



Szukamy ludzi, którzy zmieniają biznes

Rusza nabór do trzeciej edycji nagrody
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
dla przedstawicieli/ek biznesu i środowiska
okołobiznesowego, którzy/re poprzez swoją
działalność w latach 2017-2018
przyczynili się do rozwoju społecznej
odpowiedzialności biznesu w Polsce.

*Na zgłoszenia kandydatów/ek
czekamy od 1 kwietnia do 1 czerwca 2019 roku!*

Szczegóły na www.odpowiedzialnybiznes.pl



**LUDZIE, KTÓRZY
ZMIENIAJĄ BIZNES**

NAGRODA
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

SPIS TREŚCI

<p>Słowo wstępne Marzena Strzelczak</p> <p>3</p>	<p>#CSRwPL2018 Marzena Strzelczak, Marta Borowska</p> <p>4</p>	<p>Jaka jest rola współczesnych liderów i liderek biznesu? Dominika Bettman</p> <p>7</p>	<p>Równość płci a rynek pracy Marzena Strzelczak</p> <p>8</p>	<p>Kobiety na rynku pracy w 100 lat wywalczenia praw wyborczych dr Sylwia Spurek</p> <p>9</p>	<p>Odpowiedzialny biznes w międzywojennej Warszawie Piotr Wierzbicki</p> <p>10</p>
<p>Skutki globalnego ocieplenia o 1,5°C Jonathan Lynn</p> <p>11</p>	<p>Zatrudnianie cudzoziemców – od działań HR do zadań CSR Janina Owczarek</p> <p>13</p>	<p>Czy działania społecznie odpowiedzialne mogą się optać? dr Piotr Ratajczak</p> <p>14</p>	<p>Przejsie od Wytycznych G4 na Standardy GRI – usprawnienie i ułatwienie procesu raportowania Kristin Dypdahl</p> <p>15</p>	<p>Szykujcie dane niefinansowe! Tadeusz Joniewicz</p> <p>16</p>	<p>Raportowanie niefinansowe a poglądy mileniistów Maria Dolińska</p> <p>17</p>
<p>Sygnaliści, czyli jak wyeliminować nadużycia w firmach Zuzanna Kopaczyńska-Grabiec</p> <p>18</p>	<p>Odpowiedzialny biznes reklamuje odpowiedzialnie Zbigniew Gajewski</p> <p>19</p>	<p>#SustainHack – hakowanie dla SDGs Marta Górską</p> <p>20</p>	<p>Zaprogramowani na zrównoważony rozwój kodujSDG. stat.gov.pl Karolina Dawdziuk</p> <p>20</p>	<p>CSR w badaniach w roku 2018 dr Agata Gruszecka-Tieśluk</p> <p>22</p>	<p>DOBRE PRAKTYKI</p> <p>26</p>
	<p>Ład organizacyjny</p> <p>26</p>		<p>Prawa człowieka</p> <p>38</p>		<p>Praktyki z zakresu pracy</p> <p>48</p>
	<p>Środowisko</p> <p>92</p>		<p>Uczciwe praktyki operacyjne</p> <p>120</p>		<p>Zagadnienia konsumenckie</p> <p>128</p>
	<p>Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej</p> <p>142</p>	<p>PRASA</p> <p>208</p>	<p>Wybrane artykuły z 2018 r.</p> <p>208</p>	<p>KALENDARIUM WYDARZEŃ</p> <p>211</p>	<p>Konferencje, seminaria, spotkania</p> <p>211</p>
<p>Konkursy i nagrody</p> <p>214</p>	<p>Badania, publikacje</p> <p>216</p>	<p>Cele Zrównoważonego Rozwoju</p> <p>217</p>	<p>O Forum Odpowiedzialnego Biznesu</p> <p>218</p>	<p>Indeks firm</p> <p>220</p>	

RAPORT

ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

Dobre praktyki

2018

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 specjalny formularz on-line, w okresie: koniec listopada – początek stycznia. Szczegółowe informacje dostępne są na stronie www.odpowiedzialnybiznes.pl

Koordynatorka wydania:

Marta Borowska

Nadzór merytoryczny:

Marzena Strzelczak

Redakcja:

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

Współpraca:

dr Agata Gruszecka-Tieśluk
Sergiej Podus
Marzena Strzelczak
Izabela Zielińska


Redakcja i korekta:

Beata Saracyn

Monitoring rynku:

zespół Forum
Odpowiedzialnego Biznesu

Monitoring mediów:

na podstawie materiałów
dostarczonych przez 

Źródło materiałów:

materiały własne firm

Opracowanie graficzne i skład:

Olga Figurska, www.lunatikot.pl

Druk:

Libra Print, www.dobra-drukarnia.pl

**Publikacja udostępniona
jest na licencji:**

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

ISBN: 978-83-951054-2-5

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!

Po raz 17. oddajemy w Państwa ręce Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”, dziękując za Państwa pracę i udział w jego tworzeniu. Jak co roku, czekaliśmy niecierpliwie, jakie tym razem będzie podsumowanie i czy uda się przekroczyć wyniki poprzedniego roku. Liczby mówią same za siebie, wspólnie pobiliśmy kolejny rekord. W tegorocznej edycji Raportu znalazło się aż 1549 praktyk (826 nowych i 723 długoletnie) zgłoszonych przez 229 firm.

To około 30-procentowy wzrost w stosunku do roku ubiegłego, kiedy 639 nowych i 551 długoletnich praktyk przestało nam 177 firm. Bardzo cieszy to, że niemal 60 z nich to małe lub średnie przedsiębiorstwa.

Raport stanowi największy w Polsce przegląd biznesu odpowiedzialnego. Bardzo budujące jest to, że zarówno duże korporacje, jak i przedsiębiorstwa średnie, małe oraz mikro podejmują coraz więcej działań, a ponadto chcą się nimi dzielić z rynkiem i społeczeństwem. Najwięcej praktyk, jak co roku, dotyczy zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnej; relacji biznesu z najbliższym otoczeniem i sąsiedztwem. Kolejne miejsce zajmują praktyki dotyczące miejsca pracy. Coraz więcej pracodawców szuka rozwiązań z myślą o młodych rodzicach, oferuje ułatwienia pozwalające na zachowanie życiowej równowagi, wspiera walkę ze stresem, dbając o dobrostan i zdrowie psychiczne pracowników i pracowniczek.

Rozwija się też obszar związany ze środowiskiem, a z uwagi na rosnącą liczbę praktyk dotyczących gospodarki obiegu zamkniętego, zdecydowaliśmy się wyróżnić je w osobnej kategorii. Coraz

popularniejsze są koalicje i partnerstwa oraz edukacja rynku. Ciekawym rozwiązaniem jest odejście od finansowania branży tytoniowej jako przykład dobrej praktyki konsumenckiej.

Tym, co może z kolei martwić w tegorocznym Raporcie, jest właśnie obszar uczciwych praktyk operacyjnych, a dokładniej stosunkowo nieduże zainteresowanie nim biznesu; tu wzrosty były najmniejsze spośród sześciu obszarów.

Raport – tradycyjnie – podzieliliśmy nie tylko zgodnie z obszarami ISO 26000, ale też uwzględniając rolę biznesu w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju wyznaczonych w Agendzie 2030. Tak więc możliwa jest analiza praktyk także w tym kontekście.

Zwyczajowo już Raport to także wiele artykułów eksperckich. Eksperti zewnątrzni oraz pracownicy i pracownice Forum Odpowiedzialnego Biznesu poruszają tematy o charakterze trendów kształtujących społeczną odpowiedzialność biznesu nie tylko w minionym roku. W tej edycji Raportu są to m.in.: przywództwo; różnorodność, a w szczególności temat równości płci, ważny w kontekście ubiegłorocznego jubileuszu wywalczenia praw wyborczych przez kobiety; różne aspekty raportowania; zmiany klimatyczne czy hackowanie dla SDG, by wymienić tylko niektóre. Nie zabrakło też tradycyjnego przeglądu badań oraz odwołania do wyjątkowej publikacji „Odpowiedzialny Biznes w Polsce 1918–1939. Dobre praktyki”.

W imieniu własnym i całego Zespołu Forum Odpowiedzialnego Biznesu życzę Państwu dobrej lektury, licząc, że 17. edycja Raportu będzie dla Państwa źródłem inspiracji do kolejnych, ciekawych działań.



Marzena Strzelczak
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU



Marta Borowska
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

#CSRwPL2018

Rok minął pod znakiem jubileuszy: **setnej rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości oraz wywalczenia praw wyborczych przez kobiety, a zakończył się grudniowym szczytem klimatycznym COP w Katowicach.**

Był to też pierwszy okres obowiązkowego raportowania, wynikającego z implementacji **Dyrektywy UE dotyczącej ujawniania danych niefinansowych i informacji na temat różnorodności**. Choć doskonalenie raportowania to proces na kolejne lata, jest to zmiana, która z pewnością przyczynia się do rozwoju odpowiedzialnego biznesu w Polsce. Ale CSR i zrównoważony rozwój mają już swoje miejsce w wielu polskich firmach, co pokazało zainteresowanie **siódmą edycją Targów CSR zorganizowanych w 2018 roku pod hasłem „Biznes we współpracy”**. W wydarzeniu uczestniczyło kilka tysięcy osób. To potwierdza, że biznes jest otwarty na współpracę, a współpraca to dobry biznes. Umożliwia zrównoważony rozwój organizacji i jej otoczenia, uwzględniając kwestie środowiskowe i społeczne oraz korzyści ekonomiczne.

Potwierdzeniem tego, że temat CSR staje się ważny dla zarządzających organizacjami, jest **Rada Odpowiedzialnego Przywództwa** Forum Odpowiedzialnego Biznesu, utworzona z inicjatywy Dominiki Bettman, prezeski FOB. Rada Odpowiedzialnego Przywództwa łączy przedstawicielki i przedstawicieli zarządów organizacji działających w ramach Programu Partnerstwa FOB.

W podsumowaniu 2018 roku nie sposób pominąć tematu pozornie odległego, czyli **RODO**. Rozporządzenie ma w założeniu ma umożliwić mieszkańcom krajów należących do Unii Europejskiej lepszą kontrolę ich danych osobowych, a firmom, w dobie nowych technologii, ułatwić korzystanie ze zwiększonego

zaufania klientów. W praktyce ograniczanie biurokracji okazało się mocno wątpliwe, przy okazji jednak wprowadzono do powszechnej debaty kwestie przejrzystości, odpowiedzialności i etyki w codziennej działalności biznesowej.

W grudniu **Jerzy Kwieciński, minister inwestycji i rozwoju, powołał do życia Radę Dostępności**, której zadaniem będzie wsparcie ministerstwa w poszukiwaniu najlepszych rozwiązań prowadzących do zwiększenia dostępności przestrzeni publicznej i serwisów internetowych. W skład Rady weszli eksperci pozarządowi, zarówno z organizacji, jak i ze świata nauki i biznesu, między innymi Dominika Bettman, prezeska Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Rok 2018 to także czas dalszego wzmocnienia znanych już trendów i inicjatyw CSR. Pojawilo się też kilka nowych, ważnych projektów, które realizowane są coraz częściej w partnerstwach. Taką właśnie inicjatywą były prace Forum Odpowiedzialnego Biznesu i ekspertów organizacji partnerskich nad wprowadzeniem **zawodu CSR-owca do oficjalnej kwalifikacji Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej**.

I. SDG I OCHRONA ŚRODOWISKA

Z katowickiego szczytu klimatycznego, choć nie przetłomowego, płyną co najmniej dwa ważne wnioski. Po pierwsze, **Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDG)** wchodzą do mainstreamu dyskusji o najistotniejszych wyzwaniach społecznych i gospodarczych. Po drugie, zmieniają się świadomość i oczekiwania społeczne dotyczące ambitnych działań biznesu i administracji na rzecz ochrony klimatu. Przed grudniowym szczytem ukazał się kluczowy dla przebiegu obrad **raport IPCC (Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu)** określający inicjatywy konieczne, by **ograniczyć wzrost temperatury do 1,5 stopnia w stosunku do epoki przedprzemysłowej (nie do 2 stopni, jak wcześniej proponowano)** i ochronić Ziemię przed skutkami zmian klimatycznych, niosących też negatywne konsekwencje społeczne i ekonomiczne. Jednym z obszarów zainteresowania autorów raportu było pokazanie wzajemnych zależności między ochroną klimatu a realizacją Celów Zrównoważonego Rozwoju. **Natomiast podsumowanie działań Polski w zakresie realizacji SDG przedstawiła w lipcu 2018 roku na forum ONZ minister przedsiębiorczości i technologii Jadwiga Emilewicz.**

Z danych Światowej Organizacji Zdrowia wynika, że w Polsce znajduje się 36 z 50 najbardziej zanieczyszczonych miast w Europie, co plasuje nas w absolutnej, niestety niechlubnej, czołówce. Kwestia złej jakości powietrza staje się tematem mobilizującym aktywność obywatelską. Rok 2018 to wzmocnienie takich ruchów i akcji społecznych, jak na przykład **„Pierwsza doba bez smogu” (UNGC), alarm smogowy, „Tu pijesz bez stolki”**. Warto również odnotować **trzecią edycję Festiwalu Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów”** w Poznaniu, kolejny rok **Partnerstwa dla Środowiska UNEP/GRID, Kampanii 17 Celów** oraz **Koalicji Agendy 2030** pod patronatem Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, a także **rosnącą popularność hackathonów (czyli maratonów programowania) związanych z SDG**. Pierwszy taki projekt w Polsce, którego finał miał miejsce podczas 7. Targów CSR, rozpoczęły Kompania Piwowarska i Bank BGŻ BNP Paribas. W listopadzie podobne wydarzenie **zorganizował Główny Urząd Statystyczny**. Celem hackathonu było stworzenie prototypu interaktywnej aplikacji skierowanej do młodzieży, **promującej koncepcję zrównoważonego rozwoju i wykorzystującej dane statystyczne.**

Temat ochrony środowiska trafia pod strzechy, co dobrze widać też w kolejnym trendzie, którego wzmocnienie, nie tylko w biznesie, mogliśmy obserwować w minionym roku.

II. GOZ I ZERO WASTE

Wykorzystanie odpadów produkcyjnych jako surowców wtórnych, zamknięty obieg, zero waste to postulaty gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ), które coraz mocniej zaznaczają swoją obecność w strategiach firm. Dynamizacja GOZ jest szansą dla rozwoju gospodarczego Polski, także ze względu na obecny miks wykorzystania surowców mineralnych. Perspektywy wynikające ze stosowania zasad gospodarki obiegu zamkniętego opisane zostały między innymi w raporcie ekspertów Deloitte „**Zamknięty obieg – otwarte możliwości dla Polski**”, którego premiera odbyła się na konferencji EEC Green, towarzyszącej COP 24.

Koniec 2018 roku przyniósł także ostateczne uzgodnienia **Dyrektywy UE o zakazie wprowadzania na rynek europejski jednorazowych przedmiotów z tworzyw sztucznych od 2021 roku i odpowiedzialności finansowej producentów za wprowadzanie plastikowych odpadów do obiegu**. W dalszej perspektywie Dyrektywa zmieni też skład surowcowy plastikowych butelek oraz obowiązkowy poziom selektywnej zbiórki butelek PET (do 90% do 2029 roku). I choć nadal używamy jednorazowych produktów z tworzyw sztucznych, to jednak rok 2018 był przełomowy.

W tym kontekście warto zauważyć nowy projekt – **Koalicję 5 frakcji**, powołaną z inicjatywy firm **ENERIS** oraz **CSR Consulting**, pomyślaną jako międzysektorowy system edukacji polskich konsumentów w zakresie odzysku odpadów.

Jednym z dynamicznie rozwijających się w ramach zero waste tematów jest **niemarnowanie żywności**. W 2018 roku kolejne sieci handlowe i firmy z sektora HoReCa zdecydowały się na przekazywanie partnerom społecznym towarów spożywczych o bliskim upływie przydatności do spożycia. Wśród beneficjentów dominują placówki Caritas i Federacji Polskich Banków Żywności, które gwarantują wykorzystanie otrzymanych towarów na rzecz najbardziej potrzebujących, łącząc tym samym zero waste z potrzebami określonymi w 2. SDG: Zero głodu.

Temat zero waste zyskuje zainteresowanie wśród indywidualnych konsumentów, **rośnie bowiem świadomość, że jednostkowe decyzje mają znaczenie**, co pokazuje rosnąca popularność **Targów Zero Waste**. Równocześnie zwiększa się dostępność produktów wegańskich i często pomysły te poddyktowane są kwestiami światopoglądowymi: świadomością konieczności zmniejszania śladu węglowego, działaniem na rzecz dobrostanu zwierząt i poprawy zdrowia samych konsumentów. Z drugiej strony trendem jest **odchodzenie od jednorazowości**. To rezygnacja na przykład z plastikowych stówek i innych produktów jednorazowego użytku, na co zdecydowała się między innymi IKEA. Na wyobraźnię konsumentów coraz mocniej oddziałują obrazy zanieczyszczonych oceanów, pływających ogromnych wysp śmieci i nafaszerowanych plastikiem ryb.

Oszczędny i ekologiczny sposób życia zaczyna też mieć swoje odzwierciedlenie w świecie mody. Coraz głośniejszy mówi się o **modzie zrównoważonej i etycznej**. Już pięć lat działalności odnotował ruch **Fashion Revolution w Polsce**, a ekspertka

tego tematu, dr Marta Karwacka, zdobyła nagrodę „Najlepsi z najlepszych” lifestyle’owego magazynu „Elle”.

W 2018 roku, dzięki zaangażowaniu Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju oraz Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii, w partnerstwie z biznesem i organizacjami pozarządowymi, w tym Forum Odpowiedzialnego Biznesu, ukazała się też polska wersja „**Wytycznych OECD dotyczących należytej staranności w zakresie odpowiedzialnych łańcuchów dostaw w sektorze tekstylnym-odzieżowym i obuwniczym**”.

Ekspertki z różnych sektorów poszukują możliwości zmiany obowiązujących reguł i przyzwyczajeń konsumentów w gospodarce odpadami (które coraz częściej są określane jako surowce, a nie śmieci). **Innowacyjne rozwiązania** pozwalające godzić cele środowiskowe, ekonomiczne i społeczne, będące odpowiedzią na wyzwania klimatyczne, **są przedmiotem zainteresowania nie tylko start-upów, ale i dużego biznesu**.

III. RAPORTOWANIE NIEFINANSOWE

Pierwsze jaskółki zmian obserwowaliśmy w 2017 roku, gdy do Konkursu „Raporty Społeczne”, organizowanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę **Deloitte**, zgłoszono rekordową liczbę raportów (44). Kolejny rok przyniósł dalszy wzrost (49), choć niższy niż można było oczekiwać. Jednak spośród zgłoszonych firm aż 22 podmioty przystąpiły do konkursu po raz pierwszy. To oczywiście jedynie niewielka część wszystkich raportów. Pełną ocenę realizacji unijnej Dyrektywy komplikuje brak jednego zbioru raportów, a także pozostawiona firmom duża dowolność w zakresie struktury publikacji. Tym samym trudno jest też porównać dane. Jedno jest pewne: nowy obowiązek z każdym rokiem realizacji będzie przyczyniał się do wzrostu transparentności w biznesie i CSR. Ogólne trendy pokazują, że można oczekiwać większego nacisku interesariuszy na publikację dobrych jakościowo danych dotyczących kwestii klimatycznych, w tym sposobu liczenia emisji gazów cieplarnianych dla całego łańcucha dostaw.

Pewnym novum jest też pojawienie się narzędzi online do zbierania danych niefinansowych – aplikacji **SMART CSR** czy **Diaphane Software**.

IV. ZARZĄDZANIE RÓZNORÓDNOŚCIĄ

Trudno wymienić wszystkie ważne wydarzenia związane z jubileuszem stulecia wywalczenia praw wyborczych przez kobiety w Polsce. Konferencje, debaty, publikacje i inscenizacje odbywały się w całej Polsce przez okrągły rok. Z jednej strony przywracały pamięć o roli kobiet w historii Polski i ich osiągnięciach, z drugiej – podsumowywały wciąż aktualne wyzwania w kontekście równości płci, w tym na rynku pracy.

Taki charakter miało też wydarzenie w **Muzeum Żydów Polskich Polin „100 lat praw wyborczych kobiet. PRACA, RODZINA, ROZWÓJ – perspektywa równych szans”, dla którego sity potączyły Karta Różnorodności i Kongres Różnorodności**.

Za pewnego rodzaju finał roku kobiet można z kolei uznać **Galę 100-lecia praw wyborczych kobiet, przygotowaną przez Stowarzyszenie Kongres Kobiet, Miasto Gdańsk i Europejskie Centrum Solidarności, oraz konferencję „Niedokończona emancypacja? 100 lat praw wyborczych kobiet”, zorganizowaną**

waną przez Rzecznika Praw Obywatelskich na Uniwersytecie SWPS. Niestety, wyniki wielu badań pokazują, jak dużo wciąż dzieli nas od równości płci, choćby w miejscu pracy. Tym cenniejsze są inicjatywy takie jak działający na rzecz wspierania kobiet i różnorodności w biznesie, zrzeszający prezesów dużych firm w Polsce **Klub Champions of Change Fundacji Sukcesu Pisanego Szminki i Ambasady Australii**.

W podsumowaniu tematu zarządzania różnorodnością w 2018 roku nie może zabraknąć jeszcze dwóch inicjatyw, obie dotyczą osób LGBT+. **Niezniszczalna tęcza z placu Zbawiciela w Warszawie**, wydarzenie zorganizowane przez markę Ben & Jerry i stowarzyszenie **Miłość Nie Wyklucza**, pokazała, jaką siłę niesie współpraca marek z organizacjami pozarządowymi, docierając z jednym przedsięwzięciem do milionów odbiorców. Drugi projekt, choć mniej spektakularny, jednak nie mniej ważny, to nagroda **Diamenty LGBT+**, stworzona z inicjatywy **Royal Bank of Scotland w Polsce** we współpracy z Kartą Różnorodności, dla osób działających na rzecz wyrównywania szans osób LGBT+. To pierwsza inicjatywa biznesu w Polsce, która może pomóc we wspieraniu takich osób w miejscu pracy (i poza nim).

V. KONFERENCJE I RANKINGI

Warszawa jest miejscem wielu konferencji i debat o odpowiedzialności, etyce, zrównoważonym rozwoju. Bardzo aktywne są **Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii oraz Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, przy którym działa reaktywowany w 2018 roku Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw**. Wydarzenia są coraz ciekawsze, często o charakterze międzynarodowym, jak na przykład konferencje „Odpowiedzialny biznes – odpowiedzialny rozwój. Należyta staranność w łańcuchach dostaw. Standardy i praktyka” oraz „Asia-Europe Environment Forum”.

Niezmiennie wartościowa jest **konferencja Nienieodpowiedzialni**, której szósta edycja odbyła się w ubiegłym roku.

Na CSR-owej mapie Polski warto docenić też ośrodki pozawarszawskie: doroczną **konferencję Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu** oraz IV Międzynarodową konferencję **Contributing to sustainable development. CSR Trends na Uniwersytecie Łódzkim**.

Równie silnym ośrodkiem jest Gdańsk, w którym odbywają się cykliczne spotkania praktyków i pasjonatów CSR – **CSR. WARTO(ŚCI)!**. Trójmiejską tradycją jest już również **Forum Inicjowania Rozwoju** – największe na Pomorzu spotkanie poruszające zagadnienia współpracy międzysektorowej, społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju.

Rozwijają się też kolejne edycje rankingów i konkursów CSR.

Dwunasta edycja Rankingu Odpowiedzialnych Firm, organizowanego od 2018 roku przez Koźmiński Business Hub, oprócz corocznej oceny jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu w największych firmach przyniosła też pewne novum. To lista **Startupów Pozytywnego Wpływu**, prezentująca kilkadziesiąt organizacji prowadzących działalność generującą jednocześnie korzyści ekonomiczne i społeczne; innowacyjne modele biznesowe coraz mocniej zaznaczają swoją obecność także nad Wisłą.

Siódma edycja Listków CSR POLITYKI oceniała z kolei: kompleksowość, mierzalność celów i efektów działania, partnerstwo z innymi organizacjami i instytucjami oraz realny wkład w realizację wybranych SDG. Zestawieniu Listków CSR towarzyszył w 2018 roku także przegląd praktyk, które wspierały realizację sześciu Celów Zrównoważonego Rozwoju, tak zwanych akceleratorów dla Polski, wybierając 10 najlepszych projektów, wśród których nie zabrakło propozycji wykorzystujących nowe technologie, nie tylko w projektach edukacyjnych.

VI. HISTORYCZNIE

Okrągły jubileusz zobowiązuje. W minionym roku ukazały się więc dwie wyjątkowe publikacje. Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym – w ramach programu Niepodległa – stworzył publikację „Społeczna odpowiedzialność biznesu w stulecie niepodległości Polski. Wkład etycznych przedsiębiorstw w umacnianie polskiej suwerenności gospodarczej”, a Forum Odpowiedzialnego Biznesu wydało historyczny Raport „Odpowiedzialny Biznes w Polsce 1918–1939. Dobre praktyki” pokazujący korzenie CSR w Polsce.

Jak zawsze, specjalne podziękowania dla tych, którzy i które pomogli nam przygotować to podsumowanie. Są to: Beata Faracik, Katarzyna Jędrzejewska, Danuta Kędziarska, Kinga Krystosiak, Magdalena Mitraszewska, Magdalena Rojek-Nowosielska, Agata Rudnicka-Reichel, Iwona Sąg, Joanna Skatuba, Marcin Tischner i Jowita Twardowska.

Bardzo serdecznie Wam dziękujemy!



Dominika Bettman
PREZESKA FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU
PREZESKA ZARZĄDU
SIEMENS POLSKA

Jaka jest rola współczesnych liderów biznesu?

Współczesny świat potrzebuje mądrego, odpowiedzialnego i zrównoważonego przywództwa oraz liderów, których rolą jest współtworzenie rzeczywistości. Określenie tego, kim jest lider i jakich umiejętności potrzebuje, jest niezwykle pomocne w zdefiniowaniu jego roli.

Jestem coraz bardziej przekonana, że w dobie postępujących zmian technologicznych, socjologicznych oraz niezwykle różnorodności na wielu płaszczyznach – dzisiejsi liderzy muszą być niezwykle kosmopolityczni i muszą przyjąć na siebie rolę integratora zarówno wewnętrznego, jak i zewnętrznego. Jedną z najważniejszych ich cech jest umiejętne zarządzanie zróżnicowaniem istniejącym pomiędzy organizacjami, obszarami oraz kulturami. Obecnie obserwujemy kryzys tradycyjnego modelu przywództwa opartego na piramidzie hierarchii, która coraz częściej ustępuje miejsca przywództwu włączającemu. To z kolei ma ogromny wpływ przede wszystkim na zarządzanie i na struktury firmy, bo struktura hierarchiczna, oparta na ściśle przypisanych funkcjach i zakresach odpowiedzialności, odchodzi do lamusa. Widzimy coraz większą wielozadaniowość (pełnienie różnych funkcji, przenikanie się dyscyplin i wymianę informacji), która jest teraz podstawą funkcjonowania ludzi w społeczeństwie, jak również – co zrozumiałe – w przedsiębiorstwie.

Coraz bardziej zaczynają się liczyć postawa i tak zwane umiejętności miękkie. Coraz bliżej nam do modelu opartego na wartościach, gdzie ma znaczenie to, że lider potrafi zbudować pewną platformę porozumienia, pełnić rolę mentora, osoby inspirującej i włączającej. W przypadku modelu hierarchicznego lider stoi na szczycie piramidy i dysponuje przede wszystkim informacją oraz wiedzą niedostępną dla innych. Myślę, że jeże-

li obecnie ktoś próbuje w taki sposób budować swoją pozycję, to popełnia fundamentalny błąd, i to nie tylko zawodowy, ale także osobisty. Jedną z decydujących cech lidera, a wręcz najważniejszą zasadą przywództwa – jest autentyczność. Ponadto wymieniałbym umiejętność inspirowania innych, zarażania ich optymizmem i zainteresowania własną wizją. W nowym, włączającym modelu przywództwa bycie liderem reżyserem oraz współkreatorem jest najistotniejsze.

Prawdziwy lider to ten, który szanuje, docenia, ufa i daje swobodę działania. Model włączający to współtworzenie z zespołem firmy (organizacji) opartej na wartościach, spośród których wymieniałbym dwie najważniejsze: zaufanie i odpowiedzialność. Istotne jest dla mnie **postępowanie etyczne**, spójność deklaracji z czynami. Otwartość i szczerowość w relacjach. Mówiąc o roli lidera, skupiłabym się na kilku podstawowych działaniach: współczesny lider to człowiek o szerokich horyzontach, wizjoner, doceniający innych, influencer, przewodzący i wprowadzający zmiany.

Dzieli się wizją w sposób zrozumiały i z pasją, słuchając po drodze opinii innych. Słuchanie i komunikowanie się należy do kluczowych umiejętności lidera, a wprowadzanie wizji w system organizacji to odpowiedzialna rola.

To mentor i mentee w jednej osobie, będący w nieustannym dialogu ze swoimi współpracownikami. Mądry, świadomy i odpowiedzialny inspirator, który wie, że wszelkie zmiany w innych ludziach wynikają z obserwacji tego, który te zmiany wprowadza, czyli **daje przykład**.

Rolą współczesnego lidera w dzisiejszych czasach jest jeszcze jedno: **bycie ekspertem w tematach społecznych**, nie tylko w kontekście potrzeb interesariuszy. To wymaga budowania silnych relacji, identyfikowania ryzyk i szans, dostrzegania wartości w uwrażliwianiu biznesu na potrzeby społeczne.

W organizacji takiej jak Forum Odpowiedzialnego Biznesu na co dzień mamy do czynienia z odpowiedzialnymi i mądrymi liderami reprezentującymi firmy z różnych obszarów biznesowych. To, co nas łączy, to widzenie świata poprzez pryzmat odpowiedzialności rozumianej jako przyczyna i skutek. Rozwój nie tylko w osobistym wymiarze, ale w kontekście inspirowania i dzielenia się wiedzą. Przekładanie teorii na mądrą praktykę. Dlatego w kwietniu 2018 roku postanowiłam zainspirować innych i powołać Radę Odpowiedzialnego Przywództwa, która jest odpowiedzią na potrzeby osób na co dzień zajmujących się społeczną odpowiedzialnością biznesu, poszukujących wsparcia na najwyższym poziomie zarządzania firmami. Idea Rady jest wzmacnianie wśród liderów potrzeby upowszechniania społecznej odpowiedzialności biznesu i odpowiedzialnego przywództwa, poszerzanie wiedzy członków Rady w tym obszarze oraz wprowadzenie do debaty publicznej w Polsce głosów CEO, przekonanych o wartości idei zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu.

Rada jest ilustracją przyświecającej nam idei: „Forum Odpowiedzialnego Biznesu łączy ludzi, którzy zmieniają biznes”.



Marzena Strzelczak
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Równość płci a rynek pracy

Rok 2018 należał w Polsce do kobiet. Trudno w jednym artykule podsumować wszystkie ciekawe debaty i publikacje związane z jubileuszem stulecia praw wyborczych, które przywracały pamięć o roli kobiet w historii Polski, ale też pokazywały wciąż aktualne wyzwania, w tym rynku pracy.

Kobiety w Polsce są lepiej wykształcone niż pracujący mężczyźni i do poziomu średniego szczebla kierowniczego mają całkiem sporą, ponad 40-procentową reprezentację. Polska jest pod tym względem w absolutnej czołówce krajów Unii Europejskiej (jedynie na Litwie wskaźnik przekracza 50%). Polki są też dość przedsiębiorcze (zajmują pod tym względem siódme miejsce w Europie) i częściej niż średnio w UE spotkamy je wśród założycieli start-upów. Stanowią blisko połowę absolwentów kierunków ścisłych, co ważne z perspektywy rozwoju nowych technologii i pytań o to, czy owe technologie będą sprzyjać równości, czy wręcz przeciwnie: marginalizować grupy narażone na dyskryminację (gdyż ich potrzeby nie będą uwzględniane w kontekście nowych rozwiązań). Dodatkowo 2018 rok pokazał także, że lokalna polityka to obszar, w którym reprezentacja kobiet w życiu publicznym jest stosunkowo wysoka: ponad 40% kobiet znajdowało się wśród kandydatów na stanowiska radnych, 18% – w walce o najwyższe urzędy: prezydentów/-ek, burmistrzów, wójtów. To rekordowy wynik i duża zmiana od 2006 roku (wówczas czynnie zainteresowanych lokalną polityką było zaledwie 29% kobiet). To ważne, gdyż zgodnie z danymi Global Gender Gap Index obecność kobiet w życiu publicznym/politycznym jest obszarem, w którym równość płci osiągnęliśmy w Polsce zaledwie w 20%.

Tyle mocnych stron. Główną słabością polskiego rynku pracy jest niska aktywność zawodowa kobiet, kilkanaście procent

różnicy między zatrudnieniem kobiet i mężczyzn. Aktywizacja kobiet do średniego poziomu dla krajów Unii Europejskiej przyniosłaby polskiej gospodarce nawet 180 mld zł PKB. Kobiety też częściej niż mężczyźni kończą kierunki humanistyczne, których rynek pracy nie wynagradza najlepiej. Istnieje segregacja sektorowa, branże sfeminizowane: edukacja, ochrona zdrowia, opieka, zajęcia tradycyjnie łączone z kobietami – są gorzej płatne. Wciąż nie ma równości płac i choć dla wielu krajów jesteśmy tu wzorem, są sektory, w których różnice te sięgają blisko 40%. Polki też rzadziej niż średnio w UE są obecne na najwyższych stanowiskach w biznesie.

Czego potrzeba zatem, by wykorzystać potencjał kobiet? Przykłady wielu państw pokazują skuteczność rozwiązań systemowych w przeciwdziałaniu dyskryminacji na rynku pracy. I tak na przykład mimo że Niemcy to jeden z nielicznych krajów UE, w którym praktycznie brak luki między wykształceniem wyższym kobiet i mężczyzn (powszechny jest model obecny w Polsce: więcej kobiet niż mężczyzn ma wykształcenie wyższe), mniej niż w Polsce kobiet zajmuje stanowiska kierownicze średniego szczebla, jednak już na poziomie najwyższych władz spółek jest ich więcej niż w Polsce. Trudno wytłumaczyć ten fenomen inaczej niż regulacjami administracyjnymi.

Niestety, to nie jest polski przypadek, więc wykorzystanie potencjału kobiet na rynku pracy w dużej mierze zależy od samych pracodawców. Temu służą strategie i polityki zarządzania różnorodnością, sieci kobiet, mentoringi, szkolenia oraz badania, które pokazują wyzwania biznesu dotyczące równości płci. Inicjatywy liderów biznesu, takie jak na przykład HE for SHE czy Champions of Change, projekty zachęcające kobiety do pracy w branży IT. Wreszcie, coraz większa otwartość na elastyczny czas pracy, pracę zdalną i w niepełnym wymiarze. Bardzo ważne, i pracodawcy coraz częściej to robią, jest tworzenie infrastruktury sprzyjającej aktywności kobiet: żłobków, przedszkoli etc. Szukając inspiracji, warto sięgać po przykłady z Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”.

Pracodawcy wspierają zmiany, mimo że polskie rozwiązania administracyjne co najmniej nie sprzyjają aktywności zawodowej kobiet, promując tradycyjny model rodziny. Jak pokazują badania, i tak w Polsce wyjątkowo silny. Trzy czwarte Polek korzysta z dłuższych urlopów macierzyńskich, wobec zaledwie kilku procent mężczyzn (nie wszyscy wykorzystują nawet dwutygodniowy tak zwany ojcowski), zaledwie 5% uważa się za feministki, choć ich postulaty popiera większość. Dane nie dziwią, jeśli z badań wynika, że blisko 80% respondentów w Polsce uważa, że zajmowanie się domem i prace opiekuńcze są domeną kobiet. W UE podobnego zdania jest zaledwie 44%, a kompletnie się z tą opinią nie zgadza ponad 50%. Natomiast w Szwecji, Danii, we Francji, w Niemczech czy Hiszpanii jedynie niewielki procent uznaje, że to domena kobiet, zdecydowana większość ma odmienne zdanie. Te dane chyba najbardziej jaskrawo pokazują, jak bardzo postęp na drodze równości płci na rynku pracy mogą opóźnić i ograniczać stereotypy i auto-stereotypy. Kobiety są największą grupą społeczną doświadczającą dyskryminacji – nierówności dotyczące rynku pracy łączą się z innymi sferami życia. Mają swoje konsekwencje dla każdego i każdej z nas. Także dlatego, że utrudniają budowę nowoczesnego, otwartego społeczeństwa.



dr Sylwia Spurek
ZASTĘPCZYNI
RZECZNIKA PRAW
OBYWATELSKICH*

Kobiety na rynku pracy w 100 lat wywalczenia praw wyborczych

Ciągle słyszymy o zmianach demograficznych i starzejącym się społeczeństwie. To wymusza modyfikacje w organizacji i zarządzaniu w miejscu pracy. W tym kontekście ważne jest zwłaszcza włączanie kwestii równości płci do polityk i procedur obowiązujących w firmach. Ale o równości płci w miejscu pracy warto teraz mówić także dlatego, że ten rok jest szczególnie.

Dwudziestego szóstego stycznia minęło 100 lat od pierwszych wyborów do Sejmu Ustawodawczego zarządzonych na podstawie dekretu Marszałka Józefa Piłsudskiego z 28 listopada 1918 roku. W dokumencie określono, że prawa wyborcze ma każdy obywatel „bez różnicy płci”. W wyniku pierwszych wyborów, do jednoizbowego Sejmu Ustawodawczego (1919–1922) na 442 postów wybrano 8 poseł: Gabrielę Balicką, Jadwigę Dziubińską, Irenę Kosmowską, Marię Moczydłowską, Zofię Moraczewską, Zofię Sokolnicką, Franciszkę Wilczkowiakową oraz w ramach wyborów uzupełniających w 1920 r. – Annę Anasztazję Piasecką. Wyliczam je nieprzypadkowo. Nie uczymy się o pierwszych posłankach w szkole, nie pamiętamy lub nawet nie znamy ich nazwisk, nie świętujemy tych pierwszych wyborów, a to przecież ważna część naszej historii. Co istotne, równe prawa wyborcze w dekrecie nie zostałyby zagwarantowane, gdyby nie wieloletnia walka kobiet o te prawa.

Zagwarantowanie równych praw w przepisach jest konieczne. Im bardziej precyzyjne i konkretne będą to regulacje, tym efektywniej mogą być wdrażane. Odnosi się to także do wewnętrznych polityk i procedur dotyczących równego traktowania. Te polityki powinny przy tym uwzględniać takie obszary, jak kwestie równego wynagrodzenia, dostęp do szkoleń i awansów, a także godzenie obowiązków zawodowych z życiem prywatnym

i rodzinnym. To ostatnie zagadnienie jest wyjątkowo istotne. Bo nadal kobiety częściej niż mężczyźni pracują w niepełnym wymiarze czasu pracy, jak również czasowo „wypadają” z rynku pracy oraz szybciej przechodzą na emeryturę. To wciąż one, jak pokazują wyniki badania przeprowadzonego na zlecenie Rzecznika Praw Obywatelskich, obarczane są odpowiedzialnością za opiekę nad dziećmi. Wszyscy znamy takie pojęcia, jak lepka podłoga i szklany sufit oraz luka płacowa. Polityki dotyczące równego traktowania mogą skutecznie przeciwdziałać takim zjawiskom. A w efekcie – ograniczać także konsekwencje, jakie z tego tytułu ponoszą kobiety na starość, otrzymując dużo mniejszą od mężczyzn emeryturę. Według ostatnich szacunków luka emerytalna może wynieść... nawet 40%.

Nadal zdarza się także, że pracodawcy uniemożliwiają mężczyznom korzystanie z uprawnień związanych z rodzicielstwem. Fakt, że zaledwie kilka procent mężczyzn korzysta z urlopu rodzicielskiego, który z założenia jest dzielony pomiędzy matkę i ojca dziecka, nie może być tłumaczony jedynie niechęcią mężczyzn do korzystania z takich urlopów i ich realizowaniem się tylko w sferze zawodowej. Coraz więcej mężczyzn chce być rodzicami w pełnym tego słowa znaczeniu. Rzecznik Praw Obywatelskich od dawna rekomenduje wprowadzanie w firmach rozwiązań umożliwiających godzenie pracy zawodowej z życiem rodzinnym, takich jak elastyczne formy zatrudnienia oraz tworzenie przyzakładowych żłobków i klubów dziecięcych. Proponujemy również konkretne zmiany legislacyjne w strukturze urlopu rodzicielskiego poprzez zagwarantowanie mężczyznom do ich wyłączonej dyspozycji określonej części urlopu. Brak takich rozwiązań prowadzi do tego, że pracodawcy nie mogą w pełni korzystać z potencjału kobiet, a oboje rodzice – nie mogą w pełni realizować swoich planów zawodowych i spełniać się w relacjach z dziećmi.

Ale przy okazji rocznicy 100-lecia praw wyborczych kobiet warto powiedzieć o jeszcze jednej sprawie, nadal, mimo upływu tylu lat, niezalutowanej – przemocy wobec kobiet i przemocy w rodzinie. Kobiety stanowią 90% dorosłych ofiar przemocy w rodzinie. W Polsce to wciąż duży problem. Co roku ofiarami przemocy domowej pada ponad 60 tys. kobiet. Według badań unijnej Agencji Praw Podstawowych ponad 3 mln kobiet doznało w swoim życiu przemocy ze strony najbliższej osoby. Ta kwestia tylko pozornie nie jest sprawą dla pracodawców i pracodawczyń. Przemoc w rodzinie oznacza przecież nieplanowane nieobecności w pracy, zły stan psychiczny, urazy fizyczne, zmniejszoną wydajność i zdolność do realizacji obowiązków pracowniczych. W Australii policzono, że przemoc domowa kosztuje biznes ponad 600 mln dolarów rocznie. A według badań przeprowadzonych w 2017 roku w Belgii 64% ankietowanych uważa, że wsparcie ze strony szefa lub szefowej mogłoby zmniejszyć wpływ tej przemocy na ich życie zawodowe.

To oznacza odpowiedzialny biznes na miarę XXI wieku.



100 lat niepodległości Polski
100 lat praw wyborczych kobiet

* Funkcja pełniona do 28.02.2019 r.



Piotr Wierzbicki
PRZEWODNIK WARSZAWSKI

Odpowiedzialny biznes w międzywojennej Warszawie

Bracia Pakulscy; Bracia Jabtkowscy; Herse; Hiszpański; Wedel; Habermusch & Schiele; Norblin; Schicht; Dobrolin; Lilpop, Rau & Loewenstein – nazwy firm i nazwiska właścicieli, które czasem nam coś mówią, częściej jednak niewiele lub absolutnie nic. Należały do codzienności lat 20. i 30. naszych warszawskich dziadków i pradziadków. Korzenie większości renomowanych firm stolicy sięgały wieku XIX. Na liderów przedwojennej warszawskiego przemysłu, handlu i usług w okresie PRL-u wylano hektolitry pomoy, w najlepszym razie ich działalność pomijano milczeniem. Zresztą nie tylko na liderów, bo przecież właściwie każdy „prywaciarz” nazywany był krwiopicją, burżujem i wyzyskiwaczem. Prawda była jednak o wiele bardziej skomplikowana niż czarno-biały świat kreowany przez subtelną niczym walec drogowy propagandę komunistów. Oczywiście w biednym kraju, którego państwowość z trudem sklejało z trzech różnych części, problemów spotecznych nie brakowało. Przybrały one jeszcze na sile w okresie światowego wielkiego kryzysu. Trzeba jednak pamiętać, że polityka wewnętrzna wielu firm powodowała, że przynajmniej na własnym gruncie udawano się łagodzić trudną sytuację ludzi w owych firmach zatrudnionych. Swoisty etos pracy sprawiał, że w niektórych przedsiębiorstwach kształtowała się atmosfera prawie rodzinna, co skutkowało zresztą lojalnością pracowników i ich utożsamianiem się z daną marką. Nie bez przyczyny garstka robotników firmy Wedel narażała własne zdrowie i życie, broniąc w 1945 roku przed szabrownikami swój zakład (choć przecież w sensie dostównym fabryka nie była ich). Ową politykę wewnętrzną postaram się przybliżyć na dwóch wybranych przykładach bardzo znanych firm z dość odległych branż.

Przerwa obiadowa. Na tarasie ekspedientki wystawiają twarze do stońca. Podchodzi pan Zbigniew Jabtkowski i zaprasza na spotkanie sekcji wioślarskiej. Następnego dnia spotykają się o świcie na przystani na Wiśle. Wsiadają w kajaki, a motorówki ciągną je aż do

Świdra. Stamtąd cały dzień wiostowania do Warszawy. Członkowie sekcji tenisa mają zajęcia na Agrykoli, sekcji kolarskiej – rowerowe wycieczki po okolicy, a turystycznej – dłuższe wypadki w góry. („Sześć piętér luksusu”, Cezary Łazarewicz)

Z takich sportowych udogodnień można było korzystać, będąc jednym z 650 pracowników warszawskiego Domu Towarowego Braci Jabtkowskich na Brackiej (filia w Wilnie w 1939 roku zatrudniła 120 osób). Prospotechne podejście nasiliło się od 1931 roku, gdy szefem przedsiębiorstwa został Feliks Jabtkowski. O postawie braci wiele mówi to, co zachowało się we wspomnieniach ludzi tam zatrudnionych: *Wychowywali nas od podstaw. Nawet w stołówce pokazywali, jak zachować się przy stole, bo do pracy trafiała młodzież nieoszlifowana* (Eugenia Wagińska). *Jabtkowszczyki to była wtedy marka. Nie pomiatali ludźmi, byli kulturalni, sympatyczni i każdy chciał u nich pracować* (Ryszard Modro).

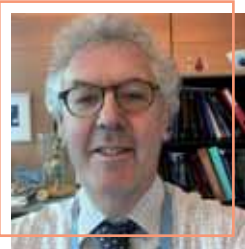
Posada w Zjednoczonych Browarach Warszawskich „Habermusch & Schiele” musiała być ceniona tak samo jak u Jabtkowskich, nie tylko ze względu na stosunkowo wysokie zarobki, ale też dzięki prospotechnej polityce Zarządu. W latach 30. załoga mogła korzystać z łaźni, stołówki, ambulatorium, apteki, kasy zapomogowej, żłobka, przedszkola, biblioteki oraz wczasowiska w Jabtonnie. Zatrudnienie w latach 20. wahało się w granicach 560 pracowników. Do 1930 roku na skutek kryzysu zmniejszono je do 460 osób. W ciężkich latach starano się zapewnić pracę w pełnym wymiarze pracownikom utrzymującym rodziny, a przynajmniej w ograniczonym pozostałym (cztery dni w tygodniu dla żonatych, trzy dni dla kawalerów). Przedstawicielstwem załogi była wybierana przez nią rada zakładowa. W okresie międzywojennym zanotowano tu jeden strajk, z tym że jako solidarnościowy z załogami innych zakładów pracy – nie dotyczył on bezpośrednio sytuacji w browarze.

Dzięki Edwardowi Schiele zachowała się ciekawa anegdota dotycząca jego ojca, członka Zarządu spółki: *Zaczęto łać. Cały byłem mokry. Na ulicy spotkaliśmy zaprzężony w perszerony ciężarowy wóz browaru. Niania zatrzymała go. Wskazała na mnie, mówiąc, że jestem synem dyrektora. Poprosiła, by woźnica zawrócił i zabrał nas do domu. Woźnica, przeprasza. Wóz po brzegi załadowany jest towarem. Przepisy nie pozwalają na przewóz osób. (...) W domu oburzenie na postępek woźnicy. Następnego dnia wraca ojciec i mówi: „Rozmawiałem z woźnicą. Przyznałem mu podwyżkę o 10 złotych i awans”.*

Postawa właścicieli i członków zarządów poszczególnych firm była oczywiście zróżnicowana, nie zawsze tak roztropna i serdeczna. Warto jednak pamiętać o tych najcieplej wspomnianych osobach i markach, szczególnie że na drodze ich rozwoju stanęła polityka, przez którą należą dziś do przeszłości.



100 lat niepodległości Polski
100 lat praw wyborczych kobiet



**Jonathan
Lynn**
IPCC

Skutki globalnego ocieplenia o 1,5°C

W grudniu 2018 roku Katowice stały się na dwa tygodnie centrum międzynarodowej debaty politycznej na temat klimatu. Na doroczną konferencję COP24 na Śląsk przybyło 25 tysięcy uczestników: przedstawiciele władz, organizacji obywatelskich i mediów.

Głównym zadaniem negocjatorów było przygotowanie zasad realizacji porozumienia paryskiego z 2015 roku, tak aby mogło ono zacząć obowiązywać w 2020 roku. W czasie konferencji podjęto kwestię nowego raportu specjalnego Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu (IPCC), opublikowanego dwa miesiące wcześniej. Raport, którego tematem są skutki globalnego ocieplenia o 1,5°C, ożywił dyskusję na temat polityki klimatycznej.

Rządy zleciły IPCC przygotowanie tego dokumentu w związku z podpisaniem porozumienia paryskiego w 2015 roku. Celem porozumienia jest utrzymanie wzrostu globalnej temperatury znacząco poniżej 2°C w stosunku do poziomu sprzed rewolucji przemysłowej, przy jednoczesnym dążeniu do ograniczenia tego wzrostu do 1,5°C.

W tym czasie, głównie dzięki ukończonemu w 2014 roku piątemu sprawozdaniu oceniającemu IPCC, które stanowi najważniejszy wkład nauki w przygotowanie porozumienia paryskiego, konsekwencje wzrostu temperatury o 2°C były już dość dobrze znane. Stosunkowo niewiele wiadano jednak, jak wyglądałby świat, gdyby temperatura wzrosła o 1,5°C. Dlatego właśnie sprawujący władzę w państwach zwrócili się do Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu, aby sporządził raport dotyczący skutków ocieplenia o 1,5°C i towarzyszących temu zjawisku zmian stężenia gazów cieplarnianych, a także

różnic między takim scenariuszem a wzrostem temperatury o 2°C lub więcej. Dokument musiał zostać przygotowany w takim terminie, aby można było się nim posłużyć w dyskusjach podczas konferencji COP24 w 2018 roku.

Zespół IPCC opracował raport uwzględniający kontekst zrównoważonego rozwoju i walki z ubóstwem. Taki punkt widzenia jest bardzo ważny dla dyskusji toczących się w Katowicach i w innych miejscach w odniesieniu do sprawiedliwej transformacji gospodarki, czyli na przykład na temat sposobów zabezpieczenia przyszłości pracowników w branży paliw kopalnych, która odczuje skutki odejścia od wysokoemisyjnych źródeł energii w wyniku wdrożenia programu redukcji emisji.

Raporty IPCC zawierają informacje mające duże znaczenie przy podejmowaniu decyzji politycznych, lecz takich decyzji nie dyktują. Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu nie mówi sprawującym władzę, co należy zrobić ani też nie formuluje zaleceń dla rządów, przedsiębiorstw i osób prywatnych.

Analizując cele polityczne ustalone przez same rządy – w tym przypadku zadaniem jest ograniczenie ocieplenia do 1,5°C – IPCC może jednak przedstawić różne możliwości, zgodne z wiedzą naukową, spośród których rządy mogą wybierać rozwiązanie, w zależności od konkretnej sytuacji.

Przyjrzyjmy się kluczowym ustaleniom zawartym w raporcie specjalnym na temat ocieplenia o 1,5°C:

- Zmiana klimatu już wpływa na ludzi, ekosystemy i źródła utrzymania na całym świecie.
- Ograniczenie globalnego ocieplenia do 1,5°C nie jest niemożliwe, ale wymagałoby bezprecedensowych zmian we wszystkich sferach życia.
- Z wielu względów byłoby bardzo korzystne, gdyby udało się ograniczyć ocieplenie do 1,5°C, a nie tylko do 2°C lub więcej.
- Można dążyć do ograniczenia ocieplenia do 1,5°C, a jednocześnie realizować inne globalne cele.

W raporcie dokonano oceny bardzo wielu scenariuszy analizowanych w literaturze naukowej, które podają, w jaki sposób można by ograniczyć ocieplenie do 1,5°C.

Autorzy dokumentu wskazują, że osiągnięcie zakładanego celu wymagałoby zmian na niespotykaną skalę. Konieczne byłoby znaczne ograniczenie emisji gazów cieplarnianych we wszystkich sektorach, a także daleko idąca transformacja systemów energetycznych, gospodarki gruntami, funkcjonowania miast, przemysłu i infrastruktury.

Scenariusze zakładające ograniczenie ocieplenia do 1,5°C wymagają zmniejszenia do 2030 roku wypuszczania do atmosfery dwutlenku węgla o 45% w stosunku do poziomu z 2010 roku oraz całkowitego wyeliminowania emisji netto mniej więcej do roku 2050. Oznacza to, że wszelkie pozostałe emisje, na przykład w rolnictwie i transporcie, musiałyby zostać zrównoważone poprzez usuwanie dwutlenku węgla z powietrza. Konceptcje te zakładają szybkie zmniejszanie się zużycia paliw kopalnych, z możliwym wyjątkiem gazu ziemnego, w wypadku gdyby osiągalne było wychwytywanie znacznych ilości dwutlenku węgla z atmosfery i ich składowanie.

Przedsiębiorstwa same oceniają, czy i w jakim stopniu rządy wyciągną wnioski z dokumentu przygotowanego przez IPCC oraz innych danych i podejmą działania oraz wydadzą zarządzenia, które ograniczą ocieplenie do 1,5°C. W raporcie IPCC opisano zmiany, jakim na tej drodze podlegać będą systemy gospodar-

cze i społeczne, a także potencjalne nowe źródła zysków dla przedsiębiorstw.

Transformacja systemów energetycznych zgodna z ograniczeniem ocieplenia do 1,5°C oznaczałaby dekarbonizację systemu elektroenergetycznego poprzez wykorzystanie energii ze źródeł odnawialnych i ograniczenie zużycia węgla oraz innych paliw kopalnych. Zmniejszyłoby to emisje w innych sektorach gospodarki, gdyż umożliwiłoby przestawienie transportu, przemysłu i budynków na energię elektryczną. Zwiększenie wydajności energetycznej we wszystkich sektorach to bardzo skuteczny sposób ograniczenia emisji. Nowa infrastruktura energetyczna będzie odporna na zmieniające się warunki klimatyczne.

Przemysł może zredukować emisje poprzez elektryfikację i zwiększenie efektywności energetycznej, a także przez wykorzystanie takich technik, jak wychwytywanie i składowanie dwutlenku węgla. Eliminowanie marnotrawstwa w użyciu surowców – na przykład poprzez rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym – może także przyczynić się do zmniejszenia wypuszczania do atmosfery dwutlenku węgla.

Urbanizacja i ogromne nakłady inwestycyjne na rozwój infrastruktury miejskiej oznaczają, że miasta mają ogromny potencjał pod względem redukcji emisji gazów cieplarnianych. Zmiany polegałyby na konstrukcji niskoemisyjnych systemów transportu, inteligentnych miejskich sieci energetycznych oraz budynków o niskiej lub zerowej emisji dwutlenku węgla. Zielona infrastruktura może poprawić zdolności adaptacyjne miast. Zmiany w metodach uprawy roli i gospodarce gruntami oraz wdrażanie rozwiązań opartych na przyrodzie mogą zmniejszyć emisje w rolnictwie, jednocześnie zwiększając rolę gruntów w pochłanianiu dwutlenku węgla z atmosfery i poprawie zdolności adaptacyjnych. Rozwiązania te obejmują zalesianie, ponowne zalesianie oraz gospodarkę hodowlaną. Wykorzystanie gleby do składowania dwutlenku węgla może także przynieść dodatkowe korzyści w postaci poprawy jakości gruntów i wyższych plonów.

Jednoczesne stosowanie technologii ogólnego przeznaczenia, takich jak informatyka, nanotechnologia i cyfryzacja oraz technologii charakterystycznych dla tych sektorów – może prowadzić do bardzo obiecujących wyników.

Raport Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu mówi o wielkich wyzwaniach. Ale nagroda jest także wielka, podobnie jak możliwości działania dla biznesu.



Janina Owczarek
EKSPERTKA W ZAKRESIE
MIGRACJI I INTEGRACJI

Zatrudnianie cudzoziemców – od działań HR do zadań CSR

Od kilku lat obserwujemy w Polsce dynamiczny wzrost imigracji. Ma ona głównie charakter zarobkowy, czasowy, ale rośnie również liczba zezwoleń na pobyt długoterminowy i stały. Procesom tym towarzyszy wzrastający popyt na pracowników o odpowiednich kwalifikacjach oraz stopniowa liberalizacja polskich przepisów regulujących dostęp do rynku pracy obcokrajowców zza wschodniej granicy. Według danych Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej cudzoziemcy stanowią u nas od 2,5 do 5% pracowników. Gros wśród nich to obywatele Ukrainy, choć coraz więcej osób przybywa spoza Europy. Dynamicznemu napływowi migrantów towarzyszy wzrost gospodarczy. Sprzyja on utrzymaniu wysokiego popytu na pracę i rekordowo niskiej stopie bezrobocia, która w grudniu 2018 roku wyniosła 5,9%. Jednocześnie zmniejsza się podaż pracowników, co wynika z pogarszającej się sytuacji demograficznej i rosnącej emigracji. W listopadzie 2017 roku osiągnęła ona ponad 2,5 mln osób.

Z powodu ograniczonej podaży pracowników około połowy firm w Polsce zatrudnia cudzoziemców i ponad 80% planuje zwiększyć to zatrudnienie w najbliższym czasie. Potwierdzają to wyniki sondażu zrealizowanego przez Międzynarodową Organizację ds. Migracji w pierwszej połowie 2018 roku wśród 174 firm, jak również raport Stowarzyszenia Interwencji Prawnej i Fundacji Konrada Adenauera. Dane Międzynarodowej Organizacji pokazują, że pomimo 1,8 mln wydanych oświadczeń o zamiarze powierzenia pracy cudzoziemcowi, które umożliwiają zatrudnienie na sześć miesięcy, przedsiębiorcy są w większości zainteresowani zatrudnianiem migrantów na dłuższy okres – powyżej dziewięciu miesięcy.

W związku z tym przed firmami stoją nowe wyzwania. Dotyczą one trzech powiązanych ze sobą etapów – odpowiedzialnej re-

krutacji cudzoziemców, legalnego zatrudnienia oraz ich adaptacji w nowym miejscu pracy i w lokalnej społeczności.

Aby proces rekrutacji pracowników cudzoziemskich przebiegał skutecznie i odpowiedzialnie, niezbędna jest kompleksowa wiedza zarówno na temat prawnych regulacji, jak i różnic kulturowych, językowych oraz odmiennych standardów edukacji i wykonywania konkretnej pracy. Kluczowe jest również przestrzeganie międzynarodowych standardów etycznej rekrutacji określonych przez Międzynarodową Organizację Pracy i Organizację Narodów Zjednoczonych. Obejmują one przestrzeganie praw człowieka, równe traktowanie, transparentność warunków zatrudnienia i ochronę danych osobowych oraz zakaz pobierania opłat od migrantów za rekrutację, ograniczania wolności poruszania się i zrzeszania. Dotyczą również zakazu rekrutacji migrantów w zastępstwie osób strajkujących oraz zakazu zatrudniania osób poniżej osiemnastego roku życia. Wymienione standardy powinny być również zapewnione przez podwykonawców i uwzględnione w umowach. Niezbędny jest też skuteczny monitoring. Im dłuższy „łańcuch dostaw”, tym większe wyzwania oraz ryzyko niezachowania standardów. Przedsiębiorcy muszą pamiętać, że warunkiem legalnego zatrudnienia jest posiadanie przez cudzoziemca prawa do pobytu w Polsce i do podjęcia pracy na konkretnych warunkach. Skomplikowane oraz przedłużające się procedury legalizacyjne w opinii firm są niedostosowane do sytuacji na polskim rynku i utrudniają rozwój biznesu.

Kolejnym etapem jest integracja cudzoziemców i ich rodzin w nowym miejscu pracy i życia. Migranci zarobkowi większość czasu spędzają właśnie w pracy, dlatego rola firm jest tutaj nie do przecenienia. Integrację definiuje się jako dynamiczny, dwukierunkowy, wielowymiarowy proces, w którym uczestniczą zarówno migranci, jak i społeczeństwo. Jej celem jest akceptacja obecności migrantów oraz ich równy dostęp do dóbr i usług.

Firmy mogą wspierać ten proces poprzez różnorakie działania – orientację kulturową, warsztaty adaptacyjne, pomoc w legalizacji pobytu, kursy językowe, szkolenia z komunikacji międzykulturowej dla pracowników i kadry zarządzającej, a także promowanie wartości kulturowej różnorodności.

Dyskryminacja, ksenofobia i brak akceptacji powodują poczucie odrzucenia i wykluczenia. Mogą przyczynić się do odpływu pracowników nie tylko z firm, ale i z kraju. Dlatego działania integracyjne powinno się również kierować do rodowitych mieszkańców, których otoczenie społeczne zmienia się w wyniku imigracji. Przy tworzeniu i wdrażaniu systemowych rozwiązań na rzecz integracji niezbędna jest współpraca międzysektorowa. Pomimo rosnącej liczby imigrantów w Polsce, wciąż brakuje systemowych rozwiązań na poziomie centralnym.

Dzięki skutecznej polityce integracyjnej i otwartości społeczności lokalnych firmy mogłyby nie tylko przyciągnąć pracowników o odpowiednich kwalifikacjach, ale również w pełni wykorzystać ich potencjał. Kwestia ta jest dodatkowo istotna w dobie międzynarodowej konkurencji o wykwalifikowanych pracowników, szczególnie widoczna w kontekście prognoz odpływu Ukraińców z Polski do Niemiec.

Odpowiedzialne i systemowe podejście do zatrudniania cudzoziemców – poczynając od rekrutacji, a skończywszy na integracji – jest korzystne nie tylko dla migrantów i firm, ale również dla całego społeczeństwa. A ono sprzyja długofalowemu i zrównoważonemu rozwojowi.



dr Piotr Ratajczak
UNIWERSYTET
EKONOMICZNY W POZNANIU
**AUTOR JEST LAUREATEM
KONKURSU VERBA VERITATIS**

Czy działania społecznie odpowiedzialne mogą się opłacać?

Działania społecznie odpowiedzialne są podejmowane przez przedsiębiorstwa na niespotykaną dotychczas skalę. Naturalną konsekwencją takiej sytuacji są pytania o ich opłacalność. Jak dotąd nie można uznać, aby została udzielona jednoznaczna odpowiedź, czego powodem jest niewystarczające rozpoznanie mechanizmu, za pomocą którego przedsięwzięcia społecznie odpowiedzialne przekładają się na stan i wyniki finansowe przedsiębiorstwa.

Badania nad związkiem pomiędzy społeczną odpowiedzialnością a rezultatami finansowymi przedsiębiorstwa zostały podjęte już we wczesnych latach 70. XX wieku. Potwierdzenie negatywnego lub pozytywnego charakteru tej zależności jest jednak mało prawdopodobne bez uwzględnienia dwóch podstawowych kwestii. Po pierwsze, działalność społecznie odpowiedzialna jest na tyle niejednorodna, że może wpływać na rezultaty finansowe przedsiębiorstwa z odmienną siłą i na różne sposoby. Mając to na uwadze, należy oddzielić działania społecznie odpowiedzialne ukierunkowane na społeczeństwo od inicjatyw zorientowanych na środowisko naturalne. Po drugie, zależność ta może być mediowana, to znaczy, że działalność społecznie odpowiedzialna może wpływać na rezultaty finansowe przedsiębiorstwa okrężną drogą, poprzez kształtowanie jego reputacji, kultury organizacyjnej, innowacyjności, adaptowalności, a także relacji z interesariuszami.

W odniesieniu do reputacji – trzeba zauważyć, że jednym z kluczowych następstw podejmowania działań społecznie odpowiedzialnych jest lepsze nastawienie pracowników do pracodawcy i wykonywanego zajęcia, co prowadzi do przyciągania lepszych pracowników i spadku rotacji zatrudnienia, a w konsekwencji do niższych kosztów rekrutacji i szkoleń. Działania społecznie odpowiedzialne przekładają się również na wzrost

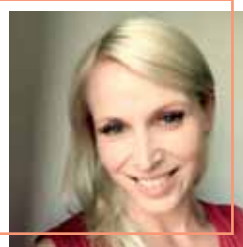
reputacji przedsiębiorcy wśród dostawców, którzy zakładając jego wiarygodność i skłonność do przestrzegania zasad etycznych, akceptują korzystne dla niego warunki płatności. Wzrost reputacji przedsiębiorstwa może w podobny sposób przekładać się na zachowania klientów skłonnych do płacenia wyższej ceny za oferowane produkty.

Biorąc pod uwagę kulturę organizacyjną, stanowiącą element przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, uprawnione jest przypuszczenie, że podejmowanie działalności społecznie odpowiedzialnej może prowadzić do wzrostu wzajemnego zaufania i efektywności komunikacji, a także rozwinięcia kompetencji społecznych, kreatywnego myślenia i morale pracowników. Mając na względzie innowacyjność przedsiębiorstwa, należy zauważyć, że wymogi w zakresie ochrony środowiska naturalnego narzucone spółce z zewnątrz lub określone dobrowolnie w ramach wewnętrznych regulacji nierzadko prowadzą do powstania innowacyjnych produktów czy procesów. Działania społecznie odpowiedzialne w wymiarze społecznym mogą z kolei prowadzić do wzrostu kreatywności pracowników, prowadzącej do większej liczby pomysłów zakwalifikowanych do etapu badań i rozwoju.

W odniesieniu do adaptowalności, należy podkreślić, że „wstuchiwanie się” w oczekiwania interesariuszy, praktykowane w przedsiębiorstwach społecznie odpowiedzialnych może prowadzić do wykształcenia się mechanizmu wczesnego ostrzeżenia. Firmy, które wchodzą w interakcje z interesariuszami, potrafią trafniej i szybciej przewidywać zmiany rynkowe, a tym samym lepiej się do nich przystosowywać, obniżając ryzyko prowadzonej działalności. Przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne mogą nawet „wprzedać” oczekiwania interesariuszy, przewidując ryzyko w odniesieniu do środowiska naturalnego bądź społeczeństwa.

Podejmowanie działań społecznie odpowiedzialnych niewątpliwie prowadzi do mnożenia relacji, jakie przedsiębiorstwo buduje z interesariuszami, przyczyniając się w ostateczności do uzyskania istotnych korzyści finansowych dla jego właścicieli. Inicjowanie działań o długofalowym lub powtarzalnym charakterze może ponadto prowadzić do pogłębienia tych relacji, co ma szczególne znaczenie w odniesieniu do największych klientów, przedstawicieli mediów oraz lokalnych władz.

Bezpośrednie przełożenie działań społecznie odpowiedzialnych na rezultaty finansowe przedsiębiorstwa nie jest trudne do zauważenia. Większość działań społecznie odpowiedzialnych stanowi możliwy do oszacowania wydatek, a część z nich, szczególnie w zakresie ochrony środowiska naturalnego, wiąże się z natychmiastowymi oszczędnościami w zużyciu energii czy materiałów do produkcji. Większość korzyści z podejmowania działań społecznie odpowiedzialnych ma jednak charakter pośredni, stąd tak ważne przy kalkulowaniu opłacalności tych inicjatyw jest uwzględnienie reputacji, kultury organizacyjnej, innowacyjności, adaptowalności, a także relacji przedsiębiorstwa z interesariuszami.



Kristin Dypdahl
GLOBAL REPORTING
INITIATIVE

Przejdźcie od Wytycznych G4 na Standardy GRI – usprawnienie i ułatwienie procesu raportowania

Raportowanie danych związanych ze zrównoważonym rozwojem umożliwia zarówno dużym, jak i małym firmom lepsze poznanie wpływu ich działalności na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo oraz składanie publicznych sprawozdań w tym zakresie. Blisko 95% z 250 największych przedsiębiorstw na świecie przygotowuje sprawozdania dotyczące zrównoważonego rozwoju, a 75% z nich korzysta z opracowanego przez GRI zestawu wytycznych dotyczących raportowania kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem.

W 2016 roku Global Reporting Initiative podjął działania mające spowodować podniesienie jakości wytycznych. Prace te doprowadziły do zmiany w postaci ustanowienia Standardów raportowania danych dotyczących zrównoważonego rozwoju, znanych powszechnie jako Standardy GRI. W celu ich opracowania GRI postępowało zgodnie z przejrzystą procedurą określoną przez Globalną Radę Standardów Zrównoważonego Rozwoju (*Global Sustainability Standards Board, GSSB*) w protokole prawidłowego postępowania (*Due Process Protocol*) przy dużym udziale szerokiego grona interesariuszy. Przekształcenie faktycznej normy w formalny zestaw standardów sprawiło, że GRI stało się punktem odniesienia dla wielu rządów i regulatorów rynku na świecie, co jest kluczowe dla globalnego rozpowszechnienia Standardów, a co ważniejsze – umożliwiło przedsiębiorstwom korzystanie ze Standardów w celu spełnienia wymogów regulacyjnych.

Standardy GRI opracowano w oparciu o treść Wytycznych G4. Włączono do nich wszystkie założenia i większość ujawnianych informacji określonych w Wytycznych. Narzędzie to ma jednak nowy format i nową strukturę modułową, a część treści prze-redagowano, aby zapewnić większą jasność.

Odejście od struktury skonsolidowanej na rzecz modułowej umożliwi GRI aktualizację poszczególnych standardów i dodawanie nowych bez konieczności weryfikacji całego zestawu norm i przyjęcia przez raportujących całkowicie nowych ram dla dokumentu. Nowy format ułatwia dostosowanie Standardów do zmian w praktyce raportowania i najważniejszych międzynarodowych instrumentów, co umożliwi utrzymanie ich aktualności w przyszłości oraz ochronę dotychczasowych inwestycji dokonanych przez organizacje w celu raportowania istotnych danych związanych ze zrównoważonym rozwojem.

W nowym formacie znajdują się trzy standardy uniwersalne obowiązujące wszystkie organizacje oraz zestaw trzydziestu trzech standardów tematycznych, z których każdy dotyczy odrębnej kwestii ekonomicznej, środowiskowej i społecznej. Organizacje mogą wybierać i stosować tylko te standardy tematyczne, które mają znaczenie z punktu widzenia istotnych zagadnień dotyczących ich działalności. W przyszłości przewiduje się dodanie do nich kolejnych standardów w celu uwzględnienia nowych zagadnień.

W nowej odsłonie zastosowano bardziej przejrzysty i zrozumiały język oraz lepsze rozróżnienie między wymaganiami a zaleceniami i wytycznymi. Dzięki temu organizacjom przygotowującym raport o wiele łatwiej jest zrozumieć, które instrukcje mają charakter obowiązkowy w przypadku sporządzania raportu zgodnego ze Standardami, a które służą jedynie jako wskazówka lub przykład. Niektóre treści doprecyzowano na podstawie konsultacji z użytkownikami G4, a część terminologii zmieniono.

Inną istotną zmianą jest koncepcja granic zagadnienia (*topic boundary*). To prawdopodobnie jeden z najbardziej problematycznych obszarów raportowania w zakresie zrównoważonego rozwoju, a organizacje przygotowujące sprawozdania na ogół różnie go interpretują. W Standardach GRI starano się zastosować prosty i realistyczny schemat, który jest w większym stopniu dostosowany do kluczowych ram międzynarodowych. Koncepcja granic zagadnienia opiera się na założeniu, że organizacje ujawniają i biorą odpowiedzialność nie tylko za oddziaływanie będące bezpośrednim skutkiem prowadzonej przez nie działalności, ale także za oddziaływanie, do których ich działalność się przyczynia lub z którymi ma bezpośredni związek, między innymi poprzez relacje z ich dostawcami i klientami. Celem tego doprecyzowania jest zachęcenie firm do większej przejrzystości i ujawniania innych oddziaływań niebędących bezpośrednim skutkiem ich działalności.

Ostatnim zagadnieniem, o którym też należy wspomnieć, są bardziej przejrzyste instrukcje dotyczące stosowania standardów i informowania o ich użyciu, zarówno w przypadku organizacji sporządzających pełny raport zgodny ze Standardami, jak i tych raportujących, którzy chcą wykorzystać wybrane standardy do przedstawienia sprawozdania na określony temat.

Oczekuje się, że wpływ zmiany Wytycznych G4 na Standardy GRI będzie stosunkowo niewielki, a dla organizacji, które już przygotowują raporty zgodnie z Wytycznymi G4 nie przewidziano żadnych istotnych zmian. Zasady raportowania, nacisk na ważne kwestie i znaczenie podejścia do zarządzania pozostają bez zmian. Same Standardy mają natomiast pomagać przedsiębiorstwom przygotowywać bardziej przejrzyste raporty zawierające najistotniejsze informacje dotyczące danej firmy, które będą umożliwiały ich porównywanie rok do roku.



**Tadeusz
Ioniewicz**
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Szykujcie dane niefinansowe!

Pod względem raportowania społecznego rok 2018 zdominowała tematyka pierwszego roku obowiązywania dyrektywy o ujawnianiu rozszerzonych informacji niefinansowych wprowadzonej do polskiego prawa poprzez zmianę ustawy o rachunkowości. Dzięki niej ranga raportowania niefinansowego wzrosła i nie ma wątpliwości, że w kolejnych latach będzie się nadal zwiększać.

Według raportu Insights from the Reporting Exchange: ESG reporting trends¹ w ciągu ostatnich 25 lat liczba różnego rodzaju regulacji dotyczących raportowania obowiązkowego bądź dobrowolnego dotyczącego kwestii zrównoważonego rozwoju wzrosła na świecie przeszło dziesięciokrotnie, dochodzi do 2 tys. i wciąż rośnie.

DYREKTYWA NADAJE KIERUNEK

Obowiązek ujawniania informacji niefinansowych jest o tyle ważny, że wpłynął na decyzje organizacji, aby oprócz sprawozdań wymaganych ustawą przygotować także raporty społeczne. Część firm, które w 2018 roku zadebiutowały w Konkursie Raporty Społeczne, przyznało, że skoro i tak musiały pozyskać dane niefinansowe, to łatwiej było zdecydować się na przygotowanie raportu, aby dane te lepiej wykorzystać.

Przedstawiciele przedsiębiorstw, także tych, które przygotowywały raporty w poprzednich latach, podkreślali, że tematy wymienione w dyrektywie (sprawy społeczne, pracownicze, środowiska naturalnego, praw człowieka, przeciwdziałanie korupcji oraz zarządzanie różnorodnością) określają problematykę, jaka będzie poruszana w raportach w przyszłości. Dotyczy to przede wszystkim kwestii dotąd nieoczywistych, takich jak prawa człowieka oraz różnorodność.

KLIMAT RZĄDZI

Jednak to zagadnienia środowiskowe stają się coraz ważniejszym tematem w raportowaniu niefinansowym. Chodzi w szczególności o informowanie o oddziaływaniu na zmiany klimatu. Dotyczy ono przede wszystkim działalności firm energetycznych, które w analizie ryzyk muszą uwzględniać możliwe w najbliższych latach działania na rzecz ograniczenia emisji pochodzących ze źródeł kopalnych. Mogą one spowodować obniżenie rentowności wydobycia lub wręcz narzucenie ograniczeń w tym zakresie. Jednak zmiany cen energii oraz redukcja w całym łańcuchu dostaw dotyczą wszystkich przedsiębiorstw. Dlatego warto zwrócić do publikacji Report on Climate-related Disclosures², gdzie pokazane są przykładowe wskaźniki ułatwiające prace nad przygotowaniem raportu.

INWESTOR OCENIA

Analizując tematykę raportowania, nie można też pominąć szerszego kontekstu, ważnego dla przygotowania raportów społecznych i angażowania się w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Chodzi oczywiście o potrzeby interesariuszy. Przygotowując raport, warto zwrócić uwagę na ich oczekiwania. Szacuje się, że na świecie w roku 2016 odpowiedzialne inwestycje stanowiły 26% profesjonalnie zarządzanych zasobów, przy czym w Europie było to ponad 50%³. Prezentowanie danych niefinansowych może więc w coraz większym stopniu przyciągać inwestorów, ale też warto wiedzieć, co jest dla nich interesujące. Według raportu Disclose What Matters: Bridging the Gap Between Investor Needs and Company Disclosures on Sustainability⁴ ważne jest nie tyle samo przekazanie wielu informacji, ale udostępnienie w przejrzysty sposób tych najistotniejszych i najbardziej przydatnych. Autorzy podkreślają, że podstawą jest stosowanie konkretnych standardów raportowania, przedstawienie relacji pomiędzy zagadnieniami zrównoważonego rozwoju i zarządzaniem organizacją oraz udowodnienie, że dane te są równie wiarygodne, jak informacje finansowe.

KONSUMENT KUPIE

O tym, czy kwestie ESG są ważne także dla konsumentów, można debatować godzinami. Spójrzmy więc, co na ten temat mówią badania. Te najbardziej optymistyczne, zrealizowane w USA, pokazują, że konsumenci przy wyborze produktu uznają działania społeczne i środowiskowe firm za czynnik istotniejszy od ceny⁵. Te odnoszące się do polskiego konsumenta wskazują na ogromną świadomość Polaków i Polek co do wpływu człowieka na zmiany klimatyczne, a także pokazują duże zaangażowanie w sprawy recyklingu oraz korzystania z energooszczędnych rozwiązań⁶. Warto brać to pod uwagę, planując treści, jakie mają znaleźć się w raporcie.

¹ https://www.cdsb.net/sites/default/files/cdsb_report_1_esg.pdf [dostęp: 12 lutego 2019].

² https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/business_economy_euro_banking_and_finance/documents/190110-sustainable-finance-teg-report-climate-related-disclosures_en.pdf [dostęp: 12 lutego 2019].

³ https://www.ussif.org/files/Publications/GSIA_Review2016.pdf [dostęp: 12 lutego 2019].

⁴ https://www.ceres.org/sites/default/files/reports/2018-08/Ceres_DiscloseWhatMatters_Final.pdf [dostęp: 12 lutego 2019].

⁵ <https://clutch.co/pr-firms/resources/how-corporate-social-responsibility-influences-buying-decisions> [dostęp: 12 lutego 2019].

⁶ https://globescan.com/wp-content/uploads/2018/09/IKEA-Globe-Scan_Climate_Action_Report_Sept2018.pdf [dostęp: 12 lutego 2019].



**Maria
Dolińska**

AUTORKA JEST LAUREATKA
KONKURSU VERBA VERITATIS

Raportowanie niefinansowe a poglądy milenialsów

Z roku na rok coraz więcej organizacji na całym świecie publikuje sprawozdania ze swojej działalności pozafinansowej. Uznaje się, że raportowanie dotyczące zrównoważonego rozwoju nie jest już inicjatywą pionierską, a firmy zdają sobie sprawę, że brak udziału może negatywnie wpłynąć na ich działalność i wiarygodność. Rośnie nacisk ze strony różnych grup interesariuszy, w tym inwestorów, na ujawnianie danych niefinansowych, społeczność międzynarodowa domaga się większej przejrzystości od firm, a rządy i inne organy regulacyjne zachęcają do dyskusji i dokładnego zbadania kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem i ich raportowaniem.

W niektórych regionach świata zestawienie niefinansowe przestaje mieć charakter dobrowolny i staje się dla wielu przedsiębiorstw obowiązkiem prawnym. Ustawodawcy jednak pozostawiają organizacjom swobodę w wyborze standardów raportowania, a formuły standardów często pozwalają na spory zakres autonomii w wyborze tego, co się znajdzie w sprawozdaniu. Tak więc do bilansów pozafinansowych, służących do komunikacji z interesariuszami, firmy wybierają według własnego uznania te dane, które uważają za istotne. Ale czy rzeczywiście wiedzą, kim są ich interesariusze i czy informacje, które przekazują w swoich raportach, są istotne dla interesariuszy?

Według McKinsey & Company¹, opinie konsumentów i pracowników są coraz częściej wymieniane jako główny powód podejmowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, a badania EY wskazują, że główną motywacją organizacji do publikowania raportów niefinansowych jest budowanie reputacji wśród konsumentów. Tym samym wzrasta znaczenie raportowania niefinansowego jako źródła informacji na temat podjętej działalności niefinansowej.

Jeśli przyjąć fakt, że sprawozdanie niefinansowe, jako forma przekazu, ma wpływ na działalność i dobrobyt firmy, to warto przyjrzeć się oczekiwaniom jej interesariuszy. Globalnie, pod względem wiekowym największą grupą interesariuszy (stanowiącą prawie jedną trzecią ludzkości) i najbardziej wpływowym pokoleniem na świecie są obecnie milenialsi. Mają oni bezpośredni wpływ na gospodarkę jako liderzy, pracownicy i konsumenci.

Choć istnieje pewna odmienność między milenialsami z różnych miejsc geograficznych, pokolenie to jest jednak o wiele bardziej jednorodne od wcześniejszych generacji pod względem zachowań i poglądów. To skutek postępującej globalizacji i wszechobecności internetu, dzięki którym ludzie przyjmują podobne ikony kulturowe i trendy stylu życia. Ta jednorodność pokoleniowa może pomóc firmom w dokonywaniu wyboru danych, na których należy się skupić w działalności i raportach niefinansowych.

Milenialsi, bardziej niż ich przodkowie, zwracają uwagę na etyczne postępowanie wobec ludzi i zwierząt, są bardziej zaangażowani w ochronę środowiska i kwestie zrównoważonego rozwoju, a od firm oczekują aktywnego udziału w tych obszarach i nawiązania dialogu.

Choć milenialsi wspierają marki, które odzwierciedlają ich poglądy na temat środowiska i zrównoważonego rozwoju, są również zdecydowanymi zwolennikami przejrzystości i są bardziej krytyczni wobec strategii PR czy tak zwanego *greenwashingu* – z powodu zwiększonej łączności globalnej, mogą szybko sprawdzić rzeczywistą działalność firm i udostępnić te informacje innym interesariuszom.

Niestety, wiele międzynarodowych organizacji albo nie jest w pełni świadomych powyższych faktów, albo je ignoruje. Z moich badań wynika, że istnieje spora rozbieżność pomiędzy tym, na co kładą szczególny nacisk w swoich raportach wielkie korporacje, a tym, co jest istotne dla interesariuszy pokolenia milenialsów na całym świecie.

W podsumowaniach niefinansowych korporacje przede wszystkim skupiają się na przedstawianiu tych danych z zakresu tematyki środowiskowej i społecznej, które mogą posłużyć poprawie wizerunku organizacji, a spora część informacji jest przedstawiona ogólnie i nieprecyzyjnie sformułowana. Z drugiej strony, wiele zagadnień ważnych dla milenialsów prawie wcale nie jest poruszanych w raportach, choćby równe wynagrodzenie dla kobiet i mężczyzn, mechanizmy składania skarg na szkody środowiskowe czy społeczne. Jako zwolennicy większej przejrzystości, milenialsi chcieliby również, by przedsiębiorstwa raportowały o negatywnych aspektach swoich inicjatyw – to pokolenie nie chce, by firmy w swoich sprawozdaniach niefinansowych przechwalały się, jakie są wspaniałe. Milenialsi wymagają rzeczywistego obrazu działalności, chcą wiedzieć, jaki wpływ ta działalność ma na środowisko naturalne oraz na społeczeństwo i zamierzają brać czynny udział w jej kształtowaniu. Nadszedł czas, by organizacje wzięły pod uwagę poglądy pokolenia milenialsów – ta grupa interesariuszy już ma lub niedługo będzie miała znaczny wpływ na ich funkcjonowanie.

¹ McKinsey & Company, *McKinsey Global Survey*, 2017.

² EY, *Is your nonfinancial performance revealing the true value of your business to investors?*, 2017.



**Zuzanna
Kopaczyńska-Grabiec**
LLM RADCA PRAWNY
AUTORKA JEST LAUREATKA
KONKURSU VERBA VERITATIS

Sygnaliści, czyli jak wyeliminować nadużycia w firmach

Powszechnie przyjmuje się, że w XXI wieku – w dobie gospodarki opartej na wiedzy – informacja stanowi jeden z kluczowych czynników decydujących o sukcesie firmy. Wśród różnych rodzajów wiedzy o dużym znaczeniu dla funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstwa ważna wydaje się również informacja na temat niepożądanych działań zachodzących w firmie, które w istotny sposób mogą warunkować bezpieczeństwo ekonomiczne danej organizacji. Jednym ze źródeł tego typu informacji są pracownicy, a także inne osoby związane z przedsiębiorstwem – na przykład współpracownicy, kontrahenci i klienci – określane wspólnie jako sygnaliści. Należy podkreślić, że instytucja sygnalisty jest tematem kontrowersyjnym, a sposób, w jaki się postrzega osobę zgłaszającą, zależy od wielu czynników, spośród których największy wpływ mają względy historyczne, ustrojowe i prawodawcze.

Nie bez przyczyny kategoria „sygnalista” zrodziła się w Stanach Zjednoczonych, bowiem najgłośniejsze sprawy miały miejsce właśnie w tym kraju. Państwa europejskie w przeważającej większości nie posiadają regulacji, które bezpośrednio kształtują zgłaszanie nieprawidłowości oraz rolę sygnalisty. Jednak zagadnienie to nabiera w ostatnich latach coraz większego znaczenia. Pomimo braku regulacji, które akcentowałyby status sygnalisty w sposób wyraźny, w większości państw na świecie możliwość zgłaszania naruszeń została w mniejszym lub większym stopniu zaadresowana. Sytuację tę dobrze obrazują badania przeprowadzane przez Transparency International, których przedmiotem są ekspozycje na działania korupcyjne wraz z oceną występowania regulacji warunkujących ochronę sygnalistów. Polska wymieniana jest wśród państw najbardziej rozwiniętych o stosunkowo niewielkim współczynniku korupcji oraz dość dobrze ukształtowanych regulacjach

odnoszących się do sygnalistów. W rankingu sporządzonym przez Transparency International wśród 180 państw, Polska zajmuje 36 miejsce¹.

Jednym z ważniejszych aspektów analizy roli sygnalisty jest kwestia, w jaki sposób instytucja ta powinna zostać zdefiniowana w organizacji, aby z jej pomocą efektywnie ograniczać niepożądane działania w przedsiębiorstwie. Stąd, z uwagi na praktyczne znaczenie zagadnienia, w badaniach empirycznych sprawdzałam świadomość pracowników różnego szczebla na temat istniejących zasad funkcjonowania sygnalisty i oczekiwań zainteresowanych w tym zakresie². W tym celu podjęłam się próby ukazania istniejącej praktyki uregulowania i zastosowania instytucji sygnalisty w polskich przedsiębiorstwach, a także jej postrzegania przez zainteresowanych, przy czym skoncentrowałam się wyłącznie na przedstawicielach wyższej kadry menedżerskiej.

Generalnym wnioskiem, który nasunął mi się wskutek przeprowadzonych badań, jest fakt, że największy wpływ na podejście do zgłaszania nieprawidłowości oraz do samego sygnalisty ma ugruntowana świadomość społeczeństwa na temat roli i znaczenia tej instytucji w przedsiębiorstwie. Negatywna percepcja społeczna znacznie hamuje inicjatywy w tym zakresie. Natomiast zrozumienie społeczne dla potrzeby podejmowania działań o charakterze sygnalizacyjnym mocno wpływa na rozwój i poprawę efektywności instytucji sygnalisty. Moim zdaniem, instytucja sygnalisty będzie miała realną szansę na kreowanie etycznego biznesu w Polsce, jeżeli zostaną podjęte odpowiednie działania mające na celu edukację i wpływanie na świadomość naszego społeczeństwa.

Innymi słowy, w pierwszej kolejności muszą zostać podjęte stosowne kroki, aby potencjalni sygnaliści oraz ich otoczenie byli świadomi, że zgłaszanie nieprawidłowości jest działaniem poprawnym i niezagrażonym sankcjami. Ustawy i wewnętrzne regulacje przewidujące sposób zgłaszania nieprawidłowości oraz ochronę sygnalistów to działania wspierające. Jest to raczej narzędzie stanowiące ułatwienie dla tych, którzy będą zamierzały zwrócić uwagę na dany negatywny proceder. Natomiast sama wola podjęcia działań sygnalizacyjnych zależy bardziej od odpowiednio ukształtowanej świadomości sygnalisty i akceptacji społecznej dla jego działań.

¹ *Corruption Perceptions Index 2017*, Transparency International, https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017 [dostęp: 4 maja 2018].

² Badania przeprowadzone zostały przez autorkę w ramach pracy dyplomowej Executive MBA pt. „Ochrona sygnalistów jako element budowania etycznego biznesu”, przygotowanej pod kierunkiem dr hab. Ewy Mazur-Wierzbickiej, prof. nadzw. US w Instytucie Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk.



**Zbigniew
Gajewski**
ZWIĄZEK STOWARZYSZEŃ
RADA REKLAMY

Odpowiedzialny biznes reklamuje odpowiedzialnie

Nikt dokładnie nie policzył, ile reklam produktów i usług ukazuje się co roku w Polsce. Nie biorąc pod uwagę tych pomniejszych, co najmniej kilkadziesiąt tysięcy. Reklama jest zatem wszędzie. Wypełnia przestrzeń publiczną i kształtuje nasz świat. Dlatego nie jest społecznie obojętne, w oparciu o jakie reguły się to odbywa.

Mamy w Polsce przepisy prawa, które obowiązują wszystkich reklamodawców. Nie wolno wprowadzać konsumentów w błąd, łamać zasad uczciwej konkurencji lub reguł współzycia społecznego. Niektóre branże muszą spełniać dodatkowe wymogi chroniące konsumentów, na przykład usługi finansowe oraz produkcja żywności. Są też produkty czy usługi, których w ogóle nie wolno reklamować (mocny alkohol, leki na receptę i pomoc prawna). W tak określonych granicach zostaje nam naprawdę duża przestrzeń wolności. Ale czy to oznacza, że wolno wszystko?

Europejskie środowisko komunikacji marketingowej, w tym reklamowej, od dziesięcioleci wie, że nadużywanie swobody wypowiedzi na tym polu zazwyczaj prowadzi do wzrostu regulacji państwa. Dlatego już w latach 30. ubiegłego wieku dobrowolnie przyjęto ono zasady wykraczające poza obowiązki prawne, ale uwzględniające interes publiczny. Pierwszy poważny kodeks samoregulacyjny stworzyła Międzynarodowa Izba Handlowa Reklamy i Praktyki Marketingowej w 1937 roku.

Polskie środowiska marketingowe rozpoczęły swoją przygodę z samoregulacją już w latach 90. Dziś mogą pochwalić się niemałym dorobkiem, który rozwija działający od 2006 roku Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy. System korzysta z najlepszych doświadczeń i standardów wypracowanych przez Europejskie Stowarzyszenie Standardów Reklamowych (EASA Alliance), którego Rada Reklamy jest członkiem. Samoregula-

cja w Unii Europejskiej ma wysoką pozycję, a jej efekty stale monitoruje Komisja Europejska, która corocznie bada raporty organizacji członkowskich EASA dotyczące spełniania kryteriów skutecznej samoregulacji.

Naszymi członkami są stowarzyszenia branżowe reprezentujące trzy grupy uczestników rynku reklamowego: reklamodawców, agencje promujące i media, a także firmy-sygnatariusze Kodeksu Etyki Reklamy. Rada Reklamy promuje zasady adresowane do przedsiębiorców zajmujących się komunikacją marketingową w Polsce oraz polskich przedsiębiorców komunikujących się z konsumentami za granicą. Są one zapisane w Kodeksie Etyki Reklamy.

O przestrzeganie Kodeksu dba przede wszystkim Komisja Etyki Reklamy. To grupa 30 niezależnych w swych ocenach arbitrów reprezentujących cały rynek reklamowy. Rola arbitrów polega na ocenie skarg konsumentów, innych przedsiębiorców oraz instytucji publicznych na konkretne przekazy reklamowe, które zdaniem tychże są, najogólniej mówiąc, nieetyczne.

Ile takich skarg ocenia Komisja Etyki Reklamy? W pierwszych latach istnienia nawet po kilka tysięcy rocznie, w ostatnich trzech średnio po 300. Jednak to nie liczba rozpatrzonych skarg sprawia, że organizacje konsumenckie, regulatorzy oraz samo środowisko reklamowe uznają znaczącą i wiodącą rolę Komisji w kształtowaniu odpowiedzialnej komunikacji marketingowej w Polsce. Ten wpływ mają bowiem publikowane na stronie Rady Reklamy uchwały Komisji. To one formatują rynek i wyznaczają granice tego, co przyzwoite, a co już wykracza poza społeczną odpowiedzialność w reklamie.

Jak to się ma do odpowiedzialności w komunikacji marketingowej całego biznesu w Polsce? Większość środowisk biznesowych nasze standardy zna i akceptuje. Ich naruszenia najrzadziej zdarzają się międzynarodowym korporacjom, nieco częściej dużym polskim firmom.

Wizerunek całego środowiska obciąża natomiast kilka branż, które uprawiają marketing balansujący na granicy prawa i dobrych obyczajów. Najczęściej ich reklamy wprowadzają konsumentów w błąd, bo firmy przypisują w nich swoim produktom lub usługom nadmiernie optymistyczne cechy. W tym przypadku prędzej czy później państwo wprowadzi swoje przepisy, chyba że nastąpi autorefleksja i skuteczna samoregulacja.

Wobec rosnącej presji społecznej od początku ubiegłego roku Komisja Etyki Reklamy ocenia przekazy reklamowe nie tylko sygnatariuszy Kodeksu Etyki Reklamy (jest ich obecnie kilkuset), ale też wszystkich innych reklamodawców. Ci drudzy, znacznie liczniejsi, po nadejściu wniosku konsumenta są zawsze zapraszani do skorzystania ze ścieżki postępowania identycznej jak dla sygnatariuszy. I zgadza się na to 98% z nich. A zatem, generalnie całe środowisko reklamowe uznaje Komisję jako organ uprawniony do oceny, czy zasadne są krytyczne opinie adresatów reklam (lub innych działań marketingowych), nadsyłane do Rady Reklamy.

Ten wysoki wskaźnik akceptacji roli Komisji Etyki Reklamy jest, moim zdaniem, wyrazistym wskaźnikiem odpowiedzialności społecznej polskiego biznesu. Liczymy na to, że te 2% firm odrzucających nasze zaproszenia dostrzeże wspólnotę interesu z większością respektującą zasady odpowiedzialnej komunikacji marketingowej.



Marta Górska
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU



Karolina Dawidziuk
ZASTĘPCA DYREKTORA
DEPARTAMENTU EDUKACJI I
KOMUNIKACJI,
GŁÓWNY URZĄD
STATYSTYCZNY

#SustainHack – hakowanie dla SDGs

Nowe technologie stanowią dziś nieodłączną część codzienności. Zdecydowanie wprowadzają w naszym życiu zmiany, które odczuwamy na wielu płaszczyznach. Za sprawą ich niezwykle dynamicznego rozwoju, implementacja rozwiązań technologicznych – nieustannie zmienia zarówno biznes, jak i pozostałe obszary, w których funkcjonujemy.

Nie zawsze jednak należy być programistą, żeby móc włączyć się w proces tworzenia nowych aplikacji czy funkcjonalności. Od kilku lat znaczącą popularność zdobywają konkursy w formie hackathonów, których nieocenioną wartością jest interdyscyplinarność członków zespołu. Powstają tak zwane kreatywne społeczności składające się z programistów, grafików, inżynierów, marketingowców, startupowców i innych osób, których celem jest znalezienie pomysłów i wypracowanie rozwiązań odpowiadających na wyzwania postawione przez firmy w określonym czasie i miejscu. Istotną rolę odgrywa tu również element rywalizacji pomiędzy zespołami oraz mentoring z różnych dyscyplin tematycznie związanych z konkursem. Samo określenie hackathon powstało z połączenia dwóch angielskich słów: hack i marathon, a po raz pierwszy zostało użyte w latach 90. XX wieku.

W 2018 roku Forum Odpowiedzialnego Biznesu, wychodząc naprzeciw tym trendom, zorganizowało **#SustainHack**, czyli pierwsze w Polsce połączenie interdyscyplinarnego maratonu technologiczno-biznesowego, *hackathonu*, oraz konkursu *idea challenge*. #SustainHack miał zasięg ogólnopolski i zorganizowany był w formie wyzwania online, co pozwoliło na udział w konkursie bez względu na lokalizację uczestników, jednocześnie zmniejszony został ślad węglowy. Punktem wyjścia #SustainHack było powiązanie wyzwań firm z siedemnastoma

Zaprogramowani na zrównoważony rozwój kodujSDG.stat.gov.pl

Dostarczanie rzetelnych i obiektywnych informacji o sytuacji społeczno-gospodarczej kraju to misja Głównego Urzędu Statystycznego. Na podstawie tych danych władze publiczne i przedsiębiorcy mogą podejmować strategiczne decyzje. Aktualnie wyzwaniem dla wszystkich decydentów są Cele Zrównoważonego Rozwoju. Rola GUS w tym obszarze jest bardzo istotna – na poziomie kraju jesteśmy instytucją odpowiedzialną za raportowanie wskaźników. Jednocześnie dbamy o to, aby wskaźniki były zasilane obiektywnymi, rzetelnymi danymi wysokiej jakości.

Jako instytucja publiczna widzimy potrzebę podejmowania działań na rzecz promocji SDGs. Ich celowość jest szczególnie uzasadniona, kiedy pokrywają się one z naszymi zadaniami statutowymi – w tym przypadku z edukacją statystyczną. Zależy nam na budowaniu w społeczeństwie świadomości, jak istotne jest w obecnych czasach korzystanie z oficjalnych danych statystycznych. Dlatego też zorganizowaliśmy maraton programowania – hackathon, który w niekonwencjonalny sposób połączyliśmy z tematem zrównoważonego rozwoju. Forma takiego konkursu motywuje, pobudza wyobraźnię uczestników, a nam – statystykom – pokazuje inne spojrzenie na otaczającą nas rzeczywistość i rozwiązania, które pomagają otworzyć Urząd na realizowanie potrzeb określonych grup społecznych.

Naszym założeniem było zebranie w jednym miejscu osób o różnych profesjach, pasjonujących się programowaniem, projektowaniem i analizą danych – osób, które zainteresujemy problemami całego świata. Zapewniliśmy opiekę merytoryczną, dostęp do danych, świetną atmosferę do pracy i wraz z mentorami oraz jury oczekiwaliśmy inspirujących rozwiązań w postaci prototypu przystępnej aplikacji webowej, która za-

Celami Zrównoważonego Rozwoju oraz tzw. podejście hakerskie, czyli ciekawość i niekonwencjonalność w tworzeniu rozwiązań z zastosowaniem sztuki kodowania. Pozwoliło to pozyskać unikalne i atrakcyjne do zastosowania pomysły. Projekt został zrealizowany we współpracy z firmą ChallengeRocket. Bank BGŻ BNP Paribas i Kompania Piwowarska jako pierwsze firmy w Polsce zdecydowały się na nową formę działania poprzez partnerstwo w konkursie.

Bank BGŻ BNP Paribas poprzez deklarację swojego wyzwania postawił na realizację **9. i 10. z Celów SDG. Punktem wyjścia miały być rozwiązania dążące do wyrównywania szans między innymi osób starszych w dostępie do produktów i usług bankowych w dobie postępującej digitalizacji.** Decyzją jury, najciekawszym rozwiązaniem została aplikacja Łatwo-bezpiecznie-internetowo, która eliminuje trudności, jakie stwarzają współczesne technologie osobom starszym w korzystaniu z bankowości internetowej i sprawnym korzystaniu z tychże technologii w codziennym życiu.

Wyzwanie postawione przez Kompanię Piwowarską opierało się na realizacji **3. Celu SDG: zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt.** Wynikiem prac zespołów miały być **innowacje pozwalające na ograniczenie zjawiska nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.** W ocenie jury, najtrafniejszą odpowiedzią był projekt Chatbot Kompan, który na bieżąco przypomina na przykład o picciu wody i jedzeniu podczas spożywania alkoholu oraz o zasadach bezpiecznego powrotu użytkownika do domu.

Ideą #SustainHack była wrażliwość na potrzeby i skłonności drugiego człowieka, wyjście poza podstawowe funkcje usług i produktów oferowanych przez firmy i dostosowanie ich do potrzeb określonej grupy. Dotychczas bierni interesariusze zostali zaproszeni do współtworzenia nowej wartości. Bez wątpienia taka otwartość biznesu jest innowacją niezbędną w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju.

chęci młodzieży do zapoznania się Celami Zrównoważonego Rozwoju i do korzystania z danych statystycznych w szkole, na studiach i w życiu zawodowym.

Rozwiązania grup były zaskakujące – wygrał zespół Statistical Technical Girls, który opracował prototyp gry „El Presidente”. Gracz wciela się w postać prezydenta i podejmuje strategiczne decyzje oparte właśnie na analizie danych. Nieocenionym głosem doradczym prezydenta jest postać GUS-tawa, który w zgodzie z Celami Zrównoważonego Rozwoju weryfikuje ich trafność.

Gra dostępna na stronie GUS popularyzuje ideę zrównoważonego rozwoju.



**Agata
Gruszecka-Tieśluk**
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

CSR w badaniach w roku 2018

Rok 2018 minął pod znakiem wielu ważnych wydarzeń, spośród których na szczególną uwagę zasługują obchody stulecia odzyskania niepodległości przez Polskę, wywalczenia przez kobiety praw wyborczych oraz kontrowersyjny szczyt klimatyczny w Katowicach. Dlatego w poniższym tekście odnaleźć można nie tylko analizy związane bezpośrednio z kondycją społeczną odpowiedzialności biznesu, lecz również badawcze nawiązania do najważniejszych wydarzeń w kraju i na świecie. Nie sposób opisać tu jednak wszystkich wartościowych analiz. Tekst ten jest jedynie subiektywnym przeglądem najistotniejszych badań z 2018 roku z punktu widzenia CSR.

ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA POLAKÓW

Kwestie ochrony środowiska i poszukiwania rozwiązań proekologicznych są jedną z coraz częściej wskazywanych przez konsumentów i samych liderów biznesu powinności dla sektora prywatnego (por. np. *GlobeScan, Sustain Ability, The 2017 Climate Survey: Evaluating Progress on Climate Change*, 2017). Jednak świadomość ekologiczna samych konsumentów pozostawia wiele do życzenia, o czym świadczą liczne badania (np. Maison D., Marchlewska M., *Nienieodpowiedzialni.pl na zlecenie ANG Spółdzielni, Czy Polacy są odpowiedzialnymi konsumentami?*, 2017).

Niemniej jednak wydaje się, że duży nacisk położony w mediach na kwestie klimatyczne w 2018 roku zmusił zwykłych obywateli do refleksji. Świadczyć o tym mogą między innymi badania CBOS, według których aż 84% Polaków deklaruje, że ma wiedzę o zagrożeniach dla środowiska. **Do najgroźniejszych zjawisk badani zaliczają przede wszystkim zanieczyszczenie**

środowiska – tę odpowiedź wskazuje aż trzy czwarte (75%) respondentów. **Zmiany klimatu zajmują na tej liście czwarte miejsce** (37% wskazań). Wyżej znalazło się stosowanie w produktach spożywczych związków chemicznych i modyfikacji genetycznych (53%) oraz choroby cywilizacyjne (39%). Jako mniej groźne zjawiska wskazywano ubóstwo (30%), wyczerpywanie się nieodnawialnych źródeł energii (18%) oraz rosnącą liczbę ludzi na świecie (10%).

Trochę wyższe szacunki podają międzynarodowe badania Instytutu YouGov dla Europejskiego Banku Inwestycyjnego (EBI), według których aż **75% polskich obywateli odczuwa zaniepokojenie zmianami klimatu**. To tylko trochę mniej niż wynosi średnia dla Unii Europejskiej (78%). Warto również dodać, że w większości państw europejskich młodsze pokolenie jest bardziej świadome zmian klimatu niż starsze. W Polsce jest odwrotnie: 48% Polaków w wieku od 35 do 54 lat uważa, że zmiana klimatu jest bezpośrednim zagrożeniem dla ludzkości, natomiast wśród ludzi w wieku od 18 do 34 lat ten odsetek jest niższy i wynosi 34%, co więcej: aż 60% Polaków twierdzi, że zmiana klimatu wpłynie negatywnie na ich finanse, pewnie dlatego wśród postanowień Polaków na 2019 rok związanych ze zmianą klimatu pojawiły się recykling, mniejsze zużycie energii oraz mniej odpadów (EBI).

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY BIZNES W 2018 ROKU

Na początku 2018 roku ukazał się również raport z dziesiątej edycji badania *BSR Annual Survey of Sustainable Business Leaders*, przeprowadzonego we współpracy z GlobeScan. W publikacji przyjrano się kluczowym wyzwaniom związanym ze zrównoważonym rozwojem stojącym przed 152 firmami z całego świata współpracującymi z organizacją BSR. Liderzy badanych organizacji za pięć najważniejszych kwestii CSR uznali: etykę/spójność korporacyjną (76% wskazań jako wysoki priorytet), różnorodność i włączanie (71%), zmiany klimatu (70%), prawa człowieka (66%) i wzmocnienie pozycji kobiet (58%). Takie wyniki nie dziwią, zwłaszcza w kontekście zmian politycznych i społecznych, a także zagrożeń środowiskowych – zmiany klimatu stały się faktem, na który także biznes musi znaleźć odpowiedź. **I choć wciąż główną motywacją do zajmowania się kwestiami zrównoważonego rozwoju jest potrzeba skutecznego zarządzania ryzykiem (zwłaszcza ryzykiem reputacyjnym), a nie zarządzanie wartościami, to CSR powinien zdecydowanie być włączony do strategii biznesowej.** I tu z pomocą przychodzą procesy angażujące interesariuszy oraz wytyczne SDG będące kierunkowskazem dla działań z zakresu CSR.

Inspiracją dla biznesu mogą być przykłady inicjatyw firm, które **w badaniach *GlobeScan SustainAbility Leaders Survey* zostały uznane za globalnych liderów społecznej odpowiedzialności, a wśród nich Unilever, Patagonia, Interface, IKEA oraz Marks & Spencer.** Respondentami było ponad 700 ekspertów z różnych krajów, różnych sektorów, w różnym wieku i z różnym doświadczeniem. Co ciekawe, umiejscowili oni sektor prywatny dopiero na 7. miejscu (z 10) na liście instytucji mających w opinii badanych największy wkład w realizację agendy zrównoważonego rozwoju. Wyżej znalazły się organizacje pozarządowe, przedsiębiorstwa społeczne oraz inicjatywy międzysektorowe. Najmniejszy wkład miały zdaniem ekspertów rządy narodowe i międzynarodowe instytucje finansowe. Szkoda jedynie, że w badaniu nie pojawiły się bardziej pogłębione opinie dotyczą-

ce między innymi oczekiwać w stosunku do zaangażowania biznesu.

ZAUFANIE DO BIZNESU

Za kierunkowskaz dla społecznie odpowiedzialnego biznesu mogą także posłużyć wyniki najnowszego badania *Edelman Trust Barometr*, które pokazują, że **rośnie zaufanie do sektora prywatnego w większości badanych państw, także w naszym kraju**. I choć Polacy są nadal jednym z najbardziej nieufnych narodów (5. miejsce od końca, czyli trzy pozycje wyżej w stosunku do wcześniejszej edycji badania), to w Polsce pracodawcom ufa 68% badanych, co daje wynik aż o 12 punktów procentowych wyższy niż poprzednio. Dodatkowo w skali globalnej pracownicy są wciąż jedną z najbardziej wiarygodnych grup społecznych, ciesząc się 72-procentowym zaufaniem. W Polsce zaufanie to znajduje się na równie wysokim poziomie – 68%, a w ciągu ostatnich dwóch lat wzrosło aż o 12 punktów.

Jakie wnioski dla biznesu płyną z tego badania? Po pierwsze, dzięki dobrze opracowanej komunikacji **przedsiębiorstwa mogą stać się w ciągu najbliższych lat wiarygodnymi źródłami informacji**, szczególnie w obliczu znacząco postępującego spadku zaufania do mediów, w tym także społecznościowych. Po drugie, warto inwestować w komunikację z pracownikami, będącymi ambasadorami firmy. Dobrym pomysłem jest także wolontariat pracowniczy i **współpraca z organizacjami pozarządowymi, które odnotowują rekordowe zaufanie Polaków** (w porównaniu z poprzednim badaniem wzrosło ono aż o 6 punktów procentowych, z 48 do 54%, i jest najwyższe od siedmiu lat).

PROFESJONALIZACJA ZAWODU

Jeszcze kilkanaście lat temu zawód menedżera CSR praktycznie nie istniał, a zadania związane ze społeczną odpowiedzialnością organizacji przypisywane były działom komunikacji, PR czy HR. Tendencja ta się zmienia, co między innymi pokazują wyniki badania *State of the Profession* [2018] zrealizowane przez GreenBiz Group: z jednej strony pojawiają się oddzielne działy zajmujące się tą tematyką, **z drugiej zaś profesjonalności (sustainable professionals) coraz częściej zatrudniani są w innych departamentach, na przykład łańcucha dostaw**. Badania te pokazują więc, że CSR rzeczywiście powoli staje się elementem DNA firm.

Warto dodać, że w 2019 roku będą trwały prace nad nową odsłoną badań *FOB Menedżerowie CSR*, która pozwoli na częściowe odniesienie wyników tego międzynarodowego badania do polskiego kontekstu.

RÓŻNORODNOŚĆ MA ZNACZENIE

Rok 2018 to kolejne dwanaście miesięcy, w których bardzo dużą uwagę zwracano na kwestie różnorodności i włączania w miejscu pracy. Pojawiło się także wiele badań dotyczących tej tematyki. Podzielić je można na dwie kategorie. Z jednej strony pokazują one, że różnorodność po prostu się opłaca i mądry pracodawca to ten, który umie nią zarządzać. Z drugiej zaś strony jest wiele badań obrazujących, że społeczeństwo globalne się zmienia, pojawiają się konkretne oczekiwania płynące do pracodawcy od różnych grup społecznych: różnorodność jest więc faktem, a zarządzanie nią – koniecznością.

ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ SIĘ OPŁACA

Najnowsze badanie *McKinsey & Company Delivering through diversity* wskazuje na **pozytywny wpływ różnorodności w miejscu pracy na wyniki finansowe firmy**. Wykazana została tutaj statystycznie istotna korelacja pomiędzy bardziej zróżnicowanym zespołem kierowniczym a bilansem finansowym. Patrząc na podsumowanie badań, firmy z kobietami na stanowiskach kierowniczych miały o 21% większe szanse na lepsze efekty w zakresie rentowności oraz 27% częściej osiągały lepsze wyniki. Jednak zdaniem autorów badania, nie tylko płeć ma znaczenie. Na rentowność pozytywnie wpływają również zespoły zróżnicowane kulturowo i etnicznie. Dlatego właśnie przebadane organizacje nadal szukają sposobów na skuteczne zarządzanie różnorodnością, aby tym samym wesprzeć swój rozwój i kreację wartości firmy. Warto wspomnieć, że badanie było przeprowadzone wśród ponad 1 tys. organizacji w 12 krajach na całym świecie. Dodatkowo zostało ono uzupełnione o 17 pogłębionych studiów przypadku.

ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ JEST KONIECZNE...

...bo zmienia się styl pracy

W badaniach *Global Human Capital Trends* (Deloitte) wskazanych zostało 10 kluczowych trendów związanych z szeroko rozumianym kapitałem ludzkim. Główny nacisk położony został na **rosnące znaczenie potrzeby zindywidualizowanego podejścia do pracowników**, zarówno jeśli chodzi o ścieżki kariery, modele pracy ukierunkowane na nowe wyzwania i doświadczenia, jak i na zaspokajanie pozazawodowych potrzeb (rozwoju duchowego, aktywności społecznej itd.). Pracownicy przyswoili to osoby świadome swoich potrzeb, rozwijające własne pasje i doceniające życie prywatne, które obecnie przenika się z życiem zawodowym (od work-life balance do work-life blending/integration) za sprawą dostępności pracy w domu i obecności życia prywatnego w pracy.

Do podobnych wniosków doszli autorzy polskiego badania AKTYWNI+ *Praca w życiu, życie w pracy* (Gumtree 2018), którzy uważają, że **u większości Polaków granice między życiem prywatnym a zawodowym się zacierają**. Zjawisko work-life integration nie jest już marginalne. Wpływ na to mają przede wszystkim nowe technologie i social media – w trakcie pracy rozmawiamy z rodziną i robimy zakupy. W czasie wolnym – odbieramy służbowe e-maile i telefony. Z drugiej zaś strony, wyniki pokazują, że większość przebadanych pracodawców (52%) oczekuje od pracownika stałej dostępności. Taka sytuacja wywołuje zróżnicowane opinie wśród badanych – mniej więcej po połowie rozkładają się głosy zadowolenia z mieszania się sfery prywatnej i zawodowej z tymi, które oczekują jasnego podziału na pracę i czas wolny (okolo 60% badanych).

...bo zmieniają się role społeczne kobiet i mężczyzn

Wskazują na to między innymi wyniki badań *Equal Lives* (Business in the Community), według których **mężczyźni chcieliby być bardziej obecni w życiu swoich dzieci** (aż 85% z nich twierdzi, że powinni być tak samo zaangażowani w wychowanie dzieci jak kobiety) **oraz przejmować większą odpowiedzialność za opiekę nad osobami starszymi, które są od nich zależne. Jednak obecna polityka, społeczne oczekiwania i rozwiązania**

w miejscu pracy stanowią znaczące bariery w realizacji tych potrzeb. Przebądani mężczyźni deklarują, że dwa razy częściej niż od kobiet pracodawcy oczekują od nich, że obowiązki służbowe zostaną przedłożone ponad potrzeby życia prywatnego. Dwóch na trzech mężczyzn zapewnia, że chętnie wykorzystaliby oni istniejące rozwiązania na rzecz rodziny, jeśli nie wpłynęłoby to na ich sytuację zawodową (ale takiej gwarancji nie mają).

Co ciekawe, potrzeba zaangażowania się w opiekę nad dziećmi przez mężczyzn zależy od wieku badanych. Ukazują to międzynarodowe badania *Gender Diversity Survey* (The Boston Consulting Group) – **młodszy mężczyźni znacznie częściej niż starsi wysoko oceniają znaczenie takich inicjatyw, jak równość przy urlopie wychowawczym czy zapewnienie dzieciom opieki.** Pod tym względem są w swoich opiniach bardzo zbliżeni do kobiet, natomiast dla starszych respondentów te rozwiązania są znacznie mniej istotne. Młodszy mężczyźni chętniej też deklarują, że zmienią panujące w ich zespołach standardy i zachowania, aby poprawić elastyczność pracy. Są gotowi przebudować harmonogram rutynowych spotkań, przemysleć podział pracy w zespole oraz ocenić pracę na podstawie wyników, a nie godzin spędzonych w biurze. Jest to więc wyraźny znak dla pracodawców, że rozwiązania prorodzinne winny być kierowane nie tylko do kobiet.

Rozważając zagadnienie zmieniających się potrzeb, a także rolę kobiet i mężczyzn, warto również spojrzeć na badania z polskiego podwórka. Raport **Współczesne Polki i Polacy: nowe role, nowe wyzwania** (Maison & Partners) ukazuje, że zarówno dla kobiet, jak i dla mężczyzn posiadanie szczęśliwej rodziny jest wartością numer jeden, choć procent wskazań jest różny (53% dla kobiet, 41% dla mężczyzn). Badania te opisują również różnice pokoleniowe w postrzeganiu życia zawodowego i rodzinnego. Młodsze kobiety (30-, 40-latk) stawiają na rozwój, samorealizację, starsze (55+) zaś na rodzinę. Jeśli chodzi o mężczyzn, szczęśliwa rodzina i dzieci są priorytetem dla najmłodszych mężczyzn (częściej niż dla młodszych kobiet), dopiero starsi respondenci zwracali większą uwagę na pracę (40-latkowie). W odniesieniu do życia zawodowego widać zatem zmianę pokoleniową zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn. Za tym przeobrażeniem potrzeb wciąż nie nadążają uwarunkowania społeczne. **Chcące rozwijać się zawodowo kobiety nadal odczuwają dyskryminację i nie czują się doceniane w miejscu pracy** (szczególnie kobiety w wieku od 25 do 34 oraz od 45 do 54 lat). Towarzystwem im także lęk przed zmianą pracy oraz problemem z pogodzeniem pracy i obowiązków rodzinnych.

Patrząc na wyniki powyższych badań, już teraz pracodawcy muszą mierzyć się z różnymi potrzebami różnych generacji w jednym miejscu pracy. Zarządzanie różnorodnością ma zatem obecnie charakter wielowymiarowy (nie tylko płeć, ale także wiek, rasa, orientacja seksualna i in.), a w przyszłości stanie się jednym z głównych wyzwań dla pracodawców.

TRENDY PRZYSZŁOŚCI

Na koniec warto krótko wspomnieć o zarysowujących się trendach ważnych z punktu widzenia CSR. Jednym z nich jest **robotyzacja**. Jak pokazują międzynarodowe badania Deloitte *Annual Global Robotic Survey*, coraz więcej firm już w niedalekiej przyszłości będzie stawiało na automatyzację procesów z wykorzystaniem robotów. Według deklaracji badanych, kadra kierownicza odchodzi bowiem od strategii stawiających

sobie za cel redukcję kosztów, na rzecz zwiększonej produktywności, lepszego doświadczenia klienta i możliwości zapewnienia automatyzacji na większą skalę. I choć nadal pojawia się wiele barier związanych z tym procesem, to z punktu widzenia społecznej odpowiedzialności warto postawić sobie już teraz kilka kluczowych pytań: o zastępowanie ludzi maszynami, o przystosowanie ludzi do nowej, zdigitalizowanej pracy czy wreszcie o etyczny wymiar pracy z wykorzystaniem robotów i sztucznej inteligencji.

Omówione badania

- CBOS, Polacy wobec zmian klimatu, 2018, https://www.cbos.pl/SPI-SKOM.POL/2018/K_158_18.PDF [dostęp: 15 stycznia 2019]
- Deloitte, Annual Global Robotics Survey, 2018, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/technology/articles/raport-roboty-sa-gotowe-do-pracy.html> [dostęp: 15 stycznia 2019]
- Deloitte, Global Human Capital Trends, 2018, https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/HCTrends2018/2018-HC-trends_Rise-of-the-social-enterprise.pdf [dostęp: 15 stycznia 2019]
- Edelman, Edelman Trust Barometer, 2018, <https://www.edelman.com/trust-barometer> [dostęp: 15 stycznia 2019]
- European Investment Bank, Postanowienia Polaków dotyczące klimatu na rok 2019: recykling, mniejsze zużycie energii, mniej odpadów, 2018, http://www.eib.org/attachments/press/2019-01-11_pl_v02f-eib-climate-survey_media-brief-3_141218.pdf [dostęp: 15 stycznia 2019]
- European Investment Bank, Ankieta EBI dotycząca klimatu, 2018, <http://www.eib.org/attachments/press/2018-12-10-1st-survey-poland-pl.pdf> [dostęp: 15 stycznia 2019]
- GlobeScan, SustainAbility Leaders Survey, 2018, <https://globescan.com/2018-sustainability-leaders-report/> [dostęp: 15 stycznia 2019]
- GlobeScan, BSR, Annual Survey of Sustainable Business Leaders, 2018, http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2018/09/BSR_Globescan_State_of_Sustainable_Business_2018.pdf [dostęp: 15 stycznia 2019]
- GreenBiz Group, State of the Profession, 2018, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2018/11/State-of-the-Profession-2018-Report.pdf> [dostęp: 15 stycznia 2019]
- Gumtree, AKTYWNI+ Praca w życiu, życie w pracy, 2018, http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2018/07/Raport__SDK-2018.pdf [dostęp: 15 stycznia 2019]
- Maison & Partners. Współczesne Polki i Polacy: nowe role, nowe wyzwania, 2017, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2018/03/Wsp%C3%B3%C5%82cze%C5%9Bni-Polacy-i-Polki-nowe-role-nowe-wyzwania-wyniki-badania.pdf> [dostęp: 15 stycznia 2019]
- McKinsey & Company, Delivering through diversity, 2018, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2018/01/Delivering-through-Diversity-web-final.pdf> [dostęp: 15 stycznia 2019]
- The Boston Consulting Group, Global Gender Diversity Survey, 2018, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/karta-roznorodnosci/aktualnosci-karta/meczyzni-pokolenia-millennialsow-chca-rownosci-rynku-pracy-kobietami/> [dostęp: 15 stycznia 2019]
- The Boston Consulting Group, Gender Diversity Survey, 2017, <https://www.bcg.com/publications/2017/people-organization-behavior-culture-how-millennial-men-can-help-break-glass-ceiling.aspx> [dostęp: 15 stycznia 2019]



ŁAD ORGANIZACYJNY



46 praktyk nowych

37 praktyk długoletnich

51 firm



d kwestii etycznych Forum Odpowiedzialnego Biznesu rozpoczęło cykl spotkań tematycznych w ramach

Rady Odpowiedzialnego Przywództwa w 2018 roku. „Postępowanie etyczne to takie, które oparte jest na wartościach głęboko humanistycznych, takich jak godność, szacunek i rozwój” – to wstęp do pierwszej rekomendacji opracowanej przez prezesów i członków zarządów firm partnerskich FOB działających w Radzie. Zmiana w organizacji ma się zaczynać od etyki biznesu. „Trwałe fundamenty etyczne, mające swoje odzwierciedlenie w misji i wartościach organizacji, są niezbędną bazą do zarządzania zgodnie z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu” – mówiła wówczas Dominika Bettman, prezeska Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Podobny obraz wyłania się z analizy dobrych praktyk zgłoszonych do obszaru ładu organizacyjnego. Spośród zakwalifikowanych 83 praktyk (46 nowych, 37 długoletnich) działania firm z kategorii etyki oraz compliance stanowią najliczniejszą grupę i odpowiadają ponad 50% wszystkich inicjatyw. Częstotliwość przyporządkowania 16. SDG („pokój, sprawiedliwość i silne instytucje”), spójnego z etycznym postępowaniem, także odzwierciedla przewagę tych kategorii. Ukazuje również duże znaczenie etyki dla procesów zarządczych. To pozytywny trend, który obecny był też w poprzednich edycjach Raportu.

Tegoroczne praktyki z zakresu etyki oraz compliance dotyczą w dużej mierze tworzenia i wdrażania narzędzi oraz instrumentów umożliwiających działanie zgodnie z przyjętymi przez firmę zasadami i wartościami. W podejmowanych inicjatywach uwidacznia się konieczność uwrażliwiania pracowników na kwestie przejrzystości i przyjmowanie odpowiednich postaw w sytuacjach niepożądanych (działania w miejscu pracy, łączące się z 8. SDG, dotyczą blisko 30 nowych praktyk). Do tych aktywności należą m.in.: kodeksy etyki i postępowania, kodeksy antykorupcyjne, infolinia do zgłaszania nadużyć, systemy

i procedury zgłaszania nieprawidłowości oraz kampanie zwiększające świadomość na temat istniejących przepisów. Dominująca liczba praktyk z kategorii etyki, a także compliance potwierdza pogląd, że strategiczne zarządzanie powinno rozpoczynać się od zbudowania etycznych fundamentów. Działania te z kolei są podstawą do takich aktywności z zakresu CSR, jak dialog z interesariuszami, raportowanie oraz zarządzanie, obecnych również w obszarze ładu organizacyjnego.

W kategorii zarządzania znajduje się 17 dobrych praktyk (13 nowych, 4 długoletnie). Spośród praktyk zgłoszonych po raz pierwszy 5 dotyczy przygotowania lub aktualizacji strategii społecznej odpowiedzialności biznesu. Pojawiają się również działania skierowane do wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji, służące przybliżeniu interesariuszom zarządzania zgodnie z zasadami CSR.

Raportowanie obejmuje w tegorocznej edycji 11 praktyk (5 nowych, 6 długoletnich). Szukanie nowych sposobów prezentacji danych i wyróżnienia się stanowi widoczny trend wśród firm, które po raz kolejny przygotowują raport. Należy również stwierdzić za ubiegłorocznym podsumowaniem, że poza nielicznymi wyjątkami, w kategorii raportowania kwestia nowej dyrektywy nie znajduje odzwierciedlenia. Najmniej praktyk z obszaru ładu organizacyjnego zawiera kategoria: dialog z interesariuszami. Zakwalifikowanych zostało 9 praktyk (5 nowych, 4 długoletnie). Podobnie jak rok temu z przewagą spotkań zrealizowanych zgodnie z zasadami standardu AA1000SES.

ŁAD ORGANIZACYJNY



Liczba zatrudnionych pracowników w 2018 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie



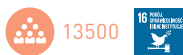
Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 217

COMPLIANCE

Firmy dbają o wprowadzanie i przestrzeganie polityk bezpieczeństwa. **Allegro** opracowało nowe polityki dotyczące bezpieczeństwa fizycznego, prawa konkurencji, ochrony danych osobowych oraz przeciwdziałania praniu brudnych pieniędzy, kontroli eksportu i sankcji finansowych. Zasady zostały zebrane w dokumencie pod nazwą **Safe Enough**. Następnym implementacji rozwiązań było przeprowadzenie cyklu szkoleń obowiązkowych z zakresu polityki Safe Enough, którymi objęto wszystkich zatrudnionych. Dodatkowo przyjęto, że będą one dotyczyć także każdego nowego pracownika. Firma planuje wprowadzić szkolenia e-learningowe, szkolenia uzupełniające na żywo i testy wiedzy z poszczególnych obszarów Safe Enough.



Przed podjęciem współpracy z podmiotem zewnętrznym w ramach procesu **Compliance due diligence Orange Polska** dokonuje szeregu czynności mających na celu minimalizację ryzyka współpracy. We wstępnej ocenie (etap pierwszy procesu) identyfikowane są potencjalne problemy, tzw. czerwone flagi, dla obszarów wrażliwych z punktu widzenia współpracy z danym podmiotem. Dalej zostają one poddane pogłębionej i szczegółowej analizie. W ramach drugiego etapu procesu dokonywane są konkretne czynności weryfikujące i analityczne. Przeprowadzenie takiej weryfikacji jest podstawą do opracowania raportu z wynikami badania partnera oraz rekomendacjami dotyczącymi dalszego postępowania w zakresie współpracy.



W **Grupie Kapitałowej PGE** funkcjonuje jednolity program ułatwiający przestrzeganie prawa, czyli – **System Zarządzania Zgodnością**. System składa się z trzech podstawowych filarów: zapobieganie, identyfikacja nieprawidłowości i reagowanie. System odpowiada też na regulacje prawne, które odnoszą się do takich aspektów jak zapobieganie korupcji czy ochrona sygnalistów.



Compliance Week to wydarzenie organizowane cyklicznie od 2015 roku skierowane do pracowników **PZU**. W ramach akcji, organizowanej przez Biuro Compliance PZU, odbywają się wykłady, warsztaty oraz szkolenia poświęcone zasadom obowiązującym w Grupie PZU, najważniejszym zmianom

w przepisach prawa, wyzwaniom regulacyjnym i innym ważnych dla działalności PZU kwestiom. Rokrocznie uczestnikami Compliance Week jest około 600 osób.



Z myślą o edukacji pracowników w zakresie wewnętrznych regulacji, w dniach 5–8 lutego 2018 roku po raz pierwszy **Wonga.pl** przeprowadziła akcję informacyjną **Tydzień Compliance**. Każdego dnia poruszany był inny temat związany z compliance. Na koniec odbył się test wiedzy z regulacji, który wykonało 60% pracowników. Wyniki wyniosły od 70 do 100%.



Obowiązujące w **SITECH** „Zasady postępowania w koncernie Volkswagen” – poddawane regularnemu przeglądowi i aktualizacji – są elementem wdrożonej przez firmę polityki **compliance**. Dodatkowo w spółce wdrożone zostały wewnętrzne regulacje: Zapobieganie konfliktom interesów i korupcji, Przeciwdziałanie praniu pieniędzy, System Zarządzania Ryzykiem, Weryfikacja uczciwości i wiarygodności. Powołano także instytucję compliance officera. Firma corocznie bierze udział w Międzynarodowym Dniu Przeciwdziałania Korupcji.



W **SumiRiko Poland** cyklicznie przeprowadzane są szkolenia dla pracowników z zakresu **Kodeksu Postępowania w praktyce**. Pracownicy otrzymali kieszonkową wersję dokumentu, prowadzone są regularne szkolenia, a w gazecie zakładowej istnieje stała rubryka poświęcona zagadnieniom z zakresu Kodeksu. Każdy nowy pracownik odbywa szkolenie z zakresu Kodeksu Postępowania.



Firma **T-Mobile Polska** opracowała jasną dla pracowników **politykę dawania i przyjmowania prezentów** od dostawców, klientów i partnerów biznesowych. Każdy nowy pracownik jest z nią zapoznawany w trakcie szkolenia dla nowych pracowników.



Polityka **compliance** w **Volkswagen Motor Polska** to program zgodności z przepisami, regulacjami i etyką. Jasne reguły są wsparciem dla pracowników, pomagają zwiększać globalną i lokalną odpowiedzialność firmy. Volkswagen Motor Polska uznaje międzynarodowe konwencje, działa w zgodzie z własnymi deklaracjami oraz przyjmuje odpowiedzialność za swoje postępowanie. Wątpliwości w postępowaniu lub nieprawidłowości można zgłaszać do oficera compliance, którego obowiązuje zasada anonimowości.



DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Przez trzy dni **festiwalu Pol'and'Rock** strefę **Allegro** odwiedza ponad 30 tys. osób. Firma chciała skorzystać z tej okoliczności, aby rozwijać dialog ze swoimi klientami. Badanie percepcji interesariuszy zostało zrealizowane w ramach projektu dotyczącego raportowania niefinansowego Allegro według Standardu GRI.



Do udziału w **panelu interesariuszy ArcelorMittal Poland** w dwóch lokalizacjach: w Dąbrowie Górniczej i Krakowie, zaproszeni zostali partnerzy społeczni i biznesowi, w tym władze lokalne i stowarzyszenia mieszkańców, współpracujące z firmą szkoły oraz inne organizacje i instytucje zajmujące się jakością życia w regionie. Spotkanie odbyło się według standardu AA1000SES.



Panel interesariuszy jest realizowany w ramach jednego z obszarów Strategii ESG GK **PKP Energetyka**: bezpieczeństwo w każdej sytuacji. Prowadzony jest zgodnie z międzynarodowym standardem AA1000SES. Do udziału w wydarzeniu zapraszeni są przedstawiciele współpracujących z firmą organizacji.



Firma **SuperDrob** już po raz trzeci zorganizowała coroczne spotkanie ponad 15 organizacji społecznych. W ten sposób obie grupy – przedsiębiorcy i liderzy społeczni – lepiej rozpoznają swoje potrzeby, budują relacje, tworzą projekty dla dobra wspólnego. **SuperInicjatywy** to okazja do budowania relacji i wzmacniania potencjału stowarzyszeń, fundacji i innych podmiotów, które współpracują z firmą. Spotkaniom towarzyszą szkolenia dla zaproszonych instytucji dotyczące budowania marki NGO, prowadzone przez wewnętrznych ekspertów PR. Jednym z przykładów współpracy były półkolonie letnie „Wakacje z Pitagorasem 2017”.



Firma **TIM** zorganizowała pierwszy w swojej historii **dialog z interesariuszami** zgodnie z zasadami standardu AA1000SES. Wzięło w nim udział 20 osób. Wśród uczestników znaleźli się przedstawiciele klientów, dostawców, szkół i uczelni wyższych, władz lokalnych oraz partnerów społecznych. Zakres panelu obejmował: priorytety rozwoju biznesu, rolę społeczną firmy oraz transparentność i zakres dostarczanych przez TIM informacji. Równoległe z panelem, w którym wzięli udział interesariusze zewnętrzni, wśród pra-

cowników przeprowadzono intranetową ankietę poświęconą kierunkom i obszarom zaangażowania społecznego firmy.



ANG Spółdzielnia od 2014 roku prowadzi **dialog z interesariuszami** wewnętrznymi i zewnętrznymi. Celem sesji jest podsumowanie roku, poznanie oczekiwań interesariuszy, zdefiniowanie oczekiwań wobec kolejnego raportu zintegrowanego oraz przyszłych działań. Spotkania dialogowe prowadzone są przez zewnętrznych moderatorów w oparciu o międzynarodowy standard dialogu AA1000SES.



Bank BGŻ BNP Paribas cyklicznie organizuje merytoryczne spotkania dla kluczowych klientów z sektora MŚP i agro. **Rady Klientów** mają na celu nawiązanie bliższych relacji z klientami, poznanie ich oczekiwań i opinii wpływających na budowę przewagi konkurencyjnej banku. Od 2017 roku w ramach Rady prezentowane są młode spółki technologiczne, których rozwiązania mogą wesprzeć rozwój biznesu klientów banku. Nowa formuła umożliwia wymianę doświadczeń na linii: bank – klient oraz daje obu stronom globalne spojrzenie na otoczenie biznesowe i możliwość networkingu.



Dialog z interesariuszami jest prowadzony w **CCC** w cyklu dwuletnim według standardu AA1000SES i ma na celu poznanie potrzeb interesariuszy, ich oczekiwań oraz wymianę doświadczeń i poruszanie wyzwań istotnych dla firmy.



CEMEX Polska od początku działalności w Polsce prowadzi regularny **Dialog z interesariuszami**. Spotkania organizowane są w cementowniach spółki w Chetmie i w Rudnikach. Co roku podczas sesji firma rozmawia z interesariuszami i informuje ich o bieżących działaniach i planach biznesowych. W latach 2013–2017 przeprowadzono 18 spotkań według standardu AA1000SES, w których uczestniczyło ponad 600 interesariuszy.



Celem **sesji dialogowych „Wspólna droga”** jest poznanie potrzeb i oczekiwań oraz poinformowanie interesariuszy **Grupy Raben** o celach i kierunkach rozwojowych firmy. Działania podejmowane przez grupę są rezultatem prowadzonych rozmów z interesariuszami. Projekt realizowany jest w zgodzie ze standardem AA1000SES, a dyskusje prowadzone w formule okrągłego stołu. W 2018 roku zrealizowano ponad 75% zgłoszonych kwestii z 2017 roku. W największych lokalizacjach 2 spółek zor-



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

ganizowano 11 sesji dialogowych, do których zaproszono ponad 100 interesariuszy, którzy zgłosili około 200 postulatów.



Rada **Interesariuszy** działa od 2014 roku. W jej skład wchodzi członkowie Rad Dzielnic, Rad Soteckich, urzędnicy, eksperci akademicy, władze miasta i Zarząd **Zakładu Utylizacyjnego**. Jej celem jest regularna wymiana informacji i wspólne wypracowywanie strategii działań dla spółki na rzecz redukcji uciążliwości i bezpieczeństwa mieszkańców. W ramach dyskusji o gospodarowaniu odpadami wypracowano ideę budowy nowej hermetycznej kompostowni. Rada uczestniczy w konsultacjach projektów inwestycyjnych.



ETYKA

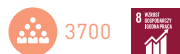
Procedura zgłaszania nieprawidłowości (tzw. whistleblowing) została wprowadzona w firmie **Allegro**. Proces pozwala każdemu pracownikowi chronić swoje miejsce pracy poprzez niedopuszczenie do eskalacji małych problemów i eliminowanie ich u źródła. W pierwszej kolejności zgłoszeniami zajmuje się chief security officer. Jeśli jednak nie będzie w stanie sam rozwiązać problemu, zwraca się do Komisji ds. Etyki w Allegro. Pracownicy zostali zapoznani ze ścieżką postępowania w przypadku naruszeń zasad etycznych.



Szkolenia „**Niepożądane sytuacje w relacjach pracowniczych**” są odpowiedzią na wdrożone w 2016 roku w firmie **Amica** narzędzia: Kodeks Etyki, nowe ścieżki zgłaszania nieprawidłowości (zewnętrzne i wewnętrzne), powołanie Komisji ds. Etyki. Uruchomiony cykl szkoleń stacjonarnych ma na celu edukację pracowników w zakresie postępowania w trudnych sytuacjach w miejscu pracy. Poszerza również wiedzę pomagającą rozpoznawać zjawiska, takie jak mobbing, dyskryminacja, molestowanie seksualne. W 2018 roku przeszkolono 1557 osób.



Citi Handlowy promuje zachowania zgodne z zasadami etycznymi i zachęca pracowników do zgłaszania wszelkich pytań i wątpliwości dotyczących działań nieetycznych, dyskryminacji w warunkach zatrudnienia i mobbingu, a także ewentualnych przypadków naruszenia **Zasad Postępowania Pracowników Citi**. Każdy pracownik jest zobowiązany do podpisania oświadczenia potwierdzającego zapoznanie się z dokumentem. Ponadto prowadzone są szkolenia i warsztaty ze znajomości poszczególnych aspektów w nim zapisanych.



W toku aktualizacji Kodeksu Etyki i jego konsultacji okazało się, że pracownicy **CCC** nie identyfikowali się z wartościami dotychczas obowiązującymi. Implementując nowe, zaktualizowane wartości Grupy CCC, firmie zależało, aby każdy pracownik utożsamiał się z nimi i był świadomy zmiany, która zaszła. Nowe wartości zostały wypracowane wspólnie z pracownikami. Podczas przeprowadzonej kampanii informacyjnej **Tydzień Wartości**, pracownikom została przybliżona każda z nowo wdrożonych wartości. Celem praktyki było wzmocnienie procesu kształtowania etycznego środowiska i wzajemnego zaufania w firmie.



„Kodeks Antykorupcyjny” **CCC** oraz „Procedura zgłaszania nadużyć” wprowadzone w 2018 roku to zbiór **standardów etycznych**, których celami są m.in. przeciwdziałanie zachowaniom korupcyjnym podejmowanym przez osoby działające w imieniu lub na rzecz Grupy CCC oraz doskonalenie procedur zarządczych w celu skutecznej ochrony aktywów i reputacji Grupy CCC. Dokumenty zostały zakomunikowane pracownikom CCC, wszystkim spółkom zależnym oraz udostępnione na stronie internetowej firmy.



Firmy **DANONE**, **NUTRICIA** i **Żywiec Zdrój** stanęły przed wyzwaniem ujednoczenia praw i standardów etycznych dla wszystkich spółek. Wprowadzono następujące polityki: **Kodeks Etyki Biznesu DANONE**, **Kodeks Etyki DANONE dla Partnerów Biznesowych**, **polityka dochodzeń wewnętrznych**, **polityka konkurencji**, **polityka ochrony danych osobowych**, **polityka uczciwości**, **ramowa polityka zgodności**. Zostały one następnie zatwierdzone przez Radę ds. Zgodności i Etyki Korporacyjnej oraz wdrożone we wszystkich spółkach.



Prace nad **Kodeksem etyki w Grupie Agora** rozpoczęły się w 2017 roku od powołania Komitetu ds. Etyki. Następnie w ramach szerokiego dialogu i konsultacji z pracownikami, wyodrębnione zostały zagadnienia, które według zespołu spółki powinny znaleźć się w Kodeksie etyki. W rezultacie powstał dokument – podsumowanie zasad i reguł, które dotyczą wszystkich pracowników i współpracowników Agory. Kodeks wprowadzono na początku października 2018 roku. Stanowi kluczową część systemu etyki Agory, na którego składają się także: wewnętrzne polityki i regulaminy, zewnętrzne kodeksy branżowe, stanowiska compliance office-ra, system zgłaszania nieprawidłowości, zbiór zasad postępowania dla dostawców i podwykonawców Agory.

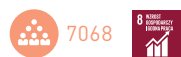


Kodeks Etyki Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego określa wartości i reguluje trzy kluczowe obszary oddziaływania: relacje wewnętrzne, relacje z interesariuszami zewnętrznymi, troskę o środowisko naturalne. Dodatkowo powołany pełnomocnik ds. etyki ma za zadanie kształtować kulturę etyczną Agencji, informować Zarząd

o zgłaszanych naruszeniach oraz w razie konieczności powołać Komisję ds. Etyki.



W 2018 roku **mBank** powołał **rzecznika etyki**. Do jego głównych zadań należą: koordynacja działań związanych z etyką i nadzorowanie zgodności działań banku ze standardami etycznymi, popularyzacja tematu wśród pracowników na wszystkich poziomach organizacji oraz tworzenie wytycznych i wspieranie pracowników w rozstrzyganiu dylematów etycznych. Rzecznik etyki ma prawo zaopiniować wnioski do zarządu banku pod kątem ich zgodności z zasadami etyki. Także dzięki działaniom rzecznika w banku planowane jest uruchomienie aplikacji whistleblowingowej pozwalającej anonimowo zgłaszać naruszenia zasad etycznych.



W 2018 roku **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** przyjął **Kodeks Etyki Kraków Airport**, dokument prezentuje podstawowe normy, wartości oraz idee uznane przez społeczność Kraków Airport (przedsiębiorstwo, jego pracowników oraz kadre zarządzającą) za wspólne. Jest jawny dla wszystkich interesariuszy Kraków Airport. Mają oni możliwość zgłosić do Komisji Etyki Kraków Airport wszelkie wątpliwości dotyczące przestrzegania zasad zawartych w Kodeksie lub podejrzenia ich naruszenia. Służy temu specjalnie utworzony formularz zgłoszenia online dostępny na stronie internetowej lotniska.



PGE Polska Grupa Energetyczna chce wyeliminować ewentualne nadużycia oraz inne nieprawidłowości w PGE, dlatego skupia się na ich wczesnym wykrywaniu. Zbudowany został **system zgłaszania nieprawidłowości i ochrona sygnalisty**. Procedura obejmuje m.in. zasady zgłaszania incydentów niezgodności w Grupie PGE, zasady ochrony sygnalistów, tryb niezwłocznego zaangażowania kadry zarządzającej, sposób postępowania ze zgłoszeniami incydentów niezgodności, sposób dokumentowania i raportowania incydentów niezgodności, a także wprowadzania działań naprawczych.



Kodeks etyki Grupy Kapitałowej PGE jest zbiorem wartości, zasad oraz standardów, jakich oczekuje się od pracowników, w tym od kadry zarządzającej. Reguluje on również sposób zgłaszania nieprawidłowości w przypadku łamania i nieprzestrzegania obowiązujących norm. Firma organizuje szkolenia dotyczące Kodeksu etyki. Liczba pracowników przeszkolonych w GK PGE w trzecim kwartale

2018 roku wyniosła powyżej 94%. Szkolenia przeprowadzane są cyklicznie.



Kodeks Antykorupcyjny Grupy Polpharma został przygotowany jako wykładnia polityki firmy „zero tolerancji dla korupcji”. Kodeks reguluje m.in. zasady wręczania i przyjmowania upominków (np. konieczność wpisywania otrzymanych upominków do rejestru oraz ich weryfikacji pod kątem zgodności z prawem i dobrymi praktykami biznesowymi), wprowadza także definicję „osób narażonych na korupcję” i określa zasady współpracy z nimi. Opisuje limity wartości wydatków, jakie mogą być ponoszone w relacji z partnerami biznesowymi. Aby przekazać założenia Kodeksu jak największej liczbie pracowników, przeprowadzono kompleksowe działania edukacyjne. Dokument został ogłoszony podczas Dnia Compliance w obecności Zarządu i pracowników.



Przestępcy dokonują cyberataków coraz częściej, a skutki tych działań są coraz poważniejsze. Zapewnienie bezpieczeństwa danych prywatnych oraz systemów i zasobów **Skanska w Polsce**, w tym danych osobowych, zależy od wiedzy i świadomości pracowników. Stąd potrzeba ciągłej edukacji w tym zakresie. W ramach **kampanii uświadamiającej na temat cyberbezpieczeństwa**, do pracowników został wysłany mail symulujący atak ze strony cyberprzestępców, mający na celu wyłudzenie danych z firmy. Kampania ta rozpoczęła proces odświeżania wiedzy z zakresu Kodeksu postępowania Skanska, który między innymi określa zasady postępowania z danymi firmy.



Na początku 2017 roku została przyjęta lokalna procedura dotycząca zgłaszania nieprawidłowości, tzw. procedura whistleblowing w **Wonga.pl**. W celu wzmocnienia wiedzy na temat obowiązujących regulacji przygotowany został animowany **film o whistleblowingu**. Pokazuje on kulturę pracy w Wonga oraz sposób, w jaki według firmy pracownicy powinni reagować na nieprawidłowości. W filmie przedstawiono, jakie działania i zachowania są nieakceptowalne i co zrobić, jeśli się je widzi lub się ich doświadcza.



Kodeks etyki Wonga.pl stanowi fundament kultury organizacyjnej Wonga w Polsce. Dokument ten wskazuje wypracowany zbiór reguł postępowania, którymi zatrudnieni mają się kierować w miejscu pracy oraz w relacjach z klientami i innymi interesariuszami. Celem Kodeksu jest usystematyzowanie standardów działania i zasad etycznych w Wonga.



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

WSP Polska udostępnił wszystkim swoim pracownikom bezpłatną, ogólnodostępną, poufną, wielojęzyczną, opartą na internecie usługę whistleblowing świadczoną przez niezależnego dostawcę usług. Firma zobowiązuje się do zapewnienia ochrony przed odwetem każdemu, kto składa raport w dobrej wierze. Akty lub groźby działań odwetowych należy niezwłocznie zgłaszać, aby można było podjąć stosowne środki dyscyplinarne przeciwko zaangażowanym stronom. Proces jest prosty i poufny. Każdy pracownik, który czuje się niekomfortowo z powodu określonego elementu działalności biznesowej WSP i nie może omówić sprawy ze swoim bezpośrednim przełożonym, ma możliwość zgłoszenia faktu na infolinię. W 2018 roku została przeprowadzona kampania informacyjna poświęcona praktyce **Nie bój się odezwać** (intranet, plakaty w biurze, wideo na ekranach biurowych, wygaszacze ekranu), pokazuje ona, w jakich sytuacjach należy zgłaszać niepokojące zachowania.



Praktyka **etyka i uczciwość WSP Polska** obejmuje polityki antykorupcyjną i prywatności. Biuro zgodności i etyki WSP opracowuje i wdraża „Program zgodności i etyki”. Firma dysponuje kodeksem postępowania, który ma zastosowanie do wszystkich podmiotów operacyjnych, a także dyrektorów, pracowników i pracowników kontraktowych korporacji. Kodeks jest dostępny w kilku wersjach językowych, a pracownicy mają obowiązek przejść coroczne szkolenia online przypominające o zasadach zawartych w dokumencie. WSP zapewnia również możliwość zgłaszania obaw dotyczących niewłaściwego zachowania poprzez poufną infolinię.



Międzynarodowy Festiwal Wartości Adamed to cykliczna inicjatywa, której celem jest utrwalanie i przybliżanie wartości **Adamed Pharma** pracownikom. W 2018 roku wydarzenie w Polsce, Rosji, Kazachstanie, Czechach, Hiszpanii oraz na Ukrainie i Stowacji odbyło się pod hasłem „Together we can help more!”. Wiodącą akcją w tym roku był Wartościowy Dzień Seniora, podczas którego wolontariusze z firmy wsparli ponad 1 tys. pensjonariuszy sześciu Domów Pomocy Społecznej.



Każdy współpracownik **ANG Spółdzielnia** ma obowiązek zapoznania się z treścią **Kodeksu Etyki** i stosowania się do jego zapisów. Są one statym elementem komunikacji wewnętrznej w Spółdzielni. Na straży przestrzegania zasad stoi Komisja Etyki oraz Rzecznik Etyki, a naruszenie Kodeksu Etyki współpracownicy i interesariusze zewnętrzni mogą zgłosić drogą mailową.



Carlsberg Polska kształtuje kulturę organizacyjną i wdraża zasady etyki wśród pracowników i partnerów handlowych w oparciu o **Kodeks Etyki i Postępowania**. Dokument pomaga chronić reputację odpowiedzialnego globalnego

przedsiębiorstwa browarniczego i wspiera realizację strategii Grupy Carlsberg. Każdy pracownik firmy może anonimowo zgłosić każde nadużycie.



Podstawą tworzenia przejrzystych i równych warunków pracy w **CCC** jest **Kodeks Etyki** wprowadzony w 2014 roku. Dokument określa wartości, którymi grupa kieruje się w swojej działalności i w relacjach z interesariuszami.



Tydzień Etyki i Zgodności to kampania informacyjna, która ma zwiększyć świadomość etyczną pracowników **Coca-Cola HBC Polska**, wzmacniać ich wiedzę na temat zasad compliance oraz praw człowieka. Zagadnieniu poświęcona jest odrębna sekcja w intranecie, która zawiera filmy, grafiki, toolboxy, quizy i konkursy. Dodatkowo pracownicy zachęceni są do uczestnictwa w szkoleniu e-learningowym dotyczącym kwestii etycznych i zasad compliance.



Kodeks Etyki w **Credit Agricole Bank Polska**

reguluje zasady dotyczące zapobiegania powstawaniu konfliktów interesów, przyjmowania i wręczania upominków, transakcji prywatnych pracowników banku, relacji między pracownikami i relacji z podmiotami konkurencyjnymi, a także utrzymywania kontaktów z instytucjami publicznymi, klientami i partnerami biznesowymi oraz z dostawcami. Kodeks jest aktualizowany na bieżąco.



Kodeks Etyki reguluje kwestię ogólnych praktyk biznesowych, na podstawie których prowadzona jest działalność **Emitel**. Celem wprowadzenia Kodeksu jest propagowanie uczciwego, sprawiedliwego i etycznego postępowania, promowanie ujawniania informacji w raportach i dokumentach opracowywanych dla inwestorów w kompleksowy sposób, przestrzegania obowiązujących przepisów, zasad i regulacji, niezwłocznego zgłaszania naruszeń oraz odpowiedzialności za przestrzeganie Kodeksu.



Kodeks Postępowania obejmuje zestaw kluczowych zasad, praktyk i procedur, na które składają się doświadczenia pracowników **Fiat Chrysler Automobiles**, badania nad przepisami prawnymi i najlepszymi praktykami oraz analiza porównawcza etyki korporacyjnej i zgodności z przepisami. Kodeks ma zapewnić, by pracownicy postępowali uczciwie, przestrzegali obowiązujących przepisów oraz budowali lepszą przyszłość spółki i otaczających społeczność.



Kodeks etyki Grupy Enea opisuje wartości etyczne, jakimi kierują się pracownicy, oraz zasady postępowania, które wskazują stosowny sposób zachowania w sytuacjach służbowych wobec klientów, partnerów, akcjonariuszy, społeczności lokalnych i współpracowników.



Whistleblowing w Grupie Raben to procedura komunikowania działań niezgodnych z prawem lub etyką biznesu. Wspiera pracowników, dostawców i pozostałych interesariuszy w budowie i utrzymaniu 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 poprzez formularz online oraz infolinię anonimowo lub osobowo.



Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce – Związek Pracodawców wypracowała i wdrożyła program poprawy praktyk biznesowych oraz jakości usług świadczonych przez przedsiębiorstwa finansowe. Podstawą programu etycznego są Zasady Dobrych Praktyk – dokument stanowiący zbiór zasad postępowania, oparty na ogólnych normach moralnych i zgodny z obowiązującym prawem.



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



Polpharma buduje swoją kulturę etyczną i popularyzuje zasady etyczne wśród pracowników w oparciu o **Program Etyczny**. Jego podstawą jest Kodeks Etyki Grupy Polpharma, a pozostałe elementy to: rozwiązania instytucjonalne, system zgłaszania naruszeń, komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna oraz edukacja etyczna. Działaniami edukacyjnymi, kluczowymi dla budowania świadomości, objęte są wszystkie grupy pracowników, w tym Zarząd. Szkolenia odbywają się cyklicznie, mają postać e-learningu i kończą się sprawdzianem zdobytej wiedzy. Dla pracowników, którzy nie mają dostępu do komputerów, organizowane są szkolenia stacjonarne. Dostawcy mogą skorzystać z osobnego kursu e-learningowego.



Program **Etyka w PwC** obejmuje szkolenie z zakresu etyki będące elementem kursu wprowadzającego dla nowego pracownika, który otrzymuje też egzemplarz Kodeksu postępowania. **PwC** cyklicznie organizuje szkolenia z dziedziny etyki.



Głównym celem programu etycznego w **Sopockim Towarzystwie Ubezpieczeń ERGO Hestia** jest usystematyzowanie reguł i wartości oraz umożliwienie odniesienia się do nich w każdej sytuacji. Przykładem działań jest wprowadzenie Kodeksu Etyki Zawodowej Agenta ERGO Hestii. Filarami Kodeksu Etycznego grupy są „Kodeks postępowania” oraz „Reguły Przeciwdziałania Nadużyciom”. W Grupie ERGO Hestia został powołany Oficer ds. Przeciwdziałania Nadużyciom.



Dzień Wartości Firmowych to inicjatywa podejmowana przez wszystkie spółki Grupy Deutsche Telekom (w tym **T-Mobile Polska**), aby zaakcentować wspólnie wyznawane wartości kultury korporacyjnej.



RAPORTOWANIE

Grupa Przedsiębiorstw ALDI Nord, w której skład wchodzi **ALDI**, co roku publikuje **raport zrównoważonego rozwoju**. Ostatni raport nosi tytuł „Po prostu ważne”. Dokument został opracowany zgodnie ze Standardami GRI, poziom Core. Oparty jest na wynikach procesu istotności. To pierwszy raport firmy w wersji „only online”.



Raport CSR „Łączy nas uśmiech” prezentuje działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu **Allegro**. Jest zgodny ze Standardami GRI, poziom Core. Firma połączyła lekturę raportu z pomaganiem. Każda osoba, która go przeczyta, będzie mogła przekazać „swoje uśmiech”, zgodnie z zasadami opisanymi w wersji online raportu. Allegro zamieni aktywność na 5 zł, które wesprą określony cel charytatywny.



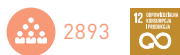
„**Codziennie odpowiedzialni**” **Raport odpowiedzialności Grupy Agora 2017** przygotowany został zgodnie ze Standardami GRI. Odnosi się on również do Celów Zrównoważonego Rozwoju. Jest dostępny w formie interak-



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

tywnej strony internetowej, a także PDF. Stanowi też wypełnienie nowego obowiązku sprawozdawczości danych niefinansowych.



W 2018 roku **Santander Bank Polska** wraz z publikacją **Raportu CSR** uruchomił portal z modułem informacyjnym. Na stronie publikowane są artykuły i materiały z zakresu dobrych praktyk realizowanych przez bank, informacje o najważniejszych wydarzeniach z bieżącej działalności niefinansowej. Portal CSR z modułem news jest unikalnym rozwiązaniem na rynku polskim. Celem portalu jest całoroczne informowanie internautów o tym, w jaki sposób firma wpływa na otoczenie oraz jak realizuje Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ.



W skład DANONE w Polsce wchodzi: **Danone** (świeże produkty mleczne), **Żywiec Zdrój** (woda i napoje), **NUTRICIA** (żywność dla niemowląt i małych dzieci) oraz **Nutricia Medyczna** (żywność medyczna). Spółki te łączy wspólna misja: „niesienie zdrowia przez żywność tak wielu ludziom, jak to możliwe”, która determinuje działania grupy we wszystkich obszarach. Stworzony po raz pierwszy, wspólny dla wszystkich spółek DANONE **Raport wpływu**, pokazuje rezultaty działań firm w trzech kluczowych obszarach: gospodarki, społeczeństwa oraz środowiska.



ANG Spółdzielnia od 5 lat publikuje **zintegrowany raport** opracowany w zgodzie ze Standardami GRI, IIRC oraz w oparciu o dialog z interesariuszami. Raport za rok 2017 zatytułowany „Na służbie” dostępny jest na stronie internetowej (www.2017raport.angkredyty.pl) oraz w czterech skróconych wersjach (dla klientów, spółdzielców i ekspertów, partnerów finansowych oraz społecznych) drukowanych na papierze w 100% z recyklingu. Spółdzielnia jest jedynym pośrednikiem finansowym wydającym tego typu raport.



Grupa Enea opublikowała w 2018 roku siódmy **raport zrównoważonego rozwoju**, w trosce o środowisko naturalne dostępny jedynie w wersji elektronicznej. Dokument opisuje inicjatywy i działania podejmowane w roku 2017 oraz prezentuje wyniki społeczne, środowiskowe i ekonomiczne Grupy Enea, a także ilustruje podejście organizacji do stwarzania relacji z otoczeniem w kontekście zarządzania ryzykami pozafinansowymi i budowania trwałej wartości firmy. Raport został przygotowany w zgodzie z wytycznymi najnowszej wersji międzynarodowego Standardu GRI.



Grupa Kapitałowa LOTOS przygotowała **Zintegrowany Raport Roczny w wersji elektronicznej** w postaci interaktywnej platformy internetowej.



Opublikowany w 2018 roku **Raport Wpływu Grupy Żywiec 2017** „Nowoczesny biznes w świecie piwnej rewolucji 2.0” pokazuje wpływ firmy na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko oraz przedstawia działania zrealizowane w ramach strategii zrównoważonego rozwoju „Warzymy Lepszy Świat”. Raport dostępny jest na stronie www.raport.grupazywiec.pl.



W 2018 roku **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** wydał kolejny **raport zrównoważonego rozwoju Kraków Airport**. Publikacja podsumowuje dane i działania za rok 2017, przedstawia wyniki, plan i korelację działań z zakresu CSR z zarządzaniem strategicznym. Drugi taki raport w historii lotniska, a jedyny wśród regionalnych portów lotniczych w Polsce, został sporządzony w oparciu o Standard GRI G4 oraz suplement sektorowy dla branży lotniczej.

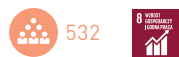


„**Raport zintegrowany Grupy ORLEN za 2017 rok**” dostępny w wersji online prezentuje relacje i zależności pomiędzy finansowymi oraz pozafinansowymi aspektami działalności **PKN ORLEN**. Struktura i treść opiera się na wytycznych International Integrated Reporting Council oraz na Standardzie GRI G4. Raport zawiera liczne funkcjonalności i narzędzia ułatwiające użytkownikowi dostęp do poszukiwanych treści.



ZARZĄDZANIE

Spółka **Benefit Systems** uzyskała międzynarodową certyfikację **B Corp** przyznawaną firmom, które w swoim modelu biznesowym zapisały trwałe rozwiązania wypełniające ideę zrównoważonego rozwoju w pięciu obszarach: ładu korporacyjnego, polityki zatrudnienia, wpływu na społeczność otaczającą firmę, relacji z klientami i ochrony środowiska. Benefit Systems jest pierwszą spółką publiczną w regionie CEE i obecnie (styczeń 2019) jedyną firmą z polskim rodowodem, która uzyskała tytuł B Corp.



Firma **BIBUS MENOS** postawiła na poprawę przepływu informacji między pracownikami różnych szczebli. W tym celu została wdrożona **strategia komunikacji**. W ramach praktyki odbywają się ogólnofirmowe spotkania miesięczne, na których Zarząd przedstawia podsumowania i plany

na nadchodzący okres. Na zgromadzeniach tych obecni są wszyscy zatrudnieni. Dwa razy w roku odbywa się przegląd zarządzania BIBUS MENOS, a wnioski z niego dostępne są dla całej załogi. Dodatkowym elementem poprawiającym komunikację na linii: pracownicy – Zarząd są Indywidualne Strategie Rozwoju. Pracownicy z początkiem roku przygotowują strategię swojego rozwoju zawodowego, gdzie przedstawiają własne założenia na nadchodzący rok oraz plan ich realizacji z uwzględnieniem koniecznych zasobów, strategię przekazywane są kierownikom, a następnie Zarządowi, gdzie są analizowane i akceptowane.



Strategia Odpowiedzialnego Biznesu Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, jako uzupełnienie Strategii Rozwoju Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego na lata 2018–2030, usystematyzowała dotychczas prowadzone działania z zakresu odpowiedzialnego biznesu, precyzyjnie określiła cele, do których zmierza spółka, oraz – dzięki cyklicznemu monitoringowi – stopień ich realizacji. W ramach strategii wyróżniono 4 obszary i zdefiniowano 13 zobowiązań w sferze odpowiedzialnego biznesu. Wyróżnione obszary obejmują: zorientowanie na klienta i jego potrzeby, partnerstwo międzysektorowe na rzecz zrównoważonego rozwoju, ochronę środowiska oraz bezpieczeństwo pracy, kulturę etyczną, satysfakcję i zaangażowanie pracowników.



Jednym z trzech filarów strategii **mBanku** jest empatia. Stanowi ona podstawę budowania odpowiedzialnego miejsca pracy w firmie. Aby nie została pustym hasłem, a tysiące pracowników rozumiały, o co w niej chodzi, stworzono **STOPKLATKĘ**. Jest to zbiór najważniejszych pytań spisanych w formie jednostronicowej grafiki. Są one uniwersalne dla każdego obszaru w banku. W STOPKLATCE zostało podjęte zagadnienie empatii wobec klienta i pracowników (czego można oczekiwać w ramach współpracy i jak powinna ona przebiegać). Rozwiązanie popularyzowane jest na warsztatach, wystąpieniach i w intranecie.



Orange Polska zebrał ekspertów z różnych środowisk – biznesu (zarówno pracujących w korporacjach, jak i prowadzących własne firmy), NGO, nauki – by łącąc doświadczenia, wspólnie zastanowić się nad korzyściami czerpania z myśli personalistycznej w życiu zawodowym. Na podstawie serii spotkań, dyskusji, lektur tekstów powstała publikacja „Zarządzanie z ludzką twarzą. Personalizm jako narzędzie rozwoju firm, organizacji i instytucji publicznych”. Celem inicjatywy miała być inspiracja do bardziej personalistycznego postępowania w biznesie – opartego na szacunku, dialogu, rozwoju i współpracy: zgodnie z Tischnerowskim „**myśle-**

niem według wartości”. Publikacja powstała przy współpracy z Laboratorium Więzi i Komitetem Dialogu Społecznego.



Orange Polska od kilku lat wdraża politykę społecznej odpowiedzialności. W 2015 roku firma przygotowała kolejną **strategię CSR** na lata 2016–2020. Z uwagi na zmiany zewnętrzne i wewnętrzne – w 2018 roku zaistniała konieczność wersyfikacji strategii, aby lepiej odzwierciedlić oczekiwania i potrzeby interesariuszy dotyczące zmiany struktury w firmie. Aktualizacja strategii CSR Orange Polska opierała się na wynikach dialogu z interesariuszami. Następnie została zweryfikowana oraz zaakceptowana przez Komitet Sterujący ds. CSR i przedstawiona Zarządowi do akceptacji. Strategia obejmuje obszar bazowy (odpowiedzialne zarządzanie), na którym ustawione są cztery filary strategiczne (rozwój społeczno-cyfrowy, bezpieczna sieć, zaangażowany zespół i czyste środowisko). W dokumencie uaktualniono projekty, procesy i przypisane realizacji poszczególnych działań jednostki – obecnie w strategii znajdują się 24 obszary, 84 cele i 90 wskaźników/mierników ich realizacji. Strategia odnosi się do Celów Zrównoważonego Rozwoju.



Firmie **Philip Morris Polska** zależało na sprawdzeniu i potwierdzeniu przez zewnątrz i niezależne organizacje równych wynagrodzeń dla kobiet i mężczyzn, otrzymywanych w firmie za tę samą pracę, ale także możliwości rozwoju, szkoleń czy awansów. Zdobył certyfikat szwajcarskiej fundacji non profit **Equal-Salary** wiązało się z audytem praktyk dotyczących równości wynagrodzeń oraz zapewnieniem równych szans rozwojowych oraz dostępu do szkoleń i awansów wszystkim pracownikom niezależnie od płci. Audyt ma być powtarzany regularnie.



Przyjęta **Strategia ESG** Grupy Kapitałowej **PKP Energetyka** wzmacnia realizację strategii biznesowej Grupy w perspektywie lat 2017–2020 oraz sprzyja realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju. Jednocześnie ukierunkowuje działania na następujące obszary: bezpieczeństwo w każdej sytuacji, przyjazne miejsce pracy, zarządzanie środowiskowe, zaangażowanie społeczne oraz integracja ESG. Nad realizacją strategii czuwa powołany w tym celu Komitet ESG, który koordynuje i monitoruje postępy wdrażania założonych działań.



Po raz pierwszy w historii najważniejsze treści **Strategii CSR** stały się integralnym elementem strategii biznesowej **PZU**. Przyjęto, że zagadnienia związane z różnymi wymiarami



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

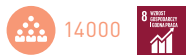
społecznej odpowiedzialności biznesu są ważne na rynku, a wyniki osiągnięte w poszczególnych obszarach wpływają znacząco na pozycję biznesową i wyniki finansowe organizacji. Taka perspektywa, wdrażana od lat na rynkach międzynarodowych, zdecydowała o włączeniu kluczowych wskaźników dla poszczególnych obszarów CSR do Strategii Grupy PZU na lata 2017–2020.



Kultura ryzyka w **Santander Bank Polska** nazywa się **risk pro** i składa się z pięciu zasad: odpowiedzialność, odporność, prostota, krytyczna analiza, koncentracja na kliencie. Działania realizowane w jej ramach to m.in.: edukacja pracowników banku – risk pro Banking School, obejmująca szkolenia z zakresu zarządzania ryzykiem (ponad 100 szkoleń zorganizowanych w 2018 roku); działania świadomościowe wśród pracowników dotyczące występowania ryzyka w codziennej pracy; udostępnienie kanałów anonimowego zgłaszania niepokojących sytuacji; elementy systemu motywacyjnego skłaniające pracowników do przestrzegania wartości kultury ryzyka; organizacja wydarzeń w firmie, np. Tygodnia Kultury Ryzyka. W badaniu zaangażowania pracowników banku zawarte były tematy z zakresu kultury ryzyka. Wynika z nich, że ponad 97% kadry potrafi zidentyfikować ryzyka, z którymi styka się w codziennej pracy, i bierze za nie odpowiedzialność.



W 2018 roku w **Santander Bank Polska** rozpoczęto wdrażanie metodologii **Agile**. Jej celem jest m.in. skrócenie czasu realizacji i wdrażania nowych produktów na rynek, usprawnienie współpracy między działami – biznesem i IT, stworzenie więcej możliwości rozwoju pracownikom. Dzięki umocnieniu współpracy osób z różnych jednostek banku w ramach nowo utworzonych zespołów oraz poprzez odejście od silosowych struktur, firma może dzielić się doświadczeniami i szybciej podejmować decyzje.



Firma **SITECH** zaktualizowała odrębny dokument w postaci **Strategii CSR**, która jest wpisana w cele biznesowe spółki. Strategia opiera się na czterech podstawowych obszarach: kapitał ludzki, kapitał społeczny, ochrona środowiska oraz integracja z rynkiem i interesariuszami. Podsumowaniem zaangażowania ma być Raport Społecznej Odpowiedzialności Biznesu firmy SITECH. Strategia i przygotowywany w dwuletnim cyklu raport są dostępne na stronie internetowej firmy.



Szkolenia dla pracowników nadzoru mają na celu zapoznanie z systemem zarządzania firmy, począwszy od oferowania aż po prace gwarancyjne w oparciu o wartości, jakimi kieruje się **Skanska w Polsce**. Ich tematyka obejmuje zagadnienia, takie jak: bezpieczeństwo, etyka, środowisko, zielone (ekologiczne) budownictwo oraz koordynacja prac budowla-

nych. Szkolenie składa się z dwóch części trwających 24 godziny i 20 godzin.



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



W budowę **strategii CSR** i zrównoważonego biznesu na lata 2017–2022 byli zaangażowani pracownicy i interesariusze zewnętrzni firmy **Aquanet**. Tworzenie strategii poprzedziły analizy, 30 spotkań z pracownikami, 3 sesje dialogowe z interesariuszami, 3 warsztaty z Zarządem oraz analiza SWOT z mapowaniem procesów. W 2018 roku udało się z powodzeniem przeprowadzić większość zaplanowanych zadań.



Cel programu **Polska STOP Marnotrawstwu** to walka z codzienną niegospodarnością na każdym szczeblu funkcjonowania **Carrefour** i promowanie przeciwdziałania marnotrawstwu wśród pracowników, dostawców i klientów sieci. Spółka ogranicza zużycie energii, stosuje proekologiczne rozwiązania w sklepach, racjonalnie gospodaruje odpadami oraz wykorzystuje odnawialne źródła energii w swoich sklepach. W ramach inicjatywy współpracuje z Bankami Żywności i innymi organizacjami, którym przekazuje żywność, oraz prowadzi akcje edukacyjne dla klientów.



Od 2017 roku w Grupie **CCC** obowiązuje odrębna **Strategia CSR** wpisana w cele biznesowe. W proces określania kierunków strategicznych zostały włączeni interesariusze Grupy CCC, m.in. poprzez przeprowadzenie wśród pracowników i klientów ankiet oraz sesję dialogową. Strategia CSR zawiera trzy główne obszary, a w każdym z nich wyznaczono po trzy kolejne priorytety, w ramach których wdrażane są projekty i działania.



Aby zwiększyć świadomość pracowników poszczególnych departamentów **Credit Agricole Bank Polska** na temat społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju, została przygotowana i **wdrożona Karta CSR dla Departamentu Usług Generalnych** (dawniej: Administracja). W początkowej fazie Credit Agricole Bank Polska przygotował konspekt Karty. Następnie dokument wdrożono oraz dostosowano do niego kluczowe wewnętrzne procedury i polityki Departamentu Usług Generalnych.





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



PRAWA CZŁOWIEKA



39 praktyk nowych

22 praktyk długoletnich

41 firmy



obszarze praw człowieka znalazło się w tym roku 39 praktyk nowych i 22 długoletnie. To, podobnie jak w ubiegłym roku, dwa razy więcej praktyk w stosunku do poprzedniej edycji Raportu. Po raz kolejny prym wiedzie różnorodność. Firmy coraz chętniej sięgają po rozmaite narzędzia, aby zaznaczyć, że upowszechnianie różnorodności, jej poszanowanie jest ważną wartością, i w ten sposób zachęcić swoich pracowników do udziału w inicjatywach z nią związanych.

Większość praktyk odnosi się do realizacji Celów: 5. – odnoszącego się do równości płci, 8. – dotyczącego wzrostu gospodarczego i godnej pracy, oraz 10. – występującego pod nazwą „mniej nierówności”.

Praktyki w obszarze różnorodności obejmują różne grupy pracowników i rozmaite ich potrzeby. Od promowania i wspierania rozwoju kobiet, wspierania środowisk LGBT w miejscu pracy, poprzez walkę z utajonymi uprzedzeniami, podnoszenie świadomości roli języka w kształtowaniu rzeczywistości [język włączający], aż po projekty zatrudniania osób z niepełnościami, wychodzenie naprzeciw potrzebom pracowników-obcokrajowców. Różnorodność inicjatyw zgłoszonych przez firmy oraz ich liczba wskazują na rosnącą świadomość tego zagadnienia w organizacjach. Być może jest to związane z coraz trudniejszym procesem pozyskiwania pracowników – firmy, aby przyciągnąć nową kadrę, sięgają po coraz ciekawsze rozwiązania, budując w ten sposób włączające i otwarte miejsca pracy.

Kolejnym dużym obszarem w kategorii praw człowieka są dobre praktyki związane z promowaniem i wspieraniem kobiet w biznesie. Również w tym obszarze firmy wykazują się kreatywnością i starają się uwzględnić różne potrzeby i oczekiwania żeńskiej części zatrudnionych. Kobiety wspierane są poprzez wprowadzanie działań systemowych mających na celu zwiększenie ich liczby na wysokich stanowiskach, likwidację luki płacowej,

zachęcenie do udziału w szkoleniach i obejmowaniu technicznych stanowisk. Z myślą o kobietach organizowane są także programy mentoringowe, konferencje i spotkania, podczas których panie inspirują się nawzajem, dzieląc się doświadczeniem i przekazując sobie własne historie sukcesu i wiarę w siebie. Podobne inicjatywy kierowane są także do mężczyzn powracających do pracy po urlopie rodzicielskim. Osoby te mogą skorzystać z dni otwartych w towarzystwie swoich dzieci. Firmy chcą w ten sposób zachęcać wszystkich, niezależnie od sytuacji życiowej oraz płci, do rozwoju i podążania bez przeszkód wybraną ścieżką kariery.

Trzecim obszarem, który liczy najwięcej praktyk, jest: polityka i procedury. Wprowadzanie procedur antydyskryminacyjnych i antymobbingowych staje się coraz powszechniejsze. Często towarzyszą im szkolenia dla nowych pracowników, dyskusje, prowadzone są konsultacje i spotkania z zewnętrznymi ekspertami.

Przedstawione inicjatywy potwierdzają coraz wyraźniej zarysowujący się trend otwierania się firm na różnorodność, rozmaite potrzeby, różne ambicje i oczekiwania pracowników. Jest to nieuniknione na rynku pracy, który stara się oferować coraz więcej coraz mniejszej liczbie pracowników. Ponadto napływy nowych pokoleń stawia dotychczas proponowane rozwiązania pod znakiem zapytania. Zmieniają się oczekiwania pracowników, a pracodawcy muszą za nimi podążać.

Warto jednak podkreślić, że praktyki w zakresie praw człowieka przyczyniają się do budowania otwartych i włączających miejsc pracy, co wpływa w znacznym stopniu na efektywność pracowników, ich identyfikację z miejscem pracy i lojalność.

PRAWA CZŁOWIEKA

- Liczba zatrudnionych pracowników w 2018 r.
- Małe / średnie przedsiębiorstwo
- Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
- Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 217

EDUKACJA

Projekt **Bezpieczna praca za granicą** służy promocji legalnych i bezpiecznych wyjazdów do pracy oraz uświadamianiu ryzyka związanego z handlem ludźmi. Praktykę tę realizuje **Grupa ATERIMA** w partnerstwie ze Stowarzyszeniem PoMOC (NGO). W ramach projektu powstają materiały edukacyjne dla wyjeżdżających i firm, które delegują pracowników za granicę, prowadzone są akcje informacyjne w mediach, rozwijany jest serwis internetowy. Organizowane są też szkolenia dla pracowników ATERIMA MED, podczas których uczą się oni rozpoznawać potencjalne ofiary handlu ludźmi i pomagać tym, którzy wcześniej mogli stać się ofiarami.

2011 170

Firmy **Monika Klonowska – Szkolenia** oraz **Relations Maria Pawłów** prowadzą szkolenia oraz doradztwo z **przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji** w organizacjach. Na dostępnym dla wszystkich blogu (www.mobbingidyskryminacja.pl/blog/) publikowane są tematyczne artykuły oraz aktualne orzecznictwo i komentarze do sytuacji społecznej.

2013 1 **Monika Klonowska – Szkolenia** 1 **Relations Maria Pawłów**

KOBIETY W BIZNESIE

Zwiększenie liczby kobiet na wysokich stanowiskach, likwidacja luki płacowej oraz skuteczniejsze wprowadzanie narzędzi sprzyjających lepszemu wykorzystaniu talentów kobiet i mężczyzn – to cele, które postawił sobie klub **Champions of Change** w **Banku BGŻ BNP Paribas** na kolejne 12 miesięcy. Jest to pierwsza taka organizacja w Polsce zrzeszająca prezesów dużych firm. Deklarację podpisało sześciu prezesów, w tym Przemek Gdański, prezes Zarządu BGŻ BNP Paribas. Celem klubu jest edukacja, budowanie świadomości i dzielenie się dobrymi praktykami, ale przede wszystkim stworzenie narzędzi przynoszących konkretne rezultaty i dających się zastosować także w innych firmach zainteresowanych lepszym wykorzystaniem talentów kobiet i mężczyzn oraz budowaniem różnorodności.

11447

Dobra praktyka **spotkania #MamoPracujwIT i Mamo pracuj w finansach** realizowana w **Capgemini Polska** odpo-

wiada na problem społeczny dotyczący aktywizacji osób powracających na rynek pracy po urloпах rodzicielskich, pokazując rodzicom, że połączenie kariery zawodowej z życiem prywatnym jest możliwe. W tym celu organizuje się dni otwarte dla mam, w czasie których zainteresowane poznają szczegóły pracy w firmie, a także mogą wziąć udział w indywidualnych rozmowach z rekruterami. Na spotkania mamy mogą zabrać swoje dzieci, dla których pracodawca zaproponował przestrzeń do zabawy oraz wszystkie udogodnienia, łącznie z dostosowaniem agendy do potrzeb mam.

7700

Pracownicy **Credit Suisse** w Polsce mają możliwość uczestniczenia w organizowanych od 2013 roku spotkaniach z osobami na stanowiskach menedżerskich – przeważnie kobietami, które dzielą się doświadczeniami własnego życia, nie tylko zawodowego, opowiadając swoje **inspirujące historie sukcesu**. Najczęściej pojawiającymi się zagadnieniami są wyzwania związane z łączeniem rozwoju zawodowego z życiem osobistym (głównie rodzicielstwem) oraz sposoby na mądre zarządzanie karierą i stawianie czoła barierom, często związanym z nierównościami w miejscu pracy i poza nim.

ok. 4000

Poland Women's Network – Sieć pracownicza skierowana do kobiet w **Credit Suisse** to inicjatywa stworzona w ramach strategii CSR firmy, ale w dużej mierze prowadzona oddolnie w oparciu o wolontariat pracowników. W roku 2018 zorganizowano 24 różne wydarzenia skierowane do pracowników, z czego 9 miało formę warsztatów. Pozostałe to m.in. panele dyskusyjne, spotkania z kobietami sukcesu i spotkania networkingowe poświęcone konkretnemu zagadnieniu. Z kolei jesienią jest to temat walki z rakiem szyjki macicy (Pink October). Organizowanych jest wiele akcji tematycznych i uświadamiających.

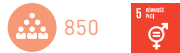
ok. 4000

W **Credit Suisse** – chcąc chociaż częściowo rozwiązać problemy niedostatecznej liczby specjalistów IT i niesatysfakcjonującej różnorodności płci wśród zatrudnionych w departamentach IT – inspirowane są kobiety niezwiązane dotąd z tą branżą do zmiany ścieżki edukacji lub kariery i do dalszego rozwoju w tym zakresie. **STEM** – z ang.: science (nauka), technology (technologia), engineering (inżynieria) i math (matematyka) – powstał, by wspierać kobiety w rozwoju w branżach technologicznych, tradycyjnie zdominowanych przez mężczyzn. W 2018 roku zorganizowano warsztaty skierowane do kobiet zatrudnionych poza obszarem IT, otwartych na rozwój w innych specjalizacjach.

ok. 4000

W **Dentsu Aegis Network Polska** prowadzone są dwa rodzaje wsparcia mentoringowego. **Mentoring** zewnętrzny trwa już od kilku lat w oparciu o dwustronną umowę ze Stowarzyszeniem TWS – Technologia w spódnicy. W ramach tej umowy rocznie osiem pracujących w firmie kobiet może

skorzystać z półrocznego procesu mentoringowego prowadzonego przez TWS, a organizacja może mieć wśród mentorów swoich liderów. W ramach mentoringu wewnętrznej kobiety, które potrzebują dodatkowego wsparcia rozwojowego, mogą zgłosić taką potrzebę do działu HR i po wypełnieniu wizytówki mentee, szukani są mentorzy z wewnątrz organizacji.



W weekend poprzedzający Dzień Kobiet – 3 marca 2018 roku z „Gazetą Wyborczą” ukazał się „Magazyn Świąteczny”, którego autorkami i bohaterkami były wyłącznie kobiety. W „Wyborczej Kobiet”, specjalnym wydaniu dziennika z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet redakcja dziennika (**Grupa Agora**) pokazała kobiecie sposób patrzenia na świat – czytelnicy dowiedzieli się, jak kobiety rozwiązują problemy, co je inspiruje i skąd biorą siłę do zmieniania rzeczywistości. Przedstawiono tym samym kobiecie punkt widzenia na najważniejsze tematy oczami wybitnych autorek i bohaterek.



Projekt **Liderki Veolii**, który wystartował w **Grupie Veolia w Polsce** w 2017 roku, to inicjatywa, mająca na celu wzmacnianie networkingu i przywództwa kobiet w firmie. Projekt funkcjonuje pod patronatem Stowarzyszenia Kongresu Kobiet. Dwa razy w roku organizowane są dwudniowe seminaria z udziałem zarówno gości wewnętrznych (prezisi spółek), jak i ekspertów zewnętrznych. Służą one wymianie doświadczeń, dobrych praktyk, wzajemnego poszukiwania najlepszych rozwiązań. Poruszane podczas wystąpień tematy dotyczą rozwoju osobistego, zarządzania czasem i stresem. Projekt jest też referencją dla innych spółek Veolii na całym świecie.



Maker Woman to projekt szkoleniowy **Orange Polska** adresowany do kobiet wchodzących lub powracających na rynek pracy. Jego głównym celem jest zapobieganie społecznemu oraz technologicznemu wykluczeniu uczestniczek poprzez nieformalną edukację w zakresie nowych technologii. Grupą docelową przedsięwzięcia są kobiety, które dopiero rozpoczęły swoją karierę zawodową, oraz te, które po okresie macierzyństwa wracają do pracy. Podczas trzymiesięcznego szkolenia uczą się one podstaw projektowania, przygotowują projekty do wykonania na drukarce 3D, ploterze laserowym oraz frezarce CNC.



Roche Polska chce zachęcić kobiety do pracy w branży IT, tworzyć dla nich odpowiednie warunki do rozwoju zawodowego, a tym samym szeroko promować kobiety pracujące w IT. Firma działa w wielu obszarach, m.in. w projektach:

1. Społeczność Female Booster – raz w miesiącu panie zapraszane są na inspirujący wykład prowadzony przez zewnętrznych lub wewnętrznych ekspertów. 2. Girls Executive Night, czyli zewnętrzna społeczność kobiet – menedżerek IT. Wspólnie z fundacją Women in Tech organizowane są spotkania biznesowe poświęcone m.in. rozwojowi osobistemu i nawiązywaniu kontaktów.



Kobieca Strona Biznesu to inicjatywa stworzona przez kobiety i dla kobiet. Celem programu jest zwiększenie liczby kobiet na stanowiskach menedżerskich w **Santander Bank Polska**. Spotkania, które bank proponuje w ramach programu mają inspirować do rozwoju, działania, tworzyć przestrzeń na wzajemne wsparcie, rozwijać wspólną sieć networkingową oraz tworzyć z sukcesem biznes zintegrowany oparty na różnorodności. Co ważne, w spotkaniach mogą uczestniczyć również mężczyźni.



Sodexo Polska oferuje różnorodne płciowo, przyjazne środowisko pracy, wolne od uprzedzeń i nieprawidłowości. **Wspieranie rozwoju zawodowego** kobiet stało się ważnym zagadnieniem. Dla Sodexo kluczowe jest poszanowanie różnorodności wszystkich osób zatrudnionych oraz niedyskryminowanie ich ze względu na płeć. Jako sygnatariusz Women's Empowerment Principles (Zasady Równouprawnienia Kobiet ONZ), firma zobowiązuje się m.in. do: zaangażowania najwyższego szczebla managementu firmy do działań na rzecz równości płci, równego traktowania kobiet i mężczyzn w pracy.



Grupa kobiet w firmie **T-Mobile Polska** zorganizowała warsztaty dotyczące technologii, podczas których zaczęła się dzielić wiedzą na ten temat z pozostałymi pracownikami (**Kobiety w biznesie**). Pokazała technologię jako dziedzinę przystępną i dostępną dla wszystkich. Zachęciła również swoich kolegów do rozszerzenia warsztatów i dzielenia się wiedzą ze wszystkimi pracownikami. Pierwsze warsztaty z cyklu „Women in Technology” odbyły się 8 marca 2018 roku, w Dzień Kobiet. Pomysłodawczyni warsztatów (pracownice T-Mobile Polska) są ekspertkami w obszarze technologii.



Zaangażowanie firmy **Worldline** ma charakter długofalowy, a jej celem związanym z programem CSR TRUST 2020 jest całkowite wyeliminowanie rozbieżności w zarobkach kobiet i mężczyzn do roku 2020 (docelowy zakres wyniesie +/- 10%). W 2017 roku firma Worldline uruchomiła **program równości płci** oraz powołała Komitet Wykonawczy ds. Różnorodności, aby opracować działania niezbędne do osiągnięcia tego celu.



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

PRAWA CZŁOWIEKA

Program ma zapewnić, by firma stosowała zasadę sprawiedliwości na stanowiskach kierowniczych. Został on zbudowany wokół trzech głównych aspektów działalności: różnorodności, zasobów ludzkich i komunikacji.



Projekt **Kobiety w Capgemini (Women@Capgemini)** realizowany przez firmę **Capgemini Polska** polega na spotkaniach w kameralnej atmosferze, rozmowach i wymianie doświadczeń oraz dyskusji. W 2018 roku w ramach programu odbyło się 5 szkoleń i 3 spotkania wzmacniające potencjał kobiet w organizacji, m.in. work-life balance – more than time management, rozwijanie umiejętności autoprezentacji oraz warsztaty rozwoju kompetencji w oparciu o model mocnych stron według Gallupa.



Dzień Kobiet w Capgemini świętowany był 8 marca w biurach **Capgemini Polska**. Zorganizowano warsztaty z Sylwią Królikowską na temat „Kobiety w biznesie – jak wzmacniać potencjał różnorodności”. Wzięto w nich udział ponad 60 kobiet. W firmie w tym dniu stanęły fotobudki, a w kuchniach dostępne były krowki z cytatami dotyczącymi różnorodności. Akcja ma na celu wspieranie rozwoju kompetencji pracowników. Praktyka jest kontynuacją działań opisanych wcześniej jako Tydzień Różnorodności.



Newsmavens.com to anglojęzyczny serwis zainicjowany przez „Wysokie Obcasy” i „Gazetę Wyborczą” (**Grupa Agora**), przedstawiający przegląd tekstów wybranych przez kuratorki z różnych mediów newsowych w Europie. Codziennie pojawia się w nim od 5 do 8 publikacji, które rozsyłane są w formie newslettera. Serwis oferuje tygodniowe podsumowanie z komentarzem redakcyjnym. Materiały przygotowane przez prawie 30 dziennikarek poświęcone są głównie prawom kobiet i grup marginalizowanych oraz wpływowi polityki i ekonomii na życie zwyczajnych ludzi.



Women in Leadership to międzynarodowy program networkingu i rozwoju skierowany do kobiet. Inicjatywa, realizowana w **Henkel Polska**, ma na celu wspieranie rozwoju osobistego i karier zawodowych kobiet zatrudnionych w firmie. Program jest także platformą wymiany doświadczeń pomiędzy pracownikami różnych działów i stanowisk. Uczestniczki biorą udział w spotkaniach tematycznych, warsztatach, treningach i rozwijają swoje umiejętności.



Grupa **Women@HPE Poland** powstała w 2013 roku, by aktywnie wspierać kobiety w osiąganiu sukcesu w życiu zawodowym oraz prywatnym. **Hewlett Packard Enterprise** zorganizował szkolenia z zarządzania zmia-

ną, budowania kariery zawodowej oraz łączenia życia zawodowego z prywatnym. Nawiązano też współpracę z Centrum Technologii Audiowizualnych we Wrocławiu, w celu promowania nowych technologii wśród kobiet.



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



POLITYKI I PROCEDURY

Aldi opublikowało **deklarację zasad dotyczących przestrzegania praw człowieka**, w której zdefiniowała m.in. swoje stanowisko, standardy, wytyczne, a także opisała procesy jej wdrażania. Celem firmy jest zapobieganie, względnie minimalizowanie, rozpoznanych przez nią ważnych zagrożeń poprzez podejmowanie różnych działań. Należą do nich m.in. odpowiednie dostosowywanie praktyk zarządzania i zakupowych, a także uwrażliwianie i szkolenia kluczowych pracowników, dostawców oraz partnerów handlowych.



W celu umożliwienia pozyskania lub pogłębienia wiedzy dotyczącej dyskryminacji i mobbingu, **Allegro** wprowadziło odpowiednie regulacje, spisało regulamin **Polityki przeciwdziałania zjawiskom dyskryminacji i mobbingowi**. Allegro tym samym zaprasza swoich pracowników do otwartej dyskusji, a w razie potrzeby zachęca do zgłaszania ewentualnych nadużyć w organizacji. Prowadzone są konsultacje i spotkania z zewnętrznymi ekspertami, dostępne dla wszystkich pracowników. Odbywają się one w siedzibie firmy oraz za pośrednictwem streamu. Pytania do eksperta można wysłać za pośrednictwem chatu.



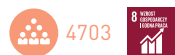
Wdrożony w **CCC** Regulamin **przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi** reguluje działania zarówno pracodawcy, jak i pracowników. Ma na celu wdrożenie właściwych przedsięwzięć podejmowanych przez firmę oraz ochronę osób dotkniętych przejawami dyskryminacji lub mobbingu. Reguluje także aktywność powoływanej Komisji Pojednawczej. Główną korzyścią wprowadzenia dokumentu jest instytucjonalna ochrona osób, które mogą borykać się z problemem dyskryminacji lub mobbingu w pracy.



Spółka **Compensa TU** dysponuje **procedurą antymobbingową** określającą sposób postępowania i zasady przeciwdziałania zjawisku mobbingu w firmie. Polityka określa szczególnie sposób przeciwdziałania zjawisku, a także formę składania skarg oraz tryb postępowania i rozpatrywania tych skarg. Procedura obowiązuje we wszystkich jednostkach organizacyjnych spółki. W 2018 roku procedura antymobbingową nie została aktywowana ani razu, nie odnotowano przypadków mobbingu w firmie.



Od maja 2010 roku w **Credit Agricole Bank Polska** obowiązuje **polityka antymobbingowa**, która pozwala pracodawcy zapobiegać tym negatywnym zjawiskom, a w razie potrzeby reagować na sygnały od pracowników. Pracownik, który uzna, że doświadczył mobbingu, może przestać zgłoszenie (także anonimowe) do pracodawcy tradycyjną pocztą lub na dedykowaną skrzynkę mailową. W banku powołany został też rzecznik antymobbingowy – pracownik HR do przyjmowania zgłoszeń dotyczących mobbingu oraz prowadzenia postępowania wyjaśniającego.



Wdrożona **Polityka przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji oraz innym nieakceptowalnym zachowaniom w ENEA S.A.** ma chronić pracowników przed tego typu zjawiskami w miejscu pracy lub w związku z wykonywaną pracą. Dokument precyzyjnie definiuje, jakie zachowania noszą znamiona mobbingu i dyskryminacji. Jednocześnie określa działania prewencyjne i sposób postępowania w przypadkach wystąpienia mobbingu, dyskryminacji bądź innych nieakceptowalnych zachowań. Każdy pracownik **Grupy Enea** ma możliwość zgłaszania naruszeń. W razie wystąpienia negatywnych zdarzeń istnieje jasno określona procedura postępowania.



W ramach przeciwdziałania mobbingowi w **Rödl & Partner** stosowanych jest wiele środków, które łącznie stanowią **system przeciwdziałania mobbingowi**. Pracownik, który odczuwa, że nie jest prawidłowo traktowany, lub zaobserwuje nieprawidłowości w komunikacji zarówno w zespole, jak i między Service Lines, może o tym porozmawiać z tak zwaną osobą zaufania, której rolę w firmie pełni menedżer HR. Procedury i środki przeciwdziałania mobbingowi to m.in. szkolenia onboardingowe i wprowadzające, wprowadzenie instytucji osoby zaufania, a także oceny roczne pracowników z przełożonym.



Emitel wprowadził w firmie **procedurę antymobbingową i antydyskryminacyjną** oraz promuje odpowiednie standardy zachowań w tym zakresie. Istnieje formalna ścieżka postępowania na wypadek zgłoszenia niewłaściwego działania lub zachowania, noszącego znamiona mobbingu lub dyskryminacji. Powołano też rzecznika ds. zapobiegania mobbingowi i dyskryminacji.



Polityka antymobbingowa ma na celu podejmowanie działań prewencyjnych, zwiększanie świadomości pracowników na temat zachowań niedozwolonych, a także eliminację mobbingu w miejscu pracy. Ramy jej działania w **Henkel Polska** wyznaczają: Kodeks Etyki, Normy Społeczne oraz Procedura Przeciwdziałania Mobbingowi, określająca prawa i obowiązki pracowników oraz zasady zgłaszania zachowań nieetycznych. Powołana została bezstronna komisja antymobbingowa, składająca się z zaufanych pracowników firmy. Komisja składa raport do dyrektora personalnej oraz compliance officer'a.



Celem projektu **Polityka wspierania różnorodności** jest zapewnienie wszystkim pracownikom **Henkel Polska** – bez względu na narodowość, wiek i płeć – równych szans rozwoju i samorealizacji w życiu zawodowym. Polityka jest realizowana za pośrednictwem programów wykonawczych kierowanych do poszczególnych grup pracowników. Firma dba o jakość kultury zarządzania, rozwijając u swoich menedżerów umiejętności pracy i kierowania różnorodnymi zespołami w oparciu o wspólne wartości.



SITECH w porozumieniu z partnerami społecznymi wdrożył wewnętrzną **politykę antymobbingową**, której celem jest eliminowanie zachowań o charakterze mobbingu lub dyskryminacji. Wszyscy pracownicy mają bieżący dostęp do dokumentu poprzez stronę intranetu.



RÓŻNORODNOŚĆ

Accenture Operations Polska oferuje pracownikom wsparcie, uwzględniając ich zróżnicowaną sytuację osobistą i zawodową oraz wynikające z niej różnorodne potrzeby m.in. poprzez **promowanie i wspieranie rozwoju zawodowego kobiet oraz budowanie kultury diversity & inclusion**. Kobiety, które aspirują do stanowisk zarządczych, mogą skorzystać z licznych warsztatów dla liderów. Rodzice z dziećmi



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

PRAWA CZŁOWIEKA

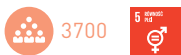
mają do dyspozycji w warszawskiej siedzibie firmy pokój, w którym mogą spędzić z nimi czas. Beneficjentem dobrych praktyk są również osoby z niepełnosprawnościami. Nowe biuro jest dla nich w pełni przyjazne i pozwala na swobodne przemieszczanie się.



Pride Network Poland jest kolejnym ważnym krokiem na drodze budowania przyjaznego dla każdego miejsca pracy, w którym pracownicy **Citi w Polsce** z pasją angażują się w realizację swoich zadań, chętnie współpracują z innymi i mogą w pełni wykorzystać swój potencjał. Sieć Pride Network jest otwarta dla wszystkich przedstawicieli środowiska LGBT, jak również dla tych pracowników, którzy chcą wspierać poszanowanie dla różnorodności w Citi, otwarcie mówić o swoim życiu, być równoprawnymi członkami zespołu i móc być sobą, nie bojąc się dyskryminacji czy braku akceptacji w miejscu pracy.



W ramach działań na rzecz różnorodności w **Citi Handlowym** zostało przeprowadzone obowiązkowe **szkolenie dla pracowników na temat różnorodności i utajonych uprzedzeń**. Podczas szkolenia poruszone zostały również następujące tematy: dlaczego najlepsze intencje nie zawsze przekładają się na zachowania, a także jak uprzedzenia wpływają na interesy klientów, codzienne relacje oraz podejmowanie decyzji. Warsztaty były prowadzone przez dr Mahzarin Banaji z Uniwersytetu Harvarda, współautorkę książki „Blindspot: Hidden Biases of Good People”. Doktor Mahzarin Banaji zajmuje się badaniem rozbieżności między świadomymi sposobami wyrażania wartości, postaw, przekonań a mniej świadomymi, utajonymi reprezentacjami treści mentalnych.

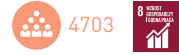


HR dla Różnorodności to wewnętrzna konferencja dla pracowników HR **Capgemini w Polsce** poświęcona wyzwaniom związanym z różnorodnością pracowników. Cele konferencji to m.in. uwspólnienie wiedzy pracowników HR na temat obowiązujących w Capgemini polityk i procedur odnoszących się do różnorodności i/lub równości praw, zwiększenie wiedzy prawnej w tym obszarze, wsparcie pracowników HR w rozpoznawaniu i zarządzaniu wyzwaniami związanymi z różnorodnością (kulturową, światopoglądową, wiekową i in.) oraz w znajdowaniu optymalnych rozwiązań, a także wsparcie pracowników HR w roli doradców team leaderów i menedżerów w kwestiach odnoszących się do różnorodności. Całe wydarzenie to cztery pełne dni warsztatów, prelekcji i doświadczeń z ekspertami w wymienionych obszarach.



W banku **Credit Agricole Bank Polska** powołano grupę roboczą Diversity and Inclusion, której celem jest wypracowanie **polityki różnorodności** uwzględniającej kwestie istotne z punktu widzenia osób zatrudnionych, a także interesariuszy zewnętrznych. Pracy nad polityką będą towa-

rzyszyć wydarzenia angażujące pozostałych pracowników i umożliwiające im poszerzenie wiedzy o zarządzaniu różnorodnością. W 2019 roku bank planuje wdrożyć politykę różnorodności i organizować wydarzenia zwiększające świadomość pracowników, np. Dni Różnorodności.



W 2017 roku działająca wewnątrz firmy **Credit Suisse** grupa LGBT stworzyła **autorski warsztat „Język włączający”** podnoszący świadomość roli języka w kształtowaniu rzeczywistości i wyposażający uczestników w praktyczne umiejętności reagowania na język dyskryminujący. Praktyka z powodzeniem kontynuowana była w 2018 roku i będzie realizowana w roku 2019. Warsztat prowadzony jest przez pracowników Credit Suisse Poland i charakteryzuje się łatwością wdrożenia we wszystkich działach i zespołach wewnątrz firmy. Dotychczas przeprowadzono sześć sesji we wrocławskim i w warszawskim oddziale Credit Suisse Poland.



W Grupie **Gdańskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej Program Różnorodność** powstał po to, aby rozpocząć dyskusję o tym, jak połączyć ze sobą różne światy pracowników, żeby czerpać z tego połączenia jak najwięcej. W ramach programu zorganizowano szkolenia dla menedżerów, „Dni Zdrowia” dla pracowników 40+ (spotkania promujące regularne badania), stworzono program wyrównujący szanse pracowników 50+ (wprowadzono możliwość krótszego czasu pracy na sześć miesięcy przed przejściem na emeryturę oraz korzystania z opieki medycznej przez rok po przejściu na emeryturę na takich samych zasadach jak pracownicy firmy), a także program aktywizujący emerytowanych pracowników.



Dział wideo Wyborcza.pl (**Grupa Agora**) wspólnie z Jakubem Hartwiche i Adrianem Glinką – bohaterami protestu zorganizowanego przez rodziców osób niepełnosprawnych w Sejmie RP w 2018 roku – stworzył **cykl wideo „W pożyczonych garniturach”**. Jego celem jest uwrażliwienie widzów na problemy osób z niepełnosprawnościami, a jednocześnie wypełnienie luki w mediach, w których do tej pory nie było audycji poświęconej tym problemom ani takiej, której dwójka gospodarzy byłaby osobami z niepełnosprawnościami. Gospodarze programu do pierwszego odcinka zaprosili Jurka Owsiaaka; tematem kolejnego były nadchodzące wybory samorządowe.



Konkurs fotograficzny „Siła różnorodności” to doroczna inicjatywa skierowana do pracowników **Grupy Nowy Styl** z 16 lokalizacji firmy, w tym Polski, Niemiec, Szwajcarii, Francji i Holandii. Jurorami konkursu są architekci i graficy, ale też współpracujący z firmą fotografowie. Trzy najlepsze zdjęcia są nagradzane, a 12 z nich jest publikowanych w kalendarzach ściennych i nabiurkowych, które wręczane

są klientom firmy jako prezenty świąteczne. Wśród nagrodzonych prac znalazły się zdjęcia z całego świata, pokazujące różnorodność kulturową, indywidualną i przyrodniczą.



Firma **Holding 1** – podobnie jak większość pracodawców w Polsce – stoi przed wyzwaniem, jakim jest poszukiwanie nowych pracowników. Mając na uwadze istniejące uwarunkowania rynkowe, występujące trendy demograficzne oraz obecną strukturę zatrudnienia, zdecydowano się na pilotażowy **projekt zatrudniania osób z niepełnosprawnościami** w formie telepracy. Oferta jest zarazem adresowana do osób, które ze względu na posiadaną niepełnosprawność nie są w stanie podjąć tradycyjnej pracy stacjonarnej.



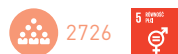
Na **wewnętrznej konferencji „Bank równych szans”**, zorganizowanej z okazji Międzynarodowego Dnia Tolerancji przez **ING Bank Śląski**, rozmawiano o tolerancji i szacunku do inności. Pracownik banku podzielił się swoimi przeżyciami i doświadczeniami z życia z genetyczną chorobą skóry i skutecznego pokonywania barier. Szefowa obszaru HR przedstawiła podejście banku do różnorodności oraz przybliżyła, jak działania organizacji wspierają kulturę równych szans dla wszystkich. Ambasadorki kierunku Bank Równych Szans opowiedziały, jakie działania podejmują i jakie jeszcze wyzwania przed nimi stoją. Nie zabrakło również głosu ważnej grupy seniorów.



Pracowników **Job Impulse** zaproszono na dwa zamknięte seanse komedii obyczajowej „Boski porządek” w trakcie pracy, **świętując** w ten sposób **Dzień Różnorodności** w firmie. Akcja filmu rozgrywa się w Szwajcarii w 1971 roku i w lekki sposób opowiada o walce kobiet o prawa wyborcze. Szwajcaria nadała kobietom prawa wyborcze bardzo późno, w latach 70., a jeden z kantonów w latach 90. W zespole pracuje dużo młodych ludzi, postawiono więc na edukację przez zabawę.



W 2018 roku **Kompania Piwowarska** włączyła do wskaźników monitorujących realizację strategii zrównoważonego rozwoju wskaźnik weryfikujący wielkość wynagrodzeń ze względu na płeć – **monitoring równości płac kobiet i mężczyzn**. Tego rodzaju analizy były już prowadzone w firmie w oparciu o własne zasoby, ale od 2018 roku są one realizowane z wykorzystaniem zewnętrznego narzędzia informatycznego przygotowanego przez Instytut Badań Strukturalnych.



RBS (National Westminster Bank) wierzy, że różnorodność jest ogromną wartością, dzięki której firma może się lepiej rozwijać i być przyjaznym oraz bezpiecznym miejscem dla swoich pracowników, dlatego **promuje i wspiera różnorodność**. Realizuje ten cel między innymi poprzez grupy pracownicze: sieć wspierająca rozwój kobiet, sieć pracowników LGBT+ i sojuszników, sieć rodzin, sieć dla pracowników z niepełnosprawnościami, sieć multikulturową oraz grupę wspierającą działania na rzecz środowiska.



Wartością dla **Santander Bank Polska** jest budowanie inkluzywnego i różnorodnego środowiska pracy poprzez przygotowanie organizacji do zatrudnienia osób z niepełnosprawnością między innymi poprzez realizację **Projektu Różnosprawni**. W tym celu bank podejmuje działania edukacyjne. Odbywają się przedsięwzięcia kierowane do pracowników i kadry menedżerskiej, w Departamencie Kadr zatrudniane są osoby z niepełnosprawnością słuchową, uczestnicy dzielą się tym doświadczeniem z organizacją w celu zachęcania do tworzenia zespołów różnosprawnych, pokazywania korzyści z przyjęcia do pracy tych osób i przetamywania ewentualnych barier przed zatrudnieniem.



W **Shell Polska** **wspieranie różnorodności** wewnątrz firmy jest ważnym zagadnieniem. W ramach tego obszaru realizowane są następujące działania: zatrudnianie w oparciu o kompetencje i dopasowanie do kultury organizacyjnej, niezależnie od przynależności do konkretnej mniejszości; organizowanie szkoleń z zakresu świadomości niepełnosprawności i budowania szacunku dla różnorodności; wdrożenie programu Gender Balance in Leadership; organizowanie obchodów D&I Festival, International Coming Out Day, International Disability Day; wprowadzenie udogodnień dla pracowników w postaci elastycznego czasu pracy, pomieszczenia do medytacji, pokoju dla matek karmiących i wiele innych.



SITECH **propaguje różnorodność** w miejscu pracy, bazując na podpisanych przez przedstawicieli spółki dokumentach. W maju 2018 roku w firmie został zorganizowany Dzień Różnorodności, w ramach którego nakręcono film o pasjach i zainteresowaniach pracowników. Film ten był prezentowany na kwartalnym spotkaniu z załogą i wzbudził ogromne zainteresowanie. W ramach promowania różnorodności SITECH corocznie przytacza się do akcji „Jestem przeciwko rasizmowi”. W 2018 roku pracownicy ustawili specjalnie zaprojektowane przez jedną z koleżanek logo „we are against racism” w stopce mailowej.



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

PRAWA CZŁOWIEKA

Staże u agentów. WYRÓŻNIJMY SIĘ to pilotażowy projekt realizowany przez Fundację Integralia **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**.

Celem inicjatywy jest zachęcenie agentów do zatrudniania osób z niepełnosprawnością. Przygotowany program zakłada szkolenia z zasad komunikacji i obsługi klienta z niepełnosprawnością; doradztwo pod kątem dostępności miejsca dla osób np. poruszających się na wózku, a także rekrutację kandydatów na 3-miesięczny staż do zadań wskazanych przez agenta. Pilotażem objęto 7 placówek. W 4 agencjach pilotaż został w pełni zrealizowany, natomiast dla 3 placówek wciąż prowadzona jest rekrutacja kandydatów.



Win with Capgemini to program, którego celem jest wsparcie zatrudnienia osób z niepełnosprawnością w **Capgemini Polska**. Firma nie tworzy miejsc pracy chronionej, ale poszukuje kandydatów prezentujących kompetencje do pracy na stanowiskach potrzebnych w przedsiębiorstwie. Jednocześnie oferuje niezbędne adaptacje technologiczne i pomoc na pierwszym etapie pracy.



W 2014 roku w **Credit Suisse** stworzono Poland LGBT & Ally Network, **grupę wspierającą pracowników LGBT**. Skupia ona osoby LGBT, jak i heteroseksualne, którym bliskie są idee różnorodności. Dzięki jej działalności firma tworzy jeszcze bardziej przyjazne środowisko pracy niż wcześniej. Jednym z głównych działań inicjatywy jest program Ally dający narzędzia do aktywnego wspierania walki z homofobią oraz transfobią. Do programu włączyło się ponad 300 pracowników, a ich liczba sukcesywnie rośnie.



Credit Suisse bierze udział w **Marszu Równości** we Wrocławiu od 2016 roku. Przez dwa lata firma jako jedyna w mieście pokazywała wsparcie biznesu dla środowiska LGBT. W 2018 roku do Credit Suisse dołączyło siedmiu innych wrocławskich pracodawców przyjaznych osobom LGBT i zaangażowanych w tworzenie wolnego od dyskryminacji środowiska pracy.



Segreguję – nie widzę przeszkód to pierwszy projekt, który ma za zadanie ułatwić niewidomym ochronę środowiska poprzez właściwe sortowanie odpadów. Służy do tego zestaw sześciu prostych naklejek w alfabecie Braille'a (wykonanych z PET pochodzącego z recyklingu, odpornego na warunki pogodowe) bezpłatnie dystrybuowanych przez firmę **ENERIS Ochrona Środowiska**. W sierpniu 2018 roku ukazał się projekt nowej ustawy o utrzymaniu czystości i porządku w gminach, w którym uwzględniono rekomendowane przez firmę zapisy o dostępności dla osób z niepełnosprawnością.



W 2018 roku podczas Konferencji „100 lat praw wyborczych kobiet. PRACA, RODZINA, ROZWÓJ – perspektywa równych szans”, której współorganizatorem – obok Forum Odpowiedzialnego Biznesu – był Kongres Różnorodności, odbył się **przeгляд „Praktycy o Różnorodności”**.

Goodbrand & Company do udziału zaprosił przedstawicieli Fundacji Ocalenie, Pirs Creative Lab, TAURON Polska Energia, portalu Newsmavens.com, Fundacji Miejsce Kobiet oraz Agencji „Leżę i Pracuję”.



„Pryvit” – pierwsza bezpłatna gazeta dla Ukraińców we Wrocławiu to wspólne przedsięwzięcie wrocławskiej redakcji „Gazety Wyborczej”, należącej do **Grupy Agora**, oraz Fundacji Ukraina. Gazeta dostępna jest w często odwiedzanych przez Ukraińców miejscach, np. w siedzibie Fundacji Ukraina, cerkwi prawosławnej, urzędach, na uczelniach oraz w restauracjach. Nakład wynosi 6 tys. egzemplarzy.



Henkel Polska od 2013 roku organizuje **Tydzień Różnorodności**, którego celem jest promowanie wśród pracowników idei różnorodności. W 2018 roku pod hasłem „Let’s Talk Agility” w warszawskiej centrali zorganizowano warsztaty Diversity & Inclusion Gaming. W fabryce w Dzierżonowie zainicjowano zamianę ról – pracownicy biurowi poznali tajniki procesu pakowania, a pracownicy linii produkcyjnej wcielili się w rolę ich mentorów.



Projekt **DIVE.IN** realizowany w **Hewlett Packard Enterprise** ma na celu przybliżenie pracownikom firmy zagadnienia aktywizacji osób z niepełnosprawnością, obalenie stereotypów oraz wypracowanie narzędzi pomocnych w aktywizacji osób wykluczonych z powodu niepełnosprawności. Oprócz podjęcia szeregu inicjatyw, nawiązano współpracę z innymi firmami z sektora i NGO.



Polityka **PwC bez barier** ma na celu wyrównanie szans osób z niepełnosprawnością, które wkraczają na rynek pracy, poprzez umożliwienie im zdobycia profesjonalnego doświadczenia, zachęcanie studentów z niepełnosprawnością do aplikowania na staże w firmie, sprawdzanie, czy istniejące w firmie rozwiązania są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością, zmianę kultury organizacji i przelamanie ewentualnych obaw bądź barier pracowników.



Już dwukrotnie firma **Volkswagen Motor Polska** zorganizowała **Dzień Różnorodności**. Volkswagen Motor Polska jest sygnatariuszem Karty Różnorodności.





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



PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY



237 praktyk nowych

180 praktyk długoletnich

129 firm

P Praktyki z zakresu pracy tradycyjnie już są jednym z najliczniej reprezentowanych obszarów w Raporcie.

W tym roku dodatkowo widoczny jest wzrost ich liczby aż o 33%. Czy można to łączyć z dążeniem pracodawców do tego, aby pracownik czuł się związany z firmą? Na pewno w mądrze zarządzanych przedsiębiorstwach proces ten następuje. Osoba przywiązana do organizacji i dobrze zmotywowana pracuje efektywniej i jest mniej zainteresowana zmianą pracodawcy.

Najwięcej nowych przykładów pojawiło się w obszarze zdrowia. Sporo firm oferuje swoim pracownikom specjalistyczne badania zdrowotne oraz kampanie edukacyjne w zakresie potencjalnych zagrożeń. Więcej jest praktyk dotyczących różnego rodzaju wsparcia pracowników, zachęcania ich do aktywności sportowej czy mądrego kształtowania relacji pomiędzy pracą i życiem osobistym. Są przykłady wsparcia w walce z wypaleniem zawodowym i depresją.

W porównaniu z zeszłym rokiem więcej jest także takich rozwiązań jak zapewnianie przedszkoli oraz żłobków przyzakładowych dla dzieci pracowników, aby rodzice mogli łatwiej godzić życie zawodowe z osobistym. Dla młodych rodziców ma to duże znaczenie i faktycznie może pomóc w podjęciu decyzji o powrocie na rynek pracy.

Widoczne są też rozwiązania pokazujące bardzo zaawansowane podejście do zatrzymywania pracowników w firmach. Jednym z ważnych elementów budujących u pracowników zaangażowanie jest poczucie sprawstwa – możliwości podejmowania działań, wychodzenia z inicjatywą, która jest doceniana w firmie. Stąd popularność systemów zgłaszania innowacji czy konkursy dla najbardziej aktywnych pracowników. Są też praktyki wychodzące naprzeciw oczekiwaniom pracowników co do transparentności w firmie i dostępności przedstawicieli zarządów. Część organizacji wprowadziła możliwość bezpośredniej

rozmowy albo zadawania pytań prezesowi poprzez aplikacje elektroniczne. Widać też rosnącą liczbę praktyk w obszarze szkoleń i rozwoju pracowników. Możliwość zwiększania swoich kompetencji często decyduje o chęci pozostania w firmie lub szukania nowych wyzwań.

Organizacje, poprawiając warunki pracy, liczą też, że dotychczasowi pracownicy zachęcą swoich znajomych lub przyjaciół do pracy w ich firmie. Daje to korzyści wszystkim – pracownicy werbujący są nagradzani, nowy pracownik otrzymuje wiarygodną rekomendację, a pracodawca kolejnego zatrudnionego.

W opisie praktyk z zakresu pracowniczego nie może oczywiście zabraknąć wolontariatu i bezpieczeństwa. Warto jednak zaznaczyć, że o ile promowanie dodatkowej aktywności pracowników cały czas dominuje jeśli chodzi o liczbę praktyk, to kwestie bezpieczeństwa straciły drugą pozycję na rzecz zdrowia, a podobna liczba praktyk znalazła się w obszarze szkoleń i rozwoju. Ciekawostką jest jednak pojawienie się przy szkoleniach dotyczących bezpieczeństwa coraz bardziej innowacyjnych rozwiązań, w tym opartych na technologii VR. Wydaje się, że to ciekawe rozwiązanie da nowe możliwości w zakresie zapewniania pracownikom bezpiecznych miejsc pracy.

Potwierdzenie opisanych trendów znajdujemy w Celach Zrównoważonego Rozwoju, do których najczęściej odwołują się firmy. Najpopularniejszy – na skutek wdrażania programów zdrowotnych i zapewniających bezpieczeństwo – był Cel 3. Dobre zdrowie i jakość życia. Kolejnym wysoko notowanym celem stał się Cel 8. Wzrost gospodarczy i godna praca. I to nie może dziwić, wszak obejmuje on właśnie dobre warunki pracy. Trzecim z najpopularniejszych celów był Cel 4. Dobra jakość edukacji. Ten cel patroluje wszelkim działaniom mającym na uwadze rozwój wiedzy i kompetencji. W świetle opisanych trendów wydaje się tutaj zupełnie na miejscu.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY



Liczba zatrudnionych pracowników w 2018 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie



Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 217

BEZPIECZEŃSTWO W MIEJSCU PRACY

W ramach kampanii **Widzisz więcej – jedziesz bezpieczniej** uświadamiano kierowców wykonujących usługi przewozu dla **CEMEX Polska**, że przedmioty znajdujące się na szybie lub w polu widzenia kierowcy ograniczają pole widzenia podczas jazdy i mogą spowodować zagrożenie dla innych użytkowników dróg, w tym pieszych i rowerzystów. Kierowcom zwracano uwagę podczas audytów i szkoleń. Akcja polegała na przeszkoleniu kierowców oraz przygotowaniu plakatów informacyjnych.



1000



Program zwiększenia bezpieczeństwa i ekologii jazdy ma poprawić bezpieczeństwo jazdy pracowników **Grupy Eurocash** oraz zmniejszyć negatywny wpływ aut na środowisko. Dzięki wyposażeniu samochodów służbowych w systemy monitorujące sposób jazdy przeanalizowano zachowania drogowe pracowników. Kierowcy, których styl jazdy został określony jako „nieakceptowalny”, skierowani zostali na specjalistyczne szkolenia i kursy samochodowe mające na celu zmianę negatywnych zachowań drogowych.



22500



W ramach **Miesiąca Bezpieczeństwa** organizowanego we wszystkich spółkach **Grupy Raben** pracownicy mogli skorzystać z symulatora dachowania, symulatora decyzyjnego czasu reakcji, algokogli, odbyli spotkania z ergonomistami, a także rysowali „martwe strefy” niewidoczne z kabiny kierowcy. Odbyły się też szkolenia i spotkania pracowników oraz koordynatorów i specjalistów ds. BHP w firmie. Zwracano uwagę na potencjalne ryzyka, a pracownicy motywowali się nawzajem do kreowania bezpiecznych warunków pracy.



5000



Spółka **ORLEN KolTrans** zdecydowała o umieszczeniu **kart ratowniczych w pojazdach służbowych** wraz z naklejką informacyjną dla służb ratunkowych. Konstrukcja, wzmocnienia i systemy bezpieczeństwa pojazdów z roku na rok są coraz doskonalsze i coraz lepiej chronią życie i zdrowie pasażerów, dlatego dostarczenie służbom ratunkowym precyzyjnej informacji o budowie pojazdu może zdecydowanie skrócić czas potrzebny do dotarcia z pomocą.



439



W samochodach służbowych **ING Banku Śląskiego** umieszczono **karty ratownicze pojazdu**. Zawierają one ważne dla służb ratowniczych informacje, jak umiejscowienie wzmocnień karoserii, rozmieszczenia poduszek powietrznych i gazowych napinaczy pasów. Taki zbiór informacji, w razie poważnego wypadku, skraca czas akcji ratowniczej nawet o 30%. Blisko 1 tys. pracowników otrzymało karty wraz z nalepkami na szybę oraz zostało zaproszonych na szkolenie, w czasie którego można było się dowiedzieć, czemu służy karta i jak wpływa na szybkość udzielenia pomocy. Działania związane z przygotowaniem kart miały też podnieść świadomość dotyczącą bezpieczeństwa wśród pracowników korzystających ze służbowych samochodów.



8100



Dbając o poprawę bezpieczeństwa uczestników ruchu drogowego, **Solaris Bus & Coach** stworzył program szkoleń **Bezpieczny Kierowca** skierowany do kierowców autobusów miejskich. Kierowcy przechodzą szkolenie teoretyczne i praktyczne w zakresie przewidywania i szybkiego rozpoznawania zagrożeń oraz poznają sposób i utrwalają umiejętności właściwego reagowania w ekstremalnych warunkach. Zapoznają się również z technikami ekonomicznej jazdy autobusem miejskim. Z rozpoczętego w 2005 roku programu szkoleń skorzystało już ponad 1 tys. osób.



2300



W **DB CARGO Polska** przy postępowaniu powypadkowym przygotowana jest tzw. **Lekcja ze zdarzenia** zawierająca krótki opis okoliczności, skutki, stwierdzone przyczyny oraz wnioski i zalecenia dla innych. Pozwala dzielić się informacjami na temat niebezpiecznych sytuacji, dotąd dostępnymi tylko dla bardzo wąskiej grupy osób. Służy kształtowaniu świadomości na temat zdarzeń niepożądanych oraz wyciąganiu wniosków na ich przykładzie.



3000



Akcja **Minutka dla bezpieczeństwa** polega na tym, że na początku każdego spotkania biznesowego w **DB CARGO Polska** przedstawiany jest przykład jakiejś niebezpiecznej sytuacji czy niebezpiecznego zachowania, które zaobserwował pracownik. Na podstawie okoliczności, skutków i wniosków z takiej sytuacji uczestnicy spotkania zachęceni są do zwracania uwagi na kwestie bezpieczeństwa w życiu prywatnym i w pracy.



3000



W ramach „**ZERO MINDSET – Zero wypadków**” – systemu **prewencji**, który został wdrożony w **Sodexo Polska**, organizowane są szkolenia związane z bezpieczeństwem pracy/żywności, a także realizowane są codzienne rutynowe czynności, takie jak: „Moment Bezpieczeństwa” – rozpoczynanie każdego firmowego spotkania od wspólnej refleksji na temat bezpieczeństwa w pracy. Akcje te wspierane są materiałami edukacyjnymi. Każdy pracownik może również zainstalować aplikację, która pozwala na samodzielne, intuicyjne monitoro-

wanie bezpieczeństwa w zakładzie pracy, a także zgłaszanie zdarzeń potencjalnie niebezpiecznych. Zaobserwowano wzrost liczby zgłaszanych zdarzeń potencjalnie niebezpiecznych.



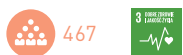
W ramach **Dnia Bezpieczeństwa w ArcelorMittal Poland** realizowane są symulacje pożarów i wypadków oraz szkolenia na terenie hal produkcyjnych z wykorzystaniem rzeczywistego sprzętu i podczas wykonywania rzeczywistych czynności. Prowadzone są audyty crossowe wykonywane przez szeregowych pracowników przy wsparciu pracowników dozoru, w obszarach, w których nie wykonują pracy na co dzień. Pozwala to na spojrzenie z innej perspektywy, umożliwia dzielenie się dobrymi praktykami wewnątrz firmy oraz podnosi świadomość, wiedzę i motywację pracowników. W 2018 roku we wszystkich inicjatywach wzięło udział 9170 uczestników.



W ramach Globalnych Dni Bezpieczeństwa w **BASF Polska** przygotowano **trening bezpieczeństwa w wirtualnej rzeczywistości**. Dzięki stanowiskom VR każdy pracownik miał szansę przećwiczyć realne procedury bezpieczeństwa w wirtualnej przestrzeni odwzorowującej obszar produkcyjny zakładu. Do szkolenia zaproszono wszystkich pracowników – około 800 osób. Ponad 94% uczestników uznało formułę za atrakcyjną, a 81% przyznało, że ich umiejętności oraz świadomość w zakresie bezpieczeństwa realnie wzrosły.



Dzień Bezpieczeństwa – oddolna inicjatywa pracowników **Gdańskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej** – to wydarzenie mające na celu nauczyć pracowników, jak pracować bezpieczniej, dbać o zdrowie swoje oraz innych. W ramach inicjatywy odbyły się warsztaty z pierwszej pomocy, bezpiecznej jazdy samochodem, a także pomocy osobie uwięzionej w komorze (w takiej, w jakiej pracują pracownicy techniczni). Uczestnicy wydarzenia mogli m.in. zmierzyć się z symulacją ciepłowniczą oraz z symulacją gaszenia sprzętu elektronicznego.



W **Leroy Merlin Polska** cyklicznie organizowane są szkolenia oraz sprawdzane jest przygotowanie kierowników i pracowników w zakresie bezpieczeństwa. Podczas **Tygodnia bezpieczeństwa pracy** pracownicy w sklepach mogli spotkać się z inspektorami ds. BHP. W sieci wewnętrznej firmy uruchomiono specjalną akcję edukacyjną. Pracownicy zachęceni byli do reagowania na wszelkie nieprawidłowości.



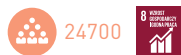
„**Szkolenie Plus**” dla mechaników, połączone z warsztatami multimedialnymi dotyczącymi bezpieczeństwa w pracy prowadzone w **SumiRiko Poland** jest organizowane dla nowych pracowników działu Utrzymania Ruchu, którzy obsługują wiele różnych urządzeń, niejednokrotnie bardzo skomplikowanych. Prezentowany jest również film nagrany w firmie, ukazujący potencjalne lub rzeczywiste wypadki, jakie wydarzyły się lub mogłyby mieć miejsce na danych urządzeniach. Warsztaty multimedialne uruchamiają wyobraźnię pracowników w kwestii potencjalnych zagrożeń, jakie mogą wystąpić na danym stanowisku pracy, co przekłada się na zwiększoną ostrożność podczas wykonywania codziennych obowiązków warsztatowych.



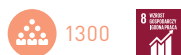
W celu podniesienia świadomości pracowników w zakresie technologii, z którą mają na co dzień do czynienia, w **T-Mobile Polska** organizowany jest **Security Day**. Spotkania w każdym roku koncentrują się na nowych tematach. W trakcie szkoleń i warsztatów przygotowanych w tym dniu pracownicy mają szansę dowiedzieć się m.in., jak sprawdzić, czy z telefonów nie „wyciekają” dane oraz ile podejrzanych maili dziennie wykrywają systemy zabezpieczeń. Organizowane są również warsztaty z udzielania pierwszej pomocy.



Celem **Konkursu BHP Puchar Prezesa PGNiG** jest promowanie zasad BHP i przeciwpożarowych, a także podnoszenie świadomości pracy oraz kultury pracy w firmie **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**. W pierwszym etapie organizowane są regionalne konkursy w Warszawie, Zielonej Górze i Sanoku, z których wyłaniane najlepsze trzyosobowe drużyny przechodzą do finału składającego się z testu i części praktycznej – 9 konkurencji technicznych i sprawnościowych. W 2018 roku w finale rywalizowało 11 trzyosobowych drużyn.



Podczas **Dni Bezpieczeństwa w Górażdże Cement** we wszystkich zakładach pracownicy oraz podwykonawcy biorą udział w szkoleniach i warsztatach oraz konkursach wiedzy, wręczane są też Złote Kaski Grupy Górażdże. Wzięło w nich udział blisko 1200 osób. W 2018 roku zorganizowana została kampania pod hasłem „Jest wiele powodów, by wracać do domu...”, w którą zaangażowano rodziny. Dzięki współpracy z rodzinami powstał film, w którym dzieci opowiadały, dlaczego chcą, aby rodzice pracowali bezpiecznie.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Pod koniec roku w ramach konkursu „Liga Mistrzów” – **współzawodnictwo w dziedzinie QSHE** podsumowywana jest aktywność pracowników **Kuehne + Nagel** w propagowaniu zasad BHP. Oceniany jest sposób wykorzystywania nowoczesnych technologii oraz sprzętu, a także organizacja pracy pracowników i ich wkład w poprawę bezpieczeństwa. Osoby wykazujące się największym zaangażowaniem są nagradzane.



W celu poprawy bezpieczeństwa w **Kuehne + Nagel** powstał specjalny dział ekspertów, którzy wdrażają innowacyjne pomysły dotyczące ochrony życia i zdrowia pracowników znajdujących się w magazynie. **Wyznaczenie specjalisty PRSES, osoby odpowiedzialnej za bezpieczeństwo urządzeń magazynowych** oraz regatów pozwoliło na skoncentrowaniu się na zagadnieniach bezpieczeństwa.



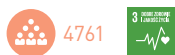
Pracujmy Bezpieczniej to program sugestii pracowniczych w obszarze BHP, który ma ograniczyć liczbę wypadków (głównie drobnych urazów), którym ulegają pracownicy **LW Bogdanka**. Praktyka polega na usystematyzowaniu mechanizmu zgłaszania sugestii i pomysłów na usprawnienia w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy. W pierwszym roku działania programu uzyskano ponad 50 zgłoszeń, z czego wdrożono ponad 20%.



W ramach działań mających na celu **dbanie o bezpieczeństwo** w **WSP Polska** realizowana jest wizja „Zero Harm”, której element stanowi obowiązek poruszania tematu BHP na cotygodniowych spotkaniach z pracownikami przez szefów działów. Każdy pracownik ma możliwość zgłaszania niebezpiecznych sytuacji poprzez platformę iSMS. Od 2018 roku działa też aplikacja mobilna umożliwiająca raportowanie z terenu i placu budowy. Zgłoszenia analizowane są przez kierownika ds. BHP na Europę centralną oraz przez lokalnego koordynatora BHP, a następnie natychmiastowo wprowadzane są odpowiednie akcje.



Niezbędnik BHP to rozdystrybuowana wśród całej załogi **LW Bogdanka** publikacja będąca zbiorem podstawowych zasad dotyczących bezpieczeństwa, które obowiązują na terenie kopalni, a wynikają z przepisów prawa oraz wewnętrznych regulaminów. Zawiera informacje na temat zagrożenia pożarowego, prawidłowej wentylacji i zagrożeń gazowych, a także instrukcje związane z transportem oraz pracami szczególnie niebezpiecznymi. Niezbędnik został przekazany także pracownikom podwykonawców, których obowiązują dokładnie te same zasady.



Dla zaangażowania pracowników w budowanie kultury bezpieczeństwa w **Lafarge w Polsce** wdrożono program **Personalizacja bezpieczeństwa – Opiekun Bezpieczeństwa**. Opiekun jest osobą odpowiedzialną za przestrzeganie zasad BHP, stoi na straży realizacji poszczególnych zasad Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Ochrony Zdrowia w swoim otoczeniu. Cykliczne spotkania opiekunów z różnych działów sprzyjają tworzeniu kultury otwartego dialogu, szybkiemu poprawianiu wyciągnięć i wyciągnięciu wniosków na przyszłość.



W ramach poprawy **bezpieczeństwa pracy** w **Fiat Chrysler Automobiles** w zarządzaniu wykorzystywana jest Filar Safety World Class Manufacturing, propagowane są proaktywne postawy ukierunkowane na codzienną poprawę warunków na stanowiskach pracy, gdzie szczególną rolę odgrywa funkcja kapitana bezpieczeństwa oraz system dynamicznej oceny ryzyk elementarnych w każdym zespole technologicznym. W 2018 roku system ten został zmodyfikowany i zoptymalizowany, przyjmując formę aplikacji elektronicznej, która ułatwia zarządzanie bezpieczeństwem w obszarach zespołów technologicznych zakładu.



Na terenie zakładu produkcyjnego **Amica** we Wronkach powołano jednostkę Ochotniczej Straży Pożarnej – **OSP Amica**. W jej skład wchodzi 42 członków – ochotników, pracowników spółki. Jednostka utrzymywana jest z budżetu firmy. Jej działania polegają na zwalczaniu pożarów i innych zagrożeń na terenie firmy i powiatu szamotulskiego, a także na szerzeniu wiedzy i umiejętności z zakresu udzielania pierwszej pomocy oraz bezpieczeństwa przeciwpożarowego. Ponadto na każdym wydziale fabryki są ratownicy wydziałowi.



Funkcjonująca w **Międzynarodowym Porcie Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków-Balice** **Lotniskowa Służba Ratowniczo-Gaśnicza** działa w **Krajowym Systemie Ratowniczo-Gaśniczym** jako jedyna tego typu jednostka w Polsce. Daje jej to możliwość niesienia pomocy podczas wypadków poza terenem lotniska. W sytuacjach zdarzeń z zagrożeniem życia w rejonie lotniska miejskie stanowisko kierowania Państwowej Straży Pożarnej informuje Punkt Alarmowy LSRG, który podejmuje decyzję o możliwości zadysponowania zastępu gaśniczego lub ratownictwa technicznego do działań.



Pracownicy firmy **ANWIL** dzięki programowi **Zgłoś zagrożenie** identyfikują potencjalne niebezpieczeństwa, proponując sposób ich eliminacji poprzez formularz w intranecie. W 2018 roku zidentyfikowano 366 zagrożeń, z których do tej pory wyeliminowano ponad 90% (o 6% więcej niż w roku poprzednim).



Od pięciu lat **ANWIL** organizuje **Tydzień Bezpieczeństwa Pracy i Ochrony Zdrowia**, którego celem jest pogłębianie wiedzy pracowników na temat bezpiecznej pracy i oceny zagrożeń dla zdrowia, życia i środowiska. W 2018 roku z badań wzroku skorzystało 119 osób, a na badania wykrywające przeciwciała przeciw boreliozie zgłosiły się 132 osoby, czyli co dziesiąty pracownik firmy.



ANWIL od pięciu lat organizuje **konkurs dla kontraktorów** wykonujących coroczne remonty na terenie firmy. Głównym celem tej praktyki jest promowanie zasad BHP i ppoż. oraz podnoszenie świadomości bezpiecznej pracy wśród pracodawców i pracowników przedsiębiorstw zewnętrznych. W 2018 roku w konkursie wzięły udział brygady remontowe z 13 firmy. Nagradzani są uczestnicy, którzy, wykonując zadanie, dostosowują się do zasad obowiązujących na terenie firmy. Głównym



W ramach programu **W kierunku kultury ZERO wypadków** w browarach **Carlsberg Polska** prowadzi się stały monitoring potencjalnych zagrożeń i wdraża się procedury podnoszące bezpieczeństwo. Odbывают się szkolenia i programy: „Bezpieczna piątka”, „Traffic Safety” oraz „Dzień Bezpieczeństwa w browarach”. W ramach programu BAC w samochodach zamontowano alkomaty, a w browarach jest zakaz spożywania alkoholu i prowadzone są pod tym kątem kontrole.



CCC kontynuuje podejmowanie wspólnych inicjatyw we **współpracy ze Strażą Pożarną** z Polkowic. W 2018 roku dział BHP i ppoż. pięciokrotnie zorganizował ćwiczenia z zakresu praktycznego sprawdzenia organizacji oraz warunków ewakuacji na terenie obiektów CCC w Polkowicach.



Ze względu na większe ryzyko wypadków, pracownicy magazynowi **CCC** zostali objęci działaniami szkoleniowymi. Wprowadzono tzw. **wtorki szkoleniowe**, w ramach których odbywają się spotkania z przedstawicielami działu BHP.



Co roku **CEMEX Polska** w ramach **Dni BHP i Zdrowia** organizuje w pięciu lokalizacjach na terenie kraju pikniki rodzinne dla pracowników i ich rodzin, podwykonawców oraz interesariuszy firmy. Celem akcji jest profilaktyka i budowanie świadomości zdrowotnej oraz kultury bezpieczeństwa. W 2018

roku zadbano też o edukację najmłodszych w zakresie udzielania pierwszej pomocy oraz gaszenia pożarów.



W celu skuteczniejszej identyfikacji zagrożeń oraz zdarzeń potencjalnie wypadkowych postanowiono stworzyć system, który zaangażuje wszystkich pracowników **CEMEX Polska**. W firmie działa **elektroniczny system kart zdarzeń potencjalnie wypadkowych i zagrożeń**. System działa od 2008 roku, a elektroniczne narzędzie udostępniono pracownikom w 2016 roku. Na podstawie kart podejmowane są działania mające na celu ograniczenie lub likwidację niebezpieczeństw. Karty mogą zgłaszać także podwykonawcy, goście i klienci.



Stalą praktyką w **Dentsu Aegis Network Polska** jest **organizacja corocznego szkolenia praktycznego z ratownictwa medycznego** dla wybranej grupy pracowników. Szkolenie odbywa się w Warszawie i Białymstoku. W 2018 roku skorzystały z niego 24 osoby.



Oprócz regularnych audytów bezpieczeństwa, **Eiffage Polska Budownictwo** dwa razy w roku przeprowadza warsztaty, szkolenia oraz pokazy skierowane do pracowników w ramach **Tygodnia Bezpieczeństwa**. Szkolenia były okazją do promowania wdrożonych w 2018 roku Złotych Zasad Bezpieczeństwa.



Emitel wyposaża swoje siedziby w **automatyczne defibrylatory i ciśnieniomierze**. Miejsca zawieszenia defibrylatorów oznaczono na zewnątrz budynków, w których mieszczą się biura firmy i powiadomiono administratorów o dostępności sprzętu.



Kampania „Nasz wybór – bezpieczna praca” ma na celu propagowanie zasad bezpiecznej pracy poprzez podnoszenie świadomości pracowników i przetożonych w **Grupie Enea** z zakresu bezpieczeństwa i zdrowia w środowisku pracy. Kampania obejmuje ponad 5 tys. pracowników spółek obszaru dystrybucji. W ramach akcji przygotowano szereg działań związanych z zasadami bezpiecznej pracy.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Grupa Kapitałowa LOTOS organizuje co roku w Gdańsku **Dni BHP**. Do tej pory odbyło się dziewięć edycji tego programu. To akcja profilaktyczna, podczas której pracownicy mają możliwość poddać się badaniom i konsultacjom lekarskim, wziąć udział w warsztatach z zakresu ochrony zdrowia oraz w konkursach BHP i ochrony zdrowia. Każda edycja poświęcona jest innej tematyce zdrowotnej. Podczas ostatniej edycji kilkuset pracowników uczestniczyło w I Biegu po rafinerii.



Program **Dyskusje SUSA** ma na celu ograniczenie wypadków i zwiększenie świadomości wśród pracowników **Grupy Raben** w zakresie zapobiegania niebezpiecznym zdarzeniom w miejscu pracy. Obserwowany pracownik pozostaje anonimowy, a inicjujący rozmowę z nim obserwator prowadzi tylko zapisy dotyczące miejsca i zauważonego zachowania. W trakcie rozmowy wypracowywane są pomysły na wprowadzenie nowych lub udoskonalenie dotychczasowych rozwiązań z zakresu BHP.



Wydarzenie **Tańczący z paletami** skierowane jest do operatorów wózków widtowych **Grupy Raben** w całej Polsce. Jego celem jest podnoszenie świadomości związanej z bezpieczeństwem pracy w magazynie oraz docenienie kompetencji i podniesienie prestiżu stanowiska operatora. Co roku eliminacje do wielkiego finału konkursu składają się z części teoretycznej oraz praktycznej. Do zesztorocznej rywalizacji zgłosiło się ponad 50 operatorów. W finale walczyło 20 pracowników w 2 kategoriach: cross-dock i wysoki skład.



W listopadzie 2018 roku **Grupa Żywiec** po raz piąty zorganizowała **Dzień Bezpieczeństwa**. Wzięło w nim udział 1440 pracowników firmy w 11 lokalizacjach. W ostatniej edycji odbyły się m.in. warsztaty dotyczące zdrowego odżywiania oraz bezpieczeństwa na drodze. Nowym tematem było zarządzanie energią i kształtowanie świadomości, jak poziom energii życiowej wpływa na samopoczucie i skupienie w czasie pracy i poza nią.



AED w ING to projekt polegający na wyposażeniu w automatyczny defibrylator zewnętrzny 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. Pracownicy oddziałów dostali krótkie instrukcje na temat zasad udostępniania AED, a pod okiem Zespołu ds. BHPiOŚ uczą się na urządzeniu treningowym, jak użyć go w praktyce.



Program **Życie jest darem – szkolepia z pierwszej pomocy** realizowany jest w **ING Banku Śląskim** od 2009 roku. Każdego roku około 600 pracowników banku ma możliwość pogłębienia wiedzy teoretycznej i praktycznej.



Od dwóch lat w zespołach produkcji i tańcucha dostaw **Kompania Piwowarska** realizuje program **Bądź bardziej spostrzegawczy**, który uczy dostrzegania tego, jak postawa i sposób pracy każdego pracownika wpływają na bezpieczeństwo wszystkich. Podstawą są liderzy bezpieczeństwa, którzy dokonują obserwacji na stanowiskach pracy. Zrealizowano 10 644 obserwacje, z których wynikało, że 113 392 razy pracownicy wykonywali swoją pracę zgodnie z oczekiwaniami. Przeprowadzono 2687 godzin szkoleń dla 397 pracowników. Zakupiono maszyny poprawiające bezpieczeństwo i ergonomię pracy, wprowadzono też zmiany wnioskowane przez pracowników.



Strategia bezpieczeństwa pracy wpisana jest w globalny rozwój **Kuehne + Nagel**. Wszystkie oddziały w Polsce wdrażają program bezpieczeństwa pracy, organizując na swoim terenie **Dzień Bezpieczeństwa Technicznego** oraz **Dzień Zdrowia**. Firma również świętuje bezpieczeństwo poprzez celebrowanie liczby dni bez wypadków. Budowa świadomości bezpieczeństwa pracy, zapewnienie odpowiednich środków prewencyjnych oraz zaangażowanie pracowników w kreowanie bezpiecznego miejsca pracy przyczyniły się do osiągnięcia tego sukcesu.



Dni Bezpieczeństwa w LW Bogdanka zorganizowane zostały w celu podniesienie poziomu świadomości na temat ochrony i bezpiecznych zachowań podczas pracy w kopalni zarówno pracowników dołowych, jak i powierzchniowych. Program działania w 2018 roku rozszerzony został o edukację z zakresu bezpiecznego i odpowiedzialnego zachowania w drodze do i z pracy oraz zasad pierwszej pomocy (szkolenia dla podwykonawców).



Dzień Bezpieczeństwa to element długofalowego programu edukacyjnego **NSG Group** na rzecz poprawy standardów bezpieczeństwa i przeciwdziałania wypadkom. W 2018 roku podjęto temat zdrowia psychicznego i radzenia sobie ze stresem w pracy.



Bezpieczeństwo przede wszystkim w PGE Dystrybucja jest efektem dbałości **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** o bezpieczeństwo pracowników, w szczególności elektromonterów, za pomocą nie tylko rygorystycznych procedur, ale też mniej formalnych instrukcji

wykonywania prac. W 2018 roku spółka została członkiem Forum Liderów Bezpiecznej Pracy CIOP oraz Stowarzyszenia Polskie Forum BHP ISO 45000.



Firma **SITECH** podejmuje szereg działań w kierunku **bezpieczeństwa i higieny pracy**. 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, oraz uczy behawioralnego podejścia do bezpieczeństwa. Dodatkowo w firmie organizowanych jest wiele kursów związanych z BHP oraz kampanii informacyjnych.



Dzień Bezpieczeństwa to inicjatywa mająca na celu zwiększenie promowania bezpieczeństwa i zdrowia oraz poszerzenie świadomości pracowników **Skanska w Polsce** w zakresie wybranej tematyki BHP. Podczas ostatniej edycji odbyły się warsztaty i dyskusje związane z bezpieczeństwem wykonywania prac kolejowych.



Volkswagen Motor Polska organizuje **szkolenia z udzielania pierwszej pomocy** dla nowo zatrudnionych pracowników oraz dla wszystkich pracowników w ramach szkoleń BHP, przeprowadzanych co dwa lata. W firmie jedna osoba na 20 osób w dziale jest ratownikiem. Firma dysponuje też defibrylatorami AED.



Volkswagen Motor Polska na terenie fabryki w Polkowicach organizuje **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.



Celem **Kampanii Tydzień Zdrowia i Bezpieczeństwa** jest podnoszenie świadomości dotyczącej bezpieczeństwa wśród pracowników **Coca-Cola HBC Polska** oraz nabycie przez nich nowych umiejętności podczas szkoleń i warsztatów organizowanych w czasie trwania akcji.



DIALOG Z PRACOWNIKAMI

W trakcie sesji **Q&A_Alegro** prezes Zarządu **Allegro** odpowiada na pytania pracowników dotyczące biznesu, strategii, celów i rozwoju firmy. W sesji można wziąć udział osobiście lub poprzez chat. Pytania i odpowiedzi są spisane i prezentowane w wewnętrznej sieci, do której dostęp ma każdy pracownik.



Aby zwiększyć dostępność dla pracowników członków Zarządu, w **Amice** wdrożony został **chat online z Zarządem**. Co kilka miesięcy wszyscy pracownicy zapraszani są do udziału w godzinnym chacie. Mogą anonimowo zadać pytanie prezesowi lub wyjaśnić nurtujące ich kwestie. Chat dostępny jest również z komputerów prywatnych oraz smartfonów. Zapis całej rozmowy jest publikowany w wewnętrznych kanałach komunikacji. Liczba uczestników chatu waha się każdorazowo pomiędzy 300 a 500 osób.



Współpraca z Radą Pracowników przyjmuje formę cyklicznych spotkań z Komitetem Rady oraz walnych zebrań wszystkich przedstawicieli pracowników. W firmie **Castorama Polska** odgrywa rolę łącznika między pracodawcą a pracownikami. Dialog obejmuje wszystkie obszary istotne dla firmy: od warunków i atmosfery w pracy, poprzez BHP, aż po kwestie związane z efektywnością i optymalizacją procesów pracy w odniesieniu do bieżących potrzeb klientów.



Firma **BEST** stworzyła witrynę **BEST Insight**, na której publikowane są materiały wewnętrzne i zewnętrzne dotyczące kwestii strategicznych i informacje od Zarządu. Na potrzeby kanału częściej tworzone są krótkie materiały wideo, na których członkowie Zarządu objaśniają kwestie istotne z punktu widzenia strategii firmy, a także np. branżowe pojęcia.



KIWI – platforma komunikacji w Compensie to narzędzie, które pomaga pracownikom firmy **Compensa TU** w komunikacji, w dzieleniu się wiedzą, informacjami, pasjami oraz w usprawnieniu procesów oceny okresowej i wypełniania wniosków. KIWI to efekt dialogu prowadzonego w firmie.



W celu prowadzenia skutecznej **komunikacji z pracownikami** firma **SITECH** wykorzystuje narzędzia komunikacji wewnętrznej. Do rozbudowanego intranetu mają dostęp rów-



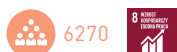
Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

niez pracownicy produkcyjni za pomocą specjalnych urządzeń znajdujących się na halach produkcyjnych, tzw. Infokiosków. W kantynach pracowniczych umieszczone są telewizory, a na halach produkcyjnych dodatkowo tablice informacyjne. Raz na kwartał odbywają się spotkania dyrekcji z załogą. Pracownicy mogą spotkać się z dyrekcją spółki w trakcie organizowanych co najmniej raz w miesiącu Drzwi otwartych u Dyrekcji. Dodatkowo rozsyłane są wiadomości e-mail i SMS z ważnymi informacjami.



MilleForum to wewnętrzna platforma społecznościowa dla blisko 6 tys. pracowników **Banku Millennium** oraz spółek z Grupy. Za pośrednictwem tego narzędzia pracownicy mogą dzielić się wiedzą i opiniami oraz zgłaszać swoje pomysły. Wpisy dotyczą tematów merytorycznych, związanych bezpośrednio z wykonywanymi codziennie obowiązkami, jak i spraw związanych z codziennym życiem banku. Dzięki opiniom wypowiadanych na forum wdrażane są usprawnienia w firmie. Regularnie na portal loguje się około 80% użytkowników.



myDBCARGOpl jest aplikacją informacyjną, działającą bardzo podobnie do popularnych portali społecznościowych. Dostęp do pełnej wersji aplikacji mają tylko pracownicy, logując się przy wykorzystaniu nazwy użytkownika nadanego przez pracodawcę. Rozwiązanie pozwoliło wyeliminować wykluczenie informacyjne pracowników produkcyjnych **DB CARGO POLSKA**.



Planet Sigma – Ambasadorzy Sigmę to projekt, który wspiera pracowników firmy **BEST** w lepszym użytkowaniu systemu Sigma. Ambasador to ekspert, który dobrze zna system, jest „na bieżąco” i pomaga innym pracownikom w codziennym jego użytkowaniu, dba o przepływ informacji dotyczących zmian w systemie oraz aktywnie wspiera proces jego rozwoju, uczestnicząc w pracach zespołów wytwórczych IT. Pracownicy mogą kontaktować się z ambasadorami mailowo lub osobiście (ogólnodostępny jest ich mail oraz zdjęcia z imieniem i nazwiskiem).



Standardy pracy menedżera w Gazeta.pl, należącej do Grupy Agora, skupione są wokół trzech zagadnień: odpowiedzialność szefa, jednolite kryteria oceny pracowników, transparentne zasady postępowania. Dokument powstał jako rezultat warsztatów, w których brali udział kierownicy ze wszystkich obszarów. Standardy dzielą się na 4 kategorie (podejmij decyzje, pracuj z celami, pracuj z ludźmi, poznawaj i rozwijaj talenty) i 14 zasad. Jednym ze sposobów wzmocnienia standardów jest wprowadzenie jawnych celów i kluczowych rezultatów, które są cyklicznie weryfikowane. Uzupelnieniem standardów jest dialog z pracownikami, a także szkolenia.



Serwis intranetowy, kampanie informacyjne, materiały drukowane oraz mailing to **skuteczne narzędzia komunikacji wewnętrznej**, za pomocą których **ANWIL** nie tylko informuje, ale również integruje załogę. Przedstawiciele obszaru produkcyjnego, niepracujący na co dzień przy komputerze, mogą skorzystać z aplikacji pracowniczych za pomocą jednego z kilkunastu INFOPUNKTÓW – stanowisk komputerowych z dostępem do sieci korporacyjnej.



Coroczna organizacja kompleksowego badania **My Voice** jest podstawą budowania trwałego zaangażowania pracowników **Coca-Cola HBC Polska**. Na podstawie wyników badania pracownicy wraz z menedżerami opracowują i realizują plany działań wspierających podnoszenie zaangażowania.



Horus Innowacje Materiały Przemysłowe, chcąc poprawić komunikację w firmie, udostępnił pracownikom specjalną skrzynkę mailową, na którą można przesyłać wnioski dotyczące przedsiębiorstwa, pracowników, klientów itd. Kierownictwo ma obowiązek udzielenia pisemnej odpowiedzi na sugestie. Pracownikom udostępniono też skrzynkę na anonimowe uwagi i skargi, a także intranetowe narzędzie, poprzez które anonimowo mogą oni zgłaszać wszelkie naruszenia normy SA8000 w firmie.



FIRMA PRZYJAZNA RODZINIE

Przedszkole i żłobek **Amica KIDS** powstały, aby wspierać pracowników firmy **Amica** (w szczególności produkcyjnych, pracujących w systemie zmianowym) w łączeniu obowiązków zawodowych z rodzinnymi. Placówka czynna jest od 5.30 do 18.00. Oprócz nauki języków i zajęć ruchowych dzieci uczą się gry w szachy oraz mechatroniki. Koszty uzależnione są od dochodów pracownika, ale nie przekraczają opłat w placówkach gminnych. W 2018 roku z przedszkola korzystało 122 dzieci, a ze żłobka 36.



Aby pracownikom **FABRYK MEBLI „FORTE”** ułatwić łączenie pracy z życiem osobistym, dzieci pracowników Grupy FORTE w Ostrowi Mazowieckiej oraz w Suwałkach mogą korzystać z **dwujęzycznych przedszkoli przyzakładowych z oddziałami żłobkowymi „Żółty Stonik”**. Od czasu otwarcia placówek napływ aplikacji w grupie kandydatów-rodziców dzieci w wieku 1–6 lat wzrósł o 15%, a rotacja pracowników-rodziców dzieci w wieku 1–6 lat spadła o 10% w skali roku.



Przy poznańskiej siedzibie **Allegro** powstało firmowe przedszkole i żłobek **„WOW”**. Wyposażone jest w plac zabaw.

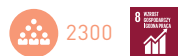
Dzieci uczestniczą w zajęciach muzyczno-ruchowych (taniec, taekwondo, muzykoterapia) i językowych (angielski i hiszpański). Zajęcia dodatkowo uwzględniają zasady zdrowego trybu życia, ekologii oraz zrównoważonego rozwoju. Przedszkole i żłobek mają odpowiednio po 57 i 20 miejsc. Dzięki tej placówce pracownicy zaraz po pracy odbierają dzieci, nie tracąc czasu na dojazdy do odległych przedszkoli i żłobków. Sprzyja to dobrym relacjom rodzinnym pracowników i ułatwia życie zgodne z zasadą work-life balance.



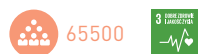
W okresie ferii zimowych oraz przed dwa tygodnie wakacji działa **Przedszkole Samsung**. Rodzice pracujący w **Samsung Electronics Polska** mogą przyprowadzić do firmy swoje dzieci w wieku od 3 do 11 lat i pozostawić je pod opieką wykwalifikowanych przedszkolank-trenerów programu Mistrzów Kodowania. Dzieci poznają podstawy kodowania, uczą się dobrych nawyków w kontakcie z nowymi technologiami i biorą udział w zwiedzaniu firmy. Dalszą chęć korzystania z praktyki zadeklarowało 89% pracowników, których dzieci już w niej uczestniczyły.



W celu pogodzenia zadań rodzicielskich i pracowniczych aktywnych zawodowo rodziców, **Solaris Bus & Coach** otworzył **Żłobek przyzakładowy „Pod Zielonym Jamniczkiem”** dla dzieci od szóstego miesiąca do trzeciego roku życia. Każda z grup posiada odpowiednio przygotowaną, przestronną i wyposażoną salę, jest też plac zabaw i zagroda dla zwierząt i ogródek, w którym dzieci mają okazję uczestniczyć w hodowaniu roślin.



Pracownicy **Jeronimo Martins Polska**, którzy opiekują się niepełnosprawnymi dziećmi, mogą w ramach programu **Mali Bohaterowie** otrzymać zapomogi na zakup sprzętu rehabilitacyjnego, rehabilitacji, wizyt lekarskich, leków oraz inne. Z pomocy można korzystać regularnie lub jednorazowo. W ramach programu organizowane są także bezpłatne turnusy rekreacyjno-rehabilitacyjne dla dzieci z różnymi niepełnosprawnościami. W 2018 roku z turnusów skorzystało 105 niepełnosprawnych dzieci wraz z opiekunami, a 123 pracowników otrzymało wsparcie w postaci zapomogi na pokrycie kosztów leczenia dziecka.



Tygodniowe **Super Półkolonie** są skierowane do dzieci pracowników **SuperDrob**. Odbywają się one podczas ferii zimowych lub wakacji w godzinach 8.00–16.00. Dzieci biorą udział w zajęciach edukacyjnych i sportowych. Odbywają się również wycieczki, podczas których mali turyści mają zapew-

nione całodniowe wyżywienie i transport. Półkolonie realizowane są we współpracy z Fundacją Uskrzydłamy



Expom Baby Team to program wspierający rodziców. Po dostarczeniu aktu urodzenia dziecka do Działu Kadr pracownik **Expom** otrzymuje voucher o wartości 500 zł do zrealizowania we wskazanym przez firmę punkcie handlowym z akcesoriami i wyposażeniem dla dzieci. W ramach programu realizowane są też inne atrakcje dla dzieci, m.in. coroczny piknik rodzinny na Górze Zamkowej w Kurzętniku, wycieczki z okazji Dnia Dziecka, upominki bożonarodzeniowe oraz konkursy plastyczne.



W ramach programu **Rodzina jest ważna** każdy pracownik firmy **Amica** przebywający na urlopie macierzyńskim otrzymuje dopłatę wyrównującą poziom zasiłku macierzyńskiego do 100% podstawy wymiaru. Świadczenie jest wypłacane również proporcjonalnie w przypadku łączenia urlopu rodzicielskiego z pracą. Możliwa jest też praca w trybie home office, jeśli zadania przypisane do danego stanowiska pracy na to pozwalają. W 2018 roku z dopłaty skorzystało 159 osób.



Celem programu **Rodzice na TAK**, adresowanego do pracowników **Banku Millennium** i ich dzieci, jest promowanie równowagi między życiem zawodowym i prywatnym oraz rozpowszechnianie wiedzy o prawach rodziców. W 2018 roku m.in. zorganizowano polskie i zagraniczne wycieczki oraz udostępniono bilety na widowiska Cirque du Soleil i Disney on Ice. W centrali zorganizowano kilkanaście spotkań w ramach projektu „Millewidziani”, które miały przybliżyć dzieciom zagadnienia związane z finansami i funkcjonowaniem banku.



Dentsu Aegis Network Polska stworzyło **Wonderland – miejsce opieki dla dzieci pracowników**. Profesjonalna niania zajmuje się dziećmi w godzinach pracy bez dodatkowych opłat ze strony pracowników.



Rodzik w Roche to program skierowany do pracowników wychowujących dzieci. Firma **Roche Polska** wprowadziła m.in. elastyczny czas pracy oraz dodatkowe dni wolne ułatwiające powrót do pracy po przerwach związanych z rodzicielstwem.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Pracownicy **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** mogą skorzystać z **przedszkola dla dzieci**. Oprócz sal zabaw najmłodszy mają do dyspozycji m.in. salę do rehabilitacji, salę logopedyczną, teatralną, a także salę artystyczną oraz plac zabaw o powierzchni 700 m². Przedszkole współpracuje z Fundacją Artystyczną Podróż Hestii podczas organizacji warsztatów twórczych. Przedszkole jest jednostką integracyjną, przyjmuje również dzieci z orzeczeniem o niepełnosprawności.



T-Mobile Polska zaproponował swoim pracownikom program półkolonii letnich pod nazwą **Wakacje z T-Mobile**. Przedsięwzięcie obejmujące całonocną opiekę, wyżywienie oraz ofertę warsztatową dotyczy dzieci (w wieku 6–12 lat) pracowników.



Pokój Przyjazny Rodzicom to przestrzeń w siedzibie głównej **T-Mobile Polska**, gdzie pracownicy mogą wypełniać swoje obowiązki służbowe, jednocześnie zajmując się swoimi dziećmi.



Celem **działań na rzecz dzieci pracowników** jest docenienie uczniów i studentów osiągających szczególnie dobre wyniki w nauce. W 2018 roku specjalna komisja, w której skład weszli przedstawiciel **Fiat Chrysler Automobiles**, profesorowie polskich uczelni oraz pracownicy naukowcy, przyznała wyróżnienia w kategoriach: świadectwa maturalne, licencjat, inżynier, magister lub lekarz, studia uzupełniające.



Z okazji **Dnia Seniora** do siedziby **Sabre Polska** zaproszono osoby starsze z rodzin pracowników w celu zapoznania ich z działalnością firmy. Przeprowadzono też wykład na temat bezpieczeństwa w sieci i omówiono najistotniejsze problemy i zagrożenia płynące z korzystania z e-maila, zakupów elektronicznych czy bankowości elektronicznej.



SITECH corocznie organizuje **Dzień Otwarty dla rodzin pracowników**, dając im możliwość do pokazania miejsca pracy najbliższymi. Z okazji 20-lecia istnienia spółki w 2018 roku na terenie fabryki przygotowano piknik z atrakcjami.



Sopockie Towarzystwo ERGO Hestia wspiera pracowników w dniach okolicy świątecznych, podczas wakacji i ferii zimowych w organizacji **opieki nad dziećmi i półkolonii**. Dzieci pod opieką wykwalifikowanych opiekunów uczestniczą w warsztatach, grach i wycieczkach, a także spotykają się

z ciekawymi gośćmi, poznają tajniki żeglarstwa, malarstwa i fotografii.



Program **Mama pracuje** adresowany jest do kobiet wychowujących dzieci w wieku do 6 lat oraz będących w ciąży, a zatrudnionych w firmie **TAURON Polska Energia** w obszarze dystrybucji. Przedsięwzięcie umożliwia kobietom wybór formy pracy: mogą pracować sześć godzin za 100% wynagrodzenia (przyszłe mamy), przejść na indywidualny czas pracy (mamy i przyszłe mamy) albo skorzystać z telepracy (mamy i przyszłe mamy). Dodatkowo po urlopie macierzyńskim lub wychowawczym dostają upominek w postaci karty podarunkowej.



Program **Letni obóz dla dzieci** to refundowane w 100% przez **Tesco Polska** kolonie zorganizowane z myślą o dzieciach (w wieku od 6 do 12 lat) pracowników, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji. W Polsce z programu w 2018 roku skorzystało 340 dzieci.



W **Volkswagen Motor Polska** w 2006 roku wprowadzono projekt **Przyszła mama**, w ramach którego kobiety w ciąży mogą pracować od 6,5 do 8 godzin dziennie, otrzymując pełne wynagrodzenie. Mają również możliwość elastycznego rozpoczęcia i zakończenia czasu pracy. Jeżeli kobieta w ciągu 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.



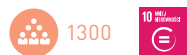
NUTRICIA Polska i Żywiec Zdrój, grupy spółki DANONE, prowadzą działania wspierające pracujących rodziców. Ich kontynuacją jest ogłoszone zobowiązanie na rzecz równości i różnorodności w pracy oraz polityka rodzicielstwa, w myśl których wszyscy pracownicy mają zapewnione liczne udogodnienia ułatwiające **łączenie życia rodzinnego z pracą**. Pracownicy mogą liczyć na świadczenia materialne i niematerialne oraz różnego rodzaju udogodnienia związane z powrotem do pracy po urlopie macierzyńskim.



INTEGRACJA PRACOWNIKÓW

Program **ANWIL w każdym wieku** zapobiega wykluczeniu społecznemu pracowników **ANWIL** przechodzących na renty i emerytury. Są oni zapraszani na spotkania z okazji świąt Bożego Narodzenia i Wielkanocy, także na wspólne grillowanie, które w 2018 roku odbyło się dwukrotnie; wzięli oni też udział m.in. we wspólnej wycieczce po terenie zakładu produk-

cyjnego. Co roku organizowany jest Bal Emeryta, a podczas spotkań świątecznych z Zarządem spółki przekazywane są upominki. W 2018 roku z programu skorzystało łącznie 1300 osób.



Aby zachęcić większą grupę pracowników do aktywnego spędzania czasu wolnego, **Idea Bank** postanowił przeprowadzić **Integrację na sportowo na Olimpiadzie**. Uczestnicy rywalizowali ze sobą drużynowo w piłce nożnej, piłce siatkowej na plaży, koszykówce i biegach sztafetowych. Większość drużyn miała mieszane składy (kobiet i mężczyzn). Dla pracowników – kibiców także przygotowano sportowe atrakcje. W zawodach udział wzięło około 200 pracowników.



Co dwa lata pracownicy ze wszystkich spółek należących do **NSG Group** mają możliwość sprawdzenia swoich umiejętności sportowych w ramach **Olimpiady NSG Group**. W 2018 roku brało w niej udział 400 pracowników, którzy rywalizowali ze sobą w 6 dyscyplinach sportowych. Olimpiadzie towarzyszą liczne konkursy i spotkania integracyjne. Wydarzenie służy integracji pracowników spółek działających w różnych rejonach Polski.



Raben Cup 2018 to turniej piłki nożnej dla pracowników i kibiców **Grupy Raben**, w którym wzięło udział łącznie ponad 1200 osób, w tym 300 zawodników (również kobiety) z 10 krajów.



Projekt **Firma Przyjazna Bieganiu** realizowany w **PKP CARGO** opiera się na filarach sportowym i integracyjnym (polega na propagowaniu zdrowego i aktywnego stylu życia), charytatywnym (w jego ramach pracownicy biegając, pomagają beneficjentom fundacji, z którymi współpracują) oraz symbolicznym/historycznym (jest to wspólne upamiętnianie ważnych rocznic i jubileuszy wydarzeń historycznych). W 2018 roku pracownicy wystartowali ponad 200 razy, 7 pracowników wystartowało w maratonach, 85 osób biegło w ramach biegów charytatywnych w 7 miastach Polski.



W **Job Impulse** zorganizowano spotkanie **Integracja = edukacja**, podczas którego dzięki współpracy ze stowarzyszeniem CREO specjalizującym się w kwestii wykluczeń, pracownicy mogli wczuć się w rolę osób starszych poprzez skorzystanie m.in. z „kombinezonu starości”, a także korzysta-

nie z rękawic imitujących chorobę Parkinsona. Działanie było połączone ze wsparciem finansowym dla CREO. W wydarzenie zaangażowali się wszyscy pracownicy firmy.



Z myślą o lepszej integracji pracowników firma **SuperDrob** organizuje **Międzynarodowy SuperFestiwal**, podczas którego prezentowane są tradycje, kulinaria i dziedzictwo kulturowe pracowników pochodzących z różnych krajów – Ukrainy, Białorusi, Mołdawii i Nepalu. Wydarzenie jest też okazją do wspólnych rozgrywek sportowych. Inicjatywa ta przetłumacza stereotypy emigracji zarobkowej. W imprezie uczestniczyło 500 osób.



Podczas **wyjazdu integracyjnego i CSR** pracownicy firmy **GWD Concept** zaangażowali się we wsparcie dla jednego z rodzinnych domów dziecka, który jest w trudnej sytuacji: pracownicy złożyli i przekazali cztery nowe rowery. Pracownicy wsparli także pobliskie nadleśnictwo w zakresie ochrony zwierząt i przyrody w lasach poprzez zbudowanie i przekazanie karmników (16 sztuk), budek lęgowych dla ptactwa (16) i koszy na śmieci (4).



W **Higma Service** przeprowadzono serię **wydarzeń dla zespołu**, na które składały się: Dzień Pracownika, warsztaty i materiały dotyczące Międzynarodowego Dnia Eliminacji Przemocy wobec Kobiet, udział w przedsięwzięciu Szlachetna Paczka oraz Owocowe Środy – akcja zachęcania do jedzenia świeżych owoców. Pracownicy mieli możliwość oceniać i komentować każde z działań, a ich uwagi będą miały wpływ na kolejne inicjatywy.



Spółka **Dentsu Aegis Network Polska** zorganizowała dwa cykle warsztatów weekendowych – wzięło w nich udział 54 dzieci z różnych grup wiekowych. **Odwiedziny dzieci w firmie** były też okazją do zapoznania ich z nowymi technologiami.



Centrum Rekreacji i Kultury zrzesza 8087 pracowników firmy **Fiat Chrysler Automobiles** i ich rodzin w 26 sekcjach. Instytucja umożliwia czynny wypoczynek, uprawianie różnych dyscyplin sportowych i udział w licznych imprezach kulturalnych oraz wycieczkach krajowych i zagranicznych.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

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



Dni Chemika 2018 odbyły się w ramach obchodów 100-lecia odzyskania przez Polskę niepodległości. Uczestnicy mogli obejrzeć muzeum interaktywne, dowiedzieć się wielu ciekawostek dotyczących kultury oraz gospodarki tamtego okresu. Odbył się także koncert piosenek z dwudziestolecia międzywojennego. **PKN ORLEN** przygotował też zawody sportowe ORLEN Olimpiada. Rozgrywano je w 11 dyscyplinach (udział wzięło 2 tys. zawodników). Łącznie w Dniach Chemika uczestniczyło 30 tys. osób.



Hestia Po Godzinach to cykliczne spotkania odbywające się co miesiąc w siedzibie **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**. Firma gości osoby ze świata kultury, sztuki, teatru, sportu, polityki i biznesu na godzinnym spotkaniu z pracownikami Grupy. Do tej pory w Hestii Po Godzinach uczestniczyli: Marian Opania, Zygmunt Miłoszewski, Edward Dwurnik, Jerzy Stuhr i Leszek Moździerz.



Dzień Zdrowia i Bezpieczeństwa z SumiRiko Poland kierowany jest do pracowników i ich rodzin. W ramach wydarzenia organizowane są specjalne stanowiska, na których uczestnicy mogą zmierzyć ciśnienie, zbadać poziom glukozy i cholesterolu, zrobić EKG i analizę składu ciała. Do dyspozycji są również specjaliści udzielający porad z zakresu diety. W 2018 roku dzień połączono z Dniem Dziecka.



Urtica Cafe to projekt skierowany do pracowników **Urtica**. Jego motywem przewodnim od września 2018 roku stały się Cele Zrównoważonego Rozwoju. Comiesięczne spotkania mają służyć zbudowaniu w pracownikach potrzeby dbania o otaczające środowisko i bycia ekoodpowiedzialnym w życiu codziennym. Dotychczas poruszono kwestie zero waste, niwelowania użycia plastiku, ekologii i upcyklingu.



PARTYCYPACJA PRACOWNICZA

Henkel Polska Awards to konkurs dla pracowników firmy organizowany, by wyrazić uznanie dla ich pracy oraz nagrodzić projekty, które wniósł największy wkład w rozwój firmy **Henkel Polska** i jej sukces w Polsce. Indywidualni pracownicy i zespoły ze wszystkich działów biznesowych oraz lokalizacji w Polsce mogą zgłaszać projekty w kategoriach: pobudzenie

wzrostu, przyspieszenie digitalizacji, zwiększenie sprawności, finansowanie wzrostu oraz zrównoważony rozwój. Konkurs cieszy się popularnością, w 2018 roku zgłoszono aż 50 projektów.



Celem **Konkursu Idea MARR** było zebranie pomysłów pracowników **Matopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego** na nowy produkt bądź usługę lub usprawnienie wewnętrzne. W konkursie wzięło udział 34 pracowników, przedstawiając 32 pomysły, z których kilka jest na etapie realizacji i zostanie wdrożonych do bieżącej działalności. Konkurs był okazją do integracji pracowników i zwiększenia ich zaangażowania w dalszy rozwój firmy, wszyscy laureaci i uczestnicy projektu otrzymali nagrody finansowe.



W firmie **Amica** podczas wyborów Pracownika Roku i Menedżera Roku wprowadzono wariant **Pracownik Roku w kategorii Zaangażowanie Społeczne**. Pracownicy zgłaszają osoby wyróżniające się bezinteresowną postawą, aktywnie organizujące pomoc sąsiedzką, wspierające społeczność lokalną (np. seniorów, dzieci) lub działające na rzecz ochrony środowiska. Tytuł przyznaje Zarząd na podstawie opisów kandydatów i rekomendacji przetożonego.



Santander Bank Polska wykorzystuje narzędzie **StarMeUp**. Pozwala ono wyróżniać pracowników, których działania najlepiej odzwierciedlają zachowania oparte na wartościach: przyjazny, rzetelny, dla Ciebie. Wyróżnienia – gwiazdki mogą przyznawać wszyscy załogowani pracownicy. Każdy może wyróżniać osoby, które wykazują pożądane postawy w zakresie ponadprzeciętnym.



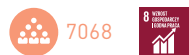
Wśród pracowników **Banku Ochrony Środowiska** zorganizowano konkurs **Ambasador Ekomarki BOŚ**. W pierwszym etapie przesyłano pracownikom teksty dotyczące zagadnień ekologicznych oraz przeprowadzono kwartalne dobrowolne testy. Brało w nich udział od 60 do prawie 300 osób. W drugim etapie można było pochwalić się działalnością w zakresie sportu, wolontariatu, aktywności społecznej oraz wzorowych i inspirujących zachowań w zakresie ekologii w życiu codziennym. Zwycięzcy stanowią grupę świadomych ambasadorów EK0marki BOŚ.



W 2018 roku **CCC** rozpoczęło konkurs **Akcja innowacja**, który umożliwia pracownikom zgłaszanie w intranecie za pomocą Skrzynki Pomysłów innowacyjnych projektów usprawniających codzienną pracę w ośmiu kategoriach. W każdej turze przeprowadzanego co kwartał konkursu przewidziane są: realizacja pięciu najlepszych pomysłów i nagrody dla zwycięzców.



Jednym z filarów strategii **mBanku** jest empatia. W celu wdrażania jej w życie powołano **ambasadorów strategii empatii**. Jest to grupa 150 osób, które co najmniej raz w roku się spotykają, omawiając wdrażanie tego elementu strategii, otrzymują materiały zwiększające ich kompetencje dotyczące empatii, testują nowe rozwiązania i poznają różne obszary działania banku. Ich głównym zadaniem jest przekazywanie informacji zwrotnej, co w działaniu organizacji wymaga poprawy.



W **Orange Polska** budowana jest **kultura feedbacku**, aby uzyskanie informacji zwrotnej było statym elementem podsumowania spotkań czy działań. W wewnętrznej kampanii komunikacyjnej przedstawiono zalety feedbacku, dla pracowników przygotowano webinaria, a dla menedżerów warsztaty wzmacniające umiejętności pracy z informacją zwrotną. Wszyscy pracownicy zostali też zaproszeni do badania feedback 360. W webinarach wzięło udział ponad 1200 pracowników, w warsztatach – 74% menedżerów, 66% pracowników wypełniło ankiety.



CreAktywni to wirtualna platforma, na której każdy pracownik **Credit Agricole Bank Polska** może zaprezentować swój pomysł na produkt i usługę oraz oceniać i komentować pomysły innych. Jest to miejsce dyskusji o usprawnianiu procesów i podnoszeniu jakości obsługi klienta. Pracownicy są też proszeni o pomoc w rozwiązaniu konkretnych zadań i problemów. Dodane pomysły podlegają ocenie współpracowników i są rozpatrywane przez koordynatora kategorii, w której zostały zgłoszone. W 2018 roku zostało zgłoszonych 36 inicjatyw.



Celem programu **Idea Box** jest umożliwienie pracownikom **Compensa TU** zgłoszenia pomysłów usprawniających funkcjonowanie firmy. Po weryfikacji propozycji przez przedstawicieli Biura Innowacji i Projektów wybrana grupa pomysłów zostaje zakwalifikowana do programu. Pracownicy odbywają cykl warsztatów i szkoleń w celu doszczegółowienia i przetestowania innowacji. W 2018 roku do programu zgłoszono 17 inicjatyw. Po weryfikacji zakwalifikowano 7 i wszystkie otrzymały zgodę Zarządu na realizację.



W ramach programu **Innowacji racjonalizatorskich i usprawniających** w **PGE Polskiej Grupie Energetycznej** pracownicy są zachęceni do zgłaszania nowych rozwiązań w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Pomysły są opiniowane pod kątem merytorycznym, a następnie rozpatrywane i oceniane na podstawie zebranych opinii, raportu z badań oraz

przewidywanych efektów ekonomicznych. Ostateczną decyzję w sprawie wdrożenia danego rozwiązania wydaje wiceprezes Zarządu/dyrektor oddziału, którego dane rozwiązanie dotyczy. W 2018 roku w ramach spółki zgłoszonych zostało 100 innowacji pracowniczych, z czego 55 wdrożono.



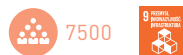
W ramach programu **Innowacyjny Expom** pracownicy mogą zgłaszać swoje propozycje zmian i usprawnień w firmie poprzez opisanie ich i wrzucenie do Skrzynki Pomysłów. Najlepsze propozycje doceniane są nagrodami finansowymi. Program cieszy się dużym zainteresowaniem, zwłaszcza pracowników produkcyjnych **Expom**, o czym świadczą niejednokrotnie bardzo skomplikowane pomysły usprawnień. Corocznie za zgłoszenia wyróżnianych jest kilkunastu pracowników.



W ramach projektu **Optymalizacja procesów** w firmie **BEST** pracownik ma możliwość (poprzez wypełnienie formatki w narzędziu informatycznym) przestania informacji o obszarze wymagającym usprawnienia. Może zaproponować rozwiązanie lub wziąć udział w jego opracowaniu. Każde zgłoszenie jest analizowane przez zespół Menedżerów ds. Procesów, który kwalifikuje je do realizacji. Przez trzy miesiące od początku projektu zostało zarejestrowanych 13 zgłoszeń, z czego 4 zostały wdrożone, a 9 jest w trakcie realizacji.



Polpharma Digital Community – Cyfrowa Społeczność Polpharmy (CSP) powstała, aby przekształcić **Polpharmę** w dostawcę systemowych rozwiązań wspierających pacjenta w dbaniu o zdrowie, a także aby poprzez cyfryzację rozwiązań zwiększać efektywność działań. Wszyscy chętni pracownicy zostali zaproszeni do interdyscyplinarnego, nieformalnego zespołu transformacji cyfrowej łączącego osoby z różnych działów ponad istniejącą strukturą firmy. W 2018 roku 86 członków CSP reprezentujących 40 departamentów i jednostek organizacyjnych z 4 lokalizacji wygenerowało 200 inicjatyw i pomysłów na transformację cyfrową firmy.



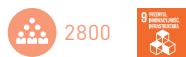
Proces Ciągłego Ulepszania w **SITECH** służy wprowadzaniu zmian w celu podniesienia produktywności, poprawy ergonomii, eliminowania marnotrawstwa w procesach, a także ulepszenia standardów. Kierownicy produkcji definiują temat warsztatu i mierzalny cel dla moderatorów oraz grupy roboczej. W trakcie Workshopu przedstawiciele różnych działów fachowych wspólnie pracują nad najlepszymi rozwiązaniami. Wyniki są przedstawiane zleceniodawcy, który odpowiada za ich wdrożenie.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Nowe biuro Accenture Operations Polska zostało zaprojektowane przez pracowników. W tym celu menedżerowie zespołów zorganizowali dedykowane warsztaty design thinking oraz przeprowadzili ankiety, w których zapytali pracowników o ich potrzeby. Tak powstał finalny kształt i motyw przewodni nowego biura, które nawiązuje do nowoczesnego kampusu uniwersyteckiego.



Aby usprawnić komunikację wewnętrzną w firmie **Amica**, w ramach projektu **Cała firma w jednym miejscu** wdrożono Empto – platformę internetową ze specjalną aplikacją mobilną, która jest głównym źródłem informacji o firmie. Mają do niej równy dostęp wszyscy pracownicy. Platforma ułatwia komunikację w firmie, umożliwia dzielenie się doświadczeniami – bez względu na lokalizację, stanowisko czy staż pracy, daje dostęp do wiedzy i informacji na temat firmy, osób i obowiązujących procedur, umożliwia składanie wniosków i otrzymywanie akceptacji. Z platformy korzysta 60% pracowników.



Głównym celem **Programu Wspierania Innowacyjności LOTOS Inspiruje** jest zachęcenie pracowników do poszukiwania i opracowywania sposobów na usprawnianie pracy **Grupy Kapitałowej LOTOS**, co ma prowadzić do rozwoju nowych produktów i usług oraz do rozwoju nowych modeli biznesowych i organizacyjnych. Jedną z inicjatyw programu jest realizowanie konkursów propagujących aspekt innowacyjności dla pracowników pt. „Od pomysłu do realizacji”.



One Intranet i spoczności umożliwiają pracownikom **ING Banku Śląskiego** znalezienie wszystkich przydatnych informacji. Treści mogą tworzyć wszyscy pracownicy Grupy ING, by dzielić się informacjami i pomysłami w różnej formie.



Celem programu **Wyróżniają nas ludzie – pomóż nam znaleźć tych wyjątkowych** jest docenienie pracowników, którzy wykazują się ponadprzeciętnym zaangażowaniem, dzielą się wiedzą oraz przyjmują postawę zgodną z wartościami banku. Laureaci biorą udział w zagranicznym wydarzeniu rozwojowym. Kandydatury zgłaszane są w dziewięciu kategoriach (8 indywidualnych i 1 zespołowej) przez pracowników całej grupy **mBanku**. W piątej edycji konkursu wprowadzono kilka nowości, m.in. kategorię konkursową „Różnorodna grupa”.



Mostostal Warszawa przy udziale pracowników chce inicjować zmiany w czterech obszarach: Mostostal za trzy lata, budowa portfela, motywacja i zaangażowanie pracowników, synergia w grupie kapitałowej. W ramach **projektu MTeam** każdy członek Zarządu (sponsor) powołał dwóch ambasado-

rów, przypisując im bardziej szczegółowe tematy w danym obszarze. Ambasadorowie zaprosili do współpracy pracowników różnych szczebli i komórek organizacyjnych. W prace poszczególnych grup zaangażowanych było ponad 100 osób. Wybrano 20 najbardziej adekwatnych projektów.



Z ogólnego budżetu firmy **PRESS-SERVICE Monitoring Mediów** wydzielana jest co roku kwota na **budżet pracowniczy**. 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.



Jedną z form **współdecydowania** i współdziałania w kwestiach istotnych dla **SITECH** jest dialog społeczny z dwoma organizacjami związkowymi, które reprezentują pracowników. Podpisano porozumienie pomiędzy organizacjami i reprezentacją Zarządu o powołaniu specjalnych komisji w spółce. W 2018 roku dyrektorzy zarządzający firmy wspólnie z partnerami społecznymi podpisali Kartę Stosunków Pracy.



Pracownicy **SITECH** mogą składać **wnioski racjonalizatorskie** dla poprawy miejsca. Pomaga to stworzyć bezpieczne stanowiska pracy, osiągać lepsze rezultaty oraz zwiększać zadowolenie z pracy. Pracownik, którego wniosek został wdrożony, otrzymuje premię. Co miesiąc wybierany jest autor najlepszego wniosku racjonalizatorskiego, który dostaje specjalną nagrodę. Raz na kwartał wyłania się tzw. JackPot, wniosek który generuje największe oszczędności dla firmy, a jego autor otrzymuje premię specjalną.



Firma **SumiRiko Poland** postanowiła zachęcić pracowników do zaangażowania się w udoskonalenie ich miejsca pracy. W ramach **Suiage dla bezpiecznej pracy** został stworzony formularz, poprzez który każdy pracownik może zgłaszać swoje zastrzeżenia oraz sugestie dotyczące rozwiązań.



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.



PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM W MIEJSCU PRACY

SumiRiko Poland organizuje spotkania, prelekcje i szkolenia mające na celu podniesienie świadomości pracowników związanej z **równymi szansami i z przeciwdziałaniem dyskryminacji w pracy**. W gazecie zakładowej publikowane są przydatne dane, przygotowano tablice informacyjne na terenie fabryki, a pracownicy otrzymali specjalne opracowanie (w postaci broszury) podsumowujące kampanię.

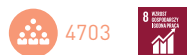


REKRUTACJA I ADAPTACJA

Poleć Przyjaciela to program, w którym pracownicy otrzymują bonus pieniężny za polecenia swoich znajomych do pracy w firmie **AmRest**. Kwota bonusu wynosi od 300 do 5 tys. zł (w zależności od szczebla). Jeżeli kandydat zostanie zatrudniony w restauracji lub w biurze i będzie pracował minimum 3 miesiące, polecający otrzymuje premię. Dzięki temu programowi pracownicy mają realny wpływ na budowanie zespołu i funkcjonowanie firmy. Około 30% nowych zatrudnień to kandydaci poleceni przez pracowników.



Pracownicy **Credit Agricole Bank Polska** w ramach **Akcji Rekomendacja** mogą zgłaszać swoich znajomych do udziału w rekrutacji na wolne stanowiska w banku. Jeśli polecany kandydat rejestruje się w systemie i zostanie zatrudniony, polecający otrzyma nagrodę pieniężną. Po modyfikacji regulaminu liczba poleceń w sieci sprzedaży wzrosła o ponad 100% w stosunku do roku poprzedniego, a blisko 42% z wszystkich poleceń zakończyło się zatrudnieniem kandydata.



WellCOM to program rekomendacji kandydatów do pracy w **Compensie TU**. Program przeznaczony jest dla pracowników, którzy mogą rekomendować nowe osoby do pracy. Gdy osoba rekomendowana zostanie zatrudniona, polecający otrzymuje bonus finansowy.



W ramach procesu **Adaptacji nowych pracowników w CCC** realizowany jest program onboardingu dla struktur administracyjnych „Witamy w drużynie”. Zakłada on udział każdego pracownika administracyjnego w szkoleniu sklepowym, aby mógł poznać od środka kluczowe dla spółki procesy.

Prowadzony jest również program „AkCCCja Adaptacja” dla struktur sklepowych.



Get The Basics – Zdobądź podstawy to program dla wszystkich nowo zatrudnionych pracowników biurowych firmy **AmRest**, dzięki któremu mogą oni poznać specyfikę pracy na każdym stanowisku i potrzeby restauracji. W ciągu dwóch tygodni od zatrudnienia nowej osoby w biurze udaje się ona na 2–3-godzinną wizytę do dwóch wybranych restauracji (dwóch różnych marek). Po około dwóch miesiącach pracownik odbywa kolejne dwie wizyty w restauracjach, spędzając 6–8 godzin na współpracy z załogą restauracji i pomagając w codziennych obowiązkach.



Dla osób nowo zatrudnionych w **Wonga.pl** organizowane są spotkania „Lift off” – **wprowadzenie**. Trwają one do dwóch dni, a ich celem jest przedstawienie firmy i ludzi, którzy w niej pracują. W spotkaniu biorą udział członkowie Zarządu i wszyscy menedżerowie. Pracownicy dowiadują się, jaka jest strategia firmy, jakie są plany rozwoju, jak tworzy się nowe produkty, jak się ocenia wiarygodność kredytową klientów i jak ich obsługiwać. Nowe osoby poznają także platformę edukacyjną Kapitalni.org. Spotkania organizowane są w chill-roomach, w miłej, niekrepującej atmosferze. Nie są obowiązkowe, ale zawsze przychodzi na nie 90–100 proc. dopiero co zatrudnionych pracowników.



Program **Nasz biznes jest w Sklepach** polega na tygodniowym stażu odbywanym na obszarze sprzedażowym obiektu i jest proponowany nowym pracownikom firmy **Castorama Polska**. Projekt ma na celu bezpośrednią interakcję między pracownikami a klientami, szczegółowe poznanie zasad biznesu oraz procesów zachodzących pomiędzy centralą a sklepami, a także pełną integrację pracowników. Efektem programu ma być zrozumienie przez pracowników misji firmy, która zakłada, że klienci i ich potrzeby stoją na pierwszym miejscu.



Wszystkie osoby, wracające do pracy zawodowej w **Allegro** po wielomiesięcznej przerwie, w tym młode mamy po urloпах macierzyńskich, uczestniczą w **Onboardingu dla osób po dłuższych nieobecnościach**. Zasadniczo program będący cyklem warsztatów i prelekcji dotyczących funkcjonowania firmy służy przygotowaniu nowych pracowników, ale objął także dotychczasowych pracowników, którzy z różnych powodów mieli dłuższe przerwy w pracy. Pozwala to im uniknąć wykluczenia.





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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Realizowany w **Dentsu Aegis Network Polska** program **Onboarding jak marzenie** służy lepszemu wdrażaniu nowych pracowników. Onboarding trwa trzy dni i składa się z kilku etapów, w tym przekazania materiałów powitalnych przez system WorkDay, wsparcia koordynatorki programu z działu HR, szkoleń z obszaru compliance, RODO i BHP, zwiedzania biura, welcome packów i budowania Dentsu z klocków Lego. Program jest bardzo dobrze oceniany, średnia ocen to 4 w pięciostopniowej skali.

 850

W celu adaptacji nowych pracowników **Grupy Veolia w Polsce**, zapoznania ich ze specyfiką, zakresem działalności poszczególnych spółek oraz wspólnego rozumienia standardów i wartości firmowych organizowany jest **Program rozwojowy diVE.pl**. Na program składają się seminaria, spotkania z top managementem, wizyty w instalacjach, praca grupowa nad studium przypadku oraz warsztaty dotyczące wartości firmy.

 4300 

Program wdrożeniowy dla nowych pracowników „COMPETentni na start” realizowany w **Compensa TU** obejmuje dzień szkoleniowy, w którym pracownicy poznają główne obszary działalności przedsiębiorstwa – produkty, marketing, sprzedaż, likwidacja szkód, HR. Dodatkowo dla każdego nowego pracownika wyznaczony jest opiekunem podczas pierwszych miesięcy pracy. Programem są objęci wszyscy nowi pracownicy firmy.

 854 

„Włącz Prąd” to program adaptacji nowych pracowników wszystkich spółek Grupy Kapitałowej **PGE Polska Grupa Energetyczna**, bez względu na stanowisko i miejsce zatrudnienia. Program rozpoczyna się warsztatami merytorycznymi, podczas których odbywają się prelekcje m.in. z zakresu historii i strategii firmy, społecznej odpowiedzialności Grupy, Kodeksu etyki, zarządzania kapitałem ludzkim oraz linii biznesowych GK PGE. Drugi etap polega na zwiedzaniu obiektów strategicznych Grupy Kapitałowej PGE: Kopalni Węgla Brunatnego w Bełchatowie i Elektrowni Bełchatów.

 ok. 40000 

Po szkoleniu teoretycznym nowy pracownik Call Center firmy **BEST** trafia do zespołu **Zielonej Alei**, gdzie zapoznaje się z kulturą organizacyjną, poszerza wiedzę i poznaje realia pracy przy wsparciu doświadczonych współpracowników. Bierze udział w warsztatach, instruktażach czy odcłuchach rozmów. W drugim miesiącu pracy w procesie obsługi telefonicznej 88% osób nowo zatrudnionych osiągnęło wynik powyżej 130%. Natomiast pozostała część zespołu osiągnęła cel na poziomie 81%.

 570 

Adaptacja nowych pracowników w firmie **Emitel** odbywa się w ramach **programu onboardingowego**. W zależności od stanowiska przewidziane są spotkania z działem HR, przetożonym oraz innymi osobami zaangażowanymi we wdrożenie. Jednym z elementów programu jest wizyta w Centrum Zarządzania Siecią.

 2017  430

Wsparcie na starcie to program adaptacyjny dla nowych pracowników **Grupy Kapitałowej LOTOS**. Otrzymują oni wsparcie w postaci: opiekuna pomagającego we wdrażaniu w zadania i funkcjonowanie w firmie; materiałów informacyjnych wraz z multimedialną prezentacją o firmie i sposobach dotarcia do ważnych informacji; cyklu szkoleń; wizyty na instalacjach produkcyjnych rafinerii.

 2015  4854 

Punktem wyjścia do stworzenia **planszowej gry edukacyjnej dla pracowników PGE „Łączy nas energia”** była chęć promowania wśród pracowników i klientów wiedzy o **PGE Polskiej Grupie Energetycznej**. Gra spełnia funkcję integracyjną, edukacyjną i czysto rozrywkową. Pytania dotyczą m.in. spółek, ochrony środowiska i innowacji. Dzięki różnorodnym kategoriom pracownicy mogą dowiedzieć się czegoś więcej o swojej pracy, a także poznać ogólne ciekawostki związane z Grupą.

 2017  ok. 40000 

Rekrutacja w formie **TimeShadow** (wcześniej NanoShadow) 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.

 2017  4500 

SKOLENIE I ROZWÓJ

W organizację **Allegro Tech Meeting** – dzielenie się wiedzą zaangażowani są inżynierowie **Allegro**, którzy tworzą to wydarzenie dla innych pracowników. Konferencja jest merytorycznie przygotowana dla każdego z obecnych, ułatwia integrację i inspiruje do nowych projektów. Jej celem jest zwiększenie u pracowników chęci do pracy oraz zaangażowania w życie firmy.

 1700 

Cykl szkoleń, warsztatów i spotkań promujących wśród pracowników **Banku Ochrony Środowiska** wiedzę i postawy wspierające zdrowy tryb życia, zrównoważoną konsumpcję i promowanie zachowań proekologicznych

we własnych społecznościach zorganizowano w ramach **Miesiąca Eko Rodziny**. Działania obejmowały również grywalizację grup pracowników – realizację wyzwań, nagrywanie filmów edukacyjnych oraz przygotowywanie minieventów.



Co miesiąc Dział Corporate Responsibility firmy **ALDI** przygotowuje i udostępnia wszystkim pracownikom **Newsletter Działu CR**, w którym informuje o bieżących projektach i wdrożeniach z zakresu zrównoważonego rozwoju, a także edukuje pracowników z poszczególnych zagadnień CSR dotyczących np. certyfikacji produktów pochodzących ze zrównoważonych źródeł.



W ramach **Partnerstwa z Koalicją na rzecz Polskich Innowacji** w **Banku BGŻ BNP Paribas** odbyły się spotkania Startup Coffee – cyklicznej inicjatywy edukacyjnej, której celem jest przybliżenie pracownikom banku zagadnień związanych z zachodzącymi zmianami technologicznymi. W ramach Koalicji działa także 28 grup roboczych zajmujących się różnymi obszarami innowacyjności, takimi jak sztuczna inteligencja, blockchain, fintech, medycyna, smart city, handel oraz innowacje społeczne.



Platforma szkoleniowa Mind-up jest odpowiedzią na ciągłą potrzebę doskonalenia się i rozwoju pracowników **Allegro**. Mogą oni przeszkolić się w kilku modułach: get knowledge, share experience, unlock self-awareness, be inspired, lead others. Szkolenia są na bieżąco aktualizowane pod kątem zapotrzebowania pracodawcy i oczekiwań pracowników.



Program Digitalenty ma na celu ułatwienie wdrożeń nowych rozwiązań cyfrowych wśród pracowników i klientów **Carrefour**. W każdym hipermarkecie i supermarkecie dobrowolnie zgłosił się pracownik, który pełni funkcję digitalenty w sklepie, łączy on swoje standardowe role z dodatkową misją wspierania innych pracowników we wdrażaniu cyfrowych rozwiązań. Digitalenty są zróżnicowaną grupą – składającą się zarówno z przedstawicieli pokolenia Y, oraz Z, jak i osób z większym doświadczeniem zawodowym.



ANG Spółdzielnia oferuje swoim współpracownikom **szkolenia** z bardzo różnych dziedzin: od kursów produktowych i zawodowych, przez pierwszą pomoc, bezpieczną jazdę, aż po obsługę osób z niepełnosprawnościami. Ponadto wszyscy

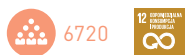
mają możliwość korzystania z dofinansowania edukacji, niezależnie od kierunku, w którym chcą się kształcić.



Bank BGŻ BNP Paribas, w ramach Programu Cyfrowej Transformacji, od niemal dwóch lat wprowadza serię zmian przeznaczonych zarówno dla klientów, jak i pracowników. Podczas **Transformation Week** w centrali banku została zaaranżowana specjalna strefa transformacji, w której dzięki trzem interaktywnym instalacjom pracownicy banku mieli okazję bliżej poznać zagadnienia transformacji. Odbyło się ponad 70 warsztatów i szkoleń z obszarów, takich jak agile, badania użyteczności, machine learning, digitalizacja dokumentów oraz biometryka.



Wdrożenie grywalizacji jako nowej metody szkoleniowej miało na celu podniesienie świadomości pracowników na temat tego, jak ważną rolę w codziennej pracy stanowi ich postawa i obsługa klientów na najwyższym poziomie. Projekt **MilleMocni** polegał na zastosowaniu w szkoleniu pracowników **Banku Millennium** gry osadzonej na podróży przez dwa państwa. Pracownicy mieli rozwiązać szereg zadań związanych z obsługą klientów oraz szukać sposobów na podnoszenie efektywności sprzedaży. Mierzyli się oni z zadaniami zarówno w formie online, jak i offline. Kategoria zadań offline stanowiła spore wyzwanie, ponieważ polegały one na wykonaniu polecenia w realnej pracy z klientem.



W ramach **Tygodnia Nauki** co roku w **ArcelorMittal Poland** organizowane są szkolenia, warsztaty oraz wykłady przybliżające różne zagadnienia. W 2018 roku motywem przewodnim była kwestia cyfryzacji i wynikające z niej szanse. Pracownicy mieli okazję poszerzyć swoją wiedzę o kluczowych zagadnieniach z obszaru Przemysłu 4.0 zarówno w perspektywie globalnej, jak i rozwiązań stosowanych na co dzień w firmie.



Tydzień Zrównoważonego Rozwoju to praktyka firmy **Henkel Polska**. Celem przedsięwzięcia jest edukacja prośrodowiskowa pracowników. Tematem wiodącym ostatniej edycji były odpady plastikowe i problem zaśmiecania nimi oceanów. Częścią inicjatywy była akcja upcyklingowa – pracownicy zaangażowali się w zbiórkę opakowań z plastiku, które posłużyły do zbudowania artystycznych instalacji. Pod hasłami uważnej konsumpcji i „drugiego życia” przedmiotów przeprowadzona została również zbiórka ubrań, gier, książek i zabawek, którymi pracownicy następnie się wymieniali.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W ramach swojej strategii **transformacji żywieniowej** w **Carrefour** prowadzone są działania z zakresu edukacji i zaangażowania pracowników w tematykę zdrowego odżywiania. Dla menedżerów przygotowano pakiet materiałów komunikacyjnych na spotkania z pracownikami. W sklepach i centrali firmy zostały wywieszane specjalne tablice informacyjne zawierające treści edukacyjne oraz przepisy kulinarne. W 2018 roku odbyło się osiem wydarzeń edukacyjnych dla pracowników sklepów i centrali, potoczonych z degustacjami.



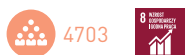
Główną ideą **Spread Your Wings – Rozwiń skrzydła** jest odkrywanie predyspozycji pracowników firmy **AmRest** i wzmacnianie ich zdolności przywódczych. Kandydat jest nominowany do programu przez swojego przełożonego lub po uzyskaniu dobrego wyniku oceny rocznej. Pracownik może także samodzielnie zgłosić chęć rozwoju. Dział Talent Development wybiera kluczowe talenty, a pracownik realizuje Indywidualny Plan Rozwoju. Po pozytywnym przejściu całego procesu otrzymuje on status „bench”. Gdy w firmie pojawi się wolne stanowisko odpowiadające jego kompetencjom, automatycznie zostaje awansowany.



Realizowany przez **Europejski Fundusz Leasingowy** program **Początkujący Menedżer** składa się z kilku modułów. Projekt polega na ugruntowaniu wiedzy na temat kluczowych procesów zarządzania zespołami; zbudowaniu świadomości w zakresie stylu zarządzania i komunikacji oraz budowie planu rozwoju osobistego i planu zwiększającego efektywność zespołu w oparciu o praktyczne przykłady każdego z uczestników biorącego udział w programie.



W **Credit Agricole Bank Polska** ruszył dwuletni program dla middle managerów. Przedsięwzięcie składa się z trzech głównych modułów: warsztatów rozwijających kluczowe kompetencje menedżerskie, sesji action learning, co-development i design thinking oraz cyklicznych spotkań dostarczających wiedzy biznesowej i inspiracji.



Szkola Liderów to wewnętrzny program rozwojowy przeznaczony dla przyszłych dyrektorów w sklepach **Castorama Polska**. Jego celem jest przygotowanie uczestników do pełnienia funkcji menedżerskich poprzez odpowiednio zaplanowane i skoordynowane działania rozwojowe. Pod opieką mentorów przyszli menedżerowie poznają tajniki zarządzania sklepem i zespołem, rozwijają umiejętności handlowe oraz dzielą się swoim doświadczeniem.

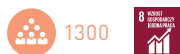


Szkola Kapitańska ma na celu przygotowanie pracowników do objęcia stanowisk kierowniczych w ramach kadry mene-

derskiej średniego szczebla. Przedsięwzięcie skierowane jest do wszystkich pracowników sklepów **Castorama Polska**, którzy wykazują potencjał i chcieliby rozwijać się w organizacji. Program obejmuje działania, które dają uczestnikom możliwość zdobycia wiedzy i umiejętności związanych z tematyką zarządzania zespołami, sprzedażą i obsługą klienta. Uczestnicy realizują program pod czujnym okiem dedykowanych mentorów w sklepach na terenie całej Polski.



Głównym założeniem programu **mentoringu** realizowanego w **Górażdże Cement** jest rozwój kadry menedżerskiej. Wśród Zarządu i dyrekcji wyłoniono grono mentorów, natomiast mentees stanowili wybrani menedżerowie wyższego szczebla. Mentorzy brali udział w warsztatach z zakresu coachingowego prowadzenia rozmów, przeprowadzania rozmowy przeglądowej oraz przygotowania do zamknięcia procesu mentoringowego. Mentees natomiast skupiali się na wyznaczaniu celów rozwojowych i korzystaniu z partnerstwa.



Z myślą o wzmacnianiu u kierowników świadomości ich roli w zespole, **PGE Polska Grupa Energetyczna** wdrożyła program **PROwładz z Energią**. Zawiera on moduły szkoleniowe, takie jak zarządzanie pracą zespołu i współpraca, narzędzia oceny pracownika, przywództwo i budowanie autorytetu, zarządzanie zmianą oraz decyzyjność i odwaga menedżerska. Pierwszą edycją programu zostało objętych 85 kierowników liniowych.



W celu pomocy przy zarządzaniu zespołami i projektami w **Rödl & Partner** powstał program **developmentowy dla menedżerów**. Obejmuje działania rozwojowe proponowane menedżerom, dostosowane do indywidualnych potrzeb zdefiniowanych na etapie diagnozy z uwzględnieniem poziomu aktualnie zajmowanego stanowiska i/lub potencjału do pełnienia kolejnych zadań w organizacji.



Program **Synergia i Rozwój** powstał jako odpowiedź na potrzeby rozwojowe kadry **Górażdże Cement**. Formuła programu powstała jako połączenie dotychczasowych dobrych praktyk związanych z realizacją programów kierowanych do grona średniej kadry menedżerskiej oraz tzw. młodych talentów. Program dąży do tego, aby wykorzystać zalety połączenia doświadczenia i świeżości, dzięki czemu menedżerowie będą mieli okazję do dzielenia się swoją wiedzą, a młodszy koledzy wprowadzać mogą nowe, nieszablonowe pomysły.

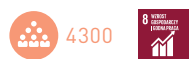


Program pierwszej edycji **Szkoły Redaktorów Gazety Wyborczej**, projektu **Grupy Agora** mającego na celu rozwijanie kompetencji adeptów dziennikarstwa, obejmuje

20 dwudniowych zjazdów rozpisanych na 12 miesięcy. Zajęcia mają charakter ćwiczeń, wykładów oraz warsztatów polegających m.in. na pracy nad konkretnymi tekstami reprezentującymi różne gatunki, style i formy dziennikarskie.



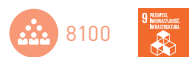
Program doskonalenia zawodowego Level Up to projekt rozwojowy, który wychodzi naprzeciw potrzebom pracowników **Grupy VELUX i spółek siostrzanych w Polsce** w zakresie doskonalenia umiejętności w różnych obszarach, niekoniecznie wprost związanych z zakresem obowiązków w firmie. Szkolenia odbywały się w formie krótkich warsztatów tematycznych obejmujących trzy obszary: umiejętności; wiedza i narzędzia oraz zdrowie i styl życia.



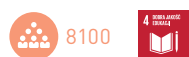
Program szkoleniowo-rozwojowy Brown Bag Sessions, od trzech lat realizowany we wrocławskim Centrum **Hewlett Packard Enterprise**, w 2018 roku został wzbogacony o kolejne obszary tematyczne oraz ustrukturyzowany w trzy filary: finanse i księgowość, wiedza biznesowa i rozwój osobisty/umiejętności miękkie. Liczba zrealizowanych szkoleń zwiększyła się ponaddwukrotnie (95 sesji), a udział w nich wzięło blisko 2700 pracowników.



W celu dzielenia się wiedzą ze środowiskiem i otoczeniem Tech/IT w **ING Banku Śląskim** zainicjowano **Enterprise Tech Solutions Meetup**. Do współpracy zaproszono pracowników banku i ekspertów z innych firm. W spotkaniach uczestniczą także studenci, dziennikarze i blogerzy. Tematyka meet-upów to m.in. sztuczna inteligencja, robotyzacja procesów i monitorowanie aplikacji.



Dwa zespoły **ING Banku Śląskiego** – Centrum Innowacji oraz Centrum ds. Doświadczeń Kandydatów i Pracowników – połączyły siły i przygotowały **konferencję „Rozwój na nowo – Ty nadajesz ton!”**. Każdy z uczestników wydarzenia spotkania mógł doświadczyć i sprawdzić się w nowych obszarach: kodowania, tworzenia algorytmów, zobaczyć digital od kuchni, stworzyć swój kurs e-learningowy oraz nauczyć się myślenia wizualnego.

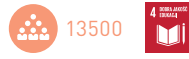


W **Leroy Merlin Polska** przeprowadzono kampanię informacyjną skierowaną do pracowników, a dotyczącą **wdrożenia RODO** (odpowiadano na pytania: czym jest RODO, jakie

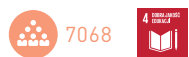
niesie zagrożenia i jakie korzyści oraz kto w firmie jest odpowiedzialny za obszar ochrony danych osobowych). W ramach przedsięwzięcia przygotowano: broszury, artykuły intranetowe, plakaty i szkolenia online.



W ramach szkoleń w **Orange Polska** zostało przygotowane **Webinarium CSR**. Organizowane było 1–2 razy w miesiącu. Od sierpnia do grudnia 2018 roku odbyło się siedem spotkań – online. Jako mechanizm wykorzystane zostało wewnętrzne narzędzie komunikacyjne Lynk, które umożliwiło pokazanie prezentacji i aktywny udział uczestników na chacie, rozwiązywanie zadań tekstowych i dyskusje. Podczas półtoragodzinnych sesji pracownicy zapoznawali się z ideą CSR i zrównoważonego rozwoju.



W programie **Zaloguj się do Rozwoju** może uczestniczyć każdy pracownik **mBanku**. Otrzymuje on dostęp do wyselekcjonowanych materiałów edukacyjnych. Może skorzystać z nich w wygodny sposób – online, w dowolnym czasie. W ramach programu uruchomiona została strona intranetowa, a pracownicy mają stały dostęp do m.in. LinkedIn Learning, LEGIMI, Harvard Business Review i platformy eTutor.



Dzięki **platformie ICAN Corporate** każdy z pracowników firmy **Sanofi** może poszerzać swoją wiedzę z zagadnień, które są dla niego ważne i interesujące (są to np. przywództwo, efektywność osobista, sprzedaż oraz nowe technologie). W ramach narzędzia ma także dostęp do elektronicznego wydania „Harvard Business Review Polska”. Każdy pracownik ma również możliwość ukończenia certyfikowanego szkolenia „O sztuce pisania w biznesie”.



Dzielenie się wiedzą ekspercką przez pracowników **Santander Bank Polska** zakłada program **Akademii Finansów – szkoleń wewnętrznych** oparty na kulturze dzielenia się wiedzą i dobrymi praktykami. W 2018 roku 30 prelegentów-pracowników przeprowadziło szkolenia i warsztaty dla około 400 współpracowników.



Strefa Wymiany Wiedzy Santander Consumer Banku opiera się na dwóch filarach. Pierwszy to przygotowanie trenerskie i organizacyjne udzielane przez zespół HR banku przy wsparciu zewnętrznych szkoleniowców dla trenerów prowadzących szkolenia w ramach wewnętrznego



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

mini-MBA. Kluczowa część projektu to realizacja szkoleń (wraz z przygotowaniem materiałów) w ramach wolontariatu kompetencyjnego trenerów-ekspertów, którzy dzielą się swoją wiedzą i umiejętnościami z innymi pracownikami.



Rotacja stanowisk w firmie **SITECH** następuje na wniosek pracownika lub po konkretnych wskazaniach po konsultacjach międzyoddziałowych. Może ona nastąpić na okres kilku miesięcy, a nawet do trzech lat – czas jest indywidualnie ustalany z pracownikami. Pracownik przechodzi szkolenie praktyczne na stanowisku pracy w celu przygotowania do nowych obowiązków.



Firma **WSP Polska** po raz drugi skierowała trzech pracowników do 35 roku życia na **Early Career Professional Day**. Uczestnicy projektu mają okazję dowiedzieć się więcej o działalności firmy w innych krajach, jednostkach biznesowych i zasobach informacji znajdujących się w intranecie WSP. Grupa miała okazję porozmawiać z kolegami z innych regionów podczas zorganizowanych globalnych telekonferencji.



AmRest w ramach kampanii **Fun at Work – Radość w pracy** we współpracy z HRM Institute zrealizował badanie „Fun at Work Survey” skierowane do wszystkich aktywnych zawodowo. Wzięto w nim udział 627 osób. Kolejnym etapem była organizacja pierwszej w Polsce konferencji dotyczącej „Fun at Work Summit”. Prelegentami konferencji byli eksperci i praktycy z zakresu tworzenia kultury organizacyjnej opartej na radości. Wzięło w niej udział 126 uczestników. W wyniku tych działań po raz pierwszy pojawił się na rynku ogólnodostępny raport dotyczący radości i szczęścia w miejscu pracy.



Celem inicjatywy **Bądź jak Leon. Myśl klientem** jest poprawa relacji między pracownikami, a także przełożonymi i pracownikami, co ma się przełożyć na poprawę relacji z klientami sklepów. **Carrefour** prowadzi w tym zakresie szkolenia dla wszystkich pracowników firmy. Przeszkolono 1540 menedżerów oraz ponad 4800 pracowników sklepów i centrali.



Przepis na mistrza to projekt wspierający tradycyjne zawody specjalistyczne, takie jak: cukiernik, piekarz i rzeźnik. Skierowany jest on do dwóch ważnych dla **Carrefour** grup: uczniów szkół zawodowych oraz pracowników – doświadczonych ekspertów, którzy mogą ubiegać się o zawodową certyfikację. W 2018 roku klasa patronacka cukierników szkolita się w wyspecjalizowanych działach w czterech hipermarketach pod okiem pracowników-specjalistów.



W ramach **programów talentowych Fast Forward** wyselekcjonowana w ramach wewnętrznych procesów grupa pracowników **Coca-Cola HBC Polska** przechodzi przez program intensywnego rozwoju kompetencji menedżerskich połączonych z samodzielnym prowadzeniem wybranych projektów biznesowych. Szkolenia, warsztaty, sesje mentoringowe, prowadzenie projektu i panele oceniające pozwalają na przyspieszony rozwój i bieżącą kompleksową informację zwrotną.



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



Dzielmy się wiedzą! to program wewnętrznych szkoleń i warsztatów specjalistycznych prowadzonych przez pracowników-ekspertów dla innych osób zatrudnionych w **Credit Agricole Bank Polska**.



W 2018 roku rozpoczęła się czwarta edycja programu **Let's Share – dzielimy się wiedzą**, który polega na wymianie specjalistycznej wiedzy wewnątrz **Dentsu Aegis Network Polska**. Odbyto się 37 szkoleń dla około 430 pracowników.



Na początku roku pracownicy firmy **Emitel** otrzymali propozycję udziału w wydarzeniach edukacyjnych w ramach **EmiAcademy**. Do wyboru mieli m.in. stacjonarne szkolenia z zakresu komunikacji, rozwoju osobistego, zarządzania projektami, nowych technologii, szkolenia językowe oraz techniczne oraz szereg szkoleń e-learningowych. W 2018 roku w 29 szkoleniach wzięło udział 173 pracowników, co stanowi około 40% zatogi.



Akademia ENERIS to czterogodzinne, obowiązkowe, realizowane w godzinach pracy szkolenia prowadzone przez przygotowanych do tego celu trenerów wewnętrznych. To sposób firmy **ENERIS Ochrona Środowiska** na dotarcie do kierowców, ładowaczy i pracowników sortowni. Celem tegorocznego cyklu było przekazanie najważniejszych informacji na temat strategii firmy, inwestycji i BHP.



Grupa GPEC Gra to mająca promować praktyki prozdrowotne platforma grywalizacyjna dla pracowników **Gdańskiego Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej**. Jej celem jest wzmacnianie równowagi pomiędzy życiem

zawodowym a prywatnym, motywowanie pracowników do aktywności fizycznych, rozwijania pasji pozazawodowych, a także zachęcanie do rozwoju zawodowego. Dodatkowo organizowane są grywalizacje zespołowe, które służą integracji pracowników.



Celem programu **iLead** jest stworzenie platformy komunikacyjnej dla wszystkich liderów firmy **Henkel Polska**, oferującej możliwość wymiany najlepszych praktyk i doświadczeń w obszarach szeroko rozumianego zarządzania zespołami i komunikacji. Inicjatywa realizowana jest poprzez spotkania plenarne i seminaria. Obecnie programem objętych jest ponad 115 pracowników kadry zarządzającej.



Celem **Programu Mentoringu dla menedżerów** w firmie **Henkel Polska** jest rozwój umiejętności przywódczych oraz transfer wiedzy i dobrych praktyk pomiędzy menedżerami reprezentującymi różne działy i funkcje firmy. Praca w parach mentoringowych nad określonymi na początku indywidualnymi celami trwa dziewięć miesięcy. W ciągu dwóch lat w programie wzięto udział 30 par.



Yougrow to projekt rozwojowy skierowany do najzdolniejszych, młodych pracowników firmy **Henkel Polska**, którzy nie pełnią jeszcze funkcji menedżerskich. Program opiera się na czterech kluczowych elementach: indywidualnym planie rozwoju, współpracy międzydziałowej, programie szkoleniowym Mini-MBA i grach symulacyjnych.



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



W ramach podnoszenia kompetencji pracowników **mBanku** w 2018 roku oprócz **Dni Rozwoju dla pracowników grupy mBanku** zorganizowano też „Piątki z rozwojem” – cykliczne wydarzenia odbywające się w każdy pierwszy piątek miesiąca. Spotkania, warsztaty, wykłady i konsultacje indywidualne w tym roku dotyczyły też nowych technologii. W 2018 roku prawie 3 tys. pracowników uczestniczyło w 334 aktywnościach.



Aby wesprzeć pracowników w procesie rozwoju **Sanofi** oferuje im różnorodne formy **zajęć z języka angielskiego**, w tym „Fast track improvement”, zajęcia grupowe i indywidualne, platformę e-learningową „Go fluent”, newslettersy oraz fiszki i mailingi wysyłane co dwa tygodnie.



W drugiej edycji **programu cross mentoringu** uczestniczyli trzej mentorzy i dwaj mentee z **Sanofi**, a także mentorzy i mentee z firm Siemens, Oracle oraz Saint Gobain.



W ramach otwarcia III edycji **Programu Mentoringu w Sanofi** powstało kilkanaście nowych par mentoringowych. W **Sanofi** przeprowadzono spotkania dla nowych i doświadczonych uczestników.



W **Centrum Szkoleniowym SITECH** wykwalifikowani trenerzy wewnętrzni szkolą m.in. z zakresu Lean Manufacturing oraz zasad ergonomii, jak też modelu 5S. W ofercie dla pracowników **SITECH** są również szkolenia wirtualne przy użyciu cyberokularów HoloLens. Firma dąży do tego, aby wszyscy zatrudnieni, niezależnie od zajmowanego stanowiska, znali procesy i systemy produkcyjne w przedsiębiorstwie.



Program **Train the Trainers** kierowany jest do grupy trenerów wewnętrznych i ma wyrównywać szanse na zdobycie wiedzy przez wszystkich pracowników biura **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**, w których pracują trenerzy. To dwa największe biura, które odpowiadają za potrzeby posprzedażowe klientów, zatem pracownicy uczą się od trenerów niezbędnych postaw w podejściu do klienta.



HART – Hestyjna Akademia Rozwoju Talentów to autorski programy szkoleniowy kierowany do firmowych talentów. W 2018 roku zakończyła się piętnasta edycja programu realizowanego przez **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**. Uczestnicy brali udział w spotkaniach, warsztatach i szkoleniach m.in. z zaawansowanego zarządzania projektami oraz odwagi menedżerskiej. Około 70% osób, które ukończyły akademię, awansowało w ramach Grupy i stanowi większość w kadrze menedżerskiej.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W ramach **Uniwersytetu Otwartego** organizowane są cykliczne i bezpłatne wykłady dla pracowników **TAURON Polska Energia**, umożliwiające spotkania z ekspertami specjalizującymi się w różnych dziedzinach. Do tej pory w ponad 20 wykładach uczestniczyło kilkuset pracowników.



2017



24000



Volkswagen Motor Polska oferuje pracownikom możliwość uczestnictwa w programie **AUR (Autonomicznego Utrzymania Ruchu)**. Dwudziestu pracowników zdobywa nowe kompetencje podczas 20 tygodni szkolenia zakończonego egzaminem. Następnie wdrażają oni wiedzę w pracy na linii.



2017



1300



WOLONTARIAT PRACOWNICZY

W ramach programu **10 dobrych uczynków dla lokalnej społeczności** pracownicy **Credit Suisse** mogli stworzyć lub nominować projekt charytatywny wspierający lokalne instytucje i organizacje. Wsparcie w postaci realizacji projektu przekazywane było NGO i instytucjom publicznym, które prowadzą działania związane z promocją i ochroną zdrowia, edukacją, ekologią, a także promocją sportu i zdrowego trybu życia, ochroną zwierząt oraz kulturą i sztuką. Credit Suisse zobowiązało się pokryć koszty do 3 tys. zł na realizację każdego z 10 finałowych projektów.



ok. 4000



Każdy pracownik **Sage** może w trakcie roku pracy przeznaczyć **5 dni na wolontariat**. Firma zachęca pracowników do wykorzystywania tego prawa, jednak nie organizuje im czasu – szczególnie ważne jest, by wolontariat był inicjatywą samych pracowników. Pracownicy zatem sami zgłaszają aktywności społeczne, w które chcą się zaangażować, i stają się za nie odpowiedzialni, reprezentując firmę w danym projekcie.



354



Akademia Liderów Wolontariatu to grupa pracowników **PZU** prowadzących na poziomie regionalnym działania informacyjne i promocyjne związane z wolontariatem pracowniczym. Organizowane są specjalne szkolenia dla liderów, które mają na celu podnoszenie ich kompetencji w zakresie organizowania oraz komunikowania o działaniach wolontariackich i zachęcania do angażowania się i motywowania pracowników.



9850



W ramach wolontariatu pracowniczego w **Coca-Cola HBC Polska** zrealizowano akcję **#biegamizbieram – promocję ploggingu wśród lokalnych społeczności**. Polegała ona na połączeniu treningów biegowych ze sprzątnięciem terenów zielonych. Trzonem akcji było sześć spotkań od lipca do

września 2018 roku w dwóch warszawskich parkach: Młociny i brzeg Wisty na Białolece. Dodatkowo zorganizowane zostały akcje w Tyliczu i Radzyminie. Do inicjatywy zostały zaproszone lokalne samorządy oraz okoliczni mieszkańcy.



1810



Trzydziestu pracowników gdańskiego oddziału **Kompanii Piwowskiej** przeprowadziło remont w **Centrum Praw Kobiet w Gdańsku**. Wolontariusze odmalowali blisko 500 m² ścian i sufitów przy użyciu 150 litrów farby, wymienili podłogę, włączniki światła, kontakty, klamki oraz pomalowali drzwi, okna parapety i grzejniki. Pracownicy Kompanii w ten sposób chcieli nawiązać do obchodzonej setnej rocznicy uzyskania praw wyborczych przez Polki.



2726



Coder Dojo w PwC to miejsce rozwoju talentów technologicznych (programowania, kodowania, grafiki komputerowej, nowych technologii i nauk STEM). Uczestnikami bezpłatnych zajęć prowadzonych przez wolontariuszy-pracowników PwC są głównie podopieczni domów dziecka, osoby z rodzin zastępczych i środowisk dysfunkcyjnych. Dzieci samodzielnie pracują nad własną dyscypliną i własnymi projektami, zadaniem mentorów jest udzielanie im wsparcia merytorycznego.



4500



Pracownicy **Kompanii Piwowskiej** z browarów w Tychach, Białymstoku i Poznaniu oraz centrali firmy w Warszawie postanowili wesprzeć podopiecznych schronisk dla zwierząt. Akcje polegały m.in. na odremontowaniu pomieszczeń, zbudowaniu bud – tak, aby stworzyć bezpieczne i godziwe warunki **dla bezdomnych zwierząt**. Ponadto wolontariusze zakupili karmę, a także spacerowali z psami. W 2018 roku w tej formie udzielono wsparcia miejskim schroniskom dla zwierząt w Białymstoku, Poznaniu, Tychach i Tomarynach.



2726



Obchody **Dnia Wolontariusza w Leroy Merlin Polska** to okazja do nagrodzenia pracowników angażujących się w działania wolontariackie oraz podsumowania podejmowanych inicjatyw. W ramach wydarzenia wolontariusze mogli podzielić się swoimi doświadczeniami związanymi z realizacją grantów pomocowych oraz opowiedzieć o motywach, które im przyświecają.



10500

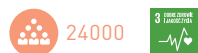


Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba – Radcowie Prawni** w grudniu 2018 roku zrealizowała akcję **Dobra karma od MUST**, przeprowadzając wewnętrzną przedsięwziętą zbiórkę na rzecz schroniska dla zwierząt w Toruniu. W akcję zaangażowano zarówno współpracowników, jak i pracowników, którzy zebrali produkty niezbędne w schronisku, m.in. karmy, gryzaki i zabawki-szaparki, piteczki-

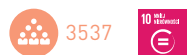
ki, obroże, smycze regulowane, koce, ręczniki, kołdry, poduszki, a także środki czystości.



Przed świętami Bożego Narodzenia 3 tys. audiobooków rozestano do szpitali i hospicjów dziecięcych w województwach dolnośląskim, opolskim, małopolskim i śląskim w ramach **Energii dobrych słów**, praktyki realizowanej przez **TAURON Polska Energia**. Audiobooki zawierające bajki dla dzieci pracownicy nagrali w profesjonalnym studiu, a do czytania zgłosiło się ponad 100 osób na możliwych 20 ról lektorskich do obsadzenia.



W ramach programu **Formy – Fabryka inicjatyw** pracownicy **FABRYKI MEBLI „FORTE”** mogą zgłaszać swoje pomysły działań skierowanych do lokalnych społeczności i starać się o wsparcie finansowe i pozafinansowe na ich realizację. Projekty powinny być związane z promocją edukacji, zdrowia, sportu i rekreacji, a także wyrównywaniem szans lub ochroną środowiska czy promocją oraz rozwojem kultury. Jednym z warunków uczestnictwa w programie jest zebranie przez lidera grupy pracowników, którzy zrealizują wspólny projekt.



W celu skonsolidowania inicjatyw podejmowanych przez pracowników **Sage**, w firmie postanowiono powołać **Fundację Sage**. Największe wsparcie udziela ona tym projektom społecznym pracowników, które realizują takie idee, jak: przedsiębiorczość, wyrównywanie szans (szczególnie osób młodych i kobiet), praca zespołowa, zrównoważony rozwój i edukacja.



Sadzenie krzewów, budowanie kojców dla zwierząt ze schroniska, wsparcie i pomoc w kuchni charytatywnej, przygotowanie paczek żywnościowych, prace porządkowo-remontowe w ośrodkach opiekuńczych, organizacja czasu wolnego mieszkańcom ośrodka wychowawczego dla młodzieży oraz pacjentom ośrodka leczniczo-opiekuńczego i hospicjum to działania zrealizowane przez pracowników **Hewlett Packard Enterprise** w ramach pierwszej edycji projektu **Global Day of Service**.

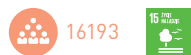


Dzień Bezpiecznego Internetu to warsztaty dla dzieci i młodzieży z wrocławskich placówek edukacyjnych zorganizowane i zrealizowane przez wolontariuszy z **Hewlett Packard Enterprise**. Celem zajęć było podniesienie świadomości korzystania z technologii cyfrowych i internetu. Podczas

warsztatów poruszone były następujące kwestie: odpowiedzialność użytkownika sieci, kultura i szacunek w sieci, cyberzagrożenia, możliwości technologiczne i edukacyjne obecnych urzędzeń informatycznych oraz rozwiązań cyfrowych.



W Enea Operator, jednej ze spółek **Grupy Enea**, przez trzy tygodnie trwała akcja **Karma wraca** – zbiórka pożywienia dla zwierząt. Pracownicy mogli składać produkty w siedmiu różnych lokalizacjach. Następnie do pięciu wybranych schronisk, które potrzebują wsparcia, zostały przekazane zebrane dary. Łącznie pracownicy dostarczyli 800 kg żywności dla zwierząt. Przeprowadzono także akcję pod hasłem „Pomóż bezdomnym zwierzacom przetrwać zimą”, w ramach której wolontariusze Enei wraz z Fundacją Animal Security zbudowali ponad 40 zimowych schronień dla bezdomnych kotów.



W ramach wolontariatu pracowniczego w firmie **Allegro** pracownicy rozpoczęli akcję przygotowywania i wystawiania na Platformie Charytatywnej Allegro **książek dla pana Zenona**, schorowanego 81-letniego poznaniaka. Stworzona została społeczność, do której chętni pracownicy dołączyli i wspólnie pracowali po godzinach, mając na celu dobro emeryta, który wyprzedawał kolekcję swoich książek, by uzbierać pieniądze na zakup drogich leków.



W firmie **Pelion** realizowana jest dobra praktyka **Książka dla seniora**. W ramach zbiórki pracownicy przekazują zebrane lektury do Centrów Aktywnego Seniora w Łodzi. O akcji informowani są za pomocą e-maili, gazet firmowych, a także w mediach społecznościowych i na stronie internetowej. W przedsiębiorstwie angażują się również dzieci pracowników, organizujące zbiórki w swoich szkołach.



Konkurs grantowy „Wolontariusze AmRest” ma na celu inspirowanie pracowników do wspierania lokalnych społeczności. Może wziąć w nim udział pracownik każdego szczebla. Konieczne jest utworzenie minimum trzyosobowej grupy oraz wypełnienie wniosku zawierającego cel projektu i kosztorys. Komisja konkursowa nagradza najlepsze zgłoszenia kwotą do 3 tys. zł. Ocenie zostają poddane m.in. faktyczna praca i zaangażowanie pracowników oraz promowanie aktywności społecznej w firmie i środowisku lokalnym



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Mój własny kąk to projekt **Grupy Enea**, który zapraszał do współpracy społeczności wolontariackie działające w firmach poznańskich. Projekt zakładał remont pokoju seniora przez jedną grupę wolontariuszy, przy jednoczesnym spędzeniu z seniorem czasu podczas działań remontowych przez drugą grupę wolontariuszy. Przed działaniami wszyscy wolontariusze uczestniczyli w warsztatach, które przygotowały zespoły na pracę z osobami starszymi i niesprawnymi fizycznie.



Wolontariat kompetencji to realizowany w **Dentsu Aegis Network Polska** program, który polega na prowadzeniu przez pracowników warsztatów i wykładów dla młodzieży, dotyczących zasad skutecznej komunikacji, autoprezentacji, a także korzystania z internetu. Pracownicy wspierają także różne fundacje w zakresie działań komunikacyjnych, dzieląc się z nimi wiedzą, umiejętnościami, a także kontaktami z partnerami mediami.



Obecni i emerytowani pracownicy **IBM** w ramach programu **On Demand Community Volunteers** działają w projektach wybranych przez siebie instytucji i organizacji rządowych poprzez angażowanie się w inicjatywy z zakresu ekologii, edukacji i wzmocnienia społeczności. Wykorzystują do tego swoje kompetencje zawodowe. W przypadku, gdy wolontariusz zgłosi co najmniej 40 godzin pracy na rzecz instytucji, firma dodatkowo przyznaje jej także grant.



PwC zostało **partnerem Światowego Dnia Marzyciela**, by wesprzeć rozwój młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym. Z tej okazji odbyła się próba bicia rekordu Guinnessa w kategorii „największa liczba osób, które przepłyną jedną długość basenu w 24-godzinnej sztafecie” w Zatoce Sportu w Łodzi. Projekt ma na celu wychowywanie młodzieży przez sport, pokazanie im godnych naśladowania wzorców, motywowanie i pracę nad ich poczuciem wartości. Pracownicy PwC, wraz z rodzinami, jako wolontariusze wzięli udział w pływackiej sztafecie.

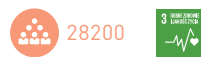


Akcja **Podziel się tym, czego już nie używasz** polega na zebraniu i przekazaniu przez pracowników **Mostostalu Warszawa** niepotrzebnych im już przedmiotów dla podopiecznych Fundacji „Domy Wspólnoty Chleb Życia” siostry Małgorzaty Chmielewskiej. Wśród rzeczy znalazły się m.in. ubrania oraz sprzęt AGD i RTV.



Wolontariusze ze stołecznych oddziałów **PKO Banku Polskiego** zainicjowali akcję pomocy dla powstańców Warszawy. W ramach projektu **PKO Bohaterom** przez cały rok

udzielają pomocy powstańcom poprzez m.in. przygotowywanie paczek z żywnością z okazji świąt Bożego Narodzenia czy remonty i wyposażanie mieszkań w potrzebne sprzęty.



Grupa Kęty rozwija wolontariat pracowniczy poprzez **program społeczno-wolontaryjny „Razem z Grupą”**. Dzięki zaangażowaniu pracowników i udzielaniu wsparcia finansowego firma może realizować oddolne potrzeby społeczności lokalnych. Do tej pory przeprowadzono cztery edycje programu. Firma wykorzystuje to narzędzie do promocji ważnych z punktu widzenia polityki CSR tematów, takich jak ochrona środowiska oraz troska o zdrowie.



Celem **Programu Wolontariatu Pracowniczego „Aktywni i Pomocni”** w **Góraździe Cement** jest wspieranie zaangażowania społecznego pracowników poprzez umożliwienie im realizacji własnych pomysłów na różne formy aktywności wolontariackiej. W 2018 roku dofinansowano 18 projektów, realizowanych głównie w sąsiadujących miejscowościach, z udziałem 90 pracowników. Przyznane środki wolontariusze przeznaczyli na remonty lokalnej infrastruktury, a także zajęcia sportowo-rekreacyjne, edukacyjne oraz charytatywne dla dzieci i młodzieży.



Program grantowy to projekt dla pracowników **CCC**, którzy są otwarci na niesienie pomocy i wsparcie lokalnej społeczności. Przystępując do programu, mają oni możliwość otrzymania środków na realizację własnych działań wolontariackich. Odbiorcami projektów są organizacje pozarządowe i instytucje publiczne. W ciągu roku przeprowadzane są dwie edycje programu.



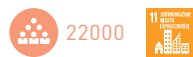
Program grantowy Grantspocznici jest adresowany do wszystkich pracowników Grupy Kapitałowej **PKP Energetyka**. Każdy pracownik może zgłosić do finansowania projekt, który będzie realizowany w ramach wolontariatu pracowniczego, we współpracy z partnerem instytucjonalnym, np. szkołą, przedszkolem. Uczestnicy mogą dodatkowo zaproponować wspólną realizację inicjatywy innym pracownikom, członkom rodzin czy przyjaciółom. W ocenie projektu liczą się: poziom zaangażowania, liczba wolontariuszy i wpływ społeczny. Wysokość jednego grantu wynosi maksymalnie 3 tys. zł.



Program wolontariatu pracowniczego realizowany w **Tesco Polska** to inicjatywa zainaugurowana wiosną 2018 roku.

W jej ramach pracownicy firmy mogą zaangażować się w lokalne działania i poświęcić swój czas na wsparcie ważnych dla nich inicjatyw. Każdy z nich ma możliwość wykorzystania jednego płatnego dnia w okresie sześciu miesięcy przeznaczono-

nego na działania wolontarystyczne w wybranej przez siebie organizacji. Firma zapewnia pełne wsparcie i pomoc w organizacji dnia wolontariatu.



Wsparcie młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym to cel projektu **PwCTutoring – English Classes For Orphaned Children** realizowanego przez **PWC** w Gdańsku. Wolontariusze-pracownicy prowadzą zajęcia edukacyjne, głównie korepetycje z języka angielskiego, dla dzieci z domów dziecka i rodzin zastępczych. W 2018 roku 14 wolontariuszy pracowało z 25 dziećmi w wieku od 5 do 19 lat. Wszyscy podopieczni zostali zaopatrzeni w materiały dydaktyczne, takie jak słowniki obrazkowe, fiszki i komiksy.



Projekt **Świetlica dla ucznia** polegał na stworzeniu przez wolontariuszy z **Grupy Enea** kąpaka świetlicowego dla dzieci ze szkoły podstawowej w Budziskach koło Połańca. W ramach projektu wolontariusze zapewniili fototapetę, palety, skrzynie, farby i wszystkie materiały potrzebne do realizacji projektu. Wolontariusze odnowili korytarz, pomalowali ściany oraz nakleili energetyczną fototapetę. Zaangażowani pracownicy sami wyprodukowali zestaw mebli z palet, szlifując, malując i skręcając ze sobą skrzynki i palety. Meble zostały również odpowiednio tapicerowane.



W akcji **Sprzątania świata**, współorganizowanej przez Fundację „Nasza Ziemia”, dobrowolnie wzięto udział 130 pracowników firm **Coca-Cola HBC Polska** i **Coca-Cola Poland Services** w Polsce. Wydarzenie zostało objęta patronatem Ambasady Australii, która tego dnia zaprosiła do współpracy 70 przedstawicieli innych ambasad zlokalizowanych w Warszawie. Sprzątanie odbyło się na warszawskim prawym brzegu Wisły, gdzie grupa wolontariuszy zebrała śmieci na odcinku od mostu Łazienkowskiego do mostu Średnicowego.



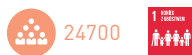
ANG Spółdzielnia od kilku lat bierze udział w akcji wysyłania **świątecznych paczek dla potrzebujących**. Każdy ma możliwość wyboru rodziny, której chce przestać paczkę z podarunkami. Często współpracownicy dobierają się w grupy i razem organizują pomoc dla jednej rodziny. W akcję angażują się ludzie z całej Polski.



Pracownicy firm **Groupon Shared Services** i **Groupon** w ramach **wolontariatu pracowniczego** od pięciu lat tworzą drużyny mikołajkowe, które w okresie bożonarodzeniowym przygotowują prezenty dla podopiecznych domów dziecka. Wspierają także przygotowanie skarbonki Federacji Banków Żywności, do których zbierane są środki na zakup jedzenia dla osób potrzebujących. Wolontariusze pomagali także w sortowaniu i pakowaniu produktów spożywczych.



Departament Marketingu **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** corocznie organizuje zbiórki wspierające wybraną lokalną organizację. W 2018 roku pracownicy Centrali PGNiG w ramach **świątecznej zbiórki na rzecz Domu dla Matek z Dziećmi** przekazali placówce „Nazaret” w Brwinowie kilkanaście kartonów żywności, kosmetyków, środków do pielęgnacji dzieci, leków bez recepty i środków czystości.



Bank BGŻ BNP Paribas wraz z Fundacją BGŻ BNP Paribas docenił dotychczasowe zaangażowanie pracowników w **Szlachetną Paczkę** i postanowił wesprzeć ich działania. Akcję koordynowało 100 specjalnie przygotowanych do tej roli liderów – pracowników, którzy otrzymali wsparcie merytoryczne (m.in. szkolenia logistyczne i komunikacyjne) oraz finansowe (dofinansowanie do paczek). W efekcie około 2 tys. pracowników zaangażowało się w Szlachetną Paczkę, przygotowując paczki dla ponad 100 rodzin.



Podczas finału **Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy** 60 pracowników **Allegro** wolontaryjnie zaangażowało się w obsługę aukcji charytatywnych – pracując zarówno zdalnie, jak i w studiu WOŚP podczas finału.



Każdy pracownik **Urtica** może włączyć się w coroczny **wolontariat**, aby działać na rzecz dzieci chorujących na schorzenia onkologiczne. Wolontariusze wspierają organizację wybranych przez siebie projektów prowadzonych przez Fundację Urtica Dzieciom: Słoneczna Galeria, Urtica Dzieciom Camp, Gali Urtica Dzieciom, Poczta Dziecięca. W programie z roku na rok bierze udział coraz więcej chętnych.



W ramach programu **wolontariatu pracowniczego** „Płyn z pomocą” realizowanego w **Aquanet** firma angażuje



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

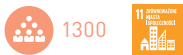
wolontariuszy w różne akcje na obszarze swojego działania. Ponadto pracownicy rozpisują na konkursy projekty grantowe, decydując, jakie organizacje pozarządowe otrzymają wsparcie finansowe. Projekty grantowe pomyślane są jako małe przedsięwzięcia dla pracowników. Podpisują oni umowę, angażują się w pomoc i czuwają nad rozliczeniem grantu. W ten sposób uczą się zarządzania, a projekt pozwala na wszechstronną integrację.



Ogłoszenie konkursu **Wolontariusz na Bank!** otwiera działania w ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności. Pracownicy **Citi Handlowy** zgłaszają swoje pomysły na inicjatywę społeczną poprzez aplikację online. Po zakończeniu zbierania zgłoszeń następuje ich weryfikacja merytoryczna i formalna oraz doszlifowanie projektów pod okiem członków Zespołu Wolontariatu Pracowniczego. W tym czasie każdemu z Liderów przydzielony zostaje „opiekun projektu”, który wspiera go na każdym etapie realizacji działań.



Carlsberg Polska oferuje swoim pracownikom możliwość zaangażowania się w **wolontariat pracowniczy** w różnych obszarach. Wśród realizowanych rokrocznie projektów są m.in. sprzątanie parku i brzegów Uszwicy w Brzesku, porządkowanie zieleni i nowe nasadzenia drzew w dzielnicy Pomorzany w Szczecinie oraz udział drużyn pracowników w Poland Business Run. Firma zachęca także pracowników do angażowania się w podnoszenie kultury piwnej. Pracownicy mogą również zgłaszać własne projekty w ramach programu grantowego InicJaTyWy.



Trenerzy **Credit Agricole Bank Polska** w ramach **wolontariatu kompetencyjnego** zaangażowali się w szkolenia dla przedstawicieli NGO i osób prywatnych z zakresu miękkich kompetencji: zarządzania czasem, kreatywności, perswazji i planowania inwestycji.



Do czterech petnopłatnych dni w roku pracownicy **Credit Suisse** mogą wykorzystać na udział w inicjatywach z zakresu **wolontariatu pracowniczego**, realizowanych we współpracy z lokalnymi partnerami. Pomagają oni dzieciom w odrabianiu zadań domowych, prowadzą szkolenia oraz warsztaty tematyczne czy wspierają w codziennym funkcjonowaniu hospicjum dla dzieci. Angażują się również w projekty fundacji Habitat for Humanity. Aktywnie uczestniczą też w akcjach zbierania śmieci na terenach zielonych i pomagają zwierzętom w schroniskach.



Realizowana przez **Europejski Fundusz Leasingowy** praktyka **Wspieramy zaangażowanych**

społecznie 2017/2018 polegała na zgłaszaniu projektów związanych z zaangażowaniem społecznym pracownika, przy czym jego zaangażowanie nie mogło być jednorazowe. Pracownik musiał wykazać, że nie tylko jest członkiem stowarzyszenia czy fundacji, ale także aktywnie w niej działa. Wyłonieni kandydaci prezentowali projekt także przed jury, przedstawiając jego znaczenie i cele, jak również motywację i zaangażowanie na rzecz stowarzyszenia i prezentowanego projektu.



Współpraca **Groupon Shared Services Poland** i **Groupon** z **Kampinoskim Parkiem Narodowym** polegała na zbiórce odpadów, malowaniu szlabanów na przejazdach, a także malowaniu ogrodzenia. Łącznie w ramach **wolontariatu** zostały przeprowadzone trzy akcje wyjazdowe, w których uczestniczyło ponad 100 pracowników warszawskiego biura.



Wolontariat pracowniczy w 2018 roku w Procter & Gamble Polska opierał się na poprawie jakości warunków mieszkaniowych osób w potrzebie. W tym zakresie firma współpracowała m.in. z Habitat for Humanity. Pracownicy na czas wolontariatu otrzymują dzień wolny, przechodzą szkolenie BHP i są zaopatrywani we wszystkie potrzebne sprzęty i materiały remontowe. Wolontariuszem może zostać każdy, bez względu na stanowisko czy staż w firmie. Uruchomiono również program grantowy dla pracowników zainteresowanych zrealizowaniem własnego projektu.



Od 2017 roku w ramach programu **wolontariatu pracowniczego „DobroCzynni”** łącznie blisko 120 wolontariuszy pomogło liczny potrzebującym osobom, poprawiło także warunki bytowe psom i kotom. Beneficjenci działań **Schiever Polska** są m.in. domy dziecka, hospicjum, przedszkole, szkoła, poradnia rozwojowa, środowiskowy dom pomocy dla osób z zaburzeniami psychicznymi, dom samotnej matki oraz schroniska dla zwierząt.



Wolontariat pracowniczy w SITECH powołany został z inicjatywy kilku pracownic. Wolontariuszem może być każdy pracownik. Spółka daje możliwość wykorzystania ośmiu godzin w ciągu roku na indywidualne działania wolontariackie, z zachowaniem prawa do wynagrodzenia. Wdrożono także formalne procedury udzielania pomocy finansowej lub rzeczowej dla interesariuszy zewnętrznych oraz formalną procedurę przyznawania grantów. Corocznie wolontariusze kwestują także w ramach WOŚP.



W **Totalizatorze Sportowym** wolontariat pracowniczy realizowany jest w ramach konkursu „Kumulacja Dobrej Woli”. Dzięki swojej konkursowej formule pozwala na wyłonienie projektów, które spełniają podstawowe założenia programu, takie jak konstruktywna pomoc, lokalność i oddolna inicjatywa. Dodatkowo pracownicy zaangażowani w dane przedsięwzięcie wyłaniają spośród siebie lidera projektu oraz wolontariuszy, co pozwala inicjatorom projektów na zdobycie dodatkowych kompetencji.



Wolontariusze HOPE to program wolontariatu pracowniczego w firmie **Zywiec Zdrój**. Pracownicy realizują zadania w ramach jednego z obszarów: zdrowie – działania promujące zdrowy tryb życia, a więc aktywność fizyczną i zbilansowaną dietę; natura – działania dotyczące ochrony środowiska, upcyklingu, segregacji odpadów; bezpieczeństwo i integracja społeczna – działania mające na celu integrację lokalnej społeczności oraz zwiększenie świadomości w zakresie bezpieczeństwa poza miejscem pracy.



Pracownicy **KPMG** w ramach **wolontariatu rodzinnego w Wilanowie** wraz z najbliższymi prowadzili prace porządkowe w ogrodach kwiatowych i warzywnych ogrodów królewskich w pałacu króla Jana III. Podczas wydarzenia uczestnicy zapoznawali się z historią sprowadzenia tamtejszych roślin do Polski, a także z dziejami pałacu.



W placówkach edukacyjnych, **Skanska w Polsce**, we współpracy z dziećmi uczęszczającymi do stołecznej SP nr 339, zrealizowała projekt **wspólnej odnowy terenu wokół szkoly na warszawskim Mokotowie**. W ramach akcji wzbogacono teren o 400 nowych roślin, miejsce wypoczynku z hamakami i siedziskami, profesjonalną stację meteorologiczną oraz budki dla owadów. Przeprowadzono także warsztaty edukacyjno-integrujące z gry na bębnach.



Dzięki połączeniu programu społecznego z wolontariatem pracowniczym powstał projekt **Zamień komórkę na planszówkę** realizowany w **DB CARGO Polska**. Firma zakupiła zestawy popularnych gier planszowych dla różnych grup wiekowych. W teren wyruszyło z nimi 10 grup pracowników-wolontariuszy, którzy zgłaszali do programu placówki opiekuńczo-wychowawcze, wskazując te miejsca, gdzie zagrożenie cyberzależnościami jest największe.



W 2018 roku ruszyła nowa odsłona programu wolontariatu pracowniczego **Zielone Podwórka Veolii**, w ramach którego pracownicy **Grupy Veolia w Polsce** tworzą ogrody, zmieniając otoczenie placówek i instytucji. W 2018 roku powstały cztery takie miejsca. W zależności od potrzeb wolontariusze zmieniają teren, który staje się dzięki ich działaniom funkcjonalnym i pełnym zieleni miejscem.



Firma **Allegro** wzięła udział w akcji **Szlachetna Paczka** Stowarzyszenia WIOSNA. Realizacja inicjatywy wpisuje się w postanowienia zawarte w Strategii CSR Allegro 2017-2019.



ANWIL stworzył program **wolontariatu pracowniczego**, w ramach którego osoby zatrudnione w spółce mogą ubiegać się o dofinansowanie autorskich inicjatyw wspierających lokalną społeczność. Wśród zgłoszonych projektów znalazły się m.in. organizacja zajęć rekreacyjnych dla dzieci ze świetlic środowiskowych oraz prace remontowe na rzecz beneficjentów działań wolontariackich.



Firma **ArcelorMittal Poland** od 2009 roku rozwija program **wolontariatu pracowniczego**. Pracownicy zaangażowani w działanie na rzecz społeczności lokalnych mogą liczyć na wsparcie na różnych płaszczyznach, np. wsparcie logistyczne i organizacyjne, promocję akcji wśród pracowników, zakup gadżetów firmowych, pokrycie kosztów związanych z działaniami wolontariackimi oraz ubezpieczenie NNW. W 2018 roku 303 wolontariuszy poświęciło ponad 1600 godzin na uczestnictwo w 153 akcjach.



„Możesz na mnie polegać” to motto **wolontariatu pracowniczego**, zgodnie z którym pracownicy **Banku BGZ BNP Paribas** działają na rzecz lokalnych środowisk. Program wolontariatu obejmuje edukację, tworzenie różnorodnych możliwości działania oraz merytoryczne i finansowe wsparcie pomysłów pracowników. Każdy pracownik może zaangażować się w działania indywidualne lub zespołowe, na które przysługują dodatkowo dwa dni wolne. W 2018 roku blisko 250 pracowników przepracowało niemal 20 tys. godzin.



Program Wolontariatu Pracowniczego Citi od 2005 roku został nagrodzony wieloma nagrodami. **Citi Handlowy** zachęca pracowników do dzielenia się swoją wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami oraz wspierania przedsięwzięć



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

społecznych. Celem inicjatywy jest wspieranie i rozwijanie zaangażowania społecznego obecnych i byłych pracowników.



Wolontariat Seniorów ma na celu aktywizację społeczną osób starszych oraz danie im możliwości dzielenia się swoim doświadczeniem. Wzorem wolontariuszy-pracowników **Citi Handlowy**, seniorzy otrzymują dostosowane do ich zainteresowań propozycje zaangażowania i podejmują się ich w ramach wolontariatu indywidualnego.



W 2012 roku w **Citi Handlowym** zainaugurowano **Klub Wolontariusza** – miejsce spotkań i inspiracji dla wolontariuszy. Uruchomiono cykliczne spotkania, podczas których mogą się oni dzielić wiedzą i pomysłami, uczestniczyć w warsztatach i spotkaniach z ciekawymi ludźmi.



Pracownicy **Banku Millennium** biorą udział w konkursie, w którym mogą wygrać grant na realizację akcji społecznej. Do tej pory w inicjatywach finansowanych w ramach programu **Millantrop** wzięło udział ponad 300 wolontariuszy, którzy zrealizowali programy dla kilku tysięcy beneficjentów. Wolontariusze m.in. odnowili sale szkolne i plac zabaw przy domu dziecka, wyposażyli salę do terapii dla osób niepełnosprawnych, zbudowali boisko szkolne, a także prowadzili warsztaty z edukacji finansowej dla dzieci z placówek opiekuńczych.



Mikrodotacje angażują pracowników **Banku Ochrony Środowiska** w działania na rzecz lokalnych społeczności – NGO i instytucji publicznych. Co najmniej trzech pracowników zgłasza projekt z dokładnym opisem działań oraz organizacji, z którą współpracują, i otrzymuje środki na jego realizację. W 2018 roku zrealizowano 12 projektów.



W ramach **Programu Grantowego „Inwestujemy w Dobre Pomysły”** pracownicy **Capgemini Polska** mogą otrzymać dofinansowanie na projekty społeczne. Przedsięwzięcia muszą spełniać określone kryteria: angażować ludzi (z firmy oraz spoza niej), aktywizować społeczność lokalną, mieć określony cel społeczny, przejrzysty plan działania i budżet. W 2018 roku 146 pracowników zrealizowało 17 projektów na rzecz ponad 2 tys. beneficjentów, przy wsparciu 58 partnerów instytucjonalnych.



Firma **CCC**, by wesprzeć pracowników w zakresie zaangażowania społecznego, postanowiła kompleksowo opracować

program **wolontariatu pracowniczego**. Działania w tym obszarze zostały wpisane w Strategię CSR.



Coca-Cola HBC Polska promuje wśród pracowników ideę wolontariatu oraz wspiera ich w realizacji projektów. W ramach **programu wolontariatu pracowniczego** w systemie konkursowym zgłaszane są autorskie projekty poddawane ocenie komisji, w skład której wchodzi niezależni eksperci spoza spółki. Pracownicy angażują w działania rodziny, przyjaciół i przedstawicieli lokalnych społeczności. Mogą też świadczyć wolontariat kompetencyjny w ramach Youth Empowered Program Academy.



W **Cognifide Polska** pracownicy mogą zgłosić projekt i skorzystać z zaplanowanego na jego realizację budżetu w ramach programu **Do Good@Cognifide**. Głównymi kryteriami wyboru projektów jest ich edukacyjny charakter, działania na rzecz środowiska naturalnego, wsparcie integracji osób wykluczonych i różnorodności oraz ich skalowalność i długoterminowość. Każdy pracownik może w ciągu roku wykorzystać osiem godzin na działania. Dotychczas zgłoszono 27 projektów, 21 z nich przyznano budżet na realizację.



Kolej na pomaganie to wieloletni program wolontariatu pracowniczego. Pracownicy **DB CARGO POLSKA** mogą brać udział w corocznym konkursie inicjatyw wolontariackich, wnioskować o wsparcie inicjatyw realizowanych w ramach „Wolontariatu na przyczepkę” lub też brać udział w akcjach organizowanych przez pracodawcę, np. „Zamień komórkę na planszówkę”.



Działamy i wspieramy to program prospołeczny, w ramach którego pracownicy **De Heus** tworzą i realizują projekty mające na celu wsparcie dzieci oraz zaangażowanie społeczności lokalnych. Podczas trzech edycji zgłoszono ponad 90 pomysłów, spośród których zrealizowano 25 o łącznej kwocie ponad 1 mln zł.



Co roku pracownicy spółki CARAT (będącej częścią **Dentsu Aegis Network Polska**) wspierają schronisko dla zwierząt w Korabiewicach. W 2018 roku w ramach **wolontariatu pracowniczego** zebrano w biurze dary i środki finansowe na zakup potrzebnych schronisku materiałów. Pracownicy wsparli również schronisko na miejscu.



Wolontariat Pracowników to program, dzięki któremu pracownicy **Gdańskiego Przedsiębiorstwa**

Energetyki Ciepłej mogą realizować pomysły wspierające lokalną społeczność. Grupa wolontaryjna dysponuje własnym budżetem i decyduje o działaniach. Firma przyznaje pracownikom czas wolny w godzinach pracy, aby mogli swobodnie realizować zadania. W 2018 roku firma wraz z ERGO Hestią przeprowadziła warsztaty na rzecz hospicjum „Pomorze Dzieciom”.



Należąca do **Grupy ATERIMA** – ATERIMA MED świadczy usługi opieki nad osobami starszymi w Niemczech. Dlatego pracownicy wewnętrzni angażują się w **wolontariat pracowniczy na rzecz seniorów z demencją** w Środowiskowym Domu Samopomocy dla Osób z Chorobą Alzheimer’a w Krakowie. Ochronicy odwiedzają podopiecznych ośrodka i organizują dla nich czas. Przed rozpoczęciem wolontariatu pracownicy Grupy wzięli udział w szkoleniu eksperta Akademii Opiekunów.



W **Grupie Enea** realizowane są dwie formy wolontariatu pracowniczego: kompetencyjny i akcyjny – obie w ramach Fundacji Enea. Wolontariat kompetencyjny opiera się na dwóch programach edukacyjnych, w tym na programie „**Pierwsza pomoc – ratownictwo przedmedyczne**”, efektem którego jest działająca w firmie grupa wyszkolonych ratowników.



Potęga poMocy to program grantowy realizowany przez Fundację Enea, powołaną przez **Grupę Enea**. W jego ramach pracownicy zgłaszają inicjatywę społeczną, którą chcą zrealizować wspólnie z podmiotem społecznym działającym wśród lokalnej społeczności. W 2018 roku wsparcia udzielono 12 inicjatywom na łączną kwotę 48 tys. zł.



Program minigrantów pracowniczych w ramach programu wolontariatu pracowniczego pozwala pracownikom **Grupy Kapitałowej LOTOS** na realizowanie projektów wolontariackich, których odbiorcami są organizacje pozarządowe lub instytucje publiczne i ich beneficjenci. Przeprowadzono trzy edycje programu.



Pracownicy **Grupy Raben** mogą wziąć udział w akcji **wolontariatu pracowniczego – Wykaż się inicjaTYwą**. Jej celem jest zaktywizowanie pracowników do zachowań przedsiębiorczych, a przede wszystkim prospołecznych oraz ekologicznych mających na celu wspieranie i rozwój społeczności

lokalnej. W 2018 roku zgłoszono ponad 50 projektów, z czego zrealizowano ponad 20 inicjatyw społecznych.



W ramach programu **wolontariatu pracowniczego w Grupie Veolia w Polsce** pracownicy mogą angażować się w projekty społeczne i ekologiczne. Wolontariusze Grupy wspierają także Fundację Veolia Polska w działaniach na rzecz ochrony bioróżnorodności. W 2018 roku we współpracy z Urzędem Miasta powstała pasieka Veolii w Lidzbarku Warmińskim, a jej postawieniu towarzyszyły zajęcia edukacyjne dla dzieci z okolicy.



Program wolontariatu pracowniczego MIT (Make an Impact on Tomorrow) wspiera lokalne społeczności w rozwiązywaniu ich problemów. Każdy obecny lub emerytowany pracownik przedsiębiorstwa **Henkel Polska** może zgłosić projekt o charakterze edukacyjnym, prozdrowotnym, kulturalnym lub proekologicznym i uzyskać od firmy pomoc w jego realizacji w formie wsparcia finansowego, rzeczowego lub/i dodatkowych dni pełnopłatnego urlopu. Przedsięwzięcie jest realizowane nieprzerwanie od blisko 20 lat. W 2018 roku w ramach programu w 144 projekty uzyskały od firmy wsparcie w wysokości 1,76 mln zł.



Hewlett Packard Enterprise podjął we Wrocławiu **współpracę z Fundacją Antoni**. Pracownicy-wolontariusze mają możliwość wykorzystania przysługujących im godzin wolontariackich, angażując się w działalność długoterminową lub akcyjną.



Buy a Book to akcja polegająca na organizacji kiermaszu książek zebranych wśród pracowników wrocławskich firm na rzecz Fundacji Wrocławskiego Hospicjum dla Dzieci. Pomysłodawcą jest wrocławski oddział **Hewlett Packard Enterprise**. Od 2013 roku Buy a Book odbywa się pod patronatem Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych. W 2018 roku obok kiermaszu książek zorganizowano atrakcje dla publiczności. Co roku w akcję angażuje się około 50 organizacji i 100 wolontariuszy.



W ramach **współpracy z biurem Europejskiej Stolicy Kultury**, pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** mogli zostać wolontariuszami przy organizacji imprez kulturalnych na terenie Wrocławia. Projekty zakładały zarówno kontakt



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

z artystami, jak i np. współtworzenie map interesujących miejsc dla gości zagranicznych. W 2018 roku wolontariusze współtworzyli Europejską Noc Literatury.



Miasto Wrocław organizuje co roku **Wrocławskie Dni Wolontariatu**, w trakcie których wolontariusze z wrocławskich firm przygotowują otwarte szkolenia i warsztaty. W 2018 roku pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** przeprowadzili cztery szkolenia, w tym podstawy sprawozdawczości finansowej i budowania swojej marki online.



Przy współpracy z Wrocławskim Centrum Seniora pracownicy **Hewlett Packard Enterprise** prowadzą szkolenia komputerowe w ramach **Projektu Senior**. W 2018 roku zaproszono osoby starsze na spotkanie dotyczące bezpieczeństwa w sieci i praw konsumenta.



Corporate Service Corps to program, w ramach którego zespoły pracowników **IBM** zostają oddelegowani na miesięczne misje, podczas których wspierają rozwój lokalnych samorządów, organizacji i firm. W Polsce do tej pory pracownicy IBM byli zaangażowani w wolontariat pracowniczy m.in. w Katowicach, Łodzi, Lublinie, Gliwicach, Krakowie, a w zeszłym roku w Olsztynie.



Program Wolontariat ING – realizowany przy wsparciu Fundacji ING Dzieciom przez **ING Bank Śląski** od stycznia 2006 roku – opiera się na kilku działaniach: Dobry Pomysł – konkurs na inicjatywy wolontariackie (71 projektów w 2018 roku), Inicjatywy doraźne (14 akcji w 2018 roku), Pomarańczowy plecak, List do św. Mikołaja oraz akcje krwiodawstwa.



Kompania Piwowarska po raz kolejny wsparła akcję **Szlachetna Paczka**. Każdy z pracowników zgłaszający swój udział w projekcie otrzymywał od firmy 100 zł na przygotowanie paczki. Liderzy kompletowali zespoły wolontariuszy, by wspólnie wesprzeć konkretnych potrzebujących. Przygotowano paczki o wartości 250 tys. zł, z czego ponad 82 tys. zł to dodatkowe środki przekazane przez 1650 zaangażowanych pracowników oraz ich rodziny, znajomych i partnerów biznesowych firmy.



Program grantowy dla pracowników KPMG ma na celu promowanie działań CSR w firmie poprzez bezpośrednie zaangażowanie pracowników, którzy otrzymują wsparcie przy realizacji inicjatyw wpisujących się w obszary wspierania społeczności

lokalnych, ochrony i poszerzenia wiedzy o środowisku naturalnym, promowania idei przedsiębiorczości lub zaangażowania w rozwój kultury.



W **KPMG** w Polsce pracownicy angażują się w **Bajkoterapię**, czyli czytanie książek dzieciom przebywającym w szpitalach.



W 2018 roku zorganizowano drugą edycję programu grantowego **wolontariatu pracowniczego – Dobro_czynni**. Przedsięwzięcie skierowane jest do pracowników **Lafarge w Polsce**, organizacji pozarządowych, szkół i lokalnych społeczności. Zakłada dofinansowanie wybranych projektów z zakresu poprawy estetyki i użyteczności pomieszczeń oraz budynków; edukacji, bezpieczeństwa i ochrony zdrowia; związanego ze środowiskiem. W 2018 roku przyznano granty na realizację 16 projektów, w których udział wzięło 136 wolontariuszy.



Program wolontariatu pracowniczego **Wspieramy Wolontariuszy** promuje prospołeczną postawę pracowników **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**. Inicjatywa polega na przyznaniu dotacji najlepszym projektom, zgłoszonym przez pracowników i skierowanym do podopiecznych instytucji publicznych lub organizacji pozarządowych. W projekcie musi uczestniczyć minimum trzech pracowników firmy. Maksymalna kwota dotacji wynosi 5 tys. zł. Dotychczas dofinansowano 15 projektów, przy których pracowało blisko 100 wolontariuszy.



Głównym celem **wolontariatu pracowniczego** jest zaangażowanie pracowników **Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie** w edukację społeczeństwa. Jedną z takich inicjatyw jest program Social Innovation Relay, który ma wspierać uczniów szkół średnich w opracowaniu biznesplanu na podstawie wcześniej zgłoszonych pomysłów na innowacje społeczne. Dodatkowo w szóstej edycji programu „Pomagamy” dofinansowano 16 projektów zainicjowanych przez pracowników.



NUTRICIA Polska stworzyła fundusz projektów wolontariackich. Z niego finansowane są projekty powstające w ramach programu **Wolontariusz HOPE**, które zakładają pomoc lokalnym społecznościom. W roku 2018 zrealizowano 87 inicjatyw, które dofinansowano kwotą ponad 130 tys. zł. Uczestniczyło w nich 495 pracowników. Realizowane działania wsparły ponad 2800 beneficjentów.



Program wolontariatu pracowniczego PGE „pomagamy” jest odpowiedzią na potrzeby lokalnych społeczności, głównie na terenie działalności **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**. Pracownicy opracowują własne projekty i docierają do różnych środowisk: dzieci, młodzieży, osób niepełnosprawnych, samotnych matek i najuboższych. W ramach programu powstaje też Sieć Liderów Regionalnych umożliwiająca wolontariuszom dalszy rozwój. W trakcie pięcioletniej działalności 720 wolontariuszy zrealizowało łącznie 220 projektów.



Program Wolontariatu Pracowniczego Grupy Polpharma zakłada dofinansowanie 20 najciekawszych projektów zgłoszonych do konkursu grantowego przez pracowników **Polpharmy** w kategoriach: zdrowie i profilaktyka zdrowotna, poprawa jakości życia, edukacja i wyrównanie szans, pomoc humanitarna, rozwój lokalny i ekologia. Do 2018 roku ponad 800 pracowników spędziło blisko 15 tys. godzin, realizując 120 projektów. Pracownicy angażują się także w akcję Listy do Świętego Mikołaja, która prowadzona jest od 12 lat. Każdego roku bierze w niej udział około 300 osób.



Tak! Pomagam to program wolontariatu pracowniczego realizowanego w **Provident Polska**, na który firma przekazała ponad 1 800 000 zł. Co roku odbywają się dwie edycje, w ramach których wolontariusze udzielają wsparcia dzieciom, osobom starszym, młodzieży, a także zwierzętom. Pomoc obejmuje prace remontowe, organizację czasu wolnego, zbiórkę żywności, środków higienicznych i weterynaryjnych oraz spacerów dla psów.



W ramach programu **Give Together** realizowanego przez **Sabre Polska** raz do roku prowadzone są zbiórki funduszy przekazywanych na rzecz organizacji pozarządowych i lokalnych społeczności. Beneficjentów zgłaszają i wybierają pracownicy spośród własnego otoczenia. W 2018 roku odbyło się 26 akcji, w ramach których zebrano blisko 70 tys. zł, co przekłada się na średnio 50 zł na jednego pracownika.



Santander Bank Polska dzięki pracownikom-wolontariuszom zrealizował **zbiórkę żywności** na rzecz Banków Żywności z całej Polski. W akcję zaangażowało się 165 osób z 48 lokalizacji. Zebrane produkty trafiły do potrzebujących w całej Polsce za pośrednictwem 13 lokalnych Banków Żywności i 17 organizacji partnerskich koordynujących odbiór produktów.



Hestyjne Centrum Wolontariatu wzmacnia i wspiera aktywną postawę pracowników **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**, którzy działają społecznie w fundacjach oraz stowarzyszeniach. Centrum koordynuje też pomoc dla pracowników, którzy znajdują się w trudnej sytuacji, np. w związku z chorobą w rodzinie. Wspomaga również działania firmowych Fundacji: Integralia oraz APH.



Ideą **Programu Grantowego „Spoleczna Energia SumiRiko”** jest wsparcie inicjatyw pracowników. Każdy z nich może ubiegać się o dotację, a autorzy najciekawszych pomysłów otrzymują od **SumiRiko Poland** finansowe wsparcie na realizację inicjatywy. Podczas czternastu edycji zrealizowano ponad 60 projektów.



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”**.



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



WORK-LIFE BALANCE

W odpowiedzi na potrzeby pracowników **Credit Agricole Bank Polska** powstał autorski program **powerON**, który polega m.in. na dostarczaniu pracownikom wiedzy, umiejętności i inspiracji do zarządzania ich energią w taki sposób, by mieli zasoby do realizacji wyzwań zawodowych i osobistych. Wypracowywane są nowe zasady pracy, a uczestnicy pracują nad zmianą nawyków. Częścią programu jest również wymiana wiedzy pomiędzy pracownikami, którzy inspirują się wzajemnie i biorą udział w różnorodnych wydarzeniach, m.in. sportowych.



W **Dentsu Aegis Network Polska** wprowadzono zasady dotyczące **elastycznych godzin pracy**. Pracownicy przychodzą do biura w dowolnie wybranym przedziale pomiędzy 8.00 a 10.00, a kończą pracę między 16.00 a 18.00. Dodatkowo mogą skorzystać z pracy zdalnej w wymiarze



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

czterech dni w miesiącu. W okresie letnim firma umożliwia kończenie pracy w piątki o dwie godziny wcześniej. Działania te mają na celu wsparcie pracowników w osiągnięciu większej równowagi w życiu prywatnym i zawodowym.



Z myślą o rozwoju kadry oraz wspieraniu równowagi między pracą a życiem prywatnym **Emitel** wprowadził pilotażowo benefit w postaci **audiobooków dla pracowników**. Każdy pracownik z nich miał możliwość pobrania na telefon aplikacji umożliwiającej dostęp do ponad 1400 pozycji książkowych w formie audio. Z uwagi na zainteresowanie, ofertę wprowadzono na stałe w ramach pakietu benefitów. Na co dzień korzysta z niej około połowy wszystkich zatrudnionych. Audiobooki dostępne są także dla członków ich rodzin.



Aby wspierać szukanie równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym oraz ograniczać wypalenie zawodowe pracowników **Farm Frites Poland**, których większość jest związanych z firmą od ponad 10 lat, zaplanowano **Rok Bezpieczeństwa i Zdrowia**. Zorganizowano aktywności, takie jak bezpłatne owoce dla wszystkich pracowników, akcja profilaktycznych badań krwi, konkurs na zdrowe przepisy kulinarne, szkolenie z bezpieczeństwa w sieci oraz festyn rodzinny. W zależności od akcji, w każdej wzięło udział od 25 do 80% pracowników.



W celu zapewnienia pracownikom równego i sprawiedliwego dostępu do elastycznych form zatrudnienia, a także promowania idei work-life balance w firmie **Henkel Polska** ogłoszono oficjalny **regulamin korzystania z elastycznych form pracy**, podpisany przez Zarząd. Wcześniej elastyczność pracy zdalnej czy elastyczne godziny pracy były praktykami znanymi, jednak nieuregulowanymi. Obecnie z tych rozwiązań mogą korzystać wszyscy pracownicy, których charakter pracy umożliwia. Ogłoszeniu regulaminu towarzyszyła kampania informacyjna oraz warsztaty z pracownikami działu HR.



Celem akcji **Rozwój pracownika – rozwój firmy** realizowanej w firmie **KONTEKST** jest promowanie czytelnictwa wśród pracowników, zachęcanie ich do rozwoju osobistego oraz podnoszenia kwalifikacji. Co pół roku firmowa biblioteka uzupełniana jest o nowe tytuły. Pracownicy są także zachęceni do wzajemnego polecenia sobie ciekawych pozycji. Pod koniec każdego roku przeprowadzana jest ankieta ewaluacyjna dotycząca liczby przeczytanych książek.



Pracodawca przyjazny rodzinie to zbiór inicjatyw realizowanych przez **ANWIL** na rzecz rodzin pracowników. Do najpopularniejszych z nich w 2018 roku należały ANWILÓWKA na

dwóch kótkach (rodzinny rajd rowerowy) oraz „Dwie godziny dla rodziny”. Przedsiębiorstwo zapewnia też upominki pracownikom, którym urodziło się dziecko, organizuje dni otwarte, coroczne pikniki oraz bale karnawałowe dla wnuków i dzieci pracowników, które mogą również każdego roku liczyć na świąteczne podarunki.



Podczas 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 2018 roku uczestniczyło około 136 osób.



W ramach programu **sprzyjającego równowadze pracy i życia prywatnego** pracownikom **Credit Agricole Bank Polska** udostępniono broszurę elektroniczną z informacjami na temat rozwoju, potrzeb, wychowywania dzieci oraz ćwiczeń wpływających na budowanie relacji i więzi rodzinnych, a także platformę internetową – Strefa Pozytywnego Rodzica. Przeprowadzono też warsztaty z zakresu wsparcia umiejętności wychowawczych, komunikacji, rozwoju dzieci oraz przeciwdziałania wypaleniu zawodowemu.



Wellbeing Dentsu to program promujący ideę work-life balance wśród pracowników **Dentsu Aegis Network Polska**. Firma wspiera drużyny sportowe, organizuje masaże biurowe oraz warsztaty o tematyce prozdrowotnej. W 2018 roku 10 pracowników zaproszono do indywidualnych treningów żywienia online.



Flex@PwC to system umożliwiający dopasowanie systemu pracy do indywidualnych potrzeb pracowników **PwC**. Obejmuje on cztery rozwiązania: zredukowane godziny pracy, Flextime (uelastycznienie godzin pracy), PwC@Home (ustalenie dni pracy zdalnej w tygodniu lub miesiącu), 4-3-2-1 Sabbatical (możliwość wzięcia od 1 do 4 miesięcy przerwy w pracy, w ramach których firma wypłaca 25% pensji za każdy miesiąc).



WSPARCIE PRACOWNIKÓW

W ramach **akcji wewnętrznej Biegniemy po-MOC** chętni pracownicy firmy **Aflofarm Farmacja Polska** uprawiali jogging i zapisywali przebiegnięte wspólnie podczas treningów kilometry. Następnie firma zamieniła je na finansowe wsparcie pracowników, których dzieci zmagają się z problemami zdrowotnymi, dodatkowo mnożąc przebiegnięte kilometry przez ustalony wcześniej współczynnik. Osoba, która przebiegła

najwięcej kilometrów, otrzymała voucher o wartości 500 zł do realizacji w sklepie z akcesoriami dla sportowców.



Aby wesprzeć rehabilitację syna jednej z pracowniczek, załoga **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**, we współpracy

z NotJustShop i rodzicami chłopca, zainicjowała akcję charytatywną pod hasłem **Eskadra kpt. Michałka**. W ramach inicjatywy powstała bajka: kpt. Michałek walczy z kosmicznymi piratami symbolizującymi choroby, z którymi się zmagają. Bajkę wyświetlano w terminalu Kraków Airport oraz opublikowano na kanałach lotniska w social media, aby zachęcić do wpłacania darowizn i 1% na leczenie chłopca. Pracownicy przeprowadzili także wewnętrzną zbiórkę, by sfinansować turnus rehabilitacyjny dla chłopca.

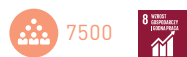


W celu **wsparcia pracowników Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego** umożliwiała skorzystanie

z oferty grupowego ubezpieczenia na życie oraz pakietu dodatkowej opieki medycznej. Firma zachęca również pracowników do korzystania z zakładowego funduszu świadczeń społecznych, w ramach którego mogą oni uzyskać dofinansowanie do wypoczynku, zajęć sportowo-rekreacyjnych, a także otrzymać pomoc finansową, np. na cele mieszkaniowe.



W odpowiedzi na potrzeby pracowników **Polpharma** wprowadziła uelastycznienia czasu pracy w postaci rozwiązań **home office i telepracy**. Pierwsze dotyczy pracowników biurowych i ma na celu zwiększenie ich efektywności podczas wykonywania zadań o charakterze koncepcyjnym, wymagających szczególnego skupienia. Natomiast telepraca pozwala zaktywizować pracowników, którzy ze względów osobistych lub zdrowotnych mieliby problem z codziennym dotarciem do biura, ale nie ma przeciwwskazań do wykonywania obowiązków służbowych na ich stanowisku.



W odpowiedzi na potrzeby pracowników **SITECH**, pracodawca wprowadził w przedsiębiorstwie system pracy mobilnej. Wdrożony Regulamin **Home Office** określa zasady systemu pracy mobilnej u pracodawcy oraz związane z tym prawa i obowiązki zarówno pracodawcy, jak i pracownika.



W grupie **Holding 1** w wyniku wewnętrznego audytu dotyczącego potrzeb pracowników ogłoszono **konkurs**

„**Wiosna na sportowo**”. Jego celem było stworzenie warunków do zdrowej i sprawiedliwej rywalizacji sportowej pomiędzy wszystkimi zainteresowanymi osobami, bez względu na to jaką dyscyplinę sportową preferują. Było to możliwe dzięki aplikacji Endomondo, która daje możliwość opomiarowania ogromnej ilości aktywności podejmowanych w ramach różnych dyscyplin sportowych.



NIE nowotworom u dzieci to akcja skierowana do dzieci pracowników **PKN ORLEN** w wieku od 9 miesięcy do 6 lat. Badania odbywają się na pokładzie ambulansu, który zatrzymuje się przed siedzibą firmy. Ambulans ma dwa gabinety z aparatami USG obsługiwany przez lekarzy radiologów posiadających doświadczenie w pracy z dziećmi. W czasie badania lekarz dokonuje kompleksowej oceny stanu tarczycy i węzłów chłonnych, narządów jamy brzusznej, a u chłopców dodatkowo moszny. Jako wsparcie lekarzy w czasie badań w ambulansie pracuje trzech wolontariuszy – pracowników PKN ORLEN.



Stworzenie wyodrębnionych **pokoi odpoczynku i pierwszej pomocy** w dwóch zakładach produkcyjnych **Grupy Nowy Styl** ma na celu zapewnienie pracującym kobietom w ciąży i karmiącym matkom poczucia intymności i bezpieczeństwa. W ten sposób firma wspiera również pracownice pragnące łączyć macierzyństwo oraz przygotowanie się do niego z życiem zawodowym.



Możliwość korzystania na preferencyjnych warunkach z oferty **ośrodka wypoczynkowego w Mierzynie** zapewnia swoim pracownikom (zarówno obecnym, jak i emerytowanym oraz pozo- stającym na rencie) **Amica**. W ośrodku mogą oni skorzystać także ze świetlicy wyposażonej w stół do tenisa stołowego, stół do bilardu i w gry planszowe. Do dyspozycji letników jest także sprzęt sportowy wspierający aktywny wypoczynek, m.in. rowery i kije do nordic walking. Atrakcją dla dzieci jest w pełni wyposażony plac zabaw.



W ramach programu **Polpharma Emerytom** firma opta- ca ponadstandardowy pakiet medyczny i karty sportowe Multisport oraz wspiera swoich emerytów w trudnej sytuacji, oferując zapomogi czy kupując potrzebny sprzęt medyczny. **Polpharma** organizuje także wycieczki, imprezy kulturalne i spotkania międzypokoleniowe w oddziałach firmy. Przedsiębiorstwo inspiruje do tworzenia własnych projektów, podczas których seniorzy dzielą się swoimi pasjami, oraz zachęca do aktywnego udziału w życiu społecznym



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

poprzez wspieranie lokalnych akcji charytatywnych.



Pozytywnie zaangażowani to program realizowany w firmie **Holding 1**, mający na celu wspieranie zaangażowania pracowników w działania społeczne oraz rozwój ich hobby. W ramach programu każdy pracownik – bez względu na formę zatrudnienia – ma możliwość ubiegać się o wsparcie finansowe w wysokości 3 tys. zł. Istotne jest, aby pracownik starający się o środki był bezpośrednio zaangażowany w zaproponowane przez siebie przedsięwzięcie. W 2018 roku w ramach programu zrealizowano 14 inicjatyw.



Rajd Bankowca jest imprezą rekreacyjno-rodzinną, w której mogą uczestniczyć wszyscy pracownicy, emeryci i renciści **Santander Bank Polska** wraz z rodzinami. Do wyboru są trasy rowerowe, żeglarskie, konne, wędrownie, rodzinne i poznawcze. Impreza organizowana jest od 24 lat. W 2018 roku w rajdzie uczestniczyło blisko 1,5 tys. pracowników z rodzinami, średnio 90% uczestników zadeklarowało swoją obecność na rajdzie w kolejnym roku i poleca tę aktywność innym pracownikom.



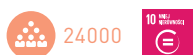
Mając na celu **wsparcie pracowników**, w firmie **SITECH** powołano drużynę siatkarską i piłkarską. Dla dzieci pracowników utworzono Akademię Piłkarską. Wszystkie koszty związane z funkcjonowaniem drużyn pokrywa firma. Finansuje ona również uczestnictwo pracowników w biegach maratońskich. SITECH wspiera także pracowników uczących się, udzielając do 70% dofinansowania do kosztów nauki.



W drugiej edycji **programu stypendialnego** realizowanego w **SuperDrob** wsparciem objęto 20 stypendystów – dzieci pracowników. Pod uwagę brane były: średnia ocen z ostatniego roku szkolnego oraz dodatkowe osiągnięcia i wyniki np. w dziedzinie sportu i kultury. Cenione było też zaangażowanie w wolontariat i działania społeczne. Dodatkowym wyzwaniem dla kandydatów była rozmowa kwalifikacyjna przed czteroosobową komisją. Rocznie na stypendia firma przeznaczają około 60 tys. zł.



W firmie **TAURON Polska Energia** w ramach programu **Zanim przejdę na emeryturę** przeprowadzono pilotażowe warsztaty „Na czas przed emeryturą”. Tematyka warsztatów obejmuje: psychologiczne aspekty przechodzenia na emeryturę, sposoby radzenia sobie ze zmianami w życiu, oczekiwania po zakończeniu aktywności zawodowej i praktyczne podpowiedzi dotyczące sposobów utrzymywania poczucia zadowolenia i szczęścia w dojrzałym wieku.



ANWIL Pasja to program, w ramach którego pracownicy mogą ubiegać się o dofinansowanie ich hobby. **ANWIL** wsparł w ten sposób działalność kilkuset sportowców i artystów. Program ma inspirować do działania i wspierać pracowników. Filmy przedstawiające sylwetki ANWILOWYCH pasjonatów udostępniane są w intranecie spółki, w ramach cyklu „Ludzie z pasją”.



Marszobiegi to impreza o charakterze integracyjnym, zachęca jednocześnie pracowników **ArcelorMittal Poland**, wykonawców, pracowników zależnych i gości do aktywności fizycznej. Trasa Marszobiegu jest wyznaczana na terenie zakładów firmy. Uczestnicy maszerują, biegną, truchtają lub chodzą z kijkami, a każdy pokonany kilometr warty jest 5 zł, które firma przekazuje na leczenie i rehabilitację dzieci pracowników. W 2018 roku w inicjatywie wzięto udział 1330 osób, które pokonały łącznie 8206 km, co dało kwotę 41 030 zł, która wesprze 14 dzieci.



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



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



Wszyscy pracownicy firmy **Emitel**, członkowie ich rodzin oraz emeryci i renciści, którzy odeszli na świadczenia bezpośrednio po zakończeniu pracy w firmie, mają prawo korzystania ze świadczeń **Funduszu Socjalnego**. Oferta obejmuje dofinansowanie wypoczynku, pomoc finansową dla osób w szczególnie trudnej sytuacji, pomoc finansową w przypadkach losowych lub w razie długotrwałej choroby, pożyczki na cele mieszkaniowe, dofinansowanie działalności kulturalno-oświatowej i sportowo-rekreacyjnej.



W firmie **Emitel** działa **Pracownicza Kasa Zapomogowo-Pożyczkowa**. Jej członkiem może być pracownik oraz emeryt lub rencista, który przystąpił do niej bezpośrednio po zakończeniu pracy w firmie. Pożyczki są nieoprocentowane i spłacane w miesięcznych ratach.



Pracownicy firmy **Emitel** mogą przystąpić do dobrowolnego **ubezpieczenia inwestycyjnego z ochroną ubezpieczeniową** obejmującą śmierć pracownika i gromadzenie środków na przyszłe świadczenia emerytalne. W ramach ubezpieczenia pracownik samodzielnie opłaca kilkuzłotową składkę ubezpieczenia, a pracodawca opłaca część kapitałową składki w wysokości 5,5% miesięcznego wynagrodzenia zasadniczego brutto.



Grupa Raben z myślą o kierowcach powołała dziewięciu koordynatorów ds. współpracy z przewoźnikami. **Raben w trosce o kierowców** to również specjalny program motywacyjno-lojalnościowy dla współpracujących z firmą kierowców. Składa się on z trzech elementów: newslettera informacyjnego, szkoleń edukacyjnych oraz konkursu dla kierowców. Ten ostatni ma na celu kwartalne wyłanianie i nagradzanie kierowców osiągających najlepsze wyniki w ramach swojego oddziału. Dodatkowo w 2018 roku wprowadzono linię odzieży funkcjonalnej dla kierowców.



W ramach uruchomionego w 2017 roku **Funduszu Mieszkaniowego Leroy Merlin** pracownicy mogą uzyskać pomoc finansową w zakupie pierwszego mieszkania lub domu. **Leroy Merlin Polska** oferuje wsparcie w zakresie gromadzenia wkładu własnego.



LPP TEAM to drużyna sportowa licząca ponad 220 pracowników. **LPP** finansuje członkom drużyny profesjonalną odzież i sprzęt oraz udział w wybranych zawodach. W 2018 roku członkowie drużyny po raz kolejny zaangażowali się w akcję charytatywną „LPP Team For Kids”, która przekazuje ich sportowe pasje w pomoc potrzebującym skierowaną do wychowanków Fundacji Rodzinny Gdańsk i Stowarzyszenia SIEMACHA.



Stypendia edukacyjne „Mądry Start” są nagrodą za wzorowe zachowanie, bardzo dobre wyniki w nauce i aktywność społeczną dla dzieci pracowników **Tesco Polska**. To również pomoc w rozwijaniu pasji i zainteresowań. W ciągu sześciu edycji objęto nimi 561 młodych osób.



Od 2002 roku **Volkswagen Motor Polska** oferuje swoim pracownikom grupowe ubezpieczenie emerytalne Pogodna Jesień, a dzięki uruchomieniu **pracowniczego pro-**

gramu emerytalnego, zatrudnione osoby mogą wybrać jedną z dwóch form dodatkowego oszczędzania na emeryturę. Przystąpienie do wybranego programu jest możliwe już w pierwszym miesiącu pracy.



ZDROWIE PRACOWNIKÓW

W ramach programu **Akademia zdrowia** promującego zdrowy styl życia, dla pracowników **Banku Ochrony Środowiska** oraz Domu Maklerskiego BOŚ organizowane są spotkania z autorytetami ze świata medycyny i zdrowia, wykłady oraz warsztaty dotyczące m.in. diety, gimnastyki czy gotowania. Dużą popularnością cieszą się ćwiczenia z tai-chi i gimnastyka funkcjonalna – organizowane podczas wyjazdów szkoleniowo-motywacyjnych. W zajęciach wzięło udział łącznie około 200 pracowników.



W związku z dniem profilaktyki raka piersi oraz raka prostaty, **Allianz Polska** zaprosił pracowników do **akcji profilaktycznej**, aby zwiększyć ich świadomość o tych schorzeniach. Przygotowano i opublikowano klip wideo zachęcający do regularnych badań piersi, odbyły się też spotkania na temat przyczyn nowotworów oraz sposobów na zmniejszenie ryzyka zachorowania, w których wzięło udział ponad 150 osób. Zaproszono też pracowników do wykonania badania USG jąder oraz testów PSA, z których skorzystało 78 osób.



Akcja Zdrowie realizowana w **Allegro** to szereg warsztatów, konsultacji oraz prelekcji dotyczących zdrowia. Tematyka wybierana jest na podstawie ankiet podsumowujących poprzednią edycję kampanii, a także raportów pokazujących, z jakimi schorzeniami najczęściej zgłaszamy się do specjalistów. W ramach akcji w 2018 roku odbyło się 10 dni warsztatowych, wzięło w nich udział łącznie 390 pracowników. W ciągu trzech dni badań, w ramach stoiska żywieniowego przebadano się 215 osób, udzielono też indywidualnych porad i konsultacji, przy których wydano około 500 naturalnych napojów izotonicznych. W zajęciach ruchowych wzięło udział około 110 osób.



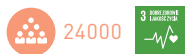
Akcja Zdrowie organizowana w firmie **TAURON Polska Energia** zachęca pracowników do prowadzenia zdrowego trybu życia. Inicjatywa jest realizowana poprzez działania edukacyjne i wydarzenia specjalne: prelekcje ekspertów, badania profilaktyczne czy zawody sportowe. Udostępniane są gotowe narzędzia, np. grafik postępów oraz przepisy na zdrowe dania. Na firmowych spotkaniach zapewniana jest zdrowa żywność.



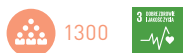
Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Podczas spotkań z ekspertami pracownicy mogli zgłębiać wiedzę na temat boreliozy i profilaktyki onkologicznej.



W ramach kampanii **ANWIL na zdrowie** z badań profilaktycznych (USG piersi oraz USG jamy brzusznej) skorzystało 63, a przeciwko grypie zaszczepiło się 93 pracowników **ANWIL**. Mieli oni też możliwość zrobienia darmowego badania krwi w kierunku obecności przeciwciał anti-HCV, czyli wirusa wywołującego zapalenie wątroby typu C. Zaznajomili się z założeniami kampanii realizowanej przez DKMS podczas Tygodnia Dawcy Szpiku, mogli też wpisać się na listę dawców szpiku i komórek macierzystych.



W celu **aktywizacji sportowej pracowników w BIBUS MENOS** pracownicy są zachęceni do aktywnego spędzania wolnego czasu m.in. poprzez możliwość korzystania z siłowni, gdzie dwa razy w tygodniu organizowane są zajęcia z trenerem personalnym oraz korzystanie z dofinansowań do programu MultiSport. Przedsiębiorstwo sponsoruje biegi charytatywne oraz aktywności drużynowe, w których udział bierze reprezentacja firmowa m.in. w triathlonie czy piłce nożnej.



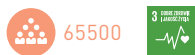
W 2017 i 2018 roku z okazji Dnia Kobiet i Dnia Matki zorganizowano akcję **Badania USG dla kobiet zatrudnionych w PZU**. Przygotowano mobilne gabinety lekarskie, w których kobiety z **PZU** mogły w czasie pracy wykonać bezpłatnie wybrane badania USG (piersi, tarczycy lub jamy brzusznej) oraz skorzystać z konsultacji lekarskiej. Badania przeprowadzono w Warszawie, Opolu i Poznaniu. Wykonano ich 460.



BEneFIT to program well-being dla pracowników **Banku BGŻ BNP Paribas**. W ramach programu odbywają się warsztaty żywieniowe, konsultacje specjalistyczne, akcje wspierające ruch, zdrowy tryb życia oraz dobre samopoczucie. Obecnie ponad 1 tys. użytkowników korzysta z platformy Fitqbe.



Program **Biedronkowa Akademia Zdrowia** skierowany jest do wszystkich pracowników biur oraz centrów dystrybucyjnych **Jerónimo Martins Polska**. Jego filary to bezpłatny udział w codziennych kilkunastominutowych rozgrzewkach/ćwiczeniach prowadzonych pod okiem fizjoterapeutów w miejscu pracy, wliczonych w czas pracy, a także wizyta w gabinecie terapeuty, gdzie pracownik może skorzystać z porad i konsultacji fizjoterapeutycznych, masaży bądź terapii kręgosłupa. W 2018 roku ze wsparcia terapeuty skorzystało 8 tys. pracowników, którzy odbyli 25 tys. wizyt.



W odpowiedzi na zapotrzebowanie promowania zdrowego stylu życia, ruchu, ćwiczeń fizycznych oraz relaksu wśród pracowników przedsiębiorstwa **CEETRUS** zorganizowano dla pracowników **Dzień zdrowia**. Podczas wydarzenia pracownicy wzięli udział w spływie kajakowym, warsztatach mentalno-ruchowych, warsztatach malarskich oraz muzycznych. Wellness day jest częścią programu Wellness realizowanego w ramach polityki Human Project.



W ciągu jednego tygodnia we wszystkich czterech biurach **Eiffage Polska Budownictwo** w Polsce przeprowadzono **Dzień Zdrowia w Eiffage**, całodniowe akcje, podczas których pracownicy mogli wykonać bezpłatne badania krwi. Zorganizowano też warsztaty z psychologiem dotyczące stresu, a także ćwiczenia rozluźniające oraz rozciągające pod okiem fizjoterapeuty. Łącznie w akcji wzięło udział ponad 100 pracowników. Spośród tych, którzy uczestniczyli we wszystkich czterech blokach spotkania, rozlosowano nagrody w postaci voucherów na masaż leczniczy.



Edukacyjny program dla pracowników BE HEALTHY, BE HAPPY dotyczy zagrożeń związanych z najpopularniejszymi chorobami cywilizacyjnymi, takimi jak choroby układu krążenia, cukrzyca, depresja, a także choroby nowotworowe. **Servier Polska** zapewnia pracownikom dostęp do wykładów, bezpłatnych badań profilaktycznych i konsultacji lekarskich, materiałów edukacyjnych oraz bezpłatnych ćwiczeń jogi i pilatesu w biurze.



Razem z Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy **Amica** obchodzi **Europejski Dzień Przywracania Czynności Serca**, to kampania bicia rekordu największej liczby osób prowadzących resuscytację krążeniowo-oddechową. Bicie rekordu zorganizowano w godzinach pracy na specjalnie wydzielonym terenie Fabryki Kuchni we Wronkach. W 2018 roku w akcji wzięło udział 97 pracowników, każdy otrzymał w podziękowaniu za udział apteczkę samochodową z wyposażeniem.



Elektrownia Kobiet – Forum Kobiet to program organizowany przez firmę Enea Elektrownia Potaniec (**Grupa Enea**) dla kobiet pracujących na terenie elektrowni i z najbliższego otoczenia. To cykl spotkań poruszających ważne dla nich i ich bliskich kwestie dotyczące profilaktyki nowotworowej, zdrowego trybu życia i żywienia, dbania o urodę oraz bezpieczeństwo. W 2018 roku w spotkaniach wzięło udział około 400 uczestniczek. Projekt pozwala wzmocnić poczucie własnej wartości i zwiększyć samoświadomości kobiet oraz podkreślić ich znaczenie w silnie zmaskulinizowanym środowisku.



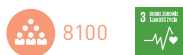
W ramach projektu **Expom Dbaj o Zdrowie** pracownicy **Expom** mogą ubiegać się o dofinansowanie do swoich pasji sportowych, mogą też przystąpić do pakietu medycznego LuxMed, gdzie większość kosztów pakietu pokrywa pracodawca. U 60 pracowników w 2018 roku przeprowadzono 130 bezpłatnych badań USG jamy brzusznej, tarczycy, prostaty, jąder oraz piersi u kobiet. W ramach programu są też organizowane zawody biegowe i nordicwalking otwarte na uczestników z zewnątrz.



W Katowicach zorganizowane zostały **interaktywne warsztaty – Bezpieczni na drodze**. Podczas całonocnego spotkania pracownicy **ING Bank Śląski** za pomocą algogogli sprawdzali jak patrzy na świat osoba pod wpływem alkoholu, jak zmienia się szybkość reakcji. Mogli skorzystać z symulatora dachowania oraz komory dymowej, w której mogli przećwiczyć wyjście z mocno zadymionego pomieszczenia.



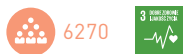
Program **Kultura Zdrowia** to element działań corporate wellness w **ING Banku Śląskim**, mający na celu propagowanie wśród pracowników zdrowego stylu życia i wyposażenie ich w wiedzę, w jaki sposób chronić kręgosłup podczas pracy biurowej. Pracownicy otrzymali też ergonomiczne biurka z regulowanym poziomem wysokości blatu, dzięki czemu mogą łączyć pracę siedzącą ze stojącą i na odwrót – wprowadza to ruch niezbędny do prawidłowego funkcjonowania kręgosłupa. Biurko można dostosować do wzrostu każdego pracownika. Ponad 700 pracowników centrali banku korzysta z regulowanych biurk.



Aby zredukować stres i zapobiegać depresji, zrealizowano kampanię **Miesiąc Mindfulness**, w ramach której prowadzone były przez psychologa zajęcia z mindfulness, ćwiczenia warsztatowe oparte na mindfulness oraz zajęcia „Dieta oparta na mindfulness”. Dostępne były one dla ogółu pracowników **Credit Suisse Poland** i odbywały się w czasie pracy. Zajęcia cieszyły się olbrzymim zainteresowaniem i zostały bardzo wysoko ocenione.



Celem programu **Millennium Active Zone** jest promowanie aktywności fizycznej wśród pracowników **Banku Millennium** i rozwijanie wiedzy na temat zdrowego stylu życia. W 2018 roku w ramach programu drużyny złożone z pracowników banku wzięły udział w biegach i wyścigach kolarskich organizowanych w różnych miastach Polski.



Celem projektu **Misja Profilaktyka – razem pokonamy czerniaka** jest przekazanie pracownikom **Grupy Enea** podstawowych informacji o nowotworach, o samokontroli i rozpoznawaniu niepokojących zmian, o metodach zapobiegania czerniakowi oraz zasadach rozsądnego i bezpiecznego korzystania ze słońca. Wykłady zostały uzupełnione badaniami profilaktycznymi. Z bezpłatnych konsultacji lekarskich skorzystało ponad 270 pracowników z Poznania i okolic.



ANG Spółdzielnia zapewnia członkom swojej społeczności opiekę psychologa, coacha i trenera kompetencji społecznych w ramach programu **Psychohigiena w ANG**. Każdy ma możliwość umówienia się na bezpłatną konsultację lub regularne spotkania. Wszyscy pracownicy mają zapewnioną pełną poufność, a podczas spotkań mogą omawiać zarówno kwestie związane z życiem zawodowym, jak i prywatnym.



Na **Program Profilaktyki Onkologicznej w CEMEX Polska** składają się: edukacja, w ramach której pracownicy są zapraszani na warsztaty, oraz indywidualne konsultacje z ekspertami; szeroka oferta specjalistycznych badań, wywiadów i zaleceń dotyczących onkologii oraz wsparcie w koordynacji diagnostyki poprzez m.in. rekomendację ośrodków pogłębionej diagnostyki i leczenia nowotworów.



W **Europejskim Funduszu Leasingowym** stworzono **program wellbeingowy Doładuj Baterie**. Polegał on na kompleksowym podejściu do potrzeb pracowników w czterech powiązanych ze sobą strefach: ciało, umysł, emocje, metafizyka (duchowość). W ramach programu proponowano aktywności sportowe, cykl szkoleń z zarządzania energią oraz warsztaty. Pracownicy biorą też udział w licznych wydarzeniach sportowych.



Na terenie **LW Bogdanka** zrealizowano **Program profilaktyki boreliozy dla pracowników, podwykonawców i ich rodzin**. Projekt składał się z części edukacyjnej w postaci wykładów, badań dla około 450 osób oraz skierowania do leczenia dla osób, u których pierwsze badanie wskazało wynik dodatni. Uczestnictwo w projekcie pozwoliło na wykrycie kilkudziesięciu zakażeń chorobami odkleszczowymi, co pozwoli na podjęcie skutecznego dalszego leczenia. Programem objęto ponad 10% pracowników.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W ramach **promocji zdrowia i badań profilaktycznych wśród pracowników Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** w 2018 roku na terenie firmy pracownicy mieli możliwość odbycia bezpłatnych konsultacji lekarskich, dietetycznych oraz wykonania badań USG tarczycy, jamy brzusznej bądź piersi. Akcje edukacyjne i profilaktyczne skierowane były do wszystkich pracowników (143 osoby).



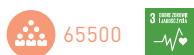
W ramach **promocji zdrowego stylu życia wśród pracowników Grupy Agora** przy siedzibie firmy w Warszawie uruchomiono stację rowerów miejskich Veturilo, jest tam również parking rowerowy i punkt serwisowy. W pierwszym miesiącu działania stacji codziennie ruszało z niej lub przyjeżdżało do niej średnio 70 osób. Ponadto w nowym menu stołówki, wprowadzonym w listopadzie 2018 roku, znalazło się więcej wegetariańskich i lekkich potraw przygotowanych przy wsparciu dietetyczki.



Provi4You to program adresowany do wszystkich pracowników firmy **Provident Polska**, promujący zdrowy tryb życia, a jednocześnie platforma grywalizacyjna dająca pracownikom możliwość przedstawienia zainteresowań i pasji związanych ze zdrowym stylem życia oraz większej integracji. Zebrane punkty można wymieniać na atrakcyjne nagrody. Program obejmuje udział pracowników w rywalizacjach sportowych, promocję zdrowego odżywiania, propagowanie równowagi, budowanie firmowych społeczności skupionych wokół różnych sportów. Po trzech kwartatach od wdrożenia w programie uczestniczy 723 pracowników.



W ramach programu **Razem Zadbajmy o Zdrowie** pracownicy sklepów i magazynów **Jeronimo Martins Polska** otrzymali kupony na bezpłatne badania oraz wizyty lekarskie, z których można było skorzystać w godzinach pracy. W ramach programu wykonano 14 400 badań. Pracownicy są także zachęceni do aktywności fizycznej, a na stronie WWW zostały umieszczone materiały edukacyjne na temat diety, badań oraz ruchu, filmiki instruktażowe z ćwiczeniami i jadłospisy.



Rzuc palenie – dbaj o zdrowie! to kampania edukacyjna mająca na celu zwrócenie uwagi pracowników spółek **Pelion** na problem szkodliwości palenia i zachęcenie ich do porzucenia nałogu. W ramach wielokanałowej komunikacji wewnętrznej przedstawiano niekorzystne skutki palenia, materiały na ten temat zostały m.in. umieszczone w służbowych palarniach. Jako działania wspierające przeprowadzono akcję „Rzuc palenie za trzy punkty”, w ramach której powołano amatorską drużynę koszykówki.



W ramach akcji **SITECH dla zdrowie w SITECH** utworzono Centrum Rehabilitacji. Każdy pracownik ma możliwość zapisania się na konsultacje do fizjoterapeuty. Specjalista umawia każdą osobę na zabiegi fizjoterapeutyczne, czyli masaże lub ćwiczenia, w niektórych sytuacjach fizjoterapeuci przeprowadzają ćwiczenia na stanowiskach pracy. Opracowano też masażer, który znajduje się na hali produkcyjnej i każdy z pracowników ma do niego dostęp.



Aby wspierać i upowszechniać kulturę fizyczną, Stowarzyszenie **Sport Team PZU** zrzeszające ponad 1 tys. członków w całej Polsce organizuje wspólne treningi, imprezy i zawody amatorskie o zasięgu lokalnym i ogólnopolskim. Przyczynia się w ten sposób do promowania wśród pracowników **PZU** sportu jako praktyki prozdrowotnej.



Bezpłatne sesje **terapii manualnej** to praktyka dostępna raz w tygodniu dla każdego pracownika **InterKadra**. Sesje przeprowadza dyplomowany fizjoterapeuta z wieloletnim doświadczeniem. Dzięki temu pracownicy cieszą się dobrym samopoczuciem, a działanie zaowocowało mniejszą liczbą zwoleń chorobowych w ciągu roku w stosunku do roku ubiegłego, poprawiła się więc dyspozycyjność pracowników.



Pracownicy firmy **Henkel Polska** biorący udział w akcji **Tydzień Zdrowia**, zarówno w warszawskiej siedzibie głównej, jak i we wszystkich zakładach produkcyjnych, mogli wykonać pomiar podstawowych parametrów określających stan zdrowia, zasięgnąć porad i konsultacji rehabilitantów, skorzystać z masażu pleców, dowiedzieć się, jak dbać o serce i zapobiegać chorobom układu krążenia oraz nowotworom. Dzięki intensywnej kampanii informacyjnej w akcji wzięło udział ponad 300 osób, co stanowi 30% zatrudnionej kadry.



Podczas **Tygodnia Zdrowia w ArcelorMittal Poland** pracownikom oferowane są badania przesiewowe, takie jak testy diagnostyczne rekomendowane dla palaczy, osób z nadwagą lub otyłych, badania kardiologiczne, ogólnego stanu zdrowia i funkcjonowania narządów wewnętrznych oraz badania na obecność wirusów zapalenia wątroby typu B i C. Mogą oni także wraz z rodzinami zaszczepić się przeciwko grypie oraz wziąć udział w aktywnościach fizycznych, warsztatach w zakresie redukcji stresu i warsztatach z dietetykiem. W 2018 roku w różnych działaniach Tygodnia Zdrowia wzięło udział 5382 uczestników.

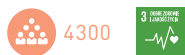


Celem **Tygodnia zdrowia** było zwrócenie uwagi pracowników **Idea Banku**, jak ważne jest ich samopoczucie i co ma na nie wpływ, a także rozpowszechnienie wiedzy na temat zasad

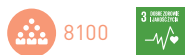
prawidłowego odżywiania, zachęcenie do aktywności fizycznej, uświadomienie znaczenia badań profilaktycznych i nauka radzenia sobie ze stresem. Każdy z dni był poświęcony innemu zagadnieniu związanemu z ochroną zdrowia. Pracownicy otrzymywali materiały edukacyjne, mogli wziąć udział w konsultacjach z dietetykiem, pielęgniarką, kosmologiem oraz porozmawiać o ergonomii pracy.



Summer Company Challenge to program skierowany do pracowników **Grupy Velux i spółek siostrzanych w Polsce**. W ramach **wakacyjnego wyzwania** zbierali oni punkty za kilometry pokonane podczas biegania i jazdy na rowerze, które zostały zamienione na środki pieniężne na wsparcie wybranej w głosowaniu pracowniczym instytucji społecznej – Hospicjum Proroka Eliasza. W projekt zaangażowało się 40% pracowników.



W ramach **warsztatów corporate wellness w ING Banku Śląskim** w poszczególnych miastach zorganizowano warsztaty poświęcone zdrowiu w miejscu pracy, zdrowemu odżywianiu, prawidłowej postawie w miejscu pracy, zdrowemu relaksacji, a także zorganizowano konferencję Body Power, której wiodącym tematem była energia życiowa i jej utrzymanie na wysokim poziomie. W sumie w warsztatach corporate wellness wzięło udział ponad 1 tys. pracowników.

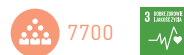


Podczas Tygodnia Bezpieczeństwa w **Skanska w Polsce** Fundacja Droga prowadziła **warsztaty na temat stresu i uzależnień**, których celem było zwiększenie wiedzy pracowników o stresie i sposobach radzenia sobie w sytuacjach stresowych, zwiększenie kompetencji w zakresie rozpoznawania wczesnych symptomów, problemów związanych z nadużywaniem alkoholu i innych substancji psychoaktywnych oraz uzależnień behawioralnych, zwiększenie wiedzy o podejmowaniu środków zaradczych wobec osób zagrożonych chorobą uzależnienia. W sumie odbyło się 10 warsztatów w różnych lokalizacjach w Polsce skierowanych do pracowników produkcyjnych i umysłowych.



Wellbeing Week w Capgemini Polska jest tygodniowym wydarzeniem budującym holistyczne podejście do świadomego zachowania dobrego samopoczucia na co dzień. Przeprowadzone indywidualne sesje z trenerami i fizjoterapeutami, badanie ogólnego stanu zdrowia, webinarium i live streamingi o tematyce związanej z odżywianiem w pracy, stresem, budowaniem wizerunku, zachowaniem balansu między ciałem a duchem, dbaniem o prawidłową postawę czy work-

life balance są odpowiedzią na współczesne problemy społeczne. 100% badanych chciałoby, aby wydarzenie odbyło się ponownie, 94% badanych było zadowolonych z różnorodności oferowanego programu.



W firmie **Adamed Pharma** został uruchomiony program **Zdrowie na 5**, w ramach którego w miejscu i czasie pracy są regularnie organizowane akcje profilaktyki zdrowotnej. W 2018 roku były to m.in. konsultacje dermatologiczne, profilaktyka nowotworowa, badania krwi, pomiary ciśnienia oraz szczepienia na grype. We wszystkich wydarzeniach udział wzięło kilkuset pracowników.



Celem programu **Zdrowo wkręcenie** była promocja zdrowego trybu życia, a zwłaszcza zdrowego odżywiania wśród pracowników firmy **Holding 1**. Przeprowadzono audyt wewnętrzny poświęcony zdrowemu stylowi życia pracowników, zorganizowano konkurs sportowy „Wiosna na sportowo”, sponsoring udziału pracowników w biegu charytatywnym Poland Business Run, zorganizowano akcję „Nie palę”, przygotowano też artykuły tematyczne w intranecie, webinarium tematyczne oraz kursy promujące zdrowe odżywianie.



W ramach Programu **Zdrowy Kręgosłup** pracownicy **Gdańskiego Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej** mogą korzystać z różnego rodzaju ćwiczeń i zabiegów na kręgosłup, konsultacji zewnętrznych oraz badań, w zależności od wykonywanej pracy. Mogą nieodpłatnie korzystać z basenów i sal gimnastycznych. Opracowane zostały też materiały edukacyjne z przykładowymi ćwiczeniami dla kręgosłupa.



W ramach **zwiększania świadomości zdrowia psychicznego w Roche Polska** połączono Diversity & Inclusion Week z inicjatywą Live Well i położono nacisk na kwestie zdrowia psychicznego. W ciągu dwóch tygodni odbywały się warsztaty, wykłady i konkursy, które pomogły zwiększyć świadomość znaczenia zdrowia psychicznego oraz wypromować tematy dotyczące różnorodności i włączania. Podczas spotkań rozmawiano o depresji, doświadczeniach psychicznych, stresie, a także o inteligencji emocjonalnej i świadomości LGBT. Odbyły się też praktyczne warsztaty mindfulness. Zgłosiły się w sumie 662 osoby, a 32% zatrudnionych wzięło udział w przynajmniej jednej inicjatywie.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

FUN RUN & MORE to platforma społecznościowa dla współpracowników **Adamed Pharma**, która daje możliwość wymiany informacji, m.in. o planowanych aktywnościach. Współpracownicy firmy biorą udział w imprezach sportowych w całej Polsce. W roku 2018 roku zorganizowano też dla nich konkurs promujący zdrowy i aktywny tryb życia.



Program **ANWIL na sportowo** powstał w odpowiedzi na potrzebę pracowników **ANWIL**. Zajęcia, poszerzone w 2018 roku o badminton i latino dance, prowadzą profesjonalni trenerzy, a koordynatorami poszczególnych grup są wolontariusze zrekrutowani spośród pracowników ANWILU. Większość uczestników programu uprawia sport amatorsko. Część pracowników startuje w zawodach zewnętrznych jako ANWIL TEAM.



Carrefour promuje uprawianie sportu i angażuje się w imprezy biegowe, wspierając też swoich pracowników biorących udział w zawodach. **Carrefour Running Team** to drużyna biegaczy składająca się wyłącznie z pracowników firmy, którzy biorą udział w wydarzeniach biegowych w całej Polsce.



Carrefour od kilku lat jest sponsorem głównym Tour de Pologne, wspiera też swoich pracowników w ramach **Carrefour Cycling Team** – drużyny kolarzy-amatorów składającej się z pracowników firmy, którzy biorą udział w wydarzeniach kolarskich w całej Polsce. W 2018 roku zespół po raz drugi wystartował w Tour de Pologne Amatorów w Bukowinie Tatrzańskiej.



Dzień Zdrowia i Bezpieczeństwa kierowany jest do pracowników i klientów **DB CARGO POLSKA** oraz do środowiska opiniotwórczego. Uczestnicy poznają praktyczne rozwiązania wpływające na poprawę bezpieczeństwa i ochrony zdrowia w sektorze transportów kolejowych. Wydarzenie połączone jest z prelekcjami, spotkaniami z ekspertami, a także symulacjami możliwych zagrożeń, sposobów prewencji oraz ich eliminacji.



DOZAMEL, odpowiadając na oddolne inicjatywy, wspiera rozwój sportu wśród pracowników i firm z terenu Wrocławskiego Parku Przemysłowego.



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**, który łączy promocję kultury fizycznej z ideą wolontariatu pracowniczego. Biegacze angażują się też w biegi charytatywne.



Tydzień Zdrowia, program promujący zdrowy tryb życia, został opracowany przez specjalistów wellness z myślą wypracowaniu w zakładzie **Grupy Raben** prozdrowotnych nawyków. Przygotowano m.in. zajęcia fitness przy biurkach, ćwiczenia samoobrony, aerobik na trawie, mecze w piłkę siatkową i nożną, profesjonalny trening i turniej tenisa stołowego oraz rajd rowerowy. Zaplanowano też masaże, warsztaty z makijażu biznesowego, kurs pomocy ofierze wypadku drogowego i porady brafitterki.



Założeniem akcji **Grupa Raben biega** jest sponsorowanie pracownikom udziału w biegach na terenie całej Polski. Uczestniczyło w nich około 50 osób z **Grupy Raben**. Dodatkowo prezes Grupy z okazji swoich 50. urodzin zorganizował górski rajd rowerowy przez Alpy, w którym wzięło udział ośmiu pracowników i podczas którego udało się zebrać ponad 100 tys. zł na pomoc dzieciom na Ukrainie.



Podstawowym celem inicjatywy **Wellness** realizowanej w ramach globalnego programu **Hewlett Packard Enterprise** jest propagowanie wśród pracowników zdrowego stylu życia i komfortu w pracy. W 2018 roku nacisk położono na obszar work-life balance i zdrowie psychiczne.



Program motywacyjny dla pracowników daje możliwość pracownikom firmy **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** do nieodpłatnego korzystania z ośrodków rekreacyjno-sportowych na terenie całego kraju, wchodzących w skład systemu kart Multisport.



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



Postaw na Ruch to akcja, której celem jest zachęcenie pracowników **Kompanii Piwowskiej** do aktywności

fizycznej. W 2018 roku przy ścisłej współpracy z marką Lech Free i akcją #możeszwszystko pracownicy pokonywali kilometry, aby wesprzeć podopiecznego Fundacji Poland Business Run, który po wypadku porusza się na wózku. Dzięki wsparciu 475 pracowników udało się pomóc mu w zakupie wózka dostosowanego do gry w koszykówkę.



W ramach **kalendariusza QSHE** kontynuowana jest organizacja Dni Bezpieczeństwa Technicznego, Dni Zdrowia oraz wydarzeń z okazji celebrowania dni bez wypadków w **Kuehne + Nagel**. Dzięki wieloletnim kompleksowym działaniom QSHE znacznie wzrosła świadomość wagi bezpiecznej pracy.



Dni dla Zdrowia w LW Bogdanka to akcja profilaktyczna, której celem jest promocja działań prozdrowotnych, regularnej profilaktyki i samokontroli. Uczestnicy projektu zdobywają wiedzę oraz informacje istotne dla wczesnego rozpoznawania chorób. Program dostosowano do potrzeb dwóch grup pracowników LW Bogdanka, fizycznych i umysłowych, opierając go na zdefiniowanych zagrożeniach związanych z wykonywaniem czynności służbowych.



Dla pracowników firmy **Pelion** został stworzony kompleksowy program ochrony zdrowia obejmujący opiekę medyczną, profilaktykę (pierwotną i wtórną) realizowaną m.in. w miejscu pracy. **Program Plus** to również stała komunikacja, szczepienia i pakiety fit-profit.



PKP CARGO chce zapewnić pracownikom drużyn trakcyjnych oraz pracownikom związanym z prowadzeniem i bezpieczeństwem ruchu kolejowego, a także członkom stałych komisji kolejowych (około 7 tys. osób) **Psychologiczne Wsparcie Powypadkowe – PWP**. Projekt realizowany jest poprzez Telefoniczną Linie Wsparcia Psychologicznego i możliwość korzystania z wizyt w gabinetach psychologicznych. W 2018 roku projekt poszerzono o aspekty profilaktyki i budowania świadomości.



Dzień Zdrowia w PGNiG objął nieodpłatne profilaktyczne badania kardiologiczne, antynowotworowe, badanie poziomu witaminy D₃, konsultacje dermatologiczne zmian skórnych, a także warsztaty antystresowe. Głównym celem tej inicjatywy jest promocja zdrowia i zdrowego stylu życia wśród pracowników **Polskiego Górnictwa Naftowego**

i Gazownictwa. W 2018 roku w akcji wzięło udział ponad 300 pracowników.



Santander Bank Polska w ramach programu **Zdrowie na Bank** szerzony wśród pracowników świadomość potrzeby dbania o własne zdrowie, zwracania uwagi na spożywane produkty, znaczenia aktywności fizycznej oraz zdrowia psychicznego. Specjalny zespół zajmuje się organizacją warsztatów, spotkań, badań, konkursów oraz różnorodnych inicjatyw.



SITECH dla zdrowia to zarządzanie zdrowiem i akcje prozdrowotne umożliwiające pracownikom wykonanie badań i diagnostyki w trakcie pracy, co stanowi dla nich ułatwienie i pomoc. W **SITECH** działa również całodobowe Ambulatorium, które świadczy opiekę medyczną dla pracowników. Firma proponuje też ubezpieczenia grupowe, prywatną opiekę medyczną oraz karnety na basen, saunę i fitness. W ramach profilaktyki zdrowotnej oferuje również szczepienia.



Aby wesprzeć pracowników, **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** zorganizowało na terenie firmy cykliczne treningi **mindfulness**. Mindfulness poprawia inteligencję emocjonalną i społeczną oraz rozwija empatię. Zwiększa wydajność i produktywność w życiu zawodowym i prywatnym, a także radzenie sobie z niekorzystnymi zdarzeniami, poczucie własnej skuteczności oraz odpowiedzialności.



Centrum Zdrowego Pracownika to autorskie i kompleksowe rozwiązanie z zakresu corporate wellness. Jest zlokalizowane w Gdańsku w jednym z budynków siedziby **Sopockiego Towarzystwa ubezpieczeń ERGO Hestia**. Centrum składa się z Gabinetu Profilaktyki Medycznej oraz Sali Ćwiczeń. W gabinecie pracownicy mogą wykonać USG oraz skorzystać z konsultacji ze specjalistą lub z badań laboratoryjnych. W sali organizowane są tematyczne zajęcia grupowe oraz indywidualne konsultacje z trenerem.



W ramach **Programu Promocji Zdrowia** funkcjonującego w firmie **Fiat Chrysler Automobiles** na terenie Zakładów Produkcyjnych w Tychach i Bielsku-Białej działają dwa Centra Zdrowia, które są do dyspozycji pracowników,



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

zapewniając im stałą opiekę specjalistyczną. W Centrach Zdrowia jest 9 poradni, a kadra medyczna liczy 37 osób, w tym 21 lekarzy.



„Go Canon! Go!” to program **Canon Polska** kierowany do pracowników firmy. Celem jest pokonanie wyznaczonej liczby kilometrów (33 tys.) w określonym czasie (3 miesiące), uprawiając różne dyscypliny sportowe. Przebyte kilometry ewidencjonowane są za pomocą aplikacji Endomondo na podstawie sygnału GPS. Pracownicy mogą rywalizować indywidualnie oraz drużynowo. Zwycięzcy wskazują organizację charytatywną, którą Canon wesprze finansowo lub rzeczowo.



Punktem wyjścia do uruchomienia **Centrum Rehabilitacji** w firmie **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.



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



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



Firma **Volkswagen Motor Polska** zorganizowała dla pracowników **naucę chodzenia z kijami nordic walking** pod okiem instruktorów. W 2018 roku odbyły się cztery godzinne spotkania na leśnej drodze w okolicach Polkowic.





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

The background of the page is a vibrant underwater scene. Two clownfish, with their characteristic orange bodies and white stripes, are swimming among a dense field of orange sea anemones. The lighting is warm, creating a rich, monochromatic palette of oranges and yellows. The fish are positioned on the left and right sides of the frame, looking towards the center. A large, white-outlined rectangular box is superimposed over the center of the image, containing the word 'ŚRODOWISKO' in white, bold, uppercase letters.

ŚRODOWISKO



Obszar środowiska to w każdym Raporcie jeden z bogatszych w praktyki rozdziałów i z roku na rok tych działań w szybkim tempie przybywa. W porównaniu z ubiegłoroczną edycją – teraz praktyk długoletnich i nowych pojawiło się odpowiednio o 24 i 33 więcej, czyli 95 przykładów działań jest kontynuowanych i opisano je w publikacji po raz kolejny, a 140 znalazło się w niej pierwszy raz.

W obszarze środowiska dominują w dużej mierze tematy, o których było w 2018 roku głośno – zarówno w świecie CSR, jak i szerzej: w debacie publicznej. Coraz więcej firm angażuje się w projekty na rzecz ograniczania powstawania smogu – czasem dołączając do szerszej zakrojonych działań – koalicji, jak i inicjując własne aktywności. W stosunku do ubiegłorocznej edycji obecnie zauważalnie więcej pojawiło się praktyk związanych z ograniczaniem zużycia plastiku, w duchu idei zero waste. Tego typu praktyki zostały zakwalifikowane do dwóch kategorii – działania nakierowane na pracowników, zmiany wprowadzone wewnątrz firmy – i wzbogaciły listę rozwiązań z zakresu ekobiur (rezygnacja z plastikowych kubków, podawanie wody z kranu), a inicjatywy nakierowane także na otoczenie organizacji znaleźć można pod hasłem „zero waste”.

Cieszy fakt, że coraz powszechniejsze w działaniach biznesu jest także wprowadzanie rozwiązań z zakresu gospodarki obiegu zamkniętego, czyli nastawionej na minimalizację zużycia surowców i ponowne ich wykorzystywanie. Biznes zaczyna zwracać sobie sprawę z pożytków płynących z tego typu rozwiązań – i już nie chodzi tylko o korzyści dla środowiska, ale te czysto ekonomiczne. Ze względu więc na wagę tego tematu i na zauważalny wzrost praktyk związanych z gospodarką cyrkularną – w tym roku została jej poświęcona osobna kategoria.

Największą grupą praktyk pozostaje jednak niezmiennie od kilku lat edukacja ekologiczna. Firmy chętnie podejmują

współpracę z organizacjami spoza biznesu i wspólnie organizują działania edukacyjne, ale także – co widać po tegorocznych praktykach – coraz częściej prowadzą tego typu akcje samodzielnie, dzieląc się wiedzą specjalistyczną swoich ekspertów na przykład z zakresu efektywności, recyklingu oraz przeciwdziałania powstawaniu smogu.

Kolejną dużą grupą są programy prośrodowiskowe, czyli wieloletnie, często strategiczne przedsięwzięcia organizacji na rzecz ograniczenia wpływu jej działań na środowisko. To bardzo pozytywny trend pokazujący, że inicjatywy CSR związane ze środowiskiem przestają być ograniczane do jednorazowych akcji, a stają się nieodłącznym elementem strategii biznesowej. Firmy przyjmują polityki prośrodowiskowe – związane zarówno z zarządzaniem energią, procesami logistycznymi, jak i takie, które mają prowadzić do zmiany oferowanych przez przedsiębiorstwo produktów i usług – i angażują szereg działów firm, dostawców i lokalnych interesariuszy.

Rozwój biznesu nierozzerwalnie wiąże się ze środowiskiem naturalnym, które jest dla niego źródłem nie tylko surowców, ale też wyzwań i problemów, jeśli weźmiemy na przykład pod uwagę będące skutkiem zmian klimatu ekstremalne sytuacje pogodowe. Zaangażowanie sektora biznesu jest nieodzowne, aby odpowiedzieć na apele naukowców o konieczności zintensyfikowania projektów między innymi na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatu. Zauważalny wzrost praktyk z zakresu programów środowiskowych, praktyki związane z poprawą efektywności czy pojawiające się działania dotyczące gospodarki w obiegu zamkniętym, przy jednoczesnym spadku inicjatyw jednorazowych – pokazują, że biznes zaczyna na to wezwania odpowiadać. Pozwała na to mieć nadzieję na to, że w najbliższych latach środowisko z niemego interesariusza stanie się jednym z najbardziej zauważalnych podmiotów.

140 praktyk nowych

95 praktyk długoletnich

101 firm

ŚRODOWISKO

- Liczba zatrudnionych pracowników w 2018 r.
- Małe / średnie przedsiębiorstwo
- Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
- Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 217

BIORÓŻNORODNOŚĆ

„Załączmy” nasze miasta to środowiskowa akcja wolontariacka koordynowana przez Biuro CSR **Banku BGŻ BNP Paribas** i Fundację BGŻ BNP Paribas w partnerstwie z Fundacją Łąka, w ramach której w maju 2018 roku pracownicy wspólnie siali łąki kwietne, sadzili rośliny miododajne i odnawiali wspólne przestrzenie miejskie – Błonia Mogiłskie w Krakowie i Osiedle Jazdów w Warszawie. W akcję włączyło się 160 pracowników oraz ich najbliżsi. Podczas akcji pracownicy mieli także okazję uczestniczyć w części edukacyjnej poświęconej bioróżnorodności.

11477

Skanska w Polsce prowadzi **nasadzenia drzew**, aby zrekompensować negatywne skutki oddziaływania floty samochodowej na środowisko naturalne. Skanska współpracuje z firmą LeasePlan, która jako pierwsza na świecie organizacja z branży zarządzania flotą samochodową wprowadziła ofertę ekologicznych flot – GreenPlan. W ramach współpracy z LeasePlan Skanska ma możliwość wyboru pojazdów o niskiej emisji spalin, korzysta ze szkoleń z jazdy ekologicznej oraz sadi drzewa. Do końca 2018 roku firma posadziła 28 566 drzew.

4000

Emitel wspiera działania Towarzystwa Przyrodniczego Bocian z zakresu **ochrony bioróżnorodności** poprzez sponsorowanie programu ochrony kulika wielkiego. W ramach promocji projektu oraz Światowego Dnia Kulika wyświetlano na ekranach LED krótkie spoty poświęcone temu gatunkowi. Spółka jest też „matką chrzestną” dla trzech ptaków, które noszą imiona przez nią nadane. Planowana jest kontynuacja udziału w projekcie w roku 2019.

430

PGE Dystrybucja Oddział Warszawa, który należy do **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**, wspólnie z Grupą EkoLogiczną prowadzi **obraczkowanie młodych bocianów białych** na terenie powiatu siedleckiego. Działania umożliwiają śledzenie wyczajów ptaków oraz tras ich przelotów. Zgromadzone informacje są wykorzystywane przez PGE Dystrybucja podczas prac związanych z instalowaniem platform bocianich i naprawą, a niekiedy przeniesieniem w inne miejsca. W czasie obraczkowania prowadzone są spotkania edukacyjne dla dzieci, podczas których ekolodzy opowiadają

o roli energetyków w ochronie ptaków. W 2018 roku zaobraczkowano 605 bocianów.

ok. 40000

W związku z położeniem Elektrowni Dolna Odra w bezpośrednim sąsiedztwie Parku Krajobrazowego Dolina Dolnej Odry, **PGE Polska Grupa Energetyczna** podjęła inicjatywę **ochrony bobra europejskiego**, który od wielu lat bytuje na terenie Elektrowni Dolna Odra. Aby zrównoważyć skutki działalności bobrów bez jednoczesnej szkody dla tego gatunku, firma podjęła działania mające na celu zachowanie istniejącego drzewostanu. Pracownicy elektrowni zastosowali działania bierne polegające na ochronie drzew przy użyciu specjalnych siatek mocowanych dookoła pni.

ok. 40000

W związku z położeniem Elektrowni Dolna Odra w bezpośrednim sąsiedztwie Parku Krajobrazowego Dolina Dolnej Odry, **PGE Polska Grupa Energetyczna** podjęła inicjatywę **ochrony ptaków**. Ścisłą ochroną objęte są m.in. jaskółki brzegówki gniazdujące na nieczynnej kwaterze cztery składowiska odpadów paleniskowych Elektrowni Dolna Odra i butujące na kominie elektrowni pustelki. Ochrona czynna pustelek polega przede wszystkim na zabezpieczeniu młodych ptaków, które w okresie pierwszych lotów często wypadają ze swych gniazd.

ok. 40000

Na trzech budynkach biurowych **Skanska w Polsce** (w Warszawie i w Katowicach) znajdują się pszczele ule. **Pszczołami na dachach biurowców** opiekują się profesjonalni pszczelarze. W Katowicach zamontowano dwa ule, każdy po 50 tys. pszczoł, a na dachu każdego z warszawskich biurowców żyje około 40 tys. pszczoł. Pomysł na pszczele pasieki jest związany z filozofią firmy oraz chęcią dbania o środowisko, a także zapewnienia bioróżnorodności i możliwości życia tych zwierząt w miejskich aglomeracjach. Pozyskany miód z miejskich pasiek wkrótce będzie można zakupić w biurowcu.

4000

TAURON Dystrybucja (**TAURON Polska Energia**) wyszukuje przedsięwzięcia, które mają wpływ na poprawę stanu środowiska naturalnego. W jednym z konkursów organizowanym przez firmę wygrał projekt pracownika polegający m.in. na budowie domków dla jeży. Stawiając je w miejscach, gdzie jeże żyją, zwiększa się ich szanse na przetrwanie. TAURON Dystrybucja zdecydował się wspierać inicjatywę budowy specjalnych domków dla nich w ramach **Akcji jeż**. Dotychczas udało się pomóc 30 jeżom.

24000

Firma **Geberit** włączyła się w program **Strażnicy Rzek WWF** Fundacji WWF Polska. W 2018 roku uczestnicy programu ze strony firmy zrealizowali rajd rowerowy wzdłuż Warty,

sptyw kajakowy rzeką Świder, spacer nad Wisłą, wzięli udział w prelekcjach eksperckich. Równolegle obok monitoringu program działa w obszarze edukacji, przybliżając problem regulacji rzek jak największej liczbie Polaków. Projekt Strażnicy Rzek, według założeń, przewidziany jest na trzy lata.



Tradycyjny sad to ogólnopolski projekt edukacyjny organizowany przez Fundację powołaną przez **Bank Ochrony Środowiska**. Polega on na poznaniu sadowniczego dziedzictwa i restytucji starych odmian drzew w formie szkolenego minisadu. W 2018 roku tradycyjne sady założono przy 126 szkołach z całej Polski. Posadzono ponad 600 młodych drzewek jabłoni i odnaleziono blisko 400 starych drzew, posadzonych przed 1960 rokiem, z których pracownicy Polskiej Akademii Nauk mogą pobrać zrazy do przeszczepienia, co w rezultacie pozwoli uchronić odmiany tych drzew przed wyginieciem.



Na dachu centrali **Banku BGŻ BNP Paribas** w 2017 roku postawiono cztery ule, w których zamieszkały pszczoły miodne. W „**Pasiece pod gwiazdami**” w 2018 roku zebrano 90 kg miodu.



Celem akcji „**Pszczele hotele**” zainicjowanej i realizowanej przez **Carrefour** Polska jest pomoc w ochronie pszczoł w środowisku miejskim oraz wzmocnienie świadomości społecznej dotyczącej ochrony bioróżnorodności i miejskiego pszczelarstwa. Na dachach budynków sklepów zainstalowano już 28 uli. Projekt rozwijany jest w partnerstwie z firmą „Pszczelarz Kozacki”. Patronem inicjatywy jest UNEP/GRID Warszawa.



Powołana przez **Grupę Veolia w Polsce** Fundacja Veolia Polska wspiera ochronę bioróżnorodności w Polsce. **Bioróżnorodność w Veolii** to coroczne nowe nasadzenia, zakładanie skrzynek lęgowych dla zagrożonych wyginieciem ptaków, nietoperzy i owadów. W 2018 roku w Poznaniu, Łodzi, Tarnowskich Górach i Warszawie otoczono opieką 100 nietoperzy, 5 pustulek i posadzono ponad 1300 roślin. Przybywa także pasiek. Instalacjom środowiskowym towarzyszą działania edukacyjne dla uczniów z pobliskich szkół i wykłady dla pracowników grupy.



Na terenie firmy **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** w Warszawie powstała pasieka, która liczy w tej chwili 22 ule. Projekt „**Energia z miodu**” łączy kwestie ochrony środowiska z elementami edukacyjnymi. W okresie wiosenno-letnim prowadzone są warsztaty edukacyjne o pszczołach i pszczelarstwie miejskim dla pracowników PGNiG. W 2018 roku liczba uli zwiększyła się dwukrotnie.



Na dachu biurowca PwC w Warszawie stoją 2 ule z pszczołami. **Pszczoty na dachu** to ekologiczna inicjatywa realizowana przez **PwC** w ramach strategii CSR. W 2018 roku z dwóch uli zebrano prawie 60 kg miodu. Zorganizowano również dwie wycieczki edukacyjne dla pracowników PwC połączone z warsztatem pszczelarskim.



Pszczoty Hestii to projekt, w ramach którego na dachu jednego z biurowców **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** zamieszkało prawie 300 000 pszczoł rasy Kraińskiej. Firma wspiera też lokalny ekosystem nasadzeniami miododajnych roślin w Parku Hestii.



Na sieciach elektroenergetycznych zarządzanych przez **TAURON Polska Energia** żyje ok. 1600 bocianich par. Akcja „**Bocian nasz**” polega na budowaniu platform dla gniazd, oczyszczaniu ich, reagowaniu na nagłe wypadki i wspieraniu działań ornitologów w działaniach na rzecz ochrony tych ptaków. Akcja ma jednocześnie chronić ptaki przed zagrożeniami jaką jest dla nich infrastruktura elektroenergetyczna spółki oraz ograniczać zakłócenia w poprawności działania sieci, które powodowane są przez ptaki.



CERTYFIKACJA

Firma **CEMEX Polska** za projekt **Lipówka – kopalnia przywrócona naturze** otrzymała **certyfikat w zakresie ochrony przyrody** (Conservation Certification), w kategorii projektów edukacyjnych i zaangażowania społecznego. Nieczynna kopalnia została udostępniona społeczeństwu poprzez utworzenie ścieżki przyrodniczo-edukacyjnej w 2013 roku. Panel ekspertów Wildlife Habitat Council, decydując o przyznaniu wyróżnienia na srebrnym poziomie, brał pod uwagę projekt rewitalizacji nieeksploatowanego kamieniołomu, aktywne zarządzanie siedliskami przyrodniczymi oraz różnorodność działań edukacyjnych skierowanych do lokalnej społeczności.



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

ŚRODOWISKO

W zakładach produkcyjnych **Coca-Cola HBC Polska** w 2017 roku **wdrożono i certyfikowano systemy zarządzania zasobami zgodne z wymaganiami European Water Stewardship**. We wszystkich naszych zakładach produkcyjnych proces certyfikacji objął szkolenie personelu, zewnętrzny audyt wstępny, prace cross-funkcyjnego zespołu nad wdrożeniem wymagań standardu. Na potrzeby certyfikatu graficznie i tabelarycznie opracowano ryzyka w promieniu 25 km od zakładu. W strefie tej opisano elementy szczególnie cenne ze względu na ich walory środowiskowe czy kulturowe.



Skanska w Polsce jako pierwszy deweloper w kraju wprowadziła do swoich projektów **certyfikację osiedli mieszkaniowych w BREEAM**, odznaczenie przyznawane wysokiej klasy budynkom przyjaznym dla ludzi i środowiska. Wszystkie ukończone w 2018 roku realizacje oraz te będące w budowie spełniają wymogi certyfikacji. Wyróżnia je wysoka jakość nietoksycznych materiałów. Firma minimalizuje też emisję CO₂ i uzyskuje recykling odpadów na poziomie 97%.



EDUKACJA EKOLOGICZNA

W 2018 roku firma **CCC** wraz ze swoim partnerem – organizacją odzysku – zorganizowała lekcje dla dzieci klas I–III szkoły podstawowej w ramach praktyki **Edukacja ekologiczna w szkole podstawowej**. Zajęcia dotyczyły recyklingu, a ich celem było budowanie postaw i świadomości ekologicznej dzieci we współpracy z lokalnymi placówkami oświatowymi. Warsztaty objęły łącznie 74 uczestników. Warsztaty i edukacja ekologiczna są elementem wdrożonej Strategii Środowiskowej.



Urząd Miasta Kielce i **ENERIS Ochrona Środowiska** zainaugurowały kampanię **Bezpieczne odpady budowlane**, która ma na celu przypomnienie kielczanom, jak w bezpieczny sposób pozbyć się odpadów powstałych w czasie budowy i remontu. Dowiadują się oni na przykład, jak zachować się, widząc pożar odpadów, i jak unikać skażenia środowiska materiałami pobudowlanymi. Partnerami przedsięwzięcia są Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska w Kielcach i Państwowa Straż Pożarna. W 2019 roku planowana jest kampania informacyjna skierowana do administratorów budynków.



„Barometr zdrowych domów 2018” **(Nie)zdrowe domy, biura i życie na przedmieściach w Europie i Polsce** to czwarta edycja ogólnoeuropejskiego badania przeprowadzonego z inicjatywą **Grupy VELUX i spółek siostrzanych w Polsce**. Tegoroczna edycja raportu nawiązuje do 11 celu SDG. Raport ukazuje znaczenie poprawy jakości i energooszczędności budownictwa mieszkaniowego dla osiągnięcia

tego celu. Dokument opiera się na analizach danych przeprowadzonych przez partnerów merytorycznych Ecofys i Fraunhofer IBP, a także wypowiedziach polskich ekspertów.



Jesienią 2018 roku na warszawskich bulwarach pracownicy **Grupy Żywiec** przeprowadzili akcję **Butelka w grze**. Wolontariusze edukowali konsumentów oraz wymieniali puste puszkę i butelki na gadżety, rozmawiając m.in. o korzyściach, jakie dla środowiska ma oddawanie butelki zwrotnej. Uzupełnieniem akcji były warsztaty upcyklingowe. W ciągu trzech godzin zebrano 1700 puszek i butelek o łącznej wadze 680 kg. Planowane są kolejne działania w obszarze gospodarki o obiegu zamkniętym.



IKEA Retail, jako oficjalny partner ONZ oraz Ministerstwa Środowiska, aktywnie włączyła się w szczyt klimatyczny COP24 w Katowicach. W ramach praktyki **wspólnie na rzecz dobrego klimatu** firma przygotowała oraz współorganizowała inicjatywę edukacyjno-społeczną przybliżającą kwestię zmian klimatu mieszkańcom Katowic: Klimatyczny Festiwal Filmowy, konkurs dla szkół podstawowych, a także wyposażała pawilon „Dobry Klimat” postawiony przez miasto na rynku Katowic. Podczas Klimatycznego Festiwalu Filmowego odbyło się 8 projekcji filmów i 7 paneli dyskusyjnych z ekspertami, z udziałem blisko 900 widzów. Pawilon „Dobry Klimat” odwiedzano przez średnio 350 osób dziennie.



W związku z wdrożoną polityką Zarządzania Ochroną Środowiska **Emitel** przygotował **kampanię edukacyjną Chroń środowisko, zacznij od siebie**. W ramach kampanii przygotowano dla pracowników filmy edukacyjne oraz komunikaty wewnętrzne dotyczące pól elektromagnetycznych, odpadów, bioróżnorodności oraz ochrony atmosfery i klimatu. Kolejnym krokiem rozwoju (w 2019 roku) będzie przygotowanie i wdrożenie pracowniczego kalendarza ekologicznego, a także stworzony stały kanał komunikacji: pracodawca – pracownik dotyczący ochrony zasobów naturalnych.



Program **EKOlogiczni w biznesie**, który **Higma Service** prowadzi od 2016 roku, ma na celu promocję wdrażania proekologicznych zachowań w firmach. W ramach projektu prowadzona jest m.in. strona internetowa oraz fanpage EKOlogiczni w biznesie. Na stronie projektu znajdują się ogólnodostępne materiały, które pomagają wdrażać proekologiczne zachowania. W 2018 roku w ramach programu zorganizowano konferencję naukową poświęconą problemowi zanieczyszczeń powietrza. Program ma być rozwijany w kolejnych latach.



Idea Bank prowadzi edukację ekologiczną swoich pracowników. Działania te mają ukazać, jak żyć w zgodzie ze środowiskiem. Promowane są takie zachowania, jak: dojazdy do pracy rowerem i komunikacją miejską, ograniczanie zużycia wody, a także ograniczanie zużycia papieru w pracy i w domu. W biurach zawisły specjalne zawieszki przypominające o gaszeniu światła, a w toaletach na lustrach – o ograniczaniu zużyciu wody i papieru. Projekt jest z założenia długofalowy.



Kwiaty za elektrograty to kampania realizowana przez firmę **Castorama Polska**. Przedsięwzięcie ma budować świadomość społeczeństwa na temat ZSEE i zachęcać do dbania o środowisko naturalne. W 2018 roku kwiaty w zamian za „elektrograty” wręczały 44 sklepy sieci w całej Polsce. Za oddanie zużytego sprzętu klienci dostawali sadzonki kwiatów. Efektywność jest każdorazowa mierzona poprzez raporty dotyczące ilości zgromadzonego sprzętu.



FSC® Friday, czyli **Piątek FSC®** to coroczna akcja, która służy podnoszeniu świadomości o wpływie człowieka na lasy i odpowiedzialnym gospodarowaniu nimi. W ostatnim tygodniu września we wszystkich sklepach **Castoramy Polska** pojawiło się ponad 3040 komunikatów związanych z akcją. Spółka zaangażowała się w podniesienie wiedzy pracowników i klientów dotyczącej certyfikacji FSC, poprzez szkolenia, konkursy oraz wprowadzenie oznaczeń produktów certyfikowanych. Planowane jest kontynuowanie dobrej praktyki i rozwiniecie działań dla dzieci (Majsterkowo).



Aby pomagać klientom prawidłowo ogrzewać dom, **Leroy Merlin Polska** wspólnie z naukowcami z Politechniki Krakowskiej przygotował poradnik nowoczesnego ogrzewania zawierający informacje na temat ekologicznych urządzeń grzewczych. Firma wraz z producentami podejmuje prace nad zmianą asortymentu kotłów i paliw oraz rozwojem nowoczesnych technologii grzewczych. Jednocześnie prowadzone są także inne działania edukacyjne i informacyjne skierowane do klientów i pracowników.



W trakcie Dni Bohatera Domu, w weekend 6–7 października 2018 roku, w sklepach **Leroy Merlin Polska** w Warszawie przeprowadzono akcję ekologiczną **Świeć przykładem**. Jej celem była zbiórka elektrośmieci i zużytych baterii oraz szeroko rozumiana edukacja ekologiczna prowadzona przez zespół edukatorów. W zamian za przyniesione elektro-

odpady klienci dostawali upominki. Ilość zebranego sprzętu, baterii i świetlówek wyniosła ponad 590 kg.



Śląskie sklepy Leroy Merlin Polska włączyły się do akcji „MOGĘ! #ZatrzymaćSMOG” organizowanej przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego. W sklepach pojawiły się plakaty oraz ulotki informujące o zagrożeniach związanych ze smogiem i negatywnym wpływie zanieczyszczenia powietrza na ludzkie zdrowie i życie. Jesień to czas, w którym firma po raz kolejny uświadamiała mieszkańcom województwa śląskiego, jakie są skutki palenia złymi jakościowo paliwami w przestarzałych piecach, a także informowała o uchwale antysmogowej, która obowiązuje w regionie od 1 września 2017 roku.



W styczniu 2018 roku we wszystkich warszawskich sklepach sieci **Leroy Merlin Polska**, a także w podwarszawskich Jankach i Piasecznie pojawiły się ulotki i plakaty kampanii **#Oddychaj Warszawo**. Oprócz ogólnych informacji dotyczących ochrony powietrza przed zanieczyszczeniami zawarte zostały również praktyczne wskazówki m.in. dotyczące możliwości uzyskania tzw. ekodotacji na modernizację kotłowni. Pracownicy w sklepach pomagali w doborze odpowiedniego urządzenia grzewczego dostosowanego do potrzeb klientów i udzielali wskazówek związanych z dofinansowaniami.



Ogród Zimowy ArcelorMittal Poland to dwudniowe wydarzenie, które miało zwrócić uwagę na to, jaki wpływ na otaczające środowisko naturalne mają ludzie oraz co można zrobić, aby eliminować negatywne skutki zanieczyszczonego powietrza. Ogród zbudowany na potrzeby akcji przy Nowohuckim Centrum Kultury w Krakowie był miejscem, gdzie odbywały się akcje zwracające uwagę na problem jakości powietrza. Można było w nim m.in. zobaczyć wystawę roślin oczyszczających powietrze i porozmawiać z ekspertami. W działaniach wzięło udział ponad 6 tys. uczestników.



Przedsiębiorstwo **Credit Suisse** zorganizowało kampanię **Trash Hero w Credit Suisse Poland** uświadamiającą pracowników korzyści z korzystania z butelek wielokrotnego użytku. Każdy uczestnik akcji otrzymał specjalną butelkę. Zorganizowano sześć akcji sprzątnięcia brzegów Odry, podczas których zebrano około 10 ton śmieci, a wzięło w nich udział 300 wolontariuszy. Rozszerzono także zakres terenów zielonych objętych akcjami i rozpoczęto współpracę z fundacją OnWater.



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

ŚRODOWISKO

Z okazji 18. urodzin firma **EACTIVE** postanowiła zasadzić 18 drzew w różnych miejscach Wrocławia. W akcji **urodzinowe pozycjonowanie drzew** udział wzięły m.in. Politechnika Wrocławska oraz Liceum Ogólnokształcące nr XII, które przygotowało na tę okoliczność specjalny apel i zorganizowało warsztaty dla uczniów razem z Fundacją Ekorozwoju, a Przedszkole Akademia Pana Kleksa przeprowadziło lekcję dla przedszkolaków na temat drzew.



Zielone oblicze Elektrowni Kozienice to program edukacyjno-ekologiczny **Grupy ENEA**, przygotowany we współpracy z Mazowiecko-Świętokrzyskim Towarzystwem Ornitologicznym. Przedsięwzięcie ma za zadanie przybliżenie bogactwa świata przyrodniczego, chronionych gatunków roślin, zwierząt bytujących na terenie elektrowni i wokół zakładu. W ramach projektu została przygotowana wystawa, diaporama składająca się ze zdjęć przedstawiających bogactwo przyrodnicze elektrowni. Przeprowadzono spotkania i warsztaty edukacyjne w szkołach. W projekcie wzięło udział 11 placówek edukacyjnych, 520 uczniów oraz 65 osób dorosłych.



Firma **BASF Polska** zaangażowała się w kampanię anty-smogową **Pierwsza Doba bez Smogu** Global Compact Network Poland oraz Grupy Walk. Pracownicy BASF aktywnie wtoczyli się do działania. Nagrania osób wstrzymujących powietrze można zobaczyć na profilu kampanii na Instagramie oraz profilach firmy w mediach społecznościowych. Udziałowi w ogólnopolskiej akcji spotecznej towarzyszyła komunikacja wewnętrzna w firmie, podnosząca świadomość pracowników na temat zmian klimatycznych i wyzwań środowiskowych.



Jastrzębska Spółka Węglowa przeprowadziła kilkanaście edycji **szkoleń w zakresie pobierania i badania popiołów paleniskowych dla Straży Miejskich i Gminnych**. Przekazywana wiedza pozwala walczyć z praktykami palenia w domowych piecach różnego rodzaju odpadów. Łącznie w 2017 roku przeszkolono 492 osoby z 103 gmin z Polski. W 2018 roku Centralne Laboratorium Pomiarowo-Badawcze przeprowadziło kilkanaście edycji szkoleń w zakresie pobierania i badania popiołów paleniskowych dla Straży Miejskich i Gminnych oraz urzędników samorządowych z 154 gmin z Polski.



Biznes kontra smog to program wolontariatu pracowniczego w obszarze edukacji dzieci i młodzieży na temat smogu i czystości powietrza. Dzięki współpracy 11 firm (**PwC**, Akamai, Amway, Aon, CANPACK Group, Cisco, Hitachi Vantara, Herbalife Nutrition, Jacobs (Ch2M), Wilson HCG oraz Zurich Insurance Company LTD), a także dwóch stowarzyszeń (ASPIRE i Krakowski Alarm Smogowy) prowadzone są warsztaty dla szkół i przedszkoli. W roku szkolnym 2018/2019 wzięło w nich udział około 5000 osób. Program otrzymał patronat

honorowy Marszałka Województwa Małopolskiego. Wszystkie warsztaty są bezpłatne.



Fundacja All For Planet założona przez **Allegro** stworzyła serwis prezentujący dane z kampanii Kręć Kilometry o aktywnościach rowerowych Polaków. Innowacyjny **portal RowerowaPolska.pl** pokazujący aktywności rowerowe Polaków to z jednej strony narzędzie, które pozwoli samorządom i organizacjom rowerowym lepiej projektować i analizować infrastrukturę rowerową w kraju, z drugiej – jest źródłem informacji o wydarzeniach oraz inicjatywach dla cyklistów.



W październiku 2018 roku we wrocławskim Centrum **Hewlett Packard Enterprise** grupa wolontariuszy ze wsparciem kadry kierowniczej zorganizowała akcję edukacyjną **Tydzień ekologiczny w HPE** mającą na celu podniesienie świadomości ekologicznej pracowników. Dodatkowo w ramach inicjatywy została zorganizowana zbiórka elektroodpadów. W akcji uczestniczyło aktywnie około 200 pracowników. Zebrano ponad 100 kg zużytego sprzętu elektronicznego



Firma **Antalis Poland** zorganizowała **Warsztaty „Papierowa (r)ewolucja według zasad Circular Economy”**. Spotkania podzielone zostały na dwa bloki: część merytoryczną, w której goście warsztatu mogli poznać zasady produkcji papierów w 100% z makulatury, i część warsztatową. W warsztatach każdorazowo wzięło udział około 30 osób. Celem spotkań było dotarcie do jak największej liczby osób z informacjami, w jaki sposób i w jakich warunkach produkuje się papiery z makulatury. Planowana jest kontynuacja spotkań w 2019 roku.



W październiku 2018 roku **CEMEX Polska** zorganizował lekcję przyrodniczą **Wieczór z nietoperzami** dla uczniów szkół podstawowych mieszczących się w okolicy jednego z zakładów firmy. W ramach zajęć odbył się wykład dotyczący nietoperzy, uczniowie przytaczali zastyszane opowieści o nietoperzach, a doświadczona chiropterolog rozprawiła się z nimi lub wskazywała zawarte w nich prawdziwe elementy. Wszyscy uczestnicy lekcji udali się na tropienie nietoperzy przy wykorzystaniu detektora dźwięków. Do udziału w zajęciach zgłosiło się 40 uczniów.



Z okazji Światowego Dnia Środowiska oraz inauguracji kampanii **Zielona Wstążka #DlaPlanety** firmy **Coca-Cola HBC Polska i Coca-Cola Poland Services** przeprowadziły akcje edukacyjne oraz konkursy wśród swoich pracowników i kluczowych dostawców, zachęcając do podejmowania ekopostanowień, upowszechniając w ten sposób

prośrodowiskowe postawy i praktyki. Symbolem podejmowania ekologicznych wyzwań są zielone wstążki, które można przypiąć do ubrania lub wirtualnie oznaczyć w social mediach.



W 2018 roku powstała ogólnodostępna strefa edukacyjna w terminalu pasażerskim **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**

w ramach wspierania projektów edukacyjnych i podnoszenia świadomości na temat odpowiedzialnego podróżowania.

W kąci edukacyjnym jest m.in. **mapa „ginącego świata”**, na której w sposób przystępny dla najmłodszych przedstawione są zagrożone wyginięciem gatunki fauny i flory oraz przykłady produktów pochodzących zwierzęcego, których nie wolno posiadać ze względu na postanowienia konwencji CITES.



Należąca do **Pelion D0Z Fundacja** wraz z Muzeum Farmacji im. Jana Muszyńskiego w Łodzi zorganizowała poświęconą pszczołom wystawę **Skarby z ula**. Dotyczyła ona leczniczych właściwości miodu oraz wszystkich produktów wytwarzanych przez pszczoły. Poruszono m.in. temat związany z dbaniem i ochroną pszczół oraz z zapewnieniem im pożywienia, czyli dotyczący roślin miododajnych.



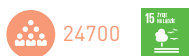
Należąca do **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**, PGE Dystrybucja **współpracuje z Ligą Ochrony Przyrody**.

Prowadzi akcje edukacyjne dla dzieci i młodzieży na terenie Podkarpacia. Dla uczestników inicjatywy organizowane są: konkursy wiedzy ekologicznej, Festiwal Piosenki Przyrodniczo-Ekologicznej, a także wojewódzki konkurs „Energia z lasu”. Działania poprzedzone są zajęciami terenowymi. Energetycy spotykają się z dziećmi w miejscach montażu platform pod bocianie gniazda oraz „odstraszaczy”, które skutecznie chronią ptaki przed porażeniem. W przedsięwzięciu udział wzięło około 600 osób.



Kampania edukacyjna **Bądź EKO** realizowana przez **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** ma na celu ograniczenie zużycia energii, wody, papieru i opakowań z plastiku w firmie oraz wyrobienie odpowiedzialnych nawyków związanych z racjonalnym wykorzystywaniem surowców w życiu codziennym każdego pracownika.

Inicjatywa opiera się na komunikacji wewnętrznej do pracowników za pomocą newslettera i intranetu. Projekt skierowany jest głównie do pracowników centrali i oddziałów pracujących przy kompleksie biurowym Kasprzaka 25.



Przedsiębiorstwo Inżynierjno-Budowlane „Przem-Gri”

wybudowało modułową membranową oczyszczalnię ścieków. Oczyszczone w niej ścieki mogą być powtórnie wykorzystane np. do zmywania placów i nawadniania terenów zielonych. Prezentując i testując nowe produkty, firma prowadzi działania związane z podnoszeniem świadomości na temat wpływu zanieczyszczeń na środowisko. Firma proponuje także inwestorom przeprowadzenie konkursów dla dzieci lub młodzieży promujących dbałość o **czyste środowisko**.



Eko-rozgrzywka to planszowa gra edukacyjna dla dzieci i młodzieży z zakresu ochrony środowiska. Jest to autorski projekt

Fundacji powołanej przez **Santander Bank Polska** przy merytorycznym wsparciu firmy Abrys. Celem inicjatywy jest edukacja dzieci i młodzieży w zakresie ekologii, ochrony środowiska oraz gospodarowania odpadami.

Wolontariusze – pracownicy Santander Bank Polska – za pomocą gry edukowali dzieci i młodzież ze szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Przedsięwzięcie ma zasięg ogólnopolski. Planowana jest kontynuacja projektu w 2019 roku i promocja gry na terenie całego kraju.



W ramach praktyki **Eko-piątki** dla pracowników

Santander Bank Polska został przygotowany cykl artykułów poświęconych wpływowi plastiku na środowisko, sposobom jego ograniczania i recyklingowi. Teksty w kolejne cztery piątki publikowane były w intranecie. Artykuły miały na celu zobrazowanie, dlaczego plastik stanowi problem środowiskowy. Na zakończenie został przeprowadzony konkurs dla pracowników „Zero plastiku”. Aż 84 pracowników zgłosiło około 100 pomysłów na to, w jaki sposób (zarówno w banku, jak i w obszarze prywatnym) można ograniczyć używanie plastiku.



Pierwsze **Forum „Biznes na rzecz bioróżnorodności”** odbyło się 18 maja 2018 roku. **ZT „Kruszwica”** zaprosiły na spotkanie przedstawicieli biznesu, świata nauki oraz organizacji pozarządowych, którzy już realizują lub planują podjąć działania na rzecz ochrony i zachowania różnorodności biologicznej.

Podczas forum zaprezentowano raport „Biznes na rzecz bioróżnorodności” z artykułami eksperckimi oraz opisami praktyk biznesu. Partnerami merytorycznymi inicjatywy byli: Uniwersyteckie Centrum Badań nad Środowiskiem Przyrodniczym i Zrównoważonym Rozwojem UW oraz Instytut na rzecz Ekorozwoju. W forum wzięło udział 60 osób.



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

ŚRODOWISKO

Konkurs **Pan Karp zarybia Wisłę** to wspólna inicjatywa, realizowana od 2015 roku przez Towarzystwo Promocji Ryb oraz **ANWIL**, której celem jest podniesienie świadomości najmłodszych w zakresie znaczenia ryb dla ekosystemu oraz popularyzacja ichtiologii. W 2018 roku w konkursie wzięły udział dzieci z 41 przedszkoli i szkół podstawowych z 9 województw. W ramach tej edycji do Wisły trafiło niemal 140 tysięcy narybku węgorza i sandacza.



Akcja Edukacyjna Plusk polega na przekazywaniu wiedzy na temat znaczenia wody w życiu, rozsądnym jej gospodarowaniu, procesie poboru i uzdatniania wody oraz oczyszczania ścieków. **Aquanet** kieruje działaniami do seniorów, dzieci, młodzieży oraz studentów.



W ramach zwiększania świadomości w zakresie ochrony bioróżnorodności **Carrefour**, z okazji Międzynarodowego Dnia Ziemi, ponownie zorganizował akcję „**Odbierz sadzonkę!**” we współpracy z SUEZ Polska. Klienci jednego z warszawskich hipermarketów 21 kwietnia mogli wymienić makulaturę na darmową sadzonkę drzewa lub ozdobnej rośliny doniczkowej.



Castorama Polska wspiera działania mające poprawić sytuację związaną z czystością powietrza w kraju. W ramach programu „**Nasza Sfera**” firma nawiązuje partnerstwa z organizacjami pozarządowymi, urzędami marszałkowskimi i urzędami gmin, organizuje szkolenia dla swoich pracowników oraz edukuje klientów. Materiały edukacyjne są umieszczone na stronie internetowej jak i w przestrzeni sklepów. Działania podejmowane są na poziomie lokalnym i ogólnopolskim.



Z okazji obchodów **Dnia Ziemi** w firmie **CEETRUS** zorganizowano szkolenie dla pracowników poprowadzone przez Fundację „**Nasza Ziemia**”. Podczas szkolenia podjęto temat świadomych zakupów, prawidłowej segregacji odpadów, ochrony zasobów wody i energii, dbania o bioróżnorodność i jakości powietrza.



Coca-Cola HBC Polska z okazji **Światowego Dnia Wody** zaprosiła pracowników do udziału w ogólnopolskim konkursie fotograficznym pt. „**Odpowiedź jest w naturze**”. Ponadto zakłady produkcyjne w Tylczu i w Krakowie przygotowały praktyczną lekcję dla ok. 100 uczniów z okolicznych szkół na Zorganizowano dwa pikniki dla pracowników i lokalnej społeczności, którego głównym celem było posprzątanie terenów nadbrzeżnych nad Wisłą na warszawskiej Białotęce oraz w parku w Radzyminie. Uczestnicy poznali też zasady

i obowiązki segregacji odpadów komunalnych dzięki zaangażowaniu firmy Rekopol.



Firma **ENERIS Ochrona Środowiska** po raz drugi zrealizowała autorski program „**Eko-zdrowe warzywa ogrodowe**”, którego celem było zachęcenie mieszkańców do używania odpadów bio z własnego gospodarstwa domowego do produkcji kompostu oraz wykorzystywania go pod domowe uprawy warzyw i owoców. Program realizowany był we współpracy z firmą PlantiCo, Uniwersytetem Trzeciego Wieku, parafią z Chrzanowa, przedszkolem nr 1 w Chrzanowie i Domem Kultury w Chrzanowie. Planowane jest nawiązanie współpracy z lokalnymi Bankami Żywności.



Celem kampanii **#BezSmogu** realizowanej przez **EURO BANK** jest szerzenie wiedzy na temat smogu i zwiększanie świadomości Polaków na temat zagrożeń z nim związanych. Ambasadorem akcji jest bloger Artur Kurasiński. W ciągu dwóch edycji akcji poszerzono ogólnopolską sieć czujników smogu o 100 sensorów, które zainstalowano w placówkach banku. W 2018 roku sprawdzono dodatkowo wiedzę Polaków o smogu w badaniu „**Smog – prawdy i mity wśród Polaków**”.



Farm Frites we współpracy z nadleśnictwem Lębork od 2011 roku organizuje **sadzenie drzewek**. Cel firmy to zasadzenie 20 000 drzewek do 2020 roku. Do roku 2018 zasadzono ich 19 500. W akcję włączają się pracownicy firmy, ich rodziny i członkowie społeczności lokalnej.



Forum lokalne: środowisko dla elektrowni, elektrownia dla środowiska to spotkania z lokalnymi władzami oraz ważnymi interesariuszami społecznymi **Grupy Enea**, które mają na celu przedstawienie dobrych praktyk dotyczących ochrony środowiska oraz planów inwestycyjnych spółki w tym zakresie na następne lata. W 2018 roku w ramach projektu przeprowadzono konkurs plastyczny pt. „**Czysta planeta – Czyste powietrze**”, w którym udział wzięły dzieci ze szkół podstawowych z Połańca i Gawłuszowic.



„**Kubusiowi Przyjaciele Natury**” to jeden z największych ogólnopolskich programów edukacyjnych dla przedszkoli poświęcony tematyce ekologicznej, organizowany od 11 lat przez markę Kubuś, należącą do **Grupy Maspex**. Przedszkola otrzymują bezpłatny pakiet profesjonalnych materiałów edukacyjnych dla nauczycieli oraz dzieci. Dzieci dowiadują się jak dbać o rośliny, zwierzęta i czystość powietrza, jak segregować śmieci, oszczędzać energię oraz wodę, a także, dlaczego warto jeść warzywa i owoce oraz jak aktywnie spędzać czas w zgodzie z naturą. W jedenastej edy-

cji udział wzięło 650 tys. dzieci z 7,5 tys. przedszkoli. Akcja objęła ponad 4 miliony dzieci w całym kraju.



Autorski program **Młodzi Obserwatorzy Przyrody** prowadzony jest od 2017 roku przez Fundację Veolia Polska, powołaną przez **Grupę Veolia w Polsce**, w partnerstwie z Centrum UNEP/GRID-Warszawa, przy ścisłej współpracy z Urzędami Miast. Jego celem jest edukacja młodzieży na rzecz zrównoważonego rozwoju miast, popularyzacja wiedzy na temat różnorodności biologicznej oraz zaangażowanie mieszkańców w działania środowiskowe. W ramach programu, odbywają się szkolenia dla nauczycieli, a młodzież zostaje zaproszona do udziału w konkursie.



Eko Odkrywcy to edukacyjny konkurs grantowy **Henkel Polska** skierowany do dzieci i młodzieży z placówek edukacyjnych z całego kraju, który polega na opracowaniu pomysłu na projekt pozwalający badać i wyjaśniać prawa zachodzące w przyrodzie, a jednocześnie związane z ochroną środowiska. Zgłoszenie konkursowe zawiera m.in. opis planowanych działań, budżet i harmonogram projektu. Nagrodą jest grant przyznawany 3 zespołom na realizację projektu. Dodatkowo zespół, który otrzyma najwięcej głosów w głosowaniu internautów, przyznawana jest nagroda specjalna na Wyprawę Badawczą lub aranżację „Zielonej klasy”. Projekt od 2013 r. organizowany przez markę Persil, firmę Rossmann oraz Fundację Nasza Ziemia.



Lyreco Polska posiada w swojej ofercie katalogowej ponad 7200 produktów. Część z nich przeszła ocenę pod kątem ekologii i została wyróżniona tzw. Certyfikatem Zielonego Drzewa. Zasady oceny zostały zaakceptowane przez organizację certyfikującą SGS. **Zielony Katalog** to osobna broszura tylko z produktami, które zostały ocenione jako ekologiczne. Jego podstawowym celem jest promowanie „zielonych” produktów wśród klientów.



Podczas **Zielonego Tygodnia** pracownicy **Polpharmy** otrzymują praktyczne wskazówki, jak postępować ekologicznie. Dni podzielone są tematycznie, np.: jak nie marnować żywności, jakich błędów nie popełniać podczas zakupów, jazda na rowerze i zdrowy styl życia, problem smogu i niskiej emisji, recykling tworzyw sztucznych. Zielony tydzień kończy się Dniem Otwartym obchodzonym w ramach Dnia Ziemi. Polpharma zaprasza do firmy społeczność lokalną i rodzinny pracowników. Jednym z punktów programu jest akcja Drzewko za makulaturę. Projekt był poświęcony edukacji na

temat zanieczyszczenia powietrza, ze szczególnym uwzględnieniem „niskiej emisji”. To ona jest jednym z głównych źródeł smogu, a jednocześnie to jej najłatwiej zapobiec. Potrzebna jest świadomość, edukacja i odpowiednia motywacja. Program skupiał się na komunikacji skierowanej do rodzin przez budowanie zdrowych nawyków u przyszłych pokoleń. Realizowany był program edukacyjny dla szkół podstawowych oraz konkurs dla lokalnych społeczności. Poprzez tę akcję Spółka prowadzi autorską kampanię edukacyjną, która polega na wspieraniu społeczności lokalnych i organizacji pozarządowych w projektach służących poprawie jakości powietrza. W 2018 r. w programie wzięło udział ponad 170 gmin i prawie 1000 szkół.



Projekt **Powietrze bez śmieci** był poświęcony edukacji na temat zanieczyszczenia powietrza, ze szczególnym uwzględnieniem „niskiej emisji”. Przedsięwzięcie **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** skupiało się na komunikacji skierowanej do rodzin przez budowanie zdrowych nawyków u przyszłych pokoleń. Realizowany był też program edukacyjny dla szkół podstawowych, zorganizowano również konkurs dla lokalnych społeczności. W 2018 roku w projekcie wzięło udział ponad 170 gmin i prawie 1 tys. szkół.



„**Bambini Litera – dzieci piszą**” to pierwsza na polskim rynku nieruchomości kampania społeczno-edukacyjna skierowana do dzieci poniżej 12 roku życia promująca ekologiczne zachowania. W 2018 roku nadstane komiksy, opowiadania i wiersze zredagowane przez dzieci **Skanska w Polsce** zebrała w książce „Eko-miasta przyszłości”.



Projekt „**Z głową – pozbadź się wszystkiego, co nie jest Ci potrzebne**” uczy jak mądrze można pozbyć się niepotrzebnych rzeczy zgodnie z koncepcją 5R (Refuse/Reduce/ Reuse/ Repurpose/Recycle). **Studio 102**, aby przybliżyć tę ideę, stworzył wirtualny „Dom z głową” oraz kampanie tematyczne „Opakowania z głową” oraz „Baterie z głową”.



Program **Oddychaj Powietrzem** został powołany w odpowiedzi na problem niskiej emisji i związanego z nią smogu. Celem **TAURON Polska Energia** jest edukacja na temat przyczyn powstawania tego zjawiska, metod zapobiegania oraz skłonienie odbiorców do zwrócenia uwagi na skutki niskiej emisji oraz znaczenia ekologicznych form ogrzewania domu dla czystego powietrza. W ramach projektu stworzono internetową bazę wiedzy dotycząca smogu, która



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

SRODOWISKO

zawiera też informacje na temat ekologicznych form ogrzewania.



Program „**Z Kujawskim pomagamy pszczołom**” powstał w 2011 roku. Jego celem jest budowanie świadomości na temat roli pszczół w przyrodzie oraz prowadzenie realnych działań służących poprawie jakości ich życia. Z inicjatywy **ZT „Kruszwica”** w ciągu trzech ostatnich lat udało się utworzyć blisko 70 tys. miejsc, w których owady znalazły pożywienie. Do programu dołączyło już 212 gmin z całej Polski podpisując Manifest Gmin Przyjaznych Pszczołom. Działania kierowane są też m.in. do szkół, organizacji pozarządowych, centrów ogrodniczych i pracowników.



EKOBIURO

W 2012 roku **Allegro** świadomie wybrało na swoją główną siedzibę budynek, który jest w pełni dostosowany do działalności proekologicznej. W obiekcie tym są zbiorniki na **wodę deszczową**, która wykorzystywana jest do podlewania zieleni, a także w toaletach. Firma planuje kontynuować działania.



W **Allegro** dokumenty pakowane są do **koperty wielokrotnego użytku**. Przesyłka jest odbierana w danej lokalizacji, a koperta trafia ponownie do użytku. Zamiana kupowanych białych kopert jednorazowych na koperty wielorazowe to oddolna inicjatywa ekologiczna pracowników. Jedna koperta jest używana 30 razy, bo na tyle jest przygotowana.



ING Bank Śląski wymienił perlatory w bateriach łazienkowych w budynkach centrali w Warszawie i Katowicach. Zmiana perlatorów o przepustowości 5 l/minutę na perlatory o przepustowości 1,7 l/minutę spowodowała zmniejszenie zużycia wody w łazienkach i oszczędność około 60% na tych powierzchniach. Zarówno w budynkach centrali, jak i w sieci oddziałów detalicznych (podczas modernizacji bądź zastąpienia uszkodzonych albo zużytych elementów) armatura łazienkowa będzie wymieniana na bardziej efektywną.



ING Bank Śląski zamontował wokół budynków biurowych **oświetlenie solarne parkingów** – energooszczędne słupki oświetleniowe LED. Nowoczesne słupki LED zastąpiły 58 tradycyjnych. Dzięki zmianie oświetlenia zużycie energii obniżone zostało o 75%. Teraz godzina oświetlenia, które generują wszystkie nowe lampy, kosztuje 45 gr.



Ekobiuro GWD Concept tworzone było zgodnie z zasadami „No waste” (wykorzystano rzeczy z poprzedniego biura, oraz materiały z odzysku i recyklingu). Wykorzystanie było pełne, a to, czego nie udało się spożytkować przy tym projekcie, przekazano m.in. na cele charytatywne. Do przykładów rozwiązań należą: zamontowanie starych drzwi w recepcji biura, lampy z bębnow od pralki, a także wielkie puszki odnowione i pomalowane w kolorach CMYK jako lampy w kuchni.



W **KPMG** zrealizowano praktykę **Eco KPMG**. Przez miesiąc wprowadzane były kolejne rozwiązania ekologiczne w firmie, czyli ograniczenie drukowania, segregacja odpadów, rezygnacja z jednorazowych kubków, oszczędzanie energii i wody oraz zbiórki elektroodpadów. Planowane jest wprowadzanie kolejnych rozwiązań proekologicznych w biurze.



Z **własnym kubkiem** to inicjatywa skierowana do wszystkich pracowników firmy **Castorama Polska**. Myślą przewodnią przedsięwzięcia jest zredukowanie liczby zużywanych jednorazowych kubków papierowych, dzięki modyfikacji automatów wydających gotowe napoje. Pod koniec 2018 roku uruchomiono funkcję, która umożliwia pracownikom zamówienie kawy lub herbaty we własnym kubku. Firma postawiła na kampanię edukacyjną potoczoną z mailingiem i posterami. Inspiracją były działania Stowarzyszenia Zero Waste. Firma planuje całkowite wykluczenie jednorazowych kubków.



Firma **DB Schenker** w ramach praktyki **Plastik pod kontrolą** postanowiła wyeliminować plastikowe butelki w swoich lokalizacjach i wprowadzić w miejscach pracy dystrybutory na wodę zintegrowane z lokalną siecią wodociągową. Rozwiązania funkcjonują w czterech lokalizacjach DB Schenker i będą wdrażane w kolejnych miejscach pracy operatora logistycznego.

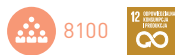


W mikotajki 2018 roku firma **Canon Polska** rozpoczęła praktykę **„Nie dla plastiku”** – zrezygnowała z plastikowych butelek na wodę na rzecz wielorazowej butelki szklanej. Każdy pracownik Canon otrzymał szklaną butelkę na wodę do użytku w biurze. We wszystkich kuchniach zaś są specjalne dystrybutory na wodę, które działają na bazie systemu filtrującego wykorzystującego technologię odwróconej osmozy.



W Centrum Szkoleniowo-Konferencyjnym **ING Banku Śląskiego** zrezygnowano z wody w plastikowych butelkach w ramach praktyki **Mniej plastiku wokół nas**. Zamiast tego oferowana jest woda w dużych szklanych sześciolitrowych pojemnikach; uzupełniania jest na bieżąco w miarę potrzeb. Woda jest filtrowana za pomocą węglowych filtrów

umieszczonych w kranie. Dzięki tej zmianie zużywane jest miesięcznie o 2330 butelek plastikowych mniej (roczna liczba to 27 960 sztuk). Planowane jest rozszerzenie praktyki o kolejne miejsca i jednostki organizacyjne w banku.



Orange Polska na koniec 2018 roku przeprowadził wśród pracowników kampanię informacyjną **Uwalniamy wodę z butelek**, podczas której mówiono o powodach podjęcia od 2019 roku decyzji o wstrzymaniu zakupów wody w butelkach plastikowych z przeznaczeniem na organizację spotkań w biurach. Zwracano uwagę na wypracowanie nowych nawyków i sposobu organizacji spotkań. Kampania wpisała się w zmiany, które wprowadzono już w niektórych jednostkach z inicjatywy pracowników.



ANG Spółdzielnia prowadzi **proekologiczną politykę marketingową**. Wszystkie materiały są drukowane na papierze w 100% z recyklingu i jest do nich dołączany ekokalkulator, informujący o zaoszczędzonych zasobach i promujący tego typu rozwiązania. Spółdzielcy i eksperci są zachęceni do korzystania na co dzień z takiego papieru w swoich biurach.



Biuro **Carlsberg Polska** posiada certyfikat „Zielone Biuro” i prowadzi działania kształtujące proekologiczne postawy pracowników. Firma wprowadza rozwiązania, ograniczające zużycie wody i energii oraz poprawiające gospodarowanie odpadami. Prowadzony jest stały monitoring obrotu papieru. W salach konferencyjnych znajdują się szklane tablice a pracownicy zobowiązani są do segregacji śmieci. Ograniczono liczbę koszy na śmieci a w biurze dostępna jest zgniatarka PET, skrzynki na butelki zwrotne oraz pojemniki na zużyte baterie i tonery.



Program „e-faktura = wyższa kultura” to projekt **Grupy Raben**, poprzez który firma zachęca klientów do zastępowania papierowych faktur ich elektroniczną wersją. Każda zgoda na e-fakturę to jedno drzewo posadzone w imieniu klienta. Do tej pory, w całej Polsce, Raben posadził prawie 12 000 drzew.



W ramach strategii EKO PRZYSZŁOŚĆ **Lyreco Polska** w szczególności dba o kwestie środowiskowe. **Zielone drukowanie** zmniejsza odcisk środowiskowy i jest jednym

z najważniejszych działań w tym zakresie. W tym celu zakupiono odpowiednie drukarki, ustawiono w nich opcję przejścia w tryb oszczędności energii po krótkim czasie nieaktywności, przeszkolono pracowników z wykorzystania funkcji dwustronnego druku.



Idea **Zielonego Biura w Grupie PGE** polega na rozsądnym korzystaniu z zasobów, takich jak: woda, papier, energia elektryczna oraz ciepła, a także na segregacji odpadów. **PGE Polska Grupa Energetyczna** wiosną zachęca też pracowników do sadzenia lasów. Certyfikaty Zielonego Biura posiadają centrale spółek: PGE Polska Grupa Energetyczna (od 2015 roku), PGE GiEK, PGE Dystrybucja i PGE Energia Odnawialna.



W ramach projektu **Zielone IT** zużyty sprzęt komputerowy jest sprzedawany przez firmę, a pozyskane w ten sposób środki **Polpharma** przeznacza na inicjatywy społeczne i proekologiczne oraz zakup sprzętu komputerowego dla placówek edukacyjnych. Standardem jest druk dwustronny i używanie papieru o obniżonej do 70 g/m² gramaturze. W firmie funkcjonuje elektroniczny obieg dokumentów. W serwerowni stosuje się przez większą część roku chłodzenie z wykorzystaniem powietrza zewnętrznego (freecooling). Drukowanie dwustronne oraz na biało-czarno jako ustawienia preferowane sieciowych drukarek. Drukowanie dokumentów odbywa się dopiero po podejściu do maszyny i zalogowanie kartą, a nieodebrane dokumenty są usuwane z kolejki druku.



EKOBUDOWNICTWO

W nowym **Ekologicznym Terminalu DB Schenker** zastosowano rozwiązania spełniające najwyższe normy pod względem oszczędności energii, redukcji emisji dwutlenku węgla, efektywnej gospodarki wodnej i ciepłej. Dzięki temu do atmosfery trafia ponad 230 ton dwutlenku węgla mniej niż przed modernizacją. Zastosowane zostały m.in. urządzenia grzewczo-wentylacyjne pozwalające na odzysk ciepła, kolektory słoneczne podgrzewające wodę użytkową oraz zbiorniki na deszczówkę.



W ramach praktyki **Mitego mieszkania** firma **Skanska w Polsce** prowadziła akcje informacyjne podnoszące komfort życia mieszkańców osiedli. Na wybranych osiedlach zainstalowano np. czujniki jakości powietrza. Firma zapewnia też systemy umożliwiające efektywne, zdalne zarządzanie



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

ŚRODOWISKO

ogrzewaniem. Przy osiedlu oddano do użytku ścieżkę rowerową, ze wsparciem portalu internetowego opracowano tryb rowerowe po Warszawie. Do folderów dodano informacje o roślinach filtrujących powietrze.



W 2009 roku Skanska stworzyła wewnętrzny system certyfikacji umożliwiającą ocenę tego, w jakim stopniu projekt jest przyjazny środowisku, tzw. Skanska Colour Palette – **Paleta Kolorów Skanska**. Każdy projekt **Skanska w Polsce** jest oceniany w czterech kategoriach: energooszczędności, poziomu emisji gazów cieplarnianych, materiałów użytych do budowy (ich wpływu na środowisko), wytworzonych odpadów i zapotrzebowania na wodę.



Skanska w Polsce – która swoje projekty realizuje w centrach miast, przy głównych arteriach komunikacyjnych – we współpracy z firmą Górażdże Cement stworzyła technologię **zielonego betonu**, który ma za zadanie czynnie walczyć z miejskim smogiem. Zielony beton oczyszcza powietrze ze szkodliwych związków, a także ma właściwości samoczyszczące. Testowy chodnik z zielonego betonu powstał w Warszawie.



Przedsiębiorstwo **Górażdże Cement** opracowało technologię betonu fotokatalitycznego w oparciu o cement TioCem – idea jest zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza poprzez redukcję i usuwanie z atmosfery związków tlenu i dwutlenku azotu. Dla określenia poziomu redukcji stężenia tych związków Instytut Geofizyki Polskiej Akademii Nauk PAN przeprowadził badania, a następnie w Warszawie, przy rondzie Daszyńskiego, wykonano odcinek pilotażowy około 350 m² z betonowych płyt chodnikowych w ramach praktyki **Beton walczy ze smogiem**. W wyniku przeprowadzonych eksperymentów potwierdzono zdolność redukcji stężenia tlenu azotu w obecności promieniowania UV przez ww. próbki do około 70% w zależności od rodzaju i stopnia ich zużycia.



BIM – proces inteligentnego zarządzania informacjami o projekcie pozwala testować potencjalne oddziaływanie na otaczające środowisko we wczesnych etapach projektowania. Wczesna identyfikacja aspektów, ocena i zrozumienie wpływu na różne czynniki środowiska, umożliwiają **Mostostalowi Warszawa** szybkie i efektywne łagodzenie negatywnych skutków, zastosowanie zrównoważonych rozwiązań oraz zmniejszenie kosztów całego procesu.



EKOEFEKTYWNOŚĆ

Firma **Adamed Pharma** uruchomiła instalację do ozonowania, która poprawia parametry jakościowe ścieków z zakładu produkcyjnego w Pabianicach. Efektywność mechanizmu jest mierzona poprzez wykonywanie analiz CHZT w laboratorium ochrony środowiska. Pomiary robione są 1–2 razy w tygodniu, w zależności od potrzeb. Działania w ramach praktyki **Czystsza produkcja** poprawiły jakość odprowadzanych ścieków z zakładu. Planowane jest monitorowanie i kontynuowanie podjętych inicjatyw.



W ramach kampanii **Carlsberg Polska Together Towards ZERO** rozpoczęto w firmie szereg modernizacji, w tym **optymalizację procesów logistycznych**, w wyniku których o 10,5% spadła emisja dwutlenku węgla w Browarze Kasztelan, a o 6% zmniejszono zużycia energii w Browarze Okocim. Z 3,07 kg/hl w 2016 roku do 3,03 kg/hl w 2017 roku spadł poziom emisji dwutlenku węgla dla wszystkich browarów. Wdrożono także Transportation Management System pozwalający na efektywne zarządzanie, planowanie, optymalizowanie i rozliczanie usług transportowych.



MAKRO Polska prowadzi działania z zakresu **zarządzania energią i odpadami** polegające m.in. na recyklingu powstających odpadów. Wprowadzane są plany oszczędności energii elektrycznej, realizowane działania z zakresu podnoszenia świadomości użytkowników w zakresie korzystania z urządzeń elektrycznych i grzewczych poprzez korespondencje mailowe oraz przyklejanie naklejek z wymienionymi dobrymi praktykami w pomieszczeniach biurowych. Firma prowadzi także działania w zakresie redukcji emisji dwutlenku węgla.



Zakład produkcyjny **VELUX w Namysłowie (Grupa VELUX i spółki siostrzane w Polsce)** przeprowadził pilotażowy program związany z **wdrożeniem baterii nowej generacji do swoich wózków widłowych**. Efektem tej inwestycji jest m.in. obniżenie emisji gazów cieplarnianych. Po pozytywnych testach podjęto decyzję o systematycznym zastępowaniu zużytych akumulatorów nowymi bateriami XFC we wszystkich wózkach widłowych i elektrycznych wózkach ręcznych.



Planując rozbudowę zakładu produkcyjnego **Wawel**, kierowano się względami środowiskowymi i zdecydowano się na działania w ramach **ekologicznej rozbudowy fabryki**. W nowych budynkach wprowadzono różne instalacje, m.in. kolektory słoneczne, urządzenia do odzysku energii cieplnej z rozprężania kondensatu, z odgazowywacza termicznego oraz ze spalin kotłów parowych.



PGE Polska Grupa Energetyczna podejmuje **proekologiczne inwestycje w PGE Energia Ciepła Oddział Elektrociepłownia w Bydgoszczy**. Są to budowa instalacji odazotowania, a także rozbudowa instalacji odsiarczenia spalin. Instalacja odazotowania spalin doprowadzi do czterokrotnej redukcji tlenu i dwutlenku siarki, z kolei dzięki rozbudowanej instalacji odsiarczenia spalin możliwe będzie dziesięciokrotne obniżenie emisji dwutlenku siarki.



ok. 40000



PGE Polska Grupa Energetyczna realizuje przedsięwzięcie polegające na **likwidacji wysokoemisyjnych źródeł ciepła i zastąpieniu ich indywidualnymi węzłami cieplnymi zasilanymi z systemu ciepłowniczego**. Celem projektu jest likwidacja 13 lokalnych kotłowni, efektywna i niskoemisyjna dystrybucja ciepła w Gorzowie Wielkopolskim, którego realizacja będzie możliwa w wyniku podłączenia odbiorców, zasilanych do tej pory z lokalnych wysokoemisyjnych źródeł ciepła, do sieci ciepłowniczej zasilanej z wysoko-sprawnego źródła kogeneracyjnego.



ok. 40000



Ciepła woda użytkowa to projekt **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**, którego celem jest eliminacja ryzyka zatrucia czadem. Elektrociepłownia Kielce we współpracy z MPEC dofinansowuje część wydatków poniesionych przez odbiorców ciepła na wykonanie instalacji ciepłej wody użytkowej w budynkach mieszkalnych. Z kolei MPEC dostosuje sieć ciepłowniczą i wyposaży węzeł cieplny na potrzeby przygotowania centralnej ciepłej wody użytkowej. Działania mają przyczynić się do zwiększenia bezpieczeństwa mieszkańców.



ok. 40000



Instalacja termicznego przetwarzania z odzyskiem energii zbudowana przez **PGE Polską Grupę Energetyczną** w Rzeszowie to obiekt energetyczny stanowiący uzupełnienie systemu gospodarowania odpadami komunalnymi poprzez odzyskanie z nich energii. Dzięki aparaturze następuje zmniejszenie ilości odpadów oraz ograniczenie wpływu kotłów węglowych na środowisko. Przyczynia się ona także do dywersyfikacji paliw używanych w Elektrociepłowni Rzeszów (odpady komunalne, gaz ziemny i węgiel kamienny) oraz zwiększa ilość energii i ciepła wytwarzanych w jednym procesie (kogeneracja).



ok. 40000



Projekt **kogeneracja** realizowany przez **PGE Polską Grupę Energetyczną** polega na scaleniu obszaru ciepłownictwa, co pociąga za sobą potrzebę wydzielenia oddziałów elektrociepłowni z PGE GiEK i przejście ich przez

PGE EC. Celem jest rozwój sieci dostarczania ciepła systemowego w ramach miejskich sieci ciepłowniczych.



ok. 40000



Siemens przeciwdziała zanieczyszczeniu powietrza.

Sposobem na poprawienie optymalności wytwarzania energii jest wzrost efektywności i dywersyfikacja produkcji oraz wytwarzanie jej bliżej odbiorcy. Odpowiedzią Siemens na te wyzwania jest kogeneracja. Firma rozwija zautomatyzowane systemy magazynowania energii SIESTORAGE, które pozwalają na stabilizację pracy mikrosieci elektroenergetycznych i na lokalne redukcje emisji gazów cieplarnianych.



1100



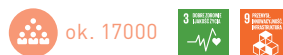
Zielone przystanki – to cztery zielone punkty na mapie Krakowa w postaci mebli miejskich oraz ekologicznych modułów, których głównym motywem są żywe rośliny tworzące naturalną ochronę antysmogową. Pilotażowy projekt realizowany był w ramach porozumienia zawartego pomiędzy Zarządem Infrastruktury Komunalnej i Transportu, Zarządem Zieleni Miejskiej oraz AMS (**Grupa Agora**) – pomysłodawcą rozwiązań. Dodatkowo postawiono 15 słupów solarnych w różnych miastach w Polsce. Nowy nośnik powstał na bazie kilkuletnich testów i doświadczeń.



2893



PKP CARGO wprowadza **odpowiedzialne działania w obszarze ochrony środowiska** – dla spółki strategicznym celem jest prowadzenie bezpiecznego przewozu towarów taborem spełniającym wymogi środowiskowe. PKP CARGO inwestuje zarówno w jego zakup, modernizację, jak też w zaplecze utrzymaniowo-naprawcze i jego wyposażenie przeznaczone do diagnostyki taboru w celu uzyskania wysokich standardów utrzymania i zapewnienia właściwego poziomu ochrony środowiska przed awariami i wypadkami.



ok. 17000



Polpharma współpracuje z Politechniką Gdańską w celu analizy i ograniczenia ilości API (substancji aktywnych z produkcji farmaceutycznej) kierowanych do środowiska wodnego, do rzeki Wierzycy, w ściekach oczyszczonych z zakładowej oczyszczalni ścieków. Rozwiązania polegają na eliminacji lub dezaktywacji ze strumienia ścieków technologicznych substancji chemicznych o negatywnym wpływie na pracę osadu czynnego w zakładowej oczyszczalni. W rezultacie wspólnych działań opracowywane zostały metody poprawy wydajności procesów, dezaktywacji lub eliminacji API w ługach i ściekach produkcyjnych. **Analizy zawartości API** są wytyczną do dodatkowych działań w zakresie poprawy wydajności procesów.



7500



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

ŚRODOWISKO

FROSTA stworzyła **system obliczania śladu węglowego** dla swoich produktów. Wzięto pod uwagę emisję gazów cieplarnianych powstałych podczas całego cyklu życia produktu – od wytworzenia surowców, poprzez proces produkcji, pakowanie, składowanie i transport, aż do zakupu przez konsumenta i przygotowanie. Kalkulacje dla wszystkich produktów opublikowane zostały na stronie internetowej firmy.



Skanska w Polsce wdraża proces pozwalający **zbierać i analizować dane na temat śladu węglowego przedsiębiorstwa**. Po zbadaniu obszarów możliwe będą: oszacowanie efektywności redukcyjnych oraz praca nad wyznaczeniem celów. Corocznie firma raportuje do swojej firmy matki dane dotyczące wykorzystania paliw i energii do prowadzenia procesów produkcyjnych, budowlanych, transportu i obsługi biur przedsiębiorstwa. Raportowane są również ilości i rodzaje materiałów budowlanych stosowanych na poszczególnych inwestycjach.



Evolution System w sklepach Carrefour to system nadzoru zużycia energii elektrycznej. Pozwala m.in. na wskazywanie największych źródeł obciążeń, umożliwia analizę i eliminację nieekonomicznych przekroczeń składowych zużycia energii, które mocno zakłócają pracę systemu krajowego energetyki i powodują niekontrolowaną emisję CO₂ do atmosfery. Zastosowanie systemu pozwoliło na wprowadzanie proekologicznych rozwiązań technicznych w hiper- i supermarketach **Carrefour** w całym kraju.



Proekologiczny system **FCH HVAC** (Free Cooling and Heating System) w **Carrefour** ma na celu zmniejszenie zużycia energii elektrycznej wykorzystywanej przez sklepy Carrefour. Rozwiązanie FCH wykorzystuje temperaturę wód podziemnych do obniżenia lub podwyższenia temperatury powietrza w obiekcie. Pozwala to zoptymalizować zużycie energii nawet o blisko 40 procent. Obecnie system działa w 5 sklepach w Polsce (Sosnowiec, Zamość, Olsztyn, Gdańsk Morena i Warszawa Targówek).



Firma **CCC** wprowadza **ekologiczne rozwiązania infrastrukturalne**, do których należy m.in. budowa ringu energetycznego w Polkowicach. Inwestycja ma obniżyć średnią cenę netto zakupionej energii elektrycznej i usługi związanej z jej dystrybucją. Aby zwiększyć efektywność energetyczną, Centrum Logistyczne w Polkowicach wyposażono w nowoczesny system fotowoltaiki.



Grupa **Fiat Chrysler Automobiles** zobowiązuje każdą spółkę i jej zakłady produkcyjne odpowiedzialność

za środowisko poprzez **politykę ochrony środowiska Fiat Chrysler Automobiles** a zwłaszcza stosowanie substancji i materiałów przyjaznych środowisku, optymalizację wykorzystania zasobów na etapie projektowania wyrobów i procesów, unikanie marnotrawstwa i segregację odpadów.



Leroy Merlin Polska w nowo otwieranych sklepach **przechodzi na oświetlenie LED**. 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.



Celem **Nagrody Zielonego Procesu** jest docenienie działań pracowników, które przyczyniają się do ograniczania negatywnego wpływu **Polpharmy** na środowisko. Inicjatywy są oceniane przez zespół ekspertów z firmy. Nagrodą jest premia finansowa oraz punkty w systemie kafeterijnym. W ciągu 10 lat zgłoszono 129 inicjatyw, a korzyści finansowe płynące z realizowanych pomysłów sięgają ok. 18 mln zł.



Program Oszczędzania Energii polega na edukacji pracowników, realizacji działań technicznych oraz organizacyjnych zmierzających do redukcji zużycia energii w **Polpharmie**. Dzięki zaangażowaniu interdyscyplinarnego zespołu, wypracowano systemowe podejście do optymalizacji zużycia energii. Dzięki działaniom takim jak: modernizacja instalacji centralnego odpylania, optymalizacja pracy wytwórni sprężonego powietrza, optymalizacja pracy kotłowni, w roku 2018 udało się zaoszczędzić około 973 MWh energii elektrycznej oraz 880 GJ energii cieplnej.



Tesco Polska publikuje dane pokazujące **większą transparentność w kwestii marnowania żywności**. Poznanie zjawiska ma pomóc w lepszej identyfikacji jego przyczyn i w dalszym zmniejszaniu jego skali. W Polsce przekazano o 39% więcej nadwyżek żywności do organizacji charytatywnych w porównaniu do poprzedniego roku. Z 4 448 ton niesprzedanych nadwyżek żywności 2 245 ton zostało przekazanych do Banków Żywności, Caritas Polska, lokalnych organizacji charytatywnych, co oznacza, że przekazano 50% nadwyżek nadającej się do spożycia żywności. Do 2020 roku wszystkie sklepy w Europie Środkowej będą oferować nadwyżki potrzebującym.



Z blisko 9 mln ton marnowanej żywności 47% wyrzucanych produktów stanowią owoce, a 35% warzywa. „**Nieidealnie idealne**” to element walki z marnowaniem żywności, które realizuje **Tesco Polska**. W ramach programu do sprze-

daży dopuszczane zostają dobrej jakości produkty w konkurencyjnych cenach, które wcześniej nie spełniały wymagań ze względu na kształt czy wielkość.



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.



Zero emisji dwutlenku węgla to założenie realizowane przez **Volkswagen Motor Polska** w miesiącach letnich.

Emisja CO₂ pochodząca ze źródeł energetycznych zakładu wynosi wtedy 0 kg. Zakład nie zużywa gazu ziemnego ani ciepła technicznego z zewnętrznej ciepłowni, co jest możliwe dzięki zakupowi energii elektrycznej z elektrowni wodnych.



EKOPRODUKT

ALDI wspiera cele kampanii **Detox**, która została zainicjowana przez Greenpeace. Razem z Greenpeace opracowano katalog kryteriów, w którym zdefiniowano wysokie wymagania ekologiczne w obszarze produkcji tekstyliów i obuwia. Poprzez to dobrowolne zobowiązanie firma stawia sobie za cel, by do 2020 roku zrezygnować z określonych chemikaliów przy produkcji tekstyliów i obuwia marki własnej.



ALDI w ramach praktyki **Z natury odpowiedzialni** rozszerza ofertę produktów pochodzących ze zrównoważonych źródeł. Firma przyjmuje polityki zakupowe jak np. międzynarodowa polityka zakupowa kakao, kawy czy herbaty. Marki własne ALDI mają unijne logo produkcji ekologicznej, niektóre z nich posiadają znak Fairtrade, certyfikat UTZ (kawa, kakao). W asortymencie wzrasta liczba produktów rybnych z certyfikatem MSC oraz produktów wegańskich i wegetariańskich oznaczonych etykietą V-Label.

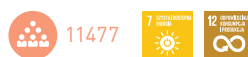


Worldline podejmuje się **ekoprojektowania terminali płatniczych**. Firma monitoruje parametry i rozwiązuje problemy związane z wpływem swoich produktów na środowisko w oparciu o ściśle określone wymogi. Na każdym etapie inżyn-

ierowie biorą pod uwagę takie czynniki, jak zużycie energii oraz stosowanie materiałów nadających się do recyklingu i opakowań przyjaznych dla środowiska. Firma ma na celu zrównoważenie do 2020 roku 100% emisji dwutlenku węgla, którą wywołują terminale płatnicze w całym cyklu ich eksploatacji.



Bank BGŻ BNP Paribas nawiązał współpracę z Innogy Polska, w ramach której **klienci indywidualni mogą zakupić instalację fotowoltaiczną** w systemie ratalnym. Korzystając z oferty, można sfinansować do 100% wartości instalacji fotowoltaicznej od Innogy. Poprzez tę inicjatywę bank chce mieć swój wkład w budowanie niskoemisyjnej gospodarki. Planowany jest rozwój oferty.



Dzięki opatentowanej technice produkcji papieru, **kalendarze Citi Handlowy** powstały z tych części jabłek, które do tej pory nie były w żaden sposób wykorzystywane. Do produkcji surowca, z którego powstaje papier, używane są skórki i gniazdo jabłka. Proces ten podlega ścisłej kontroli jakości, która ma minimalny wpływ na środowisko. Papier jabłkowy w 100% nadaje się do recyklingu, nie zawiera chloru i metali ciężkich. W ramach akcji zostało wyprodukowanych 5,5 tys. kalendarzy.



W ramach praktyki **Eco Aware** realizowanej przez **LPP**, zakupy online marek firmy trafiają do klientów w opakowaniach z kartonu poddanego recyklingowi. Ponadto LPP realizuje pilotażowy projekt zbiórki odzieży, który ma zachęcić klientów do oddawania niepotrzebnych ubrań. Dzięki współpracy z Towarzystwem Pomocy im. Świętego Brata Alberta ubrania otrzymują osoby bezdomne i znajdujące się w trudnej sytuacji życiowej. Wprowadzono też linię ubrań Eco Aware oraz linię premium w 40% wykonaną z ekologicznych materiałów i w zrównoważonym procesie.



Idea Bank, w ramach **promocji proekologicznych narzędzi wśród klientów**, dostarcza rozwiązań, które pozwalają na ograniczanie wpływu na środowisko i zmniejszenie zużycia surowców, należy do nich Chmura Faktur, czyli platforma online, która pozwala na eliminację zużycia papieru. Bankowość elektroniczna natomiast pozwala na ograniczenie dojazdów do oddziałów stacjonarnych banku, zmniejszenie zużycia paliwa i emisji spalin do atmosfery. Z okazji Dnia Ziemi przygotowany został także film edukacyjny dla klientów.



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

ŚRODOWISKO

Zimą 2018 roku **ING Bank Śląski** rozpoczął kampanię **Czy my, Polacy, mamy coś wspólnego? Nie widać, bo to powietrze**, która zachęcała do proaktywnej postawy na rzecz czystego powietrza. Bank do propozycji produktowej wprowadził ofertę finansowania produktów i rozwiązań energooszczędnych, rezygnując z prowizji. ING zorganizowało w Krakowie wystawę Smog Free Tower. Głównym narzędziem kampanii medialnej było wideo z przykładami działań na rzecz czystego powietrza. Platformą komunikacji w internecie była akcja #mojepowietrze.



Jastrzębska Spółka Węglowa wytwarza **kompozytowe paliwo stałe Varmo** – jego produkcja opiera się na zastosowaniu flotokonzentratów oraz lepiszcz będących mieszanką biokomponentową. Paliwo projektowane jest z przeznaczeniem do wykorzystywania w nowoczesnych kotlech z automatycznym podawaniem paliwa, czyli kotlech z podajnikiem ślimakowym lub tłokowym. Inicjatywa ta jest realizowana we współpracy z Instytutem Chemicznej Przeróbki Węgla w Zabrze.



Produkcja **Soli Dębieńskiej** przez **Jastrzębską Spółkę Węglową** realizowana jest poprzez proces odsalania solanek, dostępnych na głębokości nawet 1200 m. Solanki w pierwszej fazie są oczyszczane przez wieloetapową filtrację. Stosowany proces technologiczny pozwala zachować w składzie produktu pożądane mikroelementy i minerały. W wyniku tej metody unika się odprowadzania do rzeki Bierawki wód zasolonych, odpompowanych z rejonów górniczych, przy jednoczesnym otrzymywaniu wysokiej jakości soli warzonej.



Zakład Gospodarki Odpadami Komunalnymi w Balinie (należący do **ENERIS Ochrona Środowiska**) przetwarza odpady komunalne od mieszkańców Związku Międzygminnego „Gospodarka Komunalna” oraz z Miasta Jaworzna, w tym odpady bio. Z pozyskiwanych od mieszkańców i z przestrzeni miejskiej odpadów bio produkuje środek poprawiający właściwości gleby – **Kompost z Balina**. W 2019 roku planowane jest zwiększenie produkcji kompostu i jego szeroka sprzedaż producentom roślinnym.



Operowania funduszami pożyczkowymi na efektywność energetyczną ma zwiększyć efektywności energetyczną w sektorze mieszkaniowym. Finansowane są przedsięwzięcia z zakresu modernizacji energetycznej budynków wielorodzinnych mieszkaniowych wraz z wymianą źródeł ciepła, z możliwością zastosowania odnawialnych źródeł energii. Oferta **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego** kierowana jest do spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych, Towarzystw Budownictwa Społecznego, jednostek samorządu terytorialnego i podległych im podmiotów

(w zakresie budynków komunalnych) zlokalizowanych na terenie województwa małopolskiego.



Grupa Nowy Styl na targi przygotowała **ekogadzet promujący firmę** w tapicerni Zakładu Produkcji Foteli i Krzesel, gdzie powstają niewielkie ścinki tkanin naturalnych i syntetycznych – na co dzień utylizowane. Ze ścinków materiałów, wykorzystywanych do tapicerowania krzesel, sof, siedzisk czy paneli ściennych wybrano najtrwalsze materiały i stworzono **torbę z tkanin tapicerskich**. Wykonano 1 tys. sztuk z dwumiesięcznych zapasów skrawków materiałów.



Grupa Nowy Styl wprowadziła nową **linię krzesłową Xilium** zgodną z wytycznymi gospodarki o obiegu zamkniętym, czyli: produkt wytrzymały, aby mógł służyć przez długi czas użytkownikowi, z łatwo dostępnymi komponentami, łatwym podziałem podzespołów na materiały oraz informacją, jaki procent produktu pochodzi i nadaje się do recyklingu, pełny wykaz materiałów użytych przy produkcji krzesel z tej linii. Nowy proces będzie stosowany do kolejnych wdrożeń Grupy Nowy Styl na rynek projektowy.



Jedną z inicjatyw realizowanych przez sieć **Carrefour** w ramach ochrony bioróżnorodności jest przeciwdziałanie deforestacji poprzez rozszerzenie oferty produktów pochodzących z odpowiedzialnych źródeł. Carrefour rozwija ofertę marki własnej o **produkty ze znakiem certyfikatu FSC®** (Forest Stewardship Council®), który gwarantuje, że dane artykuły zostały wytworzone z materiałów pochodzących z odpowiedzialnie zarządzanych lasów.



Odpowiedzialny połów z Carrefour ma promować sprzedaż ryb certyfikowanych i od lokalnych dostawców oraz wspiera polskich hodowców i rybaków we wdrażaniu praktyk ograniczających wpływ ich działalności na środowisko naturalne. **Carrefour** zwiększa w ofercie wolumen ryb pochodzących ze zrównoważonych potłów oraz hodowli. W 2018 roku sieć poszerzyła ofertę produktów marki własnej z certyfikatem MSC o 3 rodzaje filetów śledziowych Northatlantica. Carrefour wzmacnia współpracę z organizacjami działającymi na rzecz ochrony ekosystemów wodnych.



Produkty „Jakość z Natury Carrefour” opracowane we współpracy z rolnikami, hodowcami i producentami cechują się wysoką jakością, wyjątkową świeżością i smakiem. Ich produkcja charakteryzuje się wykorzystaniem metod zrównoważonego rolnictwa. W 2018 roku **Carrefour** rozszerzył gamę o 4 nowe produkty: pomidory, ogórki, buraki i ser pleśniowy. W polskiej ofercie można znaleźć owoce i warzywa, twaróg,

masto, miód, pyłek kwiatowy, kurczaka z chowu wybiegowego, sok tłoczony z jabłek, pstrąga świeżego i wędzonego.



Pod koniec 2017 roku **Leroy Merlin Polska**, dbając o czystość powietrza, dostosowała asortyment do wymagań uchwał antysmogowych podejmowanych przez samorządy w województwach małopolskim, śląskim i mazowieckim. Wraz z producentami podjęto prace nad zmianą asortymentu kotłów i paliw oraz rozwojem nowoczesnych technologii grzewczych. Ze sprzedaży wycofano kotły grzewcze poniżej klasy 5 na paliwo stałe. Proces zakończył się dnia 1 stycznia 2018 roku.



GOSPODARKA W OBIEGU ZAMKNIĘTYM

W ramach współpracy **Lafarge w Polsce** i PGNiG Termika utworzono **Zakład Separacji Popiołów Siekierki** (ZSPS). Zakład oczyszcza popioły lotne powstające podczas spalania węgla i przekształca je w dwa rodzaje produktów, które wprowadzane są ponownie do obiegu. Inwestycja realizuje założenia gospodarki obiegu zamkniętego. Powstałe w ten sposób ProAsh® i paliwo High Carbon mają zastosowanie w różnych segmentach gospodarki, m.in. w przemyśle i sektorze budowlanym.



Zgodnie z celami programu „Sharing Beauty with All”

L'Oréal Polska zobowiązała się do **redukcji wykorzystania wody** o 60% do 2020 roku w stosunku do 2005 roku. W L'Oréal Warsaw Plant podjęto inwestycje, takie jak: instalacja nowych przepływomierzy, stworzenie mapy wody, procesy mycia z wykorzystaniem pary oraz chłodzenie platform produkcyjnych w obiegu zamkniętym. Każdy nowy proces czy zmiana w fabryce oceniane są pod kątem wpływu na środowisko, w tym pod względem zużycia wody. Dzięki wprowadzonym rozwiązaniom do końca 2018 roku (w odniesieniu do roku 2005) zredukowano zużycie wody wyrażone w litrach na sztukę produktu gotowego o 42%, przy jednoczesnym wzroście produkcji o 250%.



Strategia opakowaniowa Carrefour określa zobowiązania, jakie sieć podejmuje w sprawie redukcji masy opakowań oraz ich optymalizacji. Firma zobowiązuje się poprzez swoje działania do wspierania modelu circular economy, a tym samym promowania opakowań, które są bardziej przyjazne środowisku. Głównymi celami Carrefour Polska są redukcja masy opakowań marki własnej do 2022 roku o 5% w stosun-

ku do 2017 roku, a także wprowadzenie do 2025 roku 100% opakowań marki własnej nadających się do recyklingu lub kompostowania.



W 2018 roku **Henkel Polska** wyznaczył sobie nowe cele wspierające gospodarkę o obiegu zamkniętym: do 2025 roku 100% **opakowań** produktów firmy ma być **przyjaznych środowisku**, czyli zdalnych do recyklingu, ponownego użycia lub kompostowania. Firma chce, aby do 2025 roku plastikowe opakowania produktów oferowanych w Europie były w 35% wytwarzane z plastikowych odpadów. Firma zaczęła w Polsce już wypelniać te zobowiązania: w 2018 na rynek weszła nowa marka kosmetyków, której butelki w 25% wytwarza się z odpadów plastikowych. Także opakowania kleju są w 100% zdalne do recyklingu.



ING Bank Śląski był partnerem strategicznym raportu Deloitte „Zamknięty obieg – otwarte możliwości” na temat **gospodarki obiegu zamkniętego (GOZ)**. Raport zaprezentowano podczas konferencji EEC Green – wydarzenia towarzyszącego COP24 w Katowicach. Celem dokumentu jest spojrzenie na sytuację w Polsce i zidentyfikowanie szans, jakie stwarza gospodarka o obiegu zamkniętym. To pierwsze tego typu opracowanie na polskim rynku, które przedstawia analizę ekonomiczną zjawiska, w tym wskaźniki dotyczące korzyści gospodarczych dla Polski.



ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII

Carrefour wprowadza rozwiązania w celu zmniejszenia zużycia energii elektrycznej wykorzystywanej przez sklepy sieci. Jednym z nich jest **instalacja paneli fotowoltaicznych**. Na początku założono je na dachu hipermarketu w Zgorzelcu. W pierwszym etapie inwestycji zamontowano 86 paneli słonecznych o mocy 22 kWp. W kolejnym etapie zwiększono moc do 49 kWp poprzez dołożenie 90 modułów. Druga instalacja, o mocy 22 kWp, nastąpiła w Łodzi. Po roku funkcjonowania instalacji zamontowanej w Zgorzelcu w pierwszym etapie (czyli 86 paneli) zredukowano emisję dwutlenku węgla o około 16 ton.



Soliński Klaster Energii powołany przez **PGE Polską Grupę Energetyczną** zakłada współpracę pomiędzy osobami cywilnymi i prawnymi, samorządami oraz lokalnymi firmami. Jej celem jest wytwarzanie, równoważenie, dystrybucja i obrót energią z odnawialnych źródeł w ramach jednej,



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

SRODOWISKO

lokalnej sieci dystrybucyjnej. Partnerami Klastra są: PGE Energia Odnawialna, Powiat Leski, Gmina Solina oraz spółka Elbest. Planowane przedsięwzięcie obejmuje m.in. powstanie instalacji fotowoltaicznej.



PGE Polska Grupa Energetyczna w 2018 roku rozpoczęła budowę **laboratorium fotowoltaicznego w Siedlcach**. Celem inwestycji, realizowanej na terenie Przedsiębiorstwa Wodociągów i Kanalizacji, jest przede wszystkim porównanie różnych technologii PV. Laboratorium będzie wyposażone w system monitorowania, gromadzenia danych, analizy, raportowania oraz sterowania pracą. Jego moc wyniesie 100 kW (czas pracy około 1 tys. godzin), co przeloży się na produkcję około 100 MWh, czyli tyle, ile wystarczy, by zaspokoić zapotrzebowanie około 40 gospodarstw domowych.



Bank Ochrony Środowiska poprzez **ogólnopolski projekt aktywnej edukacji ekologicznej „Postaw na Słońce”** promuje Odnawialne Źródła Energii, a w szczególności fotowoltaikę wśród młodzieży szkolnej, a za jej pośrednictwem również wśród dorosłych. Na 200 zorganizowanych do tej pory konferencjach lokalnych pojawiło się ponad 10 tysięcy gości. Dla 1200 domów zaprojektowano schematy instalacji PV. Nakręcono niemal 200 krótkich filmików promujących energię odnawialną. W projekcie wzięło udział 7000 uczniów i nauczycieli.



IKEA Retail od lat angażuje się w walkę ze zmianami klimatu i prowadzi inwestycje w energię odnawialną w ramach projektu **Energia Słoneczna dla Domu**. W Polsce posiada 6 farm wiatrowych, których produkcja energii pokrywa całkowicie zapotrzebowanie grupy w Polsce. W sklepach w Polsce dostępna jest wydajna i przystępna finansowo oferta instalacji fotowoltaicznych.



PROGRAMY PROŚRODOWISKOWE

Międzynarodowa polityka zakupowa dotycząca dobrostanu zwierząt w ALDI obejmuje wszystkie artykuły marki własnej zawierające surowce pochodzenia zwierzęcego. Polityka określa, jakie wymagania stawiane są odnośnie do kształtowania asortymentu ukierunkowanego na dobrostan zwierząt, a także odnośnie do przejrzystości, identyfikowalności, kontroli i audytów. Sieć ALDI w Polsce ogłosiła wycofanie ze sprzedaży jaj z chowu klatkowego, artykułów z prawdziwego futra oraz wełny angorskiej. Jako alternatywę dla artykułów pochodzenia zwierzęcego zaoferowano klientom wegańskie i wegetariańskie artykuły zastępcze.



Polityka zakupowa oleju palmowego w ALDI dotyczy wszystkich artykułów marki własnej, do których produkcji wykorzystywany jest olej palmowy. Celem jest zamiana na olej palmowy w 100% certyfikowany przez RSPO do końca 2018 roku. Firma w ramach członkostwa RSPO wspiera zrównoważone uprawy palm olejowych oraz pomaga wdrażać i rozwijać minimalne standardy RSPO. Tego samego oczekuje od dostawców artykułów zawierających olej palmowy, więc podczas zawierania umowy wymaga zaświadczenia o ich przynależności do RSPO. Firma zobowiązała się do weryfikacji swoich założeń w zakresie zrównoważonego zakupu oleju palmowego oraz formułowania dalszych celów i sposobów działania.



Oferując produkty marki własnej wykonane z drewna lub drewnopochodne, **ALDI** stosuje zasady **Międzynarodowej polityki zakupowej drewna**. Stosuje surowce pochodzące z upraw certyfikowanych w sposób zrównoważony i materiały pochodzące z recyklingu. Dotyczy to też wszystkich opakowań, jak również produktów wykonanych z drewna lub drewnopochodnych, których używa się wewnątrz przedsiębiorstwa (np. papier do kserokopiarki i drukarki, notatniki, papier toaletowy). Firma planuje regularną weryfikację swoich założeń.



Aby wesprzeć rozwój rolnictwa ekologicznego w Polsce, Fundacja powołana przez **Carrefour** przekazała grant na rzecz Społecznego Instytutu Ekologicznego. Środki są przeznaczone na realizację projektu **Go AgriBio**, którego założeniem jest przeprowadzenie pięciu rolników przez pełen proces certyfikacji ekologicznej i pomoc w przejściu ich gospodarstw na rolnictwo ekologiczne poprzez wdrożenie procesu konwersji. Projekt realizowany będzie do połowy 2021 roku. W tym czasie przeprowadzone zostaną działania niezbędne do zakończenia procesu certyfikacji wybranych gospodarstw.



Fundacja powołana przez **Carrefour** zaangażowana jest w projekt **Demokratyzacja bio**, którego celem jest wsparcie rolników ekologicznych w dalszym rozwoju ich gospodarstw poprzez inwestycje, szkolenia i rozwijanie ich potencjału. Projekt koncentruje się na rozwoju produkcji warzyw i różnorodności biologicznej w rolnictwie poprzez zapewnienie gospodarstwom rodzinnym wsparcia niezbędnego do rozwoju i dywersyfikacji produkcji warzyw bio na krajowym rynku. Beneficjentami projektu są rolnicy ekologiczni, którzy ze względu na brak środków finansowych lub wiedzy nie są w stanie rozwijać swoich gospodarstw.



ArcelorMittal Poland włączył się w działania Programu Ograniczania Niskiej Emisji prowadzone przez Urząd Miasta Krakowa. W ramach praktyki **Jutro bez smogu** mieszkańcom Krakowa, którzy zlikwidowali stary piec z dofinansowaniem z magistratu, firma wypłacała 150 zł, a zeżło-

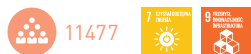
momane piece przetapia na stojaki rowerowe, które trafiają do mieszkańców miasta. Firma ogłosiła także konkurs na projekt stojaka rowerowego. Zwycięski projekt został wdrożony w życie i 100 stojaków zostało zamontowanych przy 20 szkołach. Do końca roku wydano ponad 800 bonusów, a na konkurs napytano prawie 200 projektów.



Bank BGŻ BNP Paribas w ramach partnerstwa z **Global Compact Network Poland** został partnerem kampanii antyśmogowej Pierwsza Doba bez Smogu, która ma na celu zebranie jak najszerszej koalicji osób angażujących się w szerzenie świadomości o problemie smogu i działaniach zaradczych, jakie każdy może podjąć. Kampania powstała na bazie Programu Global Compact Network Poland „SDG11 – Zrównoważone miasta”. Każdy mógł być twórcą i dołożyć swoją filmową cegiełkę, która została umieszczona na dedykowanym profilu na Instagramie i na stronie kampanii.



Bank BGŻ BNP Paribas powołał jednostkę ds. Programów Zrównoważonego Rozwoju. Celem nowej jednostki jest m.in. analiza i opracowywanie programów, które w optymalny sposób wspierają będą inwestycje realizowane przez podmioty z różnych segmentów rynku. Intencją banku jest również tworzenie takich mechanizmów, które, poza funkcjami wspierającymi, będą motywować klientów do realizowania inwestycji z zakresu zrównoważonego rozwoju. Efektywność będzie mierzona poprzez liczenie wdrożonych projektów.



Polityka klimatyczna ALDI Nord zakłada obniżenie emisji gazów cieplarnianych do 2021 roku o 40% względem roku 2015. Polityka przedstawia harmonogram działań, by cel ten został osiągnięty. W 2018 roku ustalono wewnętrzną cenę dwutlenku węgla. Składa się ona z oczekiwanych kosztów zakupu zielonego prądu i możliwej ceny kompensacyjnej za tonę dwutlenku węgla. Koszty te powinny zostać doliczone podczas każdej decyzji dotyczącej inwestycji, która ma wpływ na emisję gazów cieplarnianych Grupy Przedsiębiorstw. Ponadto wprowadzono technologię LED oraz zastępowane są dotychczasowe czynniki chłodnicze nieszkodliwymi dla klimatu alternatywami.



Credit Agricole Bank Polska powołał grupę roboczą ds. polityki środowiskowej, której celem jest wypracowanie spójnej polityki odpowiadającej na rzeczywiste wyzwania i uwzględniającej szczególnie te kwestie, w których wpływ banku jest znaczący. Prace nad polityką pozwolą także zdra-

gnozować podejście do tej tematyki wśród pracowników, dzięki czemu możliwe będzie ewentualne lepsze zaangażowanie ich w działalność prośrodowiskową. W 2019 roku planowane jest przyjęcie polityki.



W 2018 roku **CCC** wdrożyło i opublikowało Strategię Środowiskową „Clean Footprint”, która opisuje podejście firmy do ochrony środowiska, określa cel strategiczny, cele szczegółowe, działania, które będą podejmowane, oraz wskaźniki, które firma zobowiązuje się uzyskać w latach 2019–2021. Strategia jest zgodna z obowiązującą Polityką Środowiskową firmy i opiera się na sześciu filarach; została wdrożona na lata 2019–2021.



McDonald's Polska, w ramach strategii **Scale for Good**, podjął zobowiązania w zakresie ochrony środowiska i klimatu. Plany mają zostać zrealizowane do 2025 i 2030 roku. Obecnie w ponad 90% restauracji w Polsce są kosze umożliwiające segregację odpadów. Opakowania papierowe pochodzą w 100% z certyfikowanych źródeł/materiałów z recyklingu. W przypadku plastikowych elementów opakowaniowych 80% nadaje się do recyklingu. Kolejnym krokiem była wymiana jednorazowych sztućców na zrobione z polipropylenu, który w 100% nadaje się do recyklingu.



Mondelēz International podjął zobowiązanie do ograniczenia liczby opakowań. Koncern dąży do zbierania i poddawania recyklingowi opakowań w ilości odpowiadającej liczbie, którą sprzedaje. Nawiązano współpracę z partnerami, m.in. z The Ocean Conservancy/Trash Free Seas Alliance, Ellen MacArthur Foundation (New Plastics Economy). Obecnie około 70% opakowań papierowych pochodzi z recyklingu. Podejmowane od 2013 roku działania przyczyniły się do redukcji wykorzystania opakowań o 53,3 mln kg.



Cocoa Life to program **Mondelēz International**, którego rezultaty są weryfikowane przez niezależne badania i uzyskały pozytywną opinię wielu międzynarodowych organizacji, m.in. WWF oraz Oxfam. Jego celem jest zapewnienie stabilnego łańcucha dostaw kakao, przy jednoczesnym zabezpieczeniu przyszłości farmerów, ich rodzin i społeczności. Inicjatywa łączy bezpośrednio kupców i farmerów, aby pomóc im w budowie prosperujących przedsiębiorstw poprzez zwiększanie wydajności upraw i dochodów oraz wzmacnianie rozwoju społeczności.



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

ŚRODOWISKO

Harmony to uruchomiony 10 lat temu program zrównoważonego pozyskiwania pszenicy dla **Mondelēz International**. Program ma na celu m.in.: zminimalizowanie wykorzystania pestycydów i nawozów poprzez stosowanie odpornych odmian pszenicy, wykorzystanie systemu płodozmianu oraz dbałość o jakość gleby, a także ograniczenie emisji dwutlenku węgla w szczególności poprzez obniżenie ilości stosowanych nawozów, zachowanie jakości wody i ochronę lokalnej bioróżnorodności. Rolnicy objęci programem na sześciu europejskich rynkach, w tym w Polsce, ograniczają zużycie wody i emisję dwutlenku węgla, a także dbają o jakość gleby.



Zintegrowany System Zarządzania (ZSZ) w PGE GiEK (PGE Polska Grupa Energetyczna) składa się z systemów obejmujących BHP, ochronę środowiska oraz jakość. Systemy dzielone są na dwie grupy. Do grupy pierwszej należą porządkujące i wspierające zarządzanie ryzykiem, ciągłością działania procesów podstawowych i bezpieczeństwem oraz ochroną przetwarzanych informacji. Grupa druga to systemy zarządzania bezpieczeństwem pracy i ochroną zdrowia oraz ochroną środowiska naturalnego. W zakresie ochrony środowiska, na lata 2017–2018, ustalono łącznie 35 zadań.



Displate (**GWD Concept**) wspiera organizację **Trees for the Future**, której celem jest pomoc rodzinom w zwiększeniu dochodu opartego na rolnictwie i pomoc grupom rolników w zasadzeniu upraw drzew. Rośliny te zapewniają stabilne źródło pożywienia, które następnie można sprzedawać. Za zamówienie jednego plakatu Displate sadzone jest 10 drzew. Displate jest partnerem Tanzania projekt od 2016 roku i dzięki uzyskanym środkom posadzone w sumie 7 792 830 drzew. Planowane jest dalsze sadzenie drzew i wspieranie Trees for the Future.



W 2017 roku **Bank BGŻ BNP Paribas** przyjął cel redukcji emisji CO₂ na jednego pracownika o 25% do 2020 roku poprzez dotarcie do globalnego **Programu Redukcji Emisji CO₂**. Bank prowadzi politykę promowania efektywności energetycznej, m.in. poprzez: minimalizowanie zużycia energii, liczby podróży służbowych, wprowadzanie do floty samochodów hybrydowych, projekt przyjaznego środowisku nowego budynku centrali oraz ekoinicjatywy dla pracowników.



W ramach działań **Bank Millennium dla środowiska** monitorowane jest zużycie materiałów biurowych, wody, energii i paliw. Zakup wielu produktów banku możliwy jest bez podpisywania papierowych dokumentów. Dokumenty wewnętrzne przetwarzane są elektronicznie. W biurach zoptymalizowano działanie urządzeń klimatyzacyjnych, wentylacyjnych i grzewczych. Flota banku składa się z aut hybrydowych.

Klienci mogą skorzystać z oferty produktów pro środowiskowych, np. karty kredytowej WWF czy leasingu Eko Energia.



Raport Ekologiczny, publikowany od około dwudziestu lat, stanowi podsumowanie proekologicznej działalności **Banku Ochrony Środowiska** na przestrzeni opisywanego roku, a także obraz najbardziej aktualnych wydarzeń i wyzwania rynku inwestycji w ochronie środowiska w Polsce. W ostatniej edycji podsumowano europejskie i polskie wyzwania związane ze zmianami klimatu i czystością powietrza oraz działalność banku i jego klientów w tym zakresie.



Ochrona bioróżnorodności to jeden z filarów polityki CSR **Carrefour**. W ramach inicjatywy „**STOP Deforestacji**” sieć realizuje działania przekładające się na przeciwdziałanie wylesianiu. Firma jest członkiem RSP0 (Porozumienie dla zrównoważonej produkcji oleju palmowego), propagującego odpowiedzialne zarządzanie uprawą palm oleistych i stosowanie oleju palmowego pochodzącego ze sprawdzonych i certyfikowanych źródeł. Carrefour rozwija też ofertę produktów marki własnej ze znakiem certyfikatu FSC®.



Gospodarowanie odpadami BIO polega na przekazywaniu odpadów organicznych do lokalnych kompostowni, gdzie opuszcza się z nich kompost stosowany do rekultywacji terenów zdegradowanych, do celów rolniczych lub wytwarza się paliwo alternatywne. W projekcie bierze udział kilkadziesiąt sklepów sieci **Carrefour**.



We wszystkich spółkach Grupy Kingfisher, w tym w **Castorama Polska**, obowiązuje wspólna „**Standardowa Polityka dotycząca drewna i papieru**”. Drewno pozyskiwane jest ze źródeł zarządzanych w sposób odpowiedzialny. Polityka obowiązuje do podejmowania określonych działań związanych z zakupami towarów zawierających drewno lub papier.



Coca-Cola HBC Polska wprowadziła **program motywacyjny pracowników w zakresie wyszukiwania potencjalnych strat środowiskowych**, tzw. nearloss. Nearloss to identyfikacja wewnątrz i na zewnątrz pomieszczeń strat, potencjalnych strat lub inne działania mające wpływ na poprawę w obszarze zarządzania środowiskowego. Każdy pracownik ma prawo zgłosić tzw. nearloss. Zgłoszenia są weryfikowane pod kątem ich autentyczności i wagi i przekazywane do realizacji.



Credit Suisse organizuje akcje sprzątanía terenów zielonych we Wrocławiu z udziałem miejskich organizacji w ramach projektu „**Ekologiczni bohaterowie**”. Towarzyszą im programy edukacyjne realizowane wśród pracowników oraz osób zaangażowanych. Od początku projektu zorganizowano blisko 40 akcji sprzątanía miasta, w których uczestniczyło ok. 1600 wolontariuszy. Credit Suisse ograniczył wpływ na środowisko poprzez zastąpienie plastikowych zastaw stotowych ceramiką. Wśród pracowników firm rozdystrybuowało 5000 butelek wielokrotnego użytku.



Celem konkursu przyrodniczego **Quarry Life Award**, organizowanego w Polsce przez **Górażdże Cement** jest popularyzacja wiedzy na temat walorów bioróżnorodności kopalni odkrywkowych oraz podnoszenie standardów ochrony przyrody we współpracy z uczelniami. W edycji 2018 zgłoszono 19 propozycji projektów, spośród których jury wybrało do realizacji 6 a 4 z nich zostały uhonorowane nagrodami o łącznej puli 15 tys. euro.



Kierunek Bałtyk to projekt realizowany przez **Grupę Kapitałową LOTOS** w partnerstwie z Fundacją Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego i Stacją Morską Instytutu Oceanografii Uniwersytetu Gdańskiego w Helu na rzecz czynnej ochrony środowiska i edukacji ekologicznej. Projektowi towarzyszą dwa streamingi live: z helskiego fokarium oraz z gniazda sokołów na terenie rafinerii. Uzupełnieniem projektu jest profil na Facebooku.



ING Bank Śląski kontynuuje działania w ramach projektu **Zielona Energia**. W ramach praktyki podjęto decyzję o zakupie certyfikatów pochodzenia zielonej energii. Przyczyniło się to do uzyskania 100% poziomu zielonej energii w przypadku energii elektrycznej oraz zmniejszenia emisji CO₂.



W ramach wewnątrzfirmowej inicjatywy Pracownicy **Kuehne + Nagel** i ich rodziny wspólnie **sadzą drzewa w Kampinoskim Parku Narodowym**, czemu towarzyszy prelekcja edukacyjna. Firma wspiera też organizację Festynu Ekologicznego, angażuje się w akcję Sprzątanía Świata.



Eko Projekt ma na celu przeprowadzanie różnych inicjatyw mających na celu dbanie o środowisko i zachęcanie pracowników **Pelion** do angażowania się w akcje i zbiórki.



PGE Polska Grupa Energetyczna realizuje program „**Dbamy o ochronę ptaków**”. Szczególną ochroną objęte są bociany, dla których energetycy budują specjalne metalowe platformy. Obecnie na terenie działania PGE Dystrybucja zamontowanych jest 24,2 tys. takich platform. Spółka montuje ostony ochronne na słupach średniego lub niskiego napięcia w miejscach wskazanych przez ornitologów. Dzięki temu śmiertelność ptaków na wybranym obszarze spadła do zera.



Polpharma dzieli się wiedzą z zakresu ochrony środowiska oraz dobrymi praktykami z firmami z całej Polski podczas organizowanego irme **cyklu spotkań „Porozmawiajmy o środowisku”**. W 2018 roku przybliżono temat gospodarki obiegu zamkniętego, walki ze smogiem i wymagań wobec opakowań. Goszczono przedstawicieli m.in. Rekopól, CSR Consulting, Intertek, Remondis, Grupa Lotos, Adamed oraz Centrum UNEP-GRID.



Główną korzyścią **Fotoporządków** jest przyczynienie się do poprawy jakości środowiska. Akcja skierowana do pracowników **Polpharmy** prowadzona jest od roku 2016 z okazji Dnia Sprzątanía Świata. Pracownicy przesyłają zdjęcia zaśmieconych miejsc oraz ich lokalizację a informacja przekazywana jest odpowiednim służbom. W 2018 roku zgłoszono 24 miejsca do posprzątanía. Udało się posprzątać ponad połowę z nich.



W 2009 roku w **Sabre Polska** został utworzony zespół **Eco Team**, który co roku wprowadza nowe pomysły do biura. Co roku prowadzone są warsztaty edukacyjne oraz eventy połączone z benefitami dla pracowników. W 2018 roku pracownicy firmy po raz kolejny uczestniczyli w projekcie Urzędu Miasta Krakowa „Rowerem do pracy”.



SITECH bierze aktywny udział w **Think Blue Factory**, programie koncernu Volkswagen na rzecz zrównoważonego rozwoju. W jego ramach firma zobowiązała się do zmniejszenia do 2018 r. o 25% w stosunku do 2010 r.: zużycia energii, zużycia wody, ilości produkowanych odpadów oraz emisji CO₂ w przeliczeniu na jeden wyprodukowany komponent.



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

SRODOWISKO

Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia

stworzyło kompleks parkowo-parkingowy zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, który został oddany do użytku pracownikom firmy i mieszkańcom miasta. W **Parku Hestii** posadzono prawie 95 tys. sztuk krzewów, bylin, traw i kwiatów oraz ponad 150 wieloletnich drzew liściastych i iglastych. Park jest dostosowany do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.



Działania proekologiczne prowadzone przez Volkswagen Motor Polska

to m.in. transfer know-how, zakup nowoczesnych urządzeń niskoemisyjnych, stosowanie obiegów zamkniętych zamiast, wdrożony i stosowany system zarządzania środowiskiem i energią według norm ISO 14001, ISO 50001, systematyczne kontrole i monitoring działań pod kątem środowiskowym.



Żywiec Zdrój

W ramach programu „Po stronie natury” od 10 lat **Żywiec Zdrój** prowadzi działania na rzecz przyrody, edukując i angażując Polaków w dbanie o środowisko. Do tej pory firma razem z partnerami posadziła ponad 10 milionów drzew, odnowiła 1150 km górskich szlaków i wsparła 133 lokalnych inicjatywy ekologicznych. Motywem przewodnim jubileuszowej edycji był recykling. Wspierając ideę stworzono limitowaną edycję butelek, wykonanych aż w 50% z surowców wtórnych.



Żywiec Zdrój oraz Centrum UNEP/GRID-Warszawa, w ramach projektu „Kwiatne Łąki” wspólnie realizują działania mające na celu ochronę siedlisk przyrodniczych i zasobów wodnych na wybranych terenach powiatu żywieckiego poprzez kontynuację, bądź przywrócenie właściwego użytkowania siedliska.



RECYKLING

Coca-Cola HBC Polska i Coca-Cola Poland Services

w coraz większym stopniu wykorzystują w butelkach rPET (ponownie przetworzonego PET) do 20% składu opakowań. Projekt **RePETa** w prosty sposób informuje mieszkańców gmin o znaczeniu odpowiedniej segregacji odpadów oraz pokazuje „drugie życie” opakowań. W ramach programu zaprojektowano pojemniki na plastikowe odpady, które rozdyskrebowano wśród gmin objętych kampanią. Miesięczny system raportowania umożliwia stałe śledzenie postępów w zbiorce odpadów. Do tej pory zanotowano 15 ton, co oznacza przekroczenie założeń projektu. Partnerem inicjatywy jest Fundacja Nasza Ziemia.



Koalicja 5 Frakcji to międzysektorowa inicjatywa firm i instytucji powstała po to, by kreować innowacyjne rozwiązania w zakresie wspierania segregacji, odzysku i recyklingu odpadów, zwłaszcza opakowaniowych. Jej inicjatorami są **CSR Consulting** i ENERIS Ochrona Środowiska. Koalicja przygotowała pierwszy w Polsce jednolity system piktogramów informujący konsumenta, jak postępować z odpadami opakowaniowymi, oraz materiały edukacyjne promujące oznakowanie i właściwą segregację. Do tej pory zaangażowano w działania 17 podmiotów.



Działaj z imPETem! to projekt realizowany przez firmę Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań.

Jego cel to zwiększenie ilości zbieranych i poddawanych recyklingowi butelek PET. Projekt realizowany był z podmiotami gospodarującymi odpadami w gminach – dofinansowano selektywną zbiórkę, a także prowadzono działania edukacyjne, m.in. dla gmin, NGO, szkół, Straży Miejskiej. Opracowane zostały materiały edukacyjne. W realizacji inicjatywy współpracowały: Coca-Cola HBC Polska, Nestlé Polska Oddział Nestlé Waters, Pepsi-Cola General Bottlers Poland oraz Żywiec Zdrój.



Tesco Polska wprowadza zmiany opakowań marki własnej. Firma zobowiązała się, aby do 2025 roku wszystkie opakowania były w pełni nadające się do recyklingu lub przetworzenia oraz by do 2025 roku całość papieru i tektury pochodziła w 100% ze zrównoważonych źródeł. Obecnie rozpoczęto prace w tym obszarze – jest to opracowanie listy materiałów, które mają być stosowane w opakowaniach produktów marek Tesco.



BOW RE:TIED („Mucha ponownie zawiązana”) VIVE Group

to projekt łączący dwie dziedziny – wysoką modę i recykling używanej odzieży. Nazwa projektu to gra słów: BOW TIE i REcykling. Efektem inicjatywy jest kolekcja unikatowych much, które stworzone zostały z materiałów pochodzących z recyklingu tekstyliów. Trafiają one do ambasadorów na całym świecie, partnerów biznesowych Grupy VIVE i dziennikarzy. i Będą wykorzystywane do akcji charytatywnych i budujących świadomość recyklingu tekstyliów w Polsce i za granicą.



W 2018 roku **Kompania Piwowarska** po raz czwarty umieściła **strefę EKO na festiwalu Pol'and'Rock** w Kostrzynie nad Odrą, w której uczestnicy imprezy mogli wymienić odpady zebrane na terenie festiwalu na festiwalowe gadżety.

W trakcie imprezy do strefy przyniesiono łącznie ponad 9 ton odpadów, z czego 2,5 tony stanowiły wartościowe surowce wtórne. Środki pozyskane z ich sprzedaży przeznaczono na rewitalizację zieleni w Kostrzynie nad Odrą.



PGE Polska Grupa Energetyczna dąży do **zago-**
sponderowania ubocznych produktów spalania (UPS) w PGE
GiEK. Ponowne wykorzystanie odpadów paleniskowych
w różnych sektorach przemysłu eliminuje konieczność prze-
znaczania nowych terenów pod budowę instalacji składowisk
odpadów i infrastruktury towarzyszącej, ogranicza wykorzy-
stanie surowców naturalnych oraz prowadzi do zmniejszenia
uciążliwości składowisk odpadów.



ZERO WASTE

Adamed Pharma – w odpowiedzi na coraz większą liczbę odpadów i ich negatywny wpływ na środowisko naturalne – organizuje działania edukacyjne dla dzieci. W 2018 roku został zorganizowany **konkurs na zabawkę z recyklingu**. Aby wziąć udział w konkursie, należało stworzyć własną zabawkę z recyklingu i przekazać pracę konkursową do Działu BHP, PPOŻ i Ochrony Środowiska. Praca miała być stworzona z materiałów, które mogą zostać poddane recyklingowi. Najciekawsze zgłoszenia zostały nagrodzone oraz umieszczone w kalendarzu na rok 2019. Do konkursu wpłynęło ponad 100 zgłoszeń.



Koncept „Bring Your Own Tumbler” (**Z własnym kubkiem**) powstał z myślą o szerzeniu dobrych praktyk wśród konsumentów. Każdy gość Starbucksa w Polsce (należącego do przedsiębiorstwa **Starbucks/AmRest Coffee**), który zamawia dowolny napój do własnego kubka, otrzymuje zniżkę w wysokości 1 zł. Firma chce w ten sposób docenić ograniczanie zużycia papierowych kubeczków.



Tesco Polska, wraz z partnerami biorącymi udział w procesie przekazywania żywności, pracuje nad rozwiązaniem, które usprawni proces odbierania nadwyżek produktów ze sklepów. **Aplikacja FoodCloud** ma na celu przede wszystkim pomóc zbierać dane z całego procesu przekazywania żywności i ułatwić przekazywanie żywności i przeciwdziałać jej marnotrawstwu. Aplikacja została wdrożona w sklepach Tesco w ramach pilotażowego programu.



Firma **WoshWosh** działa zgodnie z ideą „**zero marnotrawstwa**” i prowadzi działania na rzecz edukowania swoich klientów o ekologicznym życiu, propaguje styl życia związany z nie marnowaniem produktów i ich odnawianiem zamiast wyrzucaniem. Firma stara się działać w formule zero waste, stosować środki biodegradowalne i pochodzenia naturalne-

go w pracy nad renowacją i czyszczeniem obuwia. Dokonała renowacji ponad 20 tysięcy par butów, nadając im „drugie życie” i wpływając na zmniejszenie ilości odpadów generowanych przez gospodarstwa domowe.



Podczas największego w Polsce po II wojnie światowej Złotu ZHP Gdańsk 2018 **Zakład Utylizacyjny**, przy współpracy ze Sztabem oraz Rzecznikiem Prasowym Złotu, przygotował działania skierowane do harcerzy. Podczas samego złotu ZU zorganizował warsztaty upcyklingowe, a na swoim profilu na Facebooku ogłosił konkurs na zaprojektowanie nowatorskiego graficznego wzoru **sprawności harcerskiej „Zero Waste”** wraz z opisem wymagań dla zdobycia takiej sprawności. W konkursie wzięło udział 26 drużyn.



Aby zidentyfikować przyczyny strat jedzenia przedkonsumentycznego (wyrzuconego zanim trafiło na talerz klienta), **IKEA Retail** wprowadziła w restauracjach i bistro w swoich sklepach narzędzie **Food Waste Watcher**. W ramach programu każdy wyrzucany przez pracowników odpad żywnościowy jest rejestrowany. Pracownicy kuchni zobowiązani są niezdatną do sprzedaży żywność zważyć oraz określić jej rodzaj oraz przyczynę jej wyrzucenia. W ciągu 1,5 roku trwania programu udało się zaoszczędzić 18 ton jedzenia, co odpowiada ponad 40 tys. posiłków.



ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT

Spółka **Iron Mountain Polska** realizuje **programy środowiskowe**, uczestnicząc w projekcie zrównoważonej mobilności w miastach. W 2018 roku rozpoczęła wdrażanie elektrycznej floty samochodowej na terenie Warszawy. Wprowadzone rozwiązania w dziedzinie zielonego transportu przyczyniają się do ograniczenia zanieczyszczenia powietrza i redukcji poziomu hałasu.



WSP Polska posiada w warszawskim biurze trzy samochody służbowe, które są do dyspozycji wszystkich pracowników. Jedno z tych aut jest pojazdem hybrydowym, a pozostałe dwa mają zostać wymienione na hybrydy w najbliższych trzech latach, w ramach realizacji praktyki **zielona flota**. Liczba samochodów została ograniczona do niezbędnego minimum. Gdy tylko jest to możliwe, pracownicy w celach służbowych podróżują transportem miejskim lub pociągami.



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

ŚRODOWISKO

W ramach akcji własnych oraz we współpracy z partnerami zewnętrznymi **ING Bank Śląski** prowadzi działania na rzecz **rozwoju elektromobilności**. Wśród zrealizowanych inicjatyw są m.in.: zakup 10 samochodów elektrycznych do floty samochodów służbowych firmy, a także uruchomienie 32 ogólnodostępnych stacji ładowania samochodów elektrycznych (współpraca z firmami Tauron i Innogy). W Katowicach udostępniono mieszkańcom 20 samochodów elektrycznych w ramach carsharingu (współpraca z firmą Tauron).

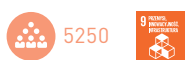


Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice

jest pierwszym lotniskiem w Polsce posiadającym **stację szybkiego ładowania samochodów elektrycznych**, która umożliwia naładowanie standardowego samochodu w ciągu 30 minut. Z infrastruktury mogą korzystać mieszkańcy, turyści i przedsiębiorcy odwiedzający aglomerację krakowską, a także kierowcy podróżujący autostradą A4. Inicjatywa została podjęta dzięki współpracy z podmiotami Grupy Tauron.



Program pilotażowy **PKN ORLEN** zakłada stworzenie **sieci stacji ładowania pojazdów elektrycznych** mający na celu swobodne przemieszczanie się samochodem elektrycznym po Polsce. PKN ORLEN kolejno realizuje etapy tworzenia infrastruktury szybkiego ładowania poprzez rozbudowę mocy przyłączeniowych w wybranych lokalizacjach, zabudowę punktów ładowania na stacjach oraz wdrożenie systemu IT zarządzającego siecią ładowarek. Pierwsza ładowarka na stacji ORLEN została zlokalizowana w Siewierzu. Do końca 2019 roku koncern przewiduje stworzenie 50 punktów.



PGE Polska Grupa Energetyczna

oferuje regionom uzdrowiskowym w Polsce korzystne warunki tworzenia **infrastruktury stacji ładowania samochodów elektrycznych**. PGE Nowa Energia wspiera miejscowości uzdrowiskowe, które dbają o spełnianie kryteriów czystości powietrza i ograniczenie hałasu. Do tej pory zainstalowano stacje ładowania w Krynicy-Zdroju, Łądku-Zdroju, a także w Zakopanem. W Zakopanem planowane jest postawienie pięciu stacji ładowania do końca 2019 roku.



Firma **Interkadra** w ramach praktyki **Akcja komunikacja** zachęca współpracowników do wybrania jako środka transportu z i do pracy – komunikacji publicznej. Efektywność praktyki mierzono przez zgłoszenia podpisanych skanów biletów miesięcznych nadsyłanych przez pracowników na adres mailowy zespołu CSR.



Ze względu na bardzo wysokie zanieczyszczenie powietrza w Krakowie oraz duże natężenie ruchu w mieście zespół Administracji **Banku BGZ BNP Paribas** przygotował dla swoich pracowników z Krakowa aplikację **SINGU Carpooling**, dzięki której pracownicy mogą dojeżdżać do pracy wspólnie. Osobom korzystającym z carpoolingu przyśluguje bezpłatne miejsce parkingowe.



W ramach testu, firma **Leroy Merlin Polska** rozpoczęła współpracę z Traficar, firmą wypożyczającą auta na minuty. Pierwszym etapem współpracy jest test usługi w wybranych lokalizacjach – LM Wołomin, LM Warszawa Gigamarket oraz LM Rumia. W każdej z tych lokalizacji wyznaczone zostały specjalne miejsca parkingowe przed sklepem – dla aut osobowych i dostawczych. **Udostępnienie usługi carsharingowej dla klientów** ma na celu zmniejszenie ilości spalin, hałasu i ograniczenie korków miejskich.



Allegro udostępniło pięć zadaszonych wiat rowerowych

wraz z prysznicami w głównej siedzibie firmy. W pozostałych lokalizacjach do dyspozycji są stojaki rowerowe przed budynkami i/lub na zadaszonych parkingach samochodowych. Firma w ten sposób wspiera ekologiczne i prozdrowotne postawy wśród pracowników oraz inicjuje działania ułatwiające korzystanie z przyjaznych środowisku metod i środków transportu



Program **Rower zamiast auta** jest wspólnym przedsięwzięciem **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeniowego ERGO Hestia** oraz firmy KROSS i pozwala klientowi lub poszkodowanemu na czas naprawy auta dokonać wyboru pomiędzy autem zastępczym przewidzianym przez warsztat a rowerem KROSS lub Le Grand, który klient/poszkodowany może zatrzymać na zawsze. Program jest następstwem działań wpisujących się w filozofię zrównoważonego rozwoju, podejmowanych przez ERGO Hestię.



W kwietniu 2018 roku, by zachęcić swoich pracowników do wybierania roweru jako codziennego środka transportu do pracy, **mBank** zorganizował w Warszawie i Łodzi **wydarzenia rowerowe w Przystanku mBank**. Wzięto w nich udział około 120 osób. Do firmy zaproszona została Straż Miejska. Chętni mogli oznakować swój rower poprzez wygrawerowanie na nim numeru i przyklejenie specjalnej naklejki umożliwiającej identyfikację roweru. Pracownicy mogli skorzystać z usług mobilnego serwisu rowerowego. Odbyły się także prelekcje dotyczące bezpieczeństwa rowerzysty.



Nakręć się na rower to akcja skierowana do pracowników firmy **Urtica** w pięciu oddziałach w Polsce. Jej celem jest zachęcenie do wyboru roweru na codzienne dojazdy do pracy oraz promocja zdrowego stylu życia i przyjaznych środowisku form transportu. W ramach praktyki każdy pracownik w określonym terminie zbierał za przejazd rowerem pieczętkę. Liczba zbieranych pieczętek dawała możliwość zdobycia voucherów upominkowych do sklepu sportowego. W ramach wprowadzonej inicjatywy 23 osoby dojeżdżały regularnie do pracy rowerem.



Konkurs **Rowerem do pracy** realizowany przez **Zakład Utylizacyjny** trwał w Gdańsku od kwietnia do października 2018 roku. Za każdy przyjazd rowerem do pracy, odnotowany w karcie uczestnika, pracownik otrzymywał punkt. Za punkty przyznawano nagrody. W ciągu trwania konkursu odnotowano 2376 przyjazdów do pracy, wydano 609 bonów żywieniowych, przyznano 100 premii miesięcznych, przyznano 35 karnetów miesięcznych i 23 karnety trzymiesięczne OK System.



Podstawowym celem kampanii **Kręć kilometry po technologii** jest wykręcenie przez mieszkańców poszczególnych miast jak największej liczby kilometrów. Fundacja All For Planet, powołana przez **Allegro**, działaniem promuje zrównoważony transport i zdrowy styl życia oraz wpływa na zmianę infrastruktury.



Bank BGŻ BNP Paribas do floty samochodowej wprowadził auta hybrydowe w miastach, w których najczęściej występuje zjawisko smogu. Łącznie, pracownicy banku dysponują już ponad 60 samochodami hybrydowymi. Bank prowadzi szereg działań w ramach programu **Ekoflota**, np. promocję car-sharing czy umożliwienie pracownikom testowanie samochodów hybrydowych przez dwa miesiące.



Dla wszystkich pracowników **Capgemini Polska** działa **platforma wspólnych dojazdów do pracy**. Przejazdy mogą być jednorazowe lub cykliczne. Najaktywniejsi użytkownicy mogą wygrać tzw. Zielone Miejsce Parkingowe.



Dzień bez Samochodu, regularnie organizowany podczas Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu przez **Coca-Cola HBC Polska**, wspiera ekologiczne posta-

wy pracowników i zachęca do zmiany nawyków na bardziej zrównoważone. Podczas tego dnia kierowcy zachęceni są do rezygnacji z użytkowania samochodów przez dobę. W zamian promuje korzystanie z komunikacji miejskiej, roweru czy carpooling.



W ramach **Bike Good@Cognifide** corocznie organizowane są akcje rowerowe, pokazujące korzyści z wyboru roweru. W 2018 roku pracownicy **Cognifide Polska** wspólnie pokonali okrążenia wokół Toru Poznań, promując ekologiczny i zrównoważony transport. Akcja polegała na przejechaniu jak największej liczby kilometrów w ciągu 60 minut. Za każdy kilometr Cognifide przekazuje określoną kwotę na wybrany wcześniej cel charytatywny. W sumie wpłacono kwota wyniosła niemal 6000 zł.



Pracownicy **Farm Frites** za każdy przejazd rowerem otrzymują pieczętkę na „karcie rowerzysty”. Każda wypetniona karta bierze udział w losowaniu nagrody głównej - roweru. Dodatkowo, losowane są nagrody miesiąca - wyposażenie roweru. W 2018 roku, w ciągu 3 miesięcy trwania akcji „**Rowerowy zawrót głowy**”, pracownicy łącznie przejechali do pracy 820 razy - o 160 razy więcej niż w roku ubiegłym.



ING Bank Śląski promuje elektromobilność jako przyszłość motoryzacji, dlatego inwestuje w **samochody elektryczne i stacje ładowania**. Flota liczy już 11 samochodów elektrycznych. Uruchomiono też 2 zewnętrzne stacje ładowania w Katowicach i Łodzi oraz 7 wewnętrznych stacji dostępnych w garażach podziemnych.



Kompania Piwowarska we współpracy z firmą SAFETY LOGIC realizuje program „**Świadomy kierowca KP**”, który obejmuje użytkowników służbowych aut osobowych w firmie, w tym członków zarządu. Ich uczestnicy uczą się poprzez wykłady, szkolenia praktyczne i e-learning, jak zapewnić bezpieczeństwo sobie i innym użytkownikom dróg, jak zachować się w czasie wypadku oraz ograniczyć zużycie paliwa i zmniejszyć emisję CO₂. Przeprowadzono ponad 4200 szkoleń, wystaw i spotkań z ekspertami. Praktyka została uhonorowana tytułem Firmy Najbardziej Zaangażowanej przez PZWLP.



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

ŚRODOWISKO

Lyreco Polska angażuje kierowników Regionalnych Centrów Dystrybucyjnych oraz wszystkich nowozatrudnionych w szkolenia **LyrECO Jazda** z zakresu eko-jazdy.



Polpharma zachęca pracowników do **wspólnych podróży służbowych** w celu efektywnego wykorzystania zasobów oraz zmniejszenia negatywnego wpływu transportu na środowisko. Wystarczy w systemie delegacji BTM, deklarując wyjazd samochodem służbowym, zaznaczyć informację o możliwości zabrania współpasażera jadącego w tym samym kierunku. Szczegółowe ustalenia między współpasażerami odbywają się już we własnym zakresie poza systemem.



Polpharma, zachęcając do korzystania z roweru, włącza się w lokalne obchody **Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Rozwoju** i organizuje bezpłatne techniczne przeglądy rowerowe dla pracowników i mieszkańców miasta we współpracy z Grupą Kolarską Starogard Gdański. Firma przygotowała skrócony Kodeks Drogowy dla rowerzystów, by promować bezpieczeństwo. W 2018 roku w firmie odbył się wykład na temat picia wody z kranu. Pracownicy usłyszeli też o wpływie wody na organizm i o ilościach jakie powinny wypijać osoby czynnie uprawiające sport.



„Wszyscy na rowery” ma motywować pracowników **Polpharmy** do dojazdów rowerem do pracy. W tym celu zbudowano parkingi rowerowe przy stanowiskach pracy, wydano skrócony Kodeks Drogowy, odbywają się szkolenia dla pracowników oraz przeglądy techniczne rowerów. Każdy zarejestrowany przyjazd na rowerze jest nagradzany punktami w Systemie MyBenefit. W 2018 roku firma zorganizowała rowerowy wyjazd do Karlskrony oraz „potop” rowerowy na Bornholmie. W wyjazdach wzięto udział ponad 30 rowerzystów, do pracy rowerem dojechało 770 osób.



Promocja transportu publicznego „Zielone bilety” polega na dopłatach do biletów miesięcznych w postaci punktów. Co miesiąc, każda osoba, która przedstawi kopię imiennego biletu miesięcznego (autobusowy, tramwajowy, kolejowy, trolejbusowy lub na metro), jest nagradzana 20 punktami, które może wymienić na nagrody rzeczowe, bilety do kina lub inne dostępne w systemie kafeteryjnym MyBenefit. W roku 2018 aż 442 pracowników **Polpharmy** skorzystały z dopłat.



W **PwC** promowany jest zrównoważony **transport rowerowy**. Pracownikom udostępniono prysznic, zadaszone i chroniony parking dla rowerów, skrzynkę z narzędziami do drobnych napraw oraz pojemniki na przechowywanie sprzętu i ubrań. Firma edukuje pracowników biorąc udział

w wydarzeniach takich jak Międzynarodowy Dzień bez Samochodu (**Car Free Day**).



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń Ergo Hestia

promujemy **CarSharing** jako **pojazd zastępczy**. Poszkodowanym, którym przysługuje w ramach likwidacji szkody pojazd zastępczy oferowana jest alternatywa w postaci kwot przeznaczonych na korzystanie z hybrydowych pojazdów współdzielonych, oferowanych przez firmę PANEK CarSharing.



Eko Transport w ERGO Hestii to dojazd do pracy rowerem lub grupowe dojazdy jednym samochodem. Pracownicy centrali **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** mogą korzystać z kilkudziesięciu miejsc parkingowych, jeśli w ramach carpoolingu zabierają swoim samochodem do pracy co najmniej jednego pracownika. Otworzono parking dla rowerów wyposażony w szatnie i prysznic a każdy z rowerzystów otrzymuje bezpłatny obiad. Prawie 40% floty stanowią samochody hybrydowe.



Pracownicy firmy **Wawel** mogą za pomocą specjalnej platformy organizować wspólne podróże do i z miejsca pracy. Zgłaszają trasy jako kierowcy lub rezerwują miejsca na odpowiadającej im trasie jako pasażer. W ramach projektu **„Carpooling czyli wspólne przejazdy. Dobra droga w dobrym towarzystwie to udany początek dnia!”** odbyto 15 465 przejazdów, przejechano 502 650 km. Firma zorganizowała cykl szkoleń oraz oferuje comiesięczną nagrodę dla kierowcy przewożącego największą liczbę pasażerów – gwarancję specjalnego miejsca parkingowego.





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

A close-up, low-angle shot of a person riding a bicycle on a brick-paved path. The person is wearing a light blue long-sleeved shirt, tan trousers, and brown leather shoes. The bicycle has a black frame and bright orange wheels. The person's hands are on the black handlebars, and their legs are in motion. The background is a blurred brick path. A semi-transparent orange rectangle is overlaid on the lower right portion of the image, containing the text.

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE



26 praktyk nowych

29 praktyk długoletnich

38 firm

Uczciwe praktyki operacyjne dotyczą etycznego postępowania w relacjach firmy z innymi organizacjami oraz jej partnerami, dostawcami, a także klientami i konkurencją.

W tegorocznej edycji Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” najmniej działań znalazło się właśnie w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych. Zgłoszono 26 nowych praktyk oraz 29 długoletnich (w ubiegłym roku były to odpowiednio praktyki: 23 i 25).

Firmy najczęściej decydują się na działania związane z edukacją rynku. W tej kategorii znalazło się aż 13 nowych praktyk. W Raporcie przeczytamy między innymi o spotkaniach – zazwyczaj cyklicznych, jakie firmy organizują dla przedstawicieli branży, klientów, organizacji i osób zainteresowanych daną tematyką. Wydarzenia te są okazją nie tylko do wysłuchania ekspertów i pogłębienia wiedzy, ale także networkingu, wymiany poglądów i doświadczeń.

Organizacje chętnie angażują się w różnego rodzaju partnerstwa i koalicje, których celem jest wypracowanie wspólnych rozwiązań oraz przygotowanie materiałów edukacyjnych lub tworzenie polskich wersji językowych norm i wytycznych dla biznesu. Opisano także edukacyjny konkurs firmy Stena Recycling podejmujący bardzo ważny i aktualny temat gospodarki o obiegu zamkniętym.

Dziewięć nowych dobrych praktyk dotyczy relacji z dostawcami. Podstawowym działaniem jest tu oczywiście wdrażanie kodeksów regulujących te relacje. Dokumenty odnoszą się do takich zagadnień w firmach, jak etyka, poszanowanie praw człowieka, warunki pracy oraz ochrona środowiska; określają także niedozwolone praktyki biznesowe. Wdrożenie kodeksów często poprzedza dialog z dostawcami firmy. Dobre praktyki w tym zakresie wpisują się w realizację „mało popularnego”, 16. Celu Zrównoważonego


Rozwoju dotyczącego między innymi tworzenia sprawiedliwych instytucji.


Podczas wydarzeń organizowanych z myślą o dostawcach (Dzień Zrównoważonego Rozwoju firmy Coca-Cola HBC Polska, Targi dla Dostawców Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN) organizowane są wykłady, warsztaty i dyskusje, które służą wymianie wiedzy oraz wypracowywaniu pomysłów na nowe inicjatywy firmy.


Ciekawe projekty podjęte w 2018 roku dotyczą relacji z interesariuszami. Aż trzy dobre praktyki zgłosił Bank BGŻ BNP Paribas, który opisał między innymi prowadzony monitoring transakcji i finansowania firm oraz zdecydował się na odejście od finansowania tytoniu. Z kolei Polpharma opublikowała swój pierwszy Raport Przejrzystości.


Cieszy fakt, że oprócz standardowych działań, takich jak tworzenie kodeksów dla dostawców, pojawiają się także nowe przykłady troski o uczciwe praktyki operacyjne.

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

 Liczba zatrudnionych pracowników w 2018 r.

 Małe / średnie przedsiębiorstwo

 Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie

 Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 217

z których ponad 30 przyjęło zaproszenie. Firma planuje kontynuację działań.

 900  

Polski Komitet Normalizacyjny nawiązał współpracę z ekspertami z polskiego rynku: z organizacji branżowych, społecznych, jak i uczelni na rzecz opracowania polskiej wersji normy ISO 20400, dotyczącej zrównoważonych zakupów. Projekt trwał dwa lata. W prace nad **nową normą ISO dostępną w języku polskim** zaangażowało się **CSRInfo**.

 8 

Carrefour, obok doradcy ministra rolnictwa i rozwoju wsi, SGGW w Warszawie oraz Stowarzyszenia EKOŁAN, wszedł w skład grupy inicjatywnej **Koalicji na rzecz Rozwoju Rynku Żywności Bio**. Koncept powstał pod patronatem ministra rolnictwa i rozwoju wsi. Celem Koalicji jest wypracowanie standardów działania, rozwiązań problemów, opracowanie gotowych projektów w zakresie gospodarczym, handlowym, edukacyjnym, społecznym i zdrowotnym, dotyczących rozwoju rynku żywności bio w Polsce oraz upowszechnianie wiedzy z tego zakresu wśród producentów, przetwórców, handlowców i konsumentów.

 14000  

Lafarge w Polsce uczestniczy jako partner biznesowy w projekcie „**Życie z górnictwem**” (MineLife), który stworzy platformę dla intensyfikacji współpracy instytucji nadzorujących górnictwo w obszarze wsparcia. Została zainicjowana wymiana wiedzy pomiędzy instytucjami partnerskimi, która pozwala na zwiększenie kompetencji w dziedzinie procedur administracyjnych, procesów planowania i zakresu nadzoru w obszarze wsparcia, dostępnych technologii oraz procedur w górnictwie odkrywkowym i podziemnym w sąsiednim regionie, jak również w obszarze zarządzania relacjami z interesariuszami.

 14000  

Carrefour zaangażował się w partnerstwo na rzecz wprowadzenia na rynek polski „**Wytycznych OECD dotyczących należytej staranności w zakresie odpowiedzialnych łańcuchów dostaw w sektorze tekstylno-odzieżowym i obuwniczym**”. W inicjatywę włączyli się także polscy producenci odzieży, obuwia i tekstyliów, organizacje branżowe, Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju. Dokument w polskiej wersji językowej zaprezentowano 29 czerwca 2018 roku w Ministerstwie Inwestycji i Rozwoju, podczas konferencji „Odpowiedzialny biznes – Odpowiedzialny rozwój”.

 1400  

W 2018 roku została ogłoszona polska wersja „**Wytycznych OECD** dotyczących należytej staranności w zakresie odpowiedzialnych łańcuchów dostaw w sektorze tekstylno-odzie-

EDUKACJA RYNKU

Po analizie rynku firma **BEST** podjęła decyzję o zorganizowaniu w Trójmieście regularnych spotkań przedstawicieli branży fintech: **Fintech Nights**. Organizowane co dwa miesiące wydarzenia mają stanowić platformę budowania relacji, wymiany wiedzy i doświadczeń między ekspertami tworzącymi innowacje finansowe oraz dostarczać im konkretnych rozwiązań technologicznych lub biznesowych. Pierwsze spotkanie – Fintech Night #1 – zostało zorganizowane w grudniu 2018 roku. Wzięły w nim udział 42 osoby.

 570  

Grupa Agora zainaugurowała projekt edukacyjny **Gazeta.pl LAB** skierowany do branży reklamowej. Jest to cykl spotkań, podczas których klienci reklamowi portalu będą mieli okazję lepiej poznać najnowsze trendy dotyczące treści i reklamy w internecie oraz projekty realizowane przez zespół Gazeta.pl. Pierwsza konferencja w ramach przedsięwzięcia odbyła się w październiku 2018 roku i poświęcona była tematyce jakości w cyfrowym świecie. Eksperti Gazeta.pl opowiedzieli m.in. o tym, jak mierzyć efektywność działań w kontekście content marketingu, programmatic oraz e-commerce.

 2893  

PR-Ranki to projekt warsztatowy **Procontent** dla osób zainteresowanych wiedzą z zakresu public relations, realizowany od 2016 roku. Dotychczas odbyło się 7 spotkań – ostatnie w czerwcu 2018 roku. Na bezpłatne wydarzenia zapraszani są specjaliści ds. marketingu, public relations, sprzedaży oraz CSR. Prezentacje i wystąpienia przygotowują reprezentanci firm z różnych branż. Celem spotkań jest edukacja odbiorców oraz wymiana poglądów i doświadczeń. Ważnym elementem spotkań jest networking.

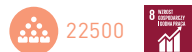
 25  

Zdrowy Dialog – Spotkanie dla Liderów organizacji pacjentów to odpowiedź firmy **Roche Polska** na potrzeby organizacji pacjentek. Celem spotkania w 2018 roku było wsparcie takich organizacji poprzez edukację w zakresie: działania systemu ochrony zdrowia w Polsce, zmian prawnych, najnowszych osiągnięć naukowych, a także prowadzenia efektywnego dialogu z różnymi instytucjami odpowiedzialnymi za ochronę zdrowia. Ostateczny wybór tematów został dokonany na podstawie wyników rozсланej przez Roche ankiety. Udział w szkoleniu zaproponowano kilkudziesięciu organizacjom,

żowym i obuwniczym". Partnerami tłumaczenia zostali m.in. CCC, Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, Vistula i Carrefour. Dzięki uczestnictwu w inicjatywie firma CCC miała wpływ na kształt zapisów oraz właściwe ich rozumienie wśród polskich producentów.



Grupa Eurocash wraz z Polską Izbą Handlu przygotowała ranking „Równi w Biznesie”, w którym ocenie zostaje poddana strategia dystrybucyjna i cenowa największych producentów w Polsce. Projekt ma na celu uświadomienie problemu dyskryminacji kanatu maformatowego przez część producentów branży FMCG, promowanie dobrych praktyk biznesowych oraz wyróżnienie producentów, którzy sprawiedliwie traktują wszystkie kanały sprzedaży. Ranking jest przygotowywany przez analityków Grupy Eurocash w oparciu o posiadane dane agencji badawczej Nielsen za okres 12 miesięcy poprzedzających jego wydanie. Wyniki są rozpowszechniane bezpośrednio wśród producentów, a także poprzez media branżowe i ogólnoinformacyjne.



Celem konkursu **Stena Circular Economy Award – Lider Gospodarki Obiegu Zamkniętego** jest promowanie przedsiębiorstw wdrażających rozwiązania z obszaru GOZ oraz aktywizowanie innych firm i jednostek naukowych do stosowania dobrych praktyk w tym zakresie. Partnerami merytorycznymi konkursu ogłoszonego przez firmę **Stena Recycling** są Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Koalicja na rzecz Gospodarki Obiegu Zamkniętego RECONOMY. Jury ocenia projekty pod kątem obiegu, innowacyjności i efektywności. Wyłonieni przedsiębiorcy w ramach nagrody mogą wybrać z oferty firmy Stena Recycling usługi środowiskowe lub szkoleniowe. Wyróżniony student lub grupa studentów wygrywają notebooki oraz grant w wysokości 10 tys. zł na realizację projektu edukacyjnego z obszaru GOZ.



Firma **TIM** w ramach cyklu „Cały ten rynek...” publikuje w swoim serwisie relacji inwestorskich artykuły o charakterze analitycznym i doradczym. Dotychczas udostępniono ponad 160 tekstów adresowanych do początkujących i doświadczonych inwestorów. Materiały są zamieszczane na portalu www.timsa.pl oraz zapowiadane w rozsyłanym co 2 tygodnie newsletterze firmy. Dziesięć najpopularniejszych artykułów z cyklu „Cały ten rynek...” zanotowało łącznie 5420 odwiedzin w 2018 roku.



W 2018 roku firma **Roto Frank Okucia Budowlane** wdrożyła program edukacyjny **Bezpiecznie z Roto**. Jego celem jest podnoszenie świadomości na temat nowoczesnych rozwiązań przyczyniających się do poprawy bezpieczeństwa w domach i mieszkaniach. Działania kierowano do architektów, producentów stolarki, deweloperów, inwestorów, wykonawców oraz odbiorców indywidualnych. Firma przeprowadziła około 30 szkoleń – zgromadziły one łącznie 312 uczestników. Ekspertki prowadziły prezentacje bezpiecznych rozwiązań podczas Międzynarodowej Konferencji w Mszczonowie (udział 130 osób) oraz podczas Kongresu Stolarki (ponad 250 uczestników).



Istotą konferencji **Nienieodpowiedzialni**, organizowanej przez **ANG Spółdzielnię** od 2013 roku, jest zwrócenie uwagi na wyzwania branży finansowej związane ze zrównoważonym rozwojem, z potrzebą debaty o jej służebnej roli i odpowiedzialności w sprzedaży usług finansowych. Tematem przewodnim w 2018 roku były pytania „Czy zachłanność jest źródłem nieodpowiedzialności? Jak poznać, co jest kłamstwem, a co prawdą?”. W konferencji wzięło udział 430 osób.



ANG Spółdzielnia w ramach projektu **Nienieodpowiedzialni** promuje odpowiedzialną sprzedaż, etykę i zrównoważony rozwój branży finansowej poprzez rozwój portalu www.nienieodpowiedzialni.pl, bezpłatną gazetę-nieregularnik, cyklicznie organizowane konferencje oraz wydaną po raz pierwszy w 2018 roku książkę „Rozmowy o odpowiedzialności”.



Bank Millennium corocznie przygotowuje raport „Indeks Millennium – Potencjał Innowacyjności Regionów”. Publikacja zawiera ranking polskich województw (według ich potencjału innowacyjności oraz uwarunkowań sprzyjających i hamujących rozwój innowacyjności) oraz komentarze eksperckie. „Indeks Millennium” to źródło wiedzy dla władz samorządowych oraz głos w publicznej debacie na temat czynników warunkujących rozwój regionów w Polsce.



Kampania 17 Celów 2018: Nowe Idee to druga odsłona inicjatywy **CSR Consulting**, prowadzonej w szerokim partnerstwie firm i instytucji, która ma zachęcić polski biznes do podjęcia działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju. Podczas Forum Inspiracji w Warszawie oraz cyklu warsztatów Laboratorium 17 Celów wypracowano pomysły na działania firm na rzecz kluczowych Celów w Polsce, które



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

zebrano w „Przewodniku Inspiracji” i ogłoszono podczas konferencji w MPiT.



Annual CSR Outlook 2018 przedstawia liczby i statystyki CSR w Polsce oraz trzy trendy: Etykę, Klimat i SDG. Coroczna, bezpłatna publikacja wydawana przez **CSRinfo** po raz pierwszy przybliżyła wyzwania branży odzieżowej, m.in. gospodarkę cyrkularną, kontrolę w łańcuchu dostaw i kształtowanie modelu biznesowego przez konsumentów.



Celem **Tygodnia Odpowiedzialnego Biznesu** jest inspirowanie firm do wdrożenia praktyk odpowiedzialnego biznesu w swojej działalności. W 2018 roku trasa Tygodnia po raz pierwszy objęła Kraków. Po raz pierwszy też wydarzenie w Poznaniu poświęcono wyłącznie SDG. Organizatorem wydarzeń jest **CSRinfo**, a partnerami byli AmRest, ArcelorMittal Poland, Grupa Kęty, LPP, Grupa LOTOS, Rada Reklamy, Kraków Airport.



Kongres Różnorodności to organizowana od 2013 roku przez **Henkel Polska** i BETTER konferencja tematyczna dotycząca zarządzania różnorodnością. W 2018 roku Kongres Różnorodności wraz z Forum Odpowiedzialnego Biznesu współorganizował konferencję „100 lat praw wyborczych kobiet. Praca, rodzina, rozwój – perspektywa równych szans”. Firma Henkel była partnerem tytularnym konferencji.



Mostostal Warszawa jest aktywnym członkiem-założycielem stowarzyszenia **Porozumienie dla Bezpieczeństwa w Budownictwie**. Porozumienie zawiązane w 2010 roku skupia największych generalnych wykonawców w Polsce, a jego dążeniem jest wyeliminowanie wypadków śmiertelnych na budowach. Dla osiągnięcia tego celu członkowie opracowali szereg projektów wprowadzających systemowe rozwiązania z dziedziny BHP na budowach w całym kraju. Jedną z inicjatyw Porozumienia jest Ogólnopolski Tydzień Bezpieczeństwa. W wydarzeniach organizowanych podczas Tygodnia w 358 jednostkach i na budowach rocznie uczestniczy około 40 tys. pracowników.



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.



Inicjatywa „**Klient na horyzoncie**” umożliwia dialog pomiędzy organizacjami pomocowymi a przedsiębiorstwem energetycznym. Celem projektu **TAURON Polska Energia** jest wypracowanie narzędzi, dzięki którym pracownicy socjalni mogą skutecznie pomagać klientom mającym trudności ze spłatą rachunków za prąd.



Celem szkoleń „**Odpowiedzialna sprzedaż i serwowanie napojów alkoholowych**” jest podniesienie wiedzy i świadomości sprzedawców. **Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy** prowadzi bezpłatne instruktaże dla sprzedawców, barmanów i kelnerów, które organizuje wspólnie z samorządem lokalnym. W latach 2008–2018 przeszkolono ponad 5 tys. sprzedawców.



PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

Celem corocznych obchodów Międzynarodowego **Dnia Przeciwdziałania Korupcji** (9 grudnia) w **T-Mobile Polska** jest podkreślanie istoty zwalczania i zapobiegania korupcji oraz zwiększanie świadomości na ten temat.



RELACJE Z DOSTAWCAMI

Sieć **ALDI** przystąpiła do amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) – Inicjatywy Odpowiedzialności Społecznej Biznesu. Firma angażuje się w tworzenie odpowiedzialnych i bezpiecznych warunków pracy. **Kodeks Postępowania amfori BSCI** stanowi wiążącą część wszelkich stosunków handlowych. Do jego przestrzegania zostali zobowiązani wszyscy dostawcy artykułów marki własnej z grupy asortymentowej non-food oraz food, produkowanych w tzw. krajach ryzyka (zdefiniowanych według BSCI). Zakład produkujący dany artykuł musi posiadać ważny audyt BSCI. Jeśli ocena audytowa świadczy o dużej liczbie uchybień, dla danego zakładu tworzony jest plan działań korygujących.



Allegro wdrożyło **Kodeks postępowania dla dostawców i partnerów biznesowych** – zbiór wytycznych określających minimalny poziom standardów etycznych, których przestrzeganie firma oczekuje od swoich dostawców. Każdy zarejestrowany w bazie dostawca i partner biznesowy przyjął wdrożony Kodeks i dostarczył wymagane dokumenty świadczące o spełnieniu oczekiwań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. W 2018 roku firma zarejestrowała 6 tys. dostawców.



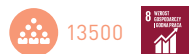
Firma **CCC** wdrożyła **Politykę Zarządzania Substancjami Chemicznymi** wraz z Listą Substancji objętych ograniczeniami (Restricted Substance List), która stanowi część Kodeksu Postępowania Dostawców. Dostawcy są obowiązani do przeprowadzenia testów chemicznych wszystkich materiałów i komponentów wykorzystywanych w produkcji obuwia. Wdrożenie dodatkowych regulacji ma na celu ochronę konsumentów oraz pracowników łańcucha dostaw przed działaniem substancji szkodliwych dla zdrowia.



Firma **Iron Mountain Polska** w ramach **budowania relacji z dostawcami oraz przeciwdziałania nadużyciom** rozpoczęła dialog z dostawcami, którego efektem było wdrożenie Kodeksu Postępowania Dostawcy. Dokument reguluje zagadnienia odpowiedzialności w łańcuchu dostaw, a także systematyzuje zasady oceny dostawców przy wsparciu wdrożonej procedury zakupowej. Wprowadzenie Kodeksu wiąże się ze zobowiązaniem partnerów Iron Mountain Polska do przestrzegania wartości firmy, w tym standardów społecznych, etycznych i środowiskowych.



W 2018 roku firma **Orange Polska** wprowadziła w Polsce **Kodeks dla dostawców**. Dokument został opracowany na poziomie Grupy Orange i dostosowany do regulacji krajowych. Dostawca zobowiązuje się do przestrzegania praw człowieka i unikania angażowania się w jakiegokolwiek przypadki ich naruszenia. Kodeks obejmuje następujące obszary: odpowiedzialność społeczna, odpowiedzialność środowiskowa oraz zabronione praktyki biznesowe.



W relacjach z partnerami biznesowymi **PGE Polska Grupa Energetyczna** stosuje zasady określone w **Kodeksie Postępowania dla Partnerów Biznesowych Spółek GK PGE**. Wymagania te wdrażane są poprzez zapisy w dokumentacjach przetargowych i klauzule w umowach z kontrahentami. Oczekiwania mają formę wymagań w zakresie poszanowania praw człowieka, warunków pracy, ochrony środowiska oraz uczciwego postępowania w prowadzonej działalności.



Carrefour zaoferował swoim dostawcom współpracę w formie **kontraktów farmerskich**. Są to specjalne umowy kooperacji z polskimi rolnikami dotyczące dostawy świeżych warzyw i owoców z lokalnych upraw, przeznaczonych dla sklepów Carrefour. Taka forma umowy zapewnia stałą dostawę produktów do sklepów i wysoką ich jakość oraz stabilność współpracy dla obu stron. Dostawcy otrzymują gwarancję

zbytu i możliwość planowania produkcji. W 2018 roku podpisano pierwsze 7 kontraktów na współpracę.



Dzień Zrównoważonego Rozwoju dla Dostawców Coca-Cola HBC Polska miał na celu zwiększenie świadomości w zakresie odpowiedzialnego biznesu oraz włączenie kluczowych dostawców do rozmów na temat realizacji zobowiązań zrównoważonego rozwoju Coca-Cola HBC. Istotnym elementem dialogu było dzielenie się dobrymi praktykami, planami i strategiami przy jednoczesnym zidentyfikowaniu i uzgodnieniu wspólnych celów oraz inicjatyw w zakresie zrównoważonego rozwoju. Wydarzenie obejmowało część informacyjną dotyczącą strategii Coca-Cola HBC oraz warsztatową, w trakcie której zostały wypracowane wspólne inicjatywy. W kolejnym kroku w ramach zespołów projektowych opracowywano plany realizacji tych inicjatyw. W przedsięwzięciu udział wzięli przedstawiciele 20 kluczowych dostawców oraz pracownicy Coca-Cola HBC.



Targi dla Dostawców PKN ORLEN to spotkania z dostawcami, podczas których PKN ORLEN wystawia na stoiskach wybrane kategorie zakupowe. Targi dają możliwość zapoznania się ze specyfiką i wymaganiami danej kategorii zakupowej oraz wymiany wiedzy i doświadczeń w zakresie nowych produktów i usług, planów rozwojowych i innowacji. Firma pozyskuje także opinie uczestników na temat barier i trudności w relacjach z PKN ORLEN. Targi pełnią także rolę edukacyjną. Przedstawiciele firmy m.in. przedstawiają proces zakupowy, zwracając uwagę na jego ważne elementy oraz prezentują Platformę Zakupową Connect.



ANWIL wdrożył **Kodeks postępowania dla Dostawców**, który stanowi vademecum współpracy na linii: spółka – kontrahenci. Wprowadzenie dokumentu i zobowiązanie partnerów procesów zakupowych do przestrzegania zawartych w nim wytycznych w zakresie standardów społecznych, etycznych, środowiskowych orazładu korporacyjnego daje firmie pewność, że dostawcy przestrzegają obowiązujących w przedsiębiorstwie zasad, a oferenci mają pełną świadomość stawianych wobec nich oczekiwań.



Deklaracja CSR to dokument regulujący zasady współpracy z dostawcami w **Banku BGZ BNP Paribas**. Dokument porusza kwestie odpowiedzialnego procesu wyboru dostawców, ich równego traktowania w kwestiach finansowych oraz promowania tych partnerów, którzy wspierają inicjatywy CSR. Zawiera też omówienie wymagań stawianych



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

dostawcom, którzy poprzez akceptację deklaracji potwierdzają przestrzeganie zasad etycznych, poszanowanie praw człowieka, warunków pracy, niestosowania praktyk dyskryminacyjnych czy wdrażanie działań związanych z ochroną środowiska.



Carrefour, dbając o asortyment sieci sklepów oraz stymulując wzrost przedsiębiorczości na danym terenie i wspierając rozwój społeczności, **współpracuje z lokalnymi dostawcami**, których siedziba mieści się w sąsiedztwie sklepu. Dzięki temu zredukowano odległość, jaką towar pokonuje do sklepu, co korzystnie wpływa na ograniczenie emisji dwutlenku węgla i zanieczyszczeń do atmosfery. Ponadto firma dzieli się z lokalnymi dostawcami know-how w kwestiach dbania o jakość produktów, ekologicznych sposobów transportu, a także ergonomicznych metod produkcji żywności.



Carrefour organizuje cykliczne **szkolenia dla dostawców marki**, przyczyniając się do rozwoju przedsiębiorczości na terenach, gdzie prowadzi swoją działalność. W październiku 2018 roku po raz 10. zorganizowano spotkanie z dostawcami, które miało formułę szkoleniowo-dyskusyjną. Wzięło w nim udział ponad 80 dostawców.



Kampania Autodiagnostyk kierowana jest do dostawców marki własnej **Carrefour** i promuje wśród nich zrównoważony rozwój oraz umożliwi im ocenę własnych działań w tym obszarze. Tematem kampanii w 2018 roku było „Wyzwanie dla dostawców w zakresie innowacji”. Dostawcy zgłaszali swoje innowacyjne rozwiązania CSR w łańcuchach dostaw, w procesie produkcyjnym i produktach. Przedsiębiorcy, których projekty uznano za najlepsze, stawiają na wykorzystanie odpadów w obiegu zamkniętym i zdrowe odżywianie.



Firma **CCC** na podstawie dialogu z dostawcami wypracowała **Kodeks Postępowania Dostawców**, który obejmuje 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 produktów.



W **CEMEX Polska** cyklicznie realizowany jest **Konkurs na najlepszego pod względem BHP podwykonawcę**, którego celem jest wyłonienie oraz nagrodzenie kontrahentów wykonujących pracę na terenie zakładów firmy. Podstawowym

kryterium konkursu jest przestrzeganie przepisów i zasad BHP oraz realizacja inicjatyw w tym obszarze.



Wdrożenie **odpowiedzialnej polityki zakupowej** oznacza, że **Credit Agricole Bank Polska** sprawdza spełnianie odpowiednich kryteriów przez dostawców już na etapie oceny w procesie ich wyboru. Oferenci odpowiadają na pytania z obszarów: organizacja, miejsce pracy, rynek i klienci, społeczeństwo oraz środowisko.



Organizując wydarzenia, zarówno własne, jak i dla klientów, **Go Responsible** angażuje lokalnych dostawców i podmioty ekonomii społecznej. W ramach usługi **odpowiedzialny catering** (Odpowiedzialnycatering.pl) ułatwia firmom komercyjnym wspieranie sektora ekonomii społecznej, a jednocześnie pomaga spółdzielniom socjalnym, stowarzyszeniom i fundacjom w rozwoju. W 2018 roku nawiązano współpracę z Kuchnią Migrującą – to usługi cateringowe, w realizacji których biorą udział migranci mieszkający w Polsce. Większość dań przygotowywanych jest według tradycyjnych, domowych receptur migrantów. Kuchnia Migrująca dba o jakość i pochodzenie produktów, w miarę możliwości korzysta z produktów Sprawiedliwego Handlu, lokalnych i ekologicznych.



Portal „Dla dostawców” stworzony został w trosce o doskonalenie relacji z kontrahentami **Grupy Kapitałowej LOTOS**. Zawiera on informacje i dokumenty adresowane do podmiotów zainteresowanych nawiązaniem współpracy z firmą lub już będących jej kontrahentami.



Henkel Polska, w ramach inicjatywy Together for Sustainability, **wspiera zrównoważone praktyki biznesowe wzdłuż łańcucha dostaw** poprzez przeprowadzanie audytów dostawców, zgodnie ze standardami UN Global Compact. Dostawcy są zobowiązani przejść proces oceny raz na trzy lata. Pozytywna ocena jest respektowana przez wszystkie organizacje zrzeszone w inicjatywie. W Polsce proces oceny ukończyło 31 dostawców firmy.



Lyreco Polska wybiera kontrahentów poprzez przetarg. Każdy dostawca, który chce uczestniczyć w składaniu ofert, musi zobowiązać się do przestrzegania podstawowych zasad **Kodeksu Etycznego dostawców Lyreco** i podpisać oficjalną deklarację. Odmawiający przestrzegania postanowień dokumentu nie mogą uczestniczyć w procesie wyboru.



PwC systematycznie **włącza przedsiębiorców społecznych do grona dostawców**. Taki model firma promuje także zewnętrznie.



Przykładem włączenia przedsiębiorstw społecznych do grona dostawców **PwC** jest stała **współpraca z EKON**, który regularnie odbiera od firmy elektroodpady.



Kodeks dostawcy w prosty i jasny sposób prezentuje standardy, jakich **Skanska w Polsce** oczekuje od swoich podwykonawców, dostawców i kontrahentów. Dokument został zaktualizowany o rozdział dotyczący postępowania z podmiotami objętymi sankcjami międzynarodowymi.

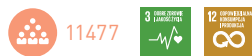


Strona **Supplier Network** pozwala dostawcom **Tesco Polska** dzielić się doświadczeniami i wyzwaniami, jakie niosą za sobą zrównoważona produkcja oraz dostarczanie przystępnych cenowo artykułów wysokiej jakości. Platforma w pięciu językach umożliwia kontakt międzynarodowy.



RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

Bank BGŻ BNP Paribas podjął decyzję o **wyjęciu z finansowania tytoniu**, a zatem o zaprzestaniu oferowania produktów podmiotów, których działalność jest bezpośrednio związana z przemysłem tytoniowym, a także zaprzestaniu świadczenia usług tym podmiotom, finansowania ich oraz inwestowania w nie. W związku z tym polityka społecznej odpowiedzialności biznesu Banku BGŻ BNP Paribas została poszerzona o postanowienia dotyczące sektora wyrobów tytoniowych. Skutkiem podjętej decyzji jest niezawieranie nowych relacji biznesowych oraz terminowe rozwiązanie wszystkich istniejących relacji zawartych pomiędzy bankiem a podmiotami wykluczonymi.



W **Banku BGŻ BNP Paribas** w ramach realizacji **polityk CSR** prowadzony jest **monitoring klientów**. Stale realizowany jest proces monitorowania transakcji oraz finansowania firm pod kątem aspektów społecznych, ekonomicznych i środowiskowych. W tym celu wyodrębnione zostały sektory wrażliwe (energetyczny, węglowy, obronny, leśny, energii atomowej i rolno-spożywczy), w których transakcje są szczególnie rozpatrywane przez zespół ekspertów pod kątem

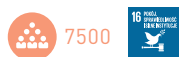
zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju. Wszyscy obecni i potencjalni klienci banku działający w wymienionych branżach są informowani o politykach CSR oraz otrzymują niezbędne wsparcie w celu zrozumienia procesu takiej analizy.



By ułatwić firmom ekspansję na rynki światowe, **Bank BGŻ BNP Paribas** wraz z koalicją partnerów: Bisnode Polska, KUKE S.A. i dziennikiem „Rzeczpospolita” – uruchomił wspólną inicjatywę o nazwie **Program Handlu Zagranicznego**. Jej celem jest wspieranie rodzimych przedsiębiorców w ekspansji zagranicznej poprzez dostarczanie im nowoczesnych narzędzi oraz wiarygodnej i rzetelnej informacji. Program powstał z myślą o korporacjach, które są już eksporterami lub importerami bądź dopiero planują rozpocząć ekspansję zagraniczną. Uczestnicy PZH mają dostęp do wiedzy, know-how i doświadczenia poszczególnych partnerów Programu Handlu Zagranicznego w zakresie poszukiwania nowych rynków zbytu, analiz i raportów dotyczących wybranych branż czy poszukiwania wiarygodnych kontrahentów.



Jako sygnatariusz Kodeksu Medicines for Europe **Polpharma** od 2018 roku publikuje **Raport Przejrzystości**. Ideą tego działania jest transparentne przedstawienie wartości i zakresu współpracy Grupy Polpharma ze środowiskiem medycznym. W dokumencie zamieszczone zostały informacje na temat wydatków dotyczących współpracy z przedstawicielami zawodów medycznych, organizacjami ochrony zdrowia i organizacjami zrzeszającymi pacjentów. Raport sporządzono także dla przedstawicielstw Polpharmy mających swą siedzibę na terenie Unii Europejskiej. Informuje on o współpracy podmiotów z Grupy Polpharma w zakresie wynagrodzeń dla przedstawicieli zawodów medycznych, wsparcia ich udziału w wydarzeniach edukacyjnych, a także wynagrodzeń lub wsparcia na rzecz organizacji ochrony zdrowia i organizacji pacjentów. Każda notka o wsparciu przedstawicieli zawodów medycznych jest poprzedzona zgodą danej osoby na publikację. Pozostałe informacje opublikowane zostały w formie zagregowanej.



Akademia Umiejętności Eurocash to kompleksowy program edukacyjno-szkoleniowy wspierający polskie niezależne sklepy zrzeszone w sieciach franczyzowych i partnerskich **Grupy Eurocash**. Właściciele i pracownicy sklepów korzystają z platformy e-learningowej, warsztatów i konferencji oraz studiów podyplomowych w Szkole Głównej Handlowej. W 2018 roku Akademia uzyskała certyfikat ISO za wysoką jakość oferty edukacyjnej. Od 2010 roku z AUE skorzystało ponad 62 tys. osób (w tym ponad 20 tys. w 2018 roku).



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

A close-up photograph of a hand with black nail polish pouring a thick, golden-brown syrup from a glass pitcher onto a stack of pancakes on a white plate. The syrup is being poured from the right side of the frame, creating a thin stream that pools on the pancakes. The background is blurred, showing another hand and a wooden table. The text 'ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE' is overlaid in white, bold, sans-serif font on a semi-transparent orange rectangular background in the upper right quadrant.

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE



1 KONEC ZUBOŻSTWEM



3 DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA



4 DOBRA JAKOŚĆ EDUKACJI



5 RÓWNOŚĆ PŁCI



6 CZYSTA WODA I WARUNKI SANITARNE



7 CZYSTA I DOSTĘPNA ENERGIA



8 WZROST GOSPODARCZY I GODNA PRACA



9 PRZEMYSŁ, INNOWACYJNOŚĆ, INFRASTRUKTURA



10 MNIEJ NIERÓWNOŚCI



11 ZRÓWNOWAŻONE MIASTA I SPOŁECZNOŚCI



12 ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA I PRODUKCJA



13 DZIAŁANIA W OBSZARZE KLIMATU



14 ŻYCIE POD WODĄ



15 ŻYCIE NA LĄDZIE



16 POKÓJ, SPRAWIEDLIWOŚĆ I SILNE INSTYTUCJE



17 PARTNERSTWA NA RZECZ CEŁÓW



W obszarze zagadnień konsumenckich w tym roku znalazło się 47 praktyk nowych, zgłoszonych przez

23 organizacje. Liczba ta wzrosła w stosunku do roku poprzedniego, kiedy ukazały się 43 nowe praktyki z 28 firm. Nadesłano również 50 praktyk długoletnich realizowanych przez 29 podmiotów. Obszar konsumencki, podobnie jak w poprzednich latach, wyodrębnia 6 kategorii, są to: dostępność produktów i usług (21 praktyk), edukacja konsumentów (18 praktyk), ułatwienia dla klientów (4 praktyki), odpowiedzialna konsumpcja (2 praktyki), odpowiedzialny marketing (1 praktyka), partycypacja konsumentów (1 praktyka).

Praktyki z zakresu zagadnień konsumenckich w sumie linkują do trzynastu Celów Zrównoważonego Rozwoju. Natomiast najczęściej w praktykach wskazana była realizacja czterech z nich: Celu 3. Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt (11 praktyk); Celu 4. Zapewnić wszystkim edukację wysokiej jakości oraz promować uczenie się przez całe życie (12 praktyk); Celu 11. Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu (13 praktyk) oraz Celu 12. Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji (20 praktyk). Co ciekawe, w ubiegłym roku były to kolejno Cele: 4, 8, 9, 11 i 12.

W poprzednim roku najpopularniejszą kategorią w zagadnieniach konsumenckich były ułatwienia dla klientów, tegorocznymi trendami są dostępność produktów i usług oraz edukacja konsumentów. Firmy podejmują działania mające na celu usunięcie barier zarówno architektonicznych, jak i dostępnościowych w kontekście swoich usług. Kierują je głównie do grup zagrożonych wykluczeniem społecznym oraz klientów z niepełnosprawnościami oraz osób starszych.

W kategorii związanej z edukacją konsumentów dużą rolę odgrywają działania mające podnieść świadomość konsumentów w zakresie certyfikowanych produktów żywnościowych oraz kwestii dotyczących zero waste. W poprzednim roku organizacje zwracały uwagę na uproszczenie niezrozumiałego języka formalnych dokumentów oraz przygotowanie przejrzystych i ujednoliconych szablonów pism urzędowych, tym razem firmy poszły w stronę edukacji finansowej oraz cyberbezpieczeństwa. Kategoria odpowiedzialnej konsumpcji została zdominowana przez praktyki prozdrowotne.

Po raz kolejny w obszarze zagadnień konsumenckich znaczącą rolę odgrywają nowoczesne rozwiązania technologiczne i aplikacje. Ta kategoria zdecydowanie opiera się na innowacji. Niestety, kolejny rok z rzędu znikoma jest liczba praktyk w takich kategoriach, jak odpowiedzialny marketing oraz partycypacja konsumentów. Pozostaje mieć nadzieję, że w następnych latach również te obszary zostaną docenione.

Liczba nadsyłanych praktyk w obrębie zagadnień konsumenckich utrzymuje się na podobnym poziomie w stosunku do poprzednich lat. Nadal jednak znacząco odbiega ona od innych obszarów prezentowanych w Raporcie. Nacisk na ochronę zdrowia i cyberbezpieczeństwo, kreowanie postaw świadomej, zrównoważonej konsumpcji oraz uwzględnianie potrzeb konsumentów szczególnie wrażliwych – to kierunki, które podjął biznes w 2018 roku.

47 praktyk nowych

50 praktyk długoletnich

42 firmy

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE



Liczba zatrudnionych pracowników w 2018 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie



Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 217

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I USŁUG

Carrefour przystąpił do partnerstwa w ramach programu **Dostępność Plus**. Deklaracja partnerstwa została podpisana przez przedstawiciela firmy Carrefour podczas uroczystego spotkania w Ministerstwie Inwestycji i Rozwoju 12 września 2018 roku. Firma od wielu lat realizuje działania na rzecz osób o szczególnych potrzebach, w tym osób z niepełnosprawnościami oraz seniorów. Poprzez podpisanie deklaracji sieć zobowiązuje się do poszerzania swoich działań w tym obszarze oraz do mobilizowania strony rządowej do realizacji założeń programu.



T-Mobile Polska przystąpiło do grona sygnatariuszy Paktu na rzecz **Dostępności plus**. To wspólna deklaracja rządu (Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju), samorządów terytorialnych, szkół i uczelni, przedsiębiorców i organizacji pozarządowych, których sposób działania ma systematycznie poprawiać jakość życia osób z niepełnosprawnościami, celem zintegrowania społeczeństwa i zrównania szans dostępu do przestrzeni publicznej, usług czy produktów. Podpisanie deklaracji to początek prac, dzięki którym, przy użyciu nowoczesnych technologii i współpracy z partnerami, T-Mobile będzie systematycznie poprawiać usługi, obsługę klienta oraz wprowadzać kolejne usprawnienia dla osób z niepełnosprawnościami.



ING Bank Śląski dokonał oceny dostępności do swoich oddziałów w strefie wejścia. Na tej podstawie, w ramach programu **Bank bez barier architektonicznych**, wytypowano 78 oddziałów, gdzie występowała taka bariera na wejściu do placówki: schody wejściowe z progiem powyżej 7 cm lub wysoki próg. Obecnie ponad 80% oddziałów to placówki, gdzie bez problemu mogą dostać się osoby z dysfunkcjami ruchu.



W celu zwiększenia jakości obsługi osób z niepełnosprawnościami, **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** regularnie organizuje bezpłatne szkolenia dla personelu lotniska. Dotychczas przeszkolono łącznie 683 pracowników. W 2018 roku po raz pierwszy odbyło się **szkolenie poświęcone obsłudze osób z niepełnosprawnościami intelektualnymi i autyzmem**. Zajęcia składały się z czterech bloków tematycznych: niepeł-

nosprawni na lotnisku, budowa wózków aktywnych i transportowych, autyzm oraz bariery architektoniczne przy niepełnosprawnościach ruchowych.



PGE Polska Grupa Energetyczna włącza się w kampanie podkreślające konieczność czytania podpisywanych dokumentów po to, aby nie dać się oszukać nieuczciwej konkurencji. W stacjonarnych placówkach obsługi PGE Obrót wprowadzono **lupy powiększające dla osób starszych i niedowidzących**. Poprzez dostępność tego typu narzędzi powiększających spółka ułatwia swobodniejsze zapoznanie się z treścią ofert i prawami konsumenta.



PZU w 2015 roku wprowadził program **Migam** – obsługę klientów w polskim języku migowym w wybranych oddziałach firmy, natomiast w 2017 roku umożliwiono klientom głuchym i niedosłyszącym jednoczesne połączenie wideo przez internet z tłumaczem języka migowego oraz specjalistą PZU. Z konsultantem można połączyć się na stronie internetowej, wymagany jest jedynie komputer lub urządzenie mobilne z kamerą internetową oraz dostęp do internetu.



PZU od 2015 roku we współpracy ze Stowarzyszeniem Pomocy Niepełnosprawnym Kierowcom **SPiNKa** realizuje program kompleksowej pomocy skierowanej do sektora kierowców oraz pasażerów z niepełnosprawnościami korzystających z transportu samochodowego. Celem programu jest poprawa bezpieczeństwa na drogach oraz ograniczenie bariery mobilności osób z niepełnosprawnościami, poprzez umożliwienie im bezpiecznego prowadzenia pojazdów i transportu.



Obserwując zachodzące zmiany społeczno-demograficzne, **Skanska w Polsce** postanowiła zaimplementować rozwiązania znoszące bariery architektoniczne do swoich inwestycji, z których w naturalny sposób korzystają seniorzy, rodziny z dziećmi, aktywni, młodzi ludzie i osoby z niepełnosprawnościami. Dzięki przemyślanym rozwiązaniom osiedle Holm House zyskało **certyfikat dostępności „Obiekt bez barier”** i stało się miejscem przyjaznym do życia dla wszystkich, niezależnie od wieku czy stanu zdrowia. Już w fazie projektowania budynku inżynierowie Skanska współpracowali z audytorami Fundacji Integracja, by stworzyć pierwsze osiedle dostępne w Polsce.



Pamiętając o ogromnych zasługach polskich żołnierzy, sieć kin Helios, należąca do **Grupy Agora**, przystąpiła do programu Fundacji Stratpoints „Weterani są wśród nas – Miejsce Przyjazne Weteranom”. W związku z tą inicjatywą każda osoba posiadająca status weterana może kupić bilet do

dowolnie wybranego kina sieci w cenie biletu ulgowego. Bilety na wszystkie seanse są dostępne w kasach po okazaniu legitymacji weterana.



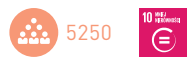
Sieć kin Helios wchodząca w skład **Grupy Agora**, chcąc zaprosić do swoich multiplexów także ukraińskojęzycznych widzów, podjęła decyzję, aby zorganizować seanse **z ukraińskim dubbingiem**. W dniach 18 i 25 listopada oraz 9 i 21 grudnia 2018 roku na ekranach multiplexów Heliosa najnowsze produkcje kinowe wyświetlane były w ukraińskiej wersji językowej. Seanse tych filmów odbyły się we wszystkich 46 kinach sieci.



Grupa Enea bierze aktywny udział w ogólnopolskiej akcji **Karta Dużej Rodziny**. Posiadacze Karty mają możliwość skorzystania z przeznaczonego dla nich produktu „ENERGIA+ Rodzina”. Enea, honorując Kartę Dużej Rodziny, gwarantuje swoim klientom stałą obniżkę ceny energii elektrycznej, która nie ulegnie zmianie przez wszystkie lata trwania umowy. Z oferty mogą skorzystać zarówno nowi klienci, jak i dotychczasowi klienci indywidualni posiadający Kartę Dużej Rodziny, rozliczani w zespołach grup taryfowych G.



Na stacjach **PKN ORLEN** wdrażane są **udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami** i standardy planowania infrastruktury na nowo budowanych obiektach. Aż 1350 stacji posiada już toalety dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością. Na ponad 1 tys. stacji wydzielone są miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnością, a podjazdy są specjalnie dostosowane. We współpracy z Fundacją Integracja opracowany został system szkoleń z obsługi osób z niepełnosprawnością, które przeszli wszyscy sprzedawcy na stacjach paliw ORLEN. W ostatnich latach przeszkolonych zostało ponad 30 tys. pracowników stacji.



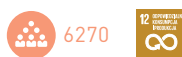
W 2018 roku wszystkie sklepy **ALDI** w Polsce zostały przebudowane według nowego konceptu **ALDI Nord Instore Koncept**. Projekt zakładał modernizację powierzchni sklepowych, stawiając na jaśniejsze przestrzenie i przejrzyste ustawienie towarów oraz liczne udogodnienia, jak np. miniwózki zakupowe dla najmłodszych. Modernizacja pozwoliła poszerzyć ofertę i zwiększyć tym samym ilość świeżych produktów oraz produktów pochodzących ze zrównoważonych źródeł.



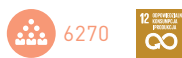
Nowa, wegetariańska wersja klasycznego hot doga dostępna jest od 2018 roku w ofercie restauracji **IKEA Retail**. Składniki roślinne są bardziej zrównoważone niż mięsne, ponieważ ich oddziaływanie na środowisko jest niższe. Przykładowa emisja CO₂/kg podczas produkcji **wege hot doga** jest około siedmiu razy mniejsza niż w przypadku klasycznego hot doga IKEA.



Przy wykorzystaniu technologii typu co-browsing możliwa jest prosta partnerska rozmowa o finansach oraz edukacja klientów. **Infolinia i chat Co-browsing** umożliwia zdalne połączenie z pulpitem klienta (konsultant ma tylko dostęp do okna z uruchomionym serwisem internetowym **Banku Millennium**) i dzięki specjalnemu znacznikowi bezpośrednio wskazuje na ekranie klienta, gdzie należy kliknąć, aby uruchomić daną funkcję czy zrealizować dyspozycję. W przypadku pytań merytorycznych konsultant wyjaśnia prostym językiem zasady używania produktu.



Jeśli klient **Banku Millennium** potrzebuje skontaktować się z infolinią, po zalogowaniu do aplikacji mobilnej może wybrać opcje kontaktu **Tap to call** z bankiem – „Połącz bezpośrednio z Konsultantem”. Takie rozwiązanie umożliwia rozpoczęcie rozmowy z konsultantem bez konieczności wyboru tematu rozmowy czy logowania w automatycznym serwisie (IVR) oraz minimalizuje ryzyko błędów w logowaniu, kiedy klient zapomni login lub hasło. W trakcie połączenia konsultant ma bezpośredni dostęp do danych klienta. Dzięki temu po uproszczonej weryfikacji może udzielić pełnej kompleksowej pomocy oraz przedstawić spersonalizowaną ofertę.



Carrefour dołączył do **partnerów** programu **na rzecz elektromobilności**, którego celem jest wdrożenie na polskim rynku kilkudziesięciu pionierskich technologii dla elektromobilności. Firma udostępnia swoją infrastrukturę offline i online oraz know-how w zakresie współpracy ze start-upami zdobyte m.in. w ramach własnego inkubatora technologicznego C4 Retail Lab. Wsparcie programu pozwoli sieci nie tylko uczestniczyć w tworzeniu innowacji ważnych dla polskiego rynku, ale przede wszystkim rozwinąć produkty i usługi wygodne dla swoich klientów.



Aplikacja mobilna „Wyłączenia” wysyła powiadomienia na urządzenia mobilne (Android, iOS) użytkowników oraz wyświetla informacje o awariach i planowanych wyłączeniach w sieci Enea Operator (**Grupa Enea**) zgodnie z określonymi przez użytkownika adresami. Dodatkowo przedsiębiorstwo cały czas rozwija system powiadamiania klientów o prze-



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

rwach w dostawach energii elektrycznej. Również na stronie internetowej firmy jest wyszukiwarka awarii i planowanych przerw w dostawie energii elektrycznej. Aplikacja zapewnia stały dostęp do informacji oraz obniża koszty i obciąża pracowników Biura Obsługi Klienta i Call Center.



Podczas terenowej akcji informacyjnej **PGE Polska Grupa Energetyczna** promowała zdalne kanały kontaktu, jak eBOK, czyli Elektroniczne Biuro Obsługi Klienta, z którego można korzystać na komputerze albo telefonie, oraz przyjazną środowisku eFakturę. Spółka PGE, rozwijając obszar obsługi opartej na digitalizacji, w utworzonych **mobilnych strefach informacyjnych „Przystanek PGE”** wykorzystywała nowoczesne tablety, dzięki którym klienci mogli na miejscu zawrzeć umowę albo wybrać usługę. Tworzony w ten sposób kompletny dokument powstał bez marnowania papieru. W podziękowaniu za przejście na eFakturę albo wybór eBOK klienci otrzymali sadzonki drzew oraz roślin balkonowych. Mobilne strefy informacyjne w 2018 roku pojawiły się 30 miastach w Polsce.



Ambasadorzy jakości to program mający usprawnić wizyty w Biurach Obsługi Klienta PGE. Zanim klient trafi na stanowisko obsługi, ambasadorzy jakości pomagają mu skompletować dokumenty i udzielają najważniejszych informacji. Podstawowym zadaniem ambasadora jest pomoc w określeniu rodzaju sprawy i podczas wypełniania dokumentów, a także wsparcie osób niepełnosprawnych i starszych. Dzięki projektowi firma gromadzi duży zasób wiedzy na temat oczekiwań klientów w procesie obsługi, co z kolei pomaga **PGE Polskiej Grupie Energetycznej** stale dostosowywać działania do ich potrzeb. Ambasadorzy jakości pracują w 14 najczęściej odwiedzanych przez klientów placówkach.



Taryfa antysmogowa jest jednym z rozwiązań wynikających z wprowadzonej w grudniu 2017 roku Strategii Ciepłownictwa **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**. W ramach taryfy, dla zwiększonego zużycia energii w godzinach nocnych został zastosowany upust cenowy w wysokości 50% stawki za energię elektryczną taryfy podstawowej (G11). W efekcie połączenia zarówno preferencyjnych cen energii w produkcji, jak i stawek dystrybucyjnych, objęta dodatkowo zużyta w nocy kilowatogodzina będzie o ponad 65% tańsza niż w ciągu dnia. Taryfa antysmogowa jest działaniem zmierzającym do poprawy jakości życia mieszkańców.



Wspierając rozwój społeczeństwa obywatelskiego, **Bank BGZ BNP Paribas** stworzył bezpłatny rachunek dla organizacji non profit **Pakiet Społeczny Lider**. Pakiet stworzono z myślą o organizacjach społecznych lub organizacjach użyteczności publicznej, które zajmują się w szczególności

ochroną, pomocą społeczną, akcjami charytatywnymi i edukacją.



Bank Millennium wprowadza udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością w ramach **Bankowości bez barier**. Do wymagań osób z niepełnosprawnościami jest dostosowanych 100% bankomatów i 90% oddziałów banku. Ze strony internetowej dostosowanej do odczytania przez czytniki, wyposażonej w możliwość powiększania tekstu i przystosowanej do czytania w trybie wysokiego kontrastu można skorzystać, posługując się tylko klawiaturą. Za dostosowanie strony do potrzeb użytkowników niewidzących w 2018 bank został zwycięzcą konkursu „Strona Internetowa bez Barier”.



Carrefour w trosce o dobre wybory żywieniowe klientów, oprócz zwiększania liczby produktów z asortymentu zdrowej żywności, wprowadził we wszystkich swoich super- i hipermarketach **Zdrową Półkę Carrefour**, co zwiększa dostępność zdrowych produktów. Zdrowa Półka to już 1500 produktów.



Dzięki współpracy **Carrefour** i MIGAM, każdy hipermarket sieci jest wyposażony w tablety ze słuchawkami z usługą **tłumacza języka migowego**. Tablety są dostępne w punktach obsługi klienta sklepów i umożliwiają natychmiastowe połączenie z tłumaczem. W 2018 roku sieć wspólnie z MIGAM przygotowała animacje na ekrany w sklepach, informujące o usłudze tłumacza języka migowego i innych dostępnych udogodnieniach.



Carrefour 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. Od stycznia 2018 roku rodziny, które mają Kartę Dużej Rodziny oraz aplikację Mój Carrefour, mogą korzystać z dodatkowych rabatów, łącząc je ze zniżkami dostępnymi w aplikacji.



Credit Agricole Bank Polska zorganizował dla pracowników sieci sprzedaży warsztaty dotyczące obsługi klientów z niepełnosprawnościami. Zaprezentowano na nich prawidłowe postawy i zachowania, rozwijano umiejętność komunikacji oraz zwrócono uwagę na indywidualne potrzeby osób z niepełnosprawnością. Udostępniono również broszury edukacyjne „Savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnością”. Celem inicjatywy było **ułatwienie dostępu do banku dla osób z niepełnosprawnością**.



Bankowość bez granic ma pomóc w dostosowaniu ofert do potrzeb jak największej grupy klientów **mBanku**. Powołano grupę konsultantów obsługujących klientów z niepełnosprawnością oraz wprowadzono zmiany proceduralne ułatwiające im składanie dyspozycji bankowych. Cyklicznie odbywają się szkolenia dla pracowników oraz spotkania z osobami z różnymi rodzajami niepełnosprawności. Podczas nich wypracowywane są wspólnie nowe rozwiązania w obszarze bankowości.



Pracownicy 12 największych Biur Obsługi Klienta PGE Obrót przeszli kurs przygotowujący do **obsługi klientów w języku migowym**. **PGE Polska Grupa Energetyczna** stara się w ten sposób zapewnić komfortową obsługę niedo słyszającym i głuchym klientom.



Program Obsługa bez Barier ma na celu zapewnienie dostępu do komfortowego korzystania z usług i produktów banku klientom ze szczególnymi potrzebami, poprzez m.in. sieć certyfikowanych oddziałów bez barier, obsługę wideo w polskim języku migowym w Contact Center, tzw. mówiące bankomaty, oraz serwis bankowości internetowej i mobilnej dostępne dla klientów z niepełnosprawnościami. **Santander Bank Polska** dostosowuje komunikację reklamową do potrzeb osób z niepełnosprawnościami wzroku oraz słuchu. Co roku kolejne oddziały poddawane są audytom dostępności architektonicznej, a bankowość mobilna i internetowa – audytom dostępności w oparciu o standard WCAG 2.0.



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia stara się dostosować usługi do potrzeb różnych grup społecznych, m.in. osób z niepełnosprawnością. Jednym z efektów jest wprowadzenie **usługi dla osób głuchych – Tłumacz Migam** na stronie internetowej ubezpieczyciela. Usługa jest dostępna od poniedziałku do piątku, w godzinach od 8 do 18.



Warsztaty **Zmień Perspektywę** dotyczą postrzegania osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami i kontaktu z nimi. Mają na celu zniwelowanie obaw i stereotypów wobec niepełnosprawności. **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** organizuje ćwiczenia dla pracowników i partnerów biznesowych, w których uczestnicy mogą wczuć się w sytuację osoby niewidomej, poruszającej się na wózku czy mającej problemy ze słuchem, co pozwala im na lepsze zrozumienie problemów, z jakimi się zmagają.



TAURON Polska Energia zapewnia korzystne warunki przy zakupie węgla dla rodzin wielodzietnych w ramach **udziału w akcji Ogólnopolskiej Karty Dużej Rodziny**.



EDUKACJA KONSUMENTÓW

Firma **ALDI** podjęła się działań mających na celu **podnoszenie świadomości klientów** przy podejmowaniu decyzji zakupowych. Przygotowując cotygodniową gazetkę reklamową oraz broszury informacyjne, wydzielono specjalne miejsce, w którym można znaleźć m.in. informacje dotyczące zrównoważonego rybołówstwa oraz certyfikatu MSC. W tego typu broszurach pojawiają się również wyjaśnienia oznakowań typu Fairtrade, UTZ, a także charakterystyki bawełny ekologicznej. Co ważne, certyfikowane produkty opisane w gazetce w przestrzeni sklepowej są lepiej eksponowane i posiadają specjalne oznaczenia na półkach.



Konkurs „**Food Transition Store Challenge**” zakłada podniesienie świadomości na temat **transformacji żywnościowej** i CSR w krajach działalności **Carrefour**. By przybliżyć klientom i pracownikom sklepów założenia strategii transformacji żywnościowej i działania CSR firmy, zorganizowano konkurs dla hipermarketów, w ramach którego włączono je w komunikację inicjatyw sieci. Następnie, na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród klientów, wybrano pięć sklepów, które najlepiej komunikowały działania firmy i których pracownicy wyróżnili się najwyższym zaangażowaniem. Pracownik, który wykazał się największą aktywnością, został zaproszony do udziału w finałowej gali w Sewilli.



Dwunastego lutego 2018 roku odbyła się Debata „**Jem, kupuję, myślę, nie marnuję**”, którą w swojej siedzibie zorganizowała warszawska „Gazeta Wyborcza” wchodząca w skład **Grupy Agora**. Podjęto m.in. tematy związane z planowaniem zakupów i posiłków, ze sposobami i niemarnowanie jedzenia – od tych tradycyjnych, stosowanych w domach naszych babć, do nowoczesnych aplikacji pomagających wymieniać i dzielić się jedzeniem. Do dyskusji włączyła się również publiczność. Debata poprowadziła Aleksandra Sobczak, redaktorka naczelna „Gazety Wyborczej Warszawa” i serwisu Warszawa.Wyborcza.pl, a kucharz Julian Karewicz przygotowywał potrawy z resztek jedzenia.



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

Na opak do koncepcji Black Friday, czyli czasu wyprzedażowej gorączki oraz niezliczonych okazji cenowych, **IKEA Retail** postanowiła zwrócić uwagę na liczbę oraz wartość posiadanych przedmiotów. W tym celu została stworzona specjalna, wirtualna kolekcja PRZYDA SIĘ, która przypomina o rzeczach leżących na strychach, w piwnicach oraz w szafach. **Program PRZYDA SIĘ** to również szereg wskazówek od IKEA, znajdujących się na www.IKEA.pl/przydasie, pokazujących, co zrobić, by zapomnianym przedmiotom podarować „kolejne życie”, np. poprzez naprawę, przerabianie lub przekazywanie innym w potrzebie, a także jak zadbać o te ulubione.



Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom Polaków wynikającym z badania Globescan, **IKEA Retail** przygotowała e-book „**IKEA. Dla Ciebie, dla domu, dla planety. Niech żyje zrównoważony dom!**” zawierającą praktyczne porady i inspiracje, jak odpowiedzialnie prowadzić gospodarstwo domowe. Do współpracy zaproszono pracowników IKEA, którzy dzieląc się doświadczeniem, pomogli stworzyć platformę wiedzy i inspiracji, na podstawie której powstał e-book. Publikację podzielono na rozdziały odpowiadające poszczególnym pomieszczeniom w domu. Dzięki temu, w zależności od potrzeby, można szybko sięgnąć do pomysłów patentów do wykorzystania w kuchni, łazience, domowym biurze, ogrodzie i balkonie, pokoju dziennym, pokoju dla dziecka czy sypialni.



Firma **TÜV Rheinland Polska**, chcąc podnieść świadomość konsumentów w zakresie jakości i bezpieczeństwa produktów codziennego użytku, stworzyła **Kampanię edukacyjną „Testerzy Jakości”**. Kampania to cotygodniowy film na YouTube, w którym prowadzący radzą, na jakie cechy konkretnych produktów należy zwracać uwagę, by być pewnym ich jakości i bezpieczeństwa dla życia i zdrowia. Autorzy podpowiadają, czym się kierować, by wybrać najlepszy jakościowo produkt spośród danej grupy towarów. Uczą, jak nie dać się oszukać nieuczciwym sprzedawcom, i edukują na temat praw konsumenckich. W filmach występują eksperci TÜV Rheinland Polska oraz popularyzatorzy wiedzy naukowej, np. dr Tomasz Rożek.



Wzrastająca liczba wyłudzeń na skradzione dane osobowe oraz brak podstawowej wiedzy na temat budowania wiarygodności kredytowej, spowodowały, że **Biuro Informacji Kredytowej** powołało platformę edukacyjną, mającą profilaktycznie przeciwdziałać takim sytuacjom. **Platforma edukacyjna Score Hunter** ma za zadanie zwrócić uwagę na kwestie budowania wiarygodności kredytowej, odpowiedzialnego korzystania z kredytów i ochrony tożsamości zarówno do nauczycieli, jak i uczniów. Do platformy Score Hunter sięgnęli uczniowie ponad 90 uczelni i 27 szkół ponadpodstawowych.



Od kilku lat narasta trend wyszukiwań w internecie stron typu „how to”/„jak coś zrobić”. Zapytania dotyczą zazwyczaj praktycznych napraw lub trików. Jednak brakuje merytorycznych contentów dotyczących tego, jak zadbać o swoje finanse. Wykorzystując zaplecze technologiczne Google, **ING Bank Śląski** sprawdził, czego najczęściej Polacy szukają w internecie z dziedziny finansów. We współpracy z Marcinem Iwuciem, przygotowano konkretne i proste odpowiedzi wideo na te pytania. Stworzono w tym celu nowy format wideo – **Prosto o Finansach**, aby udowodnić, że ten temat może być zarówno prosty, jak i ciekawy.



W jednym z badań przeprowadzonych przez **KRUK** 60% ankietowanych odpowiedziało, że wzięłoby udział w kursie online o wychodzeniu z długów. W odpowiedzi na to badanie i we współpracy z blogerem finansowym Tomaszem Jaroszkim przygotowano **kurs online „Żyj bez długów”**. Składa się on z 12 lekcji, z których uczestnicy dowiedzą się m.in., od czego zacząć spłatę długów, jak prowadzić domowy budżet, jak zacząć oszczędzać i jak zmienić nawyki finansowe. Kurs ruszył 13 listopada 2018 roku i obecnie ma 374 uczestników.



Santander Bank Polska wraz z FPBŻ opracował materiały z zakresu kształtowania odpowiedzialności przy podejmowaniu decyzji finansowych, w tym z zarządzania budżetem domowym i korzystania z usług finansowych. Celem projektu **W poszukiwaniu zaginionej kasy** jest zmniejszenie wykluczenia społecznego. W ramach projektu pracownicy banku opracowali scenariusze warsztatów i poradnik dotyczący oszczędzania i wychodzenia z długów. Na podstawie przygotowanych materiałów, edukatorzy lokalnych Banków Żywności, od stycznia do kwietnia 2018 roku przeprowadzili 78 warsztatów w całej Polsce, w których uczestniczyło łącznie 1370 osób – beneficjentów Banków Żywności.



Branża windykacyjna jest kojarzona z niejasnymi sposobami postępowania. Wynikiem niewiedzy jest częste unikanie spłaty długów skutkujące popadaniem przez osoby zadłużone w jeszcze większe problemy finansowe. **Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce – Związek Pracodawców** postanowiła stworzyć **Kampanię edukacyjną „Windykacja? Jasna Sprawa”**. Podstawowym narzędziem wykorzystywanym w kampanii jest strona internetowa: www.windykacja.jasnasprawa.pl, będąca swoistym hubem komunikacyjnym – miejscem, gdzie zbierane są materiały i treści kampanii (infografiki, artykuły, filmy, publikacje, słowniczek), opracowane w przejrzysty i zrozumiały dla każdego sposób.



Grupa Enea stworzyła kampanię **„Sprawdź, kto sprzedaje Ci energię, zanim podpiszesz umowę”**. Jej założeniem jest przekazanie klientom zasad, których powinni przestrze-

gać, podpisując umowę: sprawdź identyfikator sprzedawcy, nie podpisuj umowy bez dokładnego przeczytania dokumentu oraz zawsze masz możliwość odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość w okresie 14 dni od jej zawarcia. Elementem kampanii jest edukacja przez specjalną stronę internetową, na której zawarte są informacje, jak nie paść ofiarą nieuczciwego sprzedawcy energii, oraz jest Poradnik konsumenta. Akcja prowadzona była w lokalnych mediach, komunikacji miejskiej oraz wybranych placówkach Poczty Polskiej.



PGE Obrót będący częścią **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** jest certyfikowanym sygnatariuszem Kodeksu Dobrych Praktyk w ramach Towarzystwa Obrotu Energią. Kampania „Sprawdź, kto oferuje Ci prąd i gaz” ma na celu podnoszenie świadomości klientów na temat działań firm stosujących nieuczciwe praktyki rynkowe oraz budowanie konkurencyjnego rynku sprzedaży energii elektrycznej w oparciu o zasady fair play. W ramach akcji działa specjalna „poradnikowa” strona internetowa Sprawdzo.pl. Towarzystwo Obrotu Energią wraz z siedmioma firmami energetycznymi zachęca, aby klienci sprawdzali akwizytorów, dokładnie zapoznawali się z przedstawianą ofertą i czytali umowy.



Spółka **LW Bogdanka** podjęła współpracę ze Studentkim Kołem Naukowym „Zarządzanie” AGH przy tworzeniu portalu „Odpowiedzialny Węgiel”. To serwis, na którym zamieszczono najważniejsze informacje dotyczące węgla, w tym: poprawnego i szkodliwego procesu spalania, przyjaznych i szkodliwych produktów oraz odpowiedzialnego przemysłu. Jest to miejsce do pozyskania wiedzy dotyczącej procesu ogrzewania domów, a także informacji o społecznej odpowiedzialności branży wydobywczej.



ORLEN W PORTFELU to pierwszy w Polsce długoterminowy program skierowany do inwestorów indywidualnych. Uczestnicy programu są uprawnieni do korzystania z promocyjnej oferty paliwowej i pozapaliwowej na stacjach **PKN ORLEN**. Projekt ma również charakter edukacyjny. Jego celem jest pogłębianie wiedzy Polaków na temat funkcjonowania rynku kapitałowego oraz zachęcenie ich do większej aktywności i zarabiania poprzez świadome inwestowanie.

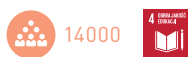


Niebezpieczeństwa związane z korzystaniem z internetu wzrastają. **mBank**, chcąc przeciwdziałać ewentualnym skutkom wizerunkowym i ekonomicznym swoich klientów,

postanowił podzielić się wiedzą, jak minimalizować ryzyko wystąpienia potencjalnych zagrożeń związanych z cyberbezpieczeństwem. W październiku 2018 roku rozpoczął cykl szkoleń dla klientów korporacyjnych dotyczących **cyberbezpieczeństwa**. Zajęcia zostały przeprowadzone przez ekspertów z Collegium Civitas w formie warsztatowej, która oparta była na praktycznych przykładach, rozwiązaniach problemów, pytaniach i odpowiedziach oraz dyskusjach. Dotychczas w zajęciach wzięło udział 150 osób.



Wkroczenie cyfryzacji i nowych technologii w codzienne życie stanowi o postępie, a zarazem niesie ze sobą szereg zagrożeń. Sytuacja dotyczy wszystkich generacji i wszystkich grup społecznych, zatem cyberbezpieczeństwo stało się jednym z najważniejszych wyzwań współczesności. **Santander Bank Polska** postanowił zrealizować cykl lekcji dla uczniów i wykładów dla studentów oraz seniorów o tematyce **bezpieczeństwo w cyberprzestrzeni** prowadzonych przez specjalistów sektora bankowego. Działania dotarły bezpośrednio do około 54 tys. słuchaczy a pośrednio do około 285 tys. adresatów. Uczestnicy cyklu lekcji zostali laureatami Europejskiego Quizu Finansowego 2018, pokonując konkencję z 25 europejskich państw.



„**Business & More**” to magazyn skierowany do klientów **mBanku**. Powstał w celu dostarczania inspirującej lektury przedsiębiorcom i menedżerom, którzy ze względu na swoje obowiązki mają niewiele czasu na wyszukiwanie wartościowych treści. Wydawany jest trzy razy w roku. Każdy kolejny numer poświęcony będzie jednemu wybranemu zagadnieniu. Gwarantem odpowiedniego doboru treści i ich jakości jest redaktor naczelny – za każdym razem inny ekspert i autorytet w danej dziedzinie. Magazyn w wersji drukowanej dostępny jest bezpłatnie w oddziałach korporacyjnych i detalicznych mBanku. Można także pobrać go jako e-booka ze strony internetowej Businessandmore.pl.



„Gazeta Wyborcza” i Wyborcza.pl, wchodzące w skład **Grupy Agora**, zainaugurowały kampanię „**Mój pierwszy raz**”, skierowaną do osób, które w 2018 roku po raz pierwszy mogły wziąć udział w wyborach samorządowych. Redakcja, w tygodniach poprzedzających wybory, namawiała młodych ludzi do aktywnego skorzystania ze swojego prawa do głosowania. Zachęcała ich też m.in. do czytania materiałów dostępnych w serwisie Wyborcza.pl/wybory, który zbierał wszystkie redakcyjne teksty o kampaniach samorządowych, w tym wyniki sondaży, sylwetki kandydatów i poradniki dla głosujących.



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

ANG Spółdzielnia buduje spoleczność odpowiedzialnych ekspertów za pośrednictwem serwisu **OdpowiedzialneFinanse.pl**, w którym znajdują się teksty dotyczące kredytów, pożyczek, leasingu, ubezpieczeń, faktoringu oraz wymiany walut, przygotowane przez ludzi zajmujących się tym na co dzień.



Biznes Akademia to cykl spotkań skierowanych do matych i średnich przedsiębiorców, zarówno klientów **Banku BGZ BNP Paribas**, jak i innych partnerów. Polega na wspieraniu przedsiębiorców w podnoszeniu ich efektywności na rynkach lokalnych i zagranicznych. W 2018 roku tematem przewodnim był „Przedsiębiorca w zmieniającym się świecie”. Eksperti banku mówili m.in. o zmianach związanych z przepisami dotyczącymi przedsiębiorców, ochrony danych osobowych i prawa podatkowego.



Tydzień dla Oszczędzania – Światowy Dzień Oszczędzania, realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Think, składa się z 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** jest edukacja oraz promowanie odpowiedzialnego podejścia do alkoholu za pomocą pięciu prostych zasad: nie pij, jeśli prowadzisz; po każdym drinku wypij szklankę wody; kiedy pijesz, pamiętaj też o jedzeniu; nie pij, jeśli nie jesteś pełnoletni; impreza to nie wyścig – zwolnij. Działania promujące kulturę odpowiedzialnego picia alkoholu realizowane są przez **DIAGEO** od osiem lat.



FROSTA poprzez interaktywną wystawę **Może zadbajmy o morze** promuje odpowiedzialny zakup ryb i popularyzuje ideę MSC, czyli certyfikacji zrównoważonego rybołówstwa. Wystawa opiera się na koncepcji gier i zabaw edukacyjnych, które w prosty sposób pokazują, jakie znaczenie ma świadomy wybór ryb dla ekosystemu morskiego.



Firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** od sześciu lat prowadzi specjalistycznego bloga, na którym publikuje materiały dotyczące produktów, technologii, rozwiązań i zastosowań proponowanych klientom. Celem inicjatywy jest **edukacja klienta i umożliwianie mu świadomego podejmowania decyzji zakupowych**.



W 2018 roku odbyła się już dziesiąta edycja **Dnia bez długów** w Polsce – akcji edukacyjnej skupionej na podnoszeniu świadomości finansowej, której pomysłodawcą jest **KRUK**. W 2018 roku działania wsparte zostały badaniem „Polacy o długach” przeprowadzonym we współpracy z Wyższą Szkołą Bankową we Wrocławiu.



Blog firmowy mBanku wraz z zakładką „Firmowi” poprzez różnorodne materiały edukacyjne w formie artykułów, ikonografii i ciekawych materiałów filmowych podpowiada i uczy, jak zwiększyć efektywność zarządzania własną firmą; mBank wyjaśnia, jakie działania należy podjąć, aby sprawnie radzić sobie ze wszystkimi zagadnieniami związanymi z otwarciem i prowadzeniem firmy.



TAURON Polska Energia organizuje warsztaty prowadzone w ramach akcji **Energia dla seniora**. Mają one u najstarszych klientów Grupy TAURON budować świadomość zagrożeń ze strony nieuczciwych handlowców, zapoznać ich ze sposobami zapobiegania oszustwom oraz instruować na temat ochrony prawnej.



Platforma edukacyjna Kapitalni.org została stworzona przez **Wonga.pl** w odpowiedzi na niski poziom wiedzy finansowej społeczeństwa. Firma zachęca swoich klientów do nauki finansów poprzez oferowanie im benefitów. Za ukończenie jednej ze ścieżek finansowych lub 10 kursów Wonga wypłaca klientowi 10 zł. Na platformie znajduje się ponad 60 kursów, różnorodne ścieżki edukacji finansowej, artykuły, kalkulatory oraz porady ekspertów.



Celem kampanii **Alkohol. Zawsze odpowiedzialnie**, organizowanej przez **Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy**, jest zwiększenie wiedzy na temat alkoholu etylowego, który niezależnie od postaci, zawsze działa na organizm tak samo, oraz świadomości, że odpowiedzialne podejście do spirytualiów nie powinno dotyczyć tylko sytuacji szczególnych i wybranych grup.



ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

Panująca w ostatnich latach moda na rzucanie palenia sprawia, że odsetek palaczy z roku na rok spada. Niestety, brakuje działań skierowanych do dzieci i młodzieży; jak wynika z raportu WHO, Polska jest w czołówce krajów z najwyższym odsetkiem palących nastolatków. Kampania **„Nie Spal się na Starcie”** realizowana przez **Afłofarm Farmacja Polska** porusza problem palenia papierosów z nowej per-

spektywy. Jej celem jest przekonanie młodych ludzi (12–16 lat), aby nie zaczęli palić. W ramach akcji zrealizowano 20-minutowy film edukacyjny wspólnie z telewizją Discovery na temat szkodliwości palenia. Zrealizowano też konkurs filmowy, w którym można było wygrać nagrody o łącznej wartości 25 tys. zł. Do wszystkich szkół podstawowych i gimnazjalnych wysłano gotowe konspekty lekcji wraz z materiałami dotyczącymi szkodliwości palenia.



Sieć **Carrefour** w ramach swojej strategii transformacji żywieniowej wprowadziła **Act For Food**, ogólnosiwiatowy program konkretnych działań na rzecz lepszego jedzenia, smaku i jakości. Tegoroczne działania w ramach Act For Food w Polsce to komunikacja ośmiu inicjatyw – aktów, które realizuje sieć. Są to m.in.: produkty Carrefour BIO w lepszej cenie, deklaracja wycofania jajek z chowu klatkowego do 2025 roku oraz rozszerzanie oferty „Jakość z Natury”, czyli gamy produktów świeżych, tradycyjnych, pochodzących z czystych ekologicznie terenów i charakteryzujących się pełną identyfikacją „od pola do talerza”.



Kampania „**Trzeźwo myślę**”, realizowana przez **Carlsberg Polska** od 2016 roku, łączy działania edukacyjne i aktywnie angażujące konsumentów np. poprzez akcje w barach i pubach. Adresowana jest m.in. do kobiet w ciąży, kierowców i opiekunów małoletnich dzieci. W ramach akcji przeprowadzono badania na temat postaw konsumentów wobec alkoholu, a także ich asertywności, działania edukacyjne w mediach społecznościowych oraz kampanię displayową w placówkach Medicover i LUX MED. Przekaz kampanii dotarł w trakcie dwóch edycji do około 6,5 mln osób.



Kampania **Drink Positive** ma pomóc w pozytywnych wyborach dotyczących alkoholu. Firma **DIAGEO** za pomocą materiałów edukacyjnych oraz kursów e-learningowych promuje wiedzę dotyczącą odpowiedzialnego spożywania alkoholu, również wśród pracowników.



Interaktywny e-learning „**Jakie jest twoje DRINKiQ?**” to narzędzie zawierające fakty o alkoholu i jego wpływie na organizm człowieka, poprzez które **DIAGEO** kompleksowo tłumaczy zasady jego odpowiedzialnej konsumpcji. Firma podjęła współpracę z samorządami studenckimi uczelni mundurowych, na których promowany jest projekt.



Akademia Naturalnego Smaku to projekt informacyjno-edukacyjny poświęcony dodatkom do żywności. Celem przedsięwzięcia jest popularyzacja świadomych nawyków żywieniowych i czytania etykiet. **FROSTA** przygotowała mobilną wystawę opartą na koncepcji: zobacz, dotknij, powąchaj.



W 2018 roku **Kompania Piwowska** po raz czwarty zorganizowała na imprezach masowych sponsorowanych przez marki jej piwa **strefy „Sprawdź promile”**. Uczestnicy mogli skorzystać z algokogli i profesjonalnych alkomatów. W ramach projektu w 2018 roku przeprowadzono rekordową liczbę 85 tys. kontroli trzeźwości i ponad 39 tys. animacji.



„**Lepszy start dla Twojego dziecka**” to ogólnopolska kampania edukacyjna przygotowana przez **Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy**, która uświadamia, że każda ilość alkoholu wypita przez kobietę w ciąży może mieć szkodliwy wpływ na rozwój dziecka.



ODPOWIEDZIALNY MARKETING

Suplementy diety nie są lekami, a działania marketingowe mające na celu zwiększenie ich sprzedaży, w tym reklama, nie są obwarowane takimi ograniczeniami jak w przypadku leków. Firma **Aflfarm Farmacja Polska** podpisała **Kodeks Dobrych Praktyk Reklamy Suplementów Diety** i tym samym zobowiązała się do przestrzegania zawartych w nim zasad reklamowania suplementów diety. Dotyczą one m.in. oznaczenia w reklamie, że produkt jest suplementem diety, oraz zakazu odnoszenia się w reklamie suplementów do chorób w taki sposób, który mógłby wskazywać na właściwości lecznicze produktu. Kodeks wyklucza ponadto wykorzystanie wizerunku lekarza w spotach reklamowych suplementów.



Projekt **Po prostu**, którego pomysłodawcą jest **ING Bank Śląski**, ma na celu upraszczanie komunikacji z klientem i komunikacji wewnętrznej. Do tej pory uproszczono ponad 2 tys. komunikatów i 76 umów, przesłano ponad 800 pracowników. Stworzono skrzynkę poprosto@ingbank.pl, na którą klienci mogą wysyłać trudne komunikaty.



Od czterech lat zasady prostej i empatycznej komunikacji wdrażane są w **mBanku** w ramach projektu **mKanon**.



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

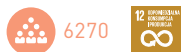
ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

Wprowadzono zmiany w działach call center i reklamacji, zmieniono komunikację wewnętrzną, także tą dotyczącą compliance, legislacji wewnętrznej i bezpieczeństwa. Przeprowadzono kilkadziesiąt warsztatów dla pracowników oraz powołano grupę ambasadorów mKanonu. Wdrożono także algorytm do poprawy komunikacji w Outlooku dla wszystkich pracowników banku.



PARTYCYPACJA KONSUMENTÓW

Klienci, zgłaszając pracownikom pierwszej linii uwagi czy sugestie dotyczące funkcjonowania **Banku Millennium**, oczekują informacji zwrotnej, co dalej dzieje się ze sprawą. Każda tego typu sugestia jest analizowana przez specjalny zespół. Projekt **StuchaMY** działa od listopada 2018 roku. W tym czasie udało się przeanalizować dokładnie 50% zgłoszonych przez klientów sugestii. Mierzone i analizowane są m.in. liczba uzyskanych sugestii oraz liczba sugestii zgłaszanych najczęściej. Takie dane mogą być podstawą zmian proceduralnych. Klient otrzymuje informację o zmianach wprowadzonych dzięki jego zgłoszeniu.



mBank podjął inicjatywę „Przyjaciel klienta”, w ramach której zbiera, analizuje oraz adresuje do właściwych jednostek i właścicieli biznesowych wszystkie opinie i uwagi klientów przyjmowane przez różne kanały obsługi (mLinia, placówki, e-mail, czat, video, audio) oraz przez social media (Facebook, Twitter). Po wdrożeniu konkretnego rozwiązania zaproponowanego przez klientów mBank informuje ich o tym. W 2018 roku pojawiły się dodatkowe działania promujące akcję i jej efekty wśród pracowników Grupy mBanku.



UŁATWIENIA DLA KLIENTÓW

W Polsce wystawianych jest co roku około 1,5 mld faktur przez blisko 1,7 mln firm. Niestety, pomimo widocznej cyfryzacji wystawianie i „dalsze życie” faktur nieodłącznie wiążą się z papierem. **Idea Bank** wraz ze swoją spółką Tax Care stworzyli otwarty dla wszystkich system, który ma uprościć wymianę dokumentów finansowych. To platforma do bezpłatnego wystawiania, przechowywania i przysyłania dokumentów księgowych. **Chmura Faktur** jest otwarta dla wszystkich użytkowników. Chmura jest bezpieczna, ponieważ nie tylko spełnia standardy informatyczne bankowego systemu transakcyjnego, ale dodatkowo tworzy środowisko, w którym dokumenty przekazywane są kontrahentom w formie linków chronionych hasłem, a nie załączników. Platforma jest zintegrowana z systemami administracji publicznej (REGON, rejestr płatników VAT), co sprowadza sam proces wystawiania faktur do kilku kliknięć, zwiększając przy tym bezpieczeństwo prowadzenia biznesu.



Klienci korzystający z mobilnych urządzeń do odczytywania dokumentów cenią sobie prostotę komunikacji. **Prosty język** to działanie podjęte w 2018 roku w obszarze zarządzania komunikacją z klientem, komunikacją wewnętrzną, działami operacyjnymi oraz kulturą organizacyjną. W ramach projektu **PZU** dokonano zmiany lub uproszczenia dokumentów zewnętrznych adresowanych do kontrahentów, przeprowadził szkolenia z prostego języka dla pracowników kontaktujących się z klientem i na potrzeby komunikacji wewnętrznej oraz uprościł komunikację w procesie rekrutacyjnym.



Energetyka przez lata kojarzona była z językiem urzędowym, natomiast klienci oczekują dziś jasnej, zrozumiałej komunikacji. Firma **TAURON Polska Energia**, chcąc podążać za tymi oczekiwaniami, zainicjowała projekt „**TAURON mówi po ludzku**”, którego głównym celem jest upraszczanie komunikacji z klientem. Efektywna komunikacja to także podążanie za trendami rynkowymi. W dobie cyfryzacji usług sprawdzają się jedynie krótkie, proste komunikaty. Takie, które zawierają esencję informacji.



System SENS (System Znakowania Wartością Odżywczą) umożliwia klientom łatwiejsze komponowanie zbilansowanej diety. SENS to oznaczenie składające się z czterech czytelnych grafik umieszczonych z przodu opakowania produktu, które informują o wartościach odżywczych artykułów spożywczych i zalecanej częstotliwości ich spożywania. Produkty marki własnej **Carrefour** z oznakowaniem SENS dostępne są we wszystkich sklepach sieci w Polsce.



Osoby po 60. roku życia mogą bezpłatnie przystąpić do programu i wyrobić **Kartę Seniora** w punkcie obsługi klienta w placówkach **Carrefour**, by uzyskać dostęp do oferty rabatów w sklepach sieci. Kartę Seniora można też zarejestrować w aplikacji „Mój Carrefour” i korzystać z niej w telefonie.



Kasy Rodzinne Carrefour działają we wszystkich hipermarketach **Carrefour**. Mają żywy niebieski kolor i otaczają je atrakcje dla dzieci, co ma na celu ułatwienie i usprawnienie etapu kasowania.



Credit Agricole Bank Polska przygotował ofertę skierowaną do klientów ze Śląska i Kaszub w ich dialektach. Projekt **My godomy po śląsku i kaszebsku** to autorski pomysł pracowników banku, wynikający z przyjętej strategii, by być bliżej klientów. Inicjatywa pomaga dostosować się do potrzeb klientów oraz podkreśla otwarcie na różnorodność i wsparcie lokalnych społeczności.

W 2018 roku bank został jednym z partnerów Szlaku Ślonskiej Godki w Katowicach.



„Mówimy po ludzku” – upraszczanie języka umów to inicjatywa pracowników **Credit Agricole Bank Polska**, której efektem jest ustandaryzowanie dokumentów, poprawienie ich czytelności poprzez m.in. wprowadzenie tabel z najważniejszymi informacjami, śródtytułów, kolorów lub odcieni szarości, ujednoczenie czcionki. W umowach nie ma żadnych ukrytych informacji z gwiazdkami. Dodatkowo bank dokonał zmian również w dotaczanych do umów regulaminów.



Idea Bank stworzył **mobilne wpłatometry dla klientów** – specjalne auta z wbudowanymi wpłatometrami, które przedsiębiorcy mogą zamówić przez aplikację mobilną, by wygodnie i bezpiecznie wpłacić pieniądze. Użytkownik może zarezerwować konkretną godzinę przyjazdu. Czas dojazdu wynosi około 30 minut.



Spotechność ING to forum i blog, poprzez które **ING Bank Śląski** wspiera klientów. Publikowane poradniki, materiały wideo, artykuły i infografiki mają uczyć zarządzania finansami, inspirować przedsiębiorczość i zachęcać do działań wspierających ochronę środowiska.



W ramach akcji **Leroy Merlin Polska przyjacielem zwierząt** sieć umożliwiła klientom wprowadzanie zwierząt już do ponad 50 swoich sklepów w całej Polsce. Ma to zapewnić zwierzętom bezpieczeństwo.



Cykl comiesięcznych spotkań w ramach programu **Okno w oko z klientem firmowym** umożliwia pracownikom **mBanku** dopasować usługi i produkty do oczekiwań przedsiębiorców. Na spotkanie zapraszany jest przedsiębiorca, który opowiada o swojej działalności i napotykanym wyzwaniach. Następnie na stronie internetowej i w intranecie pojawiają się artykuły tematyczne. Nowością w roku 2018 były spotkania z uczniami szkół zawodowych, techników i studentami, którzy dopiero myślą o własnej działalności gospodarczej.



Celem projektu **Akcja-renowacja** realizowanego w **mBanku** jest ułatwienie klientom zrozumienia dokumentów bankowych, poprzez ich skrócenie i dostosowanie do potrzeb klientów. W roku 2018 powstały m.in. „Stownikzek pojęć dla usług płatniczych dla osób fizycznych” oraz nowe regulaminy wybranych produktów bankowych.



Od 2016 roku **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** oferuje podróżnym bezpłatną **aplikację mobilną**, wyposażoną m.in. w intuicyjną nawigację po terminalu, informacje przydatne podczas podróży, powiadomienia o zmianie statusu lotu czy możliwość wysyłania pocztówki z pozdrowieniami w formie selfie, a także interaktywną mapę 3D parkingu. W aplikacji dostępna jest również funkcja Kraków Airport Blog. W 2018 roku aplikację zainstalowano prawie 6 tys. razy (od początku istnienia niemal 18 tys. instalacji).



PKO Bank Polski od 2016 roku jest zaangażowany w **cyfryzację** gospodarki i rozwój e-państwa. Bank uruchomił szereg bezpiecznych i innowacyjnych funkcji dostępnych w poziomie bankowych systemów transakcyjnych – iPKO i Inteligo. Od 2018 roku klienci banku mogą zarejestrować firmę w CEIDG przez bankowość elektroniczną iPKO. To pierwsze tego typu wdrożenie na polskim rynku.



Polski Instytut Odszkodowań w 2017 roku wdrożył projekt **Piszemy dla Ciebie**, dzięki któremu osoby poszkodowane i ich rodziny mogą znaleźć potrzebne informacje podane w sposób przystępny i zrozumiały.



Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo zdecydowało się na poszerzenie projektu **Rachunek wdzięczności PGNiG**. Program zakładał objęcie kombatantów Powstania Warszawskiego zwolnieniem z opłat za gaz do 900 zł rocznie, a od 2018 roku grupę poszerzono o górników strajkujących w kopalni „Wujek” w dniach 13–16 grudnia 1981 roku.



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia, we współpracy z **Centrum Pomocy Osobom Poszkodowanym**, od 2009 roku zapewnia najczęściej poszkodowanym kompleksową opiekę, wspierając ich w powrocie do zdrowia, aktywności społecznej i zawodowej. Od początku



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

działalności w ramach programu pomoc otrzymało ponad 900 poszkodowanych.



ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KONSUMENTÓW

Dbając o jak najwyższą jakość i **bezpieczeństwo oferowanych produktów**, firma **CCC** wymaga od kontrahentów przedstawienia oświadczeń potwierdzających, że w dostarczanych towarach nie ma substancji szkodliwych dla zdrowia i życia konsumentów.



Koperta życia to ogólnopolska akcja skierowana do osób przewlekle chorych, starszych i samotnych. Ośrodek Rehabilitacyjno-Wypoczynkowy **DOZAMEL** w Kołobrzegu od marca 2017 roku na zakończenie pobytu przekazuje każdemu seniorowi pakiet z kopertą oznaczoną logo akcji, formularz do wpisania informacji o stanie zdrowia, przyjmowanych lekach, alergiach, a także danych osób, które należy zawiadomić, oraz magnes do przymocowania koperty w widocznym miejscu na lodówce. W 2018 roku rozdano 620 Kopert życia.



Celem programu **Dobre Składniki** jest kreowanie trendów i wyznaczanie nowych standardów jakości w branży spożywczej. **Wawel** nie stosuje zbędnych substancji konserwujących, sztucznych aromatów, barwników, a w czekoladach pełnych i polewach także oleju palmowego i emulgatora E476. Firma stawia na wysokiej jakości ziarna kakaowca, naturalne aromaty, ekstrakty i koncentraty roślinne zamiast barwników, certyfikowaną lecytynę z soi (bez GMO) oraz roślinne substancje żelujące (agar, pektyny).





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



**ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE
I ROZWÓJ
SPOŁECZNOŚCI
LOKALNEJ**



291 praktyk nowych

310 praktyk długoletnich

176 firm

Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej to – jak co roku – najobszerniejsza część

Raportu. W obszarze tym znalazły się działania pogrupowane w 16 kategorii: aktywność fizyczna, bezpieczeństwo na drodze, dobry sąsiad, inicjatywy 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 oraz zrównoważone miasta.

Tradycyjnie też najwięcej praktyk w tym obszarze poświęconych jest działaniom charytatywnym i filantropijnym firm oraz edukacji dzieci i młodzieży – odpowiednio 70 i 47 praktyk, a najstabiliej reprezentowane są praktyki dotyczące inwestycji społecznych – jedna praktyka.

Wspólnym tematem roku 2018 dla wielu praktyk była 100. rocznica odzyskania przez Polskę niepodległości i związane z nią historycznie 100-lecie powstania wielkopolskiego oraz 100-lecie uzyskania praw wyborczych przez kobiety. Firmy wspierały działania zarówno polegające na organizacji wydarzeń patriotycznych, jak i pozwalające uczestnikom celebrować 100-lecie poprzez sport, kulturę i sztukę czy zaangażowanie w różne inicjatywy na rzecz społeczności.

Dużą popularnością wciąż cieszą się opisane w praktykach zbiórki pracownicze, zarówno inicjowane przez firmę, jak i organizowane lub inspirowane przez pracowników. Wśród ich beneficjentów są rozpoznawalne ogólnopolskie akcje, jak Szlachetna Paczka i Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, ale także wsparcie lokalnych akcji bądź pracowników i ich rodzin w potrzebie.

Firmy wciąż przyznają, że mają problemy z pozyskaniem pracowników. W tegorocz-

nym Raporcie bardziej niż w ubiegłych latach widać praktyki mające na celu zdobywanie pracowników – ich edukację, budowę umiejętności i doświadczenia poprzez praktyki zawodowe oraz zachęty do inwestycji w siebie w postaci stypendiów i gwarancji zatrudnienia po ukończeniu szkoły czy uczelni o określonym kierunku. Tematykę tę uzupełniają działania skierowane do coraz młodszych ludzi mające na celu zachęcenie ich do wyboru konkretnej ścieżki rozwoju zawodowego – wizyty studyjne i dni otwarte w zakładach, klasy patronackie, możliwość odbycia staży, a także szeroko pojmowana promocja konkretnego zawodu.

Równoległe z inwestycją w nowych pracowników pracodawcy realizują działania skierowane do obecnych pracowników, mające zapobiec ich odplywowi – znajdziemy tu między innymi praktyki pokazujące wspieranie dalszej edukacji pracowników, rozwoju ich pasji oraz profilaktyki zdrowotnej.

W 2018 roku kolejne firmy podejmowały współpracę z Federacją Banków Żywności i Caritas, mając na celu przeciwdziałanie marnotrawieniu żywności i rozdystrybuowanie jej wśród potrzebujących. Z tegorocznych praktyk wynika, że system oparty na zasobach i sieci dystrybucji obu organizacji, rozwinięty w zeszłym roku przez praktyki dużych sieci handlowych, sprawdził się i będzie się rozwijał poprzez partnerstwa z kolejnymi podmiotami.

Wbrew naszym oczekiwaniom w Raporcie nieobecne są praktyki dotyczące zrównoważonych miast. Temat ten dość mocno wybrzmiał w mediach w ramach debat odbywających się w roku 2018 wokół wyborów samorządowych, jednak nie przełożyło się to na działania realizowane przez firmy.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ



Liczba zatrudnionych pracowników w 2018 r.



Małe / średnie przedsiębiorstwo



Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie



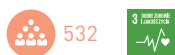
Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 217

AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA

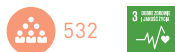
Agencja Reklamowa ArtGroup wspiera od strony marketingowej wyścig rowerowy **Tour de Rybnik**. W 2018 roku, aby otworzyć imprezę na różne kategorie, odbyły się dwa dni wyścigowe, wyścig PZKol/ŚLZKol dla kategorii Żak i Młodzik. Kolarze amatorzy mieli do wyboru dwa dystanse: HOBBY oraz PRO. Dla dzieci został przygotowany Mini Tour de Rybnik. Wyścig wyszedł też do ościennych gmin. Wzięto w nim udział 179 uczestników.



Dobry MultiUczyniek to wewnętrzny program zaangażowania społecznego **Benefit Systems**, w ramach którego pracownicy zgłaszają projekty filantropijno-wolontariackie na rzecz różnego rodzaju instytucji, placówek zdrowotnych i wychowawczych, fundacji oraz stowarzyszeń. Spośród zgłoszeń pracowników wybierane są 3 duże projekty oraz 10 małych. Do tej pory ponad 200 pracowników zrealizowało przeszło 80 Dobrych MultiUczynków, na które przeznaczono ponad 1mln zł. W 2018 roku zaangażowanych w program było blisko 60 pracowników.



Bazując na potencjale **Dobrego MultiUczynku**, firma **Benefit Systems** postanowiła po raz pierwszy zaangażować w niego użytkowników programu MutiSport z całej Polski, którzy dzięki niemu mieli szansę na zaktywizowanie lokalnych społeczności. Pierwsza edycja wystartowała we wrześniu 2018 roku, a jej zasady były zbliżone do programu dla pracowników. Użytkownicy programu MutiSport poprzez stronę internetową zgłaszali projekty związane ze sportem i aktywnością fizyczną. Kapituła wybrała 10, na które z kolei głosowali internauci. Oddano prawie 34 tys. głosów. Finałnie zwyciężyło 6 projektów, na realizację których przeznaczono 166 tys. zł.



Firma **CCC** podjęła strategiczną **współpracę z Akademią Michała Kwiatkowskiego Copernicus** w celu wspierania i promowania utalentowanych kolarzy młodego pokolenia. Spółka dąży do tego, aby pomóc sztabowi szkoleniowemu i zawodnikom równać do poziomu światowego w kategoriach młodzieżowych oraz aby stworzyć warunki optymalne do rozwoju sportowego i edukacyjnego uczestników Akademii.



Kinder+Sport Joy of moving to program **Ferrero Polska Commercial**

który ma utatwić młodemu pokoleniu dostęp do aktywności fizycznej i promuje ją jako zabawę. W Polsce wszystkie wydarzenia sportowe będące częścią kalendarza programu Kinder+Sport Joy of moving prowadzone są we współpracy z wybranymi związkami sportowymi (Polskim Związkiem Piłki Siatkowej, Polskim Związkiem Tenisowym, Polskim Związkiem Żeglarskim), a także organizacjami (Fundacją Moniki Pyrek) oraz objęte są honorowym patronatem Ministerstwa Sportu i Turystyki. W 2018 roku w Polsce blisko 90 tys. dzieci w wieku od 6 do 14 lat wzięło aktywny udział w wydarzeniach w ramach programu.



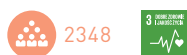
Od sześciu lat **Grupa Kęty** organizuje **Turniej Piłki Nożnej Dzieci Podbeskidzia**. W rozgrywkach startują zarówno podopieczni fundacji Grupa Kęty Dzieciom Podbeskidzia, wspierającej dzieci z domów dziecka, jak i dzieci pracowników. Aby nie stygmatyzować dzieci, przyjęto nomenklaturę, że nazwy drużyn pochodzą od kolorów koszulek. Co roku do rywalizacji stają zieloni, żółci, czerwoni, biali itd. Rozpiętość wiekowa zawodników powoduje, że oprócz rywalizacji sportowej bardzo ważną rolę grają zasady fair play.



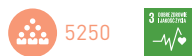
Sieć Plus należąca do **Grupy Polsat** angażuje się w **rozwój i promowanie polskiej siatkówki**. Rok 2018 w Plusie to 20-lecie współpracy z Polskim Związkiem Piłki Siatkowej. Sieć wspiera siatkówkę sponsoringowo od 1998 roku, będąc w tym czasie m.in. głównym sponsorem Reprezentacji Polski Kobiet i Mężczyzn oraz tytularnym sponsorem PlusLigi i sponsorem Ligi Siatkówki Kobiet. To także wsparcie Telewizji POLSAT, która od 25 lat na swoich kanałach pokazuje wszystkie najważniejsze rozgrywki siatkarskie. Dzięki ekspozycji telewizyjnej, polska siatkówka dokonała skoku jakościowego, powstały nowe hale i boiska treningowe, pojawili się sponsorzy, wzrosła frekwencja na meczach, a do polskiej ligi ścigały światowe siatkarskie gwiazdy.



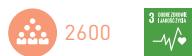
Pingpongowe marzenia z PSE to inicjatywa Polskiego Związku Tenisa Stołowego wspierana przez **PSE** oraz Ministerstwo Sportu i Turystyki, jako część Narodowego Programu Rozwoju Tenisa Stołowego. Celem projektu jest wdrożenie kompleksowego systemu szkolenia w polskim tenisie stołowym, wyposażenie trenerów w kompetencje, które przekazane najbardziej utalentowanym dzieciom mają szansę stworzyć szeroką kadrę profesjonalnych zawodników. Program skierowany jest do najbardziej utalentowanych uczniów szkół podstawowych w wieku od 6 do 12 lat, zainteresowanych rozwojem umiejętności z zakresu uprawiania tenisa stołowego. Inicjatywa jest prowadzona w formie zajęć pozalekcyjnych. Są one organizowane w 70 klubach zrzeszonych w strukturach PZTS. Do programu zrekrutowanych zostało 1120 zawodników.



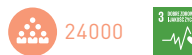
PKN ORLEN ma świadomość, jak potrzebne jest promowanie sportu amatorskiego oraz zdrowego i aktywnego stylu życia. **Program Szkolny Klub Sportowy** to działanie systemowe skierowane do uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Ma na celu stworzenie przestrzeni do dodatkowej aktywności fizycznej, realizowanej w formie zajęć sportowych i rekreacyjnych pod opieką nauczyciela wychowania fizycznego. W 2018 roku w program było zaangażowanych 9666 szkół, a 347 851 dzieci uczestniczyło w zajęciach prowadzonych przez 15 630 nauczycieli. Zajęcia odbywają się w 60-minutowych jednostkach treningowych, dwa razy w tygodniu. PKN ORLEN jest partnerem projektu realizowanego przez Ministerstwo Sportu i Turystyki.



Akademia Zdrowia Santander Consumer Banku polega na promocji zdrowego życia wśród Polaków z pomocą nordic walking, dyscypliny sportu mającej niską barierę wejścia pod względem finansowym i kondycyjnym. W ramach Akademii raz w tygodniu w ponad 170 miejscowościach organizowane są bezpłatne treningi. W treningach wzięło udział blisko 200 tys. osób. W 2018 roku bank wsparł 5926 wydarzeń. Wspiera także Puchary Polski i Regionalne Nordic Walking.



W ramach projektu **TAURON Energetyczny Junior Cup, TAURON Polska Energia** wspomógł lokalne, młodzieżowe kluby piłkarskie, organizując z okazji 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości cykl turniejów. W całym turnieju rywalizację rozpoczęło 100 drużyn i ponad 1 tys. młodych piłkarzy. Każda z ośmiuosobowych drużyn rozegrała w eliminacjach cztery dziesięciominutowe mecze. Osiem najlepszych zespołów wyłonionych w każdej części kwalifikacji otrzymało bilet do Wielkiego Finału, który odbył się w styczniu 2019 roku.



VIVE Group wspiera działalność Klubu Sportowego VIVE Kielce oraz Fundacji VIVE Serce Dzieciom. Dzięki prowadzonym przez Fundację VIVE projektom młodzi ludzie zostali zaangażowani w popularyzację piłki ręcznej. Głównymi celami **Turnieju Mała Liga Piłki Ręcznej** są promocja piłki ręcznej wśród dzieci i młodzieży oraz propagowanie zdrowego, sportowego stylu życia. Turniej prowadzony jest w trzech kategoriach wiekowych: szkoły podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne. W treningi włączają się zawodnicy PGE VIVE Kielce. Turniej organizowany jest dla młodzieży z województwa świętokrzyskiego i rozgrywany przez 14 dni. W piętnastej jubileuszowej edycji wzięło udział 728 zawodników. Jubileuszowej edycji turnieju towarzyszyła konferencja „W pogoni za wielką piłką ręczną”, podczas której dyskutowano o przyszłości amatorskiej piłki ręcznej.



Volkswagen Motor Polska wsparł finansowo organizację **Dnia Olimpijczyka** w szkołach w Chocianowie, a działająca w firmie grupa Respekt zaangażowała się w przygotowywanie wydarzenia. Gośćmi specjalnymi byli mistrzowie Igrzysk Olimpijskich, m.in. bokser Janusz Zarenkiewicz, brązowy medalista olimpiady w Seulu w roku 1988 w wadze superciężkiej.



Allianz World Run to globalna akcja charytatywna promująca zdrowie i pracę zespołową wśród biegaczy. Aby do niej dotrzeć, należało zarejestrować aktywność sportową za pomocą darmowej aplikacji Runtastic marki Adidas. Polskim i europejskim celem charytatywnym była edukacja dzieci, które wraz z rodzicami emigrowały do innych państw Europy. Zostały przygotowane dla nich szkolenia z umiejętności, które mają potencjał do samozatrudnienia. W tym roku uczestnicy ze 123 krajów przebyli ponad 1 mln km, z czego 13 tys. pokonali Polacy. W kraju informacja o akcji dotarła do 300 tys. osób.



Od 10 lat **Allianz** rozwija pasje młodych sportowców i zaprasza ich na obóz piłkarski do Monachium. W **Allianz Explorer Camp (edycja Football)** wzięło udział ponad 500 uczestników z ponad 30 krajów, w tym blisko 30 z Polski.



CCC współpracuje z Miejskim Klubem Sportowym Polkowice, udzielając **wsparcia lokalnym szkółkom kolarskim**. Klub specjalizuje się w szkoleniu dzieci i młodzieży w kolarstwie szosowym i górskim.



Biegamy-Zbieramy-Pomagamy to akcja, która polega na zbieraniu punktów przez pracowników **Grupy Enea** poprzez ich zaangażowanie się w grupy biegowe. Punkty przeliczane są na zlotówki, które stanowią wsparcie sportowego rozwoju dzieci. W 2018 roku 391 biegaczy ukończyło 177 zawodów biegowych i zebrano 24 tys. zł, które zostaną przeznaczone na organizację zajęć psychologiczno-sportowych dla dzieci z domów dziecka oraz dzieci pracowników. Partnerami akcji są Fundacja Kamili Skolimowskiej oraz Fundacja „ACTIVEdiabet”.



Enea Akademia Sportu aktywnie wspiera rozwój dyscyplin na poziomie amatorskim oraz szkolnym dla dzieci z obszaru, na



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

którym działa **Grupa Enea**. Celem akcji jest stworzenie piramidy szkoleniowej, która pozwoli kształcić dzieci i młodzież na wszystkich szczeblach i systematycznie wprowadzać najbardziej utalentowanych zawodników do drużyn seniorskich.



Z inicjatywy Polskiego Związku Narciarskiego i **Grupy Kapitałowej LOTOS** od 2004 roku prowadzony jest Narodowy Program Rozwoju Skoków Narciarskich „Szukamy Następców Mistrza”. W projekt zaangażowane są kluby z sekcją skoków narciarskich i kombinacji norweskiej. W ramach programu organizowane są zawody z cyklu LOTOS Cup.



Piłkarska Przyszłość z LOTOSEM to projekt sportowo-społeczny, którego celem jest szkolenie młodych piłkarzy trenujących w ośrodkach zamiejscowych Akademii Piłkarskiej LG. W ramach programu **Grupy Kapitałowej LOTOS** funkcjonuje 14 ośrodków w formie klubów partnerskich oraz Akademia Piłkarska LG, która jest jednocześnie operatorem, jak i beneficjentem projektu. Program obejmuje takie działania, jak szkolenia dla trenerów, zakup sprzętu treningowego i sportowego, wspólne wyjazdy na obozy oraz stypendia sportowe zarówno dla najzdolniejszych zawodników, jak i tych w trudnej sytuacji materialnej.



W turnieju **Z Podwórka na Stadion o Puchar Tymbarku** do tej pory wzięto udział ponad 2 mln dziewcząt i chłopców z całego kraju. Tymbark, należący do **Grupy Maspex**, razem z Polskim Związkiem Piłki Nożnej wspólnie popularyzują piłkę nożną i aktywny styl życia wśród uczniów szkół podstawowych. Jedną trzecią uczestników stanowią dziewczynki. Nagrodą główną jest wyjazd na mecz reprezentacji Polski oraz spotkanie z piłkarzami reprezentacji.



Rejsy Odkrywców są organizowane przez Fundację Rejs Odkrywców, w której wolontariacko działają Zarząd, pracownicy i współpracownicy **Jet Line**. Młodzi żeglarze z różnych środowisk wykonują pracę dla siebie (najczęściej poprawę ocen oraz wolontariat).



Lekkoatletyka dla każdego to projekt realizowany przez Polski Związek Lekkoatletyki, Szkołę Główną Gospodarstwa Wiejskiego oraz **Nestlé Polska**. W 2018 roku w ramach inicjatywy przeprowadzono badanie. Objęto ono 1014 nastolatków w wieku 12–13 lat z całej Polski (507 nastolatków z programu i 507 spoza niego) i potwierdziło, że regularna aktywność fizyczna ma istotny wpływ na parametry antropometryczne i wspiera rozwijanie kompetencji społeczno-emo-

cjonalnych. Przygotowano także raport z badań (#zaczynijodlekkiej).



Beneficjentami programu **grantowego Bank Młodych Mistrzów Sportu** są dzieci i młodzież w wieku 10–26 lat. Poprzez program **Santander Bank Polska** zachęca organizacje non profit do organizowania zawodów, treningów oraz innych działań sportowych.



Fundacja LOTTO, powołana przez **Totalizator Sportowy**, zainicjowała program sportowy **Kumulacja Aktywności**. Jego celem jest zachęcenie dzieci i młodzieży w wieku 12–16 lat do aktywności fizycznej. Na terenie całej Polski po 50 grup młodzieży szkolnej (ponad 1 tys. osób) uprawiano systematycznie różne dyscypliny sportu od stycznia do maja i od września do grudnia. Przedsięwzięcie było realizowane we współpracy z mistrzami świata i olimpijczykami.

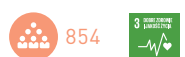


BEZPIECZEŃSTWO NA DRODZE

Zamiana miejsc kierowca-rowerzysty zorganizowana przez **CEMEX Polska** miała na celu ograniczenie zdarzeń drogowych pojazdów CEMEX z udziałem rowerzystów. Do cementowozu CEMEX postawionego przy ścieżce rowerowej Green Velo w Chelmie zapraszano przejeżdżających rowerzystów – mogli oni usiąść na miejscu kierowcy i sprawdzić swoją widoczność w lusterkach z kabiny pojazdu, a także poznać martwe strefy widoczności.



Compensa TU prowadziła **Kampanię Społeczną „Bezpieczna Autostrada”** na rzecz poprawy bezpieczeństwa na autostradach. Firma przeprowadziła 40 szkoleń z pierwszej pomocy, w których wzięło udział ponad 650 osób. Zorganizowano także eventy w miejscach obsługi pasażerów na autostradach. Odwiedzający mogli sprawdzić refleks, percepcję w narko- i alkoholowych, wiedzę na temat bezpiecznej jazdy po autostradzie i pierwszej pomocy. Rozdano 365 tys. materiałów edukacyjnych dla dorosłych i dzieci dotyczących bezpiecznej jazdy po autostradzie i z zakresu pierwszej pomocy.



Grupa Raben uruchomiła otwartą interaktywną platformę edukacyjną **Nie bądź dziki** traktującą o bezpieczeństwie na drodze: Niebądździki.pl. Znajduje się na niej e-szkolenie w formie 10 animacji tematycznych, które pokazują wybrane zasady bezpiecznych zachowań na drogach i placach manewrowych, wpływające na bezpieczeństwo wszystkich użytkowników

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ruchu drogowego. Dodatkowo pracownicy i kierowcy firmy muszą zaliczyć quiz z 15 pytaniami.



Odblaski – dziecko bezpieczne na drodze to ogólnopolska kampania społeczna **PZU**, która ma na celu poprawę widoczności dzieci na drodze i ograniczenie wypadków z udziałem uczniów. Powszechny Zakład Ubezpieczeń w ramach akcji w trzecim kwartale 2018 roku wystąpił około 1 600 000 odblasków z wbudowaną migającą lampką wszystkim uczniom szkół podstawowych z klas I-III w całej Polsce. Kampania została objęta honorowym patronatem Ministerstwa Edukacji Narodowej.



Autostrada do Szkoły to program społeczno-edukacyjny **Autostrady Wielkopolskiej**. W ramach projektu w szkołach odbywają się lekcje z goglami VR, które przenoszą uczniów na wirtualne ulice. Do tej pory odbyło się ponad 120 takich spotkań. Dodatkowo nauczyciele prowadzą lekcje według scenariuszy przygotowanych z metodykiem oraz Policją. Za realizację zadań szkoły zdobywają punkty, które wymieniane są na nagrody.



Celem projektu **Bezpieczne drogi z CEMEX. Uważaj Zuchu na Auta w Ruchu!** jest poprawa bezpieczeństwa na drogach. Aktywnościami objęte są dzieci z przedszkoli i szkół podstawowych znajdujących się przy trasach, którymi transportowana jest surowiec z zakładów **CEMEX Polska**.



Akademia Bezpiecznego Przedszkolaka to spotkania profilaktyczne i edukacyjne, których celem jest propagowanie bezpiecznego zachowania się dzieci na drodze, bezpiecznej zabawy w przedszkolu, na podwórku, w domu oraz przekazanie wiedzy o innych zagrożeniach mogących je spotkać. Projekt realizowany był łącznie w 18 placówkach oświatowych na terenie powiatu poznańskiego przez 15 komisariatów Policji we współpracy z **Grupą Enea**.



Program **LOTOS – Mistrzowie w pasach** powstał, by edukować pasażerów samochodów w zakresie bezpieczeństwa i właściwych nawyków dotyczących poprawnego zapinania pasów oraz doboru i montażu fotelików dla dzieci. **Grupa Kapitałowa LOTOS** zorganizowała ponadto lekcję bezpieczeństwa w Jaśle dla uczniów klas 0-III szkół podstawowych. Celem lekcji jest dotarcie do najmłodszych i przekazanie

im niezbędnej dla bezpieczeństwa wiedzy, zanim nabiorą niepoprawnych nawyków.



Akademia Bezpiecznego Puchatka to ogólnopolski program edukacyjny, który **Grupa Maspex** kieruje do uczniów klas pierwszych szkół podstawowych. Projekt obejmuje tematykę związaną z bezpieczeństwem dzieci w czterech sferach: na drodze, w domu, w szkole oraz w internecie. Do tej pory łącznie wzięło w nim udział blisko 2 mln uczniów. Patronat nad programem sprawuje Komendant Główny Policji. Materiały edukacyjne opracował w współpracy z Biurem Prewencji i Biurem Ruchu Drogowego Komendy Głównej Policji.



Grupa Raben promuje bezpieczeństwo drogowe podczas wizyt w przedszkolach. Ideę kampanii **Transport jest potrzebny** stanowi uświadczenie roli transportu i edukacja w zakresie bezpieczeństwa drogowego. Przedszkolakom prezentowana jest bajka transportowa, w której grają pracownicy Grupy Raben. Dzieci otrzymują materiały plastyczne i bezpieczne gadżety, np. opaski odblaskowe. W 2018 roku udato się dotrzeć do około 1,5 tys. dzieci.



Jak Jeździsz to projekt edukacyjny związany z bezpiecznym poruszaniem się po drodze. **Santander Bank Polska** realizuje działania głównie w mediach społecznościowych, ale też w terenie i dla pracowników. Kluczowy element praktyki to ogólnopolski konkurs dotyczący zagrożenia bezpieczeństwa dzieci w drodze do szkoły, a także zanieczyszczenia środowiska. Bank ponadto zrealizował kampanię #Zaparkuj telefon i jedź.



Dzięki współpracy **SumiRiko Poland** z Centrum Inicjatyw na rzecz poprawy Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, w Olkuszu po raz drugi zrealizowano program edukacyjny skierowany do młodzieży powyżej 15 roku życia: **Road show – edukacja dotycząca bezpieczeństwa na drodze**. Uczestnicy inicjatywy spotkali się z przedstawicielami Policji, Straży Pożarnej, Pogotowia Ratunkowego, ale także z ofiarami wypadków.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

DOBRY SĄSIAD

Misją Fundacji „My Kochamy Pabianice” powołanej przez **Aflfarm Farmacja Polska** jest służba i pomoc w realizacji oczekiwań mieszkańców Pabianic. W 2018 roku fundacja przekazała na rzecz Pabianickiego Centrum Rehabilitacji łóżka o wartości 140 tys. zł, zakupiła defibrylator dla Domu Pomocy Społecznej, wsparła finansowo miejskie muzeum, Rejonowy Klub Honorowych Dawców Krwi oraz imprezy kulturalne i sportowe.



W ramach projektu „Zdroje wodne dla szkół” firma **Aquanet** montuje źródła wodne w szkołach w Poznaniu i w gminach, na obszarze których działa spółka. Montaż i badania wody przeprowadzane są przez pracowników firmy. Od 2015 roku Aquanet zamontował 71 źródeł wodnych w 59 szkołach zlokalizowanych w Poznaniu oraz sąsiednich gminach.



Projekt **Ogrody Nowej Huty**, przygotowany przez **ArcelorMittal Poland** we współpracy z Ośrodkiem Kultury im. Norwida w Krakowie, jest prowadzony od 2011 roku. Ma on na celu propagowanie wiedzy dotyczącej ogrodnictwa i ekologii, a także integrację społeczności lokalnej wokół zieleni na terenie Nowej Huty. Działania wspierają lokalne społeczności działające na rzecz odnowienia zaniedbanych terenów zielonych w mieście. Grupy mieszkańców zgłaszają tereny do rewitalizacji, a jury wyłania co roku dwa miejsca, w których tworzone są ogrody społeczne. Następnie wspólnie z mieszkańcami przygotowany jest projekt ogrodu i nasadzenia. Do tej pory stworzono 14 ogrodów.



Firma **ArcelorMittal Poland** z okazji Dnia Ziemi zorganizowała **rodzinny piknik przy kopcu Wandy**, a do działania zaprosiła Zarząd Zieleni Miejskiej i Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne. Podczas pikniku ponad 100 mieszkańców Krakowa i wolontariuszy ArcelorMittal posprzątało ze śmieci teren wokół kopca i pomalowało zniszczone ławeczki. Mieszkańcy pomagali w sadzeniu 16 klonów, które ufundowała huta. Jesienią firma dosadziła 1 tys. krzewów. Podczas pikniku odbyły się też edukacyjne konkursy i spotkanie z dyrektorem Muzeum Archeologicznego, który opowiadał o historii kopca.



W 2017 roku **Bank BGŻ BNP Paribas** nawiązał współpracę z BGK w związku z Funduszem Termomodernizacji i Remontów, a dotyczącą oferty **kredytów termomodernizacyjnych dla wspólnot mieszkaniowych**. Bank oferuje Pakiet Lider Wspólnot z bezpłatnym prowadzeniem rachunków, z dostępem do bankowości elektronicznej i telefonicznej oraz przelewami internetowymi w złotówkach, a także dwa

produkty z premią z BGK: kredyt termomodernizacyjny lub remontowy. Wspólnota, która zgłasza się do banku z wnioskiem o kredyt, po uzyskaniu decyzji pozytywnej i podpisaniu z bankiem umowy może uzyskać z BGK wsparcie w postaci premii o wartości około 20% kwoty kredytu.



Centrum Handlowe **Blue City** w Warszawie od 2013 roku **współpracuje z Młodzieżowym Domem Kultury „Ochota”** i finansuje wydawany przez MDK miesięcznik dla młodzieży „Korniszon”, który redagują wychowankowie MDK. „Korniszon” wychodzi w 2,5 tys. egzemplarzy i kolportowany jest w szkołach na terenie dzielnicy, urzędach, bibliotekach, ma też swoje miejsca ekspozycji w Blue City. Dzięki współpracy wychowankowie bezpłatnie korzystają z dostępnych w Centrum Handlowym atrakcji i są zapraszani na organizowane w Blue City wydarzenia. Centrum urządza wystawy ich prac plastycznych, oferuje im bony zakupowe do sklepów odzieżowych i karty wstępu do miejsc zabaw. Jest sponsorem nagród w wielu organizowanych przez MDK konkursach. Ze współpracy korzysta około 600 wychowanków rocznie.



Celem **Konkursu K0ŁO na Projekt Łazienki (Geberit)** jest projekt budynku z toaletą publiczną dla mieszkańców oraz dążenie wspólnie z miastem do realizacji obiektu. Obiekt powinien spełniać dodatkową, praktyczną funkcję (np. infoboard, biletomat, wypożyczalnia rowerów, kiosk z pamiątkami). Konkurs jest otwarty dla wszystkich, a największą liczbę chętnych stanowią studenci architektury. Prace ocenia jury złożone z najlepszych architektów w Polsce. Wiele zwycięskich projektów zostało już zrealizowanych i obiekty te obecnie służą mieszkańcom. W 2018 roku odbyła się dwudziesta edycja konkursu. Pula nagród wyniosła 50 tys. zł.



Celem programu **Blżej naszych sąsiadów** zainicjowanego przez **Górażdże Cement** jest zwiększenie aktywności i zaangażowania społecznego Grupy Górażdże w kluczowych lokalizacjach poprzez włączenie się w urzeczywistnienie lokalnych przedsięwzięć służących rozwojowi i poprawie jakości życia sąsiadów. Do realizacji przyjęto sześć projektów związanych z rozbudową i remontami lokalnej infrastruktury oraz organizacją wydarzeń sportowych i kulturalnych.



Konkurs oraz koncert galowy „zaŚPIEWAJ I TY NIEPODLEGŁEJ” to wspólne przedsięwzięcie **Kopalni Soli „Wieliczka”**, Wojewody Małopolskiego oraz Małopolskiego Kuratorium Oświaty. Uczestnicy – uczniowie szkół podstawowych i klas gimnazjalnych – przysyłali swoje interpretacje pieśni patriotycznych. Do konkursu zgłosiło się 135 szkół z Małopolski. Najlepsi wystąpili w koncercie galowym przed 500-osobową publicznością, który odbył się w zabytkowej kopalni 125 m pod ziemią. Profesjonalne jury

ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

oceniało talent, muzyczną dojrzałość, a także kreatywność oraz pomysłowość.



W 2017 roku **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** przeprowadził spotkania z mieszkańcami sąsiadujących sołectw, podczas których omawiano plany inwestycyjne oraz konsultowano założenia nowego programu kompensacyjnego. W efekcie rozmów lotnisko uruchomiło nowy program grantowy, którego celem będzie wspieranie projektów inwestycyjnych w tych sołectwach. W 2017 roku przeprowadzono pilotaż programu, a w 2018 roku nazwano go oficjalnie „**Blisko lotniska**”. Do realizacji wybrano 11 inicjatyw.



Dni Otwarte w elektrowniach i elektrociepłowniach PGE Polskiej Grupy Energetycznej organizowane są co roku. Zwiedzający mają okazję poznać tajniki produkcji energii elektrycznej i ciepła oraz uczestniczą w działaniach edukacyjnych dotyczących czystego powietrza. Odbywa się także piknik edukacyjny, w ramach którego można wziąć udział w eksperymentach elektrycznych i chemicznych, samodzielnie wyprodukować energię elektryczną, pedałując na rowerze, zapoznać się z zasadami pierwszej pomocy oraz porozmawiać ze specjalistami o ekologicznym ogrzewaniu.



PGE EJ 1 spółka z **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** odpowiada za budowę pierwszej polskiej elektrowni jądrowej. Od momentu wskazania potencjalnych lokalizacji elektrowni PGE EJ 1 prowadzi dialog i współpracuje z lokalnymi społecznościami. Jedną z form współdziałania jest **Program Wsparcia Rozwoju Gmin Lokalizacyjnych** polegający na dofinansowaniu inicjatyw mieszkańców i samorządów lokalnych w zakresie aktywności edukacyjno-informacyjnych dotyczących energetyki jądrowej, działań związanych z rynkiem pracy, gminnych projektów infrastrukturalnych, inicjatyw dobroczynnych i projektów sponsoringowych. Beneficjentami programu są samorządy terytorialne, mieszkańcy i organizacje pozarządowe. W latach 2015–2018 na wsparcie projektów przeznaczono 7,2 mln zł.



Po dużej awarii energetycznej w 2017 roku zacieśniła się **współpraca pomiędzy Wojewódzkim Centrum Zarządzania Kryzysowego i PGE Dystrybucją Oddział Łódź (PGE Polska Grupa Energetyczna)**. Przedstawiciele poszczególnych gmin zapoznano z procedurami obowiązującymi w przypadku wystąpienia awarii o charakterze masowym. Rezultatem spotkań będzie powołanie, w wypadku wystąpienia awarii o charakterze masowym, w każdym

z Rejonów Energetycznych łącznika z Powiatowymi Centrami Zarządzania Kryzysowego.



W programie grantowym „**Dobry Sąsiad**” realizowanym przez firmę **TAURON Polska Energia** dla mieszkańców gminy Krzeszowice brały udział organizacje prowadzące działalność na terenie gminy. Zgłaszały one swoje pomysły na rozwijanie ogólnodostępnej i niekomercyjnej infrastruktury edukacyjnej, turystycznej, rekreacyjnej lub kulturalnej, programy edukacyjne, imprezy sportowe, rekreacyjne, turystyczne lub kulturalne, sport dzieci i młodzieży. Zwycięzcom przekazano granty w wysokości do 5 tys. zł na realizację projektów.



Celem gry „**Planeta odzysku**”, zrealizowanej przez **Zakład Utylizacyjny** w Gdańsku w formie grywalizacji na platformie online www.planetaodzysku.pl, jest budowanie świadomości ekologicznej i przybliżenie mieszkańcom Gdańska zakresu działań Zakładu Utylizacyjnego. Pierwsza edycja gry była przeznaczona dla nauczycieli i uczniów ze szkół mieszczących się w najbliższym otoczeniu firmy. Warunkiem udziału szkoły było zgłoszenie projektu, na którego realizację zostanie przeznaczony oferowany przez zakład grant. Do 31 grudnia 2018 roku na „Planecie odzysku” zarejestrowało się ponad 1,5 tys. osób.



DOZ Fundacja z Grupy **Pelion** zorganizowała w 2018 roku 12 konferencji z dziedziny medycznej oraz 9 konferencji dla seniorów. Tematy spotkań ustalane były na podstawie ogólnie dostępnych informacji, jakie jednostki chorobowe występują najczęściej u osób po 60. roku życia. Aby w jeszcze większym stopniu dopasować zagadnienia konferencji medycznych do potrzeb seniorów, fundacja powołała **Radę Seniorów** składającą się z siedmiu osób. Rada jest organem doradczym i opiniotwórczym.



Fiat Chrysler Automobiles współpracuje z władzami miast Bielska-Białej i Tychów oraz powiatu bielskiego. Firma angażuje się w sugerowane przez przedstawicieli samorządów wydarzenia i **wspiera lokalne społeczności** w formie i wymiarze zaakceptowanych przez Zarząd.



Program „Forum Seniora” polega na budowaniu partnerskich relacji z seniorami z otoczenia Elektrowni Potaniec – spółki z **Grupy Enea**. Organizowane spotkania umożliwiają inte-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

grację pomiędzy sąsiadami i przekazanie przez firmę informacji o jej działalności i inwestycjach. Zesztoroczna edycja nawiązywała do 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości. Dodatkowym elementem był program edukacyjny „Enea dla pokoleń. Wspólnie o bezpieczeństwie”.



W 2018 roku Wspólnie – Fundacja LafargeHolcim, powołana przez **Lafarge w Polsce**, kontynuowała działania związane z programem **Przygarnij Przestrzeń**. Istotą projektu jest współpraca lokalnych społeczności z zaproszonymi do przedsięwzięcia młodymi projektantami, którzy podczas warsztatów pracują pod okiem mentora. Wybrane do programu miejscowości otrzymują grant w wysokości do 20 tys. zł.

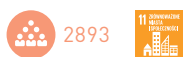


Zakład Utylizacyjny w ramach projektu **Aktywne Sąsiedztwo** kieruje swoje inicjatywy do mieszkańców czterech gdańskich dzielnic oraz graniczących z Gdańskiem miejscowości Kowale i Otomin. Firma inicjuje akcje prospołeczne i edukacyjne w odpowiedzi na potrzeby interesariuszy (wsparcie finansowe projektów).



DZIAŁANIA CHARYTATYWNE I FILANTROPIINE

Rock Radio z **Grupy Agora** włączyło się w obchody setnej rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości, łącząc zaangażowanie słuchaczy z akcją prośrodowiskową. W ramach akcji „100 drzew na 100-lecie niepodległości!” setka słuchaczy Rock Radia posadziła drzewa w trzech miastach: Warszawie, Poznaniu i Opolu.



Pracownicy **Alior Banku** podjęli **Inicjatywę Świąteczną**: w Warszawie, Krakowie i Gdańsku zorganizowali siedem spotkań z osobami z niepełnosprawnościami, seniorami, dziećmi oraz uchodźcami, aby razem śpiewać kolędy. W wydarzeniu wzięło udział około 110 osób. Bank poprosił także dzieci i młodzież z placówek opiekuńczo-wychowawczych, samotnych seniorów oraz potrzebujące osoby indywidualne i rodziny o listy, w których wyrażą swoje potrzeby i marzenia. Pracownicy banku samodzielnie oraz dzięki charytatywnemu kiermaszowi odpowiedzieli na 202 listy, realizując wskazane potrzeby. Dodatkowo zebrali sześć kartonów ciepłych ubrań, obuwia, pościeli oraz artykułów plastycznych dla osób borykających się z problemem bezdomności z Trójmiasta.



Krakowska huta **ArcelorMittal Poland** zorganizowała bezpłatne warsztaty **Kartka z odzysku. Od huty dla Huty, czyli**

kreatywne warsztaty dla seniorów polegające na tworzeniu recyklingowych kartek wielkanocnych. W całodziennych zajęciach, które poprowadziły wolontariuszki firmy, wzięło udział 30 seniorów. Kartki zostały opatrzone życzeniami od seniorów i papierowym woreczkiem z nasionami rzeżuchy. Seniorzy rozdawali je na pl. Centralnym przechodniom, życząc im wesołych świąt. Rozdano blisko 100 kartek.



W 2017 roku firma **Aflofarm Farmacja Polska** założyła fundację korporacyjną **Fundacja Aflofarm**, która odpowiada za realizację części działań CSR-owych firmy. Głównym celem fundacji jest wspieranie ochrony zdrowia, promocja profilaktyki zdrowotnej i aktywnego stylu życia oraz popularyzowanie wiedzy z zakresu farmacji i medycyny. Fundacja realizuje również działania na rzecz ochrony środowiska, promocji oświaty i sportu.



W ramach inicjatywy „**Paka dla zwierzaka**” **Alior Bank** zorganizował w Warszawie, Krakowie i Gdańsku warsztaty krawieckie, podczas których wolontariusze firmy wykonali 110 legowisk i 5 drapaków dla bezpańskich zwierząt. W warsztatach wzięło łącznie udział 41 osób. Dodatkowo w ramach zbiórki na rzecz schronisk zebrano m.in. 600 kg karmy i przysmaków, 200 koców i ręczników, kilkadziesiąt zabawek oraz kilkanaście smyczy i obroży.



Beneficjentami akcji „**Zaczytana Akademia**” zorganizowanej przez **Alior Bank** są dzieci przebywające w szpitalach. Wolontariusze banku uczestniczyli w szkoleniu przygotowującym ich do roli bajkoedukatorów, a następnie podjęli działania polegające na prowadzeniu zajęć w szpitalach. Warsztaty odbyły się w Warszawie, Krakowie i Gdańsku. Wzięło w nich udział 25 osób.



Inwestor Społeczny to rozwiązanie **Allegro** dla firm, które wpłacając 5 tys. zł na platformie Charytatywni Allegro, wspierają blisko 650 rejonów Szlachetnej Paczki i 230 kolegów Akademii Przyszłości. Pieniądze te trafiają do lokalnych wolontariuszy, którzy – wyposażeni w wiedzę o skali i rodzaju potrzeb w danym miejscu – precyzyjnie kierują pomoc. W ramach działania zebranych zostało 165 678 zł.



Allianz Polska, z okazji **Dnia Jazdy Rowerem Do Pracy**, zaprosił pracowników i agentów do wzięcia udziału w ogólnopolskiej akcji, której celem była promocja zdrowego trybu życia oraz wsparcie Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Przez miesiąc uczestnicy zbierali kilometry w drodze z i do pracy. Firma rozpoczęła współpracę z polskim start-upem Activy, który udostępnił autorską aplikację do mierzenia kilo-

ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

metrów. W ciągu miesiąca zespół Allianz przejechał 48 tys. km i przekazał dotację w wysokości 5 tys. zł.



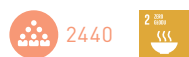
Amica jest głównym sponsorem Fundacji Amicis, organizacji wspierającej ubogich i potrzebujących. Od listopada 2017 roku na portalu Charytatywni.allegro.pl trwają **aukcje na rzecz Fundacji Amicis**. Z inicjatywą wyszli pracownicy, którzy pozyskali na początek atrakcyjne pamiątki – koszulki z autografami piłkarzy – oraz zaproponowali do wystawiania prezentów otrzymywane zgodnie z wewnętrzną polityką przyjmowania prezentów od firm współpracujących. W 2018 roku zebrano w ten sposób 13,5 tys. zł.



Amica stworzyła **konkurs grantowy „Inwestujemy lokalnie”**, w ramach którego wspierane są projekty poprawiające warunki życia lokalnej społeczności w zakresie nauki i edukacji, lecznictwa i ochrony zdrowia, pomocy społecznej, działalności ekologicznej i ochrony środowiska i aktywności sportowej. Uczestnicy mogą ubiegać się o granty oraz o sprzęt AGD marki Amica. W drugiej edycji konkursu, w roku 2018, zgłoszono 23 projekty, a granty otrzymało 8.



Fundacja Amicis firmy **Amica** organizuje **świąteczną akcję zbierania paczek** żywnościowych dla potrzebujących z okolic Wronki i Poznania. Zbiórka realizowana jest przy wsparciu pracowników firmy, spółek zależnych oraz zaprzyjaźnionej KKS Lech Poznań. Pracownicy kompletują i pakują paczki, które następnie, z pomocą OSP Amica, docierają do potrzebujących. Beneficjentami akcji w roku 2018 było ponad 950 osób, m.in. dzieci z domów dziecka, podopieczni warsztatów terapii zajęciowej oraz rodziny wielodzietne.

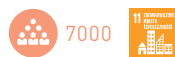


ArcelorMittal Poland zakupił i zamontował **Kaczkomaty przy zalewie w Nowej Hucie**. Dwa pierwsze w Krakowie urządzenia ze zbilansowaną karmą zostały подарowane z myślą o zdrowiu ptaków wodnych i edukacji ekologicznej. Kaczkomaty wydają karmę bezpłatnie, w okresie jesienno-zimowym.



W ramach **Programu Zmieniaj Świat. Budimex 50 lat** w maju 2018 roku ogłoszony został projekt konkursowy skierowany do osób, które działają na rzecz dobra wspólnego i chcą zmieniać świat na lepsze. Nagrodami w konkursie było 500 tys. zł na realizację zwycięskiego projektu oraz 100 tys. zł

przeznaczone na nagrody dodatkowe. Konkurs zaktywizował około 4 tys. osób; zgłoszono 254 pomysły. W ramach zwycięskiego projektu zbudowano pierwszą w Polsce prawdziwą „Leśną Szkołę”.



Dział handlowy firmy **Canon Polska** środki finansowe zwykle przeznaczone na świąteczne prezenty dla partnerów biznesowych w roku 2018 przekazał na rzecz Fundacji Śląskie Hospicjum dla Dzieci, za które przygotowane zostały **paczki dla podopiecznych hospicjum** i zorganizowane spotkanie z Mikołajem. Każda z 70 rodzin znajdujących się pod opieką Śląskiego Hospicjum dla Dzieci otrzymała paczkę od Mikołaja przygotowaną ze środków przekazanych przez firmę.



Stypendium im. Jana Goetza to konkurs grantowy zorganizowany przez markę Okocim należącą do firmy **Carlsberg Polska** i Onet.pl. Jego celem jest promowanie inicjatyw społecznych, takich jak działania na rzecz środowiska i aktywizacja lokalnych społeczności. Projekt związany jest z internetowym talk-show „18:45. Czas na zasady”, współtworzonym i sponsorowanym przez markę. Spośród zgłoszonych pomysłów nagrodzono pięć inicjatyw, których autorzy otrzymali granty w wysokości 10 tys. zł na realizację swoich pomysłów.



Fundacja **Carrefour** przekazała grant Fundacji Kapucyńskiej na realizację projektu **Szansa dla bezdomnych – pokonanie marginalizacji** w wysokości 67 018 euro, w ramach którego zakupiono wyposażenie do nowej jadłodajni. Fundacja Kapucyńska im. bł. Aniceta Koplńskiego przeciwdziała wykluczeniu społecznemu i prowadzi jadłodajnię dla bezdomnych, wydając ponad 300 ciepłych posiłków dziennie. W nowo wybudowanym domu, który działa od września 2018 roku, oprócz jadłodajni, znajdują się też m.in. punkty wydawania leków i odzieży, a także sale spotkań z potrzebującymi.



CCC w ramach **działań charytatywnych i filantropijnych** organizuje zbiórki pracownicze – zebrane środki są przekazywane na wsparcie pracowników i ich bliskich. CCC przekazuje również darowizny pieniężne i rzeczowe w postaci obuwia dla najbardziej potrzebujących.



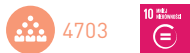
Credit Agricole Bank Polska sfinansował letni **wypoczynek wychowankom Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania**. Aby zaangażować pracowników w akcję pomo-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

cy, bank zorganizował bieg survivalowy. Kwota darowizny na rzecz domu dziecka zależała od liczby pracowników, którzy wezmą udział w biegu. Łącznie udało się zebrać 30 tys. zł. Wrocławskie Centrum Opieki i Wychowania to największa placówka opiekuńczo-wychowawcza w stolicy Dolnego Śląska, ma ona pod opieką 200 wychowanków.



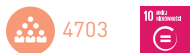
Firmy należące do wrocławskiego CSR WroClub zdecydowały o przeprowadzeniu wspólnej inicjatywy na rzecz potrzebujących dzieci (zebranie wyprawek szkolnych dla wychowanków dolnośląskich domów dziecka). Przedsięwzięcie **Kup plecaka dla dziecka** w **Credit Agricole Bank Polska**

Polska polegała na przygotowaniu przez pracowników wyprawek szkolnych dla dzieci z domów dziecka i rodzin zastępczych. W akcję zaangażowało się 1 tys. pracowników, którzy przygotowali łącznie 46 szkolnych wyprawek. Wszystkim firmom biorącym udział w wydarzeniu udało się przygotować ponad 300 wyprawek szkolnych dla dzieci w wieku od 6 do 19 lat w 12 placówkach.



Credit Agricole Bank Polska w ramach akcji

Pomóż dziecku zaangażował się w pomoc dla Towarzystwa Przyjaciół Dzieci, zapewniając organizacji wsparcie finansowe na rzecz kolonii zdrowotno-rehabilitacyjnych dla jej podopiecznych. Pozwoliło to 500 podopiecznym organizacji spędzić wakacje nad morzem – w Jarostawcu, Rewalu i Łukęcinie.



Program **RAZEM = LEPIEJ** firmy **Edusports Katarzyna Stolarczyk** ma na celu pozyskanie funduszy przez partnerstwo marketingowe oraz finansowanie społecznościowe. Firma udostępnia swoje przestrzenie reklamowe innym podmiotom. Pozyskane fundusze pozwalają sfinansować zajęcia edukacyjno-sportowe dla dzieci zagrożonych wykluczeniem społecznym z Chełma. Zajęcia prowadzone są metodą Eduball – łączącą sport, edukację i budowanie relacji w grupie.

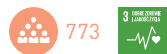


Agencja Valorek i **ENERIS Ochrona Środowiska**

w ramach akcji **Psu na budę** zrealizowały kampanię zbierania banerów powyborczych. Zachęcali komitety wyborcze i przedsiębiorców do odpowiedzialnego zagospodarowania materiałami reklamowymi. Banery czyste przekazane były na rzecz gorzowskiego schroniska Azorki jako zabezpieczenie dla zwierząt na zimę. Z części materiałów uszyte zostały okładki na kalendarze biurowe, a także torby, które zlicytowano podczas akcji świątecznych oraz w ramach współpracy z Radiem Plus. Dochód ze sprzedaży licytowanych gadżetów również został przeznaczony na schronisko.



Dziecięcy świat w kolorach to realizowany przez **Fabrykę Farb i Lakierów Snieżka** program społeczny, w ramach którego odnawiane są oddziały pediatryczne (od 2005 roku pomalowano już 29). Integralnym elementem malowania jest zaangażowanie w projekt plastików, pod pędzlem których ściany wypetniają się bajkowymi motywami i barwnymi postaciami.



Groupon Shared Services Poland wspiera

Fundację Gniazdo w wydarzeniach integracyjnych dla dzieci z rodzin marginalizowanych zamieszkujących północne dzielnice Katowic. W czerwcu 2018 roku w ramach corocznego Volunteer-a-Thonu odbyły się dwie akcje: wolontariuszki pomagali organizację pikniku rodzinnego oraz gościli w firmie delegację najstarszej młodzieży. W lipcu 2018 roku został przyznany Volunteer-a-Thon Impact Grant, w ramach którego firma przekazała Fundacji Gniazdo 1 tys. USD. W grudniu 2018 roku miała miejsce akcja Be a Santa. Najmłodsze dzieci z podwórkowych grup fundacji napisały listy do Świętego Mikołaja, a pracownicy zorganizowali zbiórkę środków i zakupili je według życzeń. W działania po stronie firmy zaangażowało się 20 osób, które w ramach wolontariatu poświęciły 80 godzin na udział w akcjach.



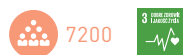
Family Fest zorganizowany przez eDziecko.pl (Gazeta.pl) i Co Jest Grane 24 z **Grupy Agora** to festiwal rodzinny, podczas którego miały miejsca zarówno wykłady dla rodziców, kulturalne atrakcje dla najmłodszych, jak i targi z najlepszymi markami dziecięcymi. Wydarzenie odbyło się w dniach 23–24 czerwca 2018 roku w siedzibie firmy. Specjalne zaproszenie otrzymali na nie pracownicy spółki wraz ze swoimi rodzinami.



Enea Elektrownia Połaniec z **Grupy Enea** przy wsparciu Fundacji Enea oraz wolontariuszy Elektrowni Połaniec zorganizowała w ramach programu **Młodzi odkrywcy – spełniamy marzenia** wyjazd edukacyjny dla 50-osobowej grupy dzieci z Domów Dziecka w Pacanowie i Skopaniu. Podopieczni w wieku 6–16 lat odbyli wycieczkę do Warszawy. Program obejmował zwiedzanie Pałacu Prezydenckiego, Sejmu RP, gdzie odbyło się spotkanie z postaciami, a także Grobu Nieznanego Żołnierza. Obowiązkowym punktem był Stadion PGE Narodowy.



Kubusiowe Szpitale to projekt artystyczny **Grupy Maspex**, w ramach którego sale szpitalne są malowane w przyjazne dzieciom, kolorowe krainy. Działanie realizowane jest od kilku lat. Do końca 2018 roku w gronie Kubusiowych Szpitali znalazły się 52 oddziały pediatryczne. Do tworzenia rysunków wykorzystywane są hipoalergiczne i bezzapachowe farby, dzięki czemu cały proces jest bezpieczny dla wszystkich.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W **H20-to jest to!** – programie zainicjowanym w lutym 2018 roku przez pracowników Przedsiębiorstwa Wodno-Kanalizacyjnego w Tarnowskich Górach, jednej ze spółek **Grupy Veolia** w Polsce – w 2018 roku wzięło udział pięć szkół wybranych w porozumieniu z Urzędem Miasta Tarnowskie Góry. Firma zainstalowała pięć źródełek wody pitnej będących pod stałym nadzorem akredytowanego laboratorium PWiK Sp. z o.o. w Tarnowskich Górach. Dzięki nim prawie 2,5 tys. dzieci ma nieograniczony dostęp do wody pitnej. Dodatkowo w kampanię informacyjną pod hasłem „Dlaczego warto pić wodę kranową?” zaangażowało się 200 dzieci.



Charity Breakfast to pomysł jednego z pracowników **GWD Concept** wyłoniony w konkursie. Raz na kwartał firma organizuje śniadanie, w trakcie którego zbiera pieniądze na pomoc dla potrzebującego dziecka. Co kwartał pomoc przeznaczona jest dla innego dziecka, a pracownicy proszeni są o wskazanie potrzebujących z własnego otoczenia. Na śniadanie każda osoba przynosi gotowe danie lub produkty, z których przygotowuje posiłek w biurze. Za każdym razem zbierane jest ponad 1 tys. zł.



Pracownicy **GWD Concept** zaangażowali się w pomoc w ramach **Szlachetnej Paczki**. Wsparciem została objęta rodzina z czworgiem dzieci w wieku od 1,5 do 11 lat. Rodzina miała konkretne potrzeby od 2 ton węgla i lodówki po artykuły spożywcze, higieniczne, odzieżowe oraz papirnicze. Pracownicy zbierali w siedzibie wszystkie potrzebne rzeczy. Zwieńczeniem akcji było pakowanie prezentów podczas firmowego przyjęcia wigilijnego. Następnego dnia pracownicy przewieźli je do rodziny.



Firma **Holding 1** w ramach programu „Start w dorosłe życie” zdecydowała się na pomoc osobie opuszczającej placówkę opiekuńczą. Osoby takie mogą otrzymać od Urzędu Miasta Krakowa mieszkanie; niestety, mieszkania te zazwyczaj są w złym stanie i wymagają remontu. Dla osoby będącej dopiero u progu pracy zawodowej, nieposiadającej własnych oszczędności, remont mieszkania jest praktycznie niemożliwy. Firma zapewniła pełny remont łazienki, kuchni wraz z zakupem wyposażenia, wymianę podłóg, malowanie ścian i inne prace wykończeniowe.



Konkurs **Najlepsza szkoła pod słońcem** – zorganizowany przez **IKEA Retail** był skierowany do szkół z gmin, na terenach których firma posiada swoje farmy wiatrowe – miał na celu propagowanie wiedzy na temat zrównoważonego

rozwoju. Zaproszone do udziału szkoły przygotowywały program edukacji ekologicznej oraz zrealizowały go w semestrze wiosennym 2018 roku. Nagrodami były instalacje fotowoltaiczne dla sześciu szkół, każda warta ponad 40 tys. zł, wraz z montażem, przygotowaniem do podpięcia do sieci i długoletnią gwarancją.



Dzięki wsparciu **IKEA Retail** na dachu nowej siedziby domu Towarzystwa Pomocy im. św. Brata Alberta przy ul. Bolestawy Krzywoustego w Słupsku **zamontowanych zostało 37 paneli fotowoltaicznych**, które będą zamieniały energię słoneczną na prąd. Zgodnie z planami instalacja pokryje od 25 do 30% zapotrzebowania placówki na energię elektryczną. Adekwatnie do tego zmniejszą się rachunki za prąd. Obecnie wynoszą one około 2,5 tys. zł.



Akcja **Światłoczułość – wsparcie dzieci niewidomych i słabowidzących** zorganizowana przez **Ingka Centres Polska** obejmowała wydarzenia i warsztaty edukacyjne, których uczestnicy mieli okazję bliżej poznać świat osób niewidzących i słabowidzących. Mogli m.in. wypróbować urządzenia ułatwiające codzienne funkcjonowanie osób niewidomych i słabowidzących, obejrzeć film w specjalnych opaskach i przejechać się zaciemnionym autobusem. Organizatorzy przekazali instytucjom zajmującym się dziećmi i młodzieżą niewidomą oraz słabowidzącą pomoce dydaktyczne o wartości 50 tys. zł. Wśród nich znalazły się maszyny brajlowskie, powiększalniki i lupy, kalkulatory, gry planszowe dla niewidomych oraz rehabilitacyjne pakiety głosowe.



Sieć Biedronka firmy **Jerónimo Martins Polska** oraz Caritas Polska przygotowały **program wsparcia seniorów „Na codzienne zakupy”**. Głównym elementem projektu jest karta zakupowa, którą można płać za zakupy w Biedronce. Wsparciem zostały objęte osoby w wieku powyżej 60 lat w trudnej sytuacji finansowej (z dochodem do 1300 zł netto na osobę), mieszkające samotnie, mające trudności w poruszaniu się. Karta jest doładowywana co miesiąc kwotą 200 zł. Każdemu seniorowi przydzielono także wolontariusza. Biedronka zapewniła finansowanie programu oraz dostarczyła karty, natomiast Caritas przeprowadził w diecezjach rekrutację beneficjentów do programu i rekrutację oraz szkolenie wolontariuszy. W projekcie w okresie od marca do grudnia 2018 roku wzięło udział 5300 seniorów. W działania dla seniorów było zaangażowanych ponad 1700 wolontariuszy Caritasu.



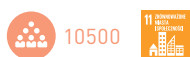
Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

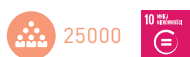
W 2018 roku jedna z marek piwa **Kompanii Piwo-warskiej** – Lech Premium – po raz trzeci zrealizowała **program grantowy Lechstarter**, którego celem jest uwalnianie energii mieszkańców i zmiana polskich miast na lepsze. W ramach przedsięwzięcia lokalne stowarzyszenia, fundacje, a także niezrzeszeni społecznicy mogą zgłaszać pomysły na nowe miejsca integracji społecznej, aktywności łączące mieszkańców oraz innowacyjne rozwiązania podnoszące jakość życia w mieście. Spośród nadestanych ponad 300 zgłoszeń jury wybrało 48 projektów, na które następnie głosowały lokalne społeczności; 15 projektów, które uzyskały w internetowym głosowaniu największe poparcie mieszkańców, otrzymało granty na łączną kwotę 1 mln zł. Program był realizowany we współpracy z fundacją Urban Forms.



W piątek, 27 lipca 2018 roku odbyła się III społeczna akcja **Uczcijmy pamięć Bohaterów i posprzątajmy wspólnie Kwatery Żoliborskich Powstańców**, wspierana m.in. przez **Leroy Merlina**. Inicjatywa miała na celu uczczenie pamięci zmarłych powstańców – żołnierzy AK Zgrupowania „Żywiec” i zadbanie o miejsce ich spoczynku w ramach obchodów 74. rocznicy Powstania Warszawskiego. Kwatera żoliborskich powstańców liczy ponad 300 grobów, które wymagają posprzątania, a nie zawsze są krewni, którzy byliby w stanie to zrobić. Leroy Merlin wsparł organizatorów wydarzenia środkami czystości, do pielęgnacji kamienia oraz akcesoriami ogrodowymi.



Działania charytatywne oraz inicjatywy prospołeczne przybrały w **LPP** formę regularnego wsparcia przez **stworzenie Fundacji LPP**. W 2018 roku fundacja przekazała łącznie ponad 1,5 mln zł (w postaci finansowej oraz darowizn rzeczowych) na wsparcie ponad 100 organizacji pozarządowych oraz realizację inicjatyw organizowanych przez pracowników LPP. W 2018 roku do 91 podmiotów trafiło ponad 78 tys. sztuk odzieży.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego podejmuje się **finansowania w formie sponsoringu albo darowizny** różnych inicjatyw społecznych, obejmujących przede wszystkim instytucje działające na rzecz promocji gospodarki, wspierające rozwój przedsiębiorczości, angażujące się w inicjatywy społeczne, kulturalne, edukacyjne i prozdrowotne na terenie Małopolski. W 2018 roku Małopolska Agencja zrealizowała 70 umów darowizn i 34 umowy sponsoringowe na łączną kwotę 623 800 zł. Ze środków funduszu celowego udzieliła 6 darowizn i podpisała 7 umów sponsoringowych na łączną kwotę 760 tys. zł.



Fundacja Ronalda McDonalda została założona w 2002 roku przez **McDonald's Polska**. Jej celem jest profilaktyka zdrowotna dzieci oraz wsparcie dla rodziny w czasie ciężkiej

choroby jej najmłodszych członków i pobytu w szpitalu – w ramach działania „**Aby rodzina mogła być razem**”. Fundacja utworzyła bezpłatny hotel dla rodzin hospitalizowanych dzieci przy Uniwersyteckim Szpitalu Dziecięcym w Krakowie. Zapewnia także pokoje rodzinne na terenie szpitala, prowadzi program bezpłatnych, ogólnopolskich badań USG dzieci oraz szkolenia lekarzy z wczesnego wykrywania nowotworów u dzieci.



W ramach **Elektronicznego Systemu Medycyny Szkolnej, pielęgniarkom** środowiska nauczania i wychowania Fundacja **Medicover** przekazuje łatwy w obsłudze system informacyjny ściśle dopasowany do ich potrzeb, wspierający w przeprowadzaniu badań przesiewowych uczniów klas III i VII szkół podstawowych.



Pracownicy **MetLife** zorganizowali **pomoc dla dzieci z Powiślańskiej Fundacji Społecznej**. Zebrali sprzęt, który umożliwił 13 podopiecznym fundacji wyjazd na trzytygodniowy obóz. Sprzęt będzie służył podczas kolejnych wyjazdów.



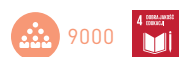
Sprzed oddziału Pilkington Automotive Poland w Chmielowie należącego do **NSG Group** 16 września 2018 roku wystartował pierwszy **Bieg Szklarski**. Udział w imprezie wzięło 133 zawodników, w tym pracownicy NSG Group. Trasa licząca 25 km łączyła gminę Nowa Dęba z miastami Tarnobrzeg i Sandomierz. Kwota z opłat startowych w całości została przekazana dla Domu Dziecka w Skopaniu. Podczas pierwszej edycji udało się zbierać 4,5 tys. zł.



DOZ Fundacja Grupy **Pelion** co miesiąc organizuje **spotkania dla Seniorów**. Są to zarówno konferencje poświęcone tematom związanym ze zdrowiem i profilaktyką, jak i koncerty muzyczne. Dotyczą zagadnień i problemów, jakie są charakterystyczne dla osób w wieku 60+. Fundacja zorganizowała 12 konferencji oraz 9 koncertów. W każdym spotkaniu uczestniczyło 60–120 osób.



W 2018 roku firma **Pelion** włączyła się w **świętowanie 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości**. W Muzeum Farmacji im. Jana Muszyńskiego w Łodzi odbyła się wystawa „Rodzina Głuchowskich – farmaceuci i patrioci” poświęcona farmaceutom, którzy nie tylko byli przykładem osób troszczących się o pacjenta przychodzącego do apteki i wyjątkowo zaangażowanych w pracę zawodową, ale przede wszystkim byli patriotami. Polakami oddanymi sprawie Polski była właśnie m.in. rodzina Głuchowskich.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W wielu krajach coraz modniejsze stają się tzw. fińskie wyprawki: pierwsze łóżeczko malucha stanowią kartonowe pudełka wyposażone w materacyk, gdzie nowo narodzone dziecko od razu może spać, oraz środki pielęgnacyjne niezbędne dla dziecka po urodzeniu. DOZ Fundacja wspólnie z firmą **Pelion** zorganizowała akcję **przekazywania wyprawk rodzicom nowo narodzonych dzieci**. Kilkaset wyprawk przekazano do Szpitala w Brzezinach, a także do Urzędu Miasta w Słupsku, gdzie zostały rozdane każdej mamie.



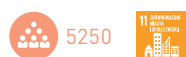
W 2018 roku wszystkie oddziały PGE Obrót z **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** wsparty akcją charytatywną, w ramach której **Caritas** przekazał spółce listę potrzebnych produktów do zorganizowania wspólnych wigilii, jak również przygotowania indywidualnych paczek świątecznych dla najbardziej potrzebujących. W projekt Caritasu włączyli się pracownicy spółki, którzy zbierali zarówno żywność, jak i pieniądze na zakup żywności dla potrzebujących rodzin. W akcję zaangażowała się także sama spółka, przekazując wsparcie w formie bonów Sodexo.



PGE EO z **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** angażuje się we **współpracę z Placówką Opiekuńczo-Wychowawczą w Giżycach**. Polega ona na organizowaniu dla podopiecznych placówki kilka razy w roku wydarzeń edukacyjnych, kulturalnych, sportowych i rozrywkowych. W 2018 roku młodzi ludzie mogli zobaczyć m.in. należącą do spółki Elektrownię Wodną Dębe, zwiedzić Muzeum Powstania Warszawskiego i „Niewidzialną Wystawę”. Byli też na lodowisku, jeździli na wrotkach, bawili się w parku trampolin i na koncercie oraz uczestniczyli w akcji sadzenia lasu.



W ramach **Programu Grantowego Czuwamy! Pamiętamy!** uruchomionego przez **PKN ORLEN** i Fundację „ORLEN – DAR SERCA” finansowane były projekty przywracające cześć i pamięć bohaterom poległym podczas II wojny światowej. Laureatami pierwszej edycji programu zostało 12 organizacji. Łączna kwota przekazanych darowizn to blisko 50 tys. zł. Fundacja w ramach programu przekazała Społecznemu Komitetowi Opieki nad Grobami Poległych Żołnierzy Batalionu „Zośka” kwotę pozwalającą na rewitalizację i wymianę znacznej części krzyży na powstańczych mogiłach warszawskich Powązek.



Fundacja „ORLEN – DAR SERCA” wraz ze swym fundatorem firmą **PKN ORLEN** przekazała 2 mln zł społecznościami lokalnym w ramach **Programu Grantowego „Moje miejsce**

na Ziemi”. Granty w wysokości od 3 do 15 tys. zł na realizację projektu, który ma zmienić na lepsze ich najbliższe otoczenie, otrzymały 293 organizacje. Projekty mogły dotyczyć obszarów, takich jak sport, bezpieczeństwo, edukacja, historia, kultura czy ekologia.



Pomoc To Moc to ogólnopolska akcja prewencyjna realizowana przez **PZU**, skierowana do społeczności lokalnych. Jej głównym założeniem jest finansowe i operacyjne wsparcie grup lokalnych, które w ramach celu przewodniego projektu „Zdrowa i bezpieczna rodzina” otrzymują do 100 tys. zł na realizację zgłoszonej inicjatywy. W 2018 roku Powszechny Zakład Ubezpieczeń dofinansował realizację 97 inicjatyw lokalnych.



Fundacja **PZU** od 2012 roku jest partnerem Krajowego Funduszu na rzecz Dzieci. W ramach **Programu pomocy wybitnie zdolnym** rocznie finansuje stypendia dla uczniów z całej Polski – młodych naukowców, muzyków, plastyków i tancerzy. Celem programu jest wszechstronne, merytoryczne wsparcie uczestników przez organizację dla nich obozów, warsztatów, seminariów, staży badawczych, koncertów i wystaw. Zajęcia prowadzone są we współpracy z wiodącymi placówkami naukowymi. W roku szkolnym 2017/2018 do programu zakwalifikowanych było 539 uczniów.



PZU od 2013 roku prowadzi kompleksowy system wsparcia psychologicznego dla poszkodowanych w wypadkach, których sprawcami byli posiadacze polisy OC w PZU. W ramach minimalizowania skutków wypadków finansuje dla dzieci z traumą powypadkową oraz ich opiekunów pobyt na **turnusach rehabilitacyjnych**. Jest to forma stacjonarnej terapii psychologicznej, prowadzonej w ośrodkach terapeutycznych Stowarzyszenia Misie Ratuja dzieci w Dźwirzynie oraz Stowarzyszenia SIEMACHA w Odporyszowie. Z pomocy corocznie korzysta około 120 osób.



Wszystkie oddziały **Rödl & Partner** zorganizowały **zbiórki na cele charytatywne**, w ramach których pozyskano blisko 80 tys. zł. W oddziałach, zamiast bożonarodzeniowych prezentów dla klientów, budżet przeznaczono na pomoc dla osób w potrzebie. Na podstawie wyników ankiety udostępnionej pracownikom wybrano cztery osoby – pracowników oraz ich bliskich, których wsparcie. Podczas wigilii firmowej odbyła się licytacja obrazów, z której cały dochód również został przekazany potrzebującym. Firma po raz dziewiąty zorganizowała konkurs na projekt kartki świątecznej z motywem anioła.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Prace konkursowe przygotowali wychowankowie Domów Dziecka nr 1, 2 i 3 w Gliwicach. Zwycięski rysunek zdobi tegoroczną kartkę świąteczną, wystaną klientom, partnerom i współpracownikom firmy. Ośrodki te otrzymały wsparcie finansowe z przeznaczeniem na letnie wyjazdy dla dzieci.



Santander Bank Polska zorganizował trzymiesięczny konkurs **Bike Challenge**, aby w okresie letnim uaktywnić pracowników. Dodatkową motywacją był cel 100 tys. km – po jego osiągnięciu Fundacja Santander Bank Polska zobowiązała się przekazać 30 rowerów na użytek wychowanków domów dziecka. Bike Challenge zaangażował 78 pięcioosobowych drużyn i 645 pracowników indywidualnych, w sumie 1035 osób, które przejechały łącznie 387 483,6 km. Fundacja zakupiła 32 rowery dla Domów Dziecka w Jeleniej Górze oraz wyremontowała pokoje jednego z Domów Dziecka w Poznaniu.



Fundacja **Santander Bank Polska** poprzez **wsparcie finansowe uzdolnionej młodzieży** przyczynia się do rozwoju ich talentów, a tym samym do lepszego startu w dorosłe życie. Fundacja przygotowała program stypendialny skierowany do młodzieży w wieku 11–19 lat oferujący dofinansowanie w wysokości 500 zł przez 10 miesięcy.



Trzeciego grudnia obchodzony jest Międzynarodowy Dzień Osób z Niepełnosprawnościami. Z tej okazji w **Sodexo Polska** corocznie organizowane są **Kiermasze Świąteczne w restauracjach** prowadzonych przez firmę. Asortyment kiermaszów jest przygotowywany przez Warsztaty Terapii Zajęciowej (WTZ) dla osób z niepełnosprawnościami intelektualnymi. Dochód ze sprzedanych wyrobów wykonanych przez uczestników zajęć w całości trafia do WTZ.



Firma **Solaris Bus & Coach** w 2012 roku powołała „**Fundację Zielony Jamnik** – na ratunek bezbronny”. Celem fundacji jest pomoc potrzebującym ludziom i zwierzętom z okolic Bolechowa, czyli najbliższego otoczenia firmy. Do głównych celów statutowych Zielonego Jamnika należą: realizowanie programów pomocowych dla dzieci i młodzieży, propagowanie idei ochrony praw zwierząt, promowanie wolontariatu oraz aktywizowanie pracowników i podmiotów zewnętrznych. Wśród beneficjentów są pracownicy Solarisa, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, organizacje niosące pomoc w sytuacjach nadzwyczajnych. Od początku swojego istnienia do roku 2018 fundacja udzieliła pomocy już ponad 100 osobom fizycznym i organizacji.



W latach 2016 i 2017 pracownicy centrali **TIM** uczestniczyli jako drużyna w majowych akcjach European Cycling

Challenge. Organizatorzy zdecydowali jednak o przerwie w 2018 roku. W odpowiedzi pracownicy zgłosili propozycje organizacji własnej, wewnętrznej rywalizacji kilometryrowej **Aktywny TIM dla Przyjaciół**. Akcja polegała na gromadzeniu przez pracowników kilometrów w dziewięciu rodzajach aktywności fizycznej. Kilometry przeliczono na złotówki, gdzie 1 km = 0,50 zł. Zgromadzone w ten sposób środki zostały przekazane przez Zarząd firmy w formie darowizn na rzecz dwóch fundacji: Fundacji AVALON – Bezpośrednia Pomoc Niepełnosprawnym oraz Fundacji Dzieciom „Zdążyć z Pomocą”, pod opieką których znajdują się synowie dwóch pracowników firmy, wymagający specjalistycznego leczenia i rehabilitacji. Finał akcji odbył się 25 maja, podczas rodzinnego pikniku z okazji 30. urodzin firmy. Na konto każdej fundacji trafiło 10 tys. zł.



W 2017 roku do **T-Mobile Polska** zwróciła się z prośbą o pomoc Gmina Ryteł. **Pomoc Gminie Ryteł** miała polegać na udostępnieniu numeru telefonu oraz łącza internetowego potrzebnych jako kontakty alarmowe dla gminy, która ucierpiała najbardziej wskutek nawaltnicy. Firma spełniła tę prośbę, oraz zapytała jaka dodatkowa pomoc byłaby najbardziej potrzebna. W sierpniu 2018, rok po nawaltnicy jaka przeszła przez Pomorzę, firma wyremontowała pracownię komputerową w Zespole Szkół w nadleśnictwie Ryteł w Gminie Chojnice w województwie pomorskim. Firma wspiera również sołectwo udostępniając darmowe łącze internetowe oraz numer telefonu, który służy jako numer alarmowy.



Z okazji 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości Fundacja LOTTO i **Totalizator Sportowy** ufundowały **program stypendialny 100 na 100 im. Haliny Konopackiej i Ignacego Matuszewskiego**. Fundacja zorganizowała nabór wniosków w formie ogólnopolskiego konkursu, a aplikujący studenci musieli wykazać się nie tylko wysokimi osiągnięciami w nauce, ale także posiadać szerokie zainteresowania oraz wrażliwość społeczną. Stypendiści otrzymali 100 rocznych stypendiów w łącznej kwocie 15 tys. zł, podzielonej na równe raty miesięczne po 1250 zł. Przyznane stypendium może być wykorzystane przez studentów na dalszy rozwój naukowy, jako inwestycja w obszary zainteresowań lub działalność społeczną. Natomiast 30% z tej kwoty stypendysta może przeznaczyć na indywidualne potrzeby prywatne.



Kids Camp to inicjatywa **UBS Business Solutions Poland** oraz Project Management Institute Poland skierowana do dzieci z domów dziecka oraz pochodzących z uboższych rodzin z południowej Polski. Jej celem jest organizacja letniego obozu, który obejmuje zajęcia z zarządzania projektami oraz aktywności sportowe i spotkania z inspirującymi ludźmi, a także zajęcia z języka angielskiego, warsztaty plastyczne, taneczne i pokazy rzemiosła artystycznego. Obóz ma na celu odkrywanie przez dzieci nowych talentów i pasji. W 2018 roku w Kids Camp uczestniczyło 29 dzieci z trzech miast. Projekt przygotowywało 24 wolontariuszy UBS.

Inicjatywa została wyróżniona nagrodą ABSL Diamond w kategorii CSR.



W grudniu 2018 roku z okazji 20-lecia istnienia **Volks-wagen Motor Polska** firma **przekazała fantomy szkoleniowe** 20 lokalnym jednostkom Ochotniczej Straży Pożarnej. Akcję wspierali pracownicy oraz związek zawodowy.



Firma **WoshWosh** angażuje się w **pomoc potrzebującym i ubogim** z najbliższego otoczenia. W 2018 roku zorganizowała dwie akcje pomocy osobom bezdomnym i samotnym matkom. Pomoc polegała na zbiorce butów, ich renowacji i naprawie, a następnie przekazaniu osobom potrzebującym i ośrodkom wspierającym takie osoby. W ramach inicjatywy firma zebrała 1082 pary butów.



Zakład Fotograficzny u Jarka wsparł działaniami **założenie Sali Sensira**. Sala sensoryczna, która powstała dzięki Stowarzyszeniu na rzecz Osób Niepełnosprawnych Ziemi Żywieckiej, to przedsięwzięcie wspomagające dzieci niepełnosprawne. Projekt zakładał założenie sali od podstaw: wyremontowanie pomieszczenia oraz zdobycie środków na jego wyposażenie. Zakład Fotograficzny wsparł działania Stowarzyszenia na wielu płaszczyznach: wydrukował zaproszenia oraz podziękowania dla wszystkich darczyńców, a także ufundował roll-up oraz tablicę informacyjną z regu-laminem. Pomagał również zdobyć środki wśród lokalnych darczyńców.



Zakład Fotograficzny u Jarka oraz Stowarzyszenie na rzecz Osób Niepełnosprawnych Ziemi Żywieckiej zajęły się **renowacją mebli i wyposażeniem świetlicy** na Oddziale Pediatricznym w Szpitalu w Żywcu. Firma fotograficzna okleiła meble w świetlicy, foliami termicznymi i matowymi okleiła okna, wykleiła gry podłogowe na korytarzach, a także pomogła przynieść łóżka przekazane przez Stowarzyszenie na rzecz Osób Niepełnosprawnych na użytek Oddziału Pediatricznego. Stowarzyszenie dodatkowo zebrało dla oddziału zabawki od lokalnej społeczności.



Pracownicy Departamentu Bankowości Bezpośredniej **Bank Millennium** wyszli z inicjatywą wsparcia jednego z ośrodków pomocy społecznej. Co roku organizują oni warsztaty, podczas których dzieci piszą listy do Mikołaja. Następnie losu-

ją je zaangażowani w akcję pracownicy, którzy przygotowują prezenty. Z darami do dzieciaków ruszają **MilleMikotajowie**. W 2018 roku pracownicy przygotowali prezenty dla 22 dzieci.



Akcja „**święteczna choinka BIBUS MENOS**” polegała na zbiorce wśród pracowników firmy **BIBUS MENOS** specjalistycznych materiałów dla Hospicjum im. św. Wawrzyńca w Gdyni oraz zabawek, które zostały przekazane do świetlic w Dziecięcej Klinice Hematologii i Onkologii UCK w Gdańsku. Do zbiórki można było przyłączyć się również poprzez zakup zabawek, które przekazane zostały do dwóch świetlic w Dziecięcej Klinice Hematologii i Onkologii w Gdańsku. Akcję można było także wesprzeć poprzez zbiórkę funduszy. W ramach przedsięwzięcia zebrano 4 tys. zł.



Grupa Enea włączyła się w **obchody 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości i 100-lecia powstania wielkopolskiego**, poprzez organizację oraz współorganizację różnego typu inicjatyw społecznych. Działania podejmowane były m.in. w formie sponsoringu, partnerstwa społecznego, partnerstwa, umów zawieranych przez Fundację Enea, a także projektów realizowanych samodzielnie przez spółki Grupy Kapitałowej Enea. Zrealizowano 106 inicjatyw, wśród których znalazły się koncerty i wydarzenia kulturalne, działania trwale upamiętniające rocznice, sportowe inicjatywy niepodległościowe i akcje edukacyjne realizowane z mediami.



Parasol Historii powstał w **Grupie Maspex** z myślą o wsparciu społecznej świadomości historycznej oraz współpracy z organizacjami działającymi na rzecz kultywowania pamięci o polskich bohaterach. W ramach programu firma współpracuje z Muzeum Powstania Warszawskiego oraz z innymi instytucjami społecznymi i historycznymi. W 2018 roku w najważniejszych polskich mediach publikowane były reportaże, które opisują bohaterstwo i dramaty powstańców, dzięki czemu informacja dotarła do ponad 1,3 mln czytelników. Firma zaangażowała się także we wsparcie finansowe produkcji filmu „Kurier”, tworzenie tablic pamięci, a na konto Światowego Związku Żołnierzy AK w ramach zbiórki Pomoc dla Powstańców wpłaciła 750 tys. zł, wsparła finansowo Fundację Pomocy na rzecz Żołnierzy AK, która prowadzi jedyną w Polsce specjalistyczną przychodnię świadczącą pomoc medyczną dla weteranów. W ramach akcji Paczka dla Bohatera przekazano na rzecz kombatantów 15 ton produktów firmy.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Aquanet pomaga organizacjom pozarządowym, przygotowując dla nich w ciągu roku od dwóch do czterech konkursów tematycznych. W 2018 roku na **Konkursy Charytatywne** przeznaczono łącznie 240 tys. zł (trzy konkursy po 80 tys. zł), a wsparcie finansowe otrzymało 10 organizacji.



ArcelorMittal Poland organizuje **akcje charytatywne dla bezdomnych zwierząt**. Firma regularnie współpracuje ze schroniskami oraz organizacjami działającymi na rzecz zwierząt, urządza zbiórki karmy, żwirku, koców oraz ręczników, wspiera także inicjatywy wolontariatu pracowniczego w schroniskach. We współpracy ze stowarzyszeniem Nadzieja na Dom firma opiekuje się kotami wolno żyjącymi na terenie zakładu w Dąbrowie Górniczej i w Zakładzie w Sosnowcu. Opieka obejmuje leczenie, jeśli jest taka potrzeba, sterylizację i kastrację oraz adopcję kociąt.



Z inicjatywy **Bandi Cosmetics** w ramach projektu **Czytamy dla Mamy** 11 autorek napisało powieść w odcinkach „Dowód dojrzałości”. W przygotowanie audiobooka zaangażowali się m.in. Krystyna Janda, Piotr Adamczyk i Małgorzata Lewińska. Dochód ze sprzedaży książki, audiobooka oraz rozdziałów publikowanych na stronie Czytamylamamy.org przeznaczony jest na wsparcie Fundacji po DRUGIE w budowie pierwszego w Polsce ośrodka dla nieletnich matek.



Bank BGŻ BNP Paribas realizuje **Program Grantów Lokalnych** – kierowany on jest do pracowników sieci placówek, którzy wnioskuje o wsparcie finansowe dla lokalnych podmiotów społecznych. Dzięki grantom przyznanym w ósmej edycji programu, organizacje zrealizują działania wspierające wyrównywanie szans osób z grup wrażliwych, szczególnie osób z niepełnosprawnościami i starszych. Wsparcie otrzymują także organizacje umacniające rolę kobiet. W 2018 roku przyznano granty dla 25 organizacji, każdy w kwocie 4 tys. zł.



Klasa to autorski program stypendialny **Banku BGŻ BNP Paribas** kierowany do absolwentów gimnazjów pochodzących z mniejszych miejscowości, z rodzin znajdujących się w trudnej sytuacji materialnej, a podejmujących naukę w renomowanych liceach ogólnokształcących w pięciu miastach akademickich: w Warszawie, Krakowie, Gdyni, Szczecinie oraz we Wrocławiu. Przez 15 lat umożliwił on kontynuację edukacji blisko 700 uczniom. W roku 2018 roku do programu dołączyło 42 stypendystów z całej Polski.



Program **Wspieram cały rok** opiera się na dobrowolnej pomocy finansowej przekazywanej przez pracowników **Banku BGŻ BNP Paribas** na rzecz programu stypendial-

nego „Klasa” i tzw. Organizacji roku (w 2018 roku było to Stowarzyszenie Mali Bracia Ubogich). Co miesiąc określona przez pracownika kwota potrącana jest przez pracodawcę z jego pensji. Obecnie w programie uczestniczy blisko 140 pracowników banku.



Firma **BIBUS MENOS** przy wsparciu Regionalnego Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa w Gdańsku już drugi rok z rzędu zaangażowała się w akcję **Oddaj krew – ratuj życie**. Do wzięcia udziału w wydarzeniu zgłosiło się 24% pracowników centrali w Gdańsku.



We współpracy z Regionalnym Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa **Capgemini Polska** co roku organizuje w biurze akcję **zbiórki krwi**.



Projekt Teatr to spektakl charytatywny przygotowywany co roku przez pracowników **Capgemini Polska**. W 2018 roku odbyła się jubileuszowa dziesiąta edycja inicjatywy. Przychód ze sprzedaży biletów przekazano Stowarzyszeniu „Ognisko”, prowadzącemu warsztaty terapii zajęciowej dla dorosłych osób z niepełnosprawnością oraz ich aktywizację zawodową. Spektakl jest dostępny dla osób z niepełnosprawnością wzroku dzięki audiodeskrypcji.



Carrefour, w ramach realizacji strategii CSR, wspiera organizacje pozarządowe w ich działaniach na rzecz m.in. zmniejszenia ubóstwa i wyrównywania szans. W 2018 roku się ponownie **wsparta akcją „Bezdomni dla bezimiennych”**, czyli porządkowanie grobów organizowane przez Fundację Kapucyńską im. bł. Aniceta Koplińskiego. Firma zapewniła sztuczne kwiaty i znicze. Wsparcie akcji to element szerszej współpracy firmy z fundacją.



Inicjatywa **Shoebox** polega na zbiorce kosmetyków i produktów do makijażu, pakowaniu ich w pudełka po butach i przekazywaniu przez **Cognifide Polska** do wybranych ośrodków. W 2018 roku do akcji przyłączyły się biura w Bydgoszczy, Londynie i Nowym Jorku. Przygotowano 430 zestawów, które trafiły do potrzebujących kobiet z 13 ośrodków.



Kolejna edycja programu **Śniadanie Daje Moc** realizowanego przez **Partnerstwo dla Zdrowia** umożliwiło 290 tys. polskich uczniów na poznanie 12 zasad zdrowego odżywiania się opracowanych przez Instytut Matki i Dziecka. Partnerstwo tworzą **Danone, Jeronimo Martins Polska, Lubella** oraz

ZAAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Instytut Matki i Dziecka, propagując wśród najmłodszych zdrowe nawyki żywieniowe i podkreślając rolę śniadania w diecie dziecka.



Ideą akcji **Our People Round The World** zorganizowanej przez **EURO BANK** było pokonanie przez pracowników banku w ciągu sześciu tygodni dwukrotnej długości równika – 113 949 km. Kilometry mierzyła specjalna aplikacja, a ponad 600 pracowników zbierało je poprzez wybraną aktywność fizyczną. Bank przekazał kwotę odpowiadającą liczbie przebytych kilometrów Fundacji Mam Marzenie i Schronisku dla Bezdomnych Zwierząt we Wrocławiu. Akcja została nagrodzona Brązowym Spinaczem w kat. CSR, a filmy ją promujące uhonorowano Nagrodą Specjalną Dyrektora Festiwalu FilmAT.



„Gazeta Wyborcza”, należąca do **Grupy Agora**, i Toyota Motor Poland po raz 13 przygotowały specjalną okładkę w ramach akcji „**Gazeta Wyborcza**” charytatywnie z okazji **Dnia Dziecka**. Cały dochód z akcji został przekazany Stowarzyszeniu „Łódzkie hospicjum dla dzieci – Łupkowa”. Na łamach dziennika i na Wyborcza.pl pojawiły się też materiały na temat ośrodka i jego podopiecznych, a także o profesjonalnym podejściu do pomagania.



Projekt **Dobra Energia ponad Granicami** ma na celu wsparcie i zachęcenie rodziców dzieci i młodzieży polskiego pochodzenia mieszkających na Litwie do wyboru polskich szkół oraz nauki języka polskiego, polskiej historii, kultury oraz tradycji, budujących więź z Ojczyzną. Projekt **Grupy Enea** to też wsparcie kadry pedagogicznej. Dodatkowo w spółkach grupy, w siedzibach Caritasu oraz Towarzystwa Mitośników Wilna i Ziemi Wileńskiej przeprowadzono zbiórki książek o charakterze edukacyjnym.



Enea Akademia Talentów to program stypendialny skierowany do dzieci oraz program grantowy dla publicznych szkół podstawowych i gimnazjów prowadzony przez **Grupę Enea**. W ramach akcji Fundacja Enea przekazuje utalentowanym uczniom w kategoriach sport, sztuka i nauka stypendia w wysokości 3 tys. zł. Przekazywane są też granty w wysokości 10 tys. zł.



Przedstawiciele **Grupy Żywiec** spotkali się z lokalnymi liderami, by podczas sesji dialogowych porozmawiać o tym, co udało się zrobić w ramach wspólnie wypracowanych wizji dla miast. Uczestnicy spotkań opowiadali o tym, jakie projekty społeczne udało się zrealizować w poszczególnych miastach w ciągu roku w efekcie przeprowadzenia **Dialogu Społecznego w połączeniu z Funduszem Społecznym Grupy Żywiec**. W spotkaniach w 2018 roku uczestniczyło łącznie ponad 100 interesariuszy.



W ramach programu **Wiem, że warto się uczyć** firma **Henkel Polska** we współpracy z Fundacją „Przyjaciółka” po raz kolejny przyznała stypendia naukowe uczniom będącym wychowankami domów dziecka, rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych. Do tej pory wsparcie finansowe w wysokości 437 tys. zł otrzymało 321 uczniów uzyskujących najlepsze wyniki w nauce lub wyróżniających się innymi osiągnięciami.



Celem kampanii **Zabawa to poważna sprawa** jest podkreślenie wagi zabawy w rozwoju dzieci. W kolekcji SAGOSKATT z 2018 roku można było kupić pluszaki zaprojektowane przez dzieci. Cały dochód ze sprzedaży kolekcji w Polsce **IKEA Retail** przekazała na wsparcie rozwoju dzieci. Działania realizowane są przez sześć organizacji partnerskich: UNICEF, War Child, Room to Read, Handicap International, Special Olympics i Save The Children.



Od 2017 roku **ING Bank Śląski** jest partnerem generalnym akcji **Biegnij Warszawo**. Pracownicy ING Banku Śląskiego przygotowują się do Biegnij Warszawo na treningach zorganizowanych przez bank w 16 miastach w całej Polsce. Za każdego biegacza, który ukończy bieg na 10 km i maszerującego 5 km bank przekazuje pieniądze na rzecz Fundacji ING Dzieciom. Bank przekazał 100 050 zł na rzecz fundacji.



Firma **Adamed Pharma** zainicjowała program **Adamed dla Seniora**, który ma aktywizować osoby w podeszłym wieku, a także promować profilaktykę i zdrowy styl życia. W 2018 roku oprócz kontynuacji realizowanych wcześniej działań, zainaugurowano nowe, w tym konkurs „Historie Seniorów” i akcję diagnostyki problemów naczyniowych u osób starszych.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ANG Spółdzielnia, w ramach **świętecznej akcji charytatywnej**, równowartość wydatków związanych z organizacją spotkania dla partnerów biznesowych, czyli 30 tys. zł, przeznaczyła na pomoc charytatywną. Do akcji włączono potencjalnych gości, którzy mogli dowolnie rozdysponować kwotę na trzy zaproponowane organizacje: Wspólnota Chleb Życia, Fundacja Znajdź Pomoc oraz Fundacja Zwierzęca Arkadia.



Praktyka realizowana we wszystkich Centrach rekrutacyjnych **InterKadra** w Polsce polega na **zbiórce darów na rzecz schroniska „Krakowskiego Towarzystwa Opieki nad Zwierzętami”**. Zebrano koce i ręczniki, pełnowartościową karmę oraz zabawki, smycze i obroże.



Firma **InterKadra** przygotowuje wsparcie w formie paczki z rzeczami dla rodziny w ramach akcji **Szlachetna Paczka**.



Program **EMOstrefy – Blisko z Tobą chcę** być został zainicjowany po to, by pomóc rodzicom w budowaniu bliskości z dziećmi podczas pobytu w szpitalu. W 24 placówkach powstało 41 EMOstref – miejsc wyposażonych w fotele do kangurowania i/lub leżanki dla rodziców. W 2018 roku **Laboratorium Kosmetyczne Dr Irena Eris** rozszerzyło program o tzw. EMOstrefy plenerowe.



W ramach działań **Fundacji Leroy Merlin Polska** pracownicy **Leroy Merlin Polska** mogą ubiegać się o granty na pomoc potrzebującym. Prawie 3 tys. pracowników przeprowadziło już 339 remontów placówek publicznych oraz należących do organizacji pożytku publicznego. Założono też kilkanaście ogrodów, z czego część pełni funkcję terapeutyczną i dydaktyczną.



Lyreco Polska kilka lat temu utworzyło fundację **Lyreco for Education**. Środki na fundację zbierane są wśród klientów i dostawców Lyreco oraz pracowników w ramach akcji charytatywnych. Działania kierowane są do najbardziej potrzebujących rejonów świata i skupiają się na odbudowie oraz odnowie budynków szkolnych, podniesieniu jakości nauczania, zwiększeniu zaangażowania rodziców i na zapobieganiu zniszczeniom powodowanym przez trąby powietrzne.



Mostostal Warszawa wraz z Fundacją Rozwoju Edukacji Małego Inżyniera realizowały akcję **„Razem dla innych”**. W ramach współpracy instruktorzy organizowali zajęcia z nauk ścisłych, przyrodniczych oraz robotyki dla

podopiecznych Ogniska Pracy Pozaszkolnej nr 3 na warszawskiej Pradze. Podczas warsztatów spróbowali swoich sił jako konstruktorzy i naukowcy.



Program Wyspa Spokojnych Rodziców prowadzony jest przez **Polpharmę** wspólnie z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę w Centrum Zdrowia Dziecka w Warszawie i Uniwersyteckim Centrum Klinicznym w Gdańsku. Dzieci i rodzice zostali objęci pomocą psychologów oraz wolontariuszy (700 dzieci objętych pomocą wolontariuszy, 560 godzin dyżurów wolontariuszy w szpitalach, 325 rodziców objętych wsparciem Wyspy i 928 godzin dyżurów psychologów).



Od 14 lat ogólnopolskie **Konkursy dotacyjne Fundacji PZU** powołanej przez **PZU** umożliwiają organizacjom pozarządowym realizację projektów na rzecz środowisk lokalnych w małych miejscowościach i wsiach. Wspierane są m.in. organizacje, które uruchamiają ciekawe i rozwijające zajęcia dodatkowe dla dzieci i młodzieży, umożliwiają realizację działań służących zwiększeniu samodzielności i aktywności osób z niepełnosprawnością, rozszerzają dostęp do kultury wysokiej. W 2018 roku przyznano dotacje na realizację 66 projektów, które objęły 8234 osoby.



PwC jest partnerem projektu **Ogrody Polsko-Niemieckie**, realizowanego przez Ambasadę Niemiec, Miasto Stołeczne Warszawa oraz biznes. Przedsięwzięcie polega na rewitalizacji zieleni w warszawskim parku Skaryszewskim. Organizowane są też wykłady, warsztaty oraz wspólne akcje wolontariackie. Projekt jest odpowiedzią na zapotrzebowanie na zielone przestrzenie. Poprzez przestrzenne połączenie kultur ogrodowych Polski i Niemiec powstaje symbol przyjaźni polsko-niemieckiej.



Wsparcie inicjatywy **Szlachetna Paczka w PwC** polega m.in. na przeprowadzeniu audytu finansowego przez krakowskie biuro **PwC** oraz przygotowaniu paczek dla rodzin. W 2018 roku w akcję włączyło się 900 pracowników, zbierających dary dla 21 rodzin.



W ramach programu **STOP Hunger** w obsługiwanych przez **Sodexo Polska** obiektach corocznie prowadzona jest zbiórka żywności trwałej, która przekazywana jest lokalnie wyselekcjonowanym beneficjentom (organizacjom NGO wspierającym dzieci). W akcji uczestniczą pracownicy-wolontariusze, których celem jest m.in. pobudzenie zainteresowania inicjatywą, realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej oraz wspieranie logistyki przekazywania żywności.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Fajne Granty od T-Mobile to program promujący naukę programowania oraz nowe technologie. Do udziału w projekcie **T-Mobile Polska** zaprosił na co dzień promujące kodowanie organizacje pozarządowe, szkoły oraz biblioteki publiczne. W drugiej edycji spośród 200 wniosków wybrano 13, którym przyznano granty na realizację pomysłów związanych z wykorzystaniem druku 3D w edukacji. Nagrodą dla zwycięzców były drukarki 3D z kompletem potrzebnych filamentów.



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.



W inicjatywę **Serce Rośnie** zaangażowało się pięć organizacji: Fundacja „Akogo?”, Fundacja „Mimo Wszystko”, Fundacja „Poza Horyzonty”, Stowarzyszenie „Wiosna” i Fundacja „Wawel z Rodziną”. Poprzez rejestrację kodów ze specjalnie oznaczonych opakowań produktów **Wawel** organizacje te mogą wesprzeć konsumenci. Podczas rejestracji kodu na www.sercerosnie.com.pl przekazują oni określone środki finansowe na wirtualne konta organizacji charytatywnej i mogą wybrać drobne nagrody dla siebie.



W ramach akcji **Listy do Św. Mikołaja – Spełnij Marzenie** pracownicy firmy **ANWIL** kompletują prezenty na podstawie listów napisanych przez podopiecznych wrocławskich domów dziecka. W 2018 roku spełniono życzenia 116 dzieci z 12 domów dziecka we Wrocławku. Prezenty zostały przekazane podczas specjalnego koncertu.



Fundacja ANWIL dla Wrocławka wspiera realizację projektów mających na celu m.in. podniesienie poziomu wykształcenia mieszkańców Wrocławka, przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i ekonomicznemu, poprawę stanu środowiska naturalnego, zachowanie dziedzictwa historycznego, a także ochronę i promocję zdrowia. Statystycznie działaniami firmy **ANWIL** został objęty co drugi mieszkaniec Wrocławka.



Świąteczna Aukcja Dobroczynna odbywa się od sześciu lat i opiera się na zaangażowaniu pracowników **Banku Millennium**, którzy przekazują na aukcję intranetową własnoręcznie wykonane przedmioty. Środki zebrane podczas akcji, po podwojeniu przez bank, są przekazywane na leczenie

dzieci pracowników. W 2018 roku zorganizowano dodatkowo warsztaty rękodzielne, podczas których wykonywano przedmioty na licytację. Odbyła się również loteria fantowa oraz bieg charytatywny. Zebrano 82 tys. zł.



Konkurs „Przedsiębiorstwo społeczne roku im. Jacka Kuronia” po raz szósty został zorganizowany przez Fundację Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych w partnerstwie z **ANG Spółdzielnia**.



Współpracownicy firmy **ANG Spółdzielnia** angażują się w **program edukacji finansowej „Będę Kim Zechcę”**, prowadzony przez Fundację Nienieodpowiedzialni. W jego ramach wolontariusze fundacji prowadzą zajęcia edukacyjne dla dzieci.



Cel **programu DreamUp – edukacja przez muzykę**, realizowanego obecnie w 30 krajach, stanowi edukacja przez aktywność artystyczną. Inicjatywa skierowana jest do grup zagrożonych wykluczeniem społecznym. **Bank BGŻ BNP Paribas**, poprzez swoją fundację, organizuje zajęcia muzyczne z profesjonalistami, a także wspiera rozwój osobisty oraz społeczny dzieci i młodzieży na warszawskiej Pradze. Program jest realizowany we współpracy z Centrum Promocji Kultury Praga-Południe. Obecnie na zajęcia uczęszcza blisko 60 uczestników.



Dobre Kilometry to akcja społeczna pracowników **Banku BGŻ BNP Paribas** organizowana corocznie przez Fundację BGŻ BNP Paribas. Każdy kilometr pokonany przez pracowników w różnych akcjach sportowych to środki finansowe przekazane wybranej przez nich organizacji społecznej. W ramach czterech edycji wsparcia (w łącznej kwocie 40 tys. zł) udzielono Fundacji „Nasze Dzieci” przy Klinice Onkologii w IPCZD, Fundacji Ewy Błaszczuk „Akogo?”, Fundacji „Dajemy dzieciom siłę” oraz Stowarzyszeniu SOS Wioski Dziecięcej.



Celem **Nagrody im. prof. Aleksandra Gieysztor** jest promocja oraz wsparcie tych, którzy podejmują się działań służących ochronie polskiego dziedzictwa kulturowego zarówno w kraju, jak i za granicą. **Citi Handlowy** przyznaje nagrodę za wybitne osiągnięcia w wybranych dziedzinach.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Celem konkursu o tytuł „Mikroprzedsiębiorcy Roku” jest wspieranie przedsiębiorczości, zachęcanie do zakładania własnych firm oraz wyróżnianie i promowanie najlepszych z nich jako przykładów efektywnych działań gospodarczych przez **Citi Handlowy**.



Pracownicy **Banku Ochrony Środowiska** regularnie przekazują środki pieniężne w ramach programu **Pomagam Cały Rok** na dwa cele. Pierwszym są zapomogi dla pracowników BOŚ, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji losowej; drugi cel realizowany jest we współpracy z Fundacją Świętego Mikołaja, a środki przekazywane są na stypendia dla zdolnych i aktywnych społecznie dzieci z rodzin o niskich dochodach.



Zielona Ławeczka to ogólnopolski, prospołeczny projekt grantowy adresowany do mieszkańców osiedli zarządzanych przez spółdzielnie, wspólnoty mieszkaniowe lub samorządy. Projekt **Banku Ochrony Środowiska** ma umożliwić przemianę zaniedbanych terenów na osiedlach w zielone zakątki, miniogrody z ławeczką przy zaangażowaniu mieszkańców. Partnerem merytorycznym przedsięwzięcia jest Katedra Architektury Krajobrazu i Katedra Sztuki Krajobrazu SGGW. W czterech edycjach projektu zrealizowano 80 ogrodów w około 40 miastach w Polsce.



Dzięki **Strefie Rodzica** na oddziałach dziecięcych w szpitalach powstają miejsca, w których mali pacjenci mogą spędzać czas z rodzicami. Celem projektu **Budimex** jest podkreślenie znaczenia, jakie dla chorującego dziecka ma obecność opiekunów. Od 2013 roku w całym kraju powstało 28 przestrzeni, z których korzysta około 46 tys. dzieci i ich rodziców. Strefy tworzone są we współpracy z personelem szpitala.



Carrefour od początku działalności w Polsce podchodzi kompleksowo do zaangażowania społecznego. W **działania charytatywne Carrefour** angażuje się centrala i sklepy w całej Polsce. W 2018 roku sklepy wsparły m.in. klub sportowy KUMA JUDO, Fundację Pomoc Transportowcom, organizację sztafety charytatywnej w Ciechanowie i rodzinnego pikniku ekologicznego w Wotominie. Sklepy udzieliły wsparcia także lokalnym hospicjom, domom dziecka, przedszkolom, szkołom i szpitalom.



Carrefour co roku przed Wielkanocą i Bożym Narodzeniem angażuje się w ogólnopolskie **zbiórki żywności z Bankami Żywności i Caritas**. W 2018 roku zebrano łącznie blisko 44 tys. kg żywności, a następnie przekazano ją

lokalnym organizacjom zajmującym się przygotowywaniem posiłków dla osób potrzebujących z terenu całego kraju oraz podopiecznych Caritasu.



Firma **DOZAMEL** organizuje i wspiera wydarzenia związane z **popularyzacją idei honorowego krwiodawstwa we Wrocławskim Parku Przemysłowym**. W 2018 roku spółka zorganizowała X i XI Wielką Akcję Krwiodawczą we Wrocławskim Parku Przemysłowym, a uczestnikom i organizatorom XXII Mistrzostw Polski Honorowych Dawców Krwi Polskiego Czerwonego Krzyża w Szachach udostępniła nieodpłatnie noclegi w swoim ośrodku rehabilitacyjno-wypoczynkowym w Kotobrzegu.



Działalność charytatywna jest wpisana w założenia strategii firmy **DOZAMEL**. Spółka od lat wspiera **Dom Pomocy Społecznej w Opolnicy (Bardo) dla dzieci i młodzieży niepełnosprawnej intelektualnie**. W odpowiedzi na bieżące potrzeby w 2018 roku przekazano placówce cztery telewizory i trzy głośniki.



Nagroda Radia TOK FM im. Anny Laszuk służy wyróżnieniu ludzi, instytucji oraz organizacji za odważne działania, które w ciągu minionego roku miały istotny wpływ na świadomość społeczną lub zmieniły polską rzeczywistość. Należące do **Grupy Agora** radio przyznaje nagrodę już od 2011 roku.



Nagroda im. Ryszarda Kapuścińskiego jest **współorganizowana przez „Gazetę Wyborczą” (Grupa Agora)** i Miasto Stołeczne Warszawa od 2010 roku. Nagrodę otrzymują autorzy najlepszej książki reporterskiej roku i najlepszego przekładu roku. W dziewiątej edycji do konkursu zgłoszono 99 pozycji. Nagrodzie towarzyszy akcja edukacyjna prowadzona wśród uczniów warszawskich szkół, a także konkurs kierowany do studentów i doktorantów „Tłumacze świata”.



Fabryka św. Mikołaja „Gazety Wyborczej” po raz piętnasty zbierała we Wrocławiu pieniądze dla potrzebujących, tym razem dla Środowiskowego Domu Samopomocy „Ostoja”, pracującego z osobami dorosłymi z niepełnosprawnością intelektualną. Dzięki zaangażowaniu należącego do **Grupy Agora** tytułu oraz sponsorów udało się zebrać ponad 162 tys. zł, które ośrodek przeznaczył na utworzenie sali do specjalistycznej terapii oraz wymianę windy.



Grupa Muszkieterów od pięciu lat wspiera akcję **zbiórki karmy dla bezdomnych zwierząt** z okolicznych schronisk.

 2016  ok. 13000

Grupa Muszkieterów we współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem od 2008 roku angażuje się w ogólnopolską kampanię **Zbieramy Krew dla Polski**. Krew można oddawać w specjalnych ambulansach RCKiK na parkingach supermarketów Intermarché i Bricomarché. Prowadzone są także działania edukacyjne powiązane tematycznie z krwiodawstwem. Akcjom towarzyszą również pokazy sprzętu strażackiego oraz nauka pierwszej pomocy.

 2012  ok. 13000 

Grupa Muszkieterów włącza się w program walki z niedożywieniem w Polsce. W wybranych supermarketach sieci Intermarché, w ramach akcji organizowanej we **współpracy z Bankami Żywności**, cyklicznie odbywają się zbiórki żywności dla najbardziej potrzebujących.

 2016  ok. 13000 

Wakacje z Muszkieterami to inicjatywa **Grupy Muszkieterów**, dzięki której w ciągu trzech lat blisko 3 tys. dzieci z rodzin niezamożnych oraz domów dziecka wyjechało na wakacje. Ambasadorką akcji jest Sylwia Gruchata.

 2016  ok. 13000 

Grupa Muszkieterów pokrywa koszty zakupu oraz montażu wszystkich zestawów zabawowych na **placach zabaw Muszkieterowie**. Akcja prowadzona jest przy wsparciu władz lokalnych, które wyznaczają i przygotowują teren, na którym budowane są place zabaw. Od początku kampanii ufundowano 139 tego typu obiektów, za blisko 3,7 mln zł.

 2009  ok. 13000 

CSR Masters to konkurs dla studentów uczelni wyższych na projekty społeczne. W drugiej edycji konkursu wskazano 10 projektów, spośród których zwycięzcy zostali wybrani w głosowaniu internautów. **Henkel Polska** przyznał granty w wysokości 5 tys. zł trzem inicjatywom: „Reaguj, działaj, pomagaj” (szkolenia z pierwszej pomocy), „EBEC Challenge Gdańsk” (konkurs inżynierski dotyczący praktycznego podejścia do rozwiązywania problemów społecznych) oraz „SkyBot” (projekt budowy robota, którego wprawienie w ruch wymaga wykonywania ćwiczeń fizycznych).

 2016  500 

Shaping Futures to międzynarodowa inicjatywa marki Schwarzkopf Professional, należącej do firmy Henkel. Jej celem jest zwiększanie szans młodych osób na rynku pracy i zapewnienie im lepszej przyszłości poprzez oferowanie im kształcenia w kierunku zawodu stylisty fryzur. Projekt realizowany jest przez **Henkel Polska** od 2014 roku. Po udziale w intensywnych warsztatach uczestnicy otrzymują możliwość odbycia stażu w jednym z partnerskich salonów fryzjerskich Schwarzkopf Professional w Polsce.

 2014  500 

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, dla których po biegach fundowane są nowe protezy. W roku 2018 HPE był reprezentowany przez 15 pięcioosobowych zespołów biegaczy.

 2016  ok. 900  

Akcja Krwiodawstwa i Rejestracja Dawców Szpiku polega na popularyzowaniu wśród pracowników firmy **Hewlett Packard Enterprise** inicjatywy honorowego krwiodawstwa. Wyszczególnione stanowiska umożliwiają pracownikom oddanie krwi na terenie biur. W 2018 roku firma kontynuowała akcje krwiodawstwa i rejestracji dawców szpiku, organizując je średnio raz na kwartał. Partnerem przedsięwzięcia jest Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa we Wrocławiu.

 2013  ok. 900 

W 2018 roku firma **Jerónimo Martins Polska** po raz szósty wsparła Mistrzostwa Świata Dzieci z Domów Dziecka w Piłce Nożnej organizowane przez Stowarzyszenie „**Nadzieja na Mundial**”. W imprezie udział wzięło 27 drużyn (770 młodych piłkarzy) z całego świata. Firma angażuje się finansowo, zapewnia napoje i przekąski oraz funduje nagrody.

 2012  65500 

Konkurs **Piórko 2018. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci** to czwarta odsłona projektu, którego celem jest popularyzacja czytelnictwa wśród najmłodszych oraz wspieranie debiutujących pisarzy i ilustratorów. Konkurs przebiegał dwuetapowo: najpierw wybrano tekst książki dla dzieci w wieku 4–10 lat, a następnie pracę, która najcelniej obrazowała zwycięski tekst. Laureaci w obu kategoriach otrzymali po 100 tys. zł od **Jerónimo Martins Polska**. Książka „Mały Saj i jego wielka przygoda” autorstwa Magdaleny Wiśniewskiej



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

zilustrowana przez Marcina Macięgę została sprzedana w niemal 11 600 egzemplarzy. Łącznie w czterech edycjach konkursu Piórko sprzedano 130 tys. książek.



Akcja honorowego krwiodawstwa „Podaruj krew, podaruj życie” organizowana jest od 2016 roku przez kopalnianą Solidarność, **Kopalnię Soli „Wieliczka”** oraz Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa. Do tej pory zebrano ponad 330 litrów krwi od ponad 650 osób.



Konkurs **Zakręcenie w przestrzeni** dla szkół podstawowych i ponadpodstawowych organizowany przez **Lafarge w Polsce** we współpracy z Ambasadą Francji w ramach ogólnopolskiego konkursu Eco-Miasto ma zachęcić do projektowania szkolnej przestrzeni przy wykorzystaniu materiałów ekologicznych. W 2018 roku w trzeciej edycji 52 szkoły zgłosiły ponad 200 prac. Nagrodą w konkursie są granty na realizację zwyciężskich projektów.



LW Bogdanka, Fundacja „Solidarni Górnicy” oraz Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa w Lublinie realizują **międzysektorowe partnerstwo na rzecz honorowego krwiodawstwa, krwiolecznictwa i oddawania szpiku**.



W 2015 roku **mBank** i firma Accenture, **współpracując z Uniwersytetem Łódzkim**, przyczyniły się do otwarcia **kierunku: bankowość i finanse cyfrowe**. Studia mają interdyscyplinarny charakter kształcenia, wykorzystują wiedzę kadry naukowo-dydaktycznej oraz praktyków biznesu. Pracownicy mBanku zainteresowani prowadzeniem zajęć są objęci szkoleniem „Train the trainers” przygotowującym do pracy z grupą. W 2018 roku zostały otwarte studia drugiego stopnia.



W 2018 roku wolontariusze-pracownicy **Medicover** zrealizowali 54 projekty pomocowe. **Wolontariat wśród pracowników spółek Medicover** objął m.in. program „Działam dla innych”, rajd rowerowy, dwie zbiórki darów na rzecz ośrodków zdrowia w Rwandzie i Republice Środkowej Afryki, osiem charytatywnych koncertów Medi-COVER Band. W wolontariacie 850 osób przepracowało w sumie 6600 godzin na rzecz 4,5 tys. beneficjentów i 50 instytucji. Za koordynację odpowiada Fundacja Medicover.



MetLife, w ramach **programu CSR dla seniorów**, w 2018 roku kontynuował współpracę z Fundacją Porozumienie Bez Barier. W efekcie współdziałania uruchomiono kolejne dwa „Kąciki Babci i Dziadka” w Domach Pomocy – miejsca, w których pensjonariusze mogą spotykać się ze sobą, przyjmować gości czy brać udział w organizowanych dla nich wydarzeniach. Takie kąciki powstały w Słupsku, Częstochowie, Lublinie i Radomiu. Dodatkowo pracownicy zbierali książki i płyty na wyposażenie tych miejsc.



W ramach **wsparcia organizacji pozarządowych MetLife** dofinansował projekty Fundacji Integracja: sponsorował Wielką Gałę Integracji oraz wsparł finansowo portal rekrutacyjny dla osób z niepełnosprawnością Sprawniwwpracy.pl.



Wolontariusze **MetLife** z 26 krajów w regionie EMEA wzięli udział w **Tygodniu Aktywności Społecznej**. W Polsce w przedsięwzięciu uczestniczyły 42 osoby, 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, pomagając w remoncie mieszkania na Mokotowie w Warszawie.



Od 2010 roku **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice** organizuje **konkurs grantowy „Wspieramy Sąsiadów”**. Jego celem jest finansowe wsparcie lokalnych inicjatyw z terenu gmin bezpośrednio sąsiadujących z lotniskiem i znajdujących się w obszarze ograniczonego użytkowania. W trakcie dotychczasowych edycji dofinansowano 149 projektów, w realizację których zaangażowało się ponad 900 wolontariuszy.



Edukacyjno-artystyczny program **Szklany ekran Pilkingtona**, warsztaty filmowe dla dzieci i młodzieży, ma przybliżyć jego uczestnikom proces powstawania filmów. Wydarzenie od sześciu lat towarzyszy organizowanemu w Sandomierzu Festiwalowi Filmów-Spotkań Niezwykłych. W ramach projektu **NSG Group** w Polsce pod opieką artystyczną reżyserów i animatorów powstają etiudy, reportaże i animacje.



Pelion jest mecenasem łódzkiego Muzeum Farmacji im. prof. Jana Muszyńskiego, które przybliży historię zawodu aptekarskiego. Placówka co roku uczestniczy w Międzynarodowej **Nocy Muzeów**.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W firmie **Pelion** cztery razy w roku prowadzona jest akcja **oddawania krwi**. Akcja przeprowadzana jest w specjalnie przystosowanej sali. Krwiodawcy otrzymują dyplomy i upominki.



Firma **Pelion** od 2011 roku organizuje **Łódź Maraton Dbam o Zdrowie**. Wydarzenie ma promować zdrowy i aktywny tryb życia oraz nowoczesną charytatywność. Każdy biegacz może urządzić własną zbiórkę na wybrany przez siebie cel charytatywny lub organizację pożytku publicznego bądź też wesprzeć zbiórki prowadzone przez innych biegaczy.



W ramach akcji **I ty możesz zostać św. Mikołajem** w odpowiedzi na potrzeby podopiecznych DOZ Fundacji, które przedstawili oni w specjalnych listach, pracownicy **Pelion** przygotowują świąteczne prezenty.



DOZ Fundacja wraz z firmą **Pelion** oraz DOZ od ośmiu lat organizują **Kolacje Charytatywne**, podczas których zbierane są środki na pomoc różnym instytucjom. Od trzech lat wieczory kierowane są do seniorów.



Pracownicy spółek **Pelion** mają możliwość wsparcia działań DOZ Fundacji dbam o zdrowie – poprzez zadeklarowanie końcówki (resztówki) ze swojego wynagrodzenia w ramach systemu **payroll**. Wpłaty mogą być przekazywane na cele statutowe, jak również na pomoc dla konkretnych podopiecznych.



W ramach osiemnastej edycji akcji **Lasy pełne energii w GK PGE** pracownicy Grupy Kapitałowej PGE, w której skład wchodzi **PGE Polska Grupa Energetyczna**, posadzili 108 950 młodych drzew na terenie 14 województw.



Bankowa Akcja Honorowego Krwiodawstwa została zainicjowana przez pracowników **PKO Banku Polskiego**, a jej celem jest zbiórka krwi i propagowanie idei krwiodawstwa. W 2018 roku Fundacja PKO Banku Polskiego wspólnie z partnerami akcji: Narodowym Centrum Krwi, a lokalnie

– Regionalnymi Centrami Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa, przeprowadziła 28 zbiórek krwi w 18 miastach Polski, do których dotoczyło 1776 osób. Pozyskano 799,2 litrów krwi.



PKO Bank Polski od 2013 roku realizuje autorski program „PKO Biegajmy razem” i wspiera największe imprezy biegowe w Polsce. Podczas wydarzeń organizowane są **charytatywne akcje biegowe „biegnę dla...”** na rzecz osób potrzebujących wsparcia w ratowaniu życia lub zdrowia. Aby pomóc, wystarczy przypiąć do koszulki kartę z napisem „biegnę dla...” i przekroczyć z nią metę. Fundacja zorganizowała już blisko 380 takich akcji, dzięki czemu wsparta niemal 430 beneficjentów kwotą 4 732 000 zł.



PKO Bieg Charytatywny to inicjatywa realizowana przez **PKO Bank Polski** na rzecz i z udziałem społeczności lokalnej. W 2018 roku impreza – pod hasłem „Pomagamy z każdym krokiem” – była organizowana po raz czwarty. Zespoły w ciągu godziny miały pokonać jak najwięcej okrążeń. W sumie 6,5 tys. uczestników przebiegło blisko 34 800 okrążeń, Fundacja Banku przekazała zatem niemal 730 tys. zł na posiłki dla dzieci i dodatkowe 150 tys. zł na cele charytatywne, wskazane przez dopingujących kibiców.



PKP CARGO jako **mecenas zabytków techniki kolejowej** utrzymuje historyczny i zabytkowy tabor kolejowy w Chabówce oraz z wielkopolskimi jednostkami samorządu terytorialnego współfinansuje działalność 111-letniej Parowozowni w Wolsztynie. Spółka promuje tradycje kolejnictwa, prowadząc Skansen w Chabówce i organizując cykliczne wydarzenia kierowane do społeczności lokalnej. PKP CARGO współpracuje także z organizacjami non profit na rzecz ochrony zabytków kolejnictwa.



Akcje krwiodawcze „Dar Krwi na Dzień Dziecka” i „Dar krwi na Barbórkę” są realizowane w Oddziale Zielonogórskim **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** od ośmiu lat. Ich celem jest edukacja w zakresie honorowego krwiodawstwa i pierwszej pomocy. Działania kierowane są do szerokiego kręgu odbiorców, w szczególności do pracowników, młodzieży i dzieci.



Otwarte działania twórcze to międzyszkolny projekt edukacyjno-wychowawczy, który skupia wokół siebie młodzież, także



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

mlódzież z niepełnosprawnością intelektualną. **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** organizuje spotkania z warsztatami, których myślą przewodnią jest przyswojenie wiedzy o krajach Unii Europejskiej w grupach integracyjnych. W 2018 roku spotkania dotyczyły Czech.



PwC współpracuje z Fundacją **Big Brothers Big Sisters**. Pracownicy firmy 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 spotykają się z dziećmi kilka razy w miesiącu przynajmniej przez rok. W tym czasie mogą wybrać się na wycieczkę, pójść na spacer do parku, obejrzeć film lub po prostu porozmawiać. Nad procesem czuwają pracownicy fundacji oraz psycholog.



Teens Matter to program edukacyjny, który ma pomóc młodzieży znajdującej się w trudnej sytuacji materialnej lub rodzinnej. Celem jest motywowanie młodych ludzi do rozwoju poprzez m.in. zapewnienie im spotkań z wykładowcami, praktyki zawodowe oraz wsparcie psychologa. **PwC** wspiera program od początku jego funkcjonowania, zapewniając wolontariuszy, przestrzeń, sprzęt oraz materiały dydaktyczne. Podopieczni Teens Matter podczas wakacji i ferii zimowych biorą udział w stażach w PwC.



Program **Give Time Together** to akcje wolontariackie organizowane przez pracowników firmy **Sabre Polska** na rzecz organizacji charytatywnych i lokalnych społeczności. Raz do roku wszyscy pracownicy mają możliwość zaangażowania się w wolontariat w godzinach pracy. W 2018 roku w 16 inicjatywach wzięło udział 233 wolontariuszy. Ich beneficjentami byli wychowankowie domów dziecka, pacjenci szpitali, dzieci z lokalnych przedszkoli oraz bezdomne zwierzęta.



Program grantowy „Tu mieszkam, Tu zmieniam” stwarza możliwości lokalnym fundacjom, stowarzyszeniom, placówkom oświatowym, muzeom, klubom sportowym, domom kultury oraz innym instytucjom samorządowym na realizację projektów w ich okolicy. Program **Santander Bank Polska** stawia na integrację środowisk lokalnych przy realizacji wspólnych pomysłów. Wnioski składają organizacje, które posiadają osobowość prawną i działają w lokalnym środowisku.



Zespół **Sela** zaangażował się w akcję **Dar krwi na Dzień Dziecka** prowadzoną przez PGNiG w Zielonej Górze. Pracownicy firmy prowadzili pokazy udzielania pierwszej

pomocy na fantomie dziecka i dorosłego, mierzyli ciśnienie krwi, udzielali porad w zakresie BHP.



Spółka **Sodexo Benefits and Rewards Services Polska** od każdej zakupionej przez klientów dla swoich pracowników limitowanej świątecznej edycji **Karty Podarunkowej z Pajacykiem** dofinansowuje posiłki dzieciom objętym Programem Pajacyk Polskiej Akcji Humanitarnej. Każde zakupione 10 Kart Podarunkowych to jeden posiłek dla dziecka. Dzięki karcie ufundowano ponad 30 tys. posiłków.



Nagroda Znaku i Hestii imienia Księdza Józefa Tischnera od 2001 roku jest przyznawana w partnerstwie z **Sopockim Towarzystwem Ubezpieczeń ERGO Hestia**. Intelktualiści, publicyści i działacze społeczni honorowani są w trzech kategoriach: pisarstwa religijnego i filozoficznego, stanowiącego kontynuację Tischnerowskiego „myślenia według wartości”, publicystyki lub eseistyki na tematy społeczne oraz inicjatyw duszpasterskich i społecznych współtworzących „polski kształt dialogu Kościoła i świata”.



EKO HESTIA SPA popularyzuje działania oraz inwestycje mające pozytywny wpływ na środowisko naturalne, realizowane przez członków Stowarzyszenia Gmin Uzdrowiskowych RP. Nagrodę w wysokości 100 tys. zł gmina może przeznaczyć wyłącznie na dalsze działania proekologiczne. W trzech edycjach konkursu wzięło udział łącznie 31 uczestników. W 2018 roku zwycięskim uzdrowiskiem okazał się Inowrocław. Fundatorem nagrody jest **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**.



Fundacja Integralia powstała w 2004 roku, by wspierać osoby z niepełnosprawnością w zawodowej samorealizacji poprzez tworzenie przyjaznych stanowisk pracy w **Sopockim Towarzystwie Ubezpieczeń ERGO Hestia** oraz w innych firmach i instytucjach.



SumiRiko Poland jest fundatorem stypendiów dla uczniów dwóch lokalnych szkół podstawowych. Celem firmy jest wsparcie finansowe dzieci, które mimo problemów materialnych i ciężkiej sytuacji rodzinnej osiągają dobre wyniki w nauce. **Stypendia SumiRiko Poland** mają również charakter motywacyjny – dodatkowym kryterium są szczególne osiągnięcia uczniów w olimpiadach oraz konkursach naukowych.



TAURON Polska Energia przyznaje pięciu szkołom dofinansowanie w kwocie 40 tys. zł na wyposażenie sali dydaktycznej do nauki przyrody – **Sali Przyrody TAURONA**. W 2018 roku, w ósmej edycji, otwarto kolejne cztery sale. W sumie na terenie działalności TAURONA działa już 38 Sal Przyrody.



Celem **biegu Charytatywnego Fundacji Tesco** jest zbiórka pieniędzy na pomoc dla dzieci. Siedem edycji umożliwiło przekazanie 1 055 000 zł na rzecz Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Krakowie. Dzięki zaangażowaniu biegaczy, wolontariuszy i partnerów **Tesco Polska** wyremontowano oraz doposażono w sprzęt medyczny i rehabilitacyjny różne oddziały szpitala, a także zakupiono robota rehabilitacyjnego i karetkę neonatologiczną „N”.



Celem programu **Zdrowo jeść** jest zakup żywności i sprzętu niezbędnego do przyrządzania posiłków oraz edukacja dzieci ze świetlic środowiskowych Towarzystwa Przyjaciół Dzieci w zakresie zdrowego trybu życia i racjonalnego odżywiania się. W ciągu siedmiu edycji programu ponad 5 tys. dzieci otrzymało prawie 1 mln posiłków. Program finansowany jest ze środków pochodzących ze zbiórki publicznej prowadzonej w sklepach **Tesco Polska**.



W ramach programu **Orszaki Mikołaja** pracownicy **Tesco Polska** angażują się w pomoc na rzecz dzieci i młodzieży ze środowisk zagrożonych marginalizacją społeczną. Zespoły wolontariuszy odwiedzają z prezentami podopiecznych domów dziecka, świetlic środowiskowych, szpitali i hospicjów. Niekiedy przygotowują też zajęcia – kulinarne, plastyczne, muzyczne oraz filmowe. Program prowadzony jest od sześciu lat, a obdarowano ponad 4 tys. dzieci. Akcją wspierają firmy współpracujące z Tesco.



Zbiórki żywności każdego roku angażują klientów i pracowników **Tesco Polska** w niesienie pomocy potrzebującym. Każdego roku w okresie świąt Bożego Narodzenia oraz Wielkanocy przez trzy dni klienci mogą w sklepach przekazać produkty spożywcze potrzebującym. Po zakończeniu akcji Tesco przekazuje Bankom Żywności darowiznę w wysokości 20% całkowitej wartości zebranych produktów. Podczas grudniowej akcji klienci sieci w Polsce przekazali łącznie 113 ton żywności, co umożliwia przygotowanie 240 476 posiłków.



Tesco Polska od 2013 roku nie tylko **przekazuje nadwyżki spożywcze** potrzebującym, ale stara się też inicjować dyskusje i współpracę międzysektorową, by walczyć z marnotrawstwem żywności. Tesco przekazuje żywność o krótkim terminie przydatności do organizacji pozarządowych z 270 sklepów. Firma współpracuje z Bankami Żywności, Caritas Polska oraz innymi organizacjami charytatywnymi. Sieć chce, aby do końca 2020 rok wszystkie sklepy Tesco w Europie oferowały organizacjom charytatywnym przekazywanie nadwyżek żywności.



Program **Decydujesz, pomagamy** powstał, aby wspierać lokalne społeczności – aktywnych mieszkańców oraz organizacje pozarządowe, które chcą zmienić najbliższe otoczenie. Na potrzeby programu Polska została podzielona na mikroregiony, w których odbywa się głosowanie na zgłoszone projekty kierowane do społeczności lokalnej. **Tesco Polska** zrealizowało już pięć edycji, w których do blisko 1200 zwycięzców trafiły granty o łącznej wartości 4,4 mln zł.



Od 2014 roku sieć TK Maxx, należąca do **TJX Poland**, **współpracuje ze Stowarzyszeniem WIOSNA w ramach programu Akademia Przyszłości**, który wspiera edukację i samoocenę dzieci znajdujących się w trudnej sytuacji rodzinnej lub materialnej. W 2018 roku marka TK Maxx zorganizowała zbiórkę funduszy, dwukrotnie przeprowadziła sprzedaż produktów charytatywnych oraz zrealizowała dwie kampanie marketingowe.



Od wielu lat pracownicy **T-Mobile Polska** zbierają **nakrętki po napojach**, które przekazywane są na wsparcie wybranych celów społecznych.



Radość pomagania to roczny program wolontariatu pracowniczego w **T-Mobile Polska**. Pracownicy wraz z rodzinami tworzą przedmioty, które są następnie licytowane. T-Mobile podwaja zebrane środki i przeznaczają je na realizację wybranych projektów wolontariackich. Program istnieje od 17 lat. Do tej pory zebrano 1,5 mln zł, zaangażowano blisko 500 pracowników, którzy dotarli z pomocą do prawie 12 tys. bezpośrednich beneficjentów.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

T-Mobile Pomoc Mierzona Kilometrami to program, 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.



Urtica Dzieciom Camp to bezpłatne turnusy rehabilitacyjne dla pacjentów dziecięcych oddziałów onkologicznych i hematologicznych. Oprócz leczenia uczestnicy mogą rozwijać pasję. Na miejscu mali pacjenci oraz ich rodzice otrzymują wsparcie specjalistów z zakresu psychoonkologii, dietetyki, sportu i rekreacji. Dotychczas odbyły się trzy edycje w formie 14 turnusów. Łącznie uczestniczyło w nich 300 osób. Do akcji firmy **Urtica** dotychczasły osoby publiczne.



Volkswagen Motor Polska jest ambasadorem **Life Festival Oświęcim**. Czternastu wolontariuszy zajmowało się głównie przewozem VIP-ów, zaproszonych artystów oraz członków zespołów. W trakcie festiwalu prowadzili oni także stoisko informacyjne programu „Respekt – szacunek i tolerancja”. Na potrzeby imprezy udostępniono też służbowe auta.

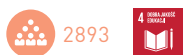


Program **Wolontariat** w fabryce silników **Volkswagen Motor Polska** polega na wsparciu finansowym w wysokości do 10 tys. zł inicjatyw pomocowych realizowanych przez pracowników w czasie wolnym od pracy. Kryterium wyboru projektów do dofinansowania jest liczba zaangażowanych w dane działanie. W 2018 roku skoncentrowano się na poprawie bezpieczeństwa i warunków bytowych podopiecznych lokalnych placówek.



EDUKACJA DOROSŁYCH

„Gazeta Wyborcza” oraz Wyborcza.pl z **Grupy Agora** angażują się w rozwój zrównoważonych miast i aktywizację ich mieszkańców. W czerwcu 2018 roku odbył się pierwszy **test wiedzy** o Wrocławiu. W grudniu 2018 roku redakcja trójmiejaska i stoleczna zaprosiły czytelników do sprawdzenia swojej wiedzy na temat miejsc, w których mieszkają. W konkursach można było wygrać cenne nagrody pieniężne.



„Gazeta Wyborcza” z **Grupy Agora** we współpracy z Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy przygotowała poradniki **„Uwaga, wakacje!”** uczące, jak przygotować się do tego, aby w nagłym przypadku nie stracić głowy, ale bezpiecznie i skutecznie udzielić pomocy potrzebującemu. Sprzedano 150 tys. egzemplarzy gazety z poradnikiem.



Pierwsze w Polsce wydarzenie pod egidą **Instytutu Sprawiedliwości dla Kobiet Doświadczających Przemocy** zainaugurowane przez **Avon Cosmetics Polska** odbyło się w październiku 2018 roku przy współpracy z Centrum Praw Kobiet i Vital Voices. Były to trzydniowe warsztaty skierowane do osób, które w ramach swojej działalności zawodowej stykają się z problemem przemocy wobec kobiet. Wśród uczestników znaleźli się sędziowie, prokuratorzy, policjanci, pracownicy socjalni i przedstawiciele organizacji społecznych. W trakcie szkolenia wypracowywana była strategia oraz plan przetamywania barier występujących w polskim systemie pomocy kobietom pokrzywdzonym w wyniku przemocy domowej i seksualnej.



Ambadorskie duety to program **Banku BGŻ BNP Paribas** skierowany do studentów. Uczestnictwo w inicjatywie oznacza roczną współpracę i realizację różnych aktywności promujących bank na uczelni. Dla uczestnika programem to szansa zdobycia doświadczenia w realizowaniu własnych przedsięwzięć, a także pozyskiwanie specjalistycznej wiedzy od ekspertów banku, dodatkowe szkolenia oraz wynagrodzenie. W 2018 roku odbyła się druga edycja programu.



Enea dla pokoleń. Wspólnie o bezpieczeństwie to autorski projekt stworzony przez **Grupę Enea**. Stowarzyszenie My50+ oraz Komendę Wojewódzką Państwowej Straży Pożarnej w Poznaniu. W ramach akcji od kwietnia do grudnia 2018 roku odbyło się 10 spotkań w 10 miastach, w większości na terenie Wielkopolski, podczas których omawiane były kwestie bezpieczeństwa konsumenckiego, zagadnienia związane z bezpieczeństwem przeciwpożarowym oraz przypomniano zasady udzielania pierwszej pomocy. Uczestnikom przekazano 500 czujek gazu i tlenku węgla.



Firma **Henkel Polska** była opiekunem merytorycznym **ścieżki edukacyjnej „Komunikacja a CSR” XIV edycji Ligi Odpowiedzialnego Biznesu**. W ramach współpracy studenci-ambasadorzy CSR uczestniczyli w dwudniowym zjeździe w siedzibie firmy w Polsce. Zapoznali się z działaniami firmy w obszarze CSR i zrównoważonego rozwoju, dowiedzieli się, jak budować przewagę konkurencyjną i reputację, wdrażając strategię CSR, oraz jak wykorzystywać tę koncepcję w budowaniu relacji z partnerami biznesowymi. Ponadto poszerzyli swoją wiedzę na temat ujmowania zagadnienia różnorodności w komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej.



Celem **Programu „Przepustka do pracy w LW Bogdanka – Potrzebujemy najlepszych!”** było wspieranie i rozwijanie idei systematycznej nauki wśród uczniów szkół przystępujących do partnerstwa. Najlepsi absolwenci za swoją systematyczną i wytrwałą naukę uzyskali realną „przepustkę do pracy...” w spółce. Działanie było elementem zarządzania

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

wiekim załogi, objawiającego się przyjętym „Programem zmiany pokoleniowej”. Spółka pozyskiwała najlepszych absolwentów w regionie, dając im jednocześnie możliwość sprawdzenia swoich sił w pracy w kopalni.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego

prowadzi działania edukacyjne i informacyjne z zakresu CSR i zrównoważonego rozwoju. Jedną z inicjatyw jest porozumienie z Politechniką Krakowską im. Tadeusza Kościuszki dotyczące organizacji i prowadzenia **studiów podyplomowych na kierunku Lider CSR** – społeczna odpowiedzialność biznesu w strategii firmy. Celem podjętej inicjatywy jest wyposażenie uczestników studiów w wiedzę i umiejętności niezbędne do zarządzania procesami CSR w organizacjach.



Program **Czym skorupka za młodu** Fundacji NUTRICIA powołanej przez **NUTRICIA Polska** skierowany jest do lekarzy pediatrów oraz do studentów medycyny zainteresowanych pediatrią. Ponad 1 tys. lekarzy w ramach 26 warsztatów w 15 miastach w Polsce zdobyło najnowszą wiedzę zgodną z zaleceniami czołowych, światowych ekspertów i towarzyszy naukowych w dziedzinie prawidłowego żywienia najmłodszych w czasie 1000 pierwszych dni życia już od poczęcia.



Kurs podstaw Evidence-Based Medicine Fundacji NUTRICIA powołanej przez **NUTRICIA Polska** obejmuje wykłady i warsztaty na temat zasad i praktyki prowadzenia badań klinicznych. Celem projektu jest przekazanie uczestnikom seminarium odpowiednich narzędzi, aby w przyszłości byli w stanie przyczynić się do rozwoju nauki. Uzyskują oni kompleksową wiedzę o tym, jak zorganizować i prowadzić badania naukowe, poznając przy tym praktyczne aspekty konstruowania budżetu, kwestii prawnych, etycznych, opracowania publikacji po badaniu i prezentacji wyników. Dotychczas w osiemnastu edycjach kursów wzięło udział ponad 1 tys. osób.



Orange Polska we współpracy z norweską organizacją Nansen Center for Peace and Dialogue w ramach projektu

Wyłącz ego. Zrozum drugiego przeszkoli 100 liderów z różnych środowisk z rozwiązywania konfliktów za pomocą dialogu. W 2018 roku przeszkolonych zostało 50 osób. Metoda Nansen Center to efekt ponad 20 lat doświadczeń w budowaniu dialogu w skonfliktowanych społecznościach na świecie. W bezpłatnych szkoleniach biorą udział przedstawiciele NGO, samorządów, instytucji kultury, oświaty oraz biznesu aktywnie działających na rzecz społeczności. Absolwenci szkoleń tworzą sieć, aby rozwijać umiejętność dialogu i wspólnie działać na

rzecz innych. Elementem dodatkowym inicjatywy są publikacje, konferencje i spotkania wzmacniające świadomość oraz budujące kulturę dialogu.



DOZ Fundacja z Grupy **Pelion** w ramach działania **Komputer – okno na Świat** współpracuje z Centrami Seniora, w których odbywają się zajęcia komputerowe. Chętnych na nie jest zawsze dużo więcej niż miejsc, a deficyt miejsc wynika m.in. z braku komputerów w pracowniach. Tematem tym zainteresowała DOZ Fundację tódzka Rzecznik ds. Seniorów, zwracając uwagę, że seniorzy chcą uczyć się obsługiwać komputer, bo dzięki temu mają kontakt ze światem. Fundacja podjęła tę inicjatywę i przejmuje niepotrzebne już w spółkach Grupy Pelion komputery, które przekazuje do Centrów Seniora. Przekazano już kilkanaście komputerów.



PGE EJ (**PGE Polska Grupa Energetyczna**), spółka odpowiedzialna za budowę pierwszej polskiej elektrowni jądrowej, wskazała w 2011 roku potencjalne lokalizacje przyszłej siłowni, rozpoczynając tym samym stały dialog z lokalnymi społecznościami. W 2012 roku, odpowiadając na potrzeby informacyjne i edukacyjne mieszkańców gmin uruchomiła **Lokalne Punkty Informacyjne**, w których mieszkańcy mogą uzyskać informacje o energetyce jądrowej i prowadzonej inwestycji. Pracownikami punktów są osoby urodzone i wychowane w tych gminach i z racji pełnionej funkcji są lokalnymi ambasadorami programu. Osoby te są przedstawicielami spółki w kontaktach z administracją lokalną i prowadzą bieżącą współpracę w zakresie realizowania działań edukacyjno-informacyjnych, zarówno z samorządami lokalnymi i jednostkami im podległymi, jak i z samymi mieszkańcami.



PGE Polska Grupa Energetyczna kieruje do uczelni wyższych w Polsce bezpłatną ofertę prowadzenia **warsztatów na temat rynku Venture Capital** i przedsiębiorczości. Ich celem jest aktywizacja młodzieży szkół wyższych w Polsce i podniesienie jej świadomości w zakresie budowy własnych przedsiębiorstw opartych na innowacjach i kreatywnym myśleniu o biznesie. Podczas warsztatów zespół PGE Ventures przedstawia m.in. problematykę funkcjonowania rynku startupowego w Polsce i na świecie, prezentuje dostępne programy wspierania innowacji oraz zagadnienia praktyczne związane z procesem wyceny start-upów. Warsztaty są okazją do aktywnej dyskusji nad kształtem rynku start-upów w Polsce.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

BIO Akademia to inicjatywa szkoleniowa **Polpharmy**, która uzupełnia wiedzę uniwersytecką o praktyczne aspekty pracy w firmie biotechnologicznej, zarówno w środowisku laboratoryjnym, jak i produkcyjnym. Program został przygotowany z myślą o praktycznej edukacji i podnoszeniu kompetencji obecnych i przyszłych pracowników. Uczestnicy projektu podczas 15-tygodniowego kursu zdobywają umiejętności, korzystając z narzędzi przygotowanych przez ekspertów firmy. Dzielą się swoją wiedzą podczas wykładów i zajęć praktycznych w laboratoriach, a także w formie kursów e-learningowych, materiałów wideo i indywidualnych tutoriali. Pierwszą edycję BIO Akademii, która odbyła się w 2018 roku, ukończyło 46 osób.



Stypendium Bona Fide finansowane jest przez **PKN ORLEN** i Fundację ORLEN do kwoty 200 tys. zł brutto. Jego cel to umożliwienie najzdolniejszym polskim studentom podjęcia nauki na uczelniach z pierwszej trzydziestki listy szanghajskej. W pierwszej edycji skierowane zostało do osób studiujących kierunki związane z szeroko rozumianą administracją. Po zakończeniu nauki stypendysta ma gwarancję podjęcia pracy w jednej ze spółek Skarbu Państwa lub z udziałem Skarbu Państwa. W 2018 roku komisja przyznała sześć stypendiów.



Akademia PZU LAB „Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie w aspekcie ubezpieczeniowym” to jednosemestralne studium podyplomowe. Zakres tematyczny dotyczy m.in. profesjonalnej identyfikacji i ewaluacji ryzyk zarządczych przedsiębiorstwa, underwritingu, uwarunkowań prawnych rynku ubezpieczeniowego w Polsce, mechanizmów powstawania zdarzeń szkodowych w przemyśle i zagrożeń cybernetycznych. W pierwszej edycji 2018/2019 bierze udział 30 studentów.



Jednym z aspektów rozwoju pracowników w **Roche Polska** jest umiejętność dzielenia się z innymi swoją wiedzą. Firma stworzyła przestrzeń do rozwoju tych umiejętności i powołała do życia inicjatywę **Code4Life:Tech Meetups**. W ramach projektu odbyły się 24 spotkania przygotowane przez wewnętrznych ekspertów w Poznaniu i Warszawie oraz 8 streamów tematycznych: programowanie w językach Java/JavaScript, analiza biznesowa, zarządzanie projektami, SAP, zarządzanie zasobami ludzkimi, bazy NoSQL, analiza danych i zarządzanie jakością.



Samsung Electronics Polska we współpracy z Uniwersytetem Trzeciego Wieku Szkoły Głównej Handlowej organizuje **warsztaty technologiczne dla seniorów**. W trakcie spotkań trener produktowy wraz z wolontariuszami pomaga osobom starszym lepiej poznać podstawowe możliwości smartfonów, a także prezentuje użyteczne funkcje i aplikacje mogące ułatwić życie codzienne. Uczestnicy warsztatów dowiadują się

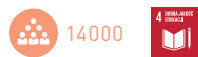
m.in., jak uaktywnić funkcję wiadomości alarmowej w swoim telefonie, jak udostępnić lokalizację bliskim lub zmierzyć puls za pomocą smartfona. Wolontariusze-pracownicy firmy Samsung asystują seniorom, krok po kroku przechodząc wspólnie przez wszystkie zadania. Łącznie przeszkolono już ponad 100 seniorów.



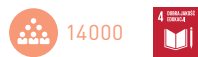
Cykl warsztatów „Sanofi on Tour” jest kierowany do studentów na uczelniach wyższych. Menedżerowie firmy przekazują wiedzę, dzielą się ekspertyzami i doświadczeniem w wybranej dziedzinie. Warsztaty wspierane są organizacyjnie przez ambasadorów Sanofi obecnych na uczelniach. Spotkania są dopasowane do zainteresowań i zgłaszanych potrzeb studentów, dotyczą zagadnień biznesowych, marketingu, sprzedaży oraz wiedzy medycznej. W 2018 roku w cyklu czterech spotkań uczestniczyło 157 studentów.



Santander Bank Polska realizuje działania z zakresu edukacji ekonomicznej. Projekt **Komiksy Ekonomiczne** realizowany jest przez Fundację Forum Odpowiedzialnego Rozwoju, której bank jest partnerem. Celem przedsięwzięcia jest edukacja dzieci i młodzieży mająca zwiększać świadomość ekonomiczną i wskazywać, że wolność gospodarcza, którą można się cieszyć, zależy również od poziomu wiedzy i kompetencji obywateli w tym zakresie. Komiksy wybierane są w ramach konkursu otwartego dla wszystkich twórców. Po rozstrzygnięciu przygotowywana jest antologia zawierająca najlepsze prace wyłonione przez jury. Drukowana jest ona w 15 tys. egzemplarzy, a paczki zawierające po 20 komiksów wysyłane są do nauczycieli przedmiotów ekonomicznych. Pod koniec roku szkolnego organizowana jest konferencja dla nauczycieli traktująca o metodach nauczania przedmiotów ekonomicznych w szkołach.



Santander Bank Polska jest inicjatorem przedsięwzięcia **Santander Universidades**. Przy wsparciu merytorycznym Google Polska bank zorganizował **konferencję Santander Universidades Digital Day** na siedmiu uczelniach wyższych. Podczas wydarzeń prelegenci opowiadali o tym, jak nowoczesne technologie mogą pomóc młodym ludziom w rozwoju ich kariery, oraz próbowali odpowiedzieć na pytanie: czy innowacje techniczne i cyfrowe to wolny wybór, czy już konieczność. Studenci mogli poznać możliwości pokierowania własną karierą, wziąć udział w warsztatach zwinnego zarządzania projektami Agile. Konferencjom towarzyszył konkurs; 30 zwycięzców zostało zaproszonych do udziału w warsztatach Design Thinking przeprowadzonych przez Google Polska.



Zwykła Karta Niezwykły Dar to akcja przygotowana przez **Santander Consumer Bank** wspólnie z Fundacją Pasjonaci Życia oraz organizatorami Biegu po Nowe Życie. W trakcie 30 wydarzeń sportowych zorganizowanych pomiędzy

3 maja a 22 grudnia 2018 roku wolontariusze, lekarze oraz osoby po przeszczepach rozdali 100 tys. oświadczeń woli. Udział w tych wydarzeniach wzięło 35 100 zawodników i 276 tys. kibiców.

 2600



Skanska w Polsce, poprzez blog **Green Living** (www.greenlavin.byskanska.pl) prowadzi działania o charakterze edukacyjnym i informacyjnym, przybliżając szerokiemu gronu czytelników tematy związane ze zdrowym i aktywnym trybem życia, w zgodzie ze skandynawską filozofią lagom. W każdym miesiącu publikowane są przynajmniej dwa wpisy. Zachęcają one do szerszego spojrzenia na środowisko, zdrowie i klimat. Treści publikowane na blogu są zebrane w kategoriach architektura i design, lagom w praktyce i FIKA, czyli rozmowy przy kawie, w ramach której prowadzone są wywiady z inspirującymi ludźmi.

 4000



Program rozwoju zawodowego **Kuchnia Talentów** to inicjatywa **Sodexo Polska**, która obejmuje zarówno pracowników, jak i beneficjentów Fundacji „Szczęśliwej Drogi”. Program praktyczno-teoretyczny pomaga pozyskać wiedzę od wewnętrznych ekspertów, a także nabrać praktyki w restauracjach prowadzonych przez firmę. W pierwszej edycji projektu udział wzięło dziewięć osób, z czego dwie osoby to beneficjenci Fundacji „Szczęśliwej Drogi”, która pomaga wejść pełnoletnim wychowankom domów dziecka w dorosłe życie. Uczestnicy programu po zakończeniu zajęć mieli za zadanie przygotować projekt otwarcia nowej restauracji Sodexo, na podstawie zdobytej wiedzy i doświadczenia.

 2248



Energia elektryczna wymaga obchodzenia się z nią z rozwagą i z zachowaniem podstawowych zasad bezpieczeństwa. TAURON Dystrybucja (**TAURON Polska Energia**) prowadzi program edukacyjny **Bezpieczniki Taurona. Włącz w pracy** skierowany do operatorów maszyn budowlanych i rolniczych oraz użytkowników, których praca zawodowa lub majsterkowanie domowe łączy się z używaniem prądu. W tych działania informacyjno-edukacyjnych spółka stara się dotrzeć do możliwie największej liczby osób i w prosty sposób przekazuje treści poprzez ulotki, prelekcje, filmy i multimedia. Dystrybucja odbywa się także przez działy obsługi klienta.

 24000



Badanie „Postawy Polaków wobec finansów” realizowane jest corocznie przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Think na reprezentatywnej próbie 1 tys. dorosłych Polaków. To najdłuższej systematycznie przeprowadzane powszechne badanie dotyczące postaw i zachowań ekonomicz-

nych Polaków. Towarzyszy mu kampania medialna, która promuje potrzebę racjonalnego zarządzania finansami.



2015

 3700



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 rynków wschodzących z sukcesem inwestującym w Polsce.



2014

 3700



Biznes w kobiecych rękach to program realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Przedsiębiorczości Kobiet. Dzięki wykładom, szkoleniom i indywidualnej pracy z mentorkami daje kobietom szansę na rozpoczęcie własnej działalności. Partnerem projektu jest Urząd Miasta Stolecznego Warszawy oraz DeLab UW (Digital Economy Lab – Laboratorium Gospodarki Cyfrowej Uniwersytetu Warszawskiego). W ramach czterech edycji programu powstało ponad 100 firm prowadzonych przez kobiety.



2014

 3700



Celem programu **IT for She** realizowanego w szerokiej koalicji firm technologicznych z udziałem **Citi Handlowy** jest pomoc utalentowanym studentkom kierunków informatycznych w wejściu na rynek pracy. Druga edycja projektu składała się z programu mentoringowego dla 35 kobiet, obozu (bootcampu) IT dla 120 uczestniczek oraz kampanii wolontariackiej prowadzonej przez studentki. Projekt zakończyła konferencja „Women in Tech Summit”, która zgromadziła ponad 2,5 tys. gości z całego świata.



2017

 3700



Cognifide Polska współpracuje z poznańskimi uczelniami w ramach programu **Cognifide & Wiedza**, organizując staże, praktyki oraz wykłady dla studentów, wchodzi w skład Rady Pracodawców działającej przy Politechnice Poznańskiej i jest partnerem Uniwersytetu im. A. Mickiewicza. Firma wspiera inicjatywy środowiska informatycznego. Promując zawód programisty wśród dzieci i kobiet, firma włącza się także w organizację imprez skierowanych do tych grup, np. Devovx4Kids czy Rails Girls.



2015

 204



Studia podyplomowe „Menedżer CSR” są prowadzone przez **CSRinfo** i Collegium Civitas. Ich celem jest wyposażenie kadry menedżerów w wiedzę i umiejętności niezbędne do



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

sprawnego zarządzania procesami CSR. Partnerami projektu są Urząd Miasta Stołecznego Warszawy, dla którego studenci tworzą raport, oraz Lotnisko im. Chopina, gdzie odbywa się wizyta studyjna. Podczas każdej edycji nawiązywana jest współpraca z kilkoma firmami, nad przypadkami których studenci pracują cały rok.



Spotkania z cyklu **Wyborcza na żywo** odbywają się od 2016 roku w Warszawie, w lokalnych redakcjach gazety należącej do **Grupy Agora** oraz innych miejscach w Polsce. Uczestnicy spotkań rozmawiają o wydarzeniach, zjawiskach społecznych, ale również o lokalnych sprawach mieszkańców i kulturze.



Radio TOK FM, należące do **Grupy Agora**, zorganizowało ogólnopolski cykl spotkań z mieszkańcami pod hasłem #Ustysz. W 2018 roku były to debaty kandydatów na prezydentów dwunastu miast pod hasłem **Ustysz swoje miasto** (we wcześniejszych raportach akcja występowała pod nazwą „Ustysz swoją szkołę”). Dodatkowo, po zakończeniu debaty, stacja nadawała program „Hyde Park”, w którym Paweł Sulik wraz ze słuchaczami komentował debatę.



Fundacja Veolia Polska, powołana przez **Grupę Veolia w Polsce**, w partnerstwie z urzędami miast realizuje projekt **Szkoła liderów miast**, którego celem jest kształcenie miejskich liderów z uwzględnieniem lokalnej diagnozy i interesów społeczności. Rocznie w programie bierze udział około 40 osób. W 2018 roku w trakcie pięciomiesięcznego szkolenia grupy z Łodzi, ze Zgierza i z Pabianic wypracowały osiem pomysłów na rozwiązanie wyzwań ich miast.



Grupa Żywiec kontynuowała działania związane z **przewodnikiem dla rodziców „Jak rozmawiać z dzieckiem o alkoholu?”** stworzonym w ramach kampanii społecznej Trzymaj Pion. W mediach ukazały się 24 informacje na temat kampanii. Na Facebooku znajduje się grupa „Rodzice Nastolatków” prowadzona przez socjolożkę i blogerkę Natalię Tur (Nishkę), na której rodzice wymieniają się doświadczeniami na temat tego, jak radzą sobie z wychowywaniem swoich nastoletnich dzieci.



Konkurs VERBA VERITATIS na najlepszą pracę dyplomową, magisterską, licencjacką, doktorską lub MBA z zakresu etyki biznesu organizowany jest od 13 lat przez **Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych – Związek Pracodawców** oraz Akademię Leona Koźmińskiego. Cel przedsięwzięcia to podnoszenie wśród młodych ludzi poziomu wiedzy z zakresu etyki biznesu, jego społecznej odpowiedzial-

ności i ładu korporacyjnego. Konkurs objęty jest patronatem Forum Odpowiedzialnego Biznesu.



„mBank jest kobietą” (poprzednia nazwa: „**Jutro należy do Kobiet**”) to cykl seminariów **mBanku** adresowanych do kobiet zarządzających finansami w korporacjach, zasiadających w zarządach, właścielek przedsiębiorstw. Organizowane od 2009 roku seminaria składają się z części merytorycznej prowadzonej przez ekspertów, części life-style'owej oraz ze spotkania z gościem specjalnym – kobietą sukcesu. Do tej pory odbyło się 28 spotkań, w tym dwa w 2018 roku.



Konkurs „Krok w przyszłość” o Nagrodę Fundacji mBanku za studencką pracę z matematyki ma wyróżniać prace magisterskie, licencjackie lub naukowe promujące nowatorskie, oryginalne rozwiązania lub wskazujące nowe kierunki bądź metody badawcze. Pula nagród ufundowanych przez Fundację mBanku, powołaną przez **mBank**, wynosi 40 tys. zł. W 2018 roku do konkursu zgłoszono 36 prac.



Projekt **Kulinarnie Mocni** to pomysł na przygotowanie edukatorów z Banków Żywności do realizacji warsztatów kulinarnych dla społeczności lokalnych. Celem przedsięwzięcia jest szerzenie wiedzy o zdrowym i kreatywnym gotowaniu, na które każdy może sobie pozwolić. W ramach programu **McCormick Polska** uczestnicy poznają sposoby na proste, zdrowe i pełnowartościowe posiłki.



Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie angażuje się w inicjatywy, które aktywnie **wspierają edukację finansową** społeczeństwa. W 2018 roku firma po raz kolejny była partnerem strategicznym Forum Ekonomicznego Młodych Liderów. W wydarzeniu wzięło udział ponad 400 młodych Europejczyków z 43 krajów, którzy uczestniczyli w panelach i warsztatach związanych z finansami, przedsiębiorczością i innowacjami.



PKN ORLEN opracowuje przekrojowe **raporty analityczne** dotyczące kluczowych zagadnień i wyzwań dla branży paliwowo-energetycznej oraz całej gospodarki. W ramach Future Fuelled by Knowledge w 2018 roku zostało wydane opracowanie pt. „Filary trwałego rozwoju przedsiębiorstw. Wizja, surowce, talenty”. Publikacje są dostępne na Napedzamyprzyszlosc.pl.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Program Praktyk „Złota Kariery” umożliwia studentom i absolwentom zdobywanie praktycznego doświadczenia zawodowego w **Polskim Górnictwie Naftowym i Gazownictwie**. Praktykanci biorą także udział w szkoleniach i wyjazdach terenowych oraz innych aktywnościach, których celem jest informowanie o działalności spółki, jej misji i historii. Najlepsi mają możliwość pozostania w spółce na sześciomiesięczny staż.



WEX to program płatnych praktyk w **PwC** dla studentów pierwszych lat studiów. Każdy uczestnik dostaje indywidualnego opiekuna, dostęp do platformy szkoleniowej oraz doradztwo zawodowe i doradztwo kariery.



Roche Polska prowadzi działania z zakresu **wsparcia studentów i współpracy z uczelniami**, aby zapewnić przepływ wiedzy między światem nauki i biznesu. Pracownicy firmy prowadzą wykłady i spotkania ze studentami, które mają na celu przybliżenie im wiedzy, jak ważną rolę odgrywa nowoczesna technologia w tworzeniu nowych rozwiązań dla pacjentów. Firma zaprasza też do współpracy studentów, którzy chcą rozwijać umiejętności w zakresie różnych technologii, oraz zainteresowanych zawodem IT Project Managera.



Firma TAURON Dystrybucja Serwis (**TAURON Polska Energia**) jest pomysłodawcą oraz inicjatorem szkoleń **Blżej Energetyki** przeznaczonych dla nauczycieli zawodu elektryka. Firma chce wspierać kształcenie młodych ludzi poprzez przekazywanie praktycznej wiedzy kadrze nauczycielskiej, zapewniając sobie na przyszłość właściwie wykształconych i przygotowanych pracowników i specjalistów.



Organizatorem **konkursu na najlepszą pracę magisterską** jest TAURON Dystrybucja (**TAURON Polska Energia**). Przedsięwzięcie skierowane jest do absolwentów studiów magisterskich polskich publicznych uczelni technicznych kierunków elektroenergetyka, elektrotechnika lub pokrewnych (automatyka i robotyka, elektronika, telekomunikacja, informatyka, mechatronika i energetyka).



Volkswagen Motor Polska od 17 lat wspiera edukację historyczną prowadzoną na terenie byłego hitlerowskiego obozu koncentracyjnego w Oświęcimiu. Projekt **Praca w miejscu pamięci** adresowany jest do uczniów, pracowników

oraz kadry kierowniczej firmy i polega na wspólnej pracy przy porządkowaniu poobozowych zabudowań oraz renowacji obuwia byłych więźniów.



EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻY

Projekt **Trening czyni samodzielnym** to uzupełnienie priorytetu firmy **ABC-Czepczyński**, jakim jest zwiększanie świadomości finansowej i ekonomicznej wśród dzieci i młodzieży. Przedsięwzięcie polegało na stworzeniu książeczki zawierającej scenariusze warsztatów zajęć o tematyce edukacyjnej – z zakresu ekonomii i finansów, przygotowanej dla terapeutów i opiekunów prowadzących zajęcia terapii poznawczej i treningu budżetowego dla osób niepełnosprawnych intelektualnie. Wyprodukowano 12 filmów instruktażowych, a pakiety edukacyjne trafiły do 150 placówek terapeutycznych i stowarzyszeń w Wielkopolsce.



Dej pozór na tradycja to pomysł **Agencji Reklamowej ArtGroup** na ożywienie uśpionych tradycji, kultury i zwyczajów Górnego Śląska oraz pobudzenie wśród młodych osób dumy z pochodzenia i wartości, które składają się na ich śląską tożsamość. „Dej pozór” oznacza po śląsku „zwróć uwagę”. Agencja zaprojektowała grę online w postaci wirtualnego Escape Roomu na Instagramie. Do projektu zostali zaangażowani ludzie lubiani i podziwiani przez lokalne młode społeczeństwo – z osobami tymi nagrano krótkie filmiki. Profil #dejpozor na Instagramie zaangażował prawie 1 tys. młodych osób.



Aquanet przedsięwziął działania w sferze kształcenia zawodowego i podjął się **zorganizowania pierwszej klasy patronackiej**, aby w ten sposób zapobiegać powstawaniu luki kompetencyjnej i pokoleniowej w firmie. Aquanet wszedł we współpracę z Zespołem Szkół Budowlanych i zaczął kształcić swoją przyszłą kadrę pracowniczą. Pierwsza klasa patronacka uczy się na kierunku: monter sieci instalacyjnej i urządzeń sanitarnych. Trzech uczniów odbywa regularną praktykę w firmie.



W 2018 roku fundacja powołana przez **Bank BGŻ BNP Paribas** wraz z Fundacją Ocalenie uruchomiły program **Wiedza do Potęgi** mający na celu pomoc młodzieży uchodzącej w kontynuacji nauki w nowym miejscu oraz w odnalezieniu się w polskim systemie edukacyjnym. Uczestnicy programu będący w wieku 13–18 lat korzystają ze wsparcia udzielanego przez



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

tutorów-wolontariuszy. Organizowane są dla nich warsztaty, wspólne wyjścia edukacyjne, kulturalne oraz półkolonie. Najbardziej potrzebujący otrzymują stypendium finansowe. W 2018 roku w programie uczestniczyło 15 uczniów. Wszystkim im udało się ukończyć bieżący etap edukacji i uzyskać promocję do następnej klasy.



W ramach przedsięwzięcia **Cyfrowa Klasa Canon** firma ufundowała dla jednej z gdyńskich szkół podstawowych game nowoczesnych produktów, m.in. projektorcy cyfrowe, drukarki, kalkulatory oraz tablicę interaktywną firmy Mentor. Wyposażyła także szkolne koto fotograficzne. Wszystkie rozwiązania zaproponowane przez Canon są wykorzystywane w codziennej pracy dydaktycznej. Uroczyste otwarcie Klasy Canon odbyło się z udziałem prezydenta Gdyni Wojciecha Szczurka.



Program edukacyjny **Kierunek Castorama** adresowany jest do uczniów średnich szkół technicznych i branżowych. Ma na celu kształtowanie i wzmacnianie świadomych wyborów zawodowych, w oparciu o kontakt i współpracę z profesjonalistami firmy. Ramy programu są każdorazowo opracowywane w ścisłej współpracy pomiędzy dyrekcjami sklepów **Castorama Polska** a dyrekcjami szkół, w oparciu o potrzeby uczestników. Atutem jest możliwość dopasowania programu do potrzeb lokalnych społeczności.



Castorama Polska przy współpracy z wydawnictwem ZNAK Emotikon rozpoczęła cykl zajęć edukacyjnych dla dzieci na temat smogu, połączonych z programem **Majsterkowo**. Problem został przedstawiony najmłodszym w przystępny sposób dzięki scenariuszom, które opracowane zostały wraz z Polskim Alarmem Smogowym. Pierwsze spotkania odbyły się w wybranych krakowskich sklepach Castorama, a ich realizacja wpisuje się w szereg działań spółki mających na celu wsparcie lokalnych władz w walce o czyste powietrze. Z biegiem czasu program został rozszerzony o pozostałe sklepy Castorama i jest prowadzony również w innych województwach.



CEMEX w Polsce od 2012 roku organizuje lekcje zrównoważonego rozwoju skierowane do uczniów liceów i techników. W 2018 roku zorganizowana została **Akademia Zrównoważonego Rozwoju**, stanowiąca rozwinięcie lekcji o tematy związane z gospodarką o obiegu zamkniętym i paliwami alternatywnymi. Zajęcia podczas Akademii Zrównoważonego Rozwoju prowadzone są w formie warsztatów, które umożliwiają młodzieży szkolnej zdobycie wiedzy poprzez udział w doświadczeniach. Uczestnicy mają także możliwość zobaczenia na żywo procesu produkcji cementu w ramach zwiedzanie zakładu.



Hotel Mistral Sport to główny obiekt **Centrum Sportowo-Konferencyjnego w Gniewinie**.

Kluczową grupą docelową, która korzysta z infrastruktury hotelu, są sportowcy. Ich żywienie wymaga szczególnej znajomości zasad i dietytyki, co powoduje potrzebę praktycznego kształcenia i przyciągnięcia do hotelu wysoko wyszkolonej kadry. Mistral Sport zorganizował **konkurs kulinarny „Sportowa wiosna”** skierowany do uczniów szkół gastronomicznych, który miał na celu zapoznanie ze zdrowym odżywianiem oraz zachęcenie do rozwijania umiejętności z zakresu technologii gastronomicznej. W finale wzięło udział 12 drużyn. Zwycięzcy konkursu otrzymali nagrody finansowe oraz możliwość staży w renomowanych obiektach hotelarsko-gastronomicznych.



Pracownicy **Cognifide Polska** podjęli w ramach wolontariatu pracowniczego inicjatywę **Linux Gateway**, dzięki której uczniowie trzecich klas technikum w Zespole Szkół Łączności w Poznaniu biorą udział w warsztatach poświęconych systemowi Linux w ramach przedmiotów lekcyjnych. Uczniowie mieli okazję przekonać się także, jak wygląda praca w nowoczesnej firmie IT. W inicjatywę zaangażowanych zostało 14 wolontariuszy-ekspertów z Cognifide. Firma nawiązała też kontakt z przedsiębiorstwem AWS Polska, które przeprowadza dodatkowe zajęcia z rozwiązań cloudowych. Szkolenia objęły około 90 uczestników z trzecich klas technikum.



W firmie **Compensa TU** organizowany jest **Program Praktyk Letnich „COMPETentni w praktyce”** koordynowany przez Biuro Zasobów Ludzkich. Program praktyk trwa od dwóch do trzech miesięcy i organizowany jest w miesiącach letnich. Praktykanci mają szansę na zrealizowanie swojego miniprojektu, którego prezentacja pod koniec praktyk zwieńczona jest otrzymaniem certyfikatu. Praktykanci odbywają staż pod okiem doświadczonego opiekuna, uczestniczą także w Dniu Wdrożeniowym i Dniu Szkoleniowym w firmie. W 2018 w programie udział wzięło 10 osób. Część z nich po ukończeniu programu otrzymała propozycję pracy.

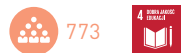


Expom potrzebuje wykwalifikowanych pracowników, dlatego wspólnie z Zespołem Szkół Zawodowych w Kurzętniku realizowana jest **Akademia Expom**. Na terenie firmy prowadzone są zajęcia teoretyczne i praktyczne dające uczniom wiedzę dotyczącą ich przyszłego zawodu. Również pracownicy firmy mogą podwyższyć swoje kwalifikacje poprzez udział w kursach zawodowych oraz skorzystać z dofinansowania do nauki. W 2018 roku zorganizowano 20 kursów, łącznie przeszkolono 175 pracowników. W ramach patronatu nad lokalną Szkołą Podstawową firma ufundowała również nagrody dla najlepszych uczniów.



ZAAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Koloratorium to program społeczny, zainicjowany przez **Fabryki Farb i Lakierów Snieżka**, skierowany do publicznych szkół podstawowych z całej Polski z miejscowości do 20 tys. mieszkańców. Pracownie biologiczno-chemiczne szkół biorących udział w akcji mogą zamienić się w kolorowe sale z profesjonalnym wyposażeniem. Placówki z całej Polski konkurują aż o 11 minilaboratoriów oraz wiele innych, ciekawych nagród. W 2018 roku zakończyła się pilotażowa edycja projektu w województwie podkarpackim. Trwająca od 2018 roku edycja ogólnopolska zaangażowała do końca roku prawie 100 szkół.



Bezpieczeństwo i edukacja stanowią filary społecznej odpowiedzialności **Grupy Enea**. Enea Elektrownia Połaniec prowadzi program dotyczący bezpieczeństwa dla najmłodszych **Bezpieczny Przedszkolak**. Projekt skierowany jest do przedszkolaków i dzieci w wieku wczesnoszkolnym; ma on nauczyć zachowania w sytuacjach niebezpiecznych, numerów alarmowych do poszczególnych służb oraz wskazać, jak postąpić, gdy ktoś potrzebuje pomocy i jak bezpiecznie obchodzić się z prądem. Do projektu zaproszono OSP Połaniec oraz Komendę Miejską Policji w Staszowie. W 2018 roku w spotkaniach udział wzięło około 180 dzieci.



Od jesieni 2017 roku w **Grupie Enea** trwały prace nad projektem **współpracy spółek ze szkołami branżowymi i technicznymi** na terenie działania Grupy; program został wdrożony wiosną 2018 roku. Przedsięwzięcie zakłada objęcie patronatem 14 szkół wyróżniających się wysokim poziomem kształcenia uczniów w zawodach, na które jest największe zapotrzebowanie w spółkach Grupy. W ramach współpracy wybrane szkoły otrzymują wsparcie rzeczowe poprzez doposażenie pracowni. Grupa, jako patron szkół, będzie miała swój udział w rozwijaniu programów edukacyjnych oraz zorganizuje szkolenia dla uczniów i nauczycieli, praktyki, konkursy, warsztaty oraz wycieczki edukacyjne. Uruchomiony zostanie również program stypendialny dla najzdolniejszych i najbardziej obiecujących uczniów.

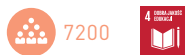


Akademia Uwielbiam to program edukacyjny **Grupy Maspex** o charakterze społecznym. Jego celem jest wzrost świadomości na temat prawidłowego stylu życia – związanego z aktywnością sportową oraz zbilansowaną dietą. Porusza również tematykę niemarnowania żywności oraz roli wspólnego spożywania i przygotowywania posiłków. Program jest skierowany do uczniów klas VI–VIII szkół podstawowych oraz III gimnazjum. Polega na przeprowadzeniu przez nauczyciela dwóch lekcji według przygotowanych scenariuszy. Dodatkowo przygotowane zostały dwa konkursy: klasowy i indywidualny. Do końca 2018 roku do

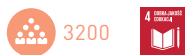
przedsięwzięcia zgłoszono 160 tys. uczniów i ponad 1,5 tys. nauczycieli.



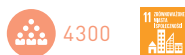
Dla dzieci pracowników **Grupy Maspex**, które rozpoczynają naukę w pierwszej klasie podstawowej, każdego roku organizowany jest projekt **Akcja Pierwszoklasista**. Aby umilić i ułatwić najmłodszym pierwsze dni w nowym środowisku, firma organizuje dla nich pod koniec sierpnia spotkania. Dzieci dowiadują się, jak należy się zachowywać w nowych, niespotykanych dotąd i sytuacjach – np. w drodze do szkoły. Inicjatywie tej towarzyszą konkursy i inne atrakcje. Spotkania odbywają się w lokalizacjach, w których mieszczą się zakłady firmy.



W 2014 roku z inicjatywy Patrycji Krzanowskiej, córki Jerzego Krzanowskiego, współwłaściciela **Grupy Nowy Styl**, na rynek trafił podręcznik „Świat pieniądza” oraz uruchomiono pilotażowe zajęcia w Szkole Podstawowej nr 14 w Krośnie. W roku szkolnym 2018/2019 projekt **Lekcje ekonomii dla dzieci** rozszerzono na niemal wszystkie krośnieńskie podstawówki. Zajęcia dla piątoklasistów odbywają się raz w tygodniu i mają nieobowiązkowy charakter. Prowadzą je przeszkoleni nauczyciele w oparciu o podręcznik Patrycji Krzanowskiej. Są to interaktywne warsztaty, wypełnione grami i konkursami.



Program **Ciepło dla Pragi** organizowany przez Fundację Veolia Polska powołaną przez **Grupę Veolia w Polsce** i Centrum UNEP/GRID-Warszawa zakłada edukację środowiskową dzieci i młodzieży na rzecz zrównoważonych miast przyszłości. Przygotowane zostały: scenariusz zajęć warsztatowych dotyczących efektywności energetycznej i jakości powietrza w miastach oraz kształtowania przestrzeni miejskiej, serwis internetowy, gra komputerowa Ecocraft (ekologiczna odstępna gry Minecraft®), a także konsultacje społeczne. W ramach konkursu na „Dzielnicę marzeń” najlepsze pomysły młodzieży uzyskują dofinansowanie. Do programu zgłosiło się 80 uczniów oraz 9 opiekunów z 5 praskich szkół. Rezultatem przedsięwzięcia będzie 21 projektów dzielnicy marzeń, przygotowanych przez młodzież. Program oparty jest na współpracy międzysektorowej pomiędzy Fundacją Veolia Polska, Centrum UNEP/GRID- Warszawa, Urzędem Dzielnicy Praga-Północ oraz spółką Veolia Energia Warszawa.



Program **Generator** zakłada współpracę spółek **Grupa Veolia w Polsce** ze szkołami kształcącymi w potrzebnych zawodach, co umożliwi profesjonalny rozwój uczniów i w dalszej perspektywie pozyskiwanie wykwalifikowanych



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

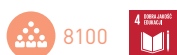
kadr. Veolia wspiera tworzenie nowego programu nauczania w klasach patronackich o profilu energetycznym. Uczestniczy w dniach otwartych w szkołach, podczas których pracownicy firmy rozmawiają z uczniami i ich rodzicami, wskazując zalety kształcenia się w zawodach z branży energetycznej. Firma współpracuje z pięcioma szkołami średnimi i trzema politechnikami. Veolia przyjmuje około 100 praktykantów i stażystów rocznie, 115 uczniów otrzymało stypendium, w latach 2017–2018 ponad 30 uczniów klas patronackich zostało zatrudnionych w spółkach Grupy.



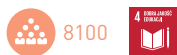
Mistrzostwa Świata w myciu rąk to kampania edukacyjna stworzona przez **HIGMA SERVICE**. Ma ona na celu uświadomienie dzieciom, jaki wpływ mają czyste ręce na zdrowie oraz nauczenie ich poprawnej techniki mycia rąk. W 2018 roku firma rozpoczęła drugą edycję kampanii na skalę ogólnopolską. Stworzona została strona internetowa Akademia Czystości (www.akademiaczystosci.pl), na której znalazły się bezpłatne materiały edukacyjne. Do grudnia 2018 roku pakiet materiałów edukacyjnych został pobrany 1428 razy.



Rozwój nowych technologii wymusza rozwój umiejętności cyfrowych dzieci i młodzieży wykraczających poza media społecznościowe i gry. **ING Bank Śląski** wspólnie z Fundacją CoderDojo w maju 2018 roku uruchomił **ING CoderDojo** w Katowicach. Dzieci, rodzice oraz wolontariusze z IT razem uczą się programowania, kodowania, tworzą także projekty 3D. Ninja, czyli dzieci w wieku od 6 do 15 lat, uczą się i rozwijają własne projekty lub realizują wyzwania postawione im przez mentorów, posługując się kodowaniem. Zaczynają od prostych zadań w intuicyjnych aplikacjach, jak Scratch.



W ramach projektu **Młodzi Przedsiębiorczy** realizowanego przez **ING Bank Śląski** uczniowie rozwiązują zadania z zakresu ekonomii i przedsiębiorczości na platformie internetowej, a następnie realizują własny projekt. Program uczący oszczędzania, dysponowania i zarządzania pieniędzmi oraz rozwija kreatywność, innowacyjność, planowanie i skuteczną realizację przedsięwzięć. Realizowany jest od dziewięciu lat przez Centrum Edukacji Obywatelskiej. W edycji 2018 ING Bank Śląski podzielił się wiedzą oraz udzielił finansowania, a Fundacja ING Dzieciom dała pomysł na nowe formy edukacyjne, włączając treści zrównoważonego rozwoju. W programie wzięło udział 600 uczniów z 58 szkół pracujących w 120 zespotach oraz 68 nauczycieli.



Wchodząca w skład **Grupy JSW** Jastrzębska Spółka Kolejowa zobowiązana jest do bezpiecznego prowadzenia ruchu kolejowego na obszarze swojego działania. Stanęła przed koniecznością stworzenia aplikacji Safe Rail System mającej na celu poprawę bezpieczeństwa w transporcie kolejowym. Zrezygnowano z zatrudnienia wyspecjalizowanego

dostawcy, który opracowałby stosowną aplikację, a zdecydowano się na rozwiązanie alternatywne, **podjęcie współpracy z Zespołem Szkół nr 6 Jastrzębie-Zdrój Technikum nr 4**. Pracownicy spółki opracowali funkcjonalności systemu, natomiast uczniowie technikum wykonali część techniczno-informatyczną. Aplikacja pozwala na zwiększenie nadzoru nad stanem infrastruktury kolejowej.



Dla **Jastrzębskiej Spółki Węglowej** realnym ryzykiem stało się zagrożenie braku wystarczającej liczby dobrze wykwalifikowanych pracowników, którzy zastępowaliby osoby przechodzące na emeryturę. Grupa JSW w 2017 roku zawarła **porozumienia dotyczące współpracy** z jednostkami samorządowymi będącymi organami prowadzącymi dla szkół kształcących w zawodach górniczych. W 2018 roku zawarto dodatkowo umowy z dwoma kolejnymi szkołami. Jednocześnie Zarząd JSW przyjął program stypendialny, którego celem jest zachęcenie młodych ludzi do podjęcia nauki w klasach o profilu górniczym.



Kuehne + Nagel współpracuje ze szkolnictwem akademickim i wspiera działalność edukacyjną. Firma bierze udział w akcjach szkoleniowych, a także sama organizuje warsztaty i prelekcje w swoich magazynach. Współpracuje z Wyższą Szkołą Logistyki w Poznaniu (jest członkiem Rady Pracodawców WSL). Eksperti firmy są zapraszani do placówek uniwersyteckich na wykłady związane z tematyką branży TSL. Cyklicznie organizowane są staże dające możliwość zatrudnienia i nauki pracy zawodowej.



Lafarge w Polsce objęto patronatem klasę w Zespole Szkół Niepublicznych w Piechcinie kształcąca uczniów w zawodach: ślusarz, spawacz i mechanik. Pierwsza klasa objęta patronatem powstanie w roku szkolnym 2019/2020 i zostanie do niej przyjętych maksymalnie 15 uczniów. Od stycznia do czerwca 2019 roku Lafarge przyjmie pierwszych uczniów szkoły na cotygodniowe praktyki zawodowe do Cementowni Kujawy. Nawiązanie współpracy z Zespołem Szkół Niepublicznych w Piechcinie jest efektem procesu zainicjowanego podczas sesji dialogu społecznego, który firma prowadzi z sąsiadami zakładów.



Laboratorium Architektury to cykl warsztatów organizowanych przez Wspólnie - Fundację LafargeHolcim powołaną przez **Lafarge w Polsce** dla przedszkolaków i uczniów, podczas których dzieci poznają, czym jest architektura, i doświadczają jej, projektując swoje wymarzone domy i miasta. W 2018 roku zorganizowano 32 spotkania, w których wzięło udział ponad 700 dzieci.



Szef dla Młodych Talentów to program **MAKRO Polska** prowadzony z myślą o uczniach szkół gastronomicznych. Jego celem jest integrowanie szkół gastronomicznych z sektorem HoReCa oraz stwarzanie młodym kucharzom możliwości nauki o najlepszych szefów kuchni poprzez Miksery Kulinarne, staże oraz materiały edukacyjne, w tym książkę „Mix Wiedzy Kulinarnej”. W 20 spotkaniach wzięło udział ponad 3,5 tys. uczniów. Zorganizowanych zostało 35 staży w restauracjach oraz konkursów kulinarnych dla szkół gastronomicznych „Wyzwanie MAKRO Chefa”. W trzech edycjach konkursu wzięło udział 60 szkół z całej Polski.



mBank we współpracy z mFundacją wydał książkę „**Matematyka jest wszędzie**”. Publikacja ma oswoić dzieci z matematyką już od najmłodszych lat i stanowi zbiór ponad 700 inspiracji: jak spędzając czas z dzieckiem, otwierać jego umysł na dostrzeganie zależności matematycznych w rzeczywistości. W 2018 roku książka w wersji drukowanej została nieodpłatnie udostępniona we wszystkich placówkach detalicznych. Zamówiono 107 tys. egzemplarzy. Od października 2018 roku książkę w wersji elektronicznej można pobrać ze strony www.mjakmatematyka.pl.



Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie Prawni** zaobserwowała, że bardzo wielu młodych ludzi po ukończeniu szkoły średniej nie zna wielu praktycznych aspektów stosowania prawa. Nie potrafi poradzić sobie w wielu sytuacjach życiowych związanych z prawami obywatela, procedurami urzędowymi i sądowymi oraz prawami konsumenta. W ramach działań pro bono **prowadzi lekcje w szkołach**. Celem przedsięwzięcia jest m.in. zwiększenie świadomości prawnej młodzieży, przedstawienie zawodów prawniczych oraz ich roli w społeczeństwie, a także specyfiki pracy radcy prawnego.



Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości przygotowało grę **Finanse – ogarniam to!** w celu uatrakcyjnienia lekcji przedsiębiorczości w szkołach ponadpodstawowych. Gra zaprojektowana została dla osób w wieku 16–18 lat. Jej zadaniem jest nauczenie gospodarowania pieniędzmi i pomoc w zrozumieniu świata ubezpieczeń, inwestowania i oszczędzania. Ponad 200 egzemplarzy gry trafiło do 72 trenerów i nauczycieli podstaw przedsiębiorczości w Polsce.



Stworzona przez **Orange Polska** bezpłatna edukacyjna aplikacja **MegaMisja z Psotnikiem** stawia przed dziećmi zadanie, jakim jest zaopiekowanie się niesfornym Psotnikiem – sztuczną inteligencją. Dzięki aplikacji dzieci w wieku 6–9 lat dowiedzą się, że nie wszystkie informacje mogą być prawdziwe i jak wybrać wiarygodne źródła informacji, a także czym jest reklama, do czego służą emotikony oraz jak bezpiecznie poruszać się w internecie. Aplikacja została wzbogacona o mechanizm, dzięki któremu po 30 minutach Psotnik powie dziecku, że należy odpocząć. MegaMisję z Psotnikiem dotychczas pobrało 5 tys. użytkowników.



PGE Polska Grupa Energetyczna dostrzega konieczność pozyskania nowych, młodych kadr, dlatego firma przygotowała autorski program stażowy **PROjektuj Karierę**. Jednym z założeń inicjatywy jest wykonanie przez praktykantów projektów, które mają przyczynić się do rozwoju firmy. Każdy praktykant ma swojego opiekuna, który wdraża go do pracy, wspiera w prowadzonych działaniach, współpracuje z nim na co dzień i udziela mu informacji zwrotnej.



PGE GiEK podpisała porozumienia o utworzeniu **klas patronackich** dla klas pierwszych w pięciu szkołach ponadgimnazjalnych na terenie powiatów zgorzeleckiego, bełchatowskiego i gorzowskiego. Począwszy od roku szkolnego 2018/2019, wybrane klasy techników, kształcące w zawodach spójnych z profilem działalności spółki, funkcjonują pod patronatem **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**. Porozumienia przewidują organizację wizyt zawodoznawczych, zajęć praktycznych i praktyk zawodowych na terenie oddziałów PGE GiEK, a także ufundowanie stypendiów.



Realizacja **PROgramu wsparcia kształcenia zawodowego** polega na współpracy **PGE Polskiej Grupy Energetycznej** z lokalnymi szkołami branżowymi i technicznymi, które uczą zawodów związanych z sektorem energetycznym. Współpraca obejmuje tworzenie klas patronackich, organizację praktycznej nauki zawodu, wizyty w oddziałach firmy, przygotowanie do zdobycia uprawnień kwalifikacyjnych oraz przeprowadzenie egzaminów dla uczniów, dodatkowe szkolenia dla uczniów i nauczycieli, ufundowanie stypendiów, wsparcie modyfikacji programów nauczania, udział w spotkaniach rekrutacyjnych i akcjach promujących daną szkołę, co ma na celu pozyskiwanie uczniów w ramach naboru do klas pierwszych oraz szeroko rozumianą promocję kształcenia zawodowego. Pierwsze klasy patronackie zostały utworzone w roku szkolnym 2018/2019.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Rosnący udział mikroinstalacji OZE powoduje coraz większe zapotrzebowanie na specjalistów. Pod auspicjami **Polskiej Grupy Energetycznej** w ZSP nr 1 im. Stanisława Staszica w Siedlcach, we wrześniu 2017 został uruchomiony nowy kierunek kształcenia: technik urządzeń i systemów energetyki odnawialnej. Spółka **wyposażyła pracownię w specjalistyczny sprzęt dydaktyczny OZE**, m.in. kolektor słoneczny, panel fotowoltaiczny oraz turbinę wiatrową. W 2018 roku podobne działania zostały podjęte w kolejnych szkołach w Zgorzelcu, Opolu, Radomiu, Wejherowie i Gorlicach.



ok. 40000

Przedszkole Miejskie nr 34, które jest sąsiadem **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** Oddział w Zielonej Górze i w którym edukację przedszkolną realizuje wiele dzieci pracowników, jest aktywnym partnerem wielu projektów społecznych Oddziału PGNiG. **Uczymy się z Gazusiem** to cykl spotkań, podczas których pięcioletkowie poznają zagadnienia z najróżniejszych dziedzin życia związane z konkretnymi zawodami. Spotkania z gośćmi: górnikami, lekarzem, trenerem sportowy, astronomem, ogrodnikiem – odbyły się zarówno w przedszkolu, jak i poza nim.



24700

Akademia Bezpieczeństwa to autorski projekt Fundacji **PZU**, zainicjowany w 2017 roku. Jego głównym założeniem jest edukacja dzieci w wieku szkolnym w zakresie bezpieczeństwa na drodze, udzielania pierwszej pomocy, zwiększenia świadomości zagrożeń związanych z użytkami i dopalaczami, zachowania w sytuacji zagrożenia, bezpieczeństwa w sieci, a także sposobów obrony przed naruszeniem ich praw. Projekt realizowany jest we współpracy z Policją i służbami medycznymi. W pierwszej edycji (grudzień 2017 – czerwiec 2018) objął on 16 województw i 27 szkół podstawowych; w drugiej edycji (wrzesień – grudzień 2018) zaś 8 województw i 15 szkół.



9850

Oddział Szkolenia Zawodowego RAFAKO zapewnia pozyskanie wykwalifikowanej kadry. Dzięki działalności szkoły przyzakładowej spółka od podstaw przygotowuje pracowników do zawodu. Zapewnia aktywizację młodych ludzi na rynku pracy poprzez połączenie nauki ogólnej z praktyczną nauką zawodu i gwarantuje swoim absolwentom stabilne miejsca pracy. Od reaktywacji szkoły w 2007 roku do zakończenia roku szkolnego 2017/2018 mury placówki opuściło 515 uczniów. Przez ostatnie 10 lat 100% pracowników zatrudnionych na produkcji pochodziło z grona absolwentów szkoły.



1531

Dobry start z Roto to projekt edukacyjny firmy **Roto Frank Okucia Budowlane** kierowany do uczniów, łączący naukę z praktyką w zakresie nowoczesnego zarządzania i rozwoju technologii branży budowlanej. Realizowany jest we współpracy z uczelniami wyższymi oraz szkołami zawodowymi. W 2018 roku firma prowadziła działania w szkołach zawodowych obejmujące tworzenie klas patronackich,

współtworzenie podręcznika, wyposażenie szkół w materiały merytoryczne, narzędzia i elementy okuć, realizację szkoleń, a także przekazała nagrody na konkursy. Elementem projektu było utworzenie autorskiego kierunku studiów – zarządzanie sprzedażą na rynku budowlanym – w Społecznej Akademii Nauk pod patronatem Roto, łączącego zagadnienia zarządzania i sprzedaży z zaawansowaną wiedzą techniczną. Łącznie w programie wzięło udział 150 uczniów oraz grono pedagogów szkolnych, rodziców i osób wspierających rozwój kariery zawodowej. W wyniku działań zawód „monter stolarki” został wpisany do rejestru MEN.



89

Mimo że coraz częściej na zajęciach szkolnych używa się aplikacji czy tabletów, według firmy **Samsung Electronics Polska** ich możliwości technologiczne nie są w pełni wykorzystane. Dlatego zrodził się pomysł **przeprowadzenia za pomocą telemostu lekcji online**, w której równocześnie wzięliby udział uczniowie polskiej oraz kolumbijskiej szkoły. W zajęciach wspólnie uczestniczyli uczniowie z Olsztyna i Bogoty. W ramach telelekcji dzieci uczyły się zwrotów odpowiednio w polskim i hiszpańskim języku oraz opowiadały o swoich krajach. Wykorzystując zaś tablety i narzędzia do przeprowadzania wirtualnego quizu, miały także szansę sprawdzić swoją wiedzę na temat Kolumbii i Polski. Zadania były dostosowane do wieku i możliwości uczestników zajęć.



6500

Celem projektu **Finansiaki** realizowanego przez **Santander Bank Polska** jest edukacja finansowa dzieci poniżej 13. roku życia. Pracownicy banku w ramach wolontariatu kompetencyjnego prowadzą zajęcia w przedszkolach i szkołach. Lekcje prowadzone są według specjalnie przygotowanych scenariuszy. Materiały opracowane zostały przez psychologa zajmującego się na co dzień edukacją ekonomiczną dzieci. W 2018 roku dla pracowników banku w czterech lokalizacjach (Warszawa, Wrocław, Poznań i Lublin) zostały zorganizowane szkolenia z ekspertem-psychologiem dotyczące metodyki prowadzenia zajęć. W czterech szkoleniach wzięło udział 85 pracowników banku; 20 pracowników przeprowadziło zajęcia dla 350 dzieci – przedszkolaków i uczniów poniżej 13. roku życia.



14000

Solaris Bus & Coach już w 2007 roku zaangażował się na rzecz **kształcenia zawodowego** we współpracy ze szkołami z regionu Wielkopolski. Pierwsza klasa patronacka została utworzona w zakładzie w Bolechowie, a po czterech latach podobny program powstał także w Środzie Wielkopolskiej. Pozytywne efekty programu zachęciły przedsiębiorstwo do poszerzenia edukacji dualnej o współpracę z Politechniką Poznańską.



2300

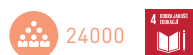
Na terenie Wolbromia 11 grudnia 2018 roku w dwóch szkołach podstawowych oraz w liceum przedstawiciele **SumiRiko Poland** zorganizowali warsztaty przygotowujące uczniów

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

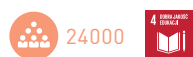
do realizacji projektu **Razem zmieniamy świat**. Warsztaty były wprowadzeniem do konkursu, w ramach którego uczniowie będą mogli ubiegać się o granty na realizację projektów związanych z Celami Zrównoważonego Rozwoju. Pod koniec warsztatów uczniowie potrafili już wskazać potrzeby działań w społeczności lokalnej. Wypracowane na podstawie różnych materiałów pomysły będą mogły służyć jako inspiracja do działań w ramach konkursu grantowego.



Praktykę **Bezpieczniki TAURONA** firma **TAURON Polska Energia** kieruje do rodziców, nauczycieli i uczniów szkół podstawowych. Celem projektu jest poprawa bezpieczeństwa i podniesienie poziomu wiedzy na temat energii elektrycznej. Obejmuje on działania edukacyjne skupione wokół platformy edukacyjnej stworzonej na potrzeby programu – Edukacja.bezpieczniki.tauron.pl. Platforma zawiera autorskie materiały dydaktyczne, kompletne scenariusze 10 lekcji, 15 filmów edukacyjnych przygotowanych na potrzeby programu i dostosowanych do trzech grup wiekowych uczniów. W 2018 roku odbyło się również 16 eventów edukacyjnych.



Przedstawiciele firmy **TAURON Polska Energia** przeprowadzili **warsztaty dotyczące wchodzenia na rynek pracy i budowania ścieżek kariery w IT**. Zajęcia były prowadzone w Zespole Szkół Techniczno-Informatycznych w Gliwicach. Szkoła ta kształci młodzież m.in. w klasach o profilu informatycznym, które TAURON Obsługa Klienta objęła swoim patronatem. Wsparcie miało charakter warsztatów prowadzonych przez przedstawicieli HR, na co dzień zajmujących się rekrutowaniem pracowników do różnych obszarów biznesowych: IT i obsługa klienta. Zajęcia odbywały się w formie prelekcji, dyskusji oraz ćwiczeń. W warsztatach wzięło udział około 50 uczniów.



ABC-Czepczyński ze Stowarzyszeniem na Rzecz Osób z Niepełnosprawnościami Homini realizuje w Międzychodzie projekt **Tacy sami**. Podczas warsztatów dzieci szkół podstawowych uczą się, jak odbierają świat osoby z niepełnosprawnościami. W czasie specjalnych zajęć uczniowie poznają na nowo swoją szkołę – pokonują korytarz, poruszając się na wózku, schodzą po schodach z zawiązanymi oczami lub przemierzają w ten sposób salę lekcyjną. Odbywają się też wykłady ze specjalistami oraz szkolenia dla rad pedagogicznych.



W 2017 roku firma **ABC-Czepczyński** objęła **patronatem klasy kształcące w zawodzie technik spedytor** w Zespole Szkół Technicznych w Międzychodzie. Dzięki wyposażeniu

placówki w materiały dydaktyczne oraz organizowaniu warsztatów dwukrotnie zwiększono zainteresowanie profilem: technika spedycji. Aktualnie wspieraniem objęte są trzy klasy, w których kształcą się ponad 80 uczniów. Firma organizuje dla uczniów również praktyki.



W ramach projektu **ABC-Ekonomii** została wydana książka „ABC-Ekonomii, czyli pierwsze kroki w świecie finansów”, której autorami są Wiktor Czepczyński oraz Żaneta Kupczyk, reprezentujący firmę **ABC-Czepczyński**. Dodatkowo opracowano 24 scenariusze zajęć warsztatowych, ponad 39 kart pracy, a także pakiet infografik i plansz dydaktycznych. Instytucje i placówki oświatowe dotychczas do projektu bezkosztowo. Do tej pory działaniami objęto ponad 90 tys. uczniów. Partnerem przedsięwzięcia jest UNICEF Polska.



ADAMED SmartUP to naukowo-edukacyjny program Fundacji Grupy Adamed, powołanej przez **Adamed Pharma**, skierowany do uczniów szkół ponadpodstawowych. Program popularyzuje nauki ścisłe i przyrodnicze oraz wspiera szczególnie uzdolnioną młodzież. Jego najważniejszymi elementami są platforma internetowa, program stypendialny oraz warsztaty naukowe. Dotychczas do udziału w programie stypendialnym zarejestrowało się ponad 30 tys. uczestników. W 2018 roku zorganizowano też konkurs dla szkół średnich oraz pierwszy zjazd absolwentów programu.



Projekt **BAKCYL** organizowany przez Warszawski Instytut Bankowości to stały proces przekazywania młodzieży przez pracowników banków praktycznej wiedzy i umiejętności wykonywania usług finansowych. Program ma ułatwić młodym ludziom świadomy i pomyślny start w dorosłe życie w nowoczesnym społeczeństwie. Obecnie w BAKCYLU uczestniczy ponad 60 pracowników **Banku BGZ BNP Paribas** – wolontariuszy, którzy regularnie prowadzą lekcje w szkołach.



W ramach autorskiego programu **Agrotalenty** Fundacja **BGZ BNP Paribas** przyznaje stypendia laureatom ogólnopolskiej Olimpiady Wiedzy i Umiejętności Rolniczych oraz Stypendia Pomostowe najlepszym studentom kierunków rolniczych. W ten sposób wspiera przygotowanie młodych ludzi do przyszłego zawodu, a pośrednio – rozwój polskiej wsi, wzrost innowacyjności i modernizację rolnictwa. Od 2012 roku fundacja udzieliła wsparcia ponad 310 studentom.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Citi Handlowy we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości realizuje program **Moje finanse**, którego celem jest przygotowanie młodych ludzi do podejmowania racjonalnych i korzystnych dla siebie decyzji finansowych. Honorowy patronat nad projektem objęło Ministerstwo Finansów.



Program **Być przedsiębiorczym**, realizowany przez **Citi Handlowy** we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości, ma na celu przekazanie uczniom szkół ponadgimnazjalnych wiedzy z zakresu przedsiębiorczości oraz wykształcenie postaw i umiejętności przedsiębiorczych w tym obszarze.



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.



Finansowy Elementarz to autorski program edukacji finansowej przedszkolaków realizowany pod patronatem honorowym Ministra Edukacji i Rzecznika Praw Dziecka. W prowadzenie zajęć zaangażowani są wolontariusze-pracownicy **Banku Millennium**. Do tej pory odbyły się cztery edycje programu. Podczas ponad 1300 warsztatów przeszkolono prawie 33 tys. dzieci z około 400 przedszkoli. Warsztaty prowadzone są również w przestrzeniach publicznych, np. centrach handlowych. Na potrzeby programu przygotowano też książki.



Ogólnopolski konkurs plastyczny na projekt znaczka pocztowego „Świat oczami młodych” skierowany do młodzieży w wieku 10–19 lat to inicjatywa Fundacji BOŚ (powołanej przez **Bank Ochrony Środowiska**) i Poczty Polskiej. Cel drugiej edycji konkursu, która odbyła się w 2018 roku pod hasłem „Ratujemy klimat”, stanowiła edukacja proekologiczna. Do konkursu zgłosiło się ponad 1100 szkół i domów kultury z całej Polski. Edukacją dotyczącą zmian klimatu i sposobów jego ochrony objęto prawie 60 tys. uczniów.



Zdrowo jem, więcej wiem to ogólnopolski czterolecny projekt edukacji prozdrowotnej prowadzony od 2010 roku wśród dzieci z zerówek i klas I–III szkół podstawowych. W trakcie zajęć prowadzonych przez nauczycieli zgodnie ze scenariuszami przygotowanymi przez **Bank Ochrony Środowiska** dzieci zdobywają wiedzę na temat zdrowego stylu życia. Do dziewięciu edycji projektu zapisało się 225 tys. uczniów i 11,5 tys. nauczycieli. Działania edukacyjne objęły 400 tys. rodziców

oraz około 1 mln pozostałych uczniów, którzy nie brali bezpośredniego udziału w projekcie. Od 2016 roku patronat nad projektem sprawuje małżonka prezydenta RP, Agata Kornhauser-Duda.



Długofalowy **projekt edukacyjny CHEMIATOMY** koncentruje się na najbardziej interesujących zagadnieniach w dziedzinie chemii i skierowany jest do młodzieży. W 2018 roku w laboratorium chemicznym CNK w Warszawie, którego **BASF Polska** jest wyłącznym partnerem, zrealizowano warsztaty dla około 130 dzieci. Tematem była gospodarka w obiegu zamkniętym. Warsztaty chemiczne dla młodzieży szkolnej w ramach projektu zorganizowano także w otoczeniu zakładu produkcyjnego firmy.



Projekt **To MY tworzymy świat** jest formą edukacji młodzieży w wieku 13–19 lat. Na terenie kraju **Canon Polska** prowadzi warsztaty filmowo-fotograficzne, zachęcając młodych ludzi do pokazywania za pomocą obrazu swojego punktu widzenia i inspirowania innych do działania. Przez cztery lata przedstawiciele firmy odwiedzili 23 szkoły i ośrodki kultury, spotykając się z 465 uczniami. W 2018 roku wyniki projektu były przedstawiane na Festiwalu Filmów Odpowiedzialnych (Srebrna Tarcza), a młodzież mogła pokazać swoje prace podczas szczytu klimatycznego COP24 w Katowicach.



ABC Zdrowego Żywienia to program edukacyjny **Carrefour**, którego celem jest podniesienie świadomości żywieniowej. Został on przygotowany we współpracy z Wydziałem Nauk o Żywności Człowieka i Konsumpcji SGGW. Trzecia edycja programu skierowana była w większości do uczniów z małych miejscowości. Zajęcia wzbogacono wieloma materiałami edukacyjnymi, w tym aplikacją mobilną „Zdrowa Apka”, która swoją premierą miała jesienią 2018 roku, ważną rolę odgrywał także podręcznik metodyczny dla nauczycieli. W warsztatach w ostatniej edycji programu wzięło udział 1700 dzieci z 20 miejscowości. Program otrzymał honorowe patronaty Ministerstwa Edukacji Narodowej oraz Ministerstwa Zdrowia.



Program edukacyjny „Majsterkowo” to zajęcia prowadzone w sklepach **Castorama Polska** dla grup szkolnych w wieku od 6 do 12 lat. Ich celem jest dzielenie się pasją do majsterkowania, pobudzanie wyobraźni, rozwijanie umiejętności manualnych, a także zwiększanie wiedzy i świadomości ekologicznej, np. poprzez edukację na temat jakości powietrza.



Coca-Cola HBC Polska włącza się w organizację **Ogólnopolskiej Olimpiady Promocji Zdrowego Stylu Życia**

PKK skierowanej do uczniów szkół gimnazjalnych i średnich. Na każdym etapie olimpiady uczestnicy rozwiązują test dotyczący prawidłowego odżywiania, pierwszej pomocy, ekologii oraz promocji zdrowego stylu życia. Finałiści spędzają razem trzy dni, prezentując wydarzenia i akcje związane z tematyką olimpiady, zrealizowane wcześniej w lokalnych społecznościach. Najlepsi otrzymują nagrody rzeczowe, a zwycięzca indeks UM w Łodzi.



Inicjatywa **Meet go with Cognifide** polega na organizacji regularnych spotkań, w trakcie których wolontariusze z **Cognifide Polska** oraz członkowie Stowarzyszenia Gier Planszowych „Honte” tłumaczą dzieciom zasady gry „Go”, czuwają nad rozgrywkami oraz pomagają w nauce logicznego i strategicznego myślenia. Dzieci poprawiają swoją koncentrację, pamięć, uczą się analitycznego myślenia i budują pewność siebie, a także integrują się z koleżankami i kolegami. Do tej pory w zajęciach wzięło udział kilkaset dzieci.



„**Scottie Go**” with Cognifide to projekt, który łączy klasyczną planszówkę z grą mobilną i ma uczyć najmłodszych programowania. Obecnie w projekt zaangażowanych jest 27 wolontariuszy z **Cognifide Polska** i prawie 200 dzieci w dwóch szkołach podstawowych. Uczniowie podczas zajęć dowiadują się też, na czym polega praca programisty i w jakich dziedzinach wykorzystuje się jego umiejętności.



Bezpośrednimi beneficjentami programu **Podziel się umiejętnościami** w 2018 roku było około 30 nauczycieli i prawie 1 tys. uczniów ze szkół zawodowych i technicznych we Wrocławiu i w Warszawie. W programie uczestniczą uczniowie zasadniczych szkół zawodowych i techników zagrożeni wykluceniem z rynku pracy. Pracownicy **Credit Suisse** na zasadach wolontariatu pomagają rozwijać wśród młodzieży umiejętności, które w dalszej perspektywie zwiększą ich szanse na znalezienie pracy, a także wpłyną pozytywnie na jakość ich życia.



Program **Dentsu Maker Lab Kids** ma na celu wyrównywanie szans edukacyjnych dzieci i młodzieży w dostępie do wiedzy z zakresu nowych technologii oraz budowanie dobrego sąsiedztwa ze świetlicą środowiskową. W 2018 roku z inicjatywy **Dentsu Aegis Network Polska** odbyły się warsztaty „Maker Kids” oraz „Bezpieczeństwo w sieci”.



DOZAMEL współpracuje z wrocławskimi szkołami oraz uczelniami, uczestnicząc m.in. w projektach służących **rozwojowi i promowaniu najzdolniejszych uczniów i studentów**. W 2018 roku wsparta organizację uroczystości 50-lecia Wydziału Informatyki i Zarządzania Politechniki Wrocławskiej oraz tygodnia kariery – Best Career Week. DOZAMEL ufundował przelot zwycięskiej drużynie uczniów ze Szkoły Podstawowej nr 63 na finał olimpiady Destination Imagination do USA. Wspierając rozwój szkolnictwa branżowego, zawarł umowę o współpracy z Zespołem Szkół nr 18, w ramach którego zorganizowano Forum Zawodowe.



Cel **Wehikułu Usamodzielnienia**, który jest realizowany przez **Farm Frites Poland** w partnerstwie z Regionalnym Centrum Młodzieży w Łęborku, stanowi wspomaganie młodzieży z pieczy zastępczej w procesie usamodzielnienia poprzez zdobywanie praktycznej wiedzy i umiejętności. Uczestnicy projektu podczas zajęć warsztatowych uczą się m.in. zarządzać budżetem, załatwiać sprawy urzędowe i walczyć ze stereotypami.



„Gazeta Wyborcza” (**Grupa Agora**) we współpracy z Fundacją mBanku zorganizowała 5. Festiwal Matematyki w Warszawie w ramach kolejnej edycji akcji **Matematyka się liczy**. Festiwal skierowany był do dzieci, rodziców i nauczycieli, którzy mogli wziąć udział w 12 zajęciach warsztatowych i odwiedzić 20 stoisk. W całym dniu w wydarzeniu wzięło udział 800 osób. Podczas imprezy ogłoszeni zostali również zwycięzcy kolejnej edycji konkursu „Matematyka w cyfrowym świecie” skierowanego do uczniów szkół podstawowych.



Kino na Temat oraz Kino na Temat Junior to programy edukacyjne skierowane do dzieci oraz młodzieży szkolnej, działające we wszystkich kinach Helios należących do **Grupy Agora** nieprzerwanie od 2013 roku. Kino na Temat to cykl spotkań filmowych połączonych z debatą z ekspertami i dziennikarzami. Kino na Temat Junior to lekcje w kinie dla najmłodszych połączone z warsztatami edukacyjnymi. W 2018 odbyło się blisko 3 tys. seansów.



Grupa Enea podejmuje działania edukujące dzieci przed-szkolne oraz uczniów pierwszych klas szkoły podstawowej. W ramach programu **Nie taki prąd straszny** wolontariusze i bohater filmu Krzyś Elektryk tłumaczą dzieciom, jak powstaje prąd, wyjaśniają zasady bezpiecznego korzystania



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

z urządzeń elektrycznych i promują oszczędzanie energii na co dzień. Wykonują także ciekawe doświadczenia z prądem.



Celem konkursu **Modelowanie Rynku Energii**, organizowanego przez Eneę Trading (**Grupa Enea**), jest popularyzacja tematyki funkcjonowania rynku energii oraz zapoznanie studentów ze specyfiką branży energetycznej. Podobnie jak w latach poprzednich studenci uczelni z Polski wzięli udział w dwóch etapach konkursu, z czego drugi etap odbył się w Elektrowni w Kozienicach. Nagrodę główną – wyjazd na kurs na Uniwersytet Stanforda – zdobył duet doktorantów z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Dwa pozostałe zwycięskie zespoły otrzymały nagrody pieniężne.



Grupa Enea, mając na uwadze bezpieczeństwo osób przebywających w pobliżu sieci elektroenergetycznej, realizuje program edukacyjny **Dbamy o Twoje bezpieczeństwo. Ty też o nie zadбай!**. Jego celem jest promowanie bezpiecznych zachowań w pobliżu elementów sieci. Akcja adresowana jest do dzieci, młodzieży i dorosłych. Na potrzeby przedsięwzięcia zostały zrealizowane animowane spoty edukacyjne, również w wersji z językiem migowym oraz audiodeskrypcją. Partnerami akcji są Policja, Straż Pożarna oraz Polskie Towarzystwo Przesyłu i Rozdziału Energii Elektrycznej.



W ramach programu **Zdolni z LOTOSEM** realizowane są projekty adresowane do uzdolnionych uczniów pochodzących z regionów, w których funkcjonują spółki **Grupy Kapitałowej LOTOS**. Projekt zakłada podjęcie wielu działań, takich jak: doskonalenie nauczycieli w zakresie pracy z uczniami zdolnymi, przeprowadzenie zajęć pozalekcyjnych i spotkań akademickich z matematyki, fizyki i informatyki, organizacja konkursów oraz objęcie uczniów opieką mentorską, a także wsparcie stypendialne.



Sportowa Akademia Veolia to wieloletni program stypendialny. Przedsięwzięcie skierowane jest do ambitnych sportowców w wieku 16–18 lat, którzy uprawiają olimpijskie sporty indywidualne. Program realizowany jest przez Fundację Veolia Polska przy wsparciu spółek **Grupy Veolia w Polsce**. Grupa absolwentów liczy już blisko 200 sportowców. W 2018 roku 21 stypendystów otrzymało roczne wsparcie finansowe i merytoryczne, w tym cykl 350 godzin profesjonalnych szkoleń online i warsztatów.



Ambasadorzy Zrównoważonego Rozwoju to globalna inicjatywa edukacyjna firmy **Henkel Polska**, której celem jest podnoszenie świadomości proekologicznej dzieci poprzez

zajęcia prowadzone na zasadach wolontariatu pracowniczego. W swoich interaktywnych prezentacjach edukatorzy koncentrują się przede wszystkim na pokazaniu uczniom przykładów proekologicznych zachowań. W Polsce projekt prowadzony jest od 2013 roku i wzięło w nim udział już ponad 4100 dzieci.



Świat Młodych Badaczy to międzynarodowy projekt edukacyjny firmy **Henkel Polska**, którego celem jest zaszczepienie w uczniach szkół podstawowych (klas II–IV) zainteresowania nauką oraz przedmiotami ścisłymi. Podczas interaktywnych warsztatów dzieci samodzielnie wykonują proste eksperymenty naukowe. Zajęcia te uczą samodzielnego myślenia, dokładności oraz pracy zespołowej. Do końca 2018 roku w warsztatach udział wzięło ponad 2700 dzieci z kilkudziesięciu szkół z Warszawy, Bydgoszczy, Raciborza, Piły i powiatu trzcianieckiego, ze Stąporkowa oraz z Dzierżoniowa i okolic.



Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe

w ramach projektu **Akademia Horusa** prowadzi warsztaty z uczniami w szkołach średnich. Firma udostępnia uczniom wiedzę, technologie i produkty z takich obszarów, jak: BHP, materiały ściernie, systemy zabezpieczania niebezpiecznych źródeł energii oraz taśmy klejące i kleje przemysłowe.



Wolontariusze **ING Banku Śląskiego** w ramach programu **BAKCYL** realizowanego wraz z innymi bankami, przeprowadzili 169 lekcji z finansów dla młodzieży szkolnej w roku 2017/2018. Banki uczestniczące w projekcie wspierają efektywne przygotowanie młodzieży do korzystania z usług finansowych w sposób świadomy i bezpieczny.



Zielona Kraina to bezpłatna akcja edukacyjna, która promuje zdrową dietę i właściwe nawyki żywieniowe. Program realizowany przez **Jeronimo Martins Polska** opiera się na 90-minutowych zajęciach teoretyczno-praktycznych prowadzonych przez dietetyków. Skierowany jest do uczniów klas IV szkoły podstawowej. Przedsięwzięcie realizowane jest w partnerstwie z Green Factory, pod patronatem merytorycznym Instytutu Żywności i Żywienia.



Z okazji Barbórki górniczej z **Kopalni Soli „Wieliczka”** odwiedzają najmłodszych i opowiadają im o górniczych tradycjach regionu, o pracy pod ziemią i historii zabytkowych podziemi. W scenariuszu projektu **Dzień Górnika i przedszkolaki** są konkursy z nagrodami, gry i zabawy ruchowe, zajęcia plastyczne, czytanie legend o królownie Kindze i cudownym pierścieniu. Na koniec każdy przedszkolak otrzymuje drobny

upominek. W 2018 roku w wydarzeniu wzięło udział 10 tys. dzieci ze 141 placówek.



Program grantowy „mPotęga” popularyzujący matematykę wśród uczniów prowadzony jest przez Fundację **mBank** od 2014 roku. Projekt składa się z dwóch konkursów grantowych: dla uczniów klas IV–VI oraz VII–VIII szkoły podstawowej. W 2018 roku, w piątej edycji programu szkoły, organizacje pozarządowe, uczelnie wyższe i biblioteki publiczne realizowały ponad 185 projektów edukacyjnych, na których realizację przeznaczono łącznie ponad 1 mln zł. Za program mBank, fundator mFundacji, został nagrodzony statuetką Złotego Bankiera w kategorii: Bank wrażliwy społecznie.



Celem programu **MetLife LifeChanger** jest promowanie wiedzy finansowej wśród uczniów ze szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Przedsięwzięcie realizowane jest przez **MetLife** we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Pracownicy firmy w ramach wolontariatu przekazują informacje na tematy związane z finansami, ubezpieczeniami i planowaniem kariery, pomagają młodym ludziom w zdobywaniu wiedzy i umiejętności z tego zakresu. Z programu skorzystało blisko 1400 uczniów.



W **Międzynarodowym Porcie Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków-Balice** działa ośrodek edukacyjny przybliżający zasady funkcjonowania lotniska oraz jego organizację. Zadaniem **Centrum Edukacji Lotniczej Kraków Airport** jest przybliżenie wiedzy z zakresu lotnictwa. Centrum to lotnisko w pigułce, zawierające elementy infrastruktury terminalowej oraz imitację strefy operacyjnej dla samolotów. W 2018 roku z propozycji Centrum Edukacji skorzystało 11 071 uczestników.



Mostostal Warszawa w ramach ekologicznej edukacji **Mostostal Warszawa** po raz kolejny zorganizował warsztaty dotyczące zrównoważonego rozwoju dla dzieci ze szkół podstawowych. Ekologiczne zajęcia miały pomóc dzieciom zrozumieć cztery filary, na których opierają się Cele Zrównoważonego Rozwoju, i zaangażować je w ochronę środowiska poprzez codzienne gesty. Akcja objęta do tej pory ponad 1 tys. dzieci.



Inicjatywa **kształcenia dualnego** została podjęta przez **NSG Group** w Polsce w kooperacji ze Świętokrzyskim Związkiem Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Firma nawiązała współpracę z Zespołem Szkół Technicznych i Ogólnokształcących im. prof. Z. Strzeleckiego w Sandomierzu. W roku szkolnym realizowanych jest 20 godzin lekcyjnych, w każdym semestrze zaś urządzany jest dzień otwarty, podczas którego 20 uczniów klasy o profilu informatycznym poznaje pracę firmy.



Program edukacyjny **#SuperKoderzy** jest skierowany do szkół podstawowych i uczniów w wieku 9–12 lat, którzy uczą się podstaw programowania na zajęciach przedmiotowych zgodnie z podstawą programową. Dla nauczycieli **Orange Polska** przygotował po co najmniej 12 scenariuszy lekcji w 9 różnych ścieżkach przedmiotowych. Innowacją w programie było udostępnienie (w ramach celebrowania w 2018 roku 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości) ścieżki edukacyjnej „Młodzi Patriotci” przeznaczoną szczególnie dla dzieci z orzeczeniami o potrzebie kształcenia specjalnego. W tym celu zostały opracowane scenariusze na dwóch poziomach trudności, przeznaczone przede wszystkim dla uczniów szkół specjalnych i uczniów klas integracyjnych.



Wolontariusze **Pelion** w **Dniu Godności** spotykają się z młodzieżą w szkołach. Do udziału w akcji firma zaprasza znane osoby z życia publicznego.



PGE Dystrybucja **PGE Polska Grupa Energetyczna** prowadzi wśród dzieci akcje edukacyjne **Bezpieczna energia**.



Celem praktyki **Z klasą w przyszłość – model kształcenia dualnego w Starogardzie Gdańskim** jest dostosowanie edukacji technicznej do realnych potrzeb pracodawcy: **Polpharmy**. Firma kontynuuje współpracę z lokalnym technikum w ramach kształcenia o profilu technik-analitik. Wychodząc naprzeciw nowym potrzebom i zmieniającemu się rynkowi pracy, w 2018 roku został uruchomiony dodatkowo nowy profil technik-automatyk. Kształcenie w obu zawodach opiera się na połączeniu edukacji teoretycznej w szkole ze zdobywaniem praktycznych umiejętności u pracodawcy. Pracownicy Polpharmy pełnią rolę wykładowców.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Akcja edukacyjna **Górnik w przedszkolu/szkole** odbywa się w ramach wolontariatu pracowniczego. Górnicy ubrani w galowy mundur odwiedzają przedszkola i szkoły w obszarze działania zielonogórskiego Oddziału PGNiG. Pracownicy **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** prowadzą prezentację na temat procesu powstawania, poszukiwania i wydobywania ropy naftowej i gazu ziemnego. W 2018 roku 161 górników odwiedziło ponad 18 tys. dzieci w 243 placówkach.



Filarem projektu **Być jak Ignacy** jest konkurs dla szkół podstawowych na Naukową Szkołę Ignacego, do którego mogą przystąpić nauczyciele i uczniowie zrzeszeni w kołach naukowych założonych na potrzeby konkursu organizowanego przez **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**.



Co z tym hajsem?! to projekt edukacyjny Provident Polska. Jego celem jest przedstawienie w przystępny sposób wiedzy finansowej, z której zechce skorzystać młodzież i która młodych ludzi zainspiruje do wprowadzenia pozytywnych zmian. Nowe nagrania pojawiają się w czwartki co dwa tygodnie.



Projekt KiDS to program edukacyjny przygotowany przez Sanofi. Ma on za zadanie edukację społeczną dotyczącą cukrzycy typu 1 i prewencji cukrzycy typu 2. Skierowany jest do dzieci w wieku 9–10 lat, rodziców, nauczycieli i personelu szkolnego. Osobami realizującymi działania edukacyjne projektu są wyłonieni w ramach konkursu studenci Wydziału Medycznego i Dietetyki Uniwersytetu Rzeszowskiego.



Mali bohaterowie ratują życie to zajęcia praktyczne z udzielania pierwszej pomocy dla młodzieży. W czerwcu 2018 roku ratownik **Sela** przeszkolił indywidualnie uczniów klasy pierwszej ze Szkoły Podstawowej w Czerwieńsku. Dodatkowo został przeprowadzony blok edukacyjny o bezpieczeństwie na wakacjach, zasadach BHP w szkole i domu. Celem przedsięwzięcia było wzmocnienie pozytywnych zachowań i edukacja na temat zdrowego stylu życia.



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 spółki, policjanci, strażacy oraz dyrektorzy placówek edukacyjnych.



Bezpieczni w domu i mieszkaniu to lokalna kampania społeczno-edukacyjna realizowana od 2016 roku w Warszawie przez firmę Skanska w Polsce. W wybranych szkołach, zlokalizowanych w pobliżu inwestycji spółki mieszkaniowej Skanska, odbywają się przedstawienia. Bohaterowie – Pani Jadwiga Nietad-Niedbała, Pan Tomasz Miarka i Niesforny Kot Leon – uczą dzieci zasad domowego BHP. W 2018 roku w 6 placówkach zrealizowano 10 spektakli i przeszkolono ponad 900 dzieci.



Mata Akademia Ubezpieczeń ERGO Hestii to spotkania kierowane do uczniów gimnazjów. W 2018 roku w programie **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** wzięto udział sześć szkół z całej Polski. W 7 zajęciach warsztatowych uczestniczyło 200 uczniów. Podczas spotkań młodzi ludzie mogli uczyć się udzielania pierwszej pomocy ofiarom wypadków, a także zdobywać wiedzę o ubezpieczeniach.



Domy Pozytywnej Energii to konkurs kierowany do całodobowych placówek opiekuńczo-wychowawczych z pięciu województw. Jego celem jest poprawa warunków życia i niwelowanie nierówności w zakresie rozwoju oraz edukacji dzieci z domów dziecka. Podczas finału akcji firmy **TAURON Polska Energia** wyłonieni zostali laureaci 5 nagród głównych o wartości 35 tys. zł oraz 15 wyróżnień.



Program **Od uprawy do potrawy** realizowany jest przy pomocy pracowników **Tesco Polska**, tzw. Spoteczników, oraz we współpracy z nimi. Spotecznicy, w kilkudziesięciu lokalizacjach w całym kraju, przekazują dzieciom informacje o zdrowym odżywianiu się.



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. Firma bezpłatnie przekazuje szkołom silniki wyprodukowane przez zakład jako pomoc dydaktyczną.



INNOWACJE SPOŁECZNE

Bank BGŻ BNP Paribas, w ramach partnerstwa z Forum Odpowiedzialnego Biznesu, zaangażował się w nowatorski projekt Idea Challenge **#SustainHack**. Celem inicjatywy było zachęcenie uczestników przedsięwzięcia do stworzenia rozwiązań sprzyjających wyrównaniu szans osób starszych

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

i innych klientów banku, których działania, m.in. w obszarze bankowości internetowej, mobilnej, ogranicza ich niepełnosprawność. #SustainHack to konkurs skierowany do kreatywnej społeczności, która ma za zadanie w określonym czasie zaprezentować swój pomysł na jedno lub dwa z wyznaczonych w konkursie wyzwania. Do wygrania w każdym wyzwaniu było 10 tys. zł.



Pomorskie Dni Druku 3D odbywały się pod hasłem **Industry 4.0** i były współorganizowane przez **BIBUS MENOS**, Pomorską Specjalną Strefę Ekonomiczną, Pomorski Park Naukowo-Technologiczny z Gdyni oraz Gdański Park Naukowo-Technologiczny. Inicjatywa skierowana była do osób oraz przedsiębiorców zainteresowanych wykorzystaniem technologii druku 3D w procesach produkcyjnych i wytwarzaniu podzespołów dla przemysłu, a uczestnicy mieli szansę zobaczyć, jak wielki postęp nastąpił w tej dziedzinie. Na konferencji było 250 osób.



Coca-Cola Poland Services ogłosiła, że jej globalną ambicją do 2030 jest zbieranie i poddawanie recyklingowi opakowań w ilości odpowiadającej liczbie sprzedanych przez nią puszek i butelek. Aby tak się stało, niezbędna jest edukacja w zakresie segregacji i recyklingu. Dlatego we współpracy z Social Wolves oraz Skriware zaprosiła uczniów, którzy mają ukończone 13 lat, do zrobienia **projektu społecznego na temat plastiku** w ramach platformy edukacyjnej Zwolnieni z Teorii. Do programu zgłoszono 60 projektów. Twórcy zwyciężskich koncepcji otrzymają pracownię druku 3D.



Firma **Goodbrand&Company** od 2014 roku działa również pod marką Better Social Design Company. W 2017 roku otwarty został **Lepszy Świat – sustainability micro hub**, a zarazem nowe biuro firmy stworzone z myślą o szerzeniu idei przedsiębiorczości społecznej. Przestrzeń jest platformą do propagowania wiedzy o biznesie bardziej odpowiedzialnym, zrównoważonym, budującym modele zmieniające reguły gry w gospodarce. W Lepszym Świecie można kupić kawę pochodzącą ze sprawiedliwego łańcucha wartości, a także termokubki z ekologicznych materiałów.



Aplikacja do resuscytacji REANIMATOR to inicjatywa i projekt społeczny zainicjowany przez jednego z pracowników **KMD**, byłego ratownika medycznego. Zauważył on, że zaledwie 7 na 100 przypadków zatrzymania akcji serca kończy się w Polsce szczęśliwie, podczas gdy w Skandynawii ratowanych jest w takiej sytuacji nawet 40 osób. Zrekrutowani specjalnie do

tego celu młodzi programiści odpowiedzieli na ten problem aplikacją, która nie tylko krok po kroku prowadzi użytkownika przez proces udzielania pierwszej pomocy, ale także pozwala znaleźć najbliższy dostępny defibrylator. Projekt został przygotowany przez studentów w ramach programu stażowego Talent Lab.



PwC realizuje **program mentoringowy E(x)plory** w ramach programu Fundacji Zaawansowanych Technologii. Jest to konkurs dla gimnazjalistów i licealistów, którzy zainteresowani są tworzeniem nowych technologicznych rozwiązań. Nagrodą dla najwybitniejszych osób i najlepszych projektów jest opieka mentorska pracowników PwC w zakresie rozwoju osobistego oraz wsparcia biznesowego projektów. W procesie rekrutacji wybierane są trzy najlepsze projekty. W 2018 roku odbyło się około 100 godzin mentoringu.



Wrzecz z promocją Raportu Odpowiedzialnego Biznesu **Santander Bank Polska** za 2018 rok zainicjowano projekt społeczny **#MamyWspólneCele** oparty na grywalizacji. Organizacje pozarządowe mogły zgłaszać projekty wpisujące się w jeden z ośmiu Celów Zrównoważonego Rozwoju wspieranych przez bank. Spośród zarejestrowanych projektów komisja konkursowa wybrała dwie inicjatywy, które następnie zostały poddane ocenie internautów. Zwyciężyła praca, która otrzymała największą liczbę głosów internautów. Green Power Hackathon otrzymał grant w wysokości 30 tys. zł od Fundacji Santander Bank Polska i zostanie zrealizowany w 2019 roku.



Celem projektu **Echovis** realizowanego przez **Transition Technologies** jest stworzenie narzędzia umożliwiającego rozwój zdolności echolokacji u osób z dysfunkcją wzroku. Wykształcenie tej umiejętności pozwoli osobom niewidomym i słabowidzącym na większą niezależność, pewność w poruszaniu się oraz poprawę funkcjonowania w życiu codziennym. Projekt dostępny jest w formie mobilnej gry zawierającej wirtualne środowisko szkoleniowe, które umożliwia skuteczne i efektywne nabywanie umiejętności w zakresie korzystania z echolokacji.



Zespół wolontariuszy firmy **UBS Business Solutions Poland** we współpracy z Fundacją Kraków Miastem Startupów stworzył program **KRK InnoTech Starter**, wspierający przedsiębiorczość i zrównoważony rozwój. Przyszli młodzi przedsiębiorcy są szkoleni przez doświadczonych trenerów w obszarze tworzenia innowacyjnego biznesu, a następnie łączeni w zespoły z naukowcami tworzącymi nowe



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

technologie. Zespoły pod okiem mentorów opracowują pomysł biznesowy, który prezentują przed inwestorami.



Bank BGŻ BNP Paribas stworzył **chatbota, który uczył pomagać**. Wszystkie osoby, które chciały, aby pomaganie weszło im w nawyk, mogły dotrzeć do 21-dniowego wyzwania z udziałem wirtualnego Asystenta Pomagania, dostępnego na profilu banku na Facebooku. Każdego dnia na uczestników czekały nowe zadania. Za ich wykonanie przyznawane były punkty-odznaki, a najbardziej wytrwali zostali nagrodzeni. W trakcie trwania akcji dostępne były również inspirujące materiały wideo oraz grafiki obrazujące łatwość pomagania.



Office Hours są elementem „Kodeksu Współpracy ze Startupami”, w którym **Bank BGŻ BNP Paribas** uprosił wewnętrzne procedury do pozyskiwania nowoczesnych rozwiązań technologicznych od start-upów. Podczas dziewiątej edycji Office Hours bank poszukiwał start-upów, które dysponują narzędziami wspierającymi pracowników organizacji w zakresie codziennej komunikacji wewnętrznej i dzielenia się wiedzą.



Startup Collider to program wspierania i promowania start-upów w Europie Środkowo-Wschodniej. **PwC** uruchomiło go, by wzmacniać transgraniczne więzi przedsiębiorców ze społecznością start-upów i inwestorów, wspierać wchodzenie start-upów na rynek oraz przyspieszać ich rozwój. Rozwiązania opracowane przez start-upy będą wdrażane w ramach usług PwC, inne zaś, dzięki globalnej sieci PwC, pozyskają nowych klientów i partnerów.



Wraz z partnerami, **PwC** otworzyło dwa **Inkubatory Innowacji Społecznych**: „Mate Wielkie Zmiany” oraz „TransferHUB”, które są współfinansowane z Europejskiego Funduszu Społecznego. Misją inkubatorów jest stworzenie najlepszych warunków do tworzenia i testowania innowacji społecznych w zakresie pokonywania barier na rynku pracy dla osób zagrożonych wykluczeniem. Program zakłada wsparcie finansowe, merytoryczne i networkingowe.



W **Maratonie innowacyjności „Dystrybucja Innowacji”** zorganizowanym przez firmę **TAURON Polska Energia** wzięło udział 20 interdyscyplinarnych zespołów, które utworzyli pracownicy Obszaru Dystrybucji – łącznie 107 osób. W trakcie trzydniowego maratonu wypracowywali oni innowacyjne projekty w metodyce Design Thinking. Uczestnicy najpierw diagnozowali potrzeby klientów, by finalnie stworzyć rozwiązanie możliwe do wdrożenia w organizacji.



INWESTYCJE SPOŁECZNE

Bank BGŻ BNP Paribas uruchomił **oferę dla przedsiębiorstw ekonomii społecznej**. W Polsce działa kilkanaście tysięcy tego typu podmiotów w różnych formach prawnych. W przeprowadzonym wraz z NESsT – międzynarodową organizacją inwestującą w przedsiębiorstwa społeczne – pilotażu bank udzielił finansowania Stowarzyszeniu na rzecz Pomocy Osobom Niepełnosprawnym Siedlisko. Siedlisko świadczy całodobową usługę opiekuńczą dla osób starszych i przewlekle chorych oraz prowadzi firmę cateringową, realizuje programy edukacji zawodowej i tworzy miejsca pracy dla młodych ludzi z niepełnosprawnością intelektualną oraz długotrwale bezrobotnych osób wywodzących się z lokalnego, wiejskiego rynku pracy.



Od siedmiu lat Fundacja Dbam o Zdrowie firmy **Pelion** prowadzi projekt grantowy **Razem Możemy Więcej**, zakładający nawiązanie współpracy z innymi organizacjami w celu pomocy osobom chorym, starszym, ubogim lub zagrożonym wykluczeniem społecznym. Do konkursu przystępują organizacje z sektora zdrowia i opieki społecznej, które w ramach prowadzonych przez siebie projektów niwelują bariery w dostępie do leków oraz oferują pomoc osobom najbardziej potrzebującym.

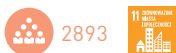


PwC w ramach **programu mentoringu dla przedsiębiorstw społecznych** dzieli się wiedzą, aby wzmacniać i skalować działania przedsiębiorstw społecznych. Firma jest długoletnim partnerem Konkursu [eS] Przedsiębiorstwo Społeczne Roku im. J. Kuronia, PwC wspiera go finansowo oraz merytorycznie, zapewnia także nagrodę w formie mentoringu biznesowego dla laureatów.



KAMPANIA SPOŁECZNA

Poznańska redakcja „Gazety Wyborczej” z **Grupy Agora** wraz z Fundacją Barak Kultury zapraszała mieszkańców, społeczników i samorządowców z 17 gmin powiatu do wspólnych dyskusji w ramach akcji **Spotkajmy się w Powiatowej 17**. W każdej z gmin poruszany był temat istotny z jej perspektywy: transport, komunikacja, budowa dróg i finansowanie inwestycji, ale też kultura czy promocja małych gmin w skali regionu i kraju.



Bohaterami **mikrodokumentów #zwykliniezwykli i #microdoc**, czyli cyklu unikalnych treści wideo Gazeta.pl z **Grupy Agora**, są zwykli ludzie, których postawa jest godna naśladowania – przekraczają oni własne ograniczenia, łamią stereotypy, inspirują, zaskakują, czynią dobro. Twórcy cyklu podejmują trudne tematy, np. bezdomności, biedy, choroby,

niepełnosprawności, które stają się inspiracją do przemysłów dla odbiorców. Przygotowano w sumie 10 odcinków, w których przedstawiono bohaterów codzienności: inicjatorów społecznych inicjatyw, organizacji pozarządowych. Dwa pierwsze odcinki cyklu #zwykliniezwykli – o Lucynie Orłowskiej, która w wieku 79 lat założyła lodziarnię, i o niedowidzącym Marcinie, który dojechał rowerem nad Adriatyk – miały na portalu Gazeta.pl łącznie 2 mln emisji.



#Jestem to cykl materiałów wideo zespołu Wyborcza.pl z **Grupy Agora**, który powstał z okazji 100-lecia przyznania praw wyborczych kobietom w Polsce. Projekt pozwolił przyjrzeć się współczesnym kobietom; przygotowane materiały wideo pokazały, jak kobiety zmieniały się przez 100 lat oraz co sprawia, że obecnie są właśnie takie, a nie inne. Wideo pojawiły się kobiety w różnym wieku, wykonujące różne zawody, ekspertki w rozmaitych dziedzinach. W sumie 10 odcinków cyklu wyświetlono prawie 100 tys. razy.



Redakcja tygodnika „Wysokie Obcasy” z **Grupy Agora** w kampanii **Kobiety wiedzą, co robią** chce dać kobietom przestrzeń do zabrania głosu oraz uświadomić, że feminizm dotyczy wszystkich. W ramach akcji odbyły się wydarzenia pełne rozmów z kobietami o kobietach i o sprawach kobiet. Każde z nich było forum wymiany myśli i doświadczeń, a jednocześnie stanowiło szansę na spotkanie na żywo z ekspertkami i liderkami – artystkami, polityczkami, naukowczyniami, badaczkami i bizneswoman – oraz na wystąpienie wystąpienie, paneli dyskusyjnych, opowieści o tym, co robią inni i jak to robią. Wstęp na wydarzenie był wolny.



Redakcja „Wysokich Obcasów” z **Grupy Agora**, nawiązując do 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości oraz 100. rocznicy przyznania praw wyborczych kobietom, przygotowała akcje specjalne. W plebiscycie **Polka stulecia** czytelniczki i czytelnicy wskazywali kobietę, która w latach 1918–2018 najsilniej wpłynęła na nasz kraj i świat. Jako najbardziej wpływową kobietą ostatnich 100 lat wybrano Marię Skłodowską-Curie. Na muralach **Kobiety na mury** wizerunki Kory, Wandy Rutkiewicz i Jolanty Wadowskiej-Król miały przypomnieć o tych wyjątkowych postaciach.



ATERIMA MED z **Grupy ATERIMA** świadczy usługi opieki dla osób starszych w Niemczech. Do tej pory ta grupa zawodowa nie miała swojego dnia w kalendarzu. Firma ogłosiła 5 maja **Dniem Opiekuna Osób Starszych** i wykorzystwała go do poruszania ważnych dla opiekunów tematów. Na motywy

przewodni pierwszej edycji wybrane zostało wypalenie zawodowe opiekunów. Na obchody złożyły się transmisja live na Facebooku, publikacja filmów z opiekunami i artykułu eksperckiego z poradami.



Główną ideą kampanii **eco2way** realizowanej przez **Grupę Raben** było zwrócenie uwagi na problem zanieczyszczenia środowiska naturalnego. Została stworzona strona internetowa www.eco2way.com. Znajdują się na niej ekoporady – jak dbać o środowisko w domu, samochodzie, podróży. Swoimi indywidualnymi ekopomysłami można było się również podzielić w konkursie. Kampanię wspierali influencerzy, którym ten temat też leży na sercu, są to: Oczekujac.pl, Szczęśliwa.pl i Zuch.



DOZ Fundacja dbam o zdrowie z **Grupy Pelion** przeprowadziła kampanię mającą na celu uświadomienie, jak ważne jest posiadanie w domu, a także gdy jesteśmy poza domem dokumentów potwierdzających stan zdrowia. Takim dokumentem jest **Koperta życia**, w której spisane są informacje o przyjmowanych lekach, alergiach i chorobach. Fundacja zorganizowała dwie konferencje w których uczestniczyło około 200 seniorów. Na spotkaniu ratownicy medyczni opowiadali, jak przygotować się do wizyty ratownika, jakie dokumenty utrwalać im pracę, a pacjentom ratują życie. Rozdano ponad 3 tys. Kopert życia.



W ramach nowej strategii pod hasłem **Badź sobą po swojemu**, Remington ze **Spectrum Brands Poland** zmienił komunikację, podkreślając istotę indywidualności i wyjątkowości każdego. Częścią działań była organizacja cyklu bezpłatnych warsztatów z asertywności wobec fałszywego obrazu rzeczywistości w mediach społecznościowych oraz budowania poczucia własnej wartości. Podczas spotkań kobiety miały okazję nauczyć się siebie na nowo, zrozumieć, zaakceptować, pokochać siebie takimi, jakie są.



Program „Dove Self-Esteem – Budowanie pozytywnej samooceny” realizowany przez **Unilever Polska** to pierwsza polska edycja światowego projektu realizowanego przez markę Dove nieprzerwanie od 2004 roku. Celem jest wspieranie chłopców i dziewczynek w budowaniu pozytywnej samooceny oraz przekonania o własnej wartości. Program adresowany jest do nauczycieli klas IV–VIII szkoły podstawowej oraz rodziców, a beneficjentami prowadzonych działań jest młodzież. Projekt realizowany jest w oparciu o warsztaty klasowe mające na celu podniesienie pewności siebie wśród nastolatków oraz spotkania edukacyjne dla nauczycieli prowa-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

dzone przez eksperta programu Marię Rotkiel. Do przedsięwzięcia zostało zgłoszonych ponad 28 tys. nastolatków.



Kampania **Planeta Marzeń** kierowana jest do dzieci chorych onkologicznie, podopiecznych Fundacji Urtica Dzieciom założonej przez **Urtica**. W pierwszej edycji kampanii trwającej w 2018 roku firma zachęcała Polaków do podzielenia się marzeniem na stronie www.planetamarzen.org. Za zebranie 500 marzeń Grupa Pelion wpłaciła na konto Fundacji kwotę 50 tys. zł. Darowizna sfinansuje zorganizowane dwóch turnusów Urtica Dzieciom Camp dla około 40 dzieci i ich bliskich w 2019 roku.



W styczniu 2018 roku firma **Vilmorin Garden** nawiązała współpracę z Fundacją Piłka jest Piękna, która realizuje kampanię społeczną Razem Wygrywamy z Rakiem Piersi. Fundacja promuje tę kampanię, wręczając **Różową Kartkę Życia** podczas meczów piłkarskich i innych wydarzeń. Firma zgłosiła się z inicjatywą, aby kartkę nadrukować na opakowaniu z nasionami niezapominajki i wzmocnić skuteczność kampanii, rozdając opakowanie kobietom. Akcja trwa od lutego 2018 roku. Wyprodukowano i rozdano 50 tys. torebek z nasionami niezapominajki i z nadrukowaną Różową Kartką Życia.



#BrudnoTu to inicjatywa, która polega na zbieraniu informacji od osób indywidualnych o tym, gdzie na terenach publicznych istnieją nielegalne składowiska śmieci. Dzięki akcji **Banku Ochrony Środowiska** udało się znaleźć ponad 3 tys. tak zwanych dzikich wysypisk. Ponad połowa została już zlikwidowana.



W ramach kampanii **Strażnicy Planety** zorganizowano wystawę „Strażnicy Planety” i przygotowano spot telewizyjny pokazujący pracę pracowników służb komunalnych. Działania były inicjatywą firmy **ENERIS Ochrona Środowiska**. Wystawa to 18 zdjęć wykonanych w 6 miastach. Jej premiera odbyła się w 2018 roku w Sejmie z okazji Europejskiego Tygodnia Redukcji Odpadów, a następnie wystawa odwiedzała kolejne miasta.



Konkurs „Bilet za horyzont” jest częścią projektu **Jutronauci**, który tworzy zespół redakcyjny „Gazety Wyborczej”, należącej do **Grupy Agora**, we współpracy z Kulczyk Investments. W jego ramach młodzi ludzie mogą zrealizować własny projekt ze wsparciem doświadczonych mentorów i specjalistów. W 2018 roku do konkursu zgłoszono 200 projektów.



„Jedź ostrożnie!” to hasło dziewiętnastej edycji konkursu **Galerii Plakatu AMS**. Uczestnicy przedsięwzięcia zgłosili rekordową liczbę – ponad 700 – projektów. Zwycięskie prace pojawiają się na citylightach należących do AMS (**Grupa Agora**). Projekt ma na celu rozbudzenie społecznego zainteresowania reklamą zewnętrzną, promowanie polskiego plakatu oraz zbliżenie środowisk reklamowego i akademickiego.



Na Śląsku dzięki współpracy „Gazety Wyborczej” (**Grupa Agora**) z Urzędem Marszałkowskim Województwa Śląskiego zorganizowano projekt **DługoWIECZNI** – warsztaty dla seniorów i młodszych pokoleń oraz przedstawicieli instytucji kulturalnych. Rozmawiano m.in. o tym, co zrobić, żeby aktywizować seniorów i zachęcić ich do uczestniczenia w życiu społeczności. Na Stadionie Śląskim odbyła się konferencja podsumowująca. Ogłoszono też zwycięzców konkursu „Miasto/gmina żywciliwe Długowiecznym”. W debacie wzięło udział ponad 130 osób.



We wrześniu 2018 roku po raz czwarty odbyła się kampania **Gazety.pl – „Adoptuj pszczołę”**. Redakcja serwisu należącego do **Grupy Agora** zachęcała czytelników do wirtualnego adoptowania owadów. W 2018 roku internauci adoptowali ponad 130,5 tys. pszczoł.

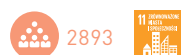


Na przełomie 2017 i 2018 roku **mBank** uruchomił trzecią edycję kampanii społecznej „Uważni w sieci” (we wcześniejszych raportach opisanej jako „Nie robisz tego w realu? Nie rób tego w sieci!”). Akcja skierowana jest nie tylko do klientów banków, lecz także do wszystkich użytkowników internetu. W ramach przedsięwzięcia bank demaskuje najpopularniejsze metody cyberprzestępców i wyjaśnia, jak się przed cyberprzestępcami bronić.



KULTURA I SZTUKA

#PrzygarnijPlakat to tytuł specjalnej kampanii AMS z **Grupy Agora**, w której po raz pierwszy w historii plakaty nagrodzone na Międzynarodowym Biennale Plakatu zostały wyeksponowane w przestrzeni miejskiej. Siedem plakatów nagrodzonych na 26. Międzynarodowym Biennale Plakatu można było oglądać w wakacje 2018 roku na Premium Citylightach w wiatkach przystankowych i słupach reklamowych AMS w Warszawie.



Dwudziestego pierwszego marca przypada **Światowy Dzień Poezji**, ustanowiony przez UNESCO w 1999 roku. Z tej okazji w 2018 roku redakcja „Gazety Wyborczej” z **Grupy Agora** przygotowała „poetyckie” wydanie dziennika. W numerze,

między tekstami, czytelnicy mogli znaleźć wiersze twórców z różnych pokoleń, reprezentujących rozmaite stylistyczne orientacje. Nakład „Gazety Wyborczej” tego dnia wyniósł 165 tys. egzemplarzy.



Nagroda fotograficzna im. Krzysztofa Millera to konkurs zainaugurowany przez „Gazetę Wyborczą” z **Grupy Agora** jesienią 2018 roku. Jej celem jest promocja fotografii o wyjątkowych wartościach dziennikarskich, wyróżniających się pogłębionym, rzetelnym i odważnym spojrzeniem na trudne tematy społeczne, polityczne, ekonomiczne i kulturowe. Upamiętnia wybitnego fotografa Krzysztofa Millera, legendę fotoreportażu wojennego i autora wielu znanych zdjęć.



Agencja Reklamowa ArtGroup jest od wielu lat partnerem **Rybnickiego Festiwalu Fotografii**. Udziela organizatorom wsparcia w zakresie kompleksowej obsługi kreatywnej oraz graficznej. W ramach współpracy stworzyła także nową odsłonę strony WWW Festiwalu Fotografii. Osią festiwalu są spotkania autorskie, podczas których zgromadzona publiczność ma okazję poznać przekrój twórczości najwybitniejszych artystów reprezentujących różne gatunki fotografii: portret, dokument, reportaż, krajobraz, modę, akt, kreację, a także reklamę.



Klubokawiarnia „Życie Jest Fajne” w Warszawie to jedno z niewielu miejsc, gdzie dorosłe osoby z autyzmem mogą znaleźć pracę. Klubokawiarnia zatrudnia 25 artystów. **Wsparcie klubokawiarni i jej pracowników** przez **Canon Polska** rozpoczęło się od darowizny aparatu fotograficznego. Kolejnymi etapami była organizacja warsztatów fotograficzno-filmowych dla młodzieży, zlecenie cateringu dla Canon oraz pomoc w organizacji wystawy z okazji 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości.



„Najpiękniejsze baśnie świata” to **charytatywny audiobook** od Publio.pl z **Grupy Agora**, dzięki któremu można usłyszeć najbardziej znane historie w wykonaniu Jana Nowickiego oraz aktorów z Domu Artystów Weteranów Scen Polskich w Skolimowie. Cały dochód ze sprzedaży audiobooka zostanie przeznaczony na wsparcie mieszkańców tej placówki.

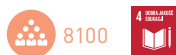


We wrześniu 2018 roku Wydawnictwo Agora z **Grupy Agora** zaprezentowało **charytatywną płytę „Karimski Club**

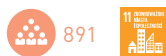
Dla Dzieci”. Bezpośrednią inspiracją do powstania piosenek na płytę była praca kompozytorska do serialu „Kuba i Śruba” o przygodach bohaterów słynnego Studia Filmów Rysunkowych z Bielska-Białej. Cały dochód ze sprzedaży płyty i aukcji podczas koncertów został przeznaczony na wsparcie dla Fundacji Spelnionych Marzeń, która pomaga dzieciom cierpiącym na choroby onkologiczne.



ING Bank Śląski potoczyła z Patronite wspólna idea – **wsparcie młodzieży w rozwoju pasji**, inspirowanie do rozwoju i realizacji wyznaczonych celów. Patronite.pl to platforma internetowa dla ludzi z pasją i talentem łączy ich z tymi, którzy chcą ten talent finansowo wspierać. Bank ING przygotował materiały edukacyjne z twórcami Patronite i uruchomił akcję, w ramach której trzech uznanych twórców wybrało dziewięciu obiecujących młodych autorów i przez miesiąc dzieliło się z nimi wiedzą w ramach mentoringu. Podczas finału akcji bank nagroził środkami na rozwój trzech najlepszych młodych twórców.



WieliczkaART to inicjatywa jednego z wielickich artystów. **Kopalnia Soli „Wieliczka”** włączyła się w przedsięwzięcie najpierw jako współorganizator (w 2017 roku), potem zaś jako organizator (2018), m.in. udostępniając na wydarzenie tężnię solankową. Na plenerowej scenie we wnętrzu tężni spotykają się artyści w różny sposób związani z Wieliczką. Koncertom każdorazowo towarzyszy około 600-osobowa publiczność oraz około 6,5 tys. widzów w transmisji na żywo na Facebooku.



Zaangażowanie się w powstanie **nowej kurtyny w Teatrze im. Juliusza Słowackiego w Krakowie** pozwoliło **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego** na połączenie kultury, biznesu i wartości. W 1892 roku Rada Miasta Krakowa ogłosiła konkurs na kurtynę do właśnie powstającego Teatru Miejskiego. Do konkursu zgłosili się młodzi malarze, m.in. Stanisław Wyspiański, ale ich projekty zostały odrzucone. Realizację kurtyny powierzono uznanemu na świecie artyście – Henrykowi Siemiradzkiemu. W związku z jubileuszem 125-lecia Teatru im. Juliusza Słowackiego w Krakowie została wykonana nowa kurtyna opierająca się na projekcie zgłoszonym przez Stanisława Wyspiańskiego w XIX wieku.



Projekt edukacyjny **Elektromagnetyczne opowiadania, czyli naukowa przygoda w Muzeum Energetyki Podkarpackiej** realizowany przez **PGE Polską Grupę Energetyczną** skierowany jest głównie do uczniów oraz



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

do studentów Uniwersytetu Trzeciego Wieku. Realizowany jest w Muzeum Podkarpackiej Energetyki. W planie zajęć, oprócz zwiedzania, są interaktywne gry i zabawy oraz doświadczenia z zakresu fizyki. Projekt edukacyjny łączy naukę fizyki z nauką historii energetyki w regionie. Wstęp do muzeum jest bezpłatny. Muzeum odwiedza około 1 tys. osób rocznie.



ok. 40000



Wakacyjne **kino plenerowe „Polskie drogi do niepodległości”** przygotowane przez **PGE Polską Grupę Energetyczną** miało na celu podkreślenie dorobku kulturalnego Polski. Było to jedno z wydarzeń wpisujących się w obchody 100. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości. Dzięki atrakcyjnej formie stało się ważnym wydarzeniem kulturalnym Rzeszowa oraz ciekawą i ambitną formą spędzania wolnego czasu podczas wakacji. W programie znalazły się dzieła dokumentalne i fabularne, zrealizowane zarówno przed wojną, w okresie powojennym, jak i współcześnie. Prezentowane filmy przedstawiały ważne wydarzenia z polskiej historii i kultury.



ok. 40000



PKN ORLEN sfinansował **rekonstrukcję zabytkowego fortepianu marki Buchholtz**, na którym grał Fryderyk Chopin. Jest to ostatni warszawski instrument Chopina, który za sprawą Cypriana Kamila Norwida („Fortepian Szopena”) stał się symbolem kultury polskiej. Zrekonstruowany instrument wzbogacił kolekcję stworzonego przez Narodowy Instytut Fryderyka Chopina „instrumentarium”, umożliwiającego wykonywanie dzieł Chopina, a także jego mistrzów i twórców mu współczesnych w oryginalnym brzmieniu.



5250



Przedsiębiorstwo Budowlane UNIMAX

potraktowało ogrodzenie prowadzonej przez siebie budowy przy Nowym Świecie w Warszawie nie jako rozgraniczenie, ale jako łącznik integrujący przestrzeń o tymczasowo różnym sposobie wykorzystania, tworząc **Plot dający do myślenia**. Ogrodzenie zostało pokryte grafiką „PoRachunki warszawskie” – cyklem zagadek matematycznych, w których treść wplecione zostały informacje związane z zabytkami, historią i geografią Warszawy. W trakcie 25 tygodni ekspozycji wystawę mogło zobaczyć nawet 5 mln ludzi.



60



Inicjatywa **Pokój na Święta** stała się w 2018 roku okazją do złożenia podziękowań osobom pełniącym służbę i pracującym przez cały rok, zwłaszcza w okresie świątecznym. W organizację przedsięwzięcia zaangażował się Urząd Miasta Rybnik z prezydentem Piotrem Kuczerą na czele oraz Radio 90. Do inicjatywy **Agencji Reklamowej ArtGroup** dołączyli lokalni celebryci.



2017



40



ANG Spółdzielnia założyła **bibliotekę zakładową** dla własnej społeczności. Biblioteka dysponuje ponad 300 tytułami. W ramach praktyki dzieli się również wiedzą i pomaga w zakładaniu bibliotek zakładowych (informacje na ten temat udostępniane są na stronie Bibliotekizakladowe.pl).



2017



850



Fundacja Kronenberga przy **Citi Handlowym** oraz Narodowe Centrum Kultury działają wspólnie na rzecz profesjonalizacji projektów z udziałem wolontariuszy w instytucjach kultury oraz propagują wolontariat w tych organizacjach. Od trzech lat wspólnie przygotowują ogólnopolską **konferencję „Wolontariat w kulturze”**. W 2018 roku w konferencji wzięto udział ponad 150 osób.



2017



3700



Bank Millennium angażuje się w **Edukację Kulturalną** – jest partnerem Kompas Młodej Sztuki, rankingu młodych polskich artystów oraz wystawy ich prac. Podstawową rolą Kompas Młodej Sztuki oprócz edukacji jest działanie na rzecz budowy profesjonalnego rynku sztuki w Polsce. Wyniki Kompas Młodej Sztuki są corocznie ogłaszane w dzienniku „Rzeczpospolita” i towarzyszą im artykuły edukacyjne. W 2018 roku głównym tematem było wykorzystanie sztucznej inteligencji w sztuce.



2016



6270



Od 14 lat **Credit Agricole Bank Polska** włącza się w **promocję kultury francuskiej w Polsce**. Bank jest stałym partnerem Dni Krajów Francuskojęzycznych, a także sponsorem wydarzeń w ramach festiwalu Frankofonia. W 2018 roku bank był też partnerem festiwalu FrankoFilm i trasy teatralnej Drameduction.



2017



4703



Kultura Dostępna w sieci kin Helios to program, którego celem jest dotarcie z polską sztuką filmową do szerokiego grona odbiorców dzięki przystępnej cenie biletu. W 2018 roku we wszystkich kinach Helios należących do **Grupy Agora** co czwartek odbyły się seanse blisko 50 polskich filmów na 4400 pokazach. Program jest częścią ogólnopolskiego projektu Kultura Dostępna, którego głównymi organizatorami są Narodowe Centrum Kultury oraz Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.



2016



2893

Centrum Premier Czerska 8/10 to miejsce spotkań poświęconych twórcom i dziełom z dziedziny literatury, filmu, teatru, muzyki. Organizuje je „Gazeta Wyborcza” we współpracy z markami **Grupy Agora**. Bezpłatne wydarzenia są również transmitowane na Wyborcza.pl i w mediach społecznościowych.



2017



2893



PKO Bank Polska jest mecenasem kultury i sztuki oraz promotorem dokonań polskich artystów. Jako **Bank przyjazny młodym artystom** sponsoruje instytucje kultury oraz sprawuje mecenat nad wystawami. Wraz ze swoją fundacją wspiera organizację plenerów dla studentów pracowni wyższych szkół artystycznych i organizuje wystawy poplenerowe.



Akcja **20 bibliotek na 20 lat Providenta** była kontynuowana w 2018 roku. **Provident Polska** wspólnie z fundacją otworzył 30 bibliotek na oddziałach pediatrycznych w całej Polsce. Zebrano rekordową liczbę ponad 17 tys. książek. W ramach współpracy z fundacją, co tydzień firmowi wolontariusze prowadzą w szpitalach zajęcia z bajkoterapii. W akcję zaangażował się także Zarząd firmy, który z okazji mikotajek odwiedza dzieci w warszawskim szpitalu pediatrycznym.



Santander Orchestra to projekt kierowany do młodych muzyków, który łączy praktykę muzyczną z dodatkowymi zajęciami dotyczącymi zarządzania finansami i wizerunkiem, PR oraz mediów społecznościowych. W czwartej edycji projektu w 2018 roku **Santander Bank Polska** zorganizował szereg koncertów symfonicznych i Akademię Santander Orchestra (cykl siedmiu warsztatów ze światowej sławy muzykami z wybranego instrumentu) oraz warsztaty muzyczne, podczas których przeprowadzono testy słuchu dla 73 dzieci w wieku od 5 do 12 lat.



Konkurs Artystyczna Podróż Hestii od 2002 roku jest organizowany przez Fundację Artystyczną Podróż Hestii. Laureaci konkursu ogłaszani są podczas wernisażu wystawy finałowej w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, którego **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** jest partnerem strategicznym. Konkurs daje młodym artystom możliwość pokazania się w polskim oraz międzynarodowym środowisku, a także jest silną inspiracją do dalszego rozwoju.



Teatralny Żywiec Jutra to cykl wydarzeń, które uwrażliwiają, uczą pokonywać trudności, odpowiadają na stawiane przez młodych ludzi pytania. Inicjatorem działania jest **Zakład Fotograficzny u Jarka**.



MARKETING ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

W ramach projektu **Masz moc** firma **AXA** we wszystkich głównych stacjach telewizyjnych prowadziła kampanię reklamową związaną z pierwszą pomocą. Oprócz działań ATL przekaz został rozbudowany o media społecznościowe, informacje na stronach AXA, rozmowy z konsultantami i kampanię online. Zarówno w spocie, jak i w serii filmów z udziałem pracowników, które zostały zamieszczone na YouTube, pokazywano, że wystarczy wykonać kilka prostych czynności, aby zwiększyć szansę uratowania komuś życia aż o 70%. Na stronie Maszmoc.pl zamieszczono praktyczne porady oraz e-book przygotowany we współpracy z Centrum Szkoleniowym AdrenalTika. Dotychczas przeszkolono 729 pracowników AXA.



W Warszawie kilkaset dzieci przebywa w domach dziecka, ponieważ brakuje dla nich rodzin zastępczych. Kampania **Fabryki Komunikacji Społecznej** pod hasłem **W rodzinie ciepłej** miała na celu dotarcie do potencjalnych zainteresowanych stworzeniem rodzin zastępczych oraz zachęcenie ich do wzięcia udziału w szkoleniu dla kandydatów, które organizuje Towarzystwo Nasz Dom. Kampania promowała bezpłatne szkolenie dla kandydatów.



„Gazeta Wyborcza” (**Grupa Agora**) od wielu lat angażuje się w akcje społeczne. Jedną z form tego działania jest **włączenie czytelników do wsparcia konkretnych przedsięwzięć**. Dzięki prenumeratorom cyfrowej wersji dziennika w 2018 roku udało się zabrać około 255 tys. zł w ramach akcji: „Czytasz i pomagasz!”, „Prenumerata Solidarnościowa” oraz „PrenumeratuJ”. Zysk ze sprzedaży prenumerat cyfrowych został przekazany na rzecz konkretnych organizacji pozarządowych.



#RabenExpress to kampania **Grupy Raben** realizowana na rzecz Banków Żywności, a bazująca na marketingu influencerskim. Kierowca ciężarówki zabiera ze sobą w trasę w ramach autostopu znanego influencera. W drogę z kierowcą Jakubem ruszył Rafał Gębura z internetowego talk-show „7 metrów pod ziemią”. Celem akcji było pokazanie drogi ratowanej żywności. W ciągu tygodnia od premiery filmu, Banki Żywności otrzymały od darczyńców oglądających reportaży 76,5 tys. zł, które pomogą uratować 612 ton pełnowartościowego jedzenia przed zmarnowaniem.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W dniach 4–17 września 2018 roku **Henkel Polska** wspólnie z firmą Carrefour po raz czwarty przeprowadził akcję **Pomóż dzieciom spełniać marzenia**. Część dochodu ze sprzedaży produktów marek Henkla, takich jak: Persil, E, Perwoll, K2r, Silan, Somat, Pur, Bref, Clin, Schwarzkopf, Syoss, Nature Box, Taft, get2b, Gliss Kur, Schauma, Fa, Palette, Pure Color oraz Color Expert, została przekazana na rzecz Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Darowizna wyniosła 50 tys. zł.



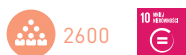
Prąd od serca od Lumi to oferta **PGE Polskiej Grupy Energetycznej**, dzięki której klienci, kupując energię elektryczną, mogą wspomóc wybraną organizację charytatywną. W ramach oferty klienci mogą wybrać organizację, której Lumi przekaże 100 zł oraz 10 zł za każdą zużytą MWh energii. Organizacje zdecydowały się wyznaczyć konkretne cele: Rak'n'Roll – na terapię psychoonkologiczną, Caritas – na pomoc dzieciom z hospicjów, Viva – na docieplenie miejsc, w których nocują zwierzęta.



Samsung Electronics Polska, chcąc wesprzeć rozwój dzieci w Polsce oraz w krajach rozwijających się, we współpracy z UNICEF, zorganizował akcję **#Funkcja-Dobroczynności**. W ramach inicjatywy klienci kupujący wybrane smartfony marki Samsung mogli wskazać jeden z obszarów (edukacja, sport i zabawa, opieka), a firma finansowała zakup prezentów z danego obszaru dla domów dziecka lub przekazywała darowiznę na rzecz UNICEF. Podczas akcji przekazano prezenty ponad 12 tys. dzieci, które przebywają w państwowych placówkach opiekuńczych w Polsce. Dodatkowo zakupiono podobną liczbę Prezentów Bez Pudła, które przekazane zostaną najbardziej potrzebującym dzieciom na świecie.



Statystycznie **Santander Consumer Bank** udziela kredytu co 20 sekund. Akcja **20 zł za kredyt w Santander Consumer Banku** polega na przekazaniu 20 zł na realizację projektów społecznych za każdy kredyt udzielony w poniedziałek 7 stycznia. Kwota jest przekazana za każdą podpisaną 7 stycznia umowę na kredyt gotówkowy, samochodowy, kartę kredytową oraz kredyt na zakup towarów i usług. Pieniądze w ramach akcji pochodzą ze środków własnych banku, a akcja nie wpływa na cenę produktów, które oferuje Santander Consumer Bank. W 2018 roku zgromadzono 118 280 zł.



Stowarzyszenie „Miłość nie wyklucza”, fundacja Wolontariat Równości oraz Ben & Jerry's należące do **Unilever Polska** postanowiły stworzyć **Niezniszczalną Tęczę**, używając wody i hologramu jako symbolu pokoju, miłości i równości dla wszystkich, aby zająć stanowisko wobec społeczności LGBT+ w Polsce. Tęcza była konstrukcją artystyczną w kształcie wielkiej tęczy zrobionej ze sztucznych kwiatów

wzniesionej na placu Zbawiciela w Warszawie w lecie 2012 roku. Kilkrotnie niszczone z wykorzystaniem ognia przez środowiska narodowe, wywoływała reakcje w polskich mediach, zazwyczaj w kontekście praw społeczności LGBT+ w Polsce. Budowa została trwale usunięta w sierpniu 2015 roku.



Co roku **Lipton gra z wośP. Unilever Polska** (właściciel marki Lipton) każdego roku przygotowuje herbatę w specjalnych opakowaniach. W ramach akcji Lipton corocznie przekazuje kwotę na cele ustanowione przez WOŚP.



PROFILAKTYKA ZDROWOTNA

Amica oraz Fundacja Amicis wspierają kampanię społeczną **Piękna, bo Zdrowa** prowadzoną przez Kwiat Kobięcości. Poza wsparciem finansowym firma zrealizowała cykl spotkań edukacyjnych „Młoda i zdrowa” w szkołach średnich we Wronkach dla 150 uczniów, warsztaty edukacyjne dla 120 pań z firmy oraz bezpłatne badania w cytobusie dla pań w wieku 25–59. W ramach ogólnopolskiej akcji w cytobusie ustawionym pod Pałacem Kultury zostało wykonanych ponad 600 bezpłatnych cytologii oraz 500 badań w kierunku obecności wirusa HPV.



Avon Cosmetics Polska był głównym partnerem kampanii **Coś do nich mam** organizowanej przez Fundację Rak'n'Roll. Jej celem było przedstawienie badania USG piersi jako elementu dbania o siebie. Firma dofinansowała 7 tys. USG piersi w Gabinetach z Różową Wstążką w całej Polsce. Kobiety mogły zapisać się na nie telefonicznie lub korzystając z narzędzia BOOBlabla w facebookowym Messengerze. Kampania dotarła do ponad 11 mln użytkowników social mediów.



Różowe Lato to zorganizowany przez **Avon Cosmetics Polska** we współpracy z 4Fun TV cykl siedmiu muzycznych eventów promujących profilaktykę raka piersi w lifestyle'owy sposób. Wydarzenia odbyły się w nadmorskich miejscowościach i w Olsztynie w ramach Stocznicy Stacji TV Polska. Równolegle w social mediach odbywała się akcja Różowe Lato, w ramach której były publikowane edukacyjne filmy z udziałem ambasaderek akcji Sióstr ADiHD. W wydarzeniach wzięło udział 50 tys. osób. Przeprowadzonych zostało 380 bezpłatnych badań USG piersi oraz 28 instruktaży samobadania piersi na scenie.

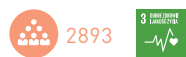


Farm Frites Poland współpracuje z Fundacją Ronalda McDonalda. Regularnie, co dwa lata, zaprasza ambulans fundacji, pokrywając w całości lub częściowo koszty badań,

a także angażując swoich pracowników-wolontariuszy w pomoc przy badaniach. W ambulansie wykonywane są profilaktyczne **badania USG dzieci** w wieku od 9 miesięcy do 6 lat w ramach programu „Nie nowotworom u dzieci”. W 2018 roku w ciągu trzech dni przebadano 160 dzieci.



Katowicka „Gazeta Wyborcza” z **Grupy Agora** wraz z partnerami zorganizowała **piknik rodzinny „OdWaż się”**. Piknik odbył się 17 czerwca 2018 roku w Tychach, a jego celem było propagowanie wiedzy na temat zagrożenia dla zdrowia, jakim są nadwaga i otyłość. Najwięcej osób skorzystało z analizy składu ciała. Zainteresowanie wzbudziło stoisko Fundacji „Szczęśliwi bez cukru”, przy którym można było dowiedzieć się, jak przygotować słodczyce bez cukru. W ramach wydarzenia przewidziano też: rajd rowerowy, nordic walking oraz mecz dla chętnych z piłkarzami GKS Tychy. W czasie pikniku uczestnicy mogli obserwować pokazy karate, capoeiry i krav magi.



Dziecko, które gorzej widzi, nie zdaje sobie z tego sprawy, a ostabienie widzenia wpływa na jego komfort, naukę i relacje z rówieśnikami. Sytuacja materialna domów dziecka często nie pozwala na zakup odpowiednich okularów. **Zobacz Lepszą Przyszłość** to program **Grupy Essilor** skierowany do podopiecznych domów dziecka w wieku 5–26 lat. Wolontariusze Grupy Essilor przeprowadzają w placówkach badania przesiewowe dla dzieci. Tym, u których wymagana jest korekcja wzroku, firma bezpłatnie przekazuje okulary. W 2018 roku przebadano wzrok 4 tys. podopiecznych domów dziecka i przekazano 1 tys. okularów korekcyjnych. W dwóch edycjach akcji udział wzięło 159 wolontariuszy firmy, którzy przepracowali 3 tys. godzin, z czego 1,5 tys. godzin w 2018 roku.



DOZ Fundacja z Grupy **Pelion** w ramach akcji **Chcę Cię usłyszeć** zorganizowała dla seniorów konferencję zdrowotną na temat słuchu. Zaproszeni specjaliści mówili o tym, jakie są objawy utraty słuchu, jak dbać o słuch i gdzie można go zbadać. Zaproszeni na konferencję seniorzy otrzymali ulotki z poradami, a po konferencji każdy senior mógł się zbadać. W październiku firma zachęcała seniorów do badania słuchu w specjalnym słuchobusie. Badania odbywały się przez sześć dni w różnych miejscach Łodzi. W przypadku ustalenia pewnych uchybów w słuchu seniorzy byli kierowani na dodatkowe badania.



Ideą akcji **Strefa na Zdrowie** realizowanej przez firmę **Polpharma** jest ułatwienie dostępu do bezpłatnych badań oraz konsultacji ze specjalistami osobom powyżej 40. roku

życia. Według Barometru Fundacji WHC polscy pacjenci najdłużej czekają na wizytę do: endokrynologa (10,3 mies.); kardiologa (3,2 mies.) i diabetologa (3 mies.). Bezpłatne badania odbywały się od maja do września 2018 roku w ośmiu miastach Polski. Były to badania kardiologiczne (badanie cholesterolu, glukozy, pomiar ciśnienia tętniczego, wiek serca), pulmonologiczne (badanie spirometryczne), okulistyczne (badanie dna oka, pomiar ciśnienia w gałce ocznej) i endokrynologiczne (badania TSH). W trakcie ośmiu akcji bezpłatnych badań przebadanych zostało około 4 tys. pacjentów. Wykonano blisko 4,5 tys. badań i konsultacji.



Servier Polska od 2017 roku w ramach kampanii **Forum Przeciw Depresji** angażuje się we wsparcie osób zmagających się z problemem depresji. W ramach akcji **Nastoletnia Depresja** firma przeprowadziła pilotażową lekcję o depresji z Fundacją Edukacji Społecznej oraz przygotowała poradnik metodyczny ze scenariuszem lekcji dla nauczycieli. W poradnikach dla nastolatków i rodziców znalazły się praktyczne wskazówki, jak rozpoznać depresję u nastolatka, jak mądrze wspierać w chorobie i jak rozmawiać o depresji z młodymi ludźmi. Filmy edukacyjne przedstawiają historie nastolatków, które chorowały na depresję, oraz komentarze ekspertów. Opracowano aktualną mapę punktów pomocy psychiatrycznej i psychologicznej dla dzieci i młodzieży oraz ważnych telefonów zaufania przeznaczonych dla nastolatków. Firma uruchomiła także bezpłatne konsultacje i możliwość anonimowej rozmowy z lekarzem psychiatrą lub psychologiem: linię telefoniczną, chat na stronie i gabinet.



Zadaniem kampanii **Wyłącz Raka** firmy **Servier Polska** jest promocja rzetelnej wiedzy na temat raka jelita grubego i odpowiedniej profilaktyki nowotworowej. W ramach kampanii w trasę po Polsce wyruszyła Onkologiczna Poradnia Servier. Przeprowadzane były bezpłatne badania oraz konsultacje z dietetykiem. Firma prowadzi również działania edukacyjne na rzecz upowszechniania profilaktyki raka jelita grubego, prowadzone w Edukacyjnym Namiocie Servier. Oferuje „Podróż w głąb jelita grubego” za pomocą kilkumetrowej makiety wnętrza jelita grubego, do której może wejść każdy zainteresowany. W ramach drugiej edycji kampanii firma odwiedziła 12 miast w Polsce. Przebadana łącznie 1200 pacjentów.



Firma **Transition Technologies** stworzyła **Aplikację NiTi**, narzędzie pozwalające na zapisywanie i obserwowanie swoich emocji dokładnie w momencie, gdy wydarzy się coś, co je wywoła. Praktyka polegała na stworzeniu odpowiednich warunków do przeprowadzenia badania naukowego w partnerstwie z Instytutem Psychologii Polskiej Akademii Nauk, które miałyby ocenić zależności pomiędzy klasycznym



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

badaniem kwestionariuszowym a badaniem wspomaganiem technologią.



1200

Avon Cosmetics Polska dofinansowuje badania USG piersi w Polsce (program **Gabinety z Różową Wstążką**). Celem projektu prowadzonego we współpracy ze Stowarzyszeniem „Amazonki” Warszawa-Centrum jest zachęcenie kobiet do badań oraz edukacja na temat profilaktyki. W 2018 roku firma dofinansowała 7 tys. badań w 98 gabinetach.



2015



613

W ramach strategii transformacji żywieniowej **Carrefour** promuje uprawianie sportu. W 2018 roku firma – realizując projekt **Biegi z Carrefour Polska** – wsparta 4. Gdańsk Maraton, 5. PZU Cracovia Półmaraton Królewski oraz „5 dla Niepodległej” w Krakowie. W biegach wzięło udział blisko 13 tys. osób, w tym kilkunastu biegaczy Carrefoura.



2016



14000

Kampania **Drugie życie** została zainicjowana przez **Fresenius Medical Care Polska** po to, by promować transplantację i informować o jej korzyściach oraz edukować w zakresie związanych z nią zagadnień medycznych, prawnych i etycznych w Polsce. Kampania skierowana jest do młodzieży ze szkół ponadgimnazjalnych. Przy wsparciu organizatorów uczniowie przeprowadzają własne działania promocyjne: szkolne kampanie, które sprawiają, że ich rówieśnicy wiedzą, czym jest oświadczenie woli, a transplantacje stają się tematem rozmów. Do tej pory w kampanii Fresenius Medical Care Polska wzięło udział ponad 800 szkół.



2016



87

Celem kampanii edukacyjnej **Muszkietierowie dla Polek** jest zachęcenie kobiet, szczególnie z niewielkich miejscowości, do profilaktyki raka piersi: do regularnych konsultacji specjalistycznych oraz samobadania. Kobiety mają możliwość skorzystania z bezpłatnej mammografii w mammobusach podstawionych przed supermarketami Intermarché oraz Bricomarché należącymi do **Grupy Muszkieterów**.



2012



ok. 13000

Dni Spirometrii z Kopalnią Soli „Wieliczka” są częścią ogólnopolskiej akcji profilaktycznej „Healthy Lungs for Life”. Z bezpłatnych badań spirometrycznych oraz konsultacji specjalistycznych w uzdrowisku podczas dwóch edycji akcji skorzystało blisko 150 osób.



2017



891

Kopalnia Soli „Wieliczka” kieruje program edukacyjno-profilaktyczny **Zdrowie na 5+** do wielkich i krakowskich przedszkolaków oraz ich wychowawców. Fizjoterapeuci

z kopalnianego uzdrowiska przygotowują zajęcia dla dzieci połączone m.in. z ćwiczeniami oddechowymi, które potem można samodzielnie wykonywać w domu lub wspólnie z innymi dziećmi w przedszkolu. W 2018 roku przeprowadzono zajęcia dla około 3100 dzieci ze 103 placówek.



2017



891

Ogólnopolski Program Profilaktyki Cukrzycy i Chorób Cywilizacyjnych „PoZdro!” to inicjatywa odpowiadająca na zjawisko coraz częstszego występowania nadwagi, otyłości, cukrzycy typu 2 i innych chorób cywilizacyjnych w społeczeństwie. Dlatego od 2014 roku Fundacja **Medicover** bezpłatnie wykonała badania przesiewowe u ponad 24 tys. uczniów. W ramach programu dzieci z czynnikami ryzyka rozwoju chorób cywilizacyjnych oraz ich rodziny objęte zostały dwuletnią Zintegrowaną Opieką Indywidualną.



2014



2400

Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie zachęca do regularnych badań i zdrowego stylu życia w ramach **profilaktyki prozdrowotnej**. Towarzystwo wraz z Fundacją Rak'n'Roll zorganizowało obchody Światowego Dnia Walki z Rakiem w Bydgoszczy oraz akcję „Zrób rakowi wsparcie” w Szczecinie, Słupsku, Kotobrzegu, Gdańsku i Gdyni. Ubezpieczyciel po raz trzeci był sponsorem tytułarnym biegów przełajowych CITY TRAIL.



2017



768

Sanofi wraz ze Stowarzyszeniem Rodzin z Chorobą Gauchera po raz kolejny przeprowadziły kampanię informacyjną **Gaucher z krwi i kości**, by budować społeczną świadomość na temat choroby i wesprzeć chorujących na nią pacjentów. W 2018 roku zorganizowano wystawę zdjęć trzech osób, które na co dzień zmagają się z tym schorzeniem. Elementem kampanii były również warsztaty dla pacjentów z ekspertami różnych specjalizacji.



2016



900

Firma **Sanofi** przeprowadziła drugą edycję kampanii edukacyjnej **Szczęśliwa wątroba, szczęśliwy Ty**. Osią inicjatywy była platforma internetowa i Ogólnopolski Test Wątroby. Aby edukować społeczeństwo i nagłaśniać problem otluszczenia wątroby, firma zorganizowała konferencję prasową z udziałem ekspertów medycznych.



2017



900

Kampania P.S. Mam SM jest zaproszeniem do wymiany historii i doświadczeń mogących stać się motywacją dla osób, u których zdiagnozowano stwardnienie rozsiane, do realizowania swoich pasji. Projekt prowadzony przez **Sanofi** razem z Fundacją NeuroPozytywni ma też na celu edukację społeczeństwa. W 2018 roku główne działania edukacyjne były realizowane w social mediach.



2015



900

Motyle pod ochroną to pierwsza w Polsce kampania edukacyjna stworzona z myślą o osobach z rakiem tarczycy. W jej ramach firmę **Sanofi** przygotowuje poradniki oraz spotkania dla pacjentów, akcje informacyjne, bezpłatne badania profilaktyczne tarczycy wraz z badaniem USG dla pracowników.



Celem programu **BadamyGeny.pl** jest objęcie całej polskiej populacji badaniami przesiewowymi w kierunku nowotworów dziedzicznych. **Warsaw Genomics** stworzył metodę, która umożliwia kompleksową prognozykę nowotworów za cenę 599 zł – wielokrotnie mniejszą niż standardowa cena europejska (8 tys. zł). Osoby, których nie stać na badanie, mogą wnioskować o wsparcie.



ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Agencja Rozwoju Pomorza koordynuje działania w województwie pomorskim organizowane w ramach **Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości**. Podmioty, którym zależy na rozwijaniu przedsiębiorczości, organizują dla młodych ludzi szkolenia, warsztaty, gry biznesowe i zespołowe, konkursy oraz debaty pomagające zdobyć wiedzę z zakresu zakładania i rozwijania własnej działalności gospodarczej, budowania sieci kontaktów, rozwijania start-upów, powrotu na rynek pracy, negocjowania z pracodawcą, budowania własnej marki i wielu innych. W 2018 roku w regionie pomorskim odbyły się 102 wydarzenia, w których uczestniczyło 6 tys. osób.



Podmioty ekonomii społecznej mają ograniczone możliwości korzystania z oferty banków komercyjnych wynikające ze specyfiki ich działalności, w której cele społeczne przeważają nad ekonomicznymi. **Program pożyczkowy dla podmiotów ekonomii społecznej ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego** zainicjowany przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej oraz Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, a koordynowany przez **Bank Gospodarstwa Krajowego** stanowi dla nich jedyną możliwość uzyskania wsparcia finansowego. Do końca 2018 roku z programu skorzystało ponad 750 przedsiębiorstw ekonomii społecznej, które otrzymały pożyczki o wartości około 95 mln zł, a stworzyły około 1100 miejsc pracy.



Program Rozwoju Przedsiębiorczości realizowany przez Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką **Citi**

Handlowy dociera do młodych ludzi, których cel związany jest z uruchomieniem działalności gospodarczej i są do tego mocno przekonani. W ramach programu działa portal **ROZWIJAMY.EDU.PL** – platforma wiedzy z zakresu przedsiębiorczości. Realizowane są warsztaty biznesowe dla osób w wieku 18–30 lat, które planują uruchomienie lub są na wczesnym etapie rozwijania własnej działalności gospodarczej. Dodatkowo prowadzone są szkolenia dla nauczycieli przedmiotów ekonomicznych. Ponad 600 użytkowników portalu ma dostęp do ponad 80 opracowań merytorycznych dotyczących biznesu.



CCC razem z partnerami uruchomiło **Retail aCCcelerator**, platformę akceleryjną przeznaczoną dla młodych i innowacyjnych firm rozwijających nowe rozwiązania dla branży retail. To szansa dla najlepszych zespołów na przyspieszenie ich rozwoju oraz adaptację do prawdziwych warunków rynkowych. Firmy akceleratora będą miały okazję przetestować swoje pomysły u specjalistów z CCC, skonfrontować je z klientami CCC i śledzić ich czas wejścia na rynek.



Świadomość prawna jest szczególnie ważna w przypadku przedsiębiorców podejmujących działalność gospodarczą. Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie Prawni** organizowała lub współorganizowała **bezpłatne szkolenia dla lokalnych przedsiębiorców**. Tematami instruktaży były zabezpieczenie firmy pod względem podatkowym, księgowym i finansowym oraz zagadnienia związane z RODO. Radcowie kancelarii poprowadzili także warsztaty „Inwestycje w samorządach – case studies”, podczas konferencji „Inwestycje Level UP! – Toruń 2018”.



Radcowie **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie** Prawni zarówno zawodowo, jak i prywatnie często nabywają towar od lokalnych przedsiębiorców lub korzystają z ich usług. Dla kancelarii istotne jest to, aby **wspierać lokalnych rzemieślników i firmy usługowe**. Dokonując wyboru prezentów świątecznych dla partnerów biznesowych, radcowie postawili na lokalne przedsiębiorstwo – kwiaciarnię „Kwiatostany” w Toruniu. W przypadku zakładu krawieckiego zdecydowali się na pracownię krawiectwa męskiego prowadzoną przez Leonarda Paneckiego. Materiały biurowe nabywają w hurtowni P.W. Redis Kantorski. Od lokalnych przedsiębiorców kupują również produkty spożywcze.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Mazovian Startup to program akceleracyjny **ROHLIG SUUS Logistics** skierowany do innowacyjnych i odpowiedzialnych społecznie start-upów, których działalność wpisuje się w co najmniej jeden obszar Inteligentnych Specjalizacji Województwa Mazowieckiego: inteligentne systemy zarządzania, bezpieczna żywność, wysoka jakość życia i nowoczesne usługi dla biznesu. Projekt ma na celu kompleksowe wsparcie i przyspieszenie rozwoju ich działalności. W trakcie akceleracji uczestnicy mogli skorzystać z oferty szkoleniowej, doradczej i mentoringowej.



Firma **WoshWosh** w ramach **kultywacji i ochrony rzemiosła** podjęła się wsparcia wymierających profesji. Współpracowała z kilkoma zakładami szewskimi na terenie Warszawy: sama złożyła ponad 160 zamówień oraz pomagała w zdobyciu klientów. W 2018 roku firma przyczyniła się w ten sposób do uratowania jednego z najstarszych zakładów szewskich na terenie Warszawy.



Z myślą o klientach z segmentu małych i średnich przedsiębiorstw **Bank BGZ BNP Paribas** stworzył ogólnopolską kampanię **Wspierajmy Sąsiedzki Biznes**. Inicjatywa ma charakter akcji społecznej zachęcającej do korzystania z produktów i usług lokalnych firm oraz pełniącą rolę sąsiedzkiego biznesu w lokalnych społecznościach.



W 2018 roku odbyła się piąta edycja konkursu „Innowacyjny Klient **Banku BGZ BNP Paribas**”. Jego celem jest promowanie innowacyjności jako sposobu na sukces zarówno przedsiębiorstwa, jak i społeczności, w której działa przedsiębiorstwo.



Carrefour otworzył własny inkubator technologiczny dla start-upów. **C4 Retail Lab** to miejsce, gdzie młodzi twórcy innowacji pracują wspólnie z przedstawicielami firmy nad aplikacjami i rozwiązaniami cyfrowymi optymalizującymi procesy biznesowe i interakcje z klientami. W 2018 roku we współpracy ze start-upami sieć wypracowała 10 projektów, spośród których 7 jest obecnie na etapie wdrożeń testowych.



Projekt „Lokalni Herosi – 100 inicjatyw przedsiębiorców na 100-lecie niepodległości” był kontynuacją akcji **Herosi Polskiej Przedsiębiorczości – Plebiscyt Handlu Detalicznego**. Właściciele sklepów zaopatrujących się w **Grupie Eurocash** we współpracy z organizacjami pozarządowymi lub instytucjami publicznymi zgłaszali projekt na rzecz poprawy życia w okolicy. Praktyka realizowana była z Fundacją Pracownia Badań i Innowacji

Społecznych „Stocznia”, pod honorowym patronem Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii.



Idea Bank realizuje cykl warsztatów o różnorodnej tematyce w ramach **edukacji przedsiębiorców w Idea Hub**. Idea Hub to z jednej strony przestrzeń co-workingowa i miejsce do pracy, a z drugiej miejsce spotkań edukacyjnych i net-workingowych.



W **ING Banku Śląskim** cyklicznie organizowane są spotkania ze start-upami. Podczas wydarzeń **Start-ups Demo Day** wybrane firmy prezentują swoje pomysły osobom decyzyjnym w banku, co ma ułatwić nawiązanie współpracy. Na każde spotkanie zapraszanych jest od 5 do 8 start-upów.



Inkubator InnVento to miejsce, w którym **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** rozwija współpracę ze start-upami i poszukuje technologicznych rozwiązań dla najpilniejszych wyzwań stojących przed branżą energetyczną. To pierwsza tego typu inicjatywa w sektorze naftowo-gazowniczym w Polsce.



TWORZENIE MIEJSC PRACY I ROZWOJ KOMPETENCJI

W ramach **współpracy z Urzędem Miasta Łodzi** (program „Młodzi w Łodzi”) **Aflofarm Farmacja Polska** zrealizował warsztaty z tworzenia reklamy, prowadzone przez menedżerów działu marketingu. Skierowane były one do studentów zainteresowanych rozwojem w tym kierunku. Warsztaty miały na celu zachęcenie młodych ludzi do wiązania swojej przyszłości z Łodzią i wspieranie rozwoju kariery zawodowej łódzkich studentów.



Hackathony organizowane przez **Allegro** skierowane są przede wszystkim do studentów. Firma wspiera tym samym rozwój ich kompetencji i pomaga zdobyć doświadczenie przy programowaniu pod okiem mentorów. BrainCode po raz pierwszy odbył się w 2013 roku i był wewnętrznym hackathonem pracowników Allegro. Wydarzenie zmieniło od tego czasu swoją formę i obecnie jest otwarte dla wszystkich pasjonatów technologii, którzy chcą się zmierzyć w zespołowej rywalizacji. Drugi rok z rzędu jest to również okazja do rywalizacji o miejsce w programie stażowym Allegro Summer e-Xperience.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Program stażowy **Summer e-Xperience** odbywa się w miesiącach letnich i poprzedzony jest dwumiesięcznym naborem uczestników do poszczególnych działów firmy **Allegro**. Stażyści poznają kulisy tworzenia i funkcjonowania platformy e-handlowej. W 2018 roku w programie wzięło udział 41 osób, z czego 15 znalazło zatrudnienie w firmie po zakończeniu stażu.



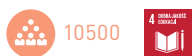
Akademia HPE to trzydniowy cykl szkoleń, których adresatami są studenci ostatnich lat studiów, przygotowujący się do rozpoczęcia kariery zawodowej i wyboru przyszłego pracodawcy. W semestrze letnim roku akademickiego 2017/2018 oraz semestrze zimowym roku akademickiego 2018/2019 zostały przeprowadzone dwie edycje programu. Firma **Hewlett Packard Enterprise** zaprosiła do udziału w szkoleniach studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu i Uniwersytetu Wrocławskiego. Łącznie w edycjach w 2018 roku uczestniczyło 20 studentów.



IBM Polska pomaga weteranom wojskowym przygotować się do kariery w rozwijającej się dziedzinie **cyberbezpieczeństwa**. Zorganizowało dla byłych członków służby wojskowej tydzień bezpłatnych, intensywnych szkoleń, które prowadzili specjaliści z IBM.



Dwudziestego dziewiątego grudnia 2018 roku odbyły się warsztaty **ExcelDay 2018**, w ramach których firma **Leroy Merlin Polska** dzieliła się wiedzą ze studentami i absolwentami wyższych uczelni w Polsce. Program ExcelDay to idea społeczna, której celem jest transfer wiedzy pomiędzy doświadczonymi praktykami a osobami rozpoczynającymi karierę zawodową. Warsztaty prowadzone były przez pracowników działu Supply Chain, którzy podzielili się wiedzą w zakresie wykorzystania Excela w dużych organizacjach. Przedstawili oni biznesowe case study oparte na swoich codziennych zadaniach. Była to również okazja do poznania organizacji oraz programu stażowego w dziale Supply Chain Leroy Merlin Polska.



Projekt Dobry Czas na Biznes obejmuje wsparcie na szkolenia, doradztwo oraz bezzwrotną dotację w wysokości do 25 tys. zł na rozpoczęcie prowadzenia działalności gospodarczej. Przedsiębiorca zaangażowany w projekt **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego** może także otrzymać roczne, bezpłatne, indywidualne i profilowane wsparcie doradcze w zakresie księgowości, prawa i utrzymania firmy na rynku. W 2018

roku liczba utworzonych przedsiębiorstw w ramach projektów wyniosła 1099.



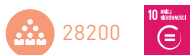
Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego

rozpoczęła w styczniu 2018 roku projekt **Lider CSR – zarządzanie wiekiem**. Polega on na wsparciu przedsiębiorców we wdrażaniu nowych strategii w postaci działań o charakterze doradczym z zakresu zarządzania wiekiem oraz bonów wdrożeniowych na doposażenia/wyposażenia stanowisk pracy.



PKO Bank Polski

wspólnie ze swoją fundacją realizuje **działania wspierające wychowanków domów dziecka** i rodzin zastępczych, którzy rozpoczynają samodzielne życie. W ramach projektu „Busola na start” udziela im pomocy w rozwoju zawodowym. Umożliwia odbycie praktyk i staży, za które młodzi ludzie otrzymują pieniądze, a po zakończeniu których bank oferuje im zatrudnienie. Rozszerzając zaangażowanie w tym obszarze, bank zapoczątkował akcję „Pomaganie przez zbliżanie”, zachęcając klientów do płatności zbliżeniowych, np. telefonem z aplikacją IKO. Za każdą taką płatność bank przekazuje fundacji 0,50 zł, a fundacja z tej puli środków przygotowuje „wyprawki” dla pełnoletnich wychowanków domów dziecka rozpoczynających samodzielne życie. Beneficjentów wskazują wolontariusze z banku odwiedzający placówki opiekuńcze.



Od 2018 roku we Wrocławiu **PwC** wraz z Objectivity, UBS, organizacją pozarządową – Fundacją Laboratorium Odpowiedzialnego Biznesu, jednostką samorządu – Dolnośląskim Ośrodkiem Polityki Społecznej oraz Akademią Sztuk Pięknych współtworzy **Akademię BIZnES Class**. Celem praktyki jest zachęcanie podmiotów ekonomii społecznej do skutecznego funkcjonowania na otwartym rynku oraz do wdrożenia innowacyjnego produktu lub usługi oraz wspieranie ich w tym. W 2018 roku w Akademii uczestniczyło 8 podmiotów ekonomii społecznej z Dolnego Śląska, 16 mentorów-wolontariuszy i 6 trenerów z biznesu oraz 8 menterek designu z ASP.



Program rozwoju zawodowego **Pracownia Talentów w FM** to inicjatywa, której celem jest pozyskanie talentów inżynierskich (ze szczególnym uwzględnieniem kobiet) i wsparcie ich w karierze w zawodzie technicznym w strukturze **Sodexo Polska**. Uczestnikom przedsięwzięcia oferowany jest program teoretyczny i praktyczny, podczas których mają szansę na wymianę wiedzy z wewnętrznymi ekspertami na zasadach mentoringu, peer-mentoringu oraz coachingu, a także na zdobywanie doświadczenia w obiektach obsługiwanych tech-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

nicznie przez firmę. Postępy uczestników są monitorowane, a pomyślne ukończenie programu wiąże się z nawiązaniem stałej współpracy z Sodexo Polska. W 2018 roku brały udział cztery osoby (w tym: dwie kobiety).



Od 2014 roku firma **UBS** wraz z Fundacją Stella Virium prowadzi projekt **Career Turn** – cykl szkoleń mających na celu pomoc osobom bezrobotnym. Uczestnicy programu to w większości osoby po dłuższej przerwie w karierze zawodowej, bez wcześniejszego doświadczenia w korporacjach, a chcące powrócić na rynek pracy. Intensywny trzytygodniowy kurs składa się z 16 modułów, a szkolenia i warsztaty dla beneficjentów prowadzą przeszkoleni wolontariusze UBS. Zajęcia odbywają się w większości w języku angielskim. Kończy je certyfikowany egzamin i indywidualny program coachingu. Najlepsi absolwenci są zapraszani do procesów rekrutacyjnych UBS. W dwunastu edycjach projektu od 2014 roku wzięło udział około 160 osób, a inicjatywę realizowało około 200 wolontariuszy UBS. Wskaźnik zatrudnienia beneficjentów projektu to średnio 60–70%.



Bank BGŻ BNP Paribas stworzył koncepcję płatnego wakacyjnego programu stażowego **Bankformersi**. Podczas praktyk studenci mogą rozwijać swoje umiejętności pod okiem mentora, a opiekun z działu HR pomaga im wybrać najlepszą ścieżkę dalszej kariery. Troje najbardziej aktywnych uczestników otrzymuje nagrodę oraz możliwość udziału w skróconym procesie rekrutacji.



Capgemini Polska od 2015 roku organizuje **IT Talki – spotkania o tematyce IT** prowadzone przez ekspertów z firmy w trzech miastach: Krakowie, Katowicach i Opolu. Ich celem jest umożliwienie dzielenia się wiedzą pracownikom firmy oraz wymiana doświadczeń i edukacja specjalistów IT. W 2018 roku odbyło się 10 spotkań, w których łącznie wzięło udział ponad 530 osób.



Coca-Cola HBC Polska w ramach programu **Brand Opener** zachęca studentów uczelni wyższych do udziału w konkursie zespołowym, w którym należy przeanalizować pozycję rynkową wybranego produktu firmy oraz zaproponować kampanię marketingową kierowaną do wybranego segmentu konsumentów. Zwycięzcy otrzymują nagrody materialne oraz możliwość odbycia płatnych staży.



W ramach programu **Management Trainee** wyselekcjonowana podczas wewnętrznych procesów Acceleration Center grupa studentów uczelni wyższych lub młodych absolwentów uczestniczy w **Coca-Cola HBC Polska** w dwuletnim

programie intensywnego rozwoju kompetencji menedżerskich połączonym z samodzielnym prowadzeniem wybranych projektów biznesowych i realizacją zadań stojących przed nimi na konkretnych stanowiskach pracy.



Youth Empowered Program realizowany przez **Coca-Cola HBC Polska i Coca-Cola Poland Services**

kierowany jest do osób pomiędzy 18 a 30 rokiem życia, które z różnych powodów pozostają poza rynkiem pracy i systemem edukacji. Organizatorzy przedsięwzięcia wspierają proces włączenia zawodowego: oferują uczestnikom narzędzia zwiększające ich potencjał i możliwości na rynku pracy poprzez jednodniowe warsztaty, platformę YEP Academy i program mentoringowy.



Sukces to Ja jest ogólnopolskim kompleksowym programem wzmacniania aktywności zawodowej kobiet. **Coca-Cola Poland Service** wspiera kobiety, oferując im bezpłatne konferencje i warsztaty oraz rozbudowaną platformę online z artykułami, szkoleniami i wykładami. W 2018 roku z programu skorzystało 192 005 kobiet.



Tematem **bezpłatnych lekcji niemieckiego dla początkujących** dostępnych online jest opieka nad osobami starszymi. Do tej pory na stronie **Grupy ATERIMA** pojawiło się 11 dwuczęściowych lekcji, które zawierają słówka, dialogi, uproszczone zapisy wymowy, nagrania audio, ćwiczenia i porady językowe. Lekcje pomagają kandydatom zainteresowanym wyjazdem zarobkowym do Niemiec w utrzymaniu bezpiecznej i legalnej pracy.



Bezpłatne udźwiękowane lekcje języka niemieckiego na poziomie średniozaawansowanym dostępne są na stronie **Grupy ATERIMA**. Na chętnych do nauki czeka już ponad 90 lekcji, a wśród nich także testy sprawdzające wiedzę z przyswojonego materiału. Tematy poruszane w kursie związane są z opieką nad seniorami. Firma pomaga podnosić kompetencje językowe osób pracujących lub szukających pracy jako opiekunowie w Niemczech.



Program staży i praktyk „Zainstaluj się w Enei” to propozycja dla studentów i absolwentów. **Grupa Enea** oferuje roczny, płatny staż w różnych obszarach biznesowych, dając szansę na rozwój pod okiem specjalistów i realizację samodzielných projektów w różnych spółkach. W Grupie Enea oferowane są też trzymiesięczne płatne praktyki letnie.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W drodze do pracy to projekt zainicjowany w 2013 roku i realizowany przez **Henkel Polska** we współpracy z Fundacją „Miejsce Kobiet”. Jego celem jest pomoc długotrwale nieaktywnym zawodowo kobietom z województwa mazowieckiego w powrocie na rynek pracy. Program zawiera trzymiesięczny kurs (obejmujący m.in. trening psychologiczny, wzmacniający pewność siebie i poczucie sprawczości, ćwiczenia z autoprezentacji, zajęcia z przedsiębiorczości) oraz kompletny kurs aktywizacji zawodowej „Spadochron” wspierający wewnętrzną motywację do zmiany. Do tej pory w ośmiu edycjach projektu wzięto udział 160 kobiet. Ponad 60% z nich wróciło z powodzeniem na rynek pracy.



Program Pierwsza Przymiarka, który ma aktywizować zawodowo młodych ludzi zagrożonych wykluczeniem społecznym, jest finansowany przez **LPP** i realizowany w partnerstwie z organizacjami pożytku publicznego. Celem projektu jest pomoc młodym osobom, szczególnie wychowankom rodzinnych domów dzieci, w zdobywaniu zawodowych doświadczeń i samodzielności. W tegorocznej edycji wzięto udział 16 osób.



Program Rozwoju Młodych Talentów opiera się na praktykach i stażach rotacyjnych. Każdy uczestnik ma opiekuna merytorycznego i opiekuna HR. Zatrudnionym na podstawie umowy o pracę przysługują benefity. W 2018 roku **mBank** przyjął 36 stażystów i 88 praktykantów, z czego po programie zatrudniono odpowiednio 15 i 29 z nich.



Program praktyk „Need Help” został zainicjowany w **Międzynarodowym Porcie Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków-Balice** w 2007 roku. Do tej pory odbyło się już dwanaście edycji programu, w których uczestniczyło 504 praktykantów (32 osoby w 2018 roku). W czasie czterech tygodni praktykanci zapoznają się m.in. z topografią lotniska, zasadami bezpieczeństwa, zadaniami służb i bieżącym funkcjonowaniem portu. Po zdobyciu odpowiedniej wiedzy uczestnicy programu przechodzą do zadań praktycznych. Najlepsi studenci otrzymują propozycję stałego zatrudnienia.



Program edukacyjny GeoTalent stworzony został z myślą o studentach zainteresowanych branżą poszukiwawczo-wydobywczą. Program **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** jest realizowany na trzech uczelniach partnerskich: w Akademii Górniczo-Hutniczej im. Stanisława Staszica w Krakowie, na

Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz na Uniwersytecie Warszawskim.



Provident Polska organizuje wakacyjne praktyki studenckie **One Level Up**. Płatne, dwumiesięczne praktyki odbywają się w biurze głównym i w wybranych oddziałach firmy. Praktykanci oprócz poznania firmy i realizacji samodzielnych projektów, uczestniczą w szkoleniach. Każdy z nich otrzymuje telefon służbowy oraz prywatną opiekę medyczną. Blisko 30% praktykantów zostaje w firmie na dłużej.



Zespół Data Analytics **PwC** we współpracy z ekspertami w dziedzinie psychologii z Centrum Innowacji SWPS stworzył **MatchBeta**. Platforma zawiera test online, który pomaga wybrać kierunek rozwoju przez studentów i absolwentów, a także oferty płatnych staży i praktyk oraz multimedialną bibliotekę wiedzy o współczesnym rynku pracy – Karierotekę.



Program staży „Student on Board” kierowany jest do studentów ostatnich lat studiów. Płatny staż w **Sanofi** trwa od 6 do 12 miesięcy. Do młodszych studentów kierowany jest Program Ambasador.



SITECH kontynuuje współpracę 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 w rekrutacji studentów w wymiarze: 1 dzień w tygodniu (3 i 4 semestr), 2 dni w tygodniu (5 i 6 semestr) oraz 3 dni w tygodniu (7 semestr). Po zakończonym projekcie otrzymują oni tytuł inżyniera oraz tytuł zawodowy AHK – projektant techniczny. Studenci w trakcie trwania projektu mają zapewnione ubezpieczenie, transport oraz otrzymują wynagrodzenie. Po zakończeniu projektu na najlepszy z nich czeka oferta pracy.



Od 2014 roku firma **SumiRiko Poland** prowadzi program letnich praktyk **Twoja ścieżka do kariery** dla studentów IV i V roku wyższych uczelni. Praktyki rozpoczynają się od krótkich szkoleń wprowadzających poświęconych historii, klientom oraz produktom firmy. Studenci odbywają również szkolenia z San Gen Sughri, podczas których omawiane są narzędzia zarządzania procesami produkcyjnymi w firmie.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

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 według określonej stawki obowiązującej w firmie oraz dodatkowe świadczenia. Od 2012 roku staż odbyło 30 osób, które dołączyły do zespołów serwisu technicznego, działu jakości, personalnego, finansowego, logistyki oraz IT.

 2014  1300

WSPARCIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Do realizacji bajkoterapii przez wolontariuszy Fundacji Zacytani.org niezbędne są książki, dlatego **Alior Bank** włączył się w inicjatywę „Podziel się książką”. Zbiórka prowadzona była wśród pracowników banku. Efekt to około 1400 książek. Beneficjentami inicjatywy były dzieci doświadczające chorobą i przebywające w szpitalach.

 8099 

W 2015 roku **AmRest** nawiązał współpracę ze **Stowarzyszeniem SIEMACHA** i sfinansował budowę oraz wyposażenie SIEMACHA Spot we Wrocławiu. Pracownicy AmRestu w ramach wolontariatu pracowniczego na bieżąco wspierają działalność Spotu i placówkę poprzez organizację warsztatów i Akademii Kulinarnej inspirowanej wychowanków do zdobywania doświadczenia gastronomicznego. W miejscu przebywania ponad 100 dzieci i młodzieży w trudnej sytuacji życiowej. Miesięcznie wolontariusze pracują na rzecz wychowanków SIEMACHY około 20 godzin.

 13017  

Fundacja EcoTravel od dwóch lat organizuje społeczne **sprzątanie brzegów rzeki Dłubni**, by przewrócić jej czystość. Aby oczyścić większy teren i wesprzeć grupę lokalnych aktywistów w ich działaniach, **ArcelorMittal Poland** zaangażował wolontariacko ponad 50 pracowników huty, w tym dyrektorów, do wspólnego sprzątania. Posprzątno ponad 3 hektary terenu, zebrano 200 worków śmieci oraz śmieci wielkogabarytowe. W akcji wzięto udział około 100 osób.

 11000  

Credit Suisse co roku wybiera Charity of the Year – Partnera Charytatywnego Roku. W 2018 roku pracownicy firmy wybrali Stowarzyszenie „mali bracia Ubogich”, które wspierali finansowo przez 12 miesięcy. W celu mobilizacji pracowników został zorganizowany trwający sześć miesięcy Wyścig Dywizji. Działy prowadziły zbiórki, walcząc o tytuł **Bohatera Charytatywnego Roku**. Ostatecznie na konto organizacji trafiło ponad 150 tys. zł.

 ok. 4000 

W czerwcu 2018 roku rozpoczęła się mundialowa akcja **Rock Radio z Grupy Agora** pod hasłem **Rock Radio gra dla Rak'n'Rolla**. W czasie piłkarskich mistrzostw świata goście rozgłośni składali autografy na mundialowej piłce, która trafiła na aukcję charytatywną. Zebrane w ten sposób środki wsparły działania Fundacji Rak'n'Roll na rzecz osób z chorobą nowotworową. Zebrano 1625 zł.

 2893 

Centrum Pozytywnej Energii w Poznaniu i Fundacja „I <3 Ziemek” budują ludzi, którzy stworzyli w Poznaniu miejsce dla rodziców dzieci z niepełnosprawnościami. Inicjatywę wsparło **Allegro**. W ramach **Akcji Charytatywna Pyra** zakupiło sprzęt do videokonferencji dla fundacji. Dzięki temu do wydarzeń organizowanych w Centrum Pozytywnej Energii w Poznaniu będą mieć dostęp rodzice z całej Polski.

 1700 

W 2017 roku **AmRest** – operator marek gastronomicznych takich jak: KFC, Pizza Hut, Starbucks, Burger King – postanowił wykorzystać skalę swojego biznesu i podjąć szerokie działania zapobiegające marnowaniu żywności. W ramach programu **Harvest** restauracje KFC przekazują niewykorzystaną żywność organizacjom społecznym w swojej okolicy. Specjalna procedura mrożenia i przechowywania gotowych posiłków ze świeżego kurczaka KFC pomaga wykorzystać nadwyżki produktów generowane przez restauracje. Od września 2018 roku AmRest włącza do programu nadwyżki stanów magazynowych – oznacza to, że zapasy produktów, które nie zostały sprzedane (np. oferty sezonowe), nie trafiają do utylizacji, a zostają przekazane Bankom Żywności. W programie uczestniczy już ponad 200 lokali KFC w Polsce.

 13017  

Program minigrantów **ArcelorMittal Poland**

„Działamy Lokalnie” ma na celu wsparcie finansowe organizacji pozarządowych, spółdzielni socjalnych oraz grup nieformalnych działających na rzecz lokalnych społeczności skupionych wokół hut ArcelorMittal Poland. Program realizowany został w dwóch miastach – w Krakowie i Dąbrowie Górniczej. Do współpracy zostały zaproszone oba Urzędy Miasta – jednostki odpowiadające za współpracę z NGO były partnerami merytorycznymi. W obu lokalizacjach na granty firma przeznaczyła 100 tys. zł. W Krakowie zostało zrealizowanych 10 projektów, a w Dąbrowie Górniczej 13.

 11000 

Atelie Fryzjerstwa **Dariusz Mitek**

realizując projekt kalendarza na rok 2019 pod hasłem **#PASSIONFORLIFE**, zaprosiło do współpracy 12 bohaterów z branży sportowej, modowej, lifestyle'owej, muzycznej oraz designu. Wszyscy bohaterowie kalendarza dołączyli do bazy Fundacji DKMS (której misją jest znalezienie dawcy dla każdego pacjenta na świecie potrzebującego przeszczepienia krwiotwórczych komórek macierzystych z krwi lub szpiku kostnego), promując inicjatywę oraz edukując swoich fanów

w mediach społecznościowych. Dzięki zakupowi kalendarza pokrywana jest część kosztów rejestracji jednego potencjalnego dawcy.



Bank BGŻ BNP Paribas został partnerem strategicznym projektu Szlachetna Paczka. Bank będzie więc wspiera działalność organizacji przez cały rok oraz promował ideę mądrego pomagania. Przy tej okazji bank przygotował kampanię społeczną promującą ideę radości płynącej z pomagania w codziennym życiu z udziałem wolontariuszy i beneficjentów Szlachetnej Paczki – **Pomaganie jest fajne!** Częścią partnerstwa Banku BGŻ BNP Paribas ze Szlachetną Paczką jest również wsparcie finansowe inicjatywy. Klienci, poprzez wykonywane płatności bezgotówkowe, przyczyniają się do pomagania. W ciągu miesiąca od uruchomienia akcji bank przekazał Szlachetnej Paczce prawie 185 tys. zł.



Od 2013 roku Centrum Handlowe **Blue City** przyłącza się do ogólnopolskiego grania na rzecz Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, organizując wspólnie z Młodzieżowym Domem Kultury „Ochota” lokalny **finał WOŚP**. Blue City finansuje scenę, na której odbywają się koncerty i licytacje, nagłośnienie oraz udostępnia pomieszczenia na garderoby. Zachęca do zaangażowania w zbiórkę pieniędzy najemców oraz klientów poprzez promocję finału WOŚP w mediach tradycyjnych i społecznościowych oraz na znajdujących się na terenie Blue City wielkoformatowych ekranach LED i ekranach multimedialnych.



Grupa **CCC** jako pierwsza polska spółka została **globalnym partnerem UNICEF**. Przez trzy lata firma będzie przekazywać środki pieniężne na pomoc dzieciom na świecie. Partnerstwo będzie komunikowane w salonach obuwniczych CCC w 21 krajach, dodatkowo grupa kolarska należąca do CCC podczas wyścigów na całym świecie będzie prezentować współpracę z UNICEF i zaangażowanie CCC w działania na rzecz dzieci.



CSRinfo wspiera **pro bono Federację Polskich Banków Żywności** w prowadzeniu dialogu z interesariuszami w ramach projektu PROM, który dotyczy opracowania systemu monitorowania marnowanej żywności oraz efektywnego programu racjonalizacji strat i ograniczania marnotrawstwa żywności.



ENERIS Ochrona Środowiska Oddział w Gorzowie Wielkopolskim nawiązał **współpracę z PTTK Ziemi Gorzowskiej**, aby zorganizować akcje edukacyjne mające na celu promowanie i ochronę lokalnej przyrody. Jedną ze wspólnych inicjatyw odbyła się pod nazwą „Na wiosnę zamień makulaturę na książkę o drzewach”. Polegała na zbiorze makulatury – za 60 kg papieru przekazywany był kieszonkowy informator o drzewach i krzewach.



Podczas corocznego wyjazdu integracyjnego zorganizowanego dla pracowników firmy **Europejski Fundusz Leasingowy** odbył się **wyścig o przetrwanie**. Celem biegu było uzbieranie jak największej kwoty na Fundację „Na ratunek dzieciom z chorobą nowotworową”. Każda osoba, która wystartowała w biegu z przeszkodami, dokładała swoją cegiełkę o wartości 200 zł do puli przeznaczonej na pomoc dzieciom. Udało się uzbierać 35 tys. zł.



Wypożyczalnia aut w Polsce **Express Car Rental** na stałe współpracuje z organizacjami pozarządowymi w ramach działania **Pomoc ma moc**. Nieodpłatnie użyzca samochodów osobowych oraz dostawczych. Do organizacji tych należą: Mukołudki przy Polskim Towarzystwie Walki z Mukowiscydozą, Fundacja Dziecięca Fantazja oraz Fundacja Bator Tabor.



W przedświątecznym okresie, w dniach 17–21 grudnia 2018 roku portal Gazeta.pl, należący do **Grupy Agora**, zaprosił swoich czytelników do akcji **Tydzień Dobrego Serca**. W jej ramach codziennie przybliżał im jedną z pięciu organizacji: UNICEF, Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy, OTOZ Animals, WWF Polska i Greenpeace Polska. Redakcja zachęcała też – dzięki wielu różnorodnym formatom redakcyjnym, m.in. artykułom, quizom, relacjom na żywo, infografikom i wideo – do wsparcia działań tych organizacji i udziału w zbiórce pieniężnej.



Dzień Motyla to inicjatywa, którą **Grupa Enea** podjęła, by pomóc partnerowi społecznemu – Hospicjum Palium w Poznaniu. Taki dzień odbył się w dwóch poznańskich lokalizacjach i polegał na wspólnym malowaniu motyli, które po wyschnięciu stawały się cegiełkami – w ten sposób hospicjum zbiera datki na cele statutowe. Każdy chętny pracownik Grupy Enea mógł włączyć się w akcję, zostawiając swoją „cegiełkę”. Wolontariusze z Hospicjum Palium zaproszeni zostali również do uczestnictwa w pikniku z okazji Dnia Dziecka organizowa-



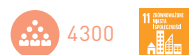
Rozszerzone opisy wszystkich praktyk znajdziesz na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

nym w Ogrodach KPRM-u. W ten sposób o akcji mogły uszyścić i aktywnie się włączyć odwiedzające piknik osoby z całej Polski.



Program lokalnych inwestycji społecznych prowadzony jest od 2017 roku przez Fundację Veolia Polska, we współpracy ze spółkami **Grupy Veolia w Polsce**. Nakierowany jest na rozwój miejscowości poprzez pogłębioną współpracę międzysektorową. Program zakłada rozpoznanie potrzeb lokalnych, konsultacje społeczne, procesy partycypacji lokalnej, a także konkurs grantowy odpowiadający na główne, wspólnie zdefiniowane wyzwania środowiskowe i społeczne w mieście. W 2018 roku program objął trzy lokalizacje: Pionki, Miasteczko Śląskie i Szczytno. Dzięki grantom w 2018 roku 18 organizacji realizowało swoje pomysły w zakresie ochrony środowiska na terenie miasta, a także skorzystało z sesji edukacyjnych.



Po uprzednim przygotowaniu formalnoprawnym, w lutym 2018 roku wrocławskie Centrum **Hewlett Packard Enterprise** rozpoczęło realizację **cyklu darowizn sprzętu biurowego**. Sprzęt będący aktywem firmy pozostawał nieużytkowany na jej stanie, zwrócono się więc z zapytaniem o zapotrzebowanie do organizacji pozarządowych, z którymi firma współpracowała dotychczas w ramach organizacji innych akcji o charakterze wolontariackim. Informacja dotarła do szerokiego grona i blisko 60 lokalnych NGO skorzystało z przekazanego sprzętu biurowego, doposażając swoje biura oraz pomieszczenia znajdujące się w posiadaniu organizacji, znacząco poprawiając swój komfort pracy, jak i realizowanych aktywności w swoich siedzibach.



Kaufland podejmuje działania mające na celu **przeciwdziałanie zjawisku marnowania żywności**. Sieć współpracuje m.in. z Federacją Polskich Banków Żywności. Aby zachować bezpieczne i higieniczne warunki przekazywania żywności, opracowano specjalną procedurę odbioru żywności, a pracownicy zostali przeszkoleni. Minimalizowanie zjawiska marnowania żywności jest jednym z głównych celów strategii społecznej odpowiedzialności biznesu firmy Kaufland. Od października 2017 roku do grudnia 2018 roku w ramach współpracy wybrane markety sieci przekazały ponad 63,4 tony żywności.



Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie Prawni** co roku wysyła do swych partnerów biznesowych **kartki świąteczne**, z których część kwoty przekazywana jest na rzecz organizacji humanitarnych bądź dobroczynnych. W latach 2016–2017 firma wspierała Fundusz Narodów Zjednoczonych na rzecz Dzieci, UNICEF, natomiast w 2018 roku – Polską Akcję Humanitarną.



W ramach akcji **RogaLove** w dniach 7–17 listopada 2018 roku na stronie E-Torty.pl/rogalove we współpracy z kilkoma poznańskimi piekarniami prowadzona była internetowa sprzedaż tradycyjnych rogalików świętomarcińskich, których historia nawiązuje do zwyczaju pomagania potrzebującym. Dzięki organizatorom i partnerom akcji, którzy zrzekli się prowizji, całkowity dochód ze sprzedaży rogalików przekazany został na rzecz Stowarzyszenia Wspierania Transplantacji Szpiku i Onkologii Dziecięcej Dzieciaki Chojraki. Organizatorami inicjatywy były: sklep E-Torty.pl (**MyShop**), operator płatności online **PayU**, platforma logistyczna Bliska Paczka (**Sendit** Spółka Akcyjna) i serwis **Wykop.pl**. W ramach akcji uzyskano 77,5 tys. zł.



Provident Run to pierwszy firmowy bieg charytatywny w **Provident Polska**. Odbył się w 2018 roku w Lesie Łagiewnickim w Łodzi. W biegu uczestniczyło 300 osób – pracownicy, znani sportowcy oraz dzieci pracowników i podopieczni Świątlicy Środowiskowej z Łodzi, które wzięły udział w Biegu Super Bohaterów. Biegacze oraz zawodnicy nordic walking mieli do pokonania dystans 5,5 km, a dzieci 300 m. Cały dochód z biegu (30 tys. zł) został przekazany na potrzeby podopiecznych łódzkiej Fundacji Gajusz.



Firma **Rödl & Partner** w ramach **wolontariatu pracowniczego** bierze udział m.in. w akcjach charytatywnych Szlachetna Paczka, Wielka Draka dla Dzieciaka oraz Fundacja Polska Jutra.



Konkurs grantowy „GOZpodarne wyzwanie” skierowany był do organizacji pozarządowych zarejestrowanych na terenie miast partnerskich Tygodnia Gospodarki Obiegu Zamkniętego: Warszawy, Łodzi, Poznania, Katowic i Gdańska. Jego celem była promocja idei GOZ, zachęcanie do podejmowania aktywnych działań zgodnych z GOZ, kształtowanie świadomości oraz wspieranie lokalnych inicjatyw na rzecz gospodarki cyrkularnej. Jednym z głównych kryteriów oceny projektów było nawiązywanie lokalnych partnerstw i realizacja działań uwzględniająca maksymalnie dużą liczbę odbiorców. Każda z 10 wyróżnionych organizacji pozarządowych otrzymała grant w wysokości 2,5 tys. zł na realizację zgłoszonego pomysłu. Konkurs został zorganizowany w partnerstwie CSR Consulting i **Stena Recycling**.



UPS Polska już od 12 lat wspiera **Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy**. W ramach współpracy, UPS jest partnerem logistycznym fundacji, a pracownicy firmy angażują się na zasadzie wolontariatu w projekty organizowane przez fundację, takie jak: Wielki Finał, program „Ratujemy i Uczymy Ratować”, Pol'and'Rock Festival, kampania „Stop Powodziom” oraz we wsparcie ośrodka szkoleniowego w miejscowości Szadowo-Młyn. W 2018 roku ponad 200

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

wolontariuszy przygotowało do wysyłki zestawy niezbędne do przeprowadzenia styczniowego Finału, spakowało kilka tysięcy przesyłek zawierających ponad 180 tys. puszek, przeszło 10 tys. plakatów oraz serduszka.



MAKRO Polska podjęło wyzwanie zminimalizowania marnowania jedzenia na etapie dystrybucji, postanowiło też edukować klientów, dlatego nawiązało **współpracę z Bankami Żywności**. Żywność trafia m.in. do osób z niepełnosprawnością, bezdomnych, wychowanków domów dziecka, podopiecznych domów samotnej matki, a także rodzin znajdujących się w trudnej sytuacji. W 2018 roku przekazano około 3,3 mln kg żywności, co według szacunków Banków Żywności jest równe z wydaniem 6,5 mln posiłków. Firma angażuje się również w kampanie społeczne mające na celu przekonać do pakowania i zabierania nieskończonego posiłku z restauracji, aby przeciwdziałać marnotrawstwu.



Platforma Charytatywni.allegro.pl od 2014 roku łączy zakupy online z dobroczynnością. **Allegro** poprzez licytacje wspiera organizacje pożytku publicznego. W 2018 roku podjęło współpracę z dziewięcioma fundacjami.



W ramach projektu „Dołącz do naszej paczki” firma **Allegro** stworzyła system pomocy Szlachetnej Paczce online. Na stronie Szlachetnapaczka.allegro.pl zamieszczano listę 130 rodzin z województwa lubelskiego wraz z historią każdej z nich oraz wykaz 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 produkty. W akcji wzięło udział 12 442 użytkowników.



Carrefour od lat wspiera **Fundację „Pomoc Transportowcom”**. Fundacja prowadzi działania na rzecz osób z niepełnosprawnością, w wieku emerytalnym i rodzin będących w trudnej sytuacji materialnej. Centrala firmy od kilku lat przekazuje organizacji produkty na spotkania dla podopiecznych organizowane z okazji Wielkanocy i świąt Bożego Narodzenia. W 2018 roku firma przekazała produkty spożywcze o wartości ponad 21 tys. zł dla przeszło 750 podopiecznych.



Firma **Cognifide Polska** w ramach **Diversity & Inclusion@ Cognifide** wspiera lokalne społeczności

poprzez korzystanie ze społecznie odpowiedzialnych usług. Od czterech lat świąteczne kartki pocztowe, które firma wysyła, przygotowywane są przez podopiecznych Warsztatów Terapii Zajęciowej, prowadzonych przez Stowarzyszenie Na Tak. W minionym roku pracownicy utworzyli drużynę, która brała udział w charytatywnych meczach piłki nożnej – dochód przeznaczony został na walkę z nowotworami. Firma wspiera też inicjatywy, takie jak Rails Girls i Girls Who Test, zachęcające dziewczyny do programowania.



Fiat Chrysler Automobiles po raz trzeci był **partnerem strategicznym Kongresu Kobiet**.

Firma wsparła przedsięwzięcie również merytorycznie.



Media Grupy Agora wspierają **WOŚP**. Aukcje **Grupy Agora**, które cieszyły się największą popularnością podczas 26. Finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, to spacer po Puszczy Białowieskiej z Adamem Wajrakiem (20 200 zł), prenumerata „Gazety Wyborczej” na 100 lat i o jeden dzień dłużej (11 tys. zł) oraz wystąpienie na żywo na antenie TOK FM (8100 zł). Portal Gazeta.pl wirtualnej puszczy na Siewomaga.pl zebrał prawie 98 tys. zł.



Grupa Raben w ramach **współpracy z Bankami Żywności** wspiera firmy w zakresie organizacji darmowych transportów składowanych towarów. Realizuje także charytatywne transporty w bezpośredniej współpracy z Federacją Banków Żywności. Od 2015 roku przewiezionych zostało nieodpłatnie ponad 12 tys. palet, czyli ponad 7 tys. ton żywności, co można przeliczyć na około 3 mln wydanych posiłków.



W 2018 roku **Henkel Polska** wspólnie z firmą Kaufland przeprowadził trzecią edycję akcji dobroczynnej **Kupujesz – Pomagasz!**, z której część dochodu została przeznaczona na potrzeby Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Każdy, kto między 23 sierpnia a 3 września kupił w jednym ze sklepów Kaufland produkty marek należących do firmy Henkel, przyczynił się do wsparcia podopiecznych Stowarzyszenia SOS. W akcji na rzecz Stowarzyszenia SOS i edukacji podopiecznych przekazano kwotę 50 tys. zł.



Jeronimo Martins Polska przekazuje żywność **Organizacjom Pożytku Publicznego**. Nadwyżki ze sklepów Biedronka kierowane są do organizacji pomocowych, w tym



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

do 29 organizacji w ramach programu Spizarnia Caritas, 8 oddziałów Stowarzyszenia Pomocy Bliźniemu „Mar-Kot” oraz 27 banków Federacji Polskich Banków Żywności. Według szacunków z końca 2018 roku: ponad 1 tys. sklepów regularnie przekazywało nadwyżki żywności. Trafily one do 27 tys. potrzebujących w całej Polsce, a wartość przekazanych produktów wyniosła 54 mln zł.



Biuro Tłumaczeń **KONTEKST** zaangażowało się we **wsparcie Polskiej Akcji Humanitarnej** poprzez nieodpłatne tłumaczenie dokumentów wykorzystywanych w bieżących działaniach organizacji. W ramach współpracy zrealizowano kilkaset projektów o wartości ponad 100 tys. zł.



Program coachingowy dla liderów społecznych „Dwa sektory – jedna wizja” to wymiana wiedzy i inspiracji między liderami biznesu i liderami społecznymi. W ośmiu jego edycjach wzięło udział 131 liderów społecznych i 57 wolontariuszy z **PwC**. W dziewiątej edycji w projekt zaangażowało się 20 liderów społecznych oraz 18 coachów z firmy.



Pomagamy jak umiemy to program skierowany do organizacji społecznych działających lokalnie. Jednym z jego założeń jest, że to pracownicy drogerii Rossmann proponują, jakim organizacjom w ich regionie chcieliby pomóc. Do końca 2018 roku **Rossmann SDP** przekazał darowizny 222 organizacjom na kwotę 5 mln zł. Rossmann przekazuje darowizny rzeczowe, natomiast o tym, jakie produkty znajdują się w takiej darowiznie, decyduje sama organizacja.



T-Mobile Polska przekazuje finansowe wsparcie na cele statutowe w ramach **współpracy z Fundacją „Akogo?”** Ewy Błaszczyk, a także zapewnia stałe łącze internetowe na terenie należącej do fundacji kliniki Budzik.



Program Grantów wspiera inicjatywy organizacji pozarządowych, jednostek samorządu terytorialnego, instytucji kultury i organizacji religijnych, które są zbieżne z celami statutowymi fundacji i działaniami CSR **Totalizatora Sportowego**. Współpraca przybiera różne formy, począwszy od darowizn finansowych, poprzez darowizny rzeczowe, aż po zaangażowanie wolontariuszy-pracowników Totalizatora Sportowego.



Powołana przez **Totalizator Sportowy** Fundacja LOTTO postanowiła potężyć możliwość zdobycia przez organizacje pozarządowe finansowania na swoje projekty

z zaangażowaniem społeczności lokalnych w inicjatywy na rzecz upowszechnienia uprawiania sportu przez społeczności lokalne. W drugim etapie inicjatywy **odLOTTOwa jazda** 10 organizacji, na rzecz których zostało przejechanych na rowerze najwięcej kilometrów, otrzymało dofinansowanie na zgłoszone przez siebie projekty.



WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI

Agro Ambasadorzy to pierwszy w Polsce program ambasadorski **BASF Polska** skierowany do studentów uczelni rolniczych. Celem inicjatywy jest szerzenie wiedzy o innowacjach, bezpiecznym stosowaniu środków ochrony roślin i zrównoważonym rolnictwie. Projekt ma charakter długofalowy, budując trwałe partnerstwo w zakresie edukacji studentów pomiędzy biznesem a środowiskiem akademickim. Partnerami programu są: Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie oraz Centrum UNEP GRID Warszawa.



Małopolska Science Fund Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych uruchomiony przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego** będzie inwestować w projekty B+R pozyskiwane na wczesnym etapie ich rozwoju. Projekty te pozyskiwane będą z AGH, a w późniejszym terminie również z innych jednostek naukowych. Do 2021 roku kapitalizacja funduszu wyniesie minimum 20 mln zł. Z budżetu Agencji będzie pochodzić 80% kapitału, a 20% – z Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie.



Adamed Pharma został partnerem strategicznym kierunku studiów podyplomowych **Studia Drug Discovery & Development** na Uniwersytecie Jagiellońskim. Studia prowadzone są od roku akademickiego 2018/2019 na Wydziale Farmaceutycznym Collegium Medicum UJ. Kierunek ten to oferta dla osób, które chcą kontynuować naukę, koncentrując się na aspektach identyfikacji i opracowywania nowych leków. Celem studiów jest przygotowanie wysokiej klasy specjalistów łączących zaawansowaną wiedzę teoretyczną z zakresu pracy nad lekiem z umiejętnościami praktycznymi. Adamed wspiera nowy kierunek studiów poprzez udział w kształtowaniu programu, wykłady kluczowych specjalistów, a także organizację staży dla najlepszych studentów.



Firma **CCC** uruchomiła program **Ambasador marki CCC** kierowany do studentów lokalnych uczelni, który polega na budowaniu wizerunku CCC jako pracodawcy, publikowaniu informacji o CCC, przeprowadzaniu wśród studentów kon-

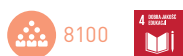
kursów oraz ankiet, dbaniu o współpracę pomiędzy firmą a uczelnią.



Celem **Programu kształcenia dualnego-praktycznego** jest pozyskanie przez **Grupę Enea** odpowiednio wykształconych nowych pracowników. Program studiów obejmuje niezbędny zakres wiedzy teoretycznej zdobywanej w trakcie wykładów, ćwiczeń i laboratoriów/warsztatów na Politechnice Poznańskiej, przeplatających się z okresami odbywania zajęć praktycznych, laboratoryjnych i projektowych w firmie. Wyróżniający się studenci będą mieli szansę na zdobycie po studiach pracy w Grupie Enea.



Celem **projektu edukacyjnego Artysta-Zawodowiec** realizowanego przez **ING Bank Śląski** jest wzbogacenie programu studiów artystycznych, skupionych na kwestiach formalnych i warsztatowych, w niezbędną studentom praktyczną wiedzę o tym, jak faktycznie funkcjonuje świat sztuki i jak poradzić sobie w zawodzie artysty na co dzień. Przedsięwzięcie obejmuje całoniedziowy cykl wykładów dotyczących mechanizmów działania rynku sztuki i praktycznych aspektów zawodowej pracy artysty. Zaproszeni wykładowcy to specjaliści z dziedziny sztuki współczesnej: artyści, właściciele galerii, pracownicy instytucji artystycznych, krytycy sztuki, kuratorzy oraz historycy sztuki. Projekt odbył się dotąd dwa razy: w 2017 i 2018 roku. Został zrealizowany na ośmiu publicznych uczelniach artystycznych (w Gdańsku, Katowicach, Krakowie, Poznaniu, Szczecinie, Toruniu, Warszawie i we Wrocław). Zarejestrowano 1002 uczestników, frekwencja na zajęciach wynosiła ponad 80%.



Program doktoratów wdrożeniowych realizowany przez firmę **Polpharma** skierowany jest do osób rozpoczynających studia doktoranckie. Celem inicjatywy jest stworzenie doktorantom możliwości kształcenia w ścisłej współpracy z zatrudniającym ich przedsiębiorcą lub podmiotem biznesowym. Doktorant, pracując pod opieką dwóch opiekunów, naukowego i przemysłowego, ma za zadanie rozwiązać technologiczny problem, z jakim boryka się firma. Podstawą wszystkich prac doktorskich realizowanych w ramach studiów doktoranckich objętych projektem „Doktoraty wdrożeniowe” są prace eksperymentalne. W 2018 roku do programu zakwalifikowało się 11 doktorantów. Doktoraty realizowane są we współpracy z Gdańskim Uniwersytetem Medycznym i Uniwersytetem Warszawskim.



Roche Polska w ramach programu społecznego **Nauka ratuje życie** w 2018 roku zaangażował się w wiele inicjatyw, których celem jest rozwój nauki, by skuteczniej ratować ludzkie życie. Firma podjęła współpracę z Uniwersytetem Warszawskim w ramach Inkubatora UW. Realizuje programy: BioMed Academy (jego celem jest rozwój pomysłów i interdyscyplinarnych projektów z obszarów biotechnologii, farmacji, medycyny i bioinformatyki) oraz Skillsbox (pojedyncze szkolenia z konkretnych zagadnień, na które mogą zapisać się wszyscy studenci), a także doktoraty wdrożeniowe, gdzie specjaliści z Roche Polska wspólnie z naukowcami Uniwersytetu Medycznego w Łodzi poszukują nowych rozwiązań wspierających zrównoważony rozwój opieki zdrowotnej. Firma współpracuje z Polskim Ośrodkiem Rozwoju Technologii z Wrocławia na rzecz rozwoju biotechnologii i profilowania genomowego w Polsce, których beneficjentem będą polscy pacjenci.



Rödl & Partner realizuje **działalność edukacyjną dla studentów**. Firma zaangażowała się w wykłady dla studentów, Polsko-Niemieckie Seminarium Prawa Podatkowego, Ogólnopolską Konferencję Podatkową ELSA Poland, Dni Kariery AIESEC, Targi pracy i praktyk Kampus Kariery, Ogólnopolską Konferencję „Bezpieczne podatki, czyli prawno-gospodarcza problematyka oszustw podatkowych” oraz organizowała płatne praktyki i staże dla studentów we wszystkich oddziałach w Polsce.



Firma **Sanofi** podjęła **współpracę z Uniwersytetem Rzeszowskim** w celu podniesienia efektywności działań prowadzonych w obszarach naukowym, dydaktycznym, edukacyjnym oraz promocyjnym. Strony przyjęły następujące priorytety: wymiana dobrych praktyk i doświadczeń, a także współpraca w zakresie wykorzystania potencjału laboratoryjnego Zakładu Produkcyjnego Sanofi w celach dydaktycznych, w zakresie działalności promocyjnej oraz komercjalizacji badań naukowych oraz w zakresie podnoszenia kwalifikacji i umożliwienia nabywania doświadczenia studentom Uniwersytetu Rzeszowskiego.



Rozwój nowoczesnych technologii sprawił, że w ostatnich latach sektor hazardowy uległ znacznym przeobrażeniom. W Polsce w 2017 roku zmieniły się regulacje prawne dotyczące hazardu, przez co zwiększa się liczba legalnie działających podmiotów. W 2018 roku Akademia Leona Koźmińskiego uruchomiła nowy kierunek **studiów podyplomowych: zarządzanie na rynku gier losowych i zakładów sportowych** objęte patronatem **Totalizatora Sportowego**. Program studiów to innowacyjny w skali europejskiej projekt edukacyjny, który daje możliwość pogłębienia tematu od strony zagadnień



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ekonomicznych oraz menedżerskich, ale również na płaszczyźnie dotyczącej prowadzenia odpowiedzialnego społecznie biznesu.



W wyniku współpracy Grupy **CCC** z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu powstał w ramach **studiów podyplomowych** kierunek: zarządzanie rozwojem sprzedaży i ekspansją zagraniczną. Zajęcia na trwających dwa semestry studiach prowadzone są przez wykładowców Uniwersytetu Ekonomicznego oraz członków Zarządu i kadre menedżerską Grupy CCC. Absolwenci studiów podyplomowych mają szansę na zatrudnienie w spółkach Grupy.



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 ramach **współpracy partnerskiej z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu** eksperci **Credit Agricole Bank Polska** prowadzą wykłady i warsztaty dla studentów. Celem jest przekazanie praktycznej, biznesowej wiedzy studentom uczelni. Wspólne działania pozwalają na umiejętność dostosowanie wymogów rozwijającego się biznesu do potrzeb młodych ludzi wchodzących w dorosłe życie.



Maksymalni – cykl wydarzeń dla studentów to zmieniona formuła projektu „Świeża krew do pierwszej pracy”. Pracownicy **Credit Agricole Bank Polska** i doradcy zewnętrzni podczas spotkań na uczelniach pomagają studentom poznać swoje mocne i słabe strony.



Spółki Grupy **Fiat Chrysler Automobiles** corocznie przesyłają uczelni listę zagadnień, które następie 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. Konkurs o **Nagrodę FCA** realizowany jest w partnerstwie z Politechniką Warszawską, Politechniką Śląską w Gliwicach, Akademią Techniczno-Humanistyczną w Bielsku-Białej oraz Centrum Badawczym Fiata. W 2018 roku w konkursie nagrodzono 13 prac.



Konkurs grantowy „Wakacje z matematyką”, realizowany przez fundację korporacyjną **mBanku** – mFundację – zapewnia finansowanie projektów upowszechniających matematykę i pokazujących jej przydatność w codziennym życiu poprzez zapewnienie dzieciom atrakcyjnej formy spędzania wakacji w mieście. W 2018 roku konkurs odbył się w sześciu największych miastach Polski. Granty w wysokości do 5 tys. zł otrzymało 13 beneficjentów. W wakacyjnych zajęciach wzięło udział ponad 700 dzieci i młodzieży.



Mostostal Warszawa od kilkunastu lat prowadzi **działalność badawczo-rozwojową we 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, np. opracowanie technologii i budowa mostu z kompozytów FRP. Spółka utworzyła również zespół ds. BIM. Inżynierowie BIM badają możliwości wykorzystania tej technologii w budownictwie m.in. pod kątem bezpieczeństwa.



Młodzi Innowacyjni dla PGNiG to konkurs przeznaczony dla studentów, doktorantów oraz młodych naukowców, mający na celu wyszukanie innowacyjnych projektów i pomysłów na obszary działalności **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa**. W 2018 roku odbyła się czwarta edycja konkursu Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa. Podczas wszystkich edycji napłynęło ponad 100 wniosków konkursowych.



Od 2007 roku **Provident Polska** prowadzi program **Kultura dzielenia się wiedzą**, który obejmuje wykłady dla studentów z różnych obszarów biznesowych. Eksperti – pracownicy firmy dzielą się wiedzą i doświadczeniem z młodzieżą akademicką. W 2018 roku Provident był partnerem projektu Drogowskazy Kariery realizowanego przez NZS. Spotkania dla studentów obejmowały m.in. zagadnienia związane z umiejętnościami prezentacyjnymi, sztuką argumentacji, a także procesem rekrutacji. Szkolenia odbyły się m.in. we Wrocławiu, w Rzeszowie i Poznaniu.



W ramach programu wsparcia **Santander Universidades**, **Santander Bank Polska** angażuje się finansowo i merytorycznie w inicjatywy podnoszące kompetencje młodych osób wchodzących na rynek pracy. Obecnie bank współpracuje z 57 polskimi uczelniami. Placówki Relacyjne SU funkcjonują na 11 uczelniach w Polsce. Pracownicy banku angażują się w działania społeczności akademickiej, spotykają się z władzami uczelni i organizacjami studenckimi.



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO

Hestia objęło patronat nad specjalnością: **eksploracja danych w finansach i ubezpieczeniach** na Wydziale Matematyki Uniwersytetu Gdańskiego. Firma włącza się w opiniowanie programu studiów oraz prowadzenie zajęć. Najzdolniejszym studentom proponowane są staże, a następnie praca w obszarach analitycznych firmy. We wcześniejszym raporcie praktyka była opisana jako modelowanie matematyczne i analiza danych na Wydziale Matematyki Uniwersytetu Gdańskiego.



Przedstawiciele **SumiRiko Poland** w ramach **współpracy z uczelniami** wygłaszają prelekcje dla studentów. Prezentacje dotyczą sposobów organizacji stanowisk pracy oraz metod i technik rozwiązywania problemów w branży motoryzacyjnej. Część wykładów poświęcona jest narzędziom zarządzania oraz organizacji procesów produkcyjnych. Teoria poparta jest praktycznymi przykładami zaczerpniętymi z codziennej pracy.

**Volkswagen Motor Polska współpracuje**

ze szkołami wyższymi (np. Politechniką Wrocławską i Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu). Studenci otrzymują informacje o prowadzonych rekrutacjach, tworzonych ścieżkach rozwoju kariery oraz profilach poszukiwanych pracowników. Program umożliwia prowadzenie wspólnych prac badawczo-rozwojowych, a także tworzenie prac dyplomowych odpowiadających na bieżące zapotrzebowanie firmy.



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

WYBRANE ARTYKUŁY 2018 R.

Łączna liczba artykułów podejmujących tematykę odpowiedzialnego biznesu i powiązane z nią zagadnienia:

70 332

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2018 r.

Frazy monitorowane przez Instytut Monitorowania Mediów dla Forum Odpowiedzialnego Biznesu: zrównoważony rozwój, odpowiedzialny biznes, etyka biznesu, wolontariat pracowniczy, społeczna odpowiedzialność, zarządzanie różnorodnością. Od 2017 roku liczba artykułów podawanych w raporcie obejmuje również internet.

Photo by Adeolu Eletu on Unsplash

JAWNOŚĆ PŁAC POPŁACA

W polskich firmach jawność wynagrodzeń pracowników spotyka się rzadko. Przybywa jednak przedsiębiorstw, które ją wprowadzają i potem widzą, że naprawdę było warto. *Arkadiusz Pomorski („My Company Polska”, 1.01.2018)*

W POSZUKIWANIU RÓWNOWAGI. PO CO NAM WORK-LIFE BALANCE I JAK GO OSIĄGNAĆ?

Na to pytanie można odpowiedzieć filozoficznie – generalnie jako istoty ludzkie potrzebujemy równowagi. Z punktu widzenia pracodawcy dbanie o równowagę się po prostu opłaca. *Anna Osuchowska (Focus.pl, 5.01.2018)*

FUNDACJA KORPORACYJNA – NARZĘDZIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI FIRMY

Niezwykła uniwersalność i możliwość dostosowania do potrzeb firmy – fundatora sprawia, że mogą one być doskonałym uzupełnieniem działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Nie uczynią jednak firmy społecznie odpowiedzialną. *Tadeusz Joniewicz, Karol Krzyczkowski („As Biznesu”, 1.02.2018)*

WALKA KONKURENCYJNA OPARTA NA MISJI SPOŁECZNEJ

Niektóre marki mają misję społeczną wbudowaną w model biznesowy od samego początku działalności. Należą do nich: producent sprzętu turystycznego Patagonia, producent obuwia i dodatków

TOMS, producent okularów Warby Parker oraz producent środków czyszczących Seventh Generation. *Omar Rodriguez-Vila, Sundar Bharadwaj („Harvard Business Review Polska”, 1.02.2018)*

BIZNES MOŻE POMÓC W WALCE O BEZPIECZNE DROGI W POLSCE

Firmy coraz mocniej angażują się w projekty społeczne. Rzadko jednak wybierają te związane z poprawą bezpieczeństwa na drogach. Tymczasem mogłyby istotnie pomóc w ograniczeniu liczby wypadków i ofiar na polskich drogach. *Agnieszka Niewińska (Brd24.pl, 5.02.2018)*

ETYCZNE ZACHOWANIE TO NIE TO SAMO CO PRZESTRZEGANIE REGULACJI

Ułynęła już dekada od globalnego kryzysu finansowego, a sektor finansowy wciąż ma fatalną reputację. Z ostatnich badań Edelmanna wynika, że spośród pięciu istotnych sektorów gospodarki finansowej cieszą się najmniejszym zaufaniem społeczeństwa. *Z Paulem H. Dembinskim rozmawiał Grzegorz Siemionczyk („Parkiet”, 26.02.2018)*

LUZKI PROBLEM W ŁAŃCUCHU DOSTAW

Kupując kolejną rzecz, zwykle nie zastanawiamy się nad tym, czy jej wyprodukowanie mogło mieć związek z łamaniem przez kogoś praw innych osób. Co więcej, mimo iż trudno byłoby posądzić klientów o świadome wspieranie łamania praw człowieka, jednak rzeczywistość gospodarcza w XXI wieku i podejście do społecznych aspektów zarządzania łańcuchami dostaw nadal pozostawiają wiele do życzenia. *Agata Rudnicka („Parkiet”, 28.02.2018)*

BANK ODPOWIEDZIALNY SPOŁECZNIE

W inwestycjach jest zysk. Bank może zyskać więcej – nie tylko w oczach klientów, lecz również całego rynku – gdy do sprawnego zarządzania pieniędzmi dotoży jeszcze jeden ważny element – zaangażowanie społeczne. *Łukasz Chtociński („Sieci”, 5.03.2018)*

WAŻNY ELEMENT KOMUNIKACJI Z INTERESARIUSZAMI

W raporcie zintegrowanym nie chodzi o proste przedstawienie w jednym dokumencie informacji finansowych i niefinansowych. Przede wszystkim polega to na pokazaniu konkretnych zależności między czynnikami niefinansowymi a wartością spółki. *Anita Błaszczak („Rzeczpospolita”, 20.03.2018)*

MILLENNIALSI WOLĄ PRACOWAĆ Z DOMU I MIEĆ CZAS NA ŻYCIE PRYWATNE. TO MIT CZY REALNY KŁOPOT DLA KORPORACJI?

Ludzie sukcesu czy przegrana generacja prekariuszy pracujących na śmieciówkach? Jaka jest prawda o młodych pracownikach? *Artur Patrzył (Dziennik.pl, 25.03.2018)*

BIZNES CORAZ BARDZIEJ ODPOWIEDZIALNY

Zaczyna się od dbania o pracowników i ich rodziny, a kończy na trosce o środowisko. Coraz więcej firm podkreśla,

że w ich działaniach chodzi o coś więcej niż tylko ekonomiczny zysk. *Marzena Strzelczak („Gazeta Wyborcza”, 27.03.2018)*

ZMIERZYĆ RÓŻNORODNOŚĆ

Najczęściej spotykanym podejściem do oceny różnorodności i inkluzji jest monitorowanie wskaźników bezpośrednio lub pośrednio opisujących różnorodność. Są one oparte na danych pochodzących ze struktury zatrudnienia czy z wynagrodzeń i awansów. *Tomasz Dąbrowski („Personel Plus”, 1.04.2018)*

ODPOWIEDZIALNI PREZESI W KLUBIE PRZYWÓDCÓW

Zarządzanie i CSR, czyli społeczna odpowiedzialność firm, rzadko jest przedmiotem dyskusji top menedżerów. Forum Odpowiedzialnego Biznesu zamierza to zmienić. *Anita Błaszczak („Rzeczpospolita”, 16.04.2018)*

ZŁY PESEL

Starzy na lewo, młodzi na prawo. Czy podział ten zastarzeje się wraz z rynkiem pracy, co czeka nas już wkrótce? *Małgorzata Fiejdasz-Kaczyńska („Coaching”, 01.05.2018)*

WARTOŚĆ RÓŻNORODNOŚCI

Kapitał ludzki, wygrana w tzw. „wojnie o talenty” i przywództwo będą decydować o przyszłych sukcesach nie tylko firm technologicznych czy doradczych, ale praktycznie wszystkich branż. *Marzena Strzelczak („Gazeta Prawna”, 15.05.2018)*

USTALANIE PRIORYTETÓW I PORZĄDKOWANIE ZADAŃ

Współpraca i partnerstwo na rzecz inicjatyw społeczno-biznesowych, dbanie o wizerunek, lepsze zarządzanie pracownikami, poprawa relacji z klientami i partnerami biznesowymi oraz ochrona środowiska – na tym koncentrują swoje działania firmy w obszarze odpowiedzialnego biznesu. *Rafał Rudzki („Polityka”, 23.05.2018)*

ODPOWIEDZIALNOŚĆ BUDUJE MARKĘ PRACODAWCY

W dobie mediów społecznościowych wszelkie potknięcia ze strony organizacji natychmiast wychodzą na światło dzienne. Przykładów spektakularnych porażek wizerunkowych korporacji jest wiele i często są one związane z sytuacją, w której zysk firmy nie szedł w parze z troską o interesariuszy. *Joanna Socha („Harvard Business Review Polska”, 1.06.2018)*

CO ZAWDZIĘCZAMY MILLENNIALSOM?

Zawdzięczamy im, my, ikсы, konieczność zmiany postawy i zachowania. I im szybciej starsi menedżerowie się z tym pogodzą, tym stabilniejsza będzie sytuacja w firmach, zwłaszcza że za trzy lata przedstawiciele pokolenia Y stanowią będą 75 proc. wszystkich pracowników. *Magdalena Malicka („Benefit”, 1.06.2018)*

CAUSE RELATED MARKETING

O społecznej odpowiedzialności biznesu mówi się coraz częściej. CSR stwarza przedsiębiorcom możliwość zaangażowania się w działania na rzecz otoczenia społecznego na zasadzie wygrany-wygrany. Jednym z elementów CSR jest cause related marketing (CRM), czyli marketing społecznie zaangażowany. *Sylvia Drzymala („Beauty Forum”, 1.06.2018)*

JAWNOŚĆ WIDZĘ, JAWNOŚĆ!

W Polsce pomysł, by ujawniać listy płac, budzi gwałtowne emocje, zwykle negatywne. Tymczasem w wielu krajach uważa się, że jest to lek na wiele bolączek rynku pracy. *Małgorzata Fiejdasz-Kaczyńska („Coaching”, 01.07.2018)*

ODPOWIEDZIALNI W KAŻDYM OGNIWIE ŁAŃCUCHA DOSTAW

Kiedy cały świat ekscytował się wynikami mistrzów świata w piłce nożnej, mało kto wiedział, że główni sponsorzy tego wydarzenia – popularne firmy obuwnicze – nie zapewniają godnej płacy pracownikom i pracownikom w swoich łańcuchach dostaw. *Katarzyna Mróz („Logistyka a Jakość”, 01.07.2018)*

NIE CHODZI O DZIAŁANIA INCYDENTALNE

Choć filozofię społecznej odpowiedzialności rozwijają głównie duże firmy, w ostatnich latach coraz więcej małych i średnich zaczyna zwracać uwagę na ten aspekt biznesu. *Dorota Kaczyńska („Puls Biznesu”, 27.07.2018)*

Z PAMIĘTNIKA WOLONTARIUSZA, CZYLI JAK FIRMA MOŻE WSPIERAĆ WOLONTARIAT PRACOWNICZY

Idea społecznej odpowiedzialności biznesu nie budzi sprzeciwu ani kontrowersji. Wszystkim łatwo zgodzić się z twierdzeniem, że organizacje biznesowe powinny kierować się nie tylko kryterium zysku. *Marcin Pawłowski („Personel Plus”, 1.08.2018)*

PRASA

TÊTE-À-TÊTE Z CSR-EM

Spoleczna odpowiedzialność biznesu (ang. Corporate Social Responsibility – CSR) nie jest jedynie nadprogramowym działaniem firmy czy szlachetnym gestem wielkich korporacji, które finansową nadwyżkę chcą przeznaczyć na szczytny cel. Co więcej – CSR stał się konieczny. Ale jak wykorzystać jego potencjał? *Ewa Wojciechowicz („Personel Plus”, 1.09.2018)*

JEDEN ZESPÓŁ, KILKA POKOLEŃ

Chociaż w ogłoszeniach wiele firm nadal kusi karierą w młodym zespole, większość Polaków pracuje na co dzień z osobami w różnym wieku. To dodatkowo wyzwanie dla menedżerów. *Anita Błaszczak („Rzeczpospolita”, 10.09.2018)*

TEN ŚWIAT W BIZNESIE SIĘ KOŃCZY

Dziś już nie mówi: „Zróbcie tak, jak mówię, bo ja wiem lepiej”. Lider może liczyć tylko na swój osobisty autorytet oparty na fachowości. *Natalia Waloch („Gazeta Wyborcza”, 22.09.2018)*

MŚP UCZY SIĘ CSR-U

Wiele inicjatyw CSR-owych potwierdza fakt, że koncepcja ta to wciąż domena dużych firm. Podejście strategiczne, długotrwałe, połączone z raportowaniem danych niefinansowych zamyka się w obrębie kilkuset podmiotów w Polsce. Pozostaje pytanie o wymiar społecznej odpowiedzialności wśród pozostałych, spośród których małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią 99% firm. *Agnieszka Siarkiewicz („Firmer”, 1.10.2018)*

CO MOTYWUJE BIZNES DO ZMIAN

Coraz bardziej zauważalne skutki zmian klimatu – jak ekstremalne zjawiska pogodowe, których efekty w postaci zniszczonych budynków, instalacji czy pól uprawnych nie pozostają bez wpływu na biznes – przekonują do wprowadzenia zmian. Wzrasta świadomość ekologiczna biznesu i zwiększa się zaangażowanie w działania, które mogą zapobiec takim zjawiskom lub przynajmniej ograniczyć ich zasięg. *Agnieszka Kłopotowska („Harvard Business Review Polska”, 1.10.2018)*

MĄDRZE PROWADZONE DZIAŁANIA PRZYNOSĄ FIRMIE WIELE KORZYŚCI

Działania CSR będą skuteczne i przyniosą zyski, jeśli będą spójnie z tym, co firma robi każdego dnia, i związane z jej podstawową działalnością i strategią biznesową. *Marzena Strzelczak („Rzeczpospolita”, 19.10.2018)*

ETYKA KAPITALIZMU

Ekonomia jest królową debaty publicznej, lecz nie powinna być oddzielona od etyki, zwłaszcza w XXI wieku. *Piotr Arak („Rzeczpospolita”, 22.10.2018)*

KIM JESTEŚ, LOHASIE?

W kontrze do kultury przesytu budują własną kulturę – umiarkowania. Żyć świadomie, ale bez większych wyrzeczeń. Czy lohasi zmienią świat? *Ewa Pluta („Newsweek Extra”, 1.11.2018)*

NAJWIĘKSZE NIERÓWNOŚCI SPOTYKAJĄ KOBIETY W POLSCE W ŻYCIU PUBLICZNYM

Gdy popatrzymy na wyniki badania Global Gender Gap Index mierzącego równość płci, to w Polsce sytuacja kobiet w obszarach, takich jak zdrowie, edukacja czy nawet pozycja kobiet na rynku pracy i wynagrodzeń, jest stosunkowo dobra. Natomiast na polu obecności kobiet w polityce mamy bardzo dużo do zrobienia, bo tu równość płci osiągnęliśmy zaledwie w 20 proc. *Z Marzeną Strzelczak rozmawiała Małgorzata Baran (Proto.pl, 14.11.2018)*

CO NAM DAJE CSR

CSR pozwala utrzymać wysoki poziom satysfakcji pracowników, a to z kolei przekłada się na ich zaangażowanie i mniejszą rotację w przedsiębiorstwach. A w rezultacie kreuje pozytywny wizerunek pracodawcy. *Agnieszka Siarkiewicz („Gazeta Wyborcza. Trójmiasto”, 27.11.2018)*

KOŁO ZAMIAST LINII

Gospodarka o obiegu zamkniętym może być ratunkiem dla naszej planety. Coraz lepiej rozumie to biznes (szczególnie duży) – kluczowy dla powodzenia całej sprawy, ale do przetomu jeszcze daleka droga. *Marek Szymaniak („My Company Polska”, 1.12.2018)*

WALKA O KLIMAT – WYZWANIA

„Single-use” – „jednorazowy” uznane zostało według redakcji słownika Collinsa za najbardziej popularne słowo w 2018 roku w Wielkiej Brytanii. Przymiotnik zrobił karierę dzięki przemawiającym do wyobraźni obrazom zanieczyszczonych oceanów, wysp śmieci i nafaszerowanych plastikiem ryb. *Marzena Strzelczak („Rzeczpospolita”, 3.12.2018)*

OD CZTERECH TYGODNI KOBIETY W UE PRACUJĄ ZA DARMO

Co gorsza, przez kolejne trzy i pół [tygodnia] też nie dostaną grosza za swoją pracę. Panowie w tym czasie zarabiają

normalnie. Tak wygląda luka płacowa w praktyce. *Bartosz Sendrowicz („Gazeta Wyborcza. Katowice”, 4.12.2018)*

CZAS REWOLUCJI

Transformacyjny CSR skupia się na identyfikacji i opanowaniu przyczyn źródłowych obecnego nie zrównoważonego i nieodpowiedzialnego działania, rewolucjonizując procesy, produkty i usługi *Wayne Visser (Kompedium CSR, 17.12.2018)*

NIE TYLKO ZYSKI!

Patrzanie na przedsiębiorstwo wyłącznie przez pryzmat zysku stanowi zbyt duże uproszczenie, a przez to jest wadliwe. Zysk jest bowiem narzędziem wykorzystywanym przez przedsiębiorstwo, ale nie jest i nie może być jego celem. *Paweł Śliwiński („Nasz Dziennik”, 19.12.2018)*

DOBROczynność NIE TYLKO OD ŚWIĘTA

Święta dają nam w prezencie – tym dobrym prezencie – motywację pracowników. Wykorzystajmy ją i nie pozwólmy wygasnąć po świętach. Wejście w nowy rok z tak zmotywowanymi pracownikami to świetna odskocznia do budowania kolejnych działań dobroczynnych. *Karol Krzyczkowski („Rzeczpospolita”, 21.12.2018)*

WYBRANE WYDARZENIA 2018 R.

Photo by rawpixel on Unsplash

KONFERENCJE, SEMINARIA, SPOTKANIA

02 10 lutego
**IX Bal Charytatywny
Gwiazdy Dobroczynności**
Warszawa
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
przyznało nagrodę Gwiazda
Dobroczynności Forum Odpowiedzialnego
Biznesu*

21 lutego
**Raportowanie
niefinansowe w Polsce
2018**
Warszawa
CSR Info

03 21 marca
**Inauguracja raportu
„W kierunku gospodarki
cyrkularnej –
rekomendacje rozwoju
i implementacji
praktycznych rozwiązań
dla biznesu”**
Warszawa
Instytut Innowacyjna Gospodarka,
Koalicja rECONomy

27 marca
**Ogłoszenie Listy
Najlepszych Miejsc Pracy
2018**
Warszawa
Great Place to Work
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem honorowym wydarzenia
odpowiedzialnybiznes.pl patronem
medialnym wydarzenia*

04 10 kwietnia
**Konferencja „SMART CITY –
założenia i perspektywy”**
Warszawa
SuccessPoint

KALENDARIUM

11 kwietnia
**Ogłoszenie 6. edycji raportu
Annual CSR Outlook**

Warszawa
CSRinfo, LPP

12 kwietnia
7. Targi CSR

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

12 kwietnia
**Ogłoszenie raportu
„Odpowiedzialny biznes
w Polsce 2017.
Dobre praktyki”**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

12 kwietnia
**Spotkanie: EU Talent –
narzędzia rozwojowe
dla małych i średnich
przedsiębiorstw**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

19-20 kwietnia
**Kongres Profesjonalistów
Public Relations**

Rzeszów
Newsline.pl, Ideo

05 14-16 maja
**X Europejski Kongres
Gospodarczy**

Katowice
Grupa PTWP SA

17 maja
**Forum Inspiracji –
w ramach Kampanii
17 Celów**

Warszawa
CSR Consulting
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym Kampanii
17 Celów*

21 maja
**Regionalne ogłoszenie
raportu „Odpowiedzialny
biznes w Polsce 2017.
Dobre praktyki”**

Gdańsk
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
ERGO Hestia

24 maja
**V Ogólnopolski Dzień
Różnorodności**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Bank Zachodni WBK, Siemens

06 6 czerwca
**Gala Finałowa XXI edycji
konkursu Dobroczynca
Roku**

Warszawa
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem konkursu
odpowiedzialnybiznes.pl patronem
medialnym wydarzenia*

16-17 czerwca
X Kongres Kobiet

Łódź
Stowarzyszenie Kongres Kobiet

26 czerwca
Laboratorium 17 Celów

Warszawa
CSR Consulting, Rekopol
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym Kampanii
17 Celów*

29 czerwca
**Konferencja
„Odpowiedzialny biznes
– odpowiedzialny rozwój.
Należyta staranność
w łańcuchach dostaw.
Standardy i praktyka”**

Warszawa
Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju

08 18 sierpnia
Targi Zero Waste

Gdańsk
Fundacja alter eko, Little Greenfinty

09 10 września
Laboratorium 17 Celów

Warszawa
CSR Consulting, Danone
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym Kampanii
17 Celów*

20 września
Laboratorium 17 Celów

Warszawa
CSR Consulting, Santander Bank Polska
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym Kampanii
17 Celów*

27 września
**Europejskie Forum
Nowych Idei**

Sopot
Konfederacja Lewiatan
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym wydarzenia*

27 września
Gala Lodotamacze 2018

Warszawa
Polska Organizacja Pracodawców
Osób Niepełnosprawnych

27 września
**Ekonomia wartości –
Wycena nieuchwytnego**

Bydgoszcz
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem honorowym wydarzenia*

10 9 października
**Spotkanie: EU Talent.
Business in Europe Hosting
Apprenticeships for Youth**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

18 października
**III Festiwal Filmów
Odpowiedzialnych
„17 Celów”**

Poznań
Fundacja Res Severa
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem honorowym wydarzenia
odpowiedzialnybiznes.pl patronem
medialnym wydarzenia*

18-19 października
Spotkanie: NPO's Meeting

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
CSR Europe

19 października
**XII gala konkursu
Raporty Społeczne**

Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Deloitte

20 października
XIII Kongres Obywatelski

Warszawa
Instytut Badań nad Gospodarką
Rynkową

22-26 października
**Tydzień Odpowiedzialnego
Biznesu**

Warszawa, Gdańsk, Kraków, Poznań,
Wrocław
CSRinfo
*odpowiedzialnybiznes.pl patronem
medialnym wydarzenia*

23 października
**Ekosystem Pozytywnego
Wpływu. Jak
przedsiębiorcy społeczni,
intraprzedsiębiorcy
i infraprzedsiębiorcy
naprawiają świat**

Warszawa
Little Greenfinty
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem honorowym wydarzenia
odpowiedzialnybiznes.pl patronem
medialnym wydarzenia*

23 października
**VII Forum Inicjowania
 Rozwoju**
 Gdańsk
 Fundacja Inicjowania Rozwoju
*Forum Odpowiedzialnego Biznesu
 partnerem wydarzenia
 odpowiedzialnybiznes.pl patronem
 medialnym wydarzenia*

25 października
**Konferencja: Gospodarka
 Obiegu Zamkniętego
 od teorii do praktyki**
 Warszawa
 RECONOMY

11

7 listopada
**VI Konferencja
 Nienieodpowiedzialni**
 Warszawa
 Fundacja Będę Kim Zechcę
*odpowiedzialnybiznes.pl patronem
 medialnym wydarzenia*

19 listopada
**Konferencja „100 lat
 praw wyborczych kobiet.
 PRACA, RODZINA,
 ROZWÓJ – perspektywa
 równych szans”
 Kongres Różnorodności**
 Warszawa
 Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
 Kongres Różnorodności

24 listopada
**Targi Zero Waste
 Warszawa 2018**
 Warszawa
 Fundacja alter eko, Little Greenfinity

27 listopada
**VI Konferencja Koalicji
 Prezesa – Wolontariusze**
 Warszawa
 Koalicja Prezesa – Wolontariusze
*odpowiedzialnybiznes.pl patronem
 medialnym wydarzenia*

28-30 listopada
**22. Międzynarodowy
 Kongres Ochrony
 Środowiska EVICON**
 Warszawa
 ABRYŚ

12

3-14 grudnia
**Szczyt klimatyczny ONZ
 2018**
 Katowice
 Organizacja Narodów Zjednoczonych

7 grudnia
**Gala Wręczenia
 Złotych Spinaczy**
 Warszawa
 Związek Firm Public Relations

14-15 grudnia
**II Kongres Praw
 Obywatelskich**
 Warszawa
 Rzecznik Praw Obywatelskich,
 Biuro Instytucji Demokratycznych
 i Praw Człowieka ODIHR

KALENDARIUM



K O N K U R S
Raporty Społeczne

KONKURS RAPORTY SPOŁECZNE 2018

LAUREACI KONKURSU
RAPORTY SPOŁECZNE 2018:

**NAGRODA GŁÓWNA
ZA RAPORT ZINTEGROWANY:
ORANGE POLSKA**

*Raport Zintegrowany 2017 Orange
Polska*

**NAGRODA GŁÓWNA ZA RAPORT
SPOŁECZNY:
CYFROWY POLSAT**

*Raport Niefinansowy Grupy Cyfrowy
Polsat 2016-2017*

**WYRÓŻNIENIE W KATEGORII
RAPORT ZINTEGROWANY:**

ING Bank Śląski

*Zintegrowany Raport Roczny
ING Banku Śląskiego 2017*

**WYRÓŻNIENIE W KATEGORII DEBIUT:
LPP**

*Poznajmy się lepiej. Raport
zintegrowany LPP za 2017 rok*

WYRÓŻNIENIE W KATEGORII DEBIUT:

MPWiK S.A. we Wrocławiu

*Raport Zrównoważonego Rozwoju
2016 -2017*

**NAGRODA MINISTRA INWESTYCJI I
ROZWOJU:**

Fundacja im. Doktora Piotra

Janaszka PODAJ DALEJ

*Drugi Raport Oddziaływania
Społecznego Fundacji im. doktora
Piotra Janaszka PODAJ DALEJ*

**NAGRODA GIEŁDY PAPIERÓW
WARTOŚCIOWYCH:**

Orange Polska

*Raport Zintegrowany 2017
Orange Polska*

**NAGRODA GŁÓWNA JURY
DZIENNIKARSKIEGO:**

Kompania Piwowarska

*Raport zrównoważonego rozwoju
za rok kalendarzowy 2017*

**WYRÓŻNIENIE JURY
DZIENNIKARSKIEGO:**

Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka

Śnieżka Raport Roczny 2017

**NAGRODA ZA NAJLEPSZY RAPORT
ORGANIZACJI POZABIZNESOWEJ:**

Fundacja im. Doktora Piotra

Janaszka PODAJ DALEJ

*Drugi Raport Oddziaływania
Społecznego Fundacji im. doktora
Piotra Janaszka PODAJ DALEJ*

Nagroda internautów:

Fundacja Hospicjum Onkologiczne

św. Krzysztofa

Pierwszy Raport Społeczny FHO

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. 12 edycja objęta była patronatem Ministerstwa Finansów, Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju, Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych, Federacji Konsumentów, Giełdy Papierów Wartościowych, Polskiej Izby Biegłych Rewidentów.



ranking
odpowiedzialnych
firm

**RANKING
ODPOWIEDZIALNYCH
FIRM W 2017 ROKU**

W 2018 roku odbyła się 12. edycja Rankingu Odpowiedzialnych Firm, czyli zestawienia, w którym największe firmy w Polsce oceniane są pod kątem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR). Wzięto w niej udział 70 organizacji. Ostateczna klasyfikacja ogłoszona została 15 czerwca. W czołówce rankingu – TOP 10 – znalazły się następujące firmy

(pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu):

1. Polpharma
2. Schenker Sp. z o.o.
3. **Polska Grupa Energetyczna**
4. **Bank BGŻ BNP Paribas**
4. **Coca-Cola HBC Polska**
5. ING Bank Śląski
5. Grupa Azoty
6. **Bank Zachodni WBK**
6. **CCC SA**
6. **Grupa LOTOS SA**
6. **Lafarge w Polsce**
6. **Carrefour Polska Sp. z o.o.**
6. **Tesco Polska**
6. **Grupa Raben**
7. Bank Millennium
7. Polskie Sieci Elektroenergetyczne SA
8. **Kompania Piwowarska SA**

8. Grupa VELUX

8. SITECH Sp. z o.o.

8. Orange Polska

9. Bank Gospodarstwa Krajowego

9. Danone Sp z o.o.

9. NUTRICIA Sp z o.o.

9. Żywiec Zdrój SA

9. Carlsberg Polska

9. Energa SA

9. Lubelski Węgiel Bogdanka SA

9. Skanska Property Poland

9. Philips Lighting Poland sp z o.o.

9. Caggemini

10. SumiRiko Poland Sp. z o.o.

10. CEMEX Polska Sp. z o.o.

Ranking Odpowiedzialnych Firm wskazuje również liderów branżowych w 5 kategoriach (poniżej wskazano 3 pierwsze miejsca w każdej kategorii).



LISTKI CSR TYGODNIKA POLITYKA

W 2018 roku odbyła się VII edycja Listków CSR POLITYKI. Ogłoszenie wyróżnionych firm miało miejsce 21 maja w siedzibie Tygodnika POLITYKA. Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte są partnerami merytorycznymi zestawienia. Pełne zestawienie wyników VII edycji Listków CSR na stronie www.polityka.pl/csr.

(pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu)

Złoty Listek CSR POLITYKI

(kolejność alfabetyczna)

Bank Zachodni WBK SA
CEMEX Polska Sp. z o.o.
Grupa Adamed
Grupa Raben
Orange Polska SA
Polpharma SA
PKN Orlen SA
Provident Polska SA
 Schenker Sp. z o.o.

(pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu).

Branżowy Lider Odpowiedzialnego Biznesu 2018: Bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy

1. Bank BGŻ BNP Paribas
2. ING Bank Śląski
3. Bank Zachodni WBK

Branżowy Lider Odpowiedzialnego Biznesu 2018: Dobra konsumpcyjna i farmacja

1. Polpharma
2. Coca-Cola HBC Polska
3. CCC SA

Branżowy Lider Odpowiedzialnego Biznesu 2018: Paliwa, energetyka, wydobywanie

1. Polska Grupa Energetyczna

Srebrny Listek CSR POLITYKI

(kolejność alfabetyczna)

ArcelorMittal Poland SA
Bank BGŻ BNP Paribas SA
 Bank Millennium SA
Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.
 Górażdże Cement SA
Grupa Enea
Grupa Lotos SA
 Grupa Nowy Styl
Grupa VELUX
 Grupa Żywiec SA
 ING Bank Śląski SA
Kompania Piwowarska SA
Lafarge w Polsce
Nestle Polska SA
 PCC EXOL SA
PGE Polska Grupa Energetyczna SA
 Polskie Sieci Elektroenergetyczne SA
 SITECH Sp. z o.o.
 Solaris Bus & Coach SA
 TAURON Polska Energia SA
 Volvo Polska

Biały Listek CSR POLITYKI

(kolejność alfabetyczna)

ABB Sp. z o.o.
 Agora SA
 ANG Spółdzielnia
 ANWIL SA
Bank Handlowy w Warszawie SA
 BASF Polska Sp. z o.o.
 Carlsberg Polska Sp. z o.o.

Carrefour Polska Sp. z o.o.

Cognifide Polska Sp. z o.o.
 Danone Sp. z o.o.
Fiat Chrysler Polska Sp. z o.o.
 Grupa Aviva
 GK Glaxosmithkline
 Pharmaceuticals SA
 Grupa Lubawa
 Hanplast Sp. z o.o.
 Idea Bank SA
Ikea Retail Sp. z o.o.
 Inter Cars SA
Jerónimo Martins Polska SA
 KGHM Polska Miedź SA
L'Oréal Polska Sp. z o.o.
 Lubelski Węgiel „Bogdanka” SA
 Mars Polska Sp. z o.o.
 Międzynarodowy Port Lotniczy
 im. Jana Pawła II Kraków-Balice
 Sp. z o.o.
 Mostostal Puławy SA
 Mostostal Warszawa SA
 NUTRICIA Polska Sp. z o.o.
 Pelion SA
 PKO Bank Polski SA
 Ronal Polska Sp. z o.o.
Grupa Sanofi w Polsce
STU ERGO Hestia SA
Tesco Polska Sp. z o.o.
 T-Mobile Polska SA
 Wawel SA
 Żywiec Zdrój SA

2. Grupa LOTOS SA

3. Polskie Sieci
 Elektroenergetyczne SA

Branżowy Lider Odpowiedzialnego Biznesu 2018: Produkcja przemysłowa

1. Grupa Azoty
2. Lafarge w Polsce
3. Grupa VELUX
 3. SITECH Sp. z o.o.

Branżowy Lider Odpowiedzialnego Biznesu 2018: Usługi, handel i transport

1. Schenker Sp. z o.o.
2. Carrefour Polska Sp. z o.o.
2. Tesco Polska
2. Grupa Raben
3. Orange Polska

Nowością w 12. odświeżeniu rankingu było przygotowanie listy „Startupów Pozytywnego Wpływu”, która prezentuje organizacje prowadzących działalność w ramach innowacyjnego modelu biznesowego generującego korzyści ekonomiczne i społeczne jednocześnie.

Od 2018 roku organizatorem ROF był Koźmiński Business Hub, natomiast partnerami merytorycznymi są Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Global Compact Network Poland. Za weryfikację odpowiada Deloitte, zaś partnerem medialnym jest Dziennik Gazeta Prawna. Autorami zestawienia są Profesor Bolesław Rok z Centrum Badań Przedsiębiorczości Pozytywnego Wpływu Akademii Leona Koźmińskiego oraz Jarostaw Horodecki, dziennikarz.

KALENDARIUM

WYBRANE BADANIA

AKTYWNI+ Praca w życiu, życie w pracy

Gumtree

Annual Survey of Sustainable Business Leaders

GlobeScan, BSR

CSR w praktyce – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej

Francusko-Polska Izba Gospodarcza

Delivering through diversity

McKinsey&Company

Edelman Trust Barometer

Edelman

Equal Lives

Business in the Community

Global Gender Gap Report

World Economic Forum

Global Human Capital Trends

Deloitte

Polacy wobec zmian klimatu

CBOS

State of the Profession

GreenBiz Group

Trackingowe badanie świadomości i zachowań ekologicznych mieszkańców Polski

Ministerstwo Środowiska

WYBRANE PUBLIKACJE

17 wyzwań dla Polski – 17 odpowiedzi. Co firmy w Polsce mogą zrobić dla realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju?

Form Odpowiedzialnego Biznesu

A picture of Poland. Statistics for SDGs

Główny Urząd Statystyczny

Analiza tematyczna: CSR-owiec, czyli kto?

Form Odpowiedzialnego Biznesu

Analiza tematyczna: Zarządzanie wiekiem i starzejące się społeczeństwo jako szanse dla biznesu

Form Odpowiedzialnego Biznesu

Etyka biznesu – wokół kluczowych zagadnień

Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju

How to Report on the SDGs: What Good Looks Like and Why It Matters

KPMG

Integrating the SDGs into Corporate Reporting: A Practical GuideGlobal Reporting Initiative, United Nations
Global Compact**Kampania 17 celów 2018: nowe idee. Przewodnik inspiracji pomysły na działania biznesu na rzecz celów zrównoważonego rozwoju**

CSR Consulting

Raport. Odpowiedzialny Biznes w Polsce 1918-1939. Dobre praktyki. Wydanie specjalne

Form Odpowiedzialnego Biznesu

Społeczna odpowiedzialność biznesu w stuleciu niepodległości Polski. Wkład etycznych przedsiębiorstw w umacnianie polskiej suwerenności gospodarczej

Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym

Sprawiedliwe Podejście do zrównoważonego rozwoju

Instytut Spraw Publicznych, Instytut Ekorozwoju, Fundacja im. Heinricha Bölla w Warszawie

The Role Of Business In Education And Training For Sustainable Development

Business Fights Poverty

Współpraca podmiotów biznesowych i organizacji pozarządowych: aspekty prawno-podatkowe

Deloitte

Wytyczne OECD dotyczące należytej staranności w zakresie odpowiedzialnych łańcuchów dostaw w sektorze tekstylny-odzieżowym i obuwniczym

Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju

Zamknięty obieg, otwarte możliwości. Perspektywy rozwoju gospodarki o obiegu zamkniętym w Polsce

Deloitte



Cel 1
41 praktyk

Wyliminować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie



Cel 2
31 praktyk

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



Cel 3
317 praktyk

Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt



Cel 4
351 praktyki

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



Cel 5
23 praktyki

Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt



Cel 6
18 praktyk

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



Cel 7
37 praktyk

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



Cel 8
214 praktyk

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



Cel 9
91 praktyk

Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność



Cel 10
91 praktyk

Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami



Cel 11
122 praktyk

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



Cel 12
175 praktyki

Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji



Cel 13
115 praktyk

Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom



Cel 14
8 praktyk

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



Cel 15
73 praktyk

Chronić, przywrócić oraz promować zrównoważone użytkowanie ekosystemów lądowych, zrównoważone gospodarowanie lasami, zwalczanie pustynnienia, powstrzymywanie i odwracanie procesu degradacji gleby oraz powstrzymać utratę różnorodności biologicznej



Cel 16
39 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
43 praktyk

Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalnego partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju

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 ekspercka, 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



WSPÓŁPRACA W POLSCE



12. edycja Konkursu Raporty Społeczne (współpraca z Deloitte)



VII edycja Listków CSR POLITYKI (Organizatorem jest Tygodnik Polityka, partnerami Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte).



XII Ranking odpowiedzialnych firm 2018 (od 2018 roku organizatorem jest Koźmiński Business Hub, partnerami merytorycznymi są Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Global Compact Network Poland). Za weryfikację odpowiada Deloitte. Partnerem medialnym jest Dziennik Gazeta Prawna.

Współorganizacja grup roboczych w ramach Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, organu pomocniczego Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju.

FOB W LICZBACH / 2018



PROGRAM PARTNERSTWA

Kompleksowy program współpracy Forum Odpowiedzialnego Biznesu z firmami, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do szerzenia idei CSR w Polsce.



56 partnerów strategicznych

10 nowych Partnerów w 2017 roku

9 spotkań dla Partnerów

4 spotkania w cyklu o wolontariacie pracowniczym



ODPOWIEDZIALNY BIZNES.PL

Najdłużej działający w Polsce portal zajmujący się CSR, administrowany przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. #CSRwPL

560 146 odston

164 499 unikalnych użytkowników i użytkowników



KARTA RÓŻNORODNOŚCI



Zobowiązanie pracodawcy do aktywnego przeciwdziałania dyskryminacji, wprowadzenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.



246 sygnatariuszy

6. rok obecności Karty w Polsce

Konferencja z okazji **100** lat praw wyborczych kobiet w Polsce



RADA ODPOWIEDZIALNEGO PRZYWÓDZTWA

Nowa inicjatywa FOB, której przyświeca założenie, że inicjowanie i realizowanie działań na rzecz zrównoważonego rozwoju i CSR jest zadaniem również osób zarządzających firmami.

15 firm zaangażowanych w radę



TARGI CSR

Największe CSR-owe wydarzenie w Polsce. Przestrzeń do prezentacji dobrych praktyk odpowiedzialnego biznesu. W 2018 roku Targi odbyły się pod hasłem „Biznes we współpracy”.



7. edycja
2500 odwiedzających
77 wystawców



PIÓRO ODPOWIEDZIALNOŚCI

Konkurs dla dziennikarzy/ dziennikarek, ekspertów/ekspertek piszących na temat CSR/zrównoważonego rozwoju.



64 zgłoszenia



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.

20 szkoleń



LIGA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Program edukacyjny Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jest platformą wymiany wiedzy i doświadczenia między praktykami CSR a młodymi ludźmi.



14. edycja
20 ambasadorów
4 ścieżki edukacyjne

INDEKS FIRM

Lp.	Nazwa firmy	Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Strony
1	ABC-Czepczyński							4	173, 179
2	Accenture Services (Accenture Operations Polska)		1	1					43, 62
3	Adamed Pharma	1		2	2			3	32, 87, 88, 104, 115, 159, 179, 204
4	Aflofarm Farmacja Polska			1			2	3	80, 136, 137, 148, 150, 196
5	Agencja Reklamowa ArtGroup							4	144, 173, 189, 190
6	Agencja Rozwoju Pomorza							1	195
7	ALDI	1	1	1	6	1	2		33, 42, 65, 107, 110, 111, 124, 131, 133
8	Alior Bank							4	150, 200
9	Allegro	4	1	9	5	1		6	28, 29, 30, 33, 42, 55, 56, 63, 64, 65, 71, 73, 75, 83, 98, 102, 116, 117, 124, 150, 196, 197, 200, 203
10	Allianz Polska			1				3	83, 145, 150
11	Amica	1		8				4	30, 52, 55, 56, 57, 60, 62, 81, 84, 151, 192
12	AmRest			5				2	63, 66, 68, 71, 200
13	ANG Spółdzielnia	4		3	1	2	1	4	29, 32, 34, 36, 65, 73, 85, 103, 123, 136, 160, 161, 190
14	Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne			1					86
15	Antalis Poland				1				98
16	ANWIL			10	1	1		1	52, 53, 56, 58, 75, 80, 82, 84, 88, 100, 125, 161
17	Aquanet	1		1	1			3	36, 73, 100, 148, 158, 173
18	ArcelorMittal Poland	1		6	2			7	29, 51, 65, 75, 80, 82, 86, 97, 110, 148, 150, 151, 158, 200
19	Atelie Fryzjerstwa Dariusz Mitek							1	200
20	Autostrada Wielkopolska							1	147
21	AVON COSMETICS POLSKA							4	168, 192, 194
22	AXA							1	191
23	Bandi Cosmetics							1	158
24	Bank BGŻ BNP Paribas	1	1	5	8	4	2	18	29, 40, 65, 73, 75, 84, 94, 95, 107, 111, 112, 116, 117, 125, 127, 132, 136, 148, 158, 161, 168, 173, 179, 184, 186, 196, 198, 201
25	Bank Gospodarstwa Krajowego							1	195
26	Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy	1	2	4	1		1	11	30, 44, 74, 75, 76, 107, 136, 161, 162, 171, 180, 190, 195
27	Bank Millennium			5	1	1	4	4	56, 57, 65, 76, 85, 112, 123, 131, 132, 138, 157, 161, 180, 190
28	Bank Ochrony Środowiska			4	3			5	60, 64, 76, 83, 95, 110, 112, 162, 180, 188
29	BASF Polska			1	1			2	51, 98, 180, 204
30	Benefit Systems	1						2	34, 144
31	BEST			4		1			55, 56, 61, 64, 122
32	BIBUS MENOS	1		2				3	34, 82, 84, 157, 158, 185

Lp.	Nazwa firmy	Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Strony
33	Biuro Informacji Kredytowej						1	134	
34	Blue City						2	148, 201	
35	Budimex						2	151, 162	
36	Canon Polska			1	1		4	90, 102, 151, 174, 180, 189	
37	Cappgemini Polska		5	2	1		3	40, 42, 44, 46, 76, 87, 117, 158, 198	
38	Carlsberg Polska	1		2	2		1	1	32, 53, 74, 103, 104, 137, 151
39	Carrefour	1		6	13	6	10	8	36, 65, 66, 68, 88, 95, 100, 106, 108, 109, 110, 112, 122, 125, 126, 130, 131, 132, 133, 137, 138, 151, 158, 162, 180, 194, 196, 203
40	Castorama Polska			4	4			3	55, 63, 66, 97, 100, 102, 112, 174, 180
41	CCC Spółka Akcyjna	6	1	6	3	3	1	8	29, 30, 32, 36, 42, 53, 60, 63, 72, 76, 96, 106, 111, 122, 125, 126, 140, 144, 145, 151, 195, 201, 204, 206
42	CEETRUS Polska (d. Immochan)			1	1				84, 100
43	CEMEX Polska	1		4	2	1		3	29, 50, 53, 85, 95, 98, 126, 146, 147, 174
44	Centrum Sportowo - Konferencyjne Gniewino							1	174
45	Coca-Cola HBC Polska	1		6	6	1		4	32, 55, 56, 68, 70, 73, 76, 96, 98, 100, 112, 114, 117, 125, 180, 198
46	Coca-Cola Poland Services			1	2			3	73, 98, 114, 185, 198
47	Cognifide Polska			2	1			6	76, 82, 117, 158, 171, 174, 181, 203
48	Compensa TU Vienna Insurance Group		1	4				2	43, 55, 61, 63, 64, 146, 174
49	Credit Agricole Bank Polska	2	2	8	1	1	3	6	32, 36, 43, 44, 61, 63, 66, 68, 74, 79, 80, 111, 126, 132, 138, 139, 151, 152, 190, 206
50	Credit Suisse (Poland)		6	3	2			2	40, 44, 46, 70, 74, 85, 97, 113, 181, 200
51	CSR Consulting				1	1			114, 123
52	CSRinfo					3		2	122, 124, 171, 201
53	Danone	2						1	30, 34, 158
54	DB CARGO POLSKA			6					50, 56, 75, 76, 88,
55	De Heus			1					76
56	Dentsu Aegis Network Polska		1	9				1	40, 53, 57, 59, 64, 68, 72, 76, 79, 80, 181
57	DIAGEO						3		136, 137
58	DOZAMEL			1			1	3	88, 140, 162, 181
59	EACTIVE				1				98
60	Edusports Katarzyna Stolarczuk							1	152
61	Eiffage Polska Budownictwo			2					53, 84
62	Emitel	1	1	7	2				32, 43, 53, 64, 68, 80, 82, 83, 94, 96
63	ENERIS Ochrona Środowiska		1	1	3			3	46, 68, 96, 100, 108, 152, 201
64	EURO BANK				1			1	100, 159
65	Europejski Fundusz Leasingowy			3				1	66, 74, 85, 201
66	Expom			3				1	57, 61, 85, 174

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	
67	Express Car Rental							1	201
68	Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka							2	152, 175
69	Fabryka Komunikacji Społecznej							1	191
70	FABRYKI MEBLI „FORTE”			2					56, 71
71	Farm Frites Poland			1	2			2	80, 100, 117, 181, 192
72	Ferrero Polska Commercial							1	144
73	Fiat Chrysler Automobiles	1		4	1			3	32, 52, 58, 59, 89, 106, 149, 203, 206
74	Fresenius Medical Care Polska							1	194
75	FRoSTA				1		2		106, 136, 137
76	Gdańskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej		1	4					44, 51, 68, 76, 87
77	Geberit				1			1	94, 148
78	Go Responsible					1			126
79	Goodbrand&Company		1					1	46, 185
80	Górażdże Cement			4	2			1	51, 66, 72, 104, 113, 148
81	Groupon Shared Services Poland; Groupon			2				1	73, 74, 152
82	Grupa Agora	2	4	3	1	1	4	33	30, 33, 41, 42, 44, 46, 56, 66, 86, 105, 122, 130, 131, 133, 135, 150, 152, 159, 162, 168, 172, 181, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 193, 200, 201, 203
83	Grupa ATERIMA		1	1				3	40, 77, 187, 198
84	Grupa Enea	2	1	8	2		3	17	33, 34, 43, 53, 71, 72, 73, 77, 84, 85, 98, 100, 131, 134, 145, 147, 149, 152, 157, 159, 168, 175, 181, 182, 198, 201, 205
85	Grupa Essilor							1	193
86	Grupa Eurocash			1		2		1	50, 123, 127, 196
87	Grupa Kapitałowa LOTOS	1		5	1	1		3	34, 54, 62, 64, 77, 88, 113, 126, 146, 147, 182
88	Grupa Kęty			1				1	72, 144
89	Grupa Maspex				1			6	100, 146, 147, 152, 157, 175
90	Grupa Muszkieterów							6	163, 194
91	Grupa Nowy Styl / NSG TM		1	1	2			1	44, 81, 108, 175
92	Grupa Polsat							1	144
93	Grupa Raben	2		8	1			5	29, 33, 50, 54, 59, 77, 83, 88, 103, 146, 147, 187, 191, 203
94	Grupa VELUX i spółki siostrzane w Polsce			2	2				67, 87, 96, 104
95	Grupa Veolia w Polsce		1	3	2			6	41, 64, 75, 77, 95, 101, 153, 172, 175, 182, 202
96	Grupa Żywiec	1		1	1			2	34, 54, 96, 159, 172
97	GWD Concept			1	2			2	59, 102, 112, 153
98	Henkel Polska		4	8	2	2		9	42, 43, 46, 60, 65, 69, 77, 80, 86, 101, 109, 124, 126, 159, 163, 168, 182, 192, 199, 203
99	Hewlett Packard Enterprise Global Business Center		2	10	1			4	42, 46, 60, 67, 71, 77, 78, 88, 98, 163, 197, 202

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
100	HIGMA SERVICE			1	1		1	59, 96, 176	
101	Holding 1		1	3			1	45, 81, 82, 87, 153	
102	Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe			4			1	56, 69, 88, 136, 182	
103	IBM Polska			2			1	72, 78, 197	
104	Idea Bank			2	2		1	59, 86, 97, 107, 138, 139, 196	
105	IKEA Retail					3	3	96, 110, 115, 131, 134, 153, 159	
106	ING Bank Śląski		1	10	8		4	7	45, 50, 54, 62, 67, 78, 85, 87, 102, 108, 109, 113, 116, 117, 130, 134, 137, 139, 159, 176, 182, 189, 196, 205
107	Ingka Centres Polska						1	153	
108	InterKadra			1	1		2	86, 116, 160	
109	Iron Mountain Polska				1	1		115, 125	
110	Jastrzębska Spółka Węglowa				3		2	98, 108, 176	
111	Jeronimo Martins Polska			3			6	57, 84, 86, 153, 158, 163, 182, 203	
112	Jet Line						1	146	
113	Job Impulse		1	1				45, 59	
114	Kaufland Polska Markety						1	202	
115	KMD						1	185	
116	Kompania Piwowarska		1	5	2		1	1	45, 54, 70, 78, 88, 114, 117, 137, 154
117	Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce - Związek Pracodawców	1					1	1	33, 134, 172
118	KONTEKST			1			1	80, 204	
119	Kopalnia Soli „Wieliczka”						6	148, 164, 182, 189, 194	
120	KPMG			3	1			75, 78, 102	
121	KRUK						2	134, 136	
122	Kuehne + Nagel			4	1		1	52, 54, 89, 113, 176	
123	Laboratorium Kosmetyczne Dr Irena Eris						1	160	
124	Lafarge w Polsce			2	1	1	4	52, 78, 109, 122, 150, 164, 176	
125	Leroy Merlin Polska			4	7		1	3	51, 67, 70, 83, 97, 106, 109, 116, 139, 154, 160, 197
126	L'Oréal Polska				1			109	
127	LPP			1	1		2	83, 107, 154, 199	
128	LW Bogdanka			5			1	2	52, 54, 85, 89, 135, 164, 168
129	Lyreco Polska	1			3	1	1	33, 101, 103, 118, 126, 160	
130	MAKRO Polska				1		2	104, 177, 203	
131	Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego	2		2	1		6	30, 35, 60, 81, 108, 154, 169, 189, 197, 204	
132	mBank	2		4	1		8	8	31, 35, 61, 62, 67, 69, 116, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 164, 172, 177, 183, 188, 199, 206
133	McCormick Polska						1	172	
134	McDonald's Polska				1		1	111, 154	
135	Medicover						3	154, 164, 194	

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
136	MetLife						5	154, 164, 183	
137	Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice	2		3	2		2	4	31, 34, 52, 78, 81, 99, 116, 130, 139, 149, 164, 183, 199
138	Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie Prawni			1				4	70, 177, 195, 202
139	Mondelēz International				3				111, 112
140	MONIKA KLONOWSKA SZKOLENIA		1						40,
141	Mostostal Warszawa			2	1	1		3	62, 72, 104, 124, 160, 183, 206
142	MyShop							1	202
143	Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie			1				3	78, 172, 177, 194
144	Nestlé Polska							1	146
145	NSG Group			2				3	54, 59, 154, 164, 183
146	NUTRICIA Polska	2		2				2	30, 34, 58, 78, 169
147	Orange Polska	3	1	2	1	1		3	28, 35, 41, 61, 67, 103, 125, 169, 177, 183
148	ORLEN KolTrans			1					50
149	PayU							1	202
150	Pelion			3	2			15	71, 86, 89, 99, 113, 149, 154, 155, 164, 165, 169, 183, 186, 187, 193
151	PGE Polska Grupa Energetyczna	3		6	16	1	6	16	28, 31, 54, 61, 64, 66, 79, 94, 99, 103, 105, 109, 110, 112, 113, 115, 116, 125, 130, 132, 133, 135, 149, 155, 165, 169, 177, 178, 183, 190, 192
152	PHILIP MORRIS POLSKA	1							35,
153	PKO Bank Polski			1			1	5	72, 139, 165, 191, 197
154	PKP CARGO			2	1			1	59, 89, 105, 165
155	PKP Energetyka	2		1					29, 35, 72
156	Polpharma	2		4	11	1		5	31, 33, 61, 79, 81, 101, 103, 105, 106, 113, 118, 127, 160, 170, 183, 193, 205
157	Polski Instytut Odszkodowań						1		139
158	Polski Koncern Naftowy ORLEN	1		2	1	1	2	6	34, 60, 81, 116, 125, 131, 135, 145, 155, 170, 172, 190
159	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo			3	3		1	9	51, 73, 89, 95, 99, 101, 139, 165, 173, 178, 184, 196, 199, 206
160	Polskie Sieci Elektroenergetyczne							1	144
161	PRESS-SERVICE Monitoring Mediów			1					62
162	Procontent					1			122
163	Procter & Gamble DS Polska			1					74
164	Provident Polska			2				5	79, 86, 184, 191, 199, 202, 206
165	Przedsiębiorstwo Budowlane UNIMAX							1	190
166	Przedsiębiorstwo Inżynieryjno-Budowlane „Przem-Gri”				1				99

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		
167	PwC	1	2	5	3	3		12	33, 42, 46, 64, 70, 72, 73, 80, 95, 98, 118, 124, 127, 160, 166, 173, 185, 186, 197, 199, 204	
168	PZU	2		3				3	7	28, 35, 70, 84, 86, 130, 138, 147, 155, 160, 170, 178
169	RAFAKO								1	178
170	RBS/ National Westminster Bank		1							45
171	Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań				1					114
172	RELATIONS MARIA PAWŁÓW		1							
173	Roche Polska		1	2		1		3		41, 57, 87, 122, 170, 173, 205
174	Rödl & Partner		1	1				3		43, 66, 155, 202, 205
175	ROHLIG SUUS Logistics							1		196
176	Rossmann SDP							1		204
177	Roto Frank Okucia Budowlane					1		1		123, 178
178	Sabre Polska			2	1			1		58, 79, 113, 166
179	Sage			2						70, 71
180	Samsung Electronics Polska			1				3		57, 170, 178, 192
181	Sanofi			4				8		67, 69, 170, 184, 194, 195, 199, 205
182	Santander Bank Polska (d. Bank Zachodni WBK)	3	2	5	2			3	11	34, 36, 41, 45, 60, 67, 79, 82, 89, 99, 133, 134, 135, 146, 147, 156, 166, 170, 178, 185, 191, 206
183	Santander Consumer Bank			1				3		67, 145, 170, 192
184	Schenker (DB Schenker)				2					102, 103
185	Schiever Polska			1						74
186	Sela							2		166, 184
187	Sendit							1		202
188	Servier Polska			1				2		84, 193
189	Shell Polska		1							45
190	SIEMENS				1					105
191	SITECH	2	2	13	1			2		28, 36, 43, 45, 55, 58, 61, 62, 68, 69, 74, 81, 82, 86, 89, 113, 184, 199
192	Skanska w Polsce	2		3	8	1	1	2		31, 36, 55, 75, 87, 94, 96, 101, 103, 104, 106, 127, 130, 171, 184
193	Sodexo Benefits and Rewards Services Polska							1		166
194	Sodexo Polska		1	1				4		41, 50, 156, 160, 171, 197
195	Solaris Bus & Coach			2				2		50, 57, 156, 178
196	Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia	1	1	8	5			3	6	33, 46, 58, 60, 69, 79, 89, 95, 114, 116, 118, 133, 139, 166, 184, 191, 207
197	Spectrum Brands Poland									187
198	Starbucks/ AmRest Coffee				1					115

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	
199	Stena Recycling					1		1	123, 202
200	Studio 102				1				101
201	SumiRiko Poland	1		6				5	28, 51, 60, 62, 63, 79, 147, 166, 178, 199, 207
202	SuperDrob	1		3					29, 57, 59, 82
203	TAURON Polska Energia			5	3	1	3	10	58, 70, 71, 79, 82, 83, 94, 95, 101, 124, 133, 136, 138, 145, 149, 167, 171, 173, 179, 184, 186
204	Tesco Polska			3	4	1		7	58, 72, 83, 106, 114, 115, 127, 167, 184
205	TIM	1				1		1	29, 123, 156
206	TJX Poland							1	167
207	T-Mobile Polska	2	1	3		1	1	6	28, 33, 41, 51, 58, 124, 130, 156, 161, 167, 168, 204
208	TOTALIZATOR SPORTOWY			1				5	75, 146, 156, 204, 205
209	Transition Technologies							2	185, 193
210	TÜV Rheinland Polska						1		134
211	UBS Business Solutions Poland							3	156, 185, 198
212	Unilever Polska							3	187, 192
213	UPS Polska							1	202
214	Urtica			2	1			2	60, 73, 117, 168, 188
215	Vilmorin Garden							1	188
216	VIVE Group				1			1	114, 145
217	Volkswagen Motor Polska	1	1	11	3			9	28, 46, 55, 58, 62, 70, 79, 83, 90, 107, 114, 145, 157, 161, 168, 173, 184, 200, 207
218	Warsaw Genomics							1	195
219	Wawel				2		1	1	104, 118, 140, 161
220	Wonga.pl	3		1			1		28, 31, 63, 136
221	Worldline		1		1				41, 107
222	Wosh Wosh				1			2	115, 157, 196
223	WSP Polska	2		2	1				32, 52, 68, 115
224	Wykop							1	202
225	Zakład Fotograficzny u Jarka - Jarosław Deka							3	157, 191
226	Zakład Utylizacyjny	1			2			2	30, 115, 117, 149, 150
227	ZT „Kruszwica“				2				99, 102
228	Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy					1	2		124, 136, 137
229	Żywiec Zdrój	1		2	2				30, 58, 75, 114

www.odpowiedzialnybiznes.pl

Dziesiątki ważnych informacji.
Od ręki. Online.



PARTNERZY STRATEGICZNI FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

