weekend, CodeWeek. W projekcie inkubacji wzięło udział 33 start-upowców realizujących w sumie osiem projektów.



„Wspieramy sąsiedzki biznes” to ogólnopolska kampania, która ma na celu promowanie usług lokalnych biznesów, prowadzonych w sąsiedztwie **Banku BGŻ BNP Paribas**. Akcja kierowana jest do konsumentów oraz mikroprzedsiębiorstw. Podczas ostatniej edycji udato się zgromadzić blisko 6,6 tys. firm z ponad 1,5 tys. miejscowości w Polsce.



Bank Zachodni WBK organizuje **Akademii Przedsiębiorcy** – cykl bezpłatnych warsztatów edukacyjno-informacyjnych skierowanych do właścicieli firm. W 2017 roku w ramach dziewiątej edycji projektu przeprowadzono warsztaty w dziewięciu miastach Polski na temat „Sukces w biznesie? Umiejętność komunikowania się to podstawa” oraz „Kobieta strona biznesu”. Wykłady poprowadzili Robert Krool oraz Mariola Bojarska-Ferenc. W 2017 roku z warsztatów skorzystało 550 przedsiębiorców.



Akademia Lokalnego Biznesu (w 2017 roku Akademia Sąsiedzkiego Biznesu), organizowana przez **Bank BGŻ BNP Paribas**, to cykl 18 darmowych szkoleń dla mikroprzedsiębiorców w całej Polsce prowadzonych przez ekspertów w ramach akcji „Wspieramy sąsiedzki biznes”. Tematem przewodnim szkoleń była promocja własnego biznesu w internecie.



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. W ramach projektu w 2017 roku zorganizowano 325 spotkań, w których wzięło udział 4138 firm. W mentoringu zaangażowało się 16 pracowników banku.



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 szkoleń z zakresu narzędzi biznesowych. Efektem sześciomiesięcznego wsparcia było założenie kilkunastu firm i powstanie 33 miejsc pracy.



TWORZENIE MIEJSC PRACY I ROZWOJ KOMPETENCJI

Program „**Youth Empowered – Możesz więcej, niż myślisz**” realizowany przez **Coca-Cola HBC Polska** kierowany jest do osób pomiędzy 18 a 30 rokiem życia, które z różnych powodów pozostają jednocześnie poza rynkiem pracy i systemem edukacji oraz nie uczestniczą w szkoleniach zawodowych (NEET). Program wspiera proces włączenia zawodowego poprzez oferowanie uczestnikom narzędzi zwiększających ich potencjał i możliwości na rynku pracy. Składa się z trzech modułów: jednodniowych warsztatów, e-learningu i programu mentoringowego. W ramach programu przeszkolono 1291 osób. Program realizowany jest przez koalicję partnerów, w skład której wchodzi organizacje pozarządowe: Fundacja Sempre a Frente, Stowarzyszenie Morena, Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Pomocy Q Zmianom, Stowarzyszenie Semper Avanti oraz Polski Czerwony Krzyż.



Credit Agricole Bank Polska w ramach akcji „**Ryzyko bezrobocia**” przeprowadził warsztaty dla osób wkraczających na rynek pracy, podczas których uczestnicy uczyli się czytać ze zrozumieniem oferty, tak aby w przyszłości móc odpowiedzieć na oczekiwania pracodawcy. W 2017 roku w projekcie wzięło udział 258 uczestników. Praktyka realizowana była we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu, Liceum Ogólnokształcącym w Trzebnicy, Zespołem Szkół Ekonomicznych we Wrocławiu, Liceum Ogólnokształcącym nr 12 we Wrocławiu.



„**Pierwsza przyziarnka**” to pilotażowy program aktywizacji zawodowej młodych ludzi zagrożonych wykluczeniem społecznym, który **LPP** finansuje i realizuje w partnerstwie z Fundacją Innowacji Społecznej. Projekt adresowany jest do wchodzących w dorosłe życie podopiecznych domów dla dzieci. Dzięki wsparciu młodzi ludzie mają szansę, pod okiem mentorów zawodowych wyłonionych spośród pracowników LPP, przygotować się do wejścia na rynek pracy. Zatrudnienie w firmie jest dla nich szansą na zdobycie pierwszych zawodowych doświadczeń. Większość uczestni-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ków pilotażu (osiem z 11 osób) otrzymała możliwość kontynuowania pracy w salonach LPP.



ATERIMA MED z **Grupy ATERIMA** oferuje pracę dla opiekunów osób starszych w Niemczech. Do firmy często zgłaszają się kandydaci, którzy nie mogą pozytywnie przejść rekrutacji, bo nie spełniają podstawowego warunku komunikatywnej znajomości niemieckiego. Od 2011 roku firma prowadzi bezpłatny kurs niemieckiego online dla średnio zaawansowanych. Dla kandydatów, którzy nie znają języka zupełnie, firma uruchomiła drugi **bezpłatny kurs niemieckiego online dla początkujących**. Dostępny jest dla wszystkich zainteresowanych na www.aterima-med.pl/niemiecki-dla-poczatkujacych. Na koniec 2017 roku do newslettera informującego o nowych lekcjach było zapisanych 12 358 osób.



Zespół Data Analytics **PwC** we współpracy z ekspertami w dziedzinie psychologii z Centrum Innowacji Uniwersytetu Humanistycznospołecznego SWPS stworzył **MatchBeta** – platformę, która wykorzystuje sztuczną inteligencję w planowaniu kariery. Jest to pierwsze tego typu narzędzie w Polsce. Na portalu znajduje się test online wspierający wybranie kierunku rozwoju przez studentów i absolwentów, oferty płatnych staży i praktyk oraz multimedialna biblioteka wiedzy o współczesnym rynku pracy – Karieroteka. Do tworenia Karieroteki zapraszani są pracodawcy i doświadczeni pracownicy, którzy przedstawiają specyfikę zawodów przez nich wykonywanych.



„**Sukces to ja**” to ogólnopolski program wzmacniania aktywności zawodowej kobiet realizowany przez **Coca-Cola HBC Polska**. W ramach działań wspierane są kobiety, które chcą powrócić na rynek pracy, znaleźć lepszą pracę lub zdobyć wiedzę i kompetencje niezbędne do tego, by założyć i prowadzić działalność gospodarczą. Na program składają się bezpłatne konferencje i warsztaty. W jego pierwszej edycji wzięło udział ponad 1,3 tys. kobiet. Na portalu zarejestrowało się ponad 4 tys. aktywnych uczestniczek. Największą popularnością cieszył się moduł poświęcony zakładaniu i prowadzeniu własnego biznesu. Praktyka realizowana jest w partnerstwie z Fundacją Sukces Pisany Szminką.



Fundacja Orange, powołana przez **Orange Polska**, oraz Stowarzyszenie Robisz.to w ramach bezpłatnych warsztatów w **FabLab powered by Orange** pokazują mieszkańcom Warszawy i okolic możliwości, jakie dają zaawansowane technologie. Twórcze i bezpieczne sposoby korzystania z drukarek 3D, ploterów laserowych, frezarki CNC czy szeroko pojętej elektroniki kształtują w nich nowe, przydatne kompetencje, a co za tym idzie, wyrównują szanse w dostępie do nowoczesnej edukacji. Dwa z realizowanych w pracowni pro-

jektów to Maker Woman (kierowany do dziewczyn) i StartUp Jump (kierowany do uczniów szkół ponadgimnazjalnych).



Bank BGŻ BNP Paribas stworzył koncepcję płatnego programu stażowego dla studentów Bankformersi. W ramach akcji „**Łazikiem po pracę**”, nie wychodząc z uczelni, studenci mogli przy użyciu konsoli sterować robotem znajdującym się w centrali Banku w Warszawie i Krakowie. Rozmawiając z pracownikami, mogli zapoznać się m.in. z programami praktyk i staży. Dzięki akcji udało się pozyskać blisko 400 CV. Kandydaci, którzy spełniali wymagania, zostali zaproszeni do udziału w rekrutacji do programu stażowego. Stażyści pod opieką mentora przez trzy miesiące realizowali zadania w strategicznych projektach Banku. Wyniki swojej pracy zaprezentowali członkom zarządu. Po zakończeniu stażu trzech stażystów otrzymało ofertę pracy.



Jednym z celów programu „**Santander Universidades**” prowadzonego przez **Bank Zachodni WBK** jest pomoc w rozwoju wybitnym jednostkom, wyróżniającym się w świecie akademickim. W 2017 roku wsparciem „Santander Universidades” objętych zostało 2177 osób studiujących w Polsce. Przyznanych zostało 1009 stypendiów oraz 1168 staży.



Program „**Brand Opener**” realizowany przez **Coca-Cola HBC Polska** stwarza studentom uczelni wyższych możliwość zdobycia doświadczenia w marketingu związanym z markami napojów bezalkoholowych. W ramach programu studenci mogą wziąć udział w konkursie zespołowym, w którym zadaniem jest przeanalizowanie pozycji rynkowej wybranego produktu firmy i zaproponowanie kompleksowej kampanii marketingowej. Uczestnicy mogą pracować na podstawie rzeczywistych danych marketingowych oraz współpracować z ekspertami pracującymi na co dzień z wybranymi produktami i markami. Koncepty są prezentowane przed jury składającym się z ekspertów i top menedżerów firmy. Zwycięskie zespoły otrzymują nagrody oraz możliwość odbycia stażów pracowniczych w działach komercyjnych firmy. W 2017 roku do programu zarejestrowało się 204 studentów i zgłosiło 81 zespołów. Praktyka realizowana jest w partnerstwie ze Szkołą Główną Handlową w Warszawie, Politechniką Warszawską i Uniwersytetem Warszawskim.



W ramach projektu „**Management Trainee**” realizowanego przez **Coca-Cola HBC Polska** wybrana grupa studentów z wysokim potencjałem rozwojowym przechodzi przez program intensywnego rozwoju kompetencji menedżerskich. Program połączony jest z samodzielnym prowadzeniem wybranych projektów biznesowych. Podczas dwuletniego programu uczestnicy mają możliwość pracy na trzech-czterech stanowiskach w różnych działach. Pozwala

im to nabyć doświadczenia i zidentyfikować przyszły obszar biznesowy, w którym będą mogli kontynuować późniejszą pracę.



W styczniu 2017 roku w spółkach **Grupy Enea** uruchomiony został **program płatnych staży i praktyk „Zainstaluj się w Enei”**. Firma oferuje studentom i absolwentom roczny, płatny staż w różnych obszarach biznesowych, daje szansę na rozwój pod okiem biegłych specjalistów i realizację samodzielnych projektów w różnych spółkach Grupy Enea. Oprócz rocznych staży Grupa Enea oferuje trzymiesięczne płatne praktyki letnie. W pierwszej, pilotażowej edycji programu wzięło udział 10 uczestników, z czego siedmiu otrzymało oferty pracy.



Grupa Nowy Styl organizuje **wizyty studyjne uczniów i studentów w fabrykach w Jaśle**. Wizyty pozwalają gościom poznać stosowane technologie i sposób działania firmy. Uczniowie są oprowadzani po fabrykach przez pracowników, dowiadują się o tym, jakich specjalistów firma zatrudnia oraz poznają ofertę praktyk i staży, w których mogą wziąć udział. W 2017 roku w wizytach wzięły udział 234 osoby z 10 szkół ponadgimnazjalnych i uczelni wyższych.



W ostatniej edycji projektu **„#KarieraBankiera”** w ośmiu warsztatach, prowadzonych przez dziewięciu mentorów z **Banku Zachodniego WBK**, wzięło udział 175 studentów, którzy zdobywali wiedzę z zakresu bankowości korporacyjnej, ekonomii, business intelligence, big data, rynków finansowych, marketingu detalicznego i przedsiębiorczości.



Program **„Ambasadorzy BZ WBK”** kierowany jest do studentów polskich uczelni, którzy należą do organizacji studenckich. Obejmuje 12 uczelni wyższych z ośmiu miast Polski. Ambasadorzy programu pełnią funkcję łączników między środowiskiem akademickim a **Bankiem Zachodnim WBK**. Ich zadaniem jest wsparcie aktywności banku na uczelniach, udział w targach pracy, organizacja warsztatów, współpraca z kołami naukowymi i organizacjami studenckimi, co rozwija ich wiedzę z bankowości, zarządzania oraz umiejętności miękkich pod okiem ekspertów. Bank zapewnia wsparcie finansowe oraz merytoryczne dla organizacji ambasadora, udostępnia narzędzia mobilne ułatwiające pracę i komunikację między uczestnikami a koordynatorami programu.



Program stażowy dla studentów Politechniki Gdańskiej stworzony przez **BIBUS MENOS** umożliwia młodym ludziom zapoznanie się z interesującą ich dziedziną i postawienie pierwszych kroków w pracy zawodowej. Praktyki są tematyczne i odbywają się w działach dopasowanych do kierunku studiów aplikanta.



Program stażowy „Sales Consulting Trainee Programme” skierowany jest do absolwentów i studentów zainteresowanych sprzedażą. **DB Schenker** dzięki projektowi pozyskuje młodych, zdolnych pracowników, a absolwentom ułatwia znalezienie pracy lub praktyk. Do tej pory odbyło się sześć edycji programu i trwają przygotowania do kolejnej.



Bezpłatne udźwiękowione lekcje języka niemieckiego to projekt, który polega na tworzeniu i udostępnianiu online kursu niemieckiego dla osób znających język w stopniu podstawowym lub średnio zaawansowanym. **Grupa ATERIMA** przygotowała ponad 80 lekcji oraz testy sprawdzające wiedzę. Tematy poruszane w kursie związane są z opieką nad seniorami. Dzięki lekcjom szansę na znalezienie bezpiecznej i legalnej pracy ma m.in. dyskryminowana na rynku grupa kobiet 50+.



„W drodze do pracy” to projekt zainicjowany przez firmę **Henkel Polska**, realizowany we współpracy z Fundacją Miejsce Kobiet, który skierowany jest do kobiet z województwa mazowieckiego pozostających przez minimum rok bez pracy. Jego celem jest pomoc kobietom w nabyciu umiejętności wspierających ich powrót na rynek pracy. Trwający trzy miesiące kurs obejmuje m.in. trening psychologiczny, ćwiczenia z autoprezentacji, zajęcia z przedsiębiorczości, konkretne szkolenia zawodowe oraz kurs aktywizacji zawodowej „Spadochron”. Do tej pory w siedmiu edycjach projektu wzięło udział 140 kobiet. Połowa z nich wróciła z powodzeniem na rynek pracy.



Program rozwoju młodych talentów w mBanku dotyczy praktyk i staży rotacyjnych. Każdy uczestnik ma opiekuna merytorycznego i opiekuna HR. Staż odbywa się w kilku działach firmy i trwa od sześciu do 12 miesięcy w wymiarze pełnego etatu. Praktyka odbywa się natomiast w jednym dziale, trwa od trzech do 12 miesięcy i ma wymiar od pół do jednego etatu. Zatrudnionym na podstawie umowy o pracę przysługują benefity. W 2017 roku przyjęto 31 stażystów i 97 praktykantów, z czego po programie zatrudniono odpowiednio 18 i 35 z nich.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Nestlé Polska podejmuje wiele działań na rzecz **wspierania rozwoju zawodowego młodych ludzi**. W listopadzie 2013 roku firma Nestlé ogłosiła rozpoczęcie „Europejskiej inicjatywy Nestlé na rzecz zatrudniania ludzi młodych” (ang. „Nestlé Youth Employment Initiative”). Dodatkowo tylko w Polsce firma przeprowadziła ponad 530 działań, takich jak warsztaty i wykłady. Wspólnie z dostawcami firmie udało się stworzyć 115 tys. szans zatrudnienia w Europie. W ramach zobowiązań Nestlé w Polsce tylko do 2020 roku wesprze ponad 1,3 tys. osób do 30 roku życia, skupiając również swoje wysiłki na promowaniu szkolnictwa zawodowego w Polsce.



Program praktyk „**Need Help**” to inicjatywa **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**. W 11 edycjach programu uczestniczyło 472 praktykantów (36 osób w 2017 roku). W trakcie czterech tygodni praktykanci zapoznają się m.in. z topografią lotniska, zasadami bezpieczeństwa, zadaniami służb i bieżącym funkcjonowaniem portu. Następnie przechodzą do zadań praktycznych, służąc pomocą pasażerom oraz wspierając służby operacyjne w terminalu. Po przebytej praktyce najlepsi studenci otrzymują propozycję pracy na state.



Program edukacyjny **GeoTalent** został stworzony z myślą o studentach zainteresowanych branżą poszukiwawczo-wydobywczą. W czerwcu 2017 roku zakończona została czwarta edycja programu **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa**, realizowana na Akademii Górniczo-Hutniczej, Uniwersytecie w Poznaniu i Uniwersytecie Warszawskim. W roku 2016/2017 przygotowano konferencję „GeoTalent”, podczas której autorzy prezentowali swoje prace dyplomowe przed przedstawicielami kadry menedżerskiej PGNiG oraz kadry naukowej współpracujących uczelni. Zorganizowano 15 warsztatów specjalistycznych i trzy z zakresu rozwoju kompetencji społecznych, „GeoTurniej” i Geologiczne Mistrzostwa Polski. W programie praktyk letnich 47 studentów zdobyło doświadczenie branżowe. W działania zaangażowało się 25 ambasadorów i 21 mentorów.



Od 10 lat **Provident Polska** organizuje płatne, wakacyjne praktyki studenckie w ramach projektu „**One Level Up**”. Do 10 edycji programu zgłosiło się 1 tys. studentów, a największej zgłoszeń wpłynęło do Biura Audytu, Zgodności i Ryzyka – 150 kandydatów na jedno miejsce. Praktyki odbywają się w biurze głównym i wybranych oddziałach. Są płatne i trwają dwa miesiące – lipiec i sierpień. Blisko 30 praktykantów zostaje w firmie na dłużej.



„**Zaprogramuj swoją przyszłość**” to projekt, który ma na celu przygotowanie do zawodu programisty osób, które nie miały

wcześniej doświadczenia w branży IT. Uczestnicy programu zostali wyłonieni w drodze konkursu przygotowanego przez **Provident Polska**. Finałisti konkursu to w 90% mieszkańcy małych ośrodków, a niemal połowę z nich stanowią kobiety. Część absolwentów pracuje jako wolni strzelcy na międzynarodowej platformie Upwork.



Program staży „Student on Board” kierowany jest do studentów i absolwentów ostatnich lat studiów. Studenci poznają pracę w **Sanofi**, branżę i zdobywają pierwsze doświadczenia zawodowe. Płatny staż trwa od sześciu do 12 miesięcy. W 2017 roku zatrudniono 27 stażystów. Do młodszych studentów kierowany jest program ambasadorski. W 2017 roku sześciu studentów z warszawskich, łódzkiej i rzeszowskiej uczelni pod okiem specjalistów realizuje projekty związane z budowaniem wizerunku pracodawcy.



SITECH kontynuuje współpracę w zakresie kształcenia praktycznego studentów wspólnie z Wydziałem Mechanicznym Politechniki Wrocławskiej oraz Polsko-Niemiecką Izbą Przemysłowo-Handlową (AHK). W ramach **dualnego systemu kształcenia** firma organizuje w zakładzie zajęcia praktyczne dla wybranych studentów w wymiarze: jeden dzień w tygodniu (trzeci i czwarty semestr), dwa dni w tygodniu (piąty i szósty semestr) oraz trzy dni w tygodniu (siódmy semestr). Studenci mają zapewnione zakwaterowanie, transport, ubezpieczenie oraz wynagrodzenie. Wspólnie z Zespołem Szkół w Chocianowie Sitech kształci monterów-mechatroników. Nauka w szkole trwa trzy lata i w tym okresie uczniowie są zatrudniani przez firmę jako pracownicy młodociani.



Firma **SumiRiko** prowadzi program letnich praktyk dla studentów wyższych uczelni, „**Tvoja ścieżka kariery**”, skierowany do studentów czwartego i piątego roku studiów technicznych, chcących zdobyć doświadczenie zawodowe w branży motoryzacyjnej. Praktyki rozpoczynają się od krótkich szkoleń wprowadzających, poświęconych historii, klientom, produktom firmy. Studenci odbywają również szkolenia z *san gen shugi*, podczas którego omawiane są narzędzia zarządzania procesami produkcyjnymi.



Spółka **Volkswagen Poznań** stworzyła **program kształcenia zawodowego**. W ramach programu spółka na stałe współpracuje z Zespołem Szkół nr 1 w Swarzędzu oraz z Zespołem Szkół Politechnicznych we Wrześni. Do tej pory udało się wykształcić i przygotować do zawodu blisko 390 uczniów, z czego prawie 85% znalazło zatrudnienie w fabrykach firmy.



Zdobycie praktycznych umiejętności potrzebnych w branży motoryzacyjnej umożliwia projekt **Mechatronik** powstały w 2003 roku w wyniku współpracy firmy **Volkswagen Motor Polska** z Zespołem Szkół Zawodowych z Chocianowa. Nauka w zawodzie monter-mechatronik trwa trzy lata, podczas których uczniowie otrzymują wynagrodzenie zgodnie z przepisami polskiego prawa. Obecnie firma zatrudnia 45 uczniów mających status pracowników młodocianych.



Projekt „Stażysta” prowadzony przez **Volkswagen Motor Polska** skierowany jest nie tylko do absolwentów kierunków technicznych. Kryterium udziału w płatnych stażach jest tytuł magistra i maksymalnie półroczne doświadczenie zawodowe. W ramach stażu uczestnicy otrzymują wynagrodzenie wg określonej stawki obowiązującej w firmie oraz dodatkowe świadczenia (dodatek urlopowy i świąteczny, dostęp do bezpłatnej opieki medycznej, pakiety sportowe). Od 2012 roku staż odbyło 30 osób, które dołączyły do zespołów serwisu technicznego, działu jakości, personalnego, finansowego, logistyki oraz IT.



WSPARCIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Firma **Fiat Chrysler Automobiles** po raz drugi była partnerem strategicznym Kongresu Kobiet. FCA oprócz wsparcia finansowego Kongresu zorganizowała również dla uczestniczek zajęcia praktyczne, kurs dotyczący prawidłowej pozycji za kierownicą, prezentację, jak prawidłowo przewozić dziecko w foteliku, oraz naukę parkowania w wyznaczonym miejscu. W 2017 roku na Kongres przybyło ok. 4 tys. uczestniczek.



Katowicka „Gazeta Wyborcza” z **Grupy Agora** zrealizowała akcję „Krzęsta dla Iskierki”. W ramach działania artyści zmienili krzęsta znanych ludzi w dzieła sztuki. Odrestaurowane przez artystów krzęsta zostały zlicytowane podczas imprezy z okazji 45-lecia katowickiego Spodka. Ze sprzedaży 13 mebli uzyskano 106 tys. zł. Fundacja Iskierka, po konsultacji z personelem szpitali, kupiła za nie wirówkę laboratoryjną, łóżeczka niemowlęce wyposażone w wagę, wagi dla pacjentów, płazmery do oczyszczania powietrza w izolatkach, a także łóżka z kardiomonitorem i pompy infuzyjne. Dodatkowo zakupione zostały leki ratujące zdrowie i życie dzieci. Pozostałe środki przeznaczono na tygodniowy obóz rekreacyjny w Rewalu dla 40 małych pacjentów wraz z rodzeństwem i rodzicami. Praktyka realizowana była w partnerstwie ze spółką PTWP Event Center, zarządzającą katowickim Spodkiem oraz Fundacją Iskierka.



Cognifide Polska w ramach „Diversity & Inclusion @ Cognifide” wspiera lokalne społeczności aktywnie korzystając ze społecznie odpowiedzialnych usług. Od pięciu lat rozwija współpracę z Dobrej Kawiarnią – miejscem, w którym pracują osoby z niepełnosprawnością intelektualną. Firma angażuje kawiarnię m.in. przy cateringach na spotkania. W restauracji „Dobra i Wino”, miejscu zatrudniającym osoby z niepełnosprawnością, Cognifide organizuje spotkania firmowe i kolacje z klientami. Od trzech lat świąteczne kartki pocztowe, wysyłane przez firmę, przygotowywane są przez podopiecznych warsztatów terapii zajęciowej, prowadzonych przez Stowarzyszenie Na Tak. W 2017 roku w „Dobrej i Winie” zorganizowano sześć spotkań z klientami. Dobra Kawiarnia zorganizowała catering w Cognifide 10 razy, a dodatkowo przygotowała 27 kg pierników świątecznych. Podopieczni warsztatów terapii zajęciowej przygotowali 120 świątecznych kartek pocztowych.



Powołana przez **Totalizator Sportowy** Fundacja LOTTO połączyła możliwość zdobycia grantów na swoje projekty przez organizacje pozarządowe z upowszechnianiem uprawiania sportu wśród mieszkańców lokalnych społeczności. Organizacje pozarządowe mogły zgłaszać do konkursu swoje projekty, z których zostało wybranych 50 (każde z innej miejscowości). W drugim etapie inicjatywy „odLOTTOwa jazda z Oshee” cztery organizacje, na rzecz których mieszkańcy przejechali na rowerze najwięcej kilometrów (mieszkańcy za pomocą aplikacji), dostały dofinansowanie na zgłoszone przez siebie projekty.



Pracownicy **Grupy Enea**, biegając w zawodach organizowanych w całej Polsce, zbierali punkty w akcji „Biegamy – zbieramy – pomagamy”, a Fundacja Enea zamieniła punkty na fundusze. Punktowane były biegi na krótkich dystansach, biegi długodystansowe oraz triathlon. Wyżej punktowane były zawody, w których brało udział co najmniej pięciu pracowników Grupy Enea. Ponad 122 biegaczy „wybiegali” 20 tys. zł. Fundusze zostały przeznaczone na organizację Enea Athletics Camp – lekkoatletycznego treningu dla najmłodszych z udziałem profesjonalistów. Wydarzenie zostało zorganizowane we współpracy z Fundacją Kamili Skolimowskiej.



Kraków Business Run to charytatywny bieg sztafetowy, który integruje środowisko biznesowe ze środowiskiem lokalnym i pomaga osobom z niepełnosprawnością ruchową poprzez dofinansowanie protez lub rehabilitacji. Inicjatywa w 2017 roku połączyła osiem miast w Polsce, 21 135 biegaczy, którzy „wybiegali” ponad 1,6 mln zł. **Luxoft** zaangażowany jest jako sponsor wspierający organizację biegu w Krakowie i we Wrocławiu. W Krakowie jedna z pracowniczek Luxoftu



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

w ramach wolontariatu pracowniczego odpowiada za marketing biegu. Praktyka realizowana jest w partnerstwie z Fundacją Poland Business Run.



Fundacja LOTTO, której fundatorem jest **Totalizator Sportowy**, w ramach programu **minigrantów**, angażuje się we współpracę z organizacjami pozarządowymi i jednostkami samorządu terytorialnego przy ich programach, które są zbieżne z celami statutowymi Fundacji i działaniami CSR Totalizatora Sportowego. Współpraca może przybierać różne formy, począwszy od dofinansowania, poprzez darowizny rzeczowe, aż po zaangażowanie wolontariuszy – pracowników firmy.



Pracownicy firmy **Antalis Poland** wyszli z inicjatywą **zbiórki makulatury** wspólnie z Fundacją The Bridge. Na teren biurowców Empark zostały zamówione pojemniki na zbiórkę makulatury i oklejone plakatami przekazanymi przez fundację „Stop the Culture of Waste!”. Organizacją zbiórki zajęli się pracownicy Antalisa, angażując do zbiórki kolegów z pozostałych firm z biurowca. Pieniądze uzyskane ze zbiórki zasilili konto fundacji, która przekazała je na dystrybucję książki Arlette Cousture *Dzieci stamtąd* do bibliotek szkolnych i powiatowych na terenie całej Polski. Książka została wydrukowana na papierze w 100% z recyklingu.



Carrefour Polska wspiera **Fundację Pomocy Transportowcom**, która działa na rzecz zmniejszenia biedy wśród trzech grup społecznych: transportowców, drogowców i kolejarzy. Organizacja ta prowadzi działania na rzecz osób z niepełnosprawnością, osób w wieku emerytalnym oraz rodzin w trudnej sytuacji materialnej. Centrala firmy przekazuje organizacji produkty na spotkania dla podopiecznych organizowane z okazji Wielkanocy, Dnia Dziecka i Świąt Bożego Narodzenia. W 2017 roku Carrefour przekazał fundacji produkty spożywcze o wartości ponad 38 tys. zł dla przeszło 750 podopiecznych. Trzy warszawskie sklepy Carrefour (Arkadia, Złote Tarasy, Warszawa Wileńska) regularnie przekazują fundacji artykuły spożywcze w ramach zapobiegania marnotrawstwu żywności.



Grupa GPEC przekazała w 2017 roku Fundacji Agencja Monitoringu Regionalnego Atmosfery Aglomeracji Gdańskiej (Fundacja ARMAAG) **specjalistyczny samochód** marki Dacia Dokker Van, który wspomaga monitoring czystości atmosfery na Pomorzu. Fundacja od 1993 roku bada powietrze w Trójmieście. Na terenie Gdańska, Gdyni i Sopotu znajduje się dziewięć stacji pomiarowych, które przez 24 godziny na dobę dostarczają mieszkańcom bieżącej informacji o jakości powietrza i stężeniu szkodliwych substancji. Informacje o jakości powietrza dostępne są na stronie internetowej www.armaag.gda.pl oraz www.airpomerania.pl.



Jeronimo Martins Polska przeciwdziała **marnowaniu żywności** poprzez proces zarządzania łańcuchem dostaw, logistyką i sprzedażą. Program polega na codziennym przekazywaniu żywności na zasadzie darowizny organizacjom pożytku publicznego, głównie Caritasowi i Federacji Polskich Banków Żywności (FPBŻ), bezpośrednio ze sklepów i centrów dystrybucyjnych sieci Biedronka. Na ten cel przeznaczane są pełnowartościowe produkty z upływającym wkrótce terminem przydatności do spożycia, z uszkodzonym opakowaniem, a także dojrzałe owoce i warzywa. Przekazana żywność jest przeznaczana do przygotowania gotowych posiłków w jadłodajniach oraz do paczek. Wartość przekazanej w 2017 roku żywności wyniosła 6 259 731 zł. 70% tej wartości stanowi mięso, wędliny oraz ryby. W programie udział wzięło 437 sklepów sieci Biedronka oraz 12 centrów dystrybucyjnych. W akcję zaangażowanych jest niemal 500 wolontariuszy. W ramach współpracy z Caritasem pomocą objęto ok. 8720 osób, natomiast za pośrednictwem FPBŻ w przekazywanie żywności zostało zaangażowanych 178 organizacji.



Biuro Tłumaczeń KONTEKST zaangażowało się we **wsparcie Polskiej Akcji Humanitarnej (PAH)** poprzez nieodpłatne tłumaczenie dokumentów wykorzystywanych w bieżących działaniach organizacji. PAH otrzymuje barter na określoną sumę i w każdej chwili może z niego skorzystać. Przetłumaczone dokumenty (umowy, upoważnienia, dokumenty rejestracyjne, świadectwa) służą pracownikom przebywającym na misjach zagranicznych. W ramach współpracy zrealizowano już kilkaset projektów o wartości ponad 100 tys. zł.



Credit Suisse Poland co roku wybiera **partnera charytatywnego roku** działającego w trzech obszarach: dzieci i edukacja, zdrowie osób dorosłych, wykluczenie społeczne. W 2017 roku pracownicy wybrali Fundację Rak'n'Roll, którą wspierano na wiele sposobów, np. włączając w działania wolontariat pracowniczy, darowizny i akcje fundraisingowe, których pomysłodawcami byli sami pracownicy. Wolontariusze pomagali też w biurze Fundacji.



DB Schenker jest **partnerem logistycznym „Szlachetnej paczki”** od 2008 roku. Operator nieodpłatnie dostarcza 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 z oddziałów, magazynów i biur firmy co roku biorą udział w akcji jako darczyńcy.



Co roku **media Grupy Agora** wspierają **Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy**, angażując się w aukcje, zbiórkę pieniędzy, a przede wszystkim informując o akcji. „Gazeta

Wyborcza” była patronem medialnym finału, zbiórki pieniędzy odbyły się w lokalnych redakcjach i kinach, w których też organizowano sztaby. Aukcje zorganizowały radio TOK FM, portal Gazeta.pl, a także radio Złote Przeboje i sieć kin Helios. W 2017 roku zebrano łącznie ponad 22 tys. zł.



Grupa Raben współpracuje z bankami żywności, organizując darmowe transporty składowanych towarów do tych banków. Realizowane są też charytatywne transporty w bezpośredniej współpracy z Federacją Banków Żywności, aby pomóc potrzebującym grupom społecznym. W 2017 roku przewieziono w sumie 500 palet produktów żywnościowych o wadze 300 t.



Program coachingowy dla liderów społecznych „Dwa sektory – jedna wizja” to wymiana wiedzy i inspiracji między liderami biznesu i liderami społecznymi. W ramach siódmej edycji wzięto w niej udział 115 liderów społecznych i 56 wolontariuszy z **PwC**. Łącznie to prawie 800 godzin indywidualnego wsparcia i 250 godzin szkoleń.



T-Mobile Polska przekazuje finansowe wsparcie na cele statutowe w ramach **współpracy z Fundacją „Akogo?”** Ewy Błaszczak, a także zapewnia stałe łącze internetowe na terenie należącej do fundacji kliniki Budzik.



WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI

Grupa **CCC** oraz Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu we Wrocławiu podjęły decyzję o wspólnym zorganizowaniu **studiów dualnych**. Studenci, którym CCC finansuje czesne, przez trzy dni w tygodniu zdobywają wiedzę teoretyczną na zajęciach, przez dwa – doświadczenie praktyczne w firmie.



W wyniku współpracy Grupy **CCC** z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu powstał **podyplomowy kierunek studiów** zarządzanie ekspansją zagraniczną i rozwojem w branży fashion. Zajęcia na trwających dwa semestry studiach prowadzone są przez wykładowców Uniwersytetu oraz członków zarządu i kadrę menedżerską Grupy CCC. W 2017 roku została uruchomiona druga edycja studiów, na których kształtali się 26 osób. Zajęcia teoretyczne połączone są z prak-

tykami. Absolwenci studiów podyplomowych mają szansę na zatrudnienie w spółkach Grupy.



Concordia Ubezpieczenia TUW rozpoczęła na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu (UEP) swój **autorski kierunek studiów podyplomowych – ubezpieczenia gospodarcze** dla kadry menedżerskiej grupy Concordia. Na studia zostało przyjętych 25 pracowników poznańskiego ubezpieczyciela. Roczne autorskie studia w Katedrze Ubezpieczeń UEP to blisko 200 godzin szkoleniowych.



ERGO Hestia włączyła się w opiniowanie programu studiów pierwszego stopnia na kierunku **modelowanie matematyczne i analiza danych na Wydziale Matematyki Uniwersytetu Gdańskiego**. Firma angażuje się także w prowadzenie zajęć merytorycznych. Najzdolniejszym studentom zaproponowane zostaną staże, a następnie praca w działach analitycznych firmy. Kierunek uruchomiono w październiku 2017 roku, pierwsi stażyści i pracownicy trafią do firmy w 2020 roku.



Szkoła Główna Handlowa przy współpracy z **Eurocash** uruchomiła pierwszą edycję studiów podyplomowych **zarządzanie przedsiębiorstwem w handlu detalicznym** dla osób, które w przyszłości będą przejmować i prowadzić sklepy spożywcze. W pierwszej edycji bierze udział 45 słuchaczy. Program studiów obejmuje 166 godzin zajęć. Formą zaliczenia studiów jest opracowanie biznesplanu konkretnego przedsięwzięcia. Praktyka realizowana jest w partnerstwie z Polską Izbą Handlu.



Polpharma, wspólnie z Gdańskim Uniwersytetem Medycznym, powołała **nowy kierunek studiów drugiego stopnia o specjalności przemysł farmaceutyczny i kosmetyczny**. Studia, oparte na tzw. profilu praktycznym i kształceniu dualnym, łączą edukację teoretyczną z praktyką. Celem kształcenia na nowym kierunku jest przygotowanie absolwentów do praktycznych zadań w przemyśle farmaceutycznym. Zajęcia teoretyczne odbywają się w Gdańskim Uniwersytecie Medycznym, na Wydziale Farmacji. Natomiast przedmioty praktyczne, których program współtworzyła Polpharma, wykładane są na uczelni przez 24 ekspertów z firmy. Na każdego studenta tego kierunku czeka dziewięcioletni staż w zakładach produkcyjnych i laboratoriach Polpharma.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W ramach porozumienia zawartego w 1997 roku spółki Grupy **Fiat Chrysler Automobiles** współpracują z trzema uczelniami technicznymi: Politechniką Warszawską, Politechniką Śląską i Akademią Techniczno-Humanistyczną w Bielsku-Białej. Jednym z elementów współpracy jest **konkurs o nagrodę FCA**, który ma na celu inicjowanie i promowanie prac inżynierskich, magisterskich i doktorskich. Spółki FCA corocznie przesyłają do uczelni listę zagadnień, które następnie są realizowane przez zainteresowanych studentów i doktorantów. Uczelnie zgłaszają do konkursu najlepsze prace dyplomowe i doktorskie. Komisja, w skład której wchodzi przedstawiciele FCA oraz Centrum Badawczego Fiata, wybiera spośród nich te, które swoją tematyką najlepiej rozwijają przedstawione zagadnienia. Autorzy zwycięskich prac otrzymują nagrody pieniężne fundowane przez spółki Grupy FCA. W 2017 roku nagrodzono 13 prac. Od początku istnienia konkursu nagrodzono 348 prac. FCA w Polsce wyasygnował na ten cel kwotę 1 mln 378 tys. zł.



W 2017 roku **PKO Bank Polski**, który realizuje działania pod hasłem „**Praktykanci i stażyści**”, był mecenasem naukowym Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, a przedstawiciele banku na Politechnice Wrocławskiej prowadzili wykłady „Sektor bankowy w Polsce. Teoria i praktyka z PKO Bankiem Polskim”, których najaktywniejsi uczestnicy zostali zaproszeni do banku na płatne praktyki. We współpracy z Uniwersytetem Śląskim bank realizował projekt „Ekonomia na bank”, w którym świat finansów tłumaczyli specjaliści z PKO. Bank uczestniczy w targach pracy dla studentów i absolwentów, organizuje też płatne staże i praktyki.



Od 10 lat **Skanska w Polsce** realizuje „**Program ambasadorów Skanska**”, skierowany do studentów zainteresowanych współpracą przy realizacji kampanii promocyjnych firmy, zdobywaniu pierwszych doświadczeń zawodowych, zaangażowaniu w wybrane projekty i inicjatywy prowadzone przez pracodawcę. Celem programu jest zaangażowanie studentów w projekty wizerunkowe, stworzenie sieci kontaktów na uczelniach, rozwijanie aktywnie działających studentów. W ramach praktyki w 2017 roku zorganizowano ok. 70 wydarzeń dla studentów. Do 10 edycji programu zaproszonych zostało 16 osób z całej Polski.



Młodzi ludzie zazwyczaj mają problem z wejściem na rynek pracy, nie znając jego oczekiwań, a także wątpiąc w swoje możliwości. Praktyka „**Świeży krew do pierwszej pracy**” jest odpowiedzią na to wyzwanie. Stanowi cykl spotkań na uczelniach wyższych. Pracownicy **Credit Agricole Bank Polska** budują specjalną strefę, w której zgromadzeni doradcy i pracownicy banku pomagają studentom poznać swoje mocne i słabe strony. Dzięki inicjatywie młodzi ludzie mogą dowiedzieć się, w jakim kierunku powinni się rozwijać. Praktyka pozwala na odkrycie własnych talentów, nawiązanie znajomości, a przy okazji zwraca uwagę na ważny aspekt dbania o swoje finanse. W 2017 roku w projekcie wzięto udział

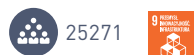
około 10 tysięcy studentów. Dzięki podjętym działaniom Bank pozyskał wielu potencjalnych pracowników.



Biuro Techniki i Biuro Bezpieczeństwa i Higieny Pracy **PKN ORLEN** w 2017 roku rozpoczęło pilotażowy projekt serii wykładów eksperckich na Politechnice Warszawskiej (filia w Płocku). Specjaliści firmy przeprowadzili ponad 30 wykładów z przedmiotu **bezpieczeństwo techniczne na Politechnice Warszawskiej** w ramach semestru zimowego na studiach stacjonarnych i wieczorowych.



„**PGNiG polskie innowacje**” to kampania spółki **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**, w ramach której zorganizowano osiem spotkań na uczelniach. Spotkania te umożliwiły studentom kontakt z pracownikami spółek Grupy Kapitałowej PGNiG. Specjaliści PGNiG podczas otwartych wykładów prezentują działalność niektórych spółek Grupy Kapitałowej, opowiadają, jakich innowacyjnych rozwiązań poszukują oraz jak innowacje mogą wspierać ich rozwój. Studenci i doktoranci, ale też przedsiębiorcy i osoby dopiero myślące o założeniu start-upu, mają możliwość wzięcia udziału w specjalnych warsztatach. Efektem tych warsztatów mają być innowacyjne pomysły, które będzie można – po dalszej analizie – wprowadzić w życie.



Roche Polska prowadzi działania z zakresu **wsparcia studentów i współpracy z uczelniami** w Poznaniu i Warszawie, aby zapewnić przepływ wiedzy między światem nauki i biznesu. Pracownicy firmy prowadzą wykłady i spotkania ze studentami, które mają na celu przybliżenie im tego, jak ważną rolę odgrywa nowoczesna technologia w tworzeniu nowych rozwiązań dla pacjentów. Jako członek Rady Programowej firma doradza, co powinien zawierać program nauczania.



Placówki relacyjne Santander Universidades są obecne na siedmiu uczelniach w Polsce, a każda z nich składa się z sali przeznaczonej do prowadzenia warsztatów lub spotkań, strefy wypoczynkowej dla studentów i miejsca obsługi. Pracownicy **Banku Zachodniego WBK** regularnie spotykają się z władzami uczelni i organizacjami studenckimi w celu identyfikacji ich największych potrzeb. Wnioski z tych spotkań przerażają się w konkretne projekty. W 2017 roku liczba beneficjentów programu wyniosła 1153.



Konkurs „Młodzi projektanci dla Biedronki” prowadzony jest przez **Jerónimo Martins Polska** wspólnie z Akademią Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi od 2013 roku. W ramach poprzednich edycji przygo-

towano projekty odzieży, które sprzedały się w liczbie blisko 70 tys. egzemplarzy. Wyzwaniem w piątej edycji konkursu było zaprojektowanie wzorów nadruków do wykorzystania na tekstyliach domowych przeznaczonych dla dzieci w wieku 5–10 lat.



Konkurs grantowy „Wakacje z matematyką” realizowany przez mFundację (fundację korporacyjną **mBanku**) zapewnia finansowanie projektów upowszechniających matematykę i pokazujących jej przydatność w codziennym życiu poprzez zapewnienie dzieciom atrakcyjnej formy spędzania wakacji w mieście. W 2017 roku konkurs odbył się w pięciu miastach. Granty w wysokości do 5 tys. zł otrzymało 18 beneficjentów. W wakacyjnych zajęciach wzięło udział ponad 1,5 tys. dzieci i młodzieży.



Mostostal Warszawa od 12 lat prowadzi **działalność naukowo-badawczą w współpracy z jednostkami naukowymi**. Powołany przez spółkę Dział Badań i Rozwoju opracowuje i wprowadza w życie innowacje, które przyczyniają się do rozwoju polskiej myśli inżynierskiej. Potwierdzeniem skuteczności tych działań jest upowszechnianie nowych technologicznych trendów.



Konkurs **„Młodzi innowacyjni dla PGNiG”** to szansa, by wzbogacić działalność firmy oraz wesprzeć nowe, odważne pomysły młodych studentów i naukowców. Kapituła konkursu przyznała trzy nagrody finansowe dla nowatorskich pomysłów możliwych do zastosowania w praktyce w **Polskim Górnictwie Naftowym i Gazownictwie**, a laureat pierwszej nagrody otrzymał możliwość realizacji swojego projektu.



„Kultura dzielenia się wiedzą” to cykl wykładów dla studentów organizowany przez **Provident Polska**, którego celem jest przybliżenie studentom wiedzy biznesowej z zakresu marketingu, szkoleń, komunikacji wewnętrznej, public relations, zarządzania ludźmi, społecznej odpowiedzialności biznesu. Do tej pory odbyło się blisko 200 spotkań, w których uczestniczyło ponad 5 tys. studentów. W ramach programu „Kultura dzielenia się wiedzą” Provident współpracuje z 20 uczelniami z całego kraju.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

SumiRiko Poland angażuje się we **współpracę z wyższymi uczelniami** poprzez wygłaszane przez pracowników prelekcje i goszczenie studentów. Tematy spotkań dotyczą sposobów organizacji stanowisk pracy, metod i technik rozwiązywania problemów w branży motoryzacyjnej, narzędzi zarządzania oraz organizacji procesów produkcyjnych.



Volkswagen Motor Polska **współpracuje ze szkołami wyższymi** (np. Politechniką Wrocławską, Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu). Współpraca ta polega na wymianie informacji między firmą a uczelniami, w ramach której informuje się studentów o prowadzonych rekrutacjach, stworzonych ścieżkach rozwoju kariery oraz profilach poszukiwanych pracowników. Program umożliwia prowadzenie wspólnych prac badawczo-rozwojowych, a także tworzenie prac dyplomowych odpowiadających na bieżące zapotrzebowanie firmy.



ZRÓWNOWAŻONE MIASTA

Projekt „Miasta idei” realizowany przez **Grupę Agora** to próba zwrócenia uwagi na procesy, jakie zachodzą w miastach. Spotkania w ramach projektu podzielone były na dwie grupy: warsztaty (analiza sytuacji i praca nad rozwiązaniami) oraz otwarty dla publiczności panel dyskusyjny. W 2017 roku spotkania zorganizowano w województwie śląskim. Powstał też kwartalnik „Miasta Idei”. Od 2018 roku dodatek „Miasta Idei” będzie ukazywał się z „Gazetą Wyborczą” raz w miesiącu. Na jego łamach będą poruszane m.in. tematy: inwestycji, komunikacji, zieleni, muzyki w mieście, przestrzeni publicznej, smogu etc. Podczas trwania projektu na Śląsku odbyło 25 spotkań. W warsztatach uczestniczyło prawie 580 społeczników i aktywistów miejskich, w debatach – 150 ekspertów i prawie 4 tys. gości. Projekt realizowany jest wspólnie z urzędami miast.



„Pracownia miast” organizowana przez **Grupę Agora** to akcja społeczna poświęcona wyzwaniom, przed którymi stoją polskie miasta. „Pracownia miast” to warsztaty i konferencje, a także przestrzeń do dialogu pomiędzy mieszkańcami, samorządowcami, społecznikami, przedstawicielami rządu, świata biznesu i kultury. Podsumowaniem trzeciej edycji, dotyczącej tematów innowacji i ekologii, była konferencja w Rzeszowie. W wydarzeniu wzięli udział eksperci z Nijmegen (Holandia), Tel Awiwu (Izrael), Amsterdamu (Holandia), Wiednia (Austria), Brukseli (Belgia) i Glasgow (Wielka Brytania). W 2017 roku „Pracownia miast” działała w czterech miastach: Sandomierzu, Rzeszowie, Kutnie i Skarżysku-Kamiennej.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W konferencjach wzięto udział ok. 5 tys. osób. Zorganizowano ponad 50 warsztatów dla włodarzy miast i wybranych specjalistów.



3026



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

WYBRANE ARTYKUŁY 2017 R.

Łączna liczba artykułów podejmujących tematykę odpowiedzialnego biznesu i powiązane z nią zagadnienia:

61 518

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 r.

Frazy monitorowane przez Instytut Monitorowania Mediów dla Forum Odpowiedzialnego Biznesu: zrównowagony rozwój, odpowiedzialny biznes, etyka biznesu, wolontariat pracowniczy, społeczna odpowiedzialność, zarządzanie różnorodnością. W 2017 roku monitoring został poszerzony o dane z internetu.

CZY ZDAMY EGZAMIN Z ZARZĄDZANIA RÓŻNORODNOŚCIĄ?

Liczne raporty i badania pokazują korzyści płynące z zarządzania różnorodnością i konieczność jego wprowadzenia. Mimo to liczba firm, które są zainteresowane tematem różnorodności, to stosunkowo nieduża grupa. *Magdalena Nowacka („Personel Plus”, 1.01.2017)*

CZY ŚWIAT SIĘ POPSUŁ?

Mamy do czynienia z kryzysem dotychczasowego porządku globalnego i samej globalizacji, z kryzysem globalnych elit i neoliberalizmu. Wielkie korporacje zajęły niemalże wszystko, co było do zajęcia, zawładnęły światem. *Wywiad z prof. Elżbietą Mączyńską. Stanisław Koczoł („Gazeta Bankowa”, 1.01.2017)*

MIASTA NASYCONE INTELIGENCJĄ

Wobec wielu problemów, z jakimi borykają się współczesne metropolie, takich jak przeludnienie, zanieczyszczenie środowiska, rosnące zużycie energii czy starzenie się społeczeństwa, budowa inteligentnych miast staje się powoli koniecznością. *Barbara Mejsner („Rzeczpospolita”, 17.01.2017)*

WORK-LIFE BALANCE PO POLSKU

Równowaga między życiem zawodowym a prywatnym jest w Polsce towarem deficytowym. Rocznie spędzamy w pracy 1923 godz., co daje nam ósme miejsce na 38 państw analizowanych przez OECD. Coraz trudniej jest utrzymać równowagę pomiędzy różnymi sferami życia. *Justyna Kotzian („Personel Plus”, 1.02.2017)*

PRZEIRZYSTOŚĆ MUSI BYĆ ELEMENTEM STRATEGII

Transparentność w firmie to już nie chwilowy trend czy dobra wola prezesa. Wymagają jej instytucje nadzorcze oraz po prostu rynek. I pracownicy, i klienci wolą biznes przejrzysty. *Karol Dominowski („Dziennik Gazeta Prawna”, 10.02.2017)*

WALKA ZE SMOGIEM MOŻE PRZYNIĘŚĆ FIRMOM ZYSKI

Ograniczanie zanieczyszczenia powietrza w Polsce to dla wielu firm koszt. Na rozwiązywaniu tego problemu można jednak też zarabiać. Szanse na to mają m.in. niektóre spółki surowcowe, transportowe i energetyczne. *Tomasz Furman („Parkiet”, 18.02.2017)*

PRASA

ETYCZNY BIZNES – WIĘKSZE ZYSKI. CSR ROBI SWOJE

Firmy społecznie odpowiedzialne zyskują zaufanie klientów, zwiększają zyski i mają oszczędności. CSR procentuje niemal we wszystkich obszarach ich działalności. No chyba, że robią to tylko na pokaz. *Adriana Rozwadowska („Gazeta Wyborcza”, 28.02.2017)*

ZARZĄDZANIE WIEKIEM TO JUŻ KONIECZNOŚĆ

Dobrze, by państwo stworzyło mechanizmy wspierające opiekę senioralną – nad rodzicami starszych pracowników, którzy jeszcze mają kilka-kilkanaście lat do emerytury. Jeśli można było stworzyć program 500+ i tak przyjazne regulacje dotyczące opieki nad dziećmi, to dlaczego nie można pomyśleć, by pracownik w pewnym wieku miał choćby miesiąc na opiekę nad rodzicami. *Marzena Strzelczak (debata „Rzeczpospolitej”, 20.30.2017)*

BIZNES SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY

Coraz więcej firm wychodzi z założenia, że działania na polu CSR, czyli społecznej odpowiedzialności biznesu, przekładają się bezpośrednio na poprawę kondycji przedsiębiorstwa zarówno pod względem wizerunkowym, jak i finansowym. Co więcej, przynoszą wymierne korzyści nie tylko samym firmom. *Maciej Dzwonnik („Gazeta Wyborcza”, 20.03.2017)*

MOTO CSR, CZYLI DOBRE PRAKTYKI W BRANŻY MOTORYZACYJNEJ

Nie jest tajemnicą, że działalność gospodarcza dużych i małych firm powoduje liczne problemy, takie jak np. zanieczyszczenie środowiska czy wyczerpywanie zasobów naturalnych. Coraz więcej firm dostrzega potrzebę angażowania się w działania na polu CSR, czyli społecznej odpowiedzialności biznesu. Ten trend dobrze widać np. w branży motoryzacyjnej w ostatnich miesiącach notujących w naszym kraju bardzo dobre wyniki. *Maciej Dzwonnik („Gazeta Wyborcza”, 20.03.2017)*

CZY KAPITALIZM JEST MORALNY?

Jak pokazał kryzys finansowy z 2008 roku, niczym nieskrępowana kreatywność biznesowa jest zabójczo groźna. Wobec stworzonych przez siebie technologii, w tym możliwości i apetytów światowego kapitalizmu, jesteśmy niczym uczeń czaroksiężnika, który stracił kontrolę nad swoimi wytworami. *Adam Aduszkiewicz (nienieodpowiedzialni.pl, 1.04.2017)*

CZY ODPOWIEDZIALNY BIZNES OBCHODZI KONSUMENTÓW?

W Polsce rośnie liczba firm, które nie tylko chcą zarabiać pieniądze, lecz także działać na rzecz społeczeństwa. Ale jak pokazują badania, starać się nie muszą. Dlaczego? Nie odczuwają takiej presji społecznej jak w krajach Europy Zachodniej. Niewygórowane wymagania konsumentów z pewnością przekładają się na jakość działań. Skoro firma robić tego nie musi, to i efekty bywają różne. *Łukasz Zboralski („Do Rzeczy”, 3.04.2017)*

HOLANDIA – RELACJA Z INNEJ PLANETY

Dlaczego Mirek Cierpich z Tarnowa sprzedaje swoje hodowane na fusach grzyby głównie rodzinie i znajomym, podczas gdy kolektywowi Rotterzwam udaje się zamienić każdy kilogram fusów w euro zysku? *Artur Celiński („Magazyn Miasta”, 8.05.2017)* — **Nagroda główna w konkursie Pióro odpowiedzialności**

KONIEC EPOKI CARNEGIEGO?

Firmy z sektora MŚP zaczynają interesować się społecznią odpowiedzialnością swojego biznesu w nowoczesnym wydaniu. To pierwsza jaskółka zmian, ale trend może się utrzymać, zwłaszcza że przedsiębiorcy mogą szukać instytucjonalnego wsparcia (także finansowego). *Maciej Weryński („Dziennik Gazeta Prawna”, 12.05.2017)*

PRACOWNICY WOLĄ PRZEDSIĘBIORSTWA ODPOWIEDZIALNE

Zarządy nie powinny swej aktywności ograniczać tylko do dbania o zwiększanie przychodów czy zysków, lecz być także otwarte na potrzeby społeczne, czyli poważnie traktować CSR. W angażowanie się w takie działania powinny również zachęcać pracowników. W ten sposób mogą się oni oderwać od rutyny i codzienności. Co nie mniej ważne, badania pokazują, że pracownicy chętniej wybierają firmy realizujące strategię z zakresu odpowiedzialności społecznej. *Marek Jaślan („Dziennik Gazeta Prawna”, 12.05.2017)*

KTO ZARABIA NA BANANIE?

Plantacje bananów mają po 100 km², a praca przy ich uprawianiu jest ciężka. Zatrudnieni przy produkcji ludzie zarabiają niewiele, pracują po kilkanaście godzin dziennie w oparach środków chemicznych, często bez ubezpieczenia i możliwości zrzeszania się w związkach zawodowych. Bywa, że wśród nich są dzieci. Niezgoda na taki model to właśnie jest fair trade. Chodzi więc nie tyle o zdrową żywność, ile o cztowieka.

Nie o to, żeby się nad nim litować, ale żeby zapewnić mu godziwe warunki pracy. *Ola Stawińska („Gazeta Wyborcza Stołeczna”, 19.05.2017)*

CSR CORAZ POPULARNIEJSZY RÓWNIEŻ NA POMORZU

Analizując Raporty FOB z poprzednich lat, można zauważyć, że coraz więcej firm oraz instytucji wprowadza i komunikuje swoje działania CSR. Jedną z najpopularniejszych form inicjatyw z zakresu CSR są programy wolontariatu pracowniczego, prowadzone także przez firmy z Pomorza, takie jak Grupa Lotos czy Polpharma. *Andrzej Gaj („Express Biznesu”, 1.06.2017)*

ZDROWIE ZACZYNA SIĘ W GŁOWIE

Absencja wśród pracowników z powodu zwolnień lekarskich to koszty dla pracodawców. Zdrowie pracowników jest więc absolutnie tym, co łączy interes pracodawcy i samego pracownika. W przypadku choroby każda strona traci, a koszty mogą być olbrzymie i ponoszone przez długi czas. Dlatego kwestia dobrostanu pracowników jest ważnym elementem działania firm, które starają się być odpowiedzialne społecznie. To zresztą naturalne, że firma zaczyna od samej siebie, czyli od najbliższych jej interesariuszy *Ewa Albińska („Gazeta Finansowa”, 9.06.2017)*

IAK ZOSTAĆ EKOTURYSTĄ?

Celem turystyki zrównoważonej jest m.in. ograniczenie negatywnego wpływu turystyki na lokalną przyrodę oraz społeczność. To właśnie lokalni mieszkańcy powinni stać się jej największymi beneficjentami, a regiony, w których żyją, nie powinny tracić swoich zalet i charakterystycznych cech, które przyciągają ludzi z odległych zakątków. Wystarczy więc pamiętać o kilku prostych zasadach i zdać sobie sprawę, że to rodzaj świadomej konsumpcji oferowanych dóbr i usług. *Adam Buśkiewicz („W Podróż”, 1.07.2017)*

CZY WOLONTARIAT MOŻE BYĆ BENEFITEM?

Czasem stanowią tańszy odpowiednik płacy brutto, innym razem jest to forma inwestycji w pracownika. A gdyby tak spojrzeć na benefity z innej strony? Czy stworzenie ludziom możliwości zrobienia czegoś dobrego może być traktowane jako świadczenie pracownicze? *Łukasz Jaszcz („Benefit”, 1.07.2017)*

IAK ROZWIJA SIĘ WOLONTARIAT PRACOWNICZY W POLSCE?

Badania zarówno wolontariatu jak

i wolontariatu pracowniczego w Polsce pokazują, że liczba osób decydujących się na taką formę działań społecznych rośnie. Im młodsze osoby – tym chętniej się w wolontariat angażują. Jest to o tyle ważne dla pracodawców, że wchodzimy w erę rynku pracownika i rosnących niedoborów pracowników na rynku pracy. Działania społeczne firmy i sprawny program wolontariatu pracowniczego może być jedną z form zachęcenia potencjalnych pracowników do pracy właśnie dla konkretnego pracodawcy. *Karol Krzyczkowski („As Biznesu”, 1.07.2017)*

OSTROŻNIE Z COACHINGIEM

Dobrze już w Polsce znany motywacyjny biznes, kryje w sobie wiele pułapek, o których zbyt rzadko się mówi. Ogromna popularność coachingu daje do myślenia. W urnykownym, zatamizowanym świecie nie wyptakujemy się już w rękaw przyjaciółom i bliskim, nie omawiamy z nimi swoich dobrych i złych decyzji – zamawiamy profesjonalne usługi coachów. *Krzysztof Wołodźko („Gazeta Polska Codziennie”, 30.08.2017)*

CZY BIZNES CZUJE SIĘ ODPOWIEDZIALNY ZA WODĘ?

Organizacje międzynarodowe, instytucje lokalne, specjaliści i część decydentów zdają sobie sprawę z potrzeby ochrony zasobów wodnych. A co na to biznes, którego podejście do gospodarowania wodą ma znaczący wpływ na stan środowiska naturalnego? *Agnieszka Kłopotowska („Wodociągi i Kanalizacje”, 1.09.2017)*

DAJ WĘDKĘ, A NIE RYBE, CZYLI O TYM, JAK I DLACZEGO FIRMY POWINNY ANGAŻOWAĆ SIĘ W DZIAŁALNOŚĆ CHARYTATYWNĄ

W ostatnich latach pomaganie stało się modne, a liczące się spółki zrozumiwały, że sponsoring, mecenat, generalnie – działalność charytatywna, zawsze zwracają się z nadwyżką. Jednak istotne jest to, by pomagać mądrze. Najprostszym, ale nie najlepszym rozwiązaniem jest przelanie gotówki i wsparcie finansowe. Ale coraz częściej firmy od tego odchodzą. *Bartosz Świdorski (natemat.pl, 4.09.2017)*

ZNALEŹĆ ADWOKATÓW CSR W ZARZĄDACH FIRM

Zwrot ze społecznie odpowiedzialnych inwestycji występuje w większości firm międzynarodowych. Bardzo ważne jest, by docierać do ludzi z wysokich poziomów zarządzania. *Wywiad z Dominiką Bettman. Anita Błaszczak („Rzeczpospolita”, 7.09.2017) — Nagroda specjalna w konkursie Pióro odpowiedzialności*

TRANSPORT SZYNOWY PRZYJAZNY ŚRODOWISKU

Ważnym elementem jest wpassowanie się w potrzeby lokalnego przewoźnika. Należy jednocześnie myśleć o bezpieczeństwie, automatyce na kolei i zintegrowanych systemach sygnalizacji. Polska kolei wkracza na etap nowoczesności. *(tvn24bis.pl, 29.09.2017)*

POLSKIE FIRMY SĄ BARDZIEJ ODPOWIEDZIALNE

Różnorodność praktyk z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw powoduje, że trudno jest wskazać, które z nich to zaznaczenie rodzącego się trendu, a które to tylko chwilowa moda i chęć wyróżnienia się. *Agnieszka Siarkiewicz („Harvard Business Review Polska”, 1.10.2017)*

SZEFEM CSR POWINIEN BYĆ PREZES

Pomimo trendów świadczących o wzroście popularności CSR w Polsce i na świecie koncepcja ta w dalszym ciągu jest stawiana przez wiele firm w opozycji do jej interesów. Traktując CSR jako koszt konieczny, część firm wychodzi z założenia, że jego zamysłem jest poprawa wizerunku. Jednak Porter i Kramer w świetny sposób pokazują, jak można naturalną działalność firmy wykorzystać do czynienia dobra i uwzględnić społeczną odpowiedzialność w strategii biznesowej. *Joanna Socha („Harvard Business Review Polska”, 1.10.2017)*

MAGICZNE SŁOWO MNIEJ

Coraz częściej słyszymy, że mniej to nowe więcej. Rezygnuj z przedmiotów, dostaniesz w zamian czas, swobodę, harmonię. Czy to naprawdę takie proste? *Anita Zuchora („Pani”, 1.11.2017)*

BANANOWA SPRAWIEDLIWOŚĆ

Wielcy zorientowali się, że przestrzeganie standardów eko to także dobry biznes. Nie należy jednak mylić produkcji ekologicznej z handlem fair trade. Dopiero na dalekim Południu można przekonać się, czy to ruch, który zmienia życie ubogich, czy tylko fanaberia hipsterów z Europy. *Artur Domostawski („Polityka”, 8.11.2017)*

DOBRE MARKI Z PRZESŁANIEM

Dziesięć lat pracy i obserwowania marek w procesie transformacji w stronę biznesu bardziej odpowiedzialnego społecznie i środowiskowo skłania do refleksji. Po początkowym zachwycie nad CSRem zaczęliśmy dostrzegać jego ograniczenia. Wobec globalnych wyzwań

cywilizacyjnych, mamy potrzebę znacznie szerszego oddziaływania na społeczeństwo i gospodarkę, niż poprzez kolejną edycję programów CSRowych. *Paweł Niziński („Dobre marki z przestaniem”, 12.11.2017) — Nagroda główna w konkursie Pióro odpowiedzialności*

GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO WYZWANIEM DLA PRZEDSIĘBIORSTW

GOZ ma szansę doprowadzić do największej rewolucji w globalnej gospodarce. To nowy sposób patrzenia na naturalne zasoby i umiejętność wdrażanie innowacyjnych modeli biznesowych w taki sposób, by zachować równowagę w świecie. Dzięki nowoczesnym technologiom możemy znacznie więcej. *Wywiad z Dominiką Bettman. Michał Niewiadomski („Rzeczpospolita”, 30.11.2017)*

PARTNERSTWO TO PODSTAWA

Dobrze wiemy, że niezbędne jest zrobienie wszystkiego, co możliwe, by wzmocnić globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju. Wypracowanie listy 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs) było momentem przelomowym, ale warunkiem koniecznym ich realizacji będzie autentyczne globalne partnerstwo – o tym przede wszystkim mówi się w opisie celu nr 17. *Dr hab. Bolesław Rok, prof. ALK („Partnerstwo w praktyce. Przegląd działań”, 6.12.2017) — Nagroda główna w konkursie Pióro odpowiedzialności*

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ TO KONIECZNOŚĆ

Przedsiębiorstwa są coraz bardziej świadome tego, że tylko poprzez zrównoważony rozwój możemy rozwiązać takie problemy, jak np. wielka pacyficzna plama odpadów, przekraczająca kilkakrotnie powierzchnię Polski. Rośnie świadomość, że pewne odpowiedzialne rozwiązania związane choćby z jakością współpracy w łańcuchu dostaw mogą poprawić innowacyjność i konkurencyjność firmy. *Anita Błaszczak („Rzeczpospolita”, 11.12.2017)*

PRZEKAZAĆ WSZYSTKIE TREŚCI, ALE ZACHOWAĆ CZYTELNOŚĆ PRZEKAZU

Rosnąca popularność raportów online, skromna obecność praw człowieka i Celów Zrównoważonego Rozwoju, ale więcej myślenia o zrównoważonym łańcuchu dostaw. To główne trendy w raportowaniu niefinansowym w Polsce w 2017 roku. *Tadeusz Joniewicz (proto.pl, 22.12.2017)*

KALENDARZ

WYBRANE
WYDARZENIA
2017 R.

Photo via Visu / Hunt

KONFERENCJE, SEMINARIA, SPOTKANIA

01 12 stycznia
**Spotkanie:
Ujawnianie danych
niefinansowych. Fakty**
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

28 stycznia
**VIII Bał Charytatywny
Gwiazdy Dobroczynności**
Warszawa
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
przyznało nagrodę Gwiazda
Dobroczynności Forum Odpowiedzialnego
Biznesu

31 stycznia
CSR Business Brunch
Warszawa
Go Responsible, ArtGroup

02 15 luty
**Konferencja:
Zwiększenie
konkurencyjności
regionów poprzez CSR**
Warszawa
Polska Agencja Rozwoju
Przedsiębiorczości

03 20 marca
**Konferencja: Theoria
i praxis zrównoważonego
rozwoju. 30 lat
od ogłoszenia
Raportu Brundtland**
Warszawa
Uniwersytet Kardynała Stefana
Wyszyńskiego, Urząd m. st. Warszawy,
Fundacja Instytut na rzecz Ekorozwoju

22 marca
**Ogłoszenie 5. edycji
raportu Annual CSR
Outlook**
Warszawa
CSRinfo, Grupa Adamed
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem
wydarzenia

28 marca
**Ogłoszenie Listy
Najlepszych Miejsc Pracy
2017**

Warszawa
Great Place to Work
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem honorowym wydarzenia
Odpowiedzialnybiznes.pl patronem
medialnym wydarzenia*

30 marca
**Ogłoszenie raportu
„Odpowiedzialny biznes
w Polsce 2016. Dobre
praktyki”**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

04 20 kwietnia
CSR Business Brunch

Warszawa
Go Responsible

20-21 kwietnia
**Kongres Profesjonalistów
Public Relations**

Rzeszów
Newline.pl, Ideo

24 kwietnia
**Biznes i Prawa Człowieka –
Standard Etyki w Polsce**

Warszawa
Krajowa Izba Gospodarcza, Najwyższa
Izby Kontroli, Global Compact Network
Poland

27 kwietnia
**Gospodarka o obiegu
zamkniętym w twojej firmie**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Stena Recycling

05 10-12 maja
**IX Europejski Kongres
Gospodarczy**

Katowice
Grupa PTWP SA

15 maja
**Spotkanie: EU Talent.
Business in Europe Hosting
Apprenticeships for Youth”**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

17 maja
**Konferencja „SDGs
w praktyce. Inspiracje
dla biznesu”. Inauguracja
kampanii 17/17**

Warszawa
CSR Consulting
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym kampanii*

24 maja
**IV Ogólnopolski Dzień
Różnorodności**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

29 maja
**Gala Finałowa XX edycji
konkursu Dobroczyńca
Roku**

Warszawa
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
*Odpowiedzialnybiznes.pl patronem
konkursu*

31 maja
**Regionalne ogłoszenie
raportu „Odpowiedzialny
biznes w Polsce 2016.
Dobre praktyki”**

Poznań
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Bank Zachodni WBK

06 6 czerwca
**Regionalne ogłoszenie
raportu „Odpowiedzialny
biznes w Polsce 2016.
Dobre praktyki”**

Gdańsk
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Grupa LOTOS, Polpharma

07 3 lipca
**Gala konkursu Kampania
Społeczna Roku 2016**

Warszawa
Fundacja Komunikacji Społecznej
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem konkursu*

09 8-9 września
**VIII Ogólnopolskie Forum
Inicjatyw Pozarządowych**

Warszawa
Ogólnopolska Federacja Organizacji
Pozarządowych

9-10 września
IX Kongres Kobiet

Poznań
Stowarzyszenie Kongres Kobiet

27 września
Gala Lodotamacze 2017

Warszawa
Polska Organizacja Pracodawców
Osób Niepełnosprawnych

10 2 października
**Konferencja: Wytyczne
ONZ dotyczące biznesu
i praw człowieka –
realizacja Krajowego
Planu Działania**

Warszawa
Ministerstwo Rozwoju, Ministerstwo
Spraw Zagranicznych, Polski Instytut
Praw Człowieka i Biznesu

10 3 października
**Konferencja:
Praktyka raportowania
niefinansowego. Jak
wypełnić nowe wymogi
ustawy o rachunkowości**

Warszawa
Ministerstwo Rozwoju,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Polska Izba Biegłych Rewidentów,
CSRinfo, Instytut Auditorów
Wewnętrznych IIA Polska, PwC,
SEG, Stowarzyszenie Księgowych
w Polsce, ACCA, Fundacja Standardów
Raportowania

5 października
**II Festiwal Filmów
Odpowiedzialnych
„17 Celów”**

Poznań
Fundacja CSR Res Severa

10 października
**XI gala konkursu Raporty
Społeczne**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Deloitte

11 października
**Konferencja EUROPA
+ AZJA Młodzież
w strategiach CSR**

Warszawa
Fundacja Autokreacja
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem wydarzenia*

13 października
IV Kongres Różnorodności

Warszawa
BE.NAVIGATOR, Henkel Polska
Karta Różnorodności patronem wydarzenia

16-17 października
**21. Międzynarodowy
Kongres Ochrony
Środowiska EVICON**

Poznań
ABRYS

24 października
UN Day 2017

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Rodzina ONZ w Polsce

24-27 października
**Tydzień Odpowiedzialnego
Biznesu**

Katowice, Warszaw, Gdańsk, Wrocław,
Poznań
CSRinfo
*Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzeń*

KALENDARIUM

28 października
XII Kongres Obywatelski
 Warszawa
 Instytut Badań nad Gospodarką
 Rynkową

11

7 listopada
**V Konferencja
 Nienieodpowiedzialni**
 Warszawa
 Grupa ANG SA,
 Fundacja Będę Kim Zechcę
Odpowiedzialnybiznes.pl
partnerem medialnym wydarzenia

16 listopada
**Spoleczna
 Odpowiedzialność Nauki /
 Ogłoszenie wyników
 Verba Veritatis**
 Warszawa
 Ministerstwo Rozwoju, Ministerstwo
 Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Forum
 Odpowiedzialnego Biznesu Akademia
 Leona Koźmińskiego, Konferencja
 Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce,
 Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

23 listopada
**Konferencja: Gospodarka
 obiegu zamkniętego –
 biznes i konsument
 na ścieżce zmiany**
 Warszawa
 RECONOMY
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem wydarzenia

25 listopada
Targi Zero Waste
 Warszawa
 Fundacja alter eko, Little Greenfinty

28-29 listopada
**Konferencja: Wolontariat
 w mieście. Wsparcie
 rozwoju wolontariatu
 przez samorząd lokalny**
 Warszawa
 Urząd m.st. Warszawy

30 listopada
**VI Forum Inicjowania
 Rozwoju**
 Gdańsk
 Fundacja Inicjowania Rozwoju
Odpowiedzialnybiznes.pl
patronem medialnym wydarzenia

12

1 grudnia
**Gała wręczenia Złotych
 Spinaczy**
 Warszawa
 Związek Firm Public Relations

4 grudnia
**Konferencja: Wolontariat
 pracowniczy – spojrzenie
 z różnych perspektyw**
 Gdańsk
 Regionalne Centrum Wolontariatu
 w Gdańsku
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym wydarzenia

5 grudnia
**V Konferencja Koalicji
 Prezesa-Wolontariusze
 „Wolontariusz – człowiek –
 pracownik”**
 Warszawa
 Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
*Odpowiedzialnybiznes.pl patronem
 wydarzenia*

6 grudnia
**Konferencja „SDG17:
 Partnerstwa na rzecz celów
 zrównoważonego rozwoju”**
 Warszawa
 CSR Consulting
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym wydarzenia

8-9 grudnia
**I Kongres Praw
 Obywatelskich**
 Warszawa
 Rzecznik Praw Obywatelskich,
 Biuro Instytucji Demokratycznych
 i Praw Człowieka ODIHR

BADANIA

Analiza ESG Spółek w Polsce 2017

EY, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, GES

CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej

Francusko-Polska Izba Gospodarcza

Czy Polacy są odpowiedzialnymi konsumentami?

ANG Spółdzielnia

Obecność tolerancji dla różnorodności w społeczeństwie polskim 2017 roku

BE.NAVIGATOR, Henkel Polska

Praca i przedsiębiorczość kobiet – potencjał do wykorzystania w Polsce

Coca-Cola Shared Services, Deloitte

Problemy i wyzwania w organizacjach – znaczenie kapitału społecznego

Forum Odpowiedzialnego Biznesu, House of Skills, Komitet Dialogu Społecznego

Stan wiedzy Polaków nt. gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ)

Stena Recycling

Sustainability's deepening imprint

McKinsey&Company

The 2017 Climate Survey: Evaluating Progress on Climate Change

GlobeScan, SustainAbility

The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017

KPMG

The Sustainable Development Goals (SDGs): The Value for Europe

CSR Europe

Women in the boardroom. A global perspective

Deloitte

Women in the workplace 2017

McKinsey & Company i LeanIn.Org

PUBLIKACJE

Analiza tematyczna „Nowe obowiązki prawne związane z ujawnianiem informacji niefinansowych i polityki dotyczącej różnorodności”

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Analiza medialna „Woda jako temat CSR w mediach w 2016 roku”

Forum Odpowiedzialnego Biznesu, IMM

Annual CSR Outlook 2017

CSRinfo

Diversity Management in Central and Eastern Europe – Lesson learned and potential for growth

Forum Odpowiedzialnego Biznesu na zlecenie Komisji Europejskiej

Foresight CSR. Trendy w raportowaniu pozafinansowym

Go Responsible

Global Compact Yearbook 2016/2017

Global Compact Network Poland

Hackathony CSR

ChallengeRocket.com

Kapitalizm. Historia krótkiego trwania

Kacper Pobłocki

Nienieodpowiedzialni.pl, nieregularnik

Fundacja Będę Kim Zechcę

Nierówności. Co da się zrobić?

Anthony B. Atkinson

Odpowiedzialne Zarządzanie w małych i średnich przedsiębiorstwach

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Partnerstwo w praktyce. Przegląd działań

CSR Consulting

Raportowanie niefinansowe. Poradnik dla raportujących

Grupa robocza ds. raportowania niefinansowego

Rozmowy z liderami biznesu społecznego w Polsce

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

SDGs w praktyce. Przewodnik dla firm

CSR Consulting

Społeczna odpowiedzialność biznesu. Nowa wartość konkurencyjna

Ksenia Buglewicz

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. Model - diagnoza - ocena

Magdalena Rojek-Nowosielska

Standard Informacji Niefinansowych (SIN)

Fundacja Standardów Raportowania, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych

To nie jest kraj dla pracowników

Rafał Woś

W stronę lepszych rozwiązań. Dobre praktyki w przemyśle obuwniczym

Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie

Wolontariat pracowniczy na rzecz społeczności lokalnych

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

KALENDARIUM

XI Ranking odpowiedzialnych firm 2017

RANKING ODPOWIEDZIALNYCH FIRM W 2017 ROKU

POZIOM DIAMENTOWY

1. Coca-Cola HBC
Schenker Sp. z o.o. (DB Schenker)
2. Polpharma
3. Orange Polska
4. Grupa Lotos
5. Kompania Piwowarska
Bank Zachodni WBK
6. Grupa DANONE
7. Tesco Polska

XI Ranking Odpowiedzialnego Firm został opublikowany przez Dziennik Gazetę Prawną. Przygotował go prof. Bolesław Rok z Centrum Etyki Biznesu i Innowacji Społecznych Akademii Leona Koźmińskiego oraz Jarosław Horodecki, dziennikarz. Weryfikacji dokonała firma Deloitte. Partnerem merytorycznym było Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Kulczyk Foundation. Pełne zestawienie wyników XI Rankingu Odpowiedzialnych Firm na stronie: www.rankingodpowiedzialnychfirm.pl



K O N K U R S Raporty Społeczne

KONKURS RAPORTY SPOŁECZNE 2017

LAUREACI KONKURSU
RAPORTY SPOŁECZNE 2017:

NAGRODA GŁÓWNA:

CEMEX Polska Sp. z o. o.

*Raport zrównoważonego rozwoju
2015/2016*

WYRÓŻNIENIE:

Polski Koncern Naftowy ORLEN S.A.

*Raporty Zintegrowany Grupy ORLEN
2016*

WYRÓŻNIENIE:

Bank Zachodni WBK S.A.

*Raport Odpowiedzialnego Biznesu 2016
Banku Zachodniego WBK*

NAJLEPSZY DEBIUT:

Lafarge

*W trosce o biznes, ludzi,
planetę. Lafarge w Polsce. Raport
Zrównoważonego Rozwoju 2016*

NAJLEPSZY RAPORT ORGANIZACJI POZABIZNESOWEJ:

Fundacja im. Doktora Piotra

Janaszka PODAJ DALEJ

*Pierwszy Raport Oddziaływania
Społecznego Fundacji Im. Doktora
Piotra Janaszka PODAJ DALEJ*

NAGRODA MINISTRA ROZWOJU I FINANSÓW:

CEMEX Polska Sp. z o. o.

*Raport zrównoważonego
rozwoju 2015/2016*

NAGRODA GIEŁDY PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH:

Budimex

*Zintegrowany Raport Roczny Budimex
2016*

NAGRODA INTERNAUTÓW:

Bank Zachodni WBK S.A.

*Raport Odpowiedzialnego Biznesu 2016
Banku Zachodniego WBK*

NAGRODA JURY DZIENNIKARSKIEGO:

Bank Zachodni WBK S.A.

*Raport Odpowiedzialnego Biznesu 2016
Banku Zachodniego WBK*

PIERWSZE WYRÓŻNIENIE JURY DZIENNIKARSKIEGO:

CEMEX Polska Sp. z o. o.

*Raport zrównoważonego rozwoju
2015/2016*

DRUGIE WYRÓŻNIENIE JURY DZIENNIKARSKIEGO:

Lafarge

*W trosce o biznes, ludzi,
planetę. Lafarge w Polsce. Raport
Zrównoważonego Rozwoju 2016*

W konkursie Raporty Społeczne przyznawane są nagrody za najlepiej sporządzone raporty z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Organizowany jest przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę Deloitte. 11 edycja objęta była patronatem Ministerstwa Rozwoju, Ministerstwa Finansów, Giełdy Papierów Wartościowych, Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych oraz Federacji Konsumentów.



LISTKI CSR POLITYKI 2017

Złote Listki

Bank Zachodni WBK
CEMEX Polska
DB Schenker (Schenker Sp. z o.o.)
Grupa Adamed
Grupa Energa
Grupa LOTOS SA
Kompania Piwowarska
Orange Polska
Polpharma
Polski Koncern Naftowy ORLEN SA

Polskie Sieci Elektroenergetyczne SA
Provident Polska SA
Raben Group

Srebrne Listki

ArcelorMittal Poland
Bank BGŻ BNP Paribas
Bank Millennium
EDF Polska
Górażdże Cement SA
Grupa Nowy Styl
Grupa Żywiec SA
Nestlé Polska SA
PCC EXOL SA

Pelion SA
PGE Polska Grupa Energetyczna SA
SITECH Sp. z o.o.
Volvo Polska

W 2017 roku ukazało się 6. zestawienie Listków CSR tygodnika „Polityka”. Partnerami merytorycznymi tej edycji było Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte. Pełne zestawienie wyników 6. edycji Listków CSR na stronie: www.polityka.pl/csr



LAUREACI NAGRODY „LUDZIE, KTÓRZY ZMIENIAJĄ BIZNES”

BIZNES:

Dr nauk med. Małgorzata Adamkiewicz
Grupa Adamed
Inicjatorka wielu działań odpowiadających na wyzwania współczesnej medycyny.

Barbara Dylus
Microsoft
Za budowanie długofalowej współpracy międzysektorowej.

Marek Kalbarczyk
Altix
Założyciel firmy informatycznej Altix, której działania skierowane są do osób niewidomych.

SEKTOR POZABIZNESOWY:

Marta Cendrowicz
Stowarzyszenie Otwarte Klatki
Koordynatorka kampanii „Jak One To Znoszą?”.

Daria Ostrowska
Fundacja Laboratorium Odpowiedzialnego Biznesu
Propagatorka idei społecznej odpowiedzialności biznesu we Wrocławiu.

Ewa Sowińska
Polska Izba Biegłych Rewidentów
Propagatorka idei społecznej odpowiedzialności biznesu w środowisku biegłych rewidentów oraz pomorskiego biznesu.

RÓŻNORODNOŚĆ:

Agnieszka Dejna
Browar Spółdzielczy
Współzałożycielka spółdzielni społecznej Browar Spółdzielczy dającej stabilną pracę osobom z niepełnosprawnością intelektualną.

Blanka Rozbicka
The Royal Bank of Scotland
Propagatorka idei różnorodności w miejscu pracy. Brała aktywny udział w projektach RBS Rainbow Network w Polsce.

Dorota Strosznajder
Henkel Polska
Ambasadorka idei różnorodności w Henkel Polska, inicjatorka i współtwórczyni corocznego Kongresu Różnorodności.

Nagroda przyznawana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu osobom, które dążą do tego, aby zarządzanie biznesem w sposób odpowiedzialny stawało się w Polsce standardem. W 2017 roku wyróżniono ludzi, którzy swoim osobistym zaangażowaniem przyczynili się w latach 2015 – 2016 do upowszechniania społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR – corporate social responsibility). Nagroda przyznana została po raz drugi, tym razem w trzech następujących kategoriach: Biznes, Sektor Pozabiznesowy i – z okazji obchodów 5 lat projektu Karta Różnorodności – Różnorodność, w uznaniu działań na rzecz rozwijania zarządzania różnorodnością w miejscu pracy w Polsce.

O 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
- @FOB_poland
- /company/responsible-business-forum

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI MIĘDZYNARODOWYMI



WYBRANE PUBLIKACJE 2017 R.



WSPÓŁPRACA W POLSCE



11. edycja Konkursu Raporty Społeczne (współpraca z Deloitte)



XI Ranking odpowiedzialnych firm 2017 (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 / 2017



PROGRAM PARTNERSTWA

Kompleksowy program współpracy Forum Odpowiedzialnego Biznesu z firmami, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do szerzenia idei CSR w Polsce.



49 partnerów strategicznych

10 nowych Partnerów w 2017 roku

8 spotkań dla Partnerów

4 spotkania w cyklu o wolontariacie pracowniczym



KARTA RÓŻNORODNOŚCI



Zobowiązanie pracodawcy do aktywnego przeciwdziałania dyskryminacji, wprowadzenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.



208 sygnatariuszy

5. urodziny Karty Różnorodności

4. Ogólnopolski 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.

15 spotkań

Wsparcie organizacji panelu interesariuszy



ŁUDZIE, KTÓRZY ZMIENIAJĄ BIZNES

NAGRODA

Nagroda przyznawana osobom, które swoim osobistym zaangażowaniem przyczyniły się w latach 2015 – 2016 do upowszechniania społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Nagroda przyznawana jest w trzech kategoriach: Biznes, Sektor Pozabiznesowy i – z okazji obchodów 5 lat projektu Karta Różnorodności – Różnorodność.

53 zgłoszenia

8 laureatów



PIÓRO ODPOWIEDZIALNOŚCI

Konkurs dla dziennikarzy/ dziennikarek, ekspertów/ekspertek piszących na temat CSR/zrównoważonego rozwoju.



68 zgłoszeń



ODPOWIEDZIALNY BIZNES.PL

Najdłużej działający w Polsce portal zajmujący się CSR, administrowany przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. #CSRwPL

544 677 odston

187 738 unikalnych użytkowników i użytkowników



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

3 obszary tematyczne





Cel 1
47 praktyk

Wylimitować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie



Cel 2
26 praktyk

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



Cel 3
224 praktyk

Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt



Cel 4
332 praktyki

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



Cel 5
24 praktyki

Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt



Cel 6
11 praktyk

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



Cel 7
18 praktyk

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



Cel 8
136 praktyk

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



Cel 9
57 praktyk

Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność



Cel 10
61 praktyk

Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami



Cel 11
81 praktyk

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



Cel 12
102 praktyki

Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji



Cel 13
41 praktyk

Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom



Cel 14
5 praktyk

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



Cel 15
46 praktyk

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



Cel 16
18 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
16 praktyk

Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju

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	1	3	5	1				24, 34, 35, 47, 52, 54, 63, 64, 85
2	Aasa Polska							1	137
3	ABC-Czeczynski							3	140, 142, 143
4	Akzo Nobel Decorative Paints							1	124
5	Allegro.pl			1	1			1	57, 91, 124
6	ANG Spółdzielnia	3			1	2	1	4	27, 28, 30, 80, 97, 106, 120, 126, 132, 153
7	Antalis POLAND			1	2			1	66, 76, 81, 164
8	ANWIL			8	1	1		3	43, 44, 45, 60, 63, 64, 69, 79, 99, 117, 128, 129
9	Aquanet	1			2		1	1	29, 76, 77, 109, 125
10	ArcelorMittal Poland			2				1	60, 64, 123
11	Arena Gdańsk Operator							1	156
12	ArtGroup							2	121, 141
13	Asseco Poland							1	129
14	Autostrada Wielkopolska							1	117
15	BANDI Cosmetics							1	122
16	Bank BGŻ BNP Paribas	2	2	5	4	1	3	18	25, 30, 34, 36, 41, 45, 52, 60, 69, 74, 84, 85, 89, 98, 105, 106, 113, 116, 120, 126, 127, 130, 131, 138, 141, 146, 147, 157, 158, 159, 160
17	Bank Millennium			2	1	1	1	4	48, 57, 85, 97, 105, 129, 146, 153, 154
18	Bank Ochrony Środowiska			1	3		1	5	57, 77, 85, 86, 111, 128, 131, 144, 146, 151
19	Bank Zachodni WBK		1	3	1	2	4	21	36, 57, 62, 66, 76, 98, 105, 109, 110, 116, 117, 122, 131, 132, 135, 136, 138, 140, 141, 143, 146, 150, 154, 159, 160, 161, 166
20	Bayer							2	140, 146
21	BEST			2			2		46, 56, 110
22	BETTER. (dawniej Goodbrand)		1					1	37, 136
23	BIBUS MENOS			1				3	65, 126, 150, 161
24	Biuro tłumaczeń KONTEKST				1			1	88, 164
25	Canon Polska			1	1			1	66, 88, 147
26	Capgemini Polska		2	3				4	34, 36, 51, 54, 60, 122, 128, 130, 136
27	Carlsberg Polska	1		2	1		1		26, 44, 57, 80, 108
28	Carrefour Polska	2		6	11	3	7	11	29, 30, 54, 55, 64, 66, 74, 76, 83, 84, 86, 87, 90, 100, 104, 105, 110, 111, 120, 123, 125, 128, 132, 146, 147, 156, 158, 164
29	Castorama Polska				3			2	78, 84, 87, 125, 148
30	CCC	3		3	1	1	1	3	24, 26, 29, 40, 57, 81, 98, 112, 116, 165
31	CEMEX	1		2	3	1		1	25, 41, 44, 78, 79, 84, 99, 118
32	Centrum Lokalizacji CM							1	123,
33	Ceramika Paradyż				1				82
34	Citi Handlowy			3			1	12	62, 106, 129, 132, 137, 138, 139, 146, 148, 153

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
35	Coca-Cola HBC Polska	1		4	6	1	5	26, 40, 45, 54, 57, 75, 76, 81, 82, 85, 89, 96, 144, 159, 160	
36	Cognifide Polska			2	2		5	60, 66, 80, 90, 120, 140, 142, 148, 163	
37	Concordia Polska TUW						3	136, 150, 165	
38	Credit Agricole Bank Polska	2		7	3	2	3	27, 30, 46, 52, 55, 63, 66, 82, 88, 90, 99, 100, 104, 110, 153, 159, 166	
39	Credit Suisse (Poland)		2	4	1		2	34, 36, 57, 62, 67, 87, 148, 164	
40	CSR Consulting					1		96	
41	CSRinfo	1				3	1	28, 96, 97, 140	
42	Danone						2	132, 135	
43	DB Cargo Polska	1		2	2			28, 62, 69, 78, 80	
44	De Heus			1			1	62, 117	
45	Deloitte			1				67	
46	DENTSU AEGIS NETWORK POLSKA			7	1		2	44, 48, 49, 55, 58, 64, 75, 134, 145	
47	Diageo Polska						4	107, 108,	
48	DOZAMEL			1			1	4	69, 112, 130, 133, 139, 144
49	Eiffage Polska Budownictwo			1				43,	
50	Elephate			1				52,	
51	EmiTel	1	1	8				26, 35, 40, 41, 48, 52, 65	
52	ENERIS Ochrona Środowiska	1	1	1	4		3	25, 37, 55, 77, 78, 85, 125, 131, 151	
53	ERGO Hestia	1		10	4	1	3	9	27, 46, 48, 49, 53, 54, 55, 62, 67, 69, 74, 87, 90, 97, 105, 111, 132, 133, 139, 148, 153, 154, 165
54	EURO BANK				1		1	1	78, 119
55	Eurocash	1	1	5	2	1	1	3	26, 35, 46, 50, 54, 84, 90, 101, 111, 123, 157, 165
56	Europ Assistance Polska					1	2	2	101, 130, 148
57	EY Global Services (Poland)						3	3	123, 141, 142
58	FAMUR			1					58,
59	Farm Frites Poland	1		2	2		2	2	26, 42, 49, 80, 90, 126, 140
60	Fiat Chrysler Automobiles (FCA)	1		4	1		3	3	26, 46, 49, 66, 82, 118, 163, 166
61	Fresenius Medical Care Polska						1	1	157
62	FRoSTA				1		3		82, 107, 108, 112
63	Fujitsu Technology Solutions	1					1	1	30, 122
64	Górażdże Cement				1				87
65	Grupa Adamed	1		2		1	1	2	27, 46, 67, 96, 108, 121, 145
66	Grupa Agora	1	2	1	1			29	28, 34, 36, 64, 78, 121, 122, 123, 126, 129, 132, 136, 137, 139, 144, 147, 148, 151, 152, 154, 163, 164, 167
67	Grupa ATERIMA		1	1				2	34, 58, 160, 161
68	Grupa Enea	1		5	4			11	29, 41, 50, 54, 58, 63, 74, 75, 76, 77, 116, 118, 119, 122, 123, 126, 145, 148, 149, 161, 163

Lp.	Nazwa firmy	Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Strony
69	Grupa GPEC			1	1		1	67, 83, 164	
70	Grupa Inwest – HM Inwest						1	127	
71	Grupa Kapitałowa LOTOS	1		5	1		4	29, 42, 43, 50, 52, 69, 87, 116, 118, 148	
72	Grupa Raben	2		6	1		2	25, 26, 42, 45, 60, 65, 67, 70, 80, 117, 165	
73	Grupa Servier Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne				1			75	
74	Grupa VELUX i spółki siostrzane w Polsce			2	2			64, 65, 79, 82	
75	Grupa Żywiec	1		2	2		1 2	29, 43, 61, 77, 88, 108, 125, 137	
76	Henkel Polska		3	4	1	2	1	8 35, 37, 54, 55, 56, 61, 78, 97, 99, 106, 123, 127, 145, 147, 155, 161	
77	Hewlett Packard Enterprise (Global Business Center)		2	7	1		2	34, 37, 49, 58, 62, 63, 69, 91, 130, 134	
78	Hortex (Grupa Hortex)				1		1	78, 143	
79	Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe	1		4			1 2	30, 46, 56, 70, 107, 118, 145	
80	IBM			1				58	
81	ICP Group						1	133	
82	Idea Bank						5 1	104, 108, 111, 112, 158,	
83	IKEA Retail			1	4		4	56, 82, 84, 86, 89, 118, 124, 125, 155	
84	Immochan Polska			1	1			68, 77	
85	ING Bank Śląski			7	4	1	4	41, 45, 50, 61, 68, 80, 81, 90, 91, 99, 119, 137, 150, 158	
86	InterKadra			1			4	68, 123, 124, 136, 148	
87	ITM Polska (Grupa Muszkieterów)						4	130, 133, 157	
88	Jeronimo Martins Polska				1		9	89, 120, 133, 134, 135, 147, 164, 166	
89	Jet Line			1			1	63, 116	
90	Job Impulse Polska (Strefa Job)	1	3					27, 36, 37,	
91	Kompania Piwowarska			3			1	43, 63, 69, 108	
92	Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce – Związek Pracodawców	3					1	25, 26, 28, 138	
93	Kopalnia Soli „Wieliczka”						4	130, 149, 156	
94	KPMG			2	2		4	58, 61, 80, 91, 126, 133, 141, 155	
95	KRUK						2	107	
96	KUEHNE + NAGEL			12	1		3	40, 41, 42, 43, 45, 47, 49, 59, 68, 86, 124, 126, 144	
97	Laboratorium Kosmetyczne Dr Irena Eris						1	122	
98	LafargeHolcim			1	1		4	59, 83, 117, 118, 127, 141	
99	Leroy Merlin			1	2		2 5	65, 82, 84, 111, 120, 122, 126, 128, 152	
100	Little Greenfinty				1			89	
101	LPP			2		1	2	59, 65, 99, 122, 159	
102	Lubelski Węgiel „Bogdanka”			2	1		1	40, 68, 79, 130	
103	Luxoft Poland						1	163	

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		
104	Lyreco Polska	1		1	4	2	1	1	27, 42, 76, 80, 89, 92, 99, 100, 106, 121	
105	Mastercard Europe, oddział w Polsce							2	135, 145	
106	mBank			3				6	7	51, 56, 61, 105, 106, 109, 112, 127, 137, 138, 145, 152, 161, 167
107	McDonald's Polska							1	1	135
108	Medicover							3	3	128, 138, 157
109	MetLife			1				3	3	59, 134, 135, 146
110	Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków – Balice	2		3	1		2	3	3	25, 28, 61, 64, 66, 90, 104, 112, 131, 140, 162
111	Monika Klonowska – Szkolenia; Relations Maria Pawtów		1							34,
112	Mostostal Warszawa			1	1	1		3	3	50, 81, 96, 120, 149, 167
113	mPTech							1	1	109
114	Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubepiezeń na Życie			1				2	2	59, 138, 156
115	NESPERTA		1							36
116	Nestle Polska							2	2	117, 162
117	Nokia Solutions and Networks							1	1	150
118	Nowy Styl (Grupa Nowy Styl)			3				1	1	42, 53, 161
119	NSG Group w Polsce			1				2	2	43, 134, 143
120	NUTRICIA							2	2	137, 147
121	Orange Polska	1	1	3	1		1	2	2	27, 36, 53, 56, 65, 90, 104, 142, 160
122	ORLEN KolTrans							1	1	143
123	OTTO Work Force Polska		1			2				37, 96, 100
124	P.P. „Porty Lotnicze”							2	2	119, 153
125	Pelion			4	2			9	9	49, 65, 67, 70, 76, 83, 120, 121, 131, 133, 135, 149, 150, 152
126	PGE Polska Grupa Energetyczna	2		3		1	3	6	6	26, 28, 42, 52, 74, 81, 83, 88, 100, 104, 106, 109, 126, 128, 141, 142, 144
127	PKO Bank Polski			1	4		1	6	6	59, 112, 131, 134, 153, 158, 166
128	PKP CARGO			1	1			1	1	68, 86, 136
129	Polenergia			1	1			1	1	40, 75, 136
130	Polpharma	1		4	11	1		4	4	30, 43, 44, 69, 78, 80, 81, 83, 87, 91, 96, 120, 124, 157, 165
131	Polska Grupa Zbrojeniowa			1				1	1	47, 124
132	Polski Instytut Odszkodowań							1	1	110
133	Polski Koncern Naftowy ORLEN	2		10	7			12	12	25, 29, 42, 44, 47, 48, 49, 50, 56, 61, 68, 74, 75, 79, 87, 88, 118, 121, 129, 130, 132, 139, 151, 155, 166
134	Polski Ogród (Grupa Hortex)							1	1	143
135	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo			3	2		1	12	12	47, 53, 68, 74, 79, 109, 119, 131, 133, 138, 142, 144, 149, 158, 162, 166, 167

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
136	Pramerica Życie TUIR			1			1	59, 145	
137	PRESS-SERVICE Monitoring Mediów			2				51, 68	
138	Procter & Gamble Polska						3	124, 147, 155	
139	Provident Polska	1		4			5	27, 46, 48, 61, 66, 146, 154, 162, 167	
140	PwC	1	2	3	3	4	13	27, 34, 37, 52, 64, 70, 74, 89, 91, 96, 97, 100, 119, 124, 126, 127, 138, 141, 150, 158, 159, 160, 165	
141	Roche Polska		1	2			1	36, 47, 53, 166	
142	Rossmann SDP						1	155	
143	Sabre Polska			2	1			48, 61, 86	
144	Samsung Polska						1	158	
145	Sanofi			6			8	53, 54, 56, 62, 137, 142, 156, 157, 162	
146	Schenker (DB Schenker)	3		5	4		4	24, 29, 44, 45, 60, 63, 81, 83, 92, 118, 119, 161, 164	
147	Sela						2	131, 143	
148	Siemens			1				59	
149	SITECH	2	1	6	1		2	24, 25, 35, 41, 47, 51, 56, 70, 88, 149, 162	
150	Skanska w Polsce	2		2	3	2	5	27, 28, 43, 59, 75, 77, 85, 97, 100, 124, 135, 149, 166	
151	Sodexo Benefits and Rewards Services Polska						1	129	
152	Sodexo Polska On-site Services						1	121	
153	Solski Communications			1			1	60, 121	
154	Solwit			1				68	
155	Stena Recycling	1		1		1		28, 53, 98	
156	Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR					1		97	
157	SumiRiko Poland (d. TRI Poland)	1		6		1	6	24, 45, 50, 51, 62, 99, 117, 127, 141, 142, 162, 167	
158	TAURON Polska Energia		1	6	4	2	5	8	35, 42, 43, 47, 53, 55, 70, 75, 79, 83, 86, 98, 104, 106, 107, 110, 119, 128, 138, 139, 140, 144, 150, 152
159	Tchibo Warszawa			1	1		1		62, 76, 107
160	Tesco Polska			2	2	2		6	47, 50, 83, 89, 99, 100, 130, 132, 134, 135, 150
161	TK Maxx							1	135
162	T-MOBILE POLSKA	3		5		1	1	7	24, 27, 48, 49, 50, 56, 98, 105, 123, 125, 128, 129, 130, 143, 165
163	Totalizator Sportowy							4	116, 153, 163, 164
164	Transition Technologies							1	150
165	Veolia Energia Polska			1	2			2	60, 74, 78, 116, 136
166	Vilmorin Garden							1	156
167	VIVE Group				1				88

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	
168	Volkswagen Motor Polska	1	2	16	3			8	24, 37, 40, 45, 48, 51, 57, 60, 64, 67, 68, 69, 70, 71, 82, 86, 125, 129, 134, 139, 146, 163, 167
169	Volkswagen Poznań		1	6	2			2	35, 48, 51, 52, 71, 80, 88, 128, 162
170	Warsaw Genomics							1	156
171	Wawel				1		1	1	90, 112, 125
172	wonga.pl						1		106
173	Zakład Fotograficzny u Jarka – Jarosław Deka							3	141, 142
174	Zakład Utylizacyjny	1			1			1	25, 79, 119
175	ZT „Kruszwica”				1				80
176	Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy						1		107
177	Żywiec Zdrój				2				86

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



Dzięki wykorzystaniu papierów Cocoon Silk zamiast papierów niemakulaturowych negatywny wpływ na środowisko został zmniejszony o :



911 km
krótsza podróż samochodem
średniej klasy europejskiej



678 kg
mniej odpadów



26 459 litrów
mniej zużytej wody



1 102 kg
mniej zużytego drewna



91 kg
mniej gazów
cieplarnianych



1 554 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.