JUBILEUSZOWA 20 EDYCJA

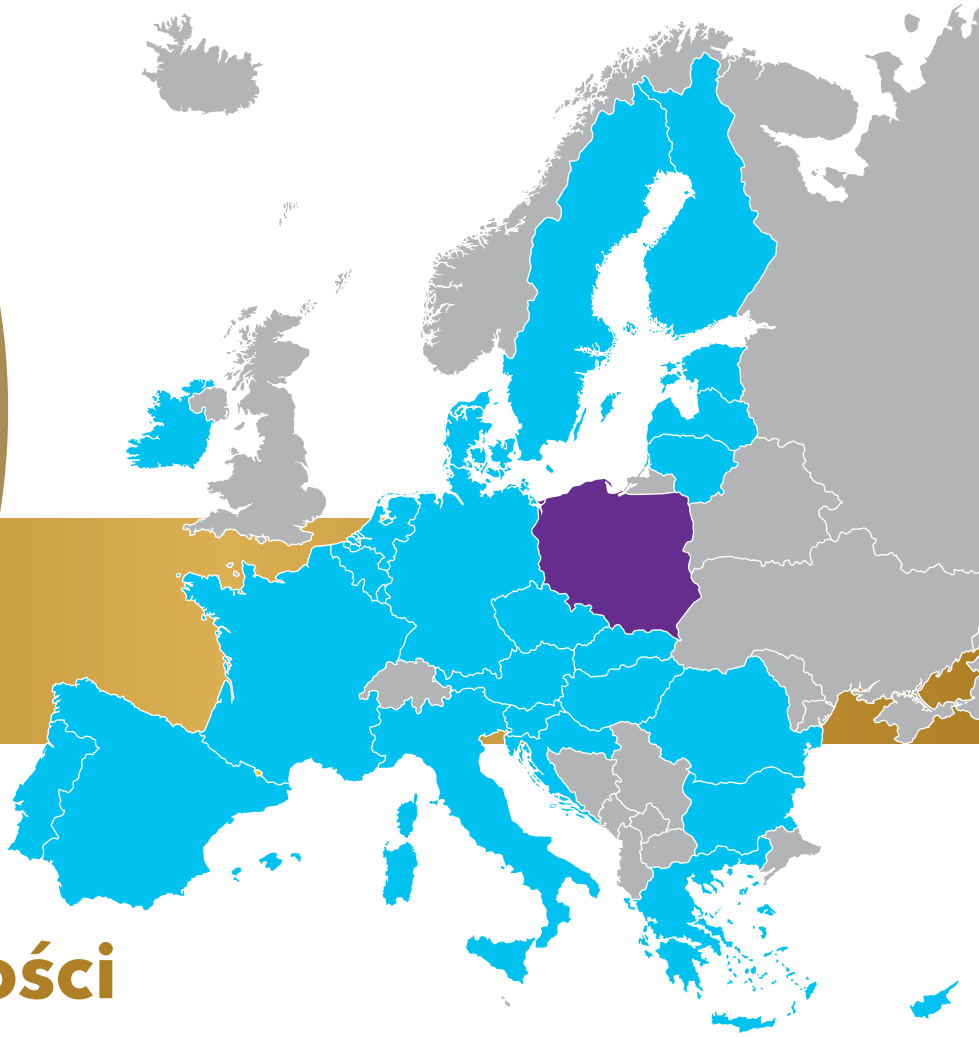
RAPORT 2021

ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

Dobre praktyki

FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

10 LAT Karty Różnorodności



Karta Różnorodności

To międzynarodowa inicjatywa pod patronatem Komisji Europejskiej, realizowana w 26 krajach Unii Europejskiej. Jest zobowiązaniem podpisywanym przez organizacje, które decydują się na wprowadzenie zakazu dyskryminacji w miejscu pracy i działania na rzecz tworzenia i promocji różnorodności oraz wyraża gotowość do zaangażowania wszystkich osób zatrudnionych oraz partnerów biznesowych i społecznych w te działania.

1 z 26
Kart Różnorodności przy Komisji Europejskiej

10 lat
działalności w Polsce

237
sygnatariuszy*

184
sygnatariuszy z biznesu

22
NGOs

28
jednostek administracji publicznej, samorządu terytorialnegoi ambasad

2
Miesiące Różnorodności

7 projektów badawczych

10 konferencji

13 publikacji tematycznych**

Ponad **300** spotkań i warsztatów Sygnatariuszy, wyjazdów studyjnych i konferencji zagranicznych

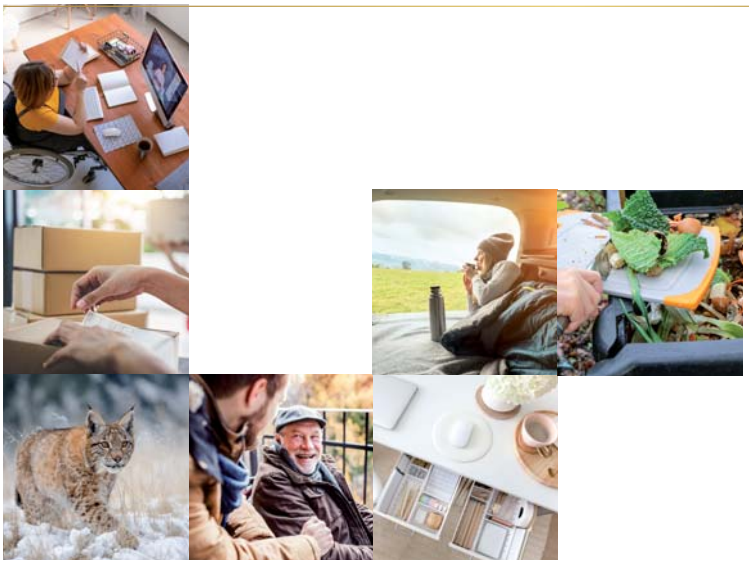
Prawie **2000** wzmianek, cytatów, powołań w mediach**

600 tys. osób zatrudnionych przez organizacje – sygnatariuszy Karty Różnorodności

KARTA RÓŻNORODNOŚCI
KOORDYNOWANA PRZEZ FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

SPIS TREŚCI

JUBILEUSZOWA 20 EDYCJA



3 **Słowo wstępne** Marzena Strzelczak

5 **CSRwPL** Zespół FOB

7 **Dyrektywa work-life balance – co może zmienić w Polsce?** Karolina Andrian, Marzena Strzelczak

9 **Realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju opłaca się wszystkim!** Małgorzata Greszta

10 **Nowe podejście do sprawozdawczości przedsiębiorstw na temat zrównoważonego rozwoju** Małgorzata Szewc

11 **Bez transparentności nie ma odpowiedzialności** dr Ewa Jastrzębska

12 **Biznes nieodpowiedzialny i jego wpływ na działanie przedsiębiorstwa** Weronika Kwaśnik

13 **Rola i uwarunkowania dobrej komunikacji między radą nadzorczą a pozostałymi organami spółki** dr Michał Rogatko

14 **Strategia dekarbonizacji jako skuteczne narzędzie walki o klimat** Irena Pichola

16 **Wolontariat pracowniczy ma twarz kobiety** Karol Krzyczkowski

17 **Podziały generacyjne – czy mają sens?** Marzena Strzelczak

19 **Przyzwyczajamy się do zmiany – badania w 2021 roku** Tadeusz Joniewicz

DOBRE PRAKTYKI

24 Ład organizacyjny

36 Prawa człowieka

50 Praktyki z zakresu pracy

102 Środowisko

146 Uczciwe praktyki operacyjne

156 Zagadnienia konsumenckie

166 Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej

PRASA

226 Wybrane artykuły z 2021 r.

KALENDARIUM WYDARZEŃ

228 Konferencje, seminaria, spotkania

230 Konkursy i nagrody

233 Badania, publikacje

235 Cele Zrównoważonego Rozwoju

236 O Forum Odpowiedzialnego Biznesu

238 Indeks firm

JUBILEUSZOWA 20 EDYCJA

RAPORT
ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE
Dobre praktyki
2021

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: połowa listopada – początek stycznia.

Szczegółowe informacje dostępne są na stronie www.odpowiedzialnybiznes.pl

Koordynatorki wydania:
Marta Górska
Ewa Wojciechowicz

Nadzór merytoryczny:
Marzena Strzelczak

Redakcja:
Górska Marta
Joniewicz Tadeusz
Kamionek Patrycja
Kiewra Daniel
Klimczyk Magdalena
Kłopotowska Agnieszka
Korba Agata
Krzyczkowski Karol
Marchlewicz Miłosz
Siarkiewicz Agnieszka
Stefaniak Leszek
Wojciechowicz Ewa
Zielińska Izabela

Redakcja i korekta:
Beata Saracyn

Monitoring rynku:
zespół Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Monitoring mediów:
na podstawie materiałów dostarczonych przez IMM

Źródło materiałów:
materiały własne firm

Opracowanie graficzne i skład:
Olga Figurska, LUNATIKOT

Druk:
Drukarnia Szmydt,
www.drukarniaszmydt.com

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

ISBN: 978-83-959322-7-4

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

Marzena Strzelczak
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Szanowni Państwo!

Tegoroczna edycja Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki" obejmuje drugi rok pandemii, która była – i wciąż jest – sprawdzianem empatii i elastyczności w odpowiadaniu na potrzeby interesariuszy oraz prowadzeniu działalności operacyjnej firm. Analiza najnowszych dobrych praktyk pokazuje konsekwencję we wdrażaniu regulacji unijnych na rzecz przeciwdziałania katastrofie klimatycznej oraz rosnącą świadomość i oczekiwania społeczne wobec odpowiedzialności biznesu za wpływ na otoczenie. Zmusza to biznes nie tylko do odpowiedzi na pytania o jego oddziaływanie społeczne i środowiskowe. Z powodu rosyjskiej agresji na Ukrainę biznes stanął też wobec wyborów, które można nazwać politycznymi. To bardzo trudne dla wszystkich, a równocześnie konieczne, skoro fundamentem odpowiedzialnego biznesu są wartości takie jak podstawowe prawa człowieka. Dzisiejsze dyskusje na temat roli biznesu w społeczeństwie z pewnością znajdą odbicie w przyszłorocznym Raporcie.

Tymczasem trudno uwierzyć, ale to już dwudzieste wydanie Raportu „Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki". Kontynuujemy pracę, której początek dało kilka osób, dobrze znanych Państwu ze swojej działalności na rzecz rozwoju CSR w Polsce. Są to: Maciej Kozakiewicz – ówczesny prezes Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Małgorzata Greszta – wówczas dyrektorka Forum, Przemek Pohrybieniuk reprezentujący firmę PwC w zarządzie organizacji i Irena Pichola, wówczas i niezmiennie dziś zaangażowana w prace FOB, od wielu lat członkini Zarządu Forum oraz profesor Bolesław Rok – przede wszystkim założyciel FOB, ale też przez wiele lat członek zarządu naszej organizacji, obecnie już nie tak blisko naszej codzienności, choć nadal wspierający nas swoją wiedzą i doświadczeniem. Przede wszystkim więc dziękujemy im za wizję publikacji, która przez lata, a nawet już dziesięciolecia, stała się ważnym elementem upowszechnienia idei CSR w Polsce.

To bardzo mobilizujące do pracy, której Zespół Forum poświęca każdego roku kilka dobrych miesięcy. Co roku staraliśmy się wprowadzać pewne udoskonalenia, dzięki którym publikacja będzie wygodnym i konkretnym źródłem inspiracji. Zdecydowaliśmy się na ograniczenie zgłaszania praktyk do dziesięciu przez jedną firmę. Zrezygnowaliśmy także z podziału na praktyki nowe i długoletnie. Uznając, że celem publikacji jest inspiracja, zakładamy, że ta zmiana pomogła firmom lepiej wybrać aktywności wnoszące nową jakość. Z tego samego względu podjęliśmy też decyzję o nieprzyjmowaniu praktyk, które są znane i popularne od lat, jak np. sadzenie drzew, oddawanie krwi i szpiku czy organizacja szlachetnych paczek. Działania

z pewnością nadal bardzo potrzebne, ale jeśli tylko powielające znany od lat wzór, to nieposiadające waloru inspiracji. Od tej zasady zrobiliśmy nieliczne wyjątki, tylko w sytuacji, gdy praktyka była dopełnieniem szerszych działań lub została rozbudowana o wątki edukacyjne. Z tego względu odrzuciliśmy w tym roku ok. 5% zgłoszeń, zamykając raport liczbą 1677 praktyk. To mniej wobec ponad 1900 w roku ubiegłym. Była to liczba, na którą składały się jednak zarówno limitowane do dziesięciu nowe praktyki, jak i nieograniczona liczba aktywności długoletnich nadsyłanych przez przedsiębiorstwa. Zakładamy, że dzięki tej zmianie tegoroczna publikacja zyskała, przynosząc więcej rozwiązań, które pomogą w doskonaleniu CSR w Polsce. Cieszy nas rekordowy w tegorocznej edycji wzrost liczby firm, które nadesłały swoje zgłoszenia. To już niemal 300 organizacji, wzrost o ok. 25% rok do roku. Jeszcze większa dynamika dotyczy MŚP, do udziału zgłosiło się ich ponad 80, to o 40% więcej w porównaniu do 2020 roku. Podobnie jak rok temu, najwięcej zgłoszeń dotyczyło dwóch celów: Celu 3. – dobre zdrowie i jakość życia (519) oraz Celu 4. – dobra jakość edukacji (410), a najmniej Celu 14. – życie pod wodą (20). Gdy popatrzymy natomiast na wszystkie zgłoszenia przez pryzmat siedmiu obszarów ISO 26000, to widać, że najliczniejsze są niezmiennie te związane z zaangażowaniem społecznym, miejscem pracy oraz środowiskiem naturalnym. Warto zwrócić uwagę zwłaszcza na ostatni obszar, który mimo wprowadzonych limitów zgłoszeń jako jedyny z siedmiu odnotował w tym roku dalszy wzrost. To dobry prognostyk na przyszłość, tym bardziej że zmniejsza się wyraźnie dystans między liczbą tak popularnego zaangażowania na rzecz społeczności lokalnych i pozostałych dwóch najbardziej powszechnych rodzajów aktywności firm.

Jak zawsze Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki" to także wiele inspiracji w formie artykułów eksperckich. Jesteśmy niezmiennie bardzo wdzięczni wszystkim Autorkom i Autorom za tę współpracę. Nie zabrakło również tekstów przygotowanych przez Ekspertki i Ekspertów Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jubileuszowe wydanie raportu ukazało się w wersji drukowanej w nakładzie symbolicznym – nie chcemy pogłębiać naszego długu środowiskowego, jeśli nie jest to konieczne. Zachęcamy do korzystania z Raportu i rozpowszechniania go w wersji elektronicznej.

Na koniec serdecznie dziękuję wszystkim osobom zgłaszającym praktyki. Wasza praca jest podstawą tej publikacji w co najmniej takim stopniu, jak ogromne, wielomiesięczne zaangażowanie Zespołu Forum, za co również bardzo dziękuję.

Życzę Państwu dobrej lektury!

Marzena Strzelczak
Prezeska i Dyrektorka Generalna
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Zespół Forum Odpowiedzialnego Biznesu

CSRwPL #2021

Kolejny rok – 2021 – rozpoczął się oczekiwaniem i wiarą w to, że jeszcze jedna fala pandemii i już wracamy do „normalności". W praktyce nie okazało się to jednak tak proste i szybko zrozumieliśmy, że przed nami niekończące się zmagania z kolejnymi falami COVID-19. Pozostały z nami pandemia, ale i wyzwania klimatyczne. Świat (nie tylko) biznesu zaczął wracać do „nowej normalności" (a może tworzyć „nową normalność"?), nazywać nowe wyzwania i szukać sposobów ich rozwiązywania.

ŚRODOWISKO – NADE WSZYSTKO

W 2021 roku wiele tematów, niekoniecznie całkiem nowych, wzmocniło swoją pozycję. Niezmiennie coraz więcej akcentów położonych jest na walkę o lepszy klimat dla obecnych i przyszłych pokoleń. Dlatego między innymi Forum Odpowiedzialnego Biznesu dołączyło do globalnej inicjatywy Climate Governance Initiative (CGI) powołanej przez Światowe Forum Ekonomiczne. Zaangażowanie Forum Odpowiedzialnego Biznesu umożliwiło uruchomienie **Chapter Zero Poland** – programu rozwoju kompetencji rad nadzorczych i zarządów spółek w zakresie wyzwań klimatycznych. Partnerem merytorycznym programu jest firma Deloitte Polska, a opiekunem – BNP Paribas Bank Polska. Celem polskiej odsłony tej międzynarodowej inicjatywy jest zwiększenie świadomości tego, jakie konsekwencje dla firm niosą zmiany klimatyczne, a także jaki wpływ na klimat ma biznes. Program oparty na międzynarodowej współpracy ma dostarczać wiedzę i narzędzia oraz umożliwić wymianę doświadczeń pomiędzy członkami rad nadzorczych oraz ekspertami zajmującymi się tematem zmian klimatu w Polsce i na świecie.

Z okazji globalnej konferencji ONZ na temat zmian klimatu – **COP 26** – Climate Governance Initiative zaapelowała do zarządów i rad nadzorczych przedsiębiorstw na całym świecie, aby postawiły transformację klimatyczną w samym centrum strategii korporacyjnej i procesów decyzyjnych. Wezwała rady nadzorcze i zarządy do szybkiego rozwoju kompetencji umożliwiających skuteczne stawienie czoła kryzysowi klimatycznemu.

W minionym roku ruszyła także druga edycja programu **„Climate Leadership powered by UN Environment"**, mająca na celu budowę społeczności liderów biznesu, którzy w proekologicznych zmianach dostrzegają szansę na rozwój. Współpracując z zewnętrznymi ekspertami programu, firmy opracowują, a następnie wdrażają rozwiązania w wymierny sposób zmniejszające negatywny wpływ ich organizacji na klimat.

Z kolei Business for Nature, międzynarodowa koalicja, do której należy także Forum Odpowiedzialnego Biznesu, przygotowała **przewodniki po globalnych zasadach na rzecz różnorodności biologicznej**. Publikacja może pomóc firmom w planowaniu działań, które będą miały realny wpływ na zachowanie bioróżnorodności. Koalicja Business for Nature prowadziła także akcję angażującą firmy, które chciałyby wywrzeć wpływ na decydentów w sprawie jak najszybszego wzmocnienia przepisów dotyczących ochrony bioróżnorodności. „Call to action" Business for Nature podpisało do tej pory ponad tysiąc organizacji, w tym firmy z Polski.

2021 rok był również istotny pod względem działań dotyczących środowiska na poziomie Unii Europejskiej. Komisja Europejska ogłosiła pakiet legislacyjnych zmian **„Fit for 55"**, którego założeniem jest dostosowanie polityk UE w dziedzinie klimatu, energii, użytkowania gruntów, transportu i opodatkowania w taki sposób, aby obniżyć emisje gazów cieplarnianych netto o co najmniej 55% do 2030 roku – w porównaniu z poziomami z 1990 roku. Takie obniżenie poziomu emisji w najbliższej dekadzie to zasadniczy warunek, który może sprawić, by Europa stała się pierwszym na świecie kontynentem neutralnym dla klimatu do 2050 roku i wprowadziła w życie **Europejski Zielony Ład**.

Komisja Europejska przyjęła również akt delegowany uzupełniający artykuł 8. rozporządzenia w sprawie **taksonomii**, który nakłada na spółki finansowe i niefinansowe obowiązek przekazywania inwestorom informacji o efektywności środowiskowej ich aktywów i działalności gospodarczej. Niejako przypieczętowała w ten sposób szereg licznych inicjatyw, zmierzając do skłonienia organizacji do poważniejszego zajęcia się swoim negatywnym wpływem na zmiany klimatu.

RÓŻNORODNOŚĆ POD ZNAKIEM WELLBEINGU + RESILIENCE

Kolejny **Miesiąc Różnorodności** upłynął w formule online. Podczas odbywających się co czwartek debat online przez cały maj oprócz kwestii dobrostanu pracowników dyskutowano także o spójności społecznej w czasach cyfrowej transformacji oraz rolach opiekuńczych. Punktem kulminacyjnym obchodów było ogłoszenie składu pierwszej edycji **„Diversity IN Check"**– listy pracodawców najbardziej zaawansowanych w zakresie zarządzania różnorodnością i inkluzją w Polsce. Pod koniec roku zaś ukazał się raport z badania zawierający wnioski, rekomendacje dla pracodawców oraz komentarze ekspertów z zakresu zarządzania różnorodnością.

Już po raz siódmy w maju odbył się **Kongres Różnorodności**, zainicjowany przez Henkel Polska we współpracy z Goodbrand/

BETTER. „Tak silni, jak najsłabszy z nas – czyli jak wzmacniać ludzi i organizacje w kryzysie (i nie tylko)" – to zagadnienie poruszali prelegenci i uczestnicy wydarzenia.

Wcześniej, bo w kwietniu, ukazał się wyjątkowy **raport – „Argumenty ekonomiczne przemawiające za inkluzją osób LGBT+ w Europie Środkowo-Wschodniej"**, w którego powstanie i publikację zaangażowana była Karta Różnorodności, koordynowana w Polsce przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Eksperci koalicji Open for Business przedstawili analizę danych społeczno-ekonomicznych w Polsce, Ukrainie, Rumunii i na Węgrzech przemawiających za inkluzją osób LGBT+. Analiza wskazuje na znaczącą ekonomiczną przewagę firm i państw dbających o inkluzywne społeczeństwo. Uwzględnianie sytuacji i potrzeb osób LGBT+ ma pozytywny związek z zagranicznymi inwestycjami, pozyskiwaniem wykwalifikowanych pracowników czy wynikami finansowymi danych podmiotów. Tymczasem dyskryminacja osób LGBT+ powoduje utratę aż 1,75% rocznego PKB.

Rok zakończył się miłym akcentem dla **Forum Odpowiedzialnego Biznesu** – wyróżnieniem FOB za działania w obszarze diversity & inclusion realizowane w ramach Karty Różnorodności, wręczonym podczas gali ABSL Poland, Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL), wiodącej organizacji reprezentującej sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce.

RAPORTOWANIE WCIĄŻ W PROCESIE ZMIAN

W świecie odpowiedzialnego biznesu rok 2021 to kolejny już, w którym wiele emocji budził temat raportowania niefinansowego. Komisja Europejska opublikowała projekt nowej dyrektywy w sprawie raportowania informacji na temat zrównoważonego rozwoju (już sama nazwa zapowiada odejście od terminu „raportowania niefinansowego"). Nowa dyrektywa ma znacznie poszerzyć katalog podmiotów, które będą zobowiązane do raportowania na temat zrównoważonego rozwoju. Ważną zmianą ma być także utworzenie jednolitych europejskich standardów raportowania oraz ich uproszczonej wersji dla mniejszych jednostek. Oznacza to odejście od dotychczas obowiązującej swobody wyboru standardów. Raporty miałyby także podlegać obowiązkowej weryfikacji.

Z myślą o ułatwieniu śledzenia proponowanych w raportowaniu zmian, FOB przygotowało podręczną **infografikę**. Włączyliśmy się także w prace nad **przewodnikiem** dla emitentów giełdowych dotyczącym raportowania czynników ESG: **„Wytyczne do raportowania ESG"**, wydanym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie we współpracy z Europejskim Bankiem Odbudowy i Rozwoju. Publikacja systematyzuje i porządkuje zalecenia i rekomendacje w tym obszarze.

NOWE WYZWANIA (I ROZWIĄZANIA) NA NOWE CZASY

Pandemiczna rzeczywistość przynagla do poszukiwania odpowiedzi na nowe pytania albo na takie, których dotychczas nie mieliśmy odwagi zadać.

Rosnąca polaryzacja, niepokoje społeczne oraz konieczność wyciągnięcia wniosków z lekcji odebranej w związku z koronakryzysem były punktem wyjścia do stworzenia przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu nowej **analizy tematycznej: „Przygotuj się, nawet jeśli (jeszcze) nie wiesz na co. Co biznes ma wspólnego z aktywizmem"**. W ten sposób chcieliśmy zwrócić uwagę na konieczność przemyślenia i redefiniowania podejścia do zaangażowania firm w aktualne sprawy społeczne. Celem było także zakreślenie krajobrazu wyzwań, przed którymi stoi obecnie biznes, oraz wskazanie inspiracji poprzez sięganie po przykłady działania przedsiębiorstw z całego świata. I tak próbowaliśmy znaleźć odpowiedzi na następujące pytania: co firmy mają wspólnego z aktywizmem? Jakie tematy cieszą się zainteresowaniem opinii publicznej? Czy warto zabierać głos w sprawach będących przedmiotem sporów? Dziś wydaje się, że firmy powinny przemyśleć swoje podejście do zaangażowania w tematy pozornie odległe od biznesu czy niezwiązane wprost z działalnością biznesową.

W kolejnym roku trwania ogólnoeuropejskiego projektu dla firm **Upskill 4Future**, którego celem jest zbadanie, w jaki sposób transformacja kadrowa może wspierać szanse na zatrudnienie najbardziej narażonych pracowników, zagrożonych utratą pracy w wyniku transformacji technologicznej i restrukturyzacji przedsiębiorstwa, ukazała się **broszura z najlepszymi praktykami**, zawierająca kilka studiów przypadków inicjatyw podjętych przez firmy. Jej celem jest pokazanie konkretnych przykładów historii sukcesu w zakresie podnoszenia kwalifikacji pracowników.

Nagrodę specjalną podczas szóstej edycji Festiwalu Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów" otrzymał projekt **#OdPOWIEDZialnie**, realizowany w ramach Programu Partnerstwa FOB. Cykl krótkich i ogólnodostępnych filmów ukazuje najważniejsze dobre praktyki partnerów FOB, realizowane według 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju. Przedstawiciele firm poruszają bardzo szeroki zakres tematów, opowiadają o wyzwaniach społecznych, środowiskowych i gospodarczych, przed którymi stoimy, oraz o działaniach podejmowanych przez firmy, by na te wyzwania odpowiedzieć.

„Od akcyjnego zaangażowania do aktywnego obywatelstwa – rozwój wolontariatu pracowniczego w Polsce" – taką nazwę nosi koordynowany przez FOB **projekt**, który rozpoczął się w drugiej połowie 2021 roku. Koordynator wolontariatu pracowniczego to jeden z zawodów przyszłości. Jednak wiedzy o tym, jak zarządzać wolontariatem pracowniczym, nie można w prosty sposób zdobyć. Dlatego postanowiliśmy przygotować to, od czego koordynatorzy wolontariatu pracowniczego, zarówno obecni, jak i przyszli, powinni zacząć – naszym zdaniem jest to niezbędny zestaw wiedzy i dobrych praktyk, z którymi łatwiej będzie wspierać działania społeczne pracowników w firmach, organizacjach czy instytucjach. W ramach projektu będziemy podnosili wiedzę i kompetencje zarówno obecnych koordynatorów wolontariatu pracowniczego, jak i osób, które chcą się w tym kierunku rozwijać zawodowo.

Zamknęliśmy ten rok, licząc bardzo na to, że kolejny przyniesie odmianę, że pandemiczne ograniczenia wreszcie się skończą. Czy tak się stanie? Czas pokaże. Uczymy się nowej rzeczywistości i choć pragniemy powrotu do „normalności", coraz częściej zdajemy sobie sprawę, że to będzie „nowa normalność". Oby bardziej zrównoważona.

Marzena Strzelczak
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Karolina Andrian
SHARE THE CARE

Dyrektywa work-life balance – co może zmienić w Polsce?

Twierdzenie filozofa Ludwiga Wittgensteina: „Granice mojego języka wyznaczają granice mojego świata" niestety nie odnosi się w Polsce do koncepcji urlopów rodzicielskich dla ojców. Mimo istnienia w języku polskim takich pojęć, jak: urlop ojcowski, rodzicielski, a nawet tacierzyński – notabene to ostatnie oficjalnie nie funkcjonuje jako słowo – wciąż w naszym kraju świat ojców w niewielkim stopniu obejmuje wykorzystanie urlopu rodzicielskiego.

Z urlopu ojcowskiego korzysta niewiele ponad 50% ojców, a z urlopu rodzicielskiego tylko 1%. Czynności opiekuńcze nie są postrzegane jako część życia i, podążając za cytowanym filozofem, świata mężczyzn.

DYREKTYWA WORK-LIFE BALANCE

Tę sytuację ma szansę zmienić przyjęta przez Parlament Europejski w kwietniu 2019 roku dyrektywa work-life balance, którą wszystkie kraje członkowskie Unii Europejskiej muszą wdrożyć w życie do sierpnia 2022 roku. Celem dyrektywy jest osiągnięcie równości kobiet i mężczyzn pod względem szans na rynku pracy i traktowania w miejscu pracy przez ułatwienie pracownikom i pracownicom będącym rodzicami lub opiekunami godzenia życia zawodowego z rodzinnym. A cel ten ma być między innymi osiągnięty poprzez bardziej powszechne wykorzystanie urlopów przysługujących ojcom po urodzeniu dziecka. Konkretnie dla krajów członkowskich oznacza to wdrożenie dziesięciodniowego płatnego urlopu ojcowskiego (który już jest obecny w Polsce) oraz nadanie ojcom indywidualnego prawa do czterech miesięcy płatnego urlopu rodzicielskiego (tutaj prawo polskie wymaga dostosowania). Przy czym dwa miesiące z tego wymiaru mają mieć charakter nietransferowalny, co oznacza, że nie mogą być przekazane matce. Działa tutaj prosta zasada use it or lose it, czyli albo korzystasz, albo urlop przepada. Ten mechanizm, znany dobrze już w krajach skandynawskich, jest kluczowym i skutecznym motywatorem dla ojców do korzystania z urlopu rodzicielskiego.

MAŁA ZMIANA PRAWNA, WIELKA ZMIANA KULTUROWA

Wdrożenie dyrektywy można nazwać małą zmianą w przepisach prawnych, jednak pociągającą za sobą dużą zmianę społeczną i kulturową. Wdrożenie dyrektywy to kolejny krok do budowania równości rodzicielskiej, uznania ojca jako równoprawnego opiekuna i budowania partnerstwa w związkach. Nadanie ojcom wyżej wspomnianego indywidualnego prawa do czterech miesięcy urlopu rodzicielskiego to rewolucja w myśleniu o roli ojca. W Polsce rodzice już teraz mogą dzielić się urlopem rodzicielskim, jednak prawo do urlopu rodzicielskiego jest przekazywane przez matkę ojcu. Jeśli matka nie ma prawa do urlopu rodzicielskiego (bo na przykład nie ma zatrudnienia), ojciec również takiego prawa do urlopu nie posiada i nie będzie mógł z niego skorzystać. Indywidualne prawo oznacza, że niezależnie od prawa matki, ojciec dziecka ma prawo do spędzenia czterech miesięcy ze swoim dzieckiem – opiekując się nim, dbając o jego potrzeby i tym samym budując z nim więź na całe późniejsze życie.

REKOMENDOWANE ROZWIĄZANIE

Najlepszym scenariuszem wdrożenia dyrektywy w Polsce rekomendowanym przez Radę Programową fundacji Share The Care, w której skład wchodzi również Forum Odpowiedzialnego Biznesu, jest dodanie do obecnego wymiaru urlopu rodzicielskiego (32 tygodnie przy ciąży pojedynczej) ośmiu tygodni dla ojców. Takie rekomendacje są podyktowane po pierwsze bardzo niskim wskaźnikiem liczby dostępnych miejsc w żłobkach dla dzieci w Polsce, po drugie silnym przekonaniem społeczeństwa, że obecne 52 tygodnie urlopu macierzyńskiego i rodzicielskiego to prawo wyłącznie kobiet. Z tych dwóch przesłanek wynika trzecia największa obawa – rezygnacja kobiet z aktywności zawodowej w przypadku, kiedy urlop dla ojców zostanie zabrany z obecnego wymiaru urlopu rodzicielskiego. Gra nie toczy się wcale wyłącznie o siłę roboczą, ale przede wszystkim o potencjał kobiet i wynikającą z niego różnorodność w świecie biznesu, polityki i w trzecim sektorze, której wartość właśnie odkrywamy i której bardzo potrzebujemy w Polsce.

W ocenie wyżej wspomnianej Rady optymalny scenariusz wykorzystania urlopu rodzicielskiego przez oboje rodziców to sytuacja, w której ojciec przejmuje urlop rodzicielski po matce, aby ta mogła wrócić spokojnie do aktywności zawodowej, a on mógł samodzielnie wypracować swoje relacje z dzieckiem i zyskać wprawę w zajmowaniu się dzieckiem oraz obowiązkami domowymi.

NIE TYLKO OPIEKA NAD DZIEĆMI

To superważne także w kontekście tego, że Polska jest na czele listy krajów, w których nieodpłatna praca kobiet zwią-

zana właśnie z wypełnianiem obowiązków domowych zdecydowanie przewyższa zaangażowanie mężczyzn w tym zakresie. Tak więc możliwość pozostania z dzieckiem w domu może procentować także lepszym podziałem obowiązków w przyszłości. Transpozycja dyrektywy w Polsce to nie tylko początek rewolucji w podziale urlopu rodzicielskiego pomiędzy rodziców, to także szersze patrzenie na opiekę nad seniorami czy w szerszym ujęciu: dorosłymi osobami zależnymi. Z myślą o tej grupie pracujących dyrektywa wprowadza możliwość skorzystania z dodatkowych pięciu dni wolnych od pracy rocznie. W dotychczasowych rozwiązaniach dodatkowe dni wolne przysługiwały wyłącznie na dziecko w wieku do 14 lat, obecnie uwzględniona jest również sytuacja konieczności sprawowania opieki nad wstępnymi lub rodzeństwem.

Badanie Forum Odpowiedzialnego Biznesu zrealizowane na przełomie 2019 i 2020 roku poświęcone pełnieniu ról opiekuńczych przez kobiety i mężczyzn w Polsce pokazuje, że choć w większości praca ta dotyczy opieki nad dziećmi, to dość spora grupa pracujących zajmuje się osobami dorosłymi, zazwyczaj (co dziesiąty badany) niesamodzielnymi lub niepełnosprawnymi rodzicami, a tylko 30% pracowników stwierdziło, że nie ma żadnych obowiązków opiekuńczych. Pozostali łączą pracę i życie prywatne z dodatkowymi zadaniami związanymi z opieką i zjawisko łączenia ról opiekuńczych z pracą dotyczy połowy zatrudnionych na umowę o pracę – ponad 6,2 miliona osób. Wyniki badania potwierdzają istnienie związku między obowiązkami opiekuńczymi a rezygnacją z pracy lub jej czasowym przerwaniem: aż 3/4 pracowników zetknęło się z taką sytuacją. W większości chodzi o kobiety i opiekę nad dzieckiem (62% wskazań), ale aż w 30% przypadków jako przyczynę takiej decyzji ankietowani wskazali opiekę nad niesamodzielnym dorosłym. To niepokojące dane, które potwierdzają jednak znane problemy. Z jednej strony są to wspomniane już wyżej braki w systemie opieki instytucjonalnej nad dziećmi, możliwości korzystania z sieci żłobków i przedszkoli. Z drugiej strony dotyczą one wyzwań demograficznych. Już dziś 1/4 polskiego społeczeństwa ma więcej niż 60 lat, przy czym osób starszych niż 80 lat jest 1,8 miliona, więcej niż rodzi się dzieci w ciągu czterech lat. To grupa, która przynajmniej w części wymaga pomocy, choć w różnym zakresie. Pandemia z pewnością dodatkowo tylko pogłębiła te problemy.

ZMIENIA SIĘ

Opieka nad dziećmi jest obecnie głównie domeną kobiet, jednak – co ciekawe – jak pokazuje badanie Forum, w odniesieniu do osób dorosłych możemy obserwować zdecydowanie większe zaangażowanie mężczyzn. Częściej sprawują oni opiekę nad zależną osobą dorosłą samodzielnie, bez pomocy innych osób, to: 34% zaangażowanych mężczyzn vs 25% kobiet; w przypadku samodzielnej opieki nad dzieckiem to: 4% mężczyzn i jedna na 10 kobiet. Mężczyźni są także częściej głównymi opiekunami w przypadku opieki nad dorosłymi niż w przypadku dzieci (34% mężczyzn vs 46% kobiet, natomiast w odniesieniu do dzieci jest to odpowiednio: 57% kobiet i zaledwie 15% mężczyzn). Częściej dzielą się także po równo, po partnersku opieką: to 20% mężczyzn i 15% kobiet, w odniesieniu do dzieci uważa tak odpowiednio: 1/3 kobiet i 61% mężczyzn. Te ostatnie dane, pokazujące de facto percepcję swojej roli jako opiekuna, mówią o tym, jak duża jest jeszcze rozbieżność w tej kwestii między rodzicami. Na plus warto jednak zauważyć, że mężczyźni już widzą siebie w tej roli. Przywołane na początku modele krajów skandynawskich potwierdzają, że na przykład w Szwecji choć w 1976 roku, kiedy wprowadzono tam zasadę nietransferowalności urlopów opiekuńczych dla ojców, jedynie 6% uprawnionych korzystało z tego prawa, to obecnie czyni tak dziewięciu na dziesięciu mężczyzn. To radykalna zmiana, która nastąpiła, pomimo że przez lata rozszerzano okres urlopu przysługującego ojcom z jednego do trzech miesięcy.

Rozwiązania prawne mają więc wpływ na normy kulturowe, choć z pewnością zmiany powszechnych, akceptowalnych społecznie zachowań wymagają czasu, konsekwencji oraz wspomnianych już szeregu rozwiązań związanych ze wsparciem w opiece. Także upowszechniania wiedzy na temat przysługujących praw i gotowości pracodawców do wprowadzania w swoich organizacjach zmian związanych na przykład z edukacją menedżerów zarządzających pracą innych osób, dotyczących odpowiadania na potrzeby pracowników z obowiązkami opiekuńczymi, zachęcania do elastycznej, zadaniowej pracy. To obszary do rozwoju, powodzenie wdrożenia dyrektywy zależy nie tylko od rozwiązań prawnych.

Obserwując rosnące zaangażowanie biznesu w programy wzmacniające obecność kobiet na rynku pracy i wykorzystanie ich potencjału, talentów i możliwości w miejscu pracy, można mieć nadzieję, że rozwiązania wdrożone przez dyrektywę work-life balance pomogą w tym procesie. Z korzyścią dla samych kobiet, całego społeczeństwa i biznesu.

Małgorzata Greszta
CSR CONSULTING

Realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju opłaca się wszystkim!

Żyjemy w niezwykle złożonym świecie, w którym wszyscy jesteśmy ze sobą połączeni. Sieć globalnych zależności, którą ludzkość rozwinęła, przyniosła części dobrobyt, większości nierówności społeczne, a wszystkim obciążenia środowiskowe. Skala wyzwań jest wielka – od walki z ubóstwem, przez dobrą edukację, po ochronę planety. Agenda 2030 ogłoszona wspólnie przez całą społeczność międzynarodową na wszystkich szczeblach to swego rodzaju mapa drogowa, jak sobie z tymi wyzwaniami mamy radzić. Czy dobrze z niej korzystamy?

GDZIE JESTEŚMY NA DRODZE DO REALIZACJI?

W 2020 roku po raz pierwszy mieliśmy do czynienia z obniżeniem globalnego Indeksu SDG (Sustainable Development Goals – Cele Zrównoważonego Rozwoju). Na spadek wpłynął przede wszystkim wzrost wskaźnika ubóstwa i bezrobocia spowodowanych pandemią.

Polska w 2021 roku zajęła 15. miejsce spośród 165 krajów z wynikiem 80,2[1]. Paradoksem jest, że nasza pozycja w rankingu rośnie, natomiast wynik jest gorszy niż w latach 2017–2019. I coraz trudniej go podnieść, ponieważ wymaga to strukturalnych zmian, jak przy realizacji najgorzej ocenianych u nas Celów: 7. Czystej i dostępnej energii, 13. Działań w dziedzinie klimatu i 14. Życia pod wodą.

Są także Cele Zrównoważonego Rozwoju, które realizujemy, ale zdecydowanie za wolno, aby zdążyć do 2030, jak 12. Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja i 5. Równość płci. A przecież na przykład nierówności płacowe wciąż istnieją! Szczególnie bolesny okazuje się niski wynik Celu 17. Partnerstwa na rzecz celów, który jest konsekwencją niskiego zaufania społecznego i chęci współpracy. A właśnie tego potrzebujemy, aby realizacja Celów była w ogóle możliwa.

Musimy przyspieszyć działania i potrzebujemy zaangażowania nie tylko rządu, społeczeństwa, ale także biznesu.

CZY BIZNES SPEŁNIA OCZEKIWANIA SPOŁECZNE?

Blisko 40% Polaków oczekuje od biznesu podejmowania konkretnych działań związanych z realizacją Celów SDG, a prawie 30% tworzenia produktów i usług dostosowanych do współczesnych wyzwań[2]. Jednocześnie aż 1/3 Polaków negatywnie ocenia działania biznesu w zakresie realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju, a połowa nie potrafi tego zaangażowania ocenić... ponieważ ma za małą wiedzę na ten temat. To ważny sygnał dla firm, aby skutecznie komunikować o swoim zaangażowaniu i jego efektach. Dziś deklaracje to już za mało.

Te negatywne odczucia są zbieżne z globalnymi i nie są zaskoczeniem. Zaraz po ogłoszeniu Agendy 2030 przedstawiciele biznesu składali głośne deklaracje działań. Po sześciu latach jednak widać, że skala ich inicjatyw jest zdecydowanie za mała.

POTRZEBA NAM NOWEGO MODELU DZIAŁANIA!

Firmy, także polskie, odkrywają potencjał tkwiący w Agendzie 2030 i coraz więcej przedsiębiorstw podejmuje inspirujące, innowacyjne przedsięwzięcia, które łączą rozwój biznesu z realną zmianą społeczną. Świat nigdy nie zmieniał się tak dynamicznie jak dziś. To, co łączy wiele firm, to niepokój, czy ukształtowany przez lata model zarządzania, główne produkty i strategie wytrzymają próbę czasu. Każdy dzień może bowiem przynieść innowację, która diametralnie zmieni realia gry. Jak zredukować ten niepokój? Jak rozwijać długofalowo swój biznes? Na czym go osadzić? Gdzie szukać źródeł nowych wartości? Jak skutecznie tworzyć przełomowe innowacje?

Odpowiedź jest z pozoru prosta. Wszechobecną niepewność mogłoby zminimalizować uczynienie Celów Zrównoważonego Rozwoju kotwicą swojej wieloletniej strategii. Dlaczego? Przede wszystkim dlatego, że Cele stanowią mapę realnych potrzeb całych społeczeństw. A przecież liderzy biznesu swoją pozycję rynkową budują na tym, że potrafią lepiej niż inni odpowiadać na potrzeby konsumentów. Oczywiście Cele definiują „konsumentów" znacznie szerzej – nie tylko jako odbiorców towarów i usług, ale także pracowników, członków lokalnych społeczności, użytkowników środowiska naturalnego. Podsuwają tym samym niemal gotowy przepis na to, jak budować efektywne i zrównoważone modele biznesowe odpowiadające na największe wyzwania ludzkości. Dziś to biznes ma w ręku mocne karty – czy będzie miał odwagę ich użyć?

W ramach prowadzonej Kampanii 17 Celów łączymy takie ambitne firmy i wspólnie realizujemy inicjatywy w praktyce wdrażające zupełnie nowe rozwiązania – nie jest to łatwe, ale jak widzimy – możliwe. To, co kluczowe w poszukiwaniu tych innowacji, to myślenie w perspektywie strategicznej i zwrócenie największej uwagi na podstawową działalność firmy – procesy biznesowe, oferowane produkty czy usługi. Uwzględnienie wpływu strategicznych wyborów firmy oraz jej codziennego funkcjonowania na zjawiska i problemy podnoszone w Agendzie to jedyna szansa na realną zmianę. Czasu mamy coraz mniej.

---

[1] Wynik 100 oznaczałby, że wszystkie Cele Zrównoważonego Rozwoju zostały osiągnięte.

[2] Badanie CSR Consulting i Banku BNP Paribas w ramach partnerstwa w Kampanii 17 Celów: https://kampania17celow.pl/raporty/badanie-konsumenckie/ [dostęp 8 II 2022].

Małgorzata Szewc
MINISTERSTWO FINANSÓW

Nowe podejście do sprawozdawczości przedsiębiorstw na temat zrównoważonego rozwoju

Rok 2021 był znaczący dla sprawozdawczości niefinansowej, bowiem zamykał dotychczasowe podejście do tego raportowania. Komisja Europejska – wyciągając wnioski z oceny funkcjonowania dyrektywy w sprawie ujawniania informacji niefinansowych – przedstawiła w kwietniu 2021 roku nową propozycję. Projekt dyrektywy o sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (Corporate Sustainability Reporting Directive; CSRD) wprowadza nowe podejście nie tylko poprzez zmianę nazwy na „raportowanie informacji nt. zrównoważonego rozwoju". Celem jest, żeby raportowało znacznie więcej jednostek i aby stosowały one wspólne Europejskie Standardy Raportowania Informacji nt. Zrównoważonego Rozwoju. Odejście od możliwości wyboru standardów przez jednostkę ma spowodować, że interesariusze, w tym inwestorzy, otrzymają dostęp do porównywalnych danych na temat zrównoważonego rozwoju, które będą także bardziej wiarygodne dzięki ich obowiązkowej weryfikacji. Szacuje się, że CSRD zwiększy liczbę raportujących jednostek z 11 tysięcy do 49 tysięcy w UE, w tym w Polsce obejmie około 3 tysięcy dużych spółek oraz około 180 małych i średnich spółek giełdowych. Obowiązek ujawniania informacji o zrównoważonym rozwoju ma zwiększyć odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na zmiany klimatyczne, przyspieszyć transformację w kierunku zeroemisyjnej gospodarki oraz wesprzeć politykę tak zwanego zrównoważonego finansowania – wiarygodne i porównywalne dane ułatwią rynkom kapitałowym i instytucjom finansowym przekierowanie finansowania na podmioty rozwijające się w zrównoważony sposób. CSRD będzie wyzwaniem dla spółek, biegłych rewidentów oraz organów nadzoru publicznego.

Projekt CSRD jest na etapie negocjacji w Radzie UE. Jeżeli kraje członkowskie porozumieją się co do kompromisowego tekstu, to będą mogły rozpocząć się rozmowy z Parlamentem Europejskim. Zatem wszelkie informacje należy przedstawiać jako prawdopodobne i jeszcze niepotwierdzone ostatecznymi przepisami dyrektywy. Na tym etapie można stwierdzić, że kierunek, w którym kraje członkowskie wydają się podążać, to w szczególności zapewnienie odpowiedniego czasu na transpozycję CSRD do prawa krajowego, ale przede wszystkim na przygotowanie się jednostek do nowych przepisów. Możliwe, że w pierwszej kolejności CSRD obejmie nie wszystkie duże jednostki, jak proponowała KE, ale te, które obecnie już raportują informacje niefinansowe (czyli największe jednostki zainteresowania publicznego mające powyżej 500 pracowników oraz jeśli są one jednostką dominującą grupy, to będą też raportować na poziomie grupy). Dopiero w kolejnych latach obowiązek raportowania objąłby wszystkie pozostałe duże jednostki, a na końcu – małe i średnie spółki giełdowe.

Kluczowe dla jednostek będzie opracowanie przez European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) i wydanie przez KE zestawu wyżej wspomnianych Europejskich Standardów Raportowania w formie rozporządzeń, co oznacza ich bezpośrednie stosowanie. Zgodnie z koncepcją zawartą w projekcie CSRD, EFRAG przy opracowywaniu standardów będzie zobowiązany wziąć pod uwagę szereg innych rozporządzeń, dyrektyw, międzynarodowych wytycznych oraz standardów, w tym niedawno przyjęte rozporządzenia w sprawie systematyki (Taxonomy Regulation) oraz w sprawie ujawnień na temat zrównoważonego finansowania (Sustainable Finance Disclosures Regulation). EFRAG opracuje także uproszczony standard dla małych i średnich jednostek – przy czym stosować go będą małe i średnie spółki giełdowe (jeśli nie będą chciały tego robić w oparciu o pełne standardy dla dużych jednostek). Należy podkreślić, że projekt nie przewiduje objęcia innych, nienotowanych MŚP tym obowiązkiem sprawozdawczym – ich raportowanie pozostanie dobrowolne. Standardy raportowania mają być opracowane na trzech poziomach – standardy ogólne, sektorowe oraz standard z wytycznymi dla raportowania informacji specyficznych dla jednostki.

Warto zauważyć, że projekt CSRD pobudził działania na forum międzynarodowym. Między innymi przy Fundacji MSSF powstała Rada ds. Standardów Raportowania Zrównoważonego Rozwoju, w celu opracowania globalnych standardów. Aczkolwiek pierwszy etap prac ma dotyczyć jedynie raportowania wpływu czynników środowiskowych na sytuację finansową jednostek pod kątem potrzeb informacyjnych inwestorów. Inicjatywa UE jest zatem bardziej kompleksowa i uwzględnia także przyszłe rozporządzenia i dyrektywy powiązane z kwestiami zrównoważonego rozwoju, gdyż projekt przewiduje aktualizację Europejskich Standardów co trzy lata w ślad za unijną legislacją w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz globalnymi trendami.

Ponadto projekt zakłada digitalizację i otagowanie informacji na temat zrównoważonego rozwoju (taksonomię opracuje EFRAG), co pozwoli na ich maszynową analizę. Miejscem obowiązkowego ujawniania informacji na temat zrównoważonego rozwoju ma być wyłącznie sprawozdanie z działalności ale jest prawdopodobne, że będzie to przynajmniej wyodrębniona sekcja w tym sprawozdaniu.

Ministerstwo Finansów wraz z Ministerstwem Funduszy i Polityki Regionalnej zorganizowało w październiku warsztaty online związane z projektem CSRD – nagranie i prezentacje są dostępne na stronie internetowej MF.

Dr Ewa Jastrzębska
SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA W WARSZAWIE

Bez transparentności nie ma odpowiedzialności

Według normy ISO 26000 społeczna odpowiedzialność organizacji jest „zapewniana przez przejrzyste postępowanie". Przejrzystość to także jedna z siedmiu zasad społecznej odpowiedzialności wskazanych przez tę normę, rozumiana jako „jawność decyzji i działań oraz gotowość ich komunikowania w jasny, precyzyjny, uczciwy i kompletny sposób". Raportowanie danych pozafinansowych, najczęściej kojarzone z byciem transparentnym, to zatem tylko jeden z aspektów społecznej odpowiedzialności każdej firmy. Transparentność powinna być wyrażana już poprzez odpowiedzialne przywództwo, oznaczające autentyczność i spójność tego, co się mówi, z tym, co się robi (walk the talk). To pozytywny przykład przywódcy buduje silną kulturę organizacyjną, która w przeciwnym razie może zjeść strategię (także CSR) na śniadanie (Peter Drucker). Bo pracownicy postępują według takich standardów, jakie praktykują ich przełożeni, a ryba psuje się od głowy. Transparentność powinna zatem zacząć się od samej organizacji. Dopiero gdy formalne i nieformalne reguły gry w niej obowiązujące (polityki, procedury, standardy, procesy) będą jawne i jasne dla wszystkich pracowników, można mówić o kulturze transparentności, która będzie wychodzić na zewnątrz organizacji w ramach jej kontaktów z interesariuszami. Bo w relacjach z interesariuszami przejrzystość także jest ważna. Buduje zaufanie i wiarygodność. Zwracają na to uwagę chociażby normy serii AA1000, które do czterech kluczowych zasad dialogu z interesariuszami zaliczają odpowiadanie (*responsiveness*), czyli właśnie „przejrzyste działanie w odniesieniu do istotnych kwestii zrównoważonego rozwoju i związanych z nimi wpływów". Przejrzystość może być źródłem innowacji dla firmy, jeżeli za otwartością podąża chęć słuchania informacji zwrotnej od interesariuszy, także zewnętrznych (*crowdsourcing*).

Jawność wpływa pozytywnie na jakość obowiązujących w firmie standardów. Nie bez powodu w większości biznesowych kodeksów etycznych jednym z pytań do samorefleksji, pomagających dokonać wyboru sposobu postępowania jest: „czy czułbyś się dobrze, mówiąc o swojej decyzji rodzinie lub przyjaciołom?" lub „czy nie wstydziłbyś się, gdyby informacja o twojej decyzji pojawiła się w mediach?". Jeśli firma nie chce o czymś mówić, oznacza to, że w tym obszarze ma coś do poprawy. Jedną z dobrych ilustracji w tym zakresie jest chociażby tocząca się ostatnio dyskusja na temat ujawniania informacji o wynagrodzeniach.

W odniesieniu do raportowania transparentność oznacza mówienie także o rzeczach niewygodnych, co firmie nie wyszło, a nawet dlaczego pewnych działań nie podejmuje. Podejście „stosuj lub wyjaśnij, dlaczego nie stosujesz" przyjmuje kodeks „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021" właśnie dla ujawnienia ładu korporacyjnego w spółkach giełdowych. Transparentność w ramach raportowania danych pozafinansowych jest coraz częściej regulowana prawnie, czego dowodzą chociażby unijna dyrektywa 2014/95/UE i mająca ją zastąpić dyrektywa w sprawie raportowania przez przedsiębiorstwa zagadnień dotyczących zrównoważonego rozwoju (CSRD) czy rozporządzenie 2019/2088 odnośnie do taksonomii, definiujące równoważone inwestycje także przez pryzmat przejrzystości. Niestety, polska praktyka pokazuje, że po wdrożeniu obowiązku raportowania danych pozafinansowych część firm obniżyła swoje standardy w tym zakresie do poziomu wymaganego przez dyrektywę. Tymczasem oczekiwania interesariuszy wobec firm w zakresie ujawniania informacji rosną i będą dalej się zwiększały. Dotyczy to zarówno organizacji pozarządowych i konsumentów dopytujących o skład produktów (np. kampania Pytaj o chemię!) czy inwestorów (w zakresie zrównoważonych inwestycji systematycznie rośnie udział inwestorów indywidualnych – z 13% w 2014 do 25% w 2020 roku)[1], jak i instytucji (czego dowodzą chociażby dobrowolne unijne wytyczne dotyczące sprawozdawczości w zakresie informacji związanych z klimatem bazujące na rekomendacjach Task Force on Climate-related Financial Disclosures, ale pomimo że jest to problem globalny zaliczany powszechnie do kluczowych, jak pokazują ostatnie badania EY Polska czy SEG – firmy w Polsce nie mają w tym zakresie wiele do powiedzenia).

Transparentność jest zatem punktem wyjścia, fundamentem, na którym powinna się opierać społeczna odpowiedzialność każdej firmy. Tym bardziej szkoda, że oceniający jakość stron internetowych firm pod kątem społecznej odpowiedzialności Indeks BI-NGO nie jest już opracowywany, a liczba firm raportujących dane pozafinansowe w Polsce mieści się jedynie w okolicach kilkuset (w bibliotece Konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju znajduje się około 460 raportów zgłoszonych przez około 170 organizacji).

[1] Global Sustainable Investment Review 2020, www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2021/08/GSIR-20201.pdf [dostęp 3 I 2022].

Weronika Kwaśnik
AUTORKA JEST LAUREATKĄ KONKURSU VERBA VERITATIS

Biznes nieodpowiedzialny i jego wpływ na działanie przedsiębiorstwa

W świecie biznesu koncepcja CSR jest coraz bardziej powszechna oraz coraz częściej wdrażana w struktury przedsiębiorstw. Jest to efekt między innymi zwiększającej się świadomości konsumentów o potrzebie ochrony środowiska oraz przestrzegania praw człowieka i pracowników. Nabywcy produktów przykładają coraz większą wagę do sposobu wytwarzania danych dóbr oraz materiałów, z których zostały stworzone. Sama jakość i cena produktu mogą nie wystarczyć we wzbudzeniu lojalności klientów do marki. Dzięki wprowadzeniu koncepcji społecznej odpowiedzialność biznesu przedsiębiorstwa mogą polepszyć swój wizerunek w oczach konsumentów, dostawców oraz społeczności lokalnej. Dodatkowo firma zyskuje w oczach potencjalnych inwestorów, rozwija relacje na linii pracodawca–pracownik, a także przyciąga nowe talenty do organizacji. Jednakże obok CSR istnieje również koncepcja CSI (*coroporate social irresponsibility*), czyli społeczna nieodpowiedzialność biznesu. Zakłada ona postępowanie przedsiębiorstw niezgodne z przyjętymi normami moralnymi i społecznymi oraz dbanie tylko o własny interes, nie zważając na wyrządzane szkody. Społeczna nieodpowiedzialność biznesu cechuje się przede wszystkim[1]:

- świadomą degradacją i zanieczyszczeniem środowiska,
- brakiem poszanowania pracowników – traktowaniem ich wyłącznie przedmiotowo,
- osiąganiem zysku za wszelką cenę,
- nieuczciwą współpracą z klientami i dostawcami,
- brakiem dialogu z otoczeniem organizacji, zwłaszcza ze społecznością lokalną.

Wprowadzanie działań nieetycznych w przedsiębiorstwie może wiązać się z dotkliwymi konsekwencjami dla firmy. Brak respektowania praw osób zatrudnionych często prowadzi do spadku efektywności pracowników, masowych strajków oraz zmiany wizerunku organizacji w oczach potencjalnych kandydatów do pracy. Nieuczciwa współpraca z interesariuszami, na przykład klientami czy dostawcami, może negatywnie wpłynąć na przewagę konkurencyjną firmy oraz zainteresowanie potencjalnych inwestorów. Przykładem takiego traktowania jest niezgodne z rzeczywistością przedstawienie produktu, świadome wprowadzanie klienta w błąd[2]. Brak inicjatyw mających na celu ochronę środowiska zwykle prowadzi do pogorszenia się warunków życia ludzi i zwierząt.

W dzisiejszym świecie znane są przypadki występowania zachowań nieetycznych w przedsiębiorstwach. Mimo że społeczna odpowiedzialność biznesu zyskuje na popularności, nadal odnotowuje się łamanie kodeksów etycznych oraz innych standardów obowiązujących w firmach. Często oszustwa przedsiębiorstw trwają przez lata, są bardzo dobrze ukrywane, pod płaszczem działania zgodnie z koncepcją CSR. Pomimo zapewnień w raportach o etycznym postępowaniu, firmy notorycznie łamią swoje deklaracje w imię powiększenia zysku. Obserwując media, można zauważyć, jak rzadko nagłaśniane są skandale związane z łamaniem norm etycznych. W celu zwiększenia świadomości interesariuszy oraz innych przedsiębiorstw o nieetycznych praktykach organizacja Greenpeace każdego roku tworzy ranking najbardziej nieetycznych firm świata. Ranking jest znany jako Public Eye Award. Na pozycję danej firmy w rankingu wpływają głosy specjalistów do spraw globalizacji, liderów etyki w biznesie oraz członków organizacji Greenpeace. Do grona oceniających należą również internauci, czyli potencjalni konsumenci. Umieszczenie danego przedsiębiorstwa w rankingu może wiązać się z konsekwencjami wymienionymi już w tym artykule.

Jednak przedsiębiorstwa działające nieetycznie nie zawsze ponoszą konsekwencje swoich działań. Jedną z przyczyn takiego zjawiska jest duże przywiązanie klientów do produktów, które nabywają. Dla takich konsumentów liczy się jakość, marka oraz funkcjonalność danych dóbr, a nie sposób, w jaki zostały one wyprodukowane. Jeśli poczynania nieetyczne nie wpływają bezpośrednio na wygląd oraz działanie produktu, konsumenci chcą nadal go nabywać. Takie wnioski zostały opracowane na podstawie badań własnych, które przeprowadzono wśród respondentów pochodzących z Polski, innych krajów Unii Europejskiej oraz Azji.

Na zmianę zachowań konsumentów mogłoby wpłynąć większe nagłośnienie skandali przedsiębiorstw postępujących nieetycznie oraz ich konsekwencje. Dzięki temu wiedza o nieodpowiedzialnym biznesie mogłaby dotrzeć do większej części opinii publicznej oraz być może wpłynąć na decyzje zakupowe nabywców.

[1] P.E Murphy, B.B Schlegelmilch, *Corporate Social Responsibility and Corporate Social Irresponsibility: Introduction to a Special Topic Section*, „Journal of Business Research" 2013, Vol. 66, No. 10, s. 2.

[2] W. Leoński, *Społeczna odpowiedzialność i nieodpowiedzialność biznesu*, „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania" 2015, t. 1, nr 39. Uniwersytet Szczeciński, s. 72.

Dr Michał Rogatko
AUTOR JEST LAUREATEM KONKURSU VERBA VERITATIS

Rola i uwarunkowania dobrej komunikacji między radą nadzorczą a pozostałymi organami spółki

Rada nadzorcza ma ogromną rolę do odegrania nie tylko w zakresie sprawowania nadzoru, ale również kształtowania komunikacji ze spółką. Przy czym chodzi tu o odbiór informacji ze spółki i prawidłową ich interpretację, ale również klarowne zaprezentowanie spółce komunikatów pochodzących od interesariuszy.

Wśród członków rad nadzorczych spółek publicznych w Polsce przeprowadziłem badania, na podstawie których określiłem ponad 35 czynników związanych z wewnętrznymi mechanizmami nadzoru korporacyjnego, mających wpływ na jakość komunikacji między radą nadzorczą a zarządem.

Za najważniejsze czynniki uznano skład akcjonariatu, a także aktywność akcjonariuszy. Wysoki stopień koncentracji kapitału w Polsce oznacza, że duża część spółek ma akcjonariusza dominującego. Jeżeli uzna on radę nadzorczą za kodeksowe zło konieczne i kolejne miejsce powstawania kosztów, to wtedy wielce prawdopodobne jest, że rola rady narzucona przez takiego akcjonariusza będzie mała, a szanse na wartościową komunikację znikome.

W drugim rzędzie istotności czynników wpływających na komunikację w spółce stoją między innymi: suma kompetencji członków rady, ich osobowość, zaangażowanie, a także zdolności komunikacyjne. Jest to grupa czynników związanych bezpośrednio z członkami rady. Odpowiedni skład rady ma znaczenie dla tego, w jaki sposób cała rada się komunikuje. Z tego powodu ważna jest kwestia różnorodności w zakresie doświadczeń, wykształcenia, osobowości. Ponadto poszczególne osoby powinny nie tylko reprezentować najwyższe standardy moralne, ale również móc poświęcić wystarczającą ilość czasu na pracę w radzie nadzorczej. Traktowanie pracy w radzie nadzorczej jako dodatkowego zajęcia w wolnym czasie jest niedopuszczalne.

Podobne znaczenie dla skuteczności komunikacji mają prezes zarządu i przewodniczący rady nadzorczej. Dotykamy tutaj nie tylko osobistych kompetencji tych osób czy umiejętności prowadzenia dialogu, ale również kwestii przywództwa.

Jeżeli już mamy dobry zespół ze skutecznym przywódcą, warto pomyśleć o włączeniu rady nadzorczej w prace nad strategią spółki. Pogłębia to zaangażowanie członków rady i wymusza uzyskiwanie przez nich szerszego pakietu informacji niż tylko na potrzeby tradycyjnie rozumianego nadzoru o charakterze następczym.

Są też czynniki o mniejszym znaczeniu dla komunikacji, chociaż taka ich ocena może zaskakiwać. Przykładowo, za czynnik o średnim znaczeniu uznano indywidualne kompetencje członków rady nadzorczej. Ważniejsza jest – jak zaznaczono wyżej – suma kompetencji całej rady. W radzie potrzeba różnorodnych kompetencji, zaangażowania, przywództwa, a nie wybitnych indywidualności. Tę obserwację potwierdza wiele przykładów nie tylko z rynku polskiego. Średni wpływ na jakość komunikacji mają również poziom wynagradzania, wiek członków rady, jej liczebność, istnienie komitetów. To też może zaskakiwać.

Co ciekawe, za czynniki o niskim znaczeniu dla komunikacji uznano między innymi regulacje prawne, kodeksy dobrych praktyk, niezależność członków rady nadzorczej. Znowu należy zauważyć, że nie są to sprawy nieistotne w ogóle, ale mało istotne dla samej komunikacji. Dokręcanie śruby regulacyjnej nie wydaje się być dobrym rozwiązaniem.

Podobnie bardzo ciekawą obserwacją jest spostrzeżenie, że dla komunikacji nie ma znaczenia płeć członków rady. Moi rozmówcy nie byli wrogami różnorodności płciowej spółek. Wręcz przeciwnie! Jednak nie uważali, żeby w profesjonalnym środowisku kwestia płci miała decydujące znaczenie dla możliwości komunikowania się. Druga istotna grupa zjawisk wpływających na komunikację pochodzi z otoczenia spółki. Na pierwszym miejscu wymienić należy konwergencję modeli nadzoru korporacyjnego i przenikanie do naszego systemu elementów jednopoziomowego modelu anglosaskiego, postrzeganego jako lepszy. W momencie prowadzenia badań przeze mnie nie było jeszcze przepisów dotyczących prostej spółki akcyjnej, więc nie istniały żadne formalne podstawy do takich marzeń. Drugą sprawą jest konieczność jednoznacznego nakierowania lojalności członka rady nadzorczej na funkcjonowanie spółki, a nie akcjonariuszy. To skomplikowana i obszerna sprawa wymagająca zmian nie tylko o charakterze regulacyjnym, ale również kulturowym.

Moi interlokutorzy dużo mówili o prawdziwej niezależności oznaczającej niezależność finansową członków rady. Nie chodzi o wysokość zarobków, ale o to, że członek rady nadzorczej musi czuć się finansowo stabilny. Tylko wtedy nie będzie obawiał się utraty swojego stanowiska i odważnie stanie na straży interesu spółki. A jeżeli nie będzie w stanie, piastować rzetelnie swojego mandatu w radzie, to po prostu zrezygnuje. I nie będzie rozpaczał nad utraconym wynagrodzeniem.

Tak spiąć można cały pakiet czynników dwoma: postawą akcjonariatu wobec spółki i pełną niezależnością członków rady nadzorczej względem owego akcjonariatu.

Irena Pichola
CZŁONKINI ZARZĄDU FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Strategia dekarbonizacji jako skuteczne narzędzie walki o klimat

Rosnące oczekiwania osób tworzących regulacje, inwestorów i konsumentów związane z podejmowaniem działań w kierunku zatrzymania zmian klimatu rewolucjonizują warunki funkcjonowania firm i instytucji publicznych. Dla podmiotów, które podejmują konkretne zobowiązania na rzecz dekarbonizacji, jest to szansa na rozwój; natomiast zwlekający z decyzjami ryzykują utratę części klientów i narażają się na wzrost kosztów wynikający z wolnego tempa dostosowywania się do zmieniających się regulacji. Podejmowanie coraz bardziej ambitnych zobowiązań klimatycznych wiąże się z zapotrzebowaniem organizacji na dokładną kalkulację emisji gazów cieplarnianych (*greenhouse gas*; GHG) we wszystkich trzech zakresach (*scope 1–3*), a także ze świadomym zdefiniowaniem celów oraz szczegółowych planów dekarbonizacji wraz z oszacowaniem niezbędnych kosztów na ich realizację.

CZYM SĄ CELE SCIENCE BASED TARGETS (SBT) OPARTE NA WIEDZY NAUKOWEJ?

Cele SBT oparte na wiedzy naukowej mają pomóc w utrzymaniu globalnego wzrostu temperatury na poziomie poniżej 2°C (a w ambitnym planie: 1,5°C) w porównaniu z poziomem z lat 1850–1900 (tzw. epoki przedindustrialnej).

Inicjatywa SBT (*Science Based Targets initiative*; SBTi) definiuje metodykę, która wspiera ambitne firmy w ustalaniu celów redukcyjnych i w transformacji działalności biznesowej, tak aby dopasować ją do realiów przyszłej gospodarki niskoemisyjnej. Przyjęte przez firmy cele w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych są uważane za uzasadnione naukowo, jeśli są zgodne z tym, co według najnowszych badań klimatycznych jest konieczne do osiągnięcia celów porozumienia paryskiego. Inicjatywa Science Based Targets powstała we współpracy pomiędzy CDP, ONZ Global Compact (UNGC), World Resources Institute (WRI) oraz World Wide Fund for Nature (WWF), a także jest jednym ze zobowiązań koalicji We Mean Business.

JAK WYGLĄDA PROCES APLIKACJI DO INICJATYWY SCIENCE BASED TARGETS?

Obecnie blisko 2,5 tysiąca podmiotów z całego świata dołączyło do inicjatyw Science Based Targets. Organizacje te wraz ze swoimi łańcuchami dostaw już dziś odpowiadają za blisko 20% globalnej emisji dwutlenku węgla. Zobowiązanie do zdefiniowania celów klimatycznych według metodyki SBT przyjęła większość rozpoznawanych globalnie marek. Polskie firmy, z dużym prawdopodobieństwem, są elementem ich łańcuchów wartości, co już wkrótce przełoży się na nowe oczekiwania dotyczące celów i planów dekarbonizacji przedsiębiorstw działających w naszym kraju.

Każda organizacja, bez względu na sektor czy skalę działania, ma możliwość przystąpienia do inicjatywy. Podmioty, które są zainteresowane ogłoszeniem swojego poparcia dla ograniczenia zmian klimatu, jak również wypracowaniem – zgodnych z poziomem ambicji porozumienia paryskiego – celów redukcji emisji i dołączeniem do inicjatywy SBT, powinny zaplanować i wdrożyć pięciostopniowy proces:

1. **Zobowiązanie** – wyrażenie zainteresowania i zobowiązanie wobec SBTi dotyczące wyznaczenia celu opartego na wiedzy naukowej w ciągu dwóch lat od wysłania zobowiązania (czas realizacji: do dwóch tygodni).
2. **Wypracowanie strategii dekarbonizacji** (w tym celów dekarbonizacji) zgodnej z kryteriami SBTi (czas realizacji: do trzech miesięcy). Jest to najważniejszy i najbardziej rygorystyczny etap – wymagający zaangażowania ekspertów wewnętrznych i zewnętrznych z obszaru biznesu, energetyki, emisji, rozwoju technologii oraz finansów.
3. **Weryfikacja** – wysłanie aplikacji, aby została dokonana walidacja celu przez SBTi (czas realizacji: do miesiąca).
4. **Komunikacja** – opublikowanie w sposób jawny informacji o wyznaczeniu celu zgodnie z metodyką SBT.
5. **Ujawnianie** – coroczna publikacja emisji organizacji, wraz z informacją o postępie w realizacji przyjętego zobowiązania.

W wielu firmach proces wyznaczania celów redukcji emisji gazów cieplarnianych jest w dużej mierze arbitralny i odwołuje się do już opracowanych planów. Cele zdefiniowane zgodnie z metodyką SBT stanowią natomiast wyzwanie dla firmy, zmuszając do ciągłej weryfikacji, jaki poziom redukcji jest ona w stanie osiągnąć.

Wytyczne dotyczące wyznaczania celów SBT są relatywnie elastyczne. Firma może zdecydować się na wyznaczenie wskaźników z zakresu 1 (scope 1 - emisje bezpośrednie) i/lub z zakresu 2 (emisje pośrednie), a także – oddzielnie – z zakresu 3 (emisje pośrednie w łańcuchu dostaw). SBT nie definiuje precyzyjnie obszarów, technologii, jak również poziomu wdrażanych technologii dekarbonizacyjnych – firma może dobrać je odpowiednio do swoich możliwości finansowych i organizacyjnych. Jedyny warunek: suma inicjatyw ograniczania emisji musi wpisać się w oczekiwany poziom redukcji, czyli minimum 25% redukcji absolutnej w ciągu 10 lat od roku bazowego (dla celów 2°C) oraz minimum 42% redukcji absolutnej (dla celów zgodnych z poziomem 1,5°C).

OGRANICZENIE RYZYKA I POPRAWA REPUTACJI

Powszechne definiowanie celów redukcji emisji gazów cieplarnianych i ujawnianie informacji o postępie realizacji w sprawozdaniach niefinansowych jest już faktem. Podatki od emisji lub system handlu prawami emisji wprowadzono już w 40 krajach. W sumie obejmują one 20% emisji tych gazów w skali globalnej. Aktywny pomiar i zarządzanie danymi dotyczącymi zużycia energii i emisji gazów w firmie – to działania niezbędne do osiągnięcia wyznaczonego celu redukcji emisji. Wyznaczenie celów opartych na wiedzy naukowej jest ponadto dowodem, że firma ma ambicje ograniczenia wpływu swojej działalności na klimat i opracowała plan działania zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, adresowany do różnych grup interesariuszy. Rozpoczęcie tego procesu wskazuje jednocześnie, że kierownictwo firmy ma świadomość zagrożeń związanych ze zmianą klimatu i podejmuje odpowiednie środki, by im przeciwdziałać.

WALKA O KLIMAT STAJE SIĘ KLUCZOWYM ELEMENTEM STRATEGII BIZNESOWEJ

Zdarza się, że pierwsze skojarzenie większości przedsiębiorców ze zmianami klimatu to obraz pękających lodowców i niedźwiedzi polarnych, których dotychczasowy sposób egzystencji obecnie jest zagrożony. Rzadko jeszcze zdają sobie oni sprawę, jak znaczące i szybkie będą zmiany w krajobrazie biznesowym spowodowane zmianami klimatu. Wpływ przyjmowanych regulacji (m.in. Fit for 55) oraz przyjętych kierunków transformacji energetycznej i szerzej: taksonomicznego finansowania – na działalność nieprzystosowanych biznesów będzie ogromny i decydujący o ich przetrwaniu w nowych warunkach biznesowych.

W najbliższych latach, a na pewno około roku 2030, znacząca ilość wysokoenergetycznych, a przede wszystkim wysokoemisyjnych dostawców wypadnie z obecnych łańcuchów dostaw, bez możliwości powrotu z uwagi na szybko kurczący się rynek konkurencyjnej cenowo zielonej energii, jak również postępujące procesy kształtowania kryteriów, oceny i wyboru długofalowych dostawców w globalnych łańcuchach dostaw. Decyzja dotycząca budowy strategicznego planu osiągnięcia neutralności klimatycznej, wyznaczenia celów dekarbonizacji oraz oszacowania kosztów ich osiągnięcia – to pierwszy, niezbędny krok w kierunku odpowiedzi na rosnącą presję otoczenia wynikającą z nieodwracalnej zmiany warunków prowadzenia biznesu. Dlatego warto już teraz proaktywnie dostosowywać się do nowych wyzwań rynku dotyczących dekarbonizacji biznesu, nie czekając, aż staną się obligatoryjnym wymogiem prawnym.

Karol Krzyczkowski
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Wolontariat pracowniczy ma twarz kobiety

W 2021 roku w Forum Odpowiedzialnego Biznesu wystartowaliśmy z projektem „Od akcyjnego zaangażowania do aktywnego obywatelstwa – rozwój wolontariatu pracowniczego w Polsce". Skupiliśmy się w nim na tym, co od lat z powodzeniem realizujemy: wymianie wiedzy i dyskusjach wśród koordynatorów działań społecznych w firmach, przekuwaniu dobrych praktyk w szeroko dostępne publikacje.

NADCHODZI NOWA FALA KOORDYNATORÓW

Przedsięwzięcie spotkało się z dużym zainteresowaniem i już pod koniec roku 2021, w połowie projektu, praktycznie o 100% przekroczyliśmy zakładaną liczbę uczestników. Ten wynik pokazuje, że rośnie zapotrzebowanie na osoby, które mają wiedzę na temat tego, jak dobrze zorganizować wolontariat pracowniczy. I co ważne – nie polega on tylko na rosnącym popycie ze strony pracodawców, ale także na podaży, coraz więcej osób świadomie wiąże z wolontariatem swoją przyszłość zawodową, poszukując wiedzy i informacji.

Cieszy nas to tym bardziej, że zdiagnozowane przez nas potrzeby są widoczne nie tylko w FOB, ale także w innych organizacjach. Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce i BNP Paribas Bank Polska na rok 2022 przygotowują raport z badania dotyczącego wolontariatu pracowniczego przyszłości, a Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe w szerokim partnerstwie, między innymi z naszą organizacją, przygotowuje przewodnik prawny dla organizatorów wolontariatu pracowniczego. Tylu merytorycznych działań wokół rozwoju wolontariatu pracowniczego w Polsce nie było przynajmniej od Europejskiego Roku Wolontariatu w roku 2011.

RÓŻNORODNOŚĆ W WOLONTARIACIE PRACOWNICZYM

Przeszło dwustuosobowa grupa, która dotychczas zgłosiła się do naszego projektu, pozwala przynajmniej wstępnie przeanalizować, kim są ci, którzy chcą się rozwijać w zakresie zarządzania wolontariatem pracowniczym. I o ile na większości konferencji i szkoleń, gdzie spotykaliśmy się z aktywnymi koordynatorami, słyszeliśmy, że „wolontariat w Polsce ma twarz kobiety", o tyle teraz mamy twarde dane potwierdzające to przekonanie. Aż 88% uczestników projektu to kobiety. Nie analizowaliśmy dokładnie, czym jest to spowodowane, ale pewną podpowiedzią może być fakt, że zgodnie z III Ogólnopolskimi Badaniami Wolontariatu Pracowniczego najczęściej zarządzanie wolontariatem pracowniczym skupione jest w działach komunikacji korporacyjnej (32%), CSR i HR (po 21%), które raczej są zdominowane przez pracowniczki. Dodatkowo, badanie wolontariatu GUS z 2016 roku pokazuje, że jeśli chodzi o samą aktywność wolontariacką w organizacjach lub instytucjach, to właśnie kobiety angażują się chętniej i poświęcają takim przedsięwzięciom więcej czasu.

Jeśli chcemy wykorzystać potencjał nie tylko pracowniczek, ale także pracowników, i wciągnąć ich w akcje, to potrzebujemy modeli, które przełamują stereotypy szeroko pojmowanych działań społecznych jako praktyk związanych z konkretną płcią. Będzie to z pożytkiem dla pracodawców. Część działań realizowanych w wolontariacie pracowniczym to przecież projekty poświęcone edukacji chociażby dzieci i młodzieży. Młodzi ludzie, widząc uczących ich wolontariuszy, także budują sobie obraz tego, kim jest taki wolontariusz i jakich działań się podejmuje. Chłopiec, widząc aktywnych społecznie mężczyzn, może mieć mniejsze opory przed samodzielnym zaangażowaniem się w wolontariat i przełamać stereotyp, że „uczenie to dziewczyńskie zajęcie". Kwestie edukacyjne to tylko jeden przykład, ale takich stereotypów w działaniach dotyczących także opieki, wsparcia socjalnego, kultury czy środowiska mamy do przełamania jeszcze wiele.

POMOŻEMY TWOIM KOORDYNATOROM

Nasz projekt trwa do końca 2022 roku. W jego ramach organizujemy webinaria i konsultacje online. Wydajemy też comiesięczną prasówkę z najważniejszymi informacjami ze świata wolontariatu oraz publikacje. Pierwsza z nich „E-wolontariat i narzędzia cyfrowe w wolontariacie pracowniczym" ukazała się w grudniu 2021 roku. Uczestnicy otrzymują także dostęp do e-learningu oraz do nagrań ze wszystkich już zrealizowanych webinariów i podsumowań z konsultacji. Zachęcamy do proponowania uczestnictwa w tych działaniach pracowniczkom i pracownikom. Wolontariat pracowniczy to temat, który będzie się rozwijał, a pracownicy, którzy potrafią się w nim poruszać i nim zarządzać, mogą być w niedalekiej przyszłości na wagę złota.

Zachęcamy też do spojrzenia na przyszłych i obecnych koordynatorów przez pryzmat różnorodności, budowania ról oraz wzorców dla twoich pracowników – wolontariuszy i odbiorców takiego wolontariatu, ale też szerzej – całego społeczeństwa. Aż cisną się na usta słowa przeboju Danuty Rinn, piosenki „Gdzie ci mężczyźni na miarę czasów, gdzie te chłopy?", do której słowa napisał Jan Pietrzak.

Projekt „Od akcyjnego zaangażowania do aktywnego obywatelstwa – rozwój wolontariatu pracowniczego w Polsce" finansowany jest ze środków Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO na lata 2021–2030. Szczegóły dotyczące projektu dostępne są na stronie odpowiedzialnybiznes.pl/wolontariat.

Marzena Strzelczak
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Podziały generacyjne – czy mają sens?

W analizach i raportach dotyczących rynku pracy bardzo często wykorzystywany jest podział na pokolenia wpisywany w kategorie, takie jak: *baby boomers, milenialsi, pokolenia Y* i *Z*. Każdej z generacji przypisuje się pewne wyróżniki tego, jaką ma motywację na przykład do pracy, jakie są jej słabe i mocne strony, jakie wartości uznaje za kluczowe, jakie ma preferencje (np. zakupowe), jakie oczekiwania ma wobec miejsca pracy i z jakimi korzyściami wiąże się zatrudnienie osoby z danego pokolenia. Ten podział wykorzystywany jest zarówno w badaniach, jak i w dyskursie publicznym czy popkulturze („OK, boomer"). Ale czy takie podziały pokoleniowe mają w ogóle sens? Czy pomagają pracodawcom? A może przeciwnie – podsycają stereotypy i uprzedzenia, prowadząc do dyskryminacji?

W maju 2021 roku Philip Cohen, socjolog z Uniwersytetu w Maryland, napisał list otwarty do Pew Research, słynnego ośrodka specjalizującego się w problematyce badań trendów społecznych na świecie. Wezwał w nim osoby zajmujące się badaniami do zaprzestania posługiwania się powszechnie stosowanymi etykietami pokoleniowymi. Wskazał, że podział na generacje nie ma podstaw naukowych, argumentując, że wszystkie kategorie, z wyjątkiem *baby boomers*, zostały wymyślone i nazwane w sposób arbitralny na potrzeby marketingowców i konsultantów. Cohen podkreśla, że taka klasyfikacja jest wyłącznie faktem medialnym, łatwo przebijającym się w przestrzeni publicznej. Natomiast wzmacnia proste stereotypy, promuje pseudonaukę i utrudnia rozumienie ważnych trendów i zjawisk społecznych. Pod listem Cohena podpisało się blisko 200 naukowców. W odpowiedzi Pew Research przyznało, że „ograniczenia analizy pokoleniowej" są wprawdzie widoczne, lecz mimo to „może ona być przydatnym narzędziem" i ośrodek zachęca wszystkich zainteresowanych, w tym Cohena, do dalszej analizy. Choć list profesora Cohena nie był pierwszą tego rodzaju krytyką, to podważenie pryncypiów metodyki stosowanej przez uznaną instytucję badawczą oraz zarzucenie jej wzmacniania stereotypów sprawiły, że temat został zauważony i trafił do szerszego grona.

CZY POKOLENIA TO MIT?

Kilka miesięcy później po drugiej stronie oceanu ukazała się książka, „The Generation Myth: Why When You're Born Matters Less Than You Think", której autorem jest Bobby Duffy, profesor King's College w Londynie. Wbrew tytułowi brytyjski badacz nie odrzuca całkowicie podziałów pokoleniowych. Proponuje model, w którym wyjaśnia, jak powstają pokolenia i jak kształtują się społeczeństwa. Sięga w nim po trzy kluczowe zmienne: *cohort* (wiek), *life-cycle* (cykl życia) oraz *period effects*. Ostatnia z nich to czynniki zmieniające przekonania, myślenie czy zachowania równolegle w różnych grupach wiekowych. Może być to efekt na przykład kryzysu ekonomicznego, ataku terrorystycznego, wojny czy pandemii. Duffy wskazuje, że dopiero analiza, jak te trzy elementy kształtują nas indywidualnie i zbiorowo, pozwala zrozumieć, jak i dlaczego zmieniają się społeczeństwa, a zwłaszcza jego wartości, motywacje, przekonania czy działania. Autor na wielu przykładach wyjaśnia, jak takie podejście może nam pomóc w rozbrojeniu stereotypów stojących za najpopularniejszymi obecnie podziałami na pokolenia. A w szerszym ujęciu – w lepszym rozumieniu zjawisk społecznych. Brytyjski badacz pokazuje także, jak „normalne", wynikające z wieku różnice wzmacniane są przez stereotypy wpisane w powszechnie wykorzystywane etykiety pokoleniowe. Zwraca także uwagę na specyfikę współczesnych mediów, w których strategie opierają się na podsycaniu emocji i konfliktów, wyolbrzymianiu różnic. Dzięki czemu informacje mają lepiej się „klikać", a w konsekwencji – przynosić większe zyski.

Jednym z wielu barwnych przykładów wykorzystanych w książce jest temat katastrofy klimatycznej i stereotyp dotyczący tego, że starsze pokolenia nie dbają o przyszłość planety. Zaangażowanie klimatyczne Grety Thunberg oraz wspierających jej dążenia młodych ludzi od początku prezentowane było w wielu mediach jako symbol wojny pokoleń. Jednak badania nie potwierdzają istnienia zdecydowanej różnicy między stosunkiem ludzi starszych i młodych do tematu zmian klimatu. Z kolei inne analizy pokazują, że w kwestiach społecznych starsi są wrażliwsi niż młodzi. Częściej bojkotują produkty czy usługi firm, które nie prezentują istotnych dla nich wartości i które na przykład łamią prawa człowieka. Wśród znanych aktywistów działających na rzecz planety są także przedstawiciele wielu innych pokoleń. Przykładem są założyciele Extinction Rebellion (dobiegający pięćdziesiątki), Al Gore (74-letni) czy postać tak ikoniczna jak David Attenborough (95-letni).

Inny przykład to wojny kulturowe. Wprawdzie są badania potwierdzające różnice między młodymi a starszymi generacjami w kwestii równości płci, tożsamości seksualnej czy nierówności rasowych, ale sęk w tym, że te różnice nie są na tyle duże, by mówić o jakiejś przepaści. Jak pisze Duffy, w wielu kwestiach *baby boomers* różnili się od swoich rodziców – tak jak dziś młodsze pokolenia od starszych. Dzisiejsza generacja młodych nie jest więc jakimś wyjątkiem. W tym kontekście brytyjski naukowiec bardzo trafnie podsumowuje już ponad dekadę, od kiedy w kampanii Obamy z 2008 roku młodych ludzi zaczęto traktować jako bardzo ważną grupę. Stopniowo wykrystalizowało się dość powszechne przekonanie o wyjątkowości młodego pokolenia. Towarzyszyła temu nadzieja, że młodzi

zrobią wszystko lepiej, słowem: że zbudują lepszy świat. Duffy, bazując na badaniach, argumentuje, że to nieprawda. Opierając się na stereotypach wpisanych w charakterystyki *baby boomers*, *milenialsów* czy *generację Z*, dzielimy społeczeństwo na podstawie fałszywych różnic, które nie są wcale aż tak istotne. Umyka nam natomiast to, że pokolenia funkcjonują w różnych światach – fizycznie i cyfrowo. To problem, z którym musimy się zmierzyć. Zmiany, których potrzebujemy – powstrzymanie kryzysu klimatycznego czy zwalczanie nierówności – wymagają szerokiej, międzypokoleniowej współpracy.

CO WYNIKA Z DYSKUSJI O POKOLENIACH?

Czy spory o podziały generacyjne to tylko akademickie dyskusje? Czy może mają też praktyczne znaczenie? Moim zdaniem szczególnie ważne jest zalecenie ostrożności oraz konieczność dekonstrukcji pokoleniowych mitów. Warto przyjrzeć się temu, jakie stereotypy stoją za powszechnie wykorzystywanymi podziałami na generacje i etykietkami pokoleniowymi, oraz zastanowić się, co tracimy, opierając się na wpisanych w nie założeniach. To zachęta, by sięgać głębiej, badać i oceniać rzeczywiste potrzeby, motywacje, mocne i słabe strony ludzi w różnym wieku. Nie należy zakładać, że osoba powyżej 50. roku życia jest nastawiona wyłącznie na aspekt materialny i nie poszukuje sensu, wartości oraz – w przeciwieństwie do *milenialsów* – nie dba o work-life balance. Nie przyjmować, że dla młodszego pokolenia nieważna są stabilizacja i praca zespołowa, a kluczowe są ratowanie świata i kultura feedbacku. Pewne zachowania i potrzeby generacji wynikają po prostu z wieku, momentu w życiu, a nie specyficznych, immanentnych właściwości pokoleniowych. Podziały, pogłębiane dodatkowo przez rozwój technologii, nie prowadzą nas tam, gdzie chcemy być jako społeczeństwa. Wykorzystanie nowych narzędzi, obecnie wzmocnione przez konieczność izolacji, może pogłębiać dystans międzypokoleniowy, ale może też pomóc w łączeniu ludzi. Pod warunkiem że ten cel będziemy mieli na uwadze, wiedząc, że zarówno społeczeństwa, jak i pracodawcy potrzebują różnych pokoleń.

MIT POKOLEŃ A PRACA

Wyjście poza proste etykietki pokoleniowe jest kluczem do lepszego projektowania produktów i usług oraz tworzenia miejsc pracy, w których każdy czuje się szanowany i potrzebny. Duffy przytacza w swojej książce metaanalizy oparte na kilkudziesięciu raportach poświęconych satysfakcji zawodowej, zaangażowaniu czy planom związanym ze zmianą pracy. Wynika z nich, że różnice we wszystkich tych wymiarach i korelacje między przynależnością do określonego pokolenia a uzyskanymi rezultatami są niewielkie, a w wielu przypadkach zerowe. Dzielenie pracownic i pracowników na pokolenia, takie jak *baby boomers* czy *generacja X/Y/Z*, to strata czasu i pieniędzy. Kluczową kwestią są zmieniające się modele pracy, zmiany technologiczne i wyzwania demograficzne. Każdy z tych elementów będzie miał ogromny wpływ na miejsce i rynek pracy, spójność społeczeństw, a w konsekwencji to, jak może wyglądać nasza przyszłość. To właśnie z tymi wyzwaniami należy się mierzyć, zamiast tkwić w opartych na stereotypach podziałach. I choć rozwiązania systemowe są kluczowe, to nie da się przecenić roli pracodawców w kształtowaniu rynku pracy.

Tę diagnozę potwierdza wydany w styczniu 2022 roku raport Polskiego Instytutu Ekonomicznego „Ageizm w Polsce – podsumowanie eksperymentalnego badania terenowego". Zrealizowane w drugiej połowie 2021 roku badanie polegało na odpowiadaniu na oferty pracy przez fikcyjnych kandydatów i kandydatki w wieku 28 lat i 52 lata. Rekrutacje dotyczyły stanowisk w branżach sprzedaży i obsługi klienta, a także finansów, bankowości i ubezpieczeń. Czyli zarówno tych ze stosunkowo niewielkimi wymaganiami, jak i tych, w których konkretne doświadczenie było niezbędne. W obu grupach ogłoszeń osoby młodsze (poniżej 30 lat) otrzymywały zaproszenie na rozmowę rekrutacyjną średnio dwa razy częściej niż osoby starsze (powyżej 50 lat). W Warszawie, gdzie rynek pracy jest najsilniejszy, ten wskaźnik był nawet dwukrotnie większy. Wyniki eksperymentu wskazują na występowanie zjawiska ageizmu na polskim rynku pracy, niezależnie od charakteru stanowiska. Polscy pracodawcy mają problem ze stereotypami, nie są wolni od uprzedzeń. Badanie wykazało dyskryminację ze względu na wiek, ale też (co wielokrotnie wskazywali różni badacze) powiązaną z nią dyskryminację ze względu na płeć. I choć Polacy i Polki znacznie rzadziej niż inne społeczeństwa w UE deklarują, że dyskryminacja, w tym ze względu na wiek, nie jest w naszym kraju problemem, to jak widzimy, w praktyce jest inaczej. Badanie pokazuje, jak stereotypy przypisywane starszym pokoleniom realnie wpływają na rynek pracy.

Jeśli nie chcemy utracić potencjału, który posiada wciąż rosnąca grupa osób starszych, i chcemy sprostać wyzwaniom demograficznym, musimy podważyć dogmaty i zmierzyć się z (nie)uświadomionymi uprzedzeniami. Wraz z wydłużaniem się życia i zmianami technologicznymi coraz częściej w pracy będą spotykały się nie tylko trzy, a cztery i więcej pokoleń; 30-latek będzie szefem 50- czy 60-latka, który być może dopiero zdobywa nowe doświadczenia zawodowe. I nie ma w tym nic złego, dopóki każdy z nich będzie miał poczucie sensu i przynależności, o której tak często ostatnio mówimy. Takie podejście wymaga przede wszystkim refleksji i zaangażowania od pracodawców.

Wiele wskazuje, że ten proces już się zaczął. W raporcie PIE nie stwierdzono, by język ogłoszeń jednoznacznie powielał stereotypy dotyczące wieku. Teraz pora pójść o krok dalej, stawiając na różnorodne wiekowo zespoły. Należy badać konkretne potrzeby, wartości, motywacje różnych pracownic i pracowników, by w efekcie móc tworzyć środowisko sprzyjające i otwarte na różnorodność. To w skrócie oddaje istotę i sens dyskusji na temat etykiet pokoleniowych. Czas uświadomić sobie i odrzucić stereotypy wynikające z prostych podziałów na generacje i pójść dalej – z korzyścią dla biznesu, zatrudnionych ludzi, społeczeństwa jako całości.

Tadeusz Joniewicz
SUSTAINABILITY
& ESG EXPERT ALLEGRO

Przyzwyczajamy się do zmiany – badania w 2021 roku

Rok 2021 najtrafniej można chyba określić czasem niepewności. Przyniósł rozczarowanie, jeśli chodzi o możliwość szybkiego pokonania pandemii COVID-19, trzymał naszą uwagę rozpiętą pomiędzy nadzieją na zwalczenie wirusa a utrzymywaniem stabilności gospodarczej i zapobieganiem katastrofie klimatycznej.

ODMIENIONE ŚRODOWISKO *PRACY*

W obszarze organizacji pracy uświadomiliśmy sobie, że pandemia zostanie z nami na długo i rozwiązania, które traktowaliśmy jako tymczasowe – okażą się stałe. Upowszechnił się już pogląd, że nie ma powrotu do wyłącznie stacjonarnej pracy biurowej, tak jak to było przed pandemią. Według badania „Reimagine Work: Employee Survey" firmy McKinsey w porównaniu z okresem przed pandemią nastąpiła zdecydowana zmiana opinii pracowników co do najwygodniejszego dla nich sposobu organizacji pracy. Przed pandemią niemal 2/3 preferowała pracę w biurze. W pandemii najczęściej wybieraną stała się praca hybrydowa i ma już ponad połowę wskazań (w porównaniu z 30% przed pandemią). Ciekawe jest też, że w porównaniu z innymi regionami świata Europejczycy są w tym względnie najbardziej przyjaźni biurom.

Bardziej niepokojące jest, że prawie połowa pracowników sygnalizowała różne oznaki wypalenia zawodowego. Tym bardziej warto zwrócić uwagę, że niepewność co do tego, jak będzie wyglądała praca po pandemii, jest powodem do niepokojów lub lęków u prawie połowy badanych pracowników. To pokazuje, jak ważne są polityka informacyjna organizacji i jasne przedstawianie pracownikom formuły pracy w kolejnych miesiącach czy latach[1].

Na polskim rynku pracy szczególną uwagę zwraca spowodowane przez COVID-19 większe obciążenie kobiet. Według badania Deloitte dotyczącego wpływu pandemii na rozwój szans zawodowych kobiet – wzrost obciążenia pracą dotknął aż 73% z nich. Dla porównania, w skali globalnej odczuwała go tylko 1/3 zapytanych. Do tego trzeba dodać większe obciążenie obowiązkami domowymi niż w przypadku mężczyzn (na wzrost codziennych obowiązków w życiu prywatnym uskarżało się 63% respondentek)[2] oraz mniejszą stopę zatrudnienia kobiet w Polsce i już widzimy, jak duży problem dla polskiego rynku pracy będzie stanowiło dodatkowe obciążenie pracujących kobiet. Raport jest szczególnie godny uwagi, gdyż podkreśla rolę pracodawcy w budowaniu organizacji wspierającej aspiracje zawodowe kobiet i podkreśla korzyści z wykorzystania ich potencjału.

Trzeba też pamiętać, że w wielu przypadkach to kobiety były szczególnie narażone na zakażenie, ze względu na feminizację zawodów związanych bezpośrednio z ochroną zdrowia i pomocą społeczną. Na przykład zarówno w Niemczech, jak i w Irlandii, we Włoszech czy w Hiszpanii kobiety stanowiły 70–77% zarażonych wirusem COVID-19 wśród osób pracujących w ochronie zdrowia[3].

ZATRZYMANY *ROZWÓJ*

Jeśli chodzi o globalne skutki pandemii, to w badaniu przeprowadzonym wśród znanych ekonomistów z całego świata przez Oxfam przy okazji powstania raportu „The Inequality Virus" wydanego w 2021 roku 87% z nich oceniło, że pandemia przyczyni się do wzrostu nierówności dochodowych w ich krajach, a 66% uznało, że stanie się tak z podziałami rasowymi[4]. Kolejny raport o nierównościach, wydany w 2022 roku pokazuje, że ich skala faktycznie drastycznie rośnie. W niektórych krajach prawdopodobieństwo śmierci z powodu COVID-19 osób uboższych było czterokrotnie wyższe niż bogatych. Co więcej, w Stanach Zjednoczonych pandemia powiększyła różnicę pomiędzy długością życia osób białych i czarnych prowadząc do przedwczesnej śmierci 3.4 miliona czarnych Amerykanów i Amerykanek. Przed pandemią było to 2,1 miliona[5].

Pesymistyczne dane o wpływie pandemii figurują też w corocznych analizach realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju. W „Europe Sustainable Development Report 2021"[6] wskazano, że pandemia spowodowała powstrzymanie trendu wzrostowego szczególnie w obszarach dotyczących zatrudnienia, zdrowia i dostępności do usług publicznych. Skróciła się oczekiwana długość życia Europejek i Europejczyków, jest ona obecnie na najniższym poziomie od czasów II wojny światowej. Te ponure dane odnoszą się też do całego świata. Liczba osób pozostających w skrajnym ubóstwie wzrosła po raz pierwszy od lat i dotyczy kolejnych 120 milionów kobiet i mężczyzn na całym świecie. Podobnie jest z innymi danymi – dodatkowe 120 milionów osób narażonych jest na głód, pogorszył się dostęp do edukacji oraz nastąpiło zmniejszenie liczby miejsc pracy o około 250 milionów[7].

CORAZ POWAŻNIEJ O *KLIMACIE*

Publikacja „Klimatyczne ABC" autorstwa badaczy i badaczek Uniwersytetu Warszawskiego, obok książki „Nauka o klimacie", powinna stać się podstawowym źródłem wiedzy o zmianach klimatycznych. To interdyscyplinarne studium nie tylko przedstawia przyczyny i proces powstawania zmian klimatycznych, ich wpływ na otaczającą nas przyrodę, ale przede wszystkim pokazuje możliwości przeciwstawiania się im i wyjaśnia, dlaczego tego nie robimy[8].

Tego tematu dotyka też ciekawy raport „Nie nasza wina, nie nasz problem" Fundacji im. Heinricha Bölla. Podkreślono w nim, że najskuteczniejszym sposobem na zachęcenie do zmiany szkodliwych nawyków jest dawanie konsumentom wyboru (stąd np. rozwój „sztucznego" mięsa), ale też pokazano ciekawe rozwarstwienie społeczeństwa polskiego, w którym „zamożniejsza klasa średnia" jest w pełni świadoma klimatycznych zagrożeń, ale niezbyt chętna do wprowadzania ograniczeń w stylu życia, zaś „niższa klasa średnia" jest może i mniej świadoma, ale chętniej zaakceptuje ograniczenia dotyczące konsumpcji czy mobilności[9]. Nie udało się jednak uniknąć wzajemnych oskarżeń o nadmierne korzystanie z samolotów i używanie pieców kopciuchów.

Imposybilizm w powstrzymywaniu zmian klimatu nieustannie stanowi temat analiz, a warto dodać, że kwestie klimatyczne są niezwykle ważne dla młodego pokolenia. W badaniu AVAAZ przeprowadzonym w 10 krajach świata wśród osób młodych (16–25 lat) aż 60% respondentów oceniło, że „bardzo" lub „skrajnie" martwi się o przyszłość klimatu na Ziemi, a 75% zgodziło się ze stwierdzeniem, że „przyszłość jest przerażająca"[10]. Warto zwrócić uwagę na to, że bardziej pesymistyczne oceny wyrażali młodzi ludzie z krajów uboższych – Brazylii czy Filipin – niż na przykład z Finlandii.

O dużym znaczeniu kwestii zmian klimatycznych mówią również eksperci pytani przez World Economic Forum. W najnowszej edycji „Global Risks Report 2022"jako najważniejsze ryzyka najbliższych 10 lat wskazali niepowodzenie działań powstrzymujących zmiany klimatu, ekstremalne zjawiska pogodowe i utratę bioróżnorodności. W pierwszej dziesiątce poza kwestiami środowiskowymi i społecznymi znalazły się tylko kryzys zadłużenia i konfrontacje geopolityczne zajmujące dwa ostatnie miejsca[11].

Skoro mowa o klimacie, to należy zwrócić uwagę także na wydany w 2021 roku szósty raport IPCC, który przedstawia aktualny stan wiedzy na temat ocieplenia klimatu i wpływu działalności człowieka na ten proces. Naukowcy mówią wprost: „bezdyskusyjne jest, że działalność człowieka ogrzała atmosferę, oceany i lądy". Zwracają uwagę na niesamowitą szybkość zachodzących zmian oraz ich powszechność – dotykają one ludzi na wszystkich kontynentach[12].

RAPORTOWANIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Zeszły rok upłynął również pod znakiem przygotowań do rozszerzenia obowiązku raportowania zagadnień dotyczących zrównoważonego rozwoju (powoli żegnamy określenie „raportowanie niefinansowe"). Wśród najciekawszych publikacji, które się na ten temat ukazały, są „Wytyczne do raportowania ESG" wydane przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie we współpracy z Europejskim Bankiem Odbudowy i Rozwoju. To przygotowany przez firmę doradczą Steward Redqueen przewodnik dla emitentów giełdowych dotyczący raportowania czynników ESG, który systematyzuje zalecenia i rekomendacje w tym obszarze[13].

Jak co roku powstał także raport pokazujący, jak firmy w Polsce raportują kwestie klimatyczne. „2021. Badanie Świadomości Klimatycznej Spółek" (Corporate Climate Crisis Awareness Study 2021), przeprowadzone przez Fundację Standardów Raportowania, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych i Bureau Veritas we współpracy z Go Responsible i MATERIALITY, pokazuje, że nie spełniły się oczekiwania, iż jakość przekazywanych informacji będzie rosła. W badanym roku utrzymał się niski poziom świadomości spółek giełdowych na temat zagadnień związanych ze zmianami klimatu, a średni wynik w 2021 roku obniżył się w porównaniu z rokiem wcześniejszym. Co więcej, aż 54 ze 153 badanych spółek nie zdobyło żadnych punktów[14].

Więcej informacji o raportowaniu klimatycznym znaleźć można w raporcie wydanym przez Fundację Frank Bold i Alliance for Corporate Transparency (wynika z niego, że kluczowe wskaźniki efektywności – KPI – w zakresie intensywności emisji gazów cieplarnianych są monitorowane tylko przez 17,8% polskich przedsiębiorstw, w porównaniu ze średnią 28,7% dla wszystkich analizowanych krajów[15]) oraz w raporcie „Korporacyjna obojętność" Fundacji Instrat (według niego jedynie 14 firm ze wszystkich notowanych na GPW przyjęło dotychczas jakiekolwiek cele klimatyczne. Jest to znacznie poniżej poziomu obserwowanego na parkietach krajów zachodnich. Ponad połowa spółek notowanych na giełdzie w Londynie – FTSE100 – ogłosiła plany redukcji emisji, a cele klimatyczne przyjęło aż 86% firm niemieckiej giełdy we Frankfurcie – DAX30)[16].

KORZYSTNA RÓŻNORODNOŚĆ

Pandemia nie zatrzymała jednak debaty o różnorodności, polityce włączania i zwalczania dyskryminacji w polskich firmach. Warto w tej mierze zapoznać się z wynikami badania realizowanego w ramach „Diversity IN Check" – inicjatywy Forum Odpowiedzialnego Biznesu analizującej dojrzałość pracodawców w Polsce w obszarze zarządzania różnorodnością i budowania włączających organizacji oraz wspierania ich w tym zakresie. Średnia uzyskana przez wszystkie organizacje biorące udział w badaniu to 60% punktów, z czego najlepsza z firm zdobyła ich 89%. Wyniki na pewno bardziej optymistyczne niż w przypadku kwestii klimatycznych. Ze względu na strukturę wyników autorzy oceniają, że o ile procedury dotyczące różnorodności w wielu firmach są już obecne, to nie przekładają się jeszcze na konkretne programy kierowane do różnych grup zatrudnionych[17].

A kwestia wartości, jakie prezentuje organizacja, jest ważna. Według „Edelman Trust Barometer. The Belief-Driven Employee" 61% badanych przy wyborze miejsca pracy kieruje się zgodnością pomiędzy postawami czy poglądami manifestowanymi przez firmę a własnymi przekonaniami[18]. Pojawia się zatem pytanie: w jaki sposób firmy powinny te postawy manifestować i jakie są dla otoczenia najważniejsze? I tutaj z pomocą przychodzi analiza tematyczna wydana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu: „Przygotuj się, nawet jeśli (jeszcze) nie wiesz na co", w której można przeczytać, czy i po co firmy powinny angażować się w ważne kwestie społeczne.

A temat jest istotny nie tylko ze względów etycznych, ale też ekonomicznych. Na przykład według raportu „Argumenty ekonomiczne przemawiające za inkluzją osób LGBT+ w Europie Środkowo-Wschodniej" organizacji Open for Business w skali roku dyskryminacja osób LGBT+ kosztuje Polskę w granicach 4,6–9,5 miliarda złotych, co stanowi 0,21–0,43% PKB[19].

MOŻLIWA ZMIANA

Nie zabrakło jednak dobrych propozycji działań, które mogą zostać podjęte, aby zmniejszyć obciążenie środowiska działaniami człowieka. W „The Ocean Plastics Reduction Guide" przygotowanym przez European Investment Bank znajdziemy zestawienie działań, które należy podjąć, aby zmniejszyć

zanieczyszczenie oceanów plastikiem[20], z kolei wydany przez Greenpeace raport „Przyszłość lasów w Unii Europejskiej" podkreśla, że obniżenie tempa pozyskiwania drewna o 1/3 przy wprowadzeniu podejścia ekosystemowego w gospodarce leśnej pozwoliłoby na przeszło dwukrotne zwiększenie ich możliwości absorpcji dwutlenku węgla[21]. Tak więc mniej nacisku na sadzenie, a więcej na dobre zarządzanie.

Natomiast jednym z większych i ciekawszych działań w tym zakresie jest raport „The Economics of Biodiversity: The Dasgupta Review" opracowany przez zespół profesora Parthy Dasgupty z Uniwersytetu Cambridge, który wychodząc od opisu zatrważającego spadku bioróżnorodności, zwraca uwagę między innymi na to, że w gospodarce, w której wszystko widziane jest przez pryzmat finansów, nie bierze się pod uwagę kosztu wykorzystywanego środowiska[22]. Finalnie proponuje zmiany w organizacji życia gospodarczego i publicznego, edukacji i konsumpcji z włączeniem w te działania świata biznesu i finansów. Czy ten system zostanie wdrożony i zadziała? Nie wiadomo. Wiadomo za to, że coś zmienić trzeba.

---

[1] *What Employees are Saying About the Future of Remote Work*, McKinsey & Company, 2021; https://www.mckinsey.com/business-functions/people-and-organizational-performance/our-insights/what-employees-are-saying-about-the-future-of-remote-work [dostęp 20 I 2022].

[2] *Wpływ pandemii na perspektywy rozwoju zawodowego kobiet w biznesie. Jak pracodawcy mogą wspierać rozwój kobiecych talentów*, Deloitte, 2021; https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Raport_Wplyw_pandemii_na_kobiety_w_biznesie_Deloitte.pdf [dostęp 20 I 2022].

[3] *Progress on the Sustainable Development Goals: The Gender Snapshot 2020*, Un Women, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/02/progress-on-the-sustainable-development-goals-the-gender-snapshot-2020-en.pdf [dostęp 20 I 2022].

[4] *The Inequality Virus: Bringing Together a World Torn Apart by Coronavirus Through a Fair, Just and Sustainable Economy*, Oxfam, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/01/oxfam-the-inequality-virus-250121-en.pdf [dostęp I 2022].

[5] *Inequality Kills: The Unparalleled Action Needed to Combat Unprecedented Inequality in the Wake of COVID-19*, Oxfam, 2022; https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621341/bp-inequality-kills-170122-en.pdf [dostęp I 2022].

[6] *Peformance of European Countries against the SDGs*, Sustainable Development Solutions Network, the Institute for European Environmental Policy, 2021; https://eu-dashboards.sdgindex.org/chapters/part-1-performance-of-european-countries-against-the-sdgs [dostęp 20 I 2022].

[7] *The Sustainable Development Goals Report 2021*, United Nations, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/07/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2021.pdf [dostęp 20 I 2022].

[8] *Klimatyczne ABC. Interdyscyplinarne podstawy współczesnej wiedzy o zmianie klimatu*, Uniwersytet Warszawski, 2021; http://wuw.pl/data/include/cms//Klimatyczne_ABC_Budziszewska_M_Kardas_A_Bohdanowicz_Z_red_2021.pdf?v=1610369447685 [dostęp 20 I 2022].

[9] *Nie nasza wina, nie nasz problem. Katastrofa klimatyczna w oczach Polek i Polaków podczas pandemii*, Fundacja im. Heinricha Bölla, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/03/Nie-nasza-wina-nie-nasz-problem-Katastrofa-klimatyczna-w-oczach-Polek-i-Polakow-podczas-pandemii.pdf [dostęp 20 I 2022].

[10] *Young People's Voices on Climate Anxiety, Government Betrayal and Moral Injury: a Global Phenomenon*, AVAAZ, 2021;https://avaazimages.avaaz.org/climateanxietypaperlancet.pdf [dostęp 20 I 2022].

[11] *The Global Risks Report 2022, 17th Edition*, World Economic Forum, 2022; https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2022.pdf [dostęp 20 I 2022].

[12] *AR6 Climate Change 2021: The Physical Science Basis*, IPCC, 2021; https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/;tłumaczenie na język polski: Zmiana Klimatu 2021. Podstawy fizyczne. Podsumowanie dla Decydentów, Zespół ds. kryzysu klimatycznego przy prezesie PAN, 2021; https://informacje.pan.pl/images/2021/Raport_IPCC_2021_11_04_T%C5%81UMACZENIE_FINAL.pdf [dostęp 20 I 2022].

[13] *Wytyczne do raportowania ESG. Przewodnik dla spółek notowanych na GPW*, Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie, Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju, 2021; https://www.gpw.pl/pub/GPW/ESG/Wytyczne_do_raportowania_ESG.pdf [dostęp 20 I 2022].

[14] *Badanie Świadomości Klimatycznej Spółek*, Fundacja Standardów Raportowania, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Bureau Veritas, 2021; 20https://seg.org.pl/projekty/badanie-swiadomosci-klimatycznej-cca [dostęp I 2022].

[15] *The Alliance for Corporate Transparency Research Report 2019: An analysis of the sustainability reports of 1000 companies pursuant to the EU Non-Financial Reporting Directive*, Frank Bold Foundation, Alliance for Corporate Transparency, 2021; https://allianceforcorporatetransparency.org/assets/2019_Research_Report%20_Alliance_for_Corporate_Transparency.pdf [dostęp 20 I 2022].

[16] *Korporacyjna obojętność. Cele i strategie klimatyczne emitentów notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie*, Fundacja Instrat, 2021; https://instrat.pl/wp-content/uploads/2021/11/Fundacja-Instrat-Korporacyjna-Oboj%C4%99tno%C5%9B%C4%87.pdf [dostęp I 2022].

[17] *Dojrzałość w zarządzaniu różnorodnością i inkluzja w miejscu pracy w Polsce. Raport z badania*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/12/Diversity-IN-Check_raport_Dojrzalosc-w-zarzadzaniu.pdf [dostęp I 2022].

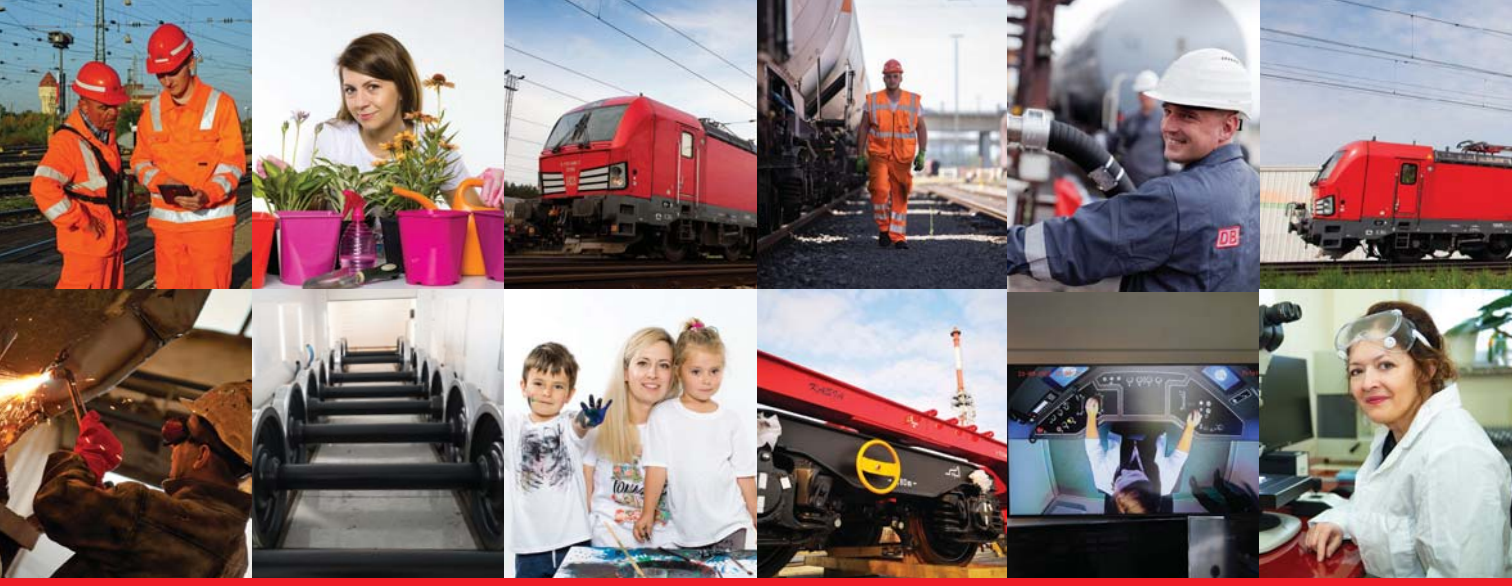
[18] *Edelman Trust Barometer2021: The Belief-Driven Employee,* Edelman, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/09/2021EdelmanTrustBarometerSpecialReport_TheBelief-DrivenEmployee.pdf [dostęp I 2022].

[19] *Argumenty ekonomiczne przemawiające za inkluzją osób LGBT+ w Europie Środkowo-Wschodniej. Węgry, Polska, Rumunia i Ukraina*, Open For Business, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/04/TheEconomicCaseforLGBTInclusioninCEE-POLISH.pdf [dostęp 20 I 2022].

[20] *The Ocean Plastics Reduction Guide*, European Investment Bank, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/08/The-Ocean-Plastics-Reduction-Guide.pdf [dostęp 20 I 2022].

[21] *Przyszłość lasów w Unii Europejskiej. Niewykorzystany potencjał ochrony przyrody i łagodzenia zmian klimatu*, Greenpeace, 2021; https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/03/greenpeace-przyszlosc_lasow_w_ue_analiza.pdf [dostęp 20 I 2022].

[22] *The Economics of Biodiversity: The Dasgupta Review*, HM Treasury, 2021: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/962785/The_Economics_of_Biodiversity_The_Dasgupta_Review_Full_Report.pdf [dostęp 20 I 2022].



DB Cargo

DB Cargo Polska na torach zrównoważonego rozwoju

www.pl.dbcargo.com

TARGI CSR

Targi CSR to największe wydarzenie w Polsce poruszające temat społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju w konwencji targowej. Dzięki tej formie wystawcy mogą dotrzeć do szerszego grona interesariuszy.

Cel Targów CSR to zaprezentowanie różnorodnych inicjatyw, konkretnych działań i strategii firm w zakresie CSR oraz projektów, które mają wspierać firmy w byciu odpowiedzialnymi.

TARGI CSR to okazja do

- zaprezentowania się w gronie liderów/ek CSR w Polsce
- zaprezentowania szerokiemu gronu odbiorców różnorodnych działań swojej firmy, nie tylko w obszarach CSR i zrównoważonego rozwoju
- spotkania interesariuszy (przedstawicieli organizacji pozarządowych, konsumentów, administracji publicznej, mediów), których opinie o działaniach firmy mogą być cenne i inspirujące
- spotkania pracowników innych firm, którzy interesują się tym tematem i którzy chętnie podzielą się swoimi spostrzeżeniami
- podsumowania swoich działań i chwili refleksji nad etapem rozwoju firmy

Adresaci **TARGÓW CSR**

- konsumenci
- Przedstawiciele organizacji pozarządowych
- najwyższa kadra zarządzająca
- menedżerowie/ki i wyższa kadra ds. ESG, CSR, HR, PR, marketingu i inni
- studenci/studentki
- dziennikarze/dziennikarki
- przedstawiciele/ki firm zainteresowanych rozwijaniem i wdrażaniem rozwiązań z zakresu CSR, zarówno korporacji jak i MŚP

ŁAD ORGANIZACYJNY

62 firmy

80 praktyk

Zmiany zasad zgłaszania praktyk do niniejszego Raportu pozwalają nam spojrzeć na obszar ładu organizacyjnego całościowo. Nie tylko przez pryzmat działań, które były kontynuowane bądź inicjowane przez firmy w 2021 roku, ale także rangi tych działań dla samych firm. Mając limitowaną liczbę praktyk, 62 firmy zdecydowały się na zgłoszenie swoich inicjatyw właśnie w tym obszarze. To dokładnie tyle samo, co w ubiegłym roku. Ładowi organizacyjnemu poświęcony jest nadal jeden z krótszych rozdziałów Raportu. A przecież – jak czytamy w Normie ISO 26000 – ład organizacyjny to „system, poprzez który organizacja podejmuje i wdraża decyzje zmierzające do realizacji jej celów". Uporządkowanie tych kwestii daje szansę na strategiczne i długofalowe planowanie działań CSR, przydzielanie odpowiedzialności za nie do poszczególnych osób czy działów, wdrażanie procedur niezbędnych w odpowiedzialnej firmie, monitorowanie realizacji celów i wreszcie – raportowanie, które zapewnia transparentność organizacji.

Z drugiej strony tworzenie procedur, raportów społecznych, strategii CSR/zrównoważonego rozwoju jest często dużo bardziej wymagające, mniej oczywiste i „wdzięczne" niż chociażby aktywności w ramach zaangażowania na rzecz społeczności lokalnych. Wydaje się, że to główna przyczyna wciąż niskiej popularności tego obszaru w Raporcie.

W tegorocznej edycji publikacji, podobnie jak w ubiegłym roku, najwięcej – bo aż 27 – dobrych praktyk opisanych w ramach ładu organizacyjnego dotyczyło zarządzania. Firmy wymieniały tu przede wszystkim tworzenie strategii: klimatycznych, CSR, ESG, odpowiedzialnego biznesu, ale nie zabrakło także aktywności związanych z certyfikacją czy tworzeniem stanowisk/zespołów odpowiadających za realizację CSR-owych celów firmy.

Osiemnaście zgłoszonych praktyk dotyczyło etyki. Najczęściej wymienianymi inicjatywami było tu tworzenie kodeksów etyki oraz procedur zgłaszania nieprawidłowości. Dla wielu firm nieodłącznym elementem tych działań jest także szeroko zakrojona edukacja pracowników, na przykład podczas „Tygodnia Compliance i Etyki". Uregulowanie kwestii etycznych i położenie nacisku na nie jest ważnym etapem budowania fundamentów odpowiedzialnej firmy. Blisko związane z kwestiami etyki są działania z zakresu compliance – takich dobrych praktyk zgłoszono w tym roku 13.

Nieodłącznym elementem odpowiedzialnego zarządzania jest także regularny dialog z interesariuszami. To aktywność bardzo popularna, realizowana przez wiele firm i dająca duży wgląd w podejmowane inicjatywy z perspektywy dostawców, pracowników, partnerów biznesowych czy organizacji pozarządowych. Zaskakuje więc fakt, że zaledwie 12 firm zgłosiło do Raportu dobre praktyki dotyczące właśnie dialogu z interesariuszami.

Raportowanie obejmuje w tym roku 10 zgłoszonych dobrych praktyk, w tym trzy dotyczą firm, które przyznały, że po raz pierwszy stworzyły tego typu publikację. To niewiele, biorąc pod uwagę, że w ubiegłorocznej edycji Konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju (wcześniej Konkursu Raporty Społeczne) jurorzy oceniali aż 55 zgłoszonych publikacji (można je znaleźć w bibliotece raportów). Pozostaje wierzyć, że firmy te realizują tak wiele ciekawych inicjatyw, że zdecydowały się zgłosić je w ramach innych obszarów niniejszego Raportu.

ŁAD ORGANIZACYJNY

Liczba zatrudnionych pracowników w 2021 r.

Małe / średnie przedsiębiorstwo

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 235

COMPLIANCE

Sposób **zarządzanie compliance** (zgodnością) w firmie **Compensa** opisany jest w regulacjach wewnętrznych. Compliance oznacza działanie zgodne ze wszystkimi wymogami prawnymi i regulacyjnymi oraz z dobrowolnie podjętymi zobowiązaniami zewnętrznymi i wewnętrznymi mającymi zastosowanie we wszystkich jednostkach organizacyjnych i obszarach biznesowych firmy.

1935

Egis Polska realizuje **edukację w zakresie etyki i compliance**. W roku 2021 firma przeprowadziła wewnętrzne szkolenia e-learningowe dla wszystkich pracowników w zakresie „Karty etyki" i kodeksu postępowania; przestrzegania przepisów antykorupcyjnych i zapobiegania łapownictwu oraz szkolenie compliance w zakresie zapobiegania konfliktom interesów.

250

Firma **Ferrero Polska Commercial** realizuje działania w ramach **compliance program**. Wdrożone regulacje wewnętrzne obejmują m.in. przeciwdziałanie korupcji, kwestię przyjmowania upominków, zapobieganie mobbingowi, dyskryminacji i podobnym zachowaniom, zasady podpisywania i obiegu umów, ochronę danych osobowych, relacje z dostawcami czy zasady postępowania z informacjami poufnymi. Ferrero wdrożyło system informatyczny do zarządzania danymi osobowymi, jak również system umożliwiający zgłaszanie nieprawidłowości.

351

KPMG w Polsce realizuje **KPMG IMPACT**. Jest to globalny program zrównoważonego rozwoju firmy KPMG. Kluczowym zobowiązaniem KPMG IMPACT jest osiągnięcie zerowych emisji dwutlenku węgla netto do 2030 r. W związku z tym KPMG realizuje program dekarbonizacji firmy – Global Climate Response – polegający na monitorowaniu emisji gazów cieplarnianych i podejmowaniu stosownych działań w celu ograniczenia emisji. Ponadto KPMG realizuje program edukacyjny dla pracowników – Planet Awareness Year.

2000

Kuehne+Nagel realizuje działania z zakresu **compliance i etyki biznesowej**. „Kodeks Postępowania" firmy stanowi podstawę, na której zbudowano Program Etyki i Zgodności. „Kodeks Postępowania" ustanawia ogólne zasady dotyczące działań podejmowanych przez członków Grupy Kuehne+Nagel. Musi być stosowany konsekwentnie, a jego treść wykracza poza regulacje prawne i jest filarem standaryzacji uczciwych działań. Ponadto firma przeprowadza coroczne testy wiedzy z zasad compliance i etyki biznesowej, które stanowią składową część oceny pracowniczej.

2300

MAKRO Polska realizuje działania z zakresu **compliance** i **diversity & inclusion**. Firma wdrożyła program Compliance, który obejmuje m.in.: politykę antykorupcyjną, godziwe warunki pracy, przestrzeganie zasad pracy (w tym z zakazu dyskryminacji oraz mobbingu), jak i zawiera zasady dotyczące unikania i rozwiązywania konfliktu interesów. W MAKRO powołano menedżera diversity & inclusion. Spółka jest członkiem międzynarodowej organizacji LEAD Network wspierającej kobiety w biznesie i promującej tematy z obszaru diversity & inclusion.

5000

W 2021 r. **OBI** wdrożyło **Transparentne OBI** – zbiór zasad określających prowadzenie biznesu w sposób etyczny, transparentny i zgodny z przepisami prawa. „Transparentne OBI" to system zapewnienia zgodności (compliance) obejmujący w szczególności politykę przeciwdziałania nadużyciom, a także inne powiązane wewnętrzne regulacje przyjęte jako część tego zbioru. Wdrożenie programu było wspierane przez szeroką akcję informacyjną wewnątrz organizacji, a ze szczegółami programu zapoznawani są także wszyscy nowo przyjęci pracownicy.

6000

PGE Polska Grupa Energetyczna posiada **Strukturę Zarządzania Zgodnością** (compliance). W każdej spółce powołano komórki lub osoby dedykowane compliance, które raportują do zarządów i równolegle do dyrektora compliance w PGE SA. Zasady organizacji struktury to m.in.: wyznaczanie kierunków, koordynacja i wsparcie PGE SA w realizacji zadań w spółkach w oparciu o regulacje wewnętrzne, wzorce i wytyczne; pozyskiwanie informacji ze spółek cyklicznie i na żądanie; edukacja i komunikacja (szkolenia z etyki i regulacji antykorupcyjnych prowadzone przez trenerów wewnętrznych); wdrożenie systemu zgłoszeń niezgodności w Grupie PGE; wyjaśnianie zgłoszeń incydentów niezgodności oraz ich weryfikacja.

42000

ROBYG wdrożył **wewnętrzne regulacje w odpowiedzi na zmiany klimatyczne**. Oprócz ośmiu obowiązujących od 2018 r. kodeksów postępowania i polityk wewnętrznych ROBYG, w 2021 r. deweloper przyjął trzy dodatkowe dokumenty korporacyjne: „Politykę środowiskową", „Politykę poszanowania

praw człowieka", „Kodeks postępowania dla dostawców i podwykonawców". Dodatkowo dokonano rewizji obowiązujących dotychczas kodeksów i polityk. Od czterech lat wszyscy pracownicy ROBYG przechodzą szkolenia z polityk i kodeksów firmowych. Od 2022 r. również każdy dostawca i podwykonawca firmy musi zapoznać się z dokumentami korporacyjnymi oraz przyjąć je do stosowania.

500

Wdrożenie „Polityk Compliance" i ich promocja wśród interesariuszy to dobra praktyka **Vantage Development**. W 2021 r. Zarząd spółki przyjął komplet „Polityk Compliance", obejmujący polityki: antykorupcyjną, ochrony środowiska, przeciwdziałania dyskryminacji, społeczną, zamówień oraz „Kodeks Postępowania Partnera Biznesowego". Powołano stanowisko compliance officera oraz wdrożono procedurę przesyłania informacji o nieprawidłowościach. Spółka korzysta z usług zewnętrznego dostawcy, zapewniając przy tym sygnalistom możliwość zachowania anonimowości, gdy zgłaszają nieprawidłowość. Rozpoczęła się również kampania informacyjna skierowana do zespołu.

170

Wodociągi Miasta Krakowa wdrożyły **Politykę zgodności**. Jest to dokument ogólny, stanowiący podstawę praktyk i innowacji w zakresie etycznego, uczciwego i zgodnego z przepisami prawa działania. W dokumencie znajdują się zagadnienia dotyczące zgodności z prawem, relacji z kontrahentami, prawa konkurencji, polityki antykorupcyjnej oraz przyjmowania korzyści i prezentów, praw człowieka i praw pracowniczych, możliwości anonimowego zgłaszania naruszeń zarówno przez pracowników, kontrahentów, klientów, jak i inne osoby mające wiedzę o zaistnieniu nieprawidłowości. Powołano również Zespół ds. Zgodności.

1200

Głównym celem praktyki **Kawa & Compliance** realizowanej przez **wonga.pl** jest wdrożenie mniej formalnego sposobu edukowania współpracowników z zagadnień prawnych i compliance obecnych w firmie. Stanowi to odpowiedź na zapotrzebowanie zgłaszane przez współpracowników do wprowadzenia dodatkowych szkoleń ze względu na ilość zmian w prawie. Każde spotkanie skierowane jest do sprecyzowanej grupy współpracowników, np. zajmujących się relacją z klientem lub zawierających umowy z kontrahentem.

150

As Compliance to nagroda dla pracowników firmy **wonga.pl**, którzy w wyróżniający się sposób przestrzegają zasad compliance. Przy wyborze Asa Compliance pod uwagę brane są m.in.: traktowanie klientów zgodnie z zasadami wskazanymi w „Kodeksie Etyki Wonga"; prowadzenie etycznej relacji z kontrahentem; przestrzeganie zasad ochrony danych czy zgłaszanie konfliktu interesów.

150

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Sesje dialogowe są dla firmy **Aquanet** podstawą komunikacji i zbierania informacji o oczekiwaniach interesariuszy. W 2021 r. po raz pierwszy sesje zostały przeprowadzone we wszystkich spółkach zależnych, czyli w ośmiu podmiotach wchodzących w skład Grupy Kapitałowej Aquanet.

860

Dialog z interesariuszami online w czasie pandemii COVID-19 to dobra praktyka realizowana przez **CEMEX Polska**. Firma dba o stały dialog z interesariuszami. Jedną z jego form są spotkania prowadzone według międzynarodowego standardu AA1000 SES, które od 2013 r. są regularnie organizowane dla interesariuszy dwóch głównych zakładów produkcyjnych: Cementowni Chełm i Cementowni Rudniki. W 2020 i 2021 r. firma CEMEX Polska, chcąc aktywnie podtrzymać relacje ze swoimi interesariuszami, szczególnie w trudnym czasie pandemii, postanowiła kontynuować dialogi w formule online. W 2021 r., po raz drugi z rzędu, zorganizowano dwa spotkania dialogowe według standardu za pośrednictwem MS Teams.

1000

Celami **dialogu z interesariuszami** w firmie **Compensa** były poznanie oczekiwań interesariuszy wobec firmy, opinii dotyczących dotychczasowych i planowanych działań firmy, a także wskazanie aspektów działalności firmy, które powinny zostać uwzględnione w strategii i raporcie zrównoważonego rozwoju/ESG. Formuła spotkania oparta była na międzynarodowym standardzie AA1000. Po panelu powstał raport podsumowujący i matryca istotności tematów jako element budowy nowej strategii.

1935

CSR w **Hochland** Polska zdefiniowano jako system zarządzania relacjami pomiędzy firmą, a otaczającym ją środowiskiem, traktując lokalne społeczności jako jeden z priorytetów. **Społeczna walidacja inicjatyw w Hochland** to dobra praktyka, w ramach której firma po raz czwarty (po roku przerwy) przeprowadziła ankietę zadowolenia z podejmowanych przez Hochland inicjatyw na rzecz społeczności lokalnych. W badaniu wzięli udział mieszkańcy gmin Kaźmierz i Węgrów, w których firma ma swoje zakłady produkcyjne, oraz pracownicy. Dystrybucje ankiety zrealizowano

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

ŁAD ORGANIZACYJNY

w ramach wydań lokalnych gazet oraz przez internet. Ogólny poziom zadowolenia z inicjatyw Hochland Polska wyniósł 94%.

800

LOTTE Wedel prowadzi regularny **dialog z interesariuszami**, korzystając z różnorodnych formuł zaangażowania. W 2020 r. przeprowadzono **badanie „Zaangażowanie społeczne firm"** Wedla i **Uniwersytetu SWPS**, w którym udział wzięło ponad 1 tys. respondentów. Ankietowanych zapytano o ich oczekiwania dotyczące zaangażowania społecznego lokalnych przedsiębiorstw oraz charakteru i zasięgu prowadzonych działań. Dodano również pytania, które dotyczyły zaangażowania biznesu we wsparcie walki z pandemią COVID-19.

1300

W ramach realizowanego na terenie spółki **Lubelski Węgiel Bogdanka** projektu dotyczącego **zrównoważonego zagospodarowania hałd pogórniczych** zorganizowano konsultacje z interesariuszami. Warsztaty poświęcono wyzwaniom, kierunkom i narzędziom rewitalizacji hałdy w Bogdance. Spotkanie miało charakter edukacyjno-konsultacyjny, za jego prowadzenie oraz warstwę merytoryczną odpowiadali naukowcy z Głównego Instytutu Górnictwa w Katowicach oraz Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej. Lokalna społeczność miała możliwość zaproponowania własnego pomysłu na zagospodarowanie hałdy w przyszłości.

4761

Szkolenia dla Liderów dobroczynności to inicjatywa firmy **Polenergia**. Dla lokalnych liderów (kierowników obiektów Grupy) firma zorganizowała cykl warsztatów „Jak działać lokalnie? Programy społeczne w praktyce". Warsztaty miały na celu podniesienie poziomu wiedzy u osób, które zajmują się budowaniem lokalnych relacji z interesariuszami Polenergii (m.in.: przekazanie wiedzy na temat metod i możliwości działań w wymiarze lokalnym; zainspirowanie poprzez przykłady i doświadczenia udanych działań w obszarze działalności dobroczynnej innych organizacji; wypracowanie wspólnego modelu działania; zwrócenie uwagi na realizację projektów wspierających różnorodność).

232

„Napełniamy Polskę mocą" – dialog z interesariuszami PSE to dobra praktyka realizowana przez **Polskie Sieci Elektroenergetyczne**. Dialog, transparentność i współpraca – na tych filarach opiera się utrzymywanie relacji z interesariuszami przez PSE. Firma dba o prowadzenie dialogu na różnych poziomach i przy użyciu różnych kanałów komunikacji. Jednym z flagowych przedsięwzięć w tym zakresie są sesje dialogowe prowadzone w oparciu o standard AA1000. W latach 2014–2021 PSE przeprowadziły pięć sesji dialogowych, w których wzięło udział łącznie 320 osób reprezentujących różne grupy odbiorców firmy.

2700

Volkswagen Poznań prowadzi **dialog z lokalną społecznością**. W roku 2021, ze względów bezpieczeństwa, firma kontynuowała spotkania z przedstawicielami najbliższego sąsiedztwa w formule online. W ich trakcie podsumowany został mijający rok, jak również podjęto próbę wskazania dalszych potencjałów wspólnych działań. VWP współpracuje m.in. z radami osiedli i sołtysami, podtrzymując regularny kontakt i reagując na zgłaszane przez nich kwestie. Wszystkie informacje na temat spotkań oraz relacje z ich przebiegu publikowane są na stronie internetowej spółki.

11000

Rada Interesariuszy Zakładu Utylizacyjnego działa nieprzerwanie od 2014 r. Jej członkowie to mieszkańcy: członkowie rad dzielnic, rad sołeckich, urzędnicy, eksperci, władze miasta i Zarząd ZU. Głównym celem Rady Interesariuszy ZU jest regularna wymiana informacji i wspólne wypracowywanie strategii działań dla spółki na rzecz redukcji uciążliwości i bezpieczeństwa mieszkańców. Podczas spotkań analizowane są sprawy dotyczące funkcjonowania Zakładu i Portu Czystej Energii. Rada ma też wymiar edukacyjny, służący ułatwianiu merytorycznej dyskusji o gospodarce odpadami. Inwestycją wypracowaną w ramach Rady jest budowa nowej hermetycznej kompostowni.

236

Dialog Społeczny w firmie **Żywiec Zdrój** został zaprojektowany zgodnie z zasadami standardu AA1000. Proces, rozpoczęty w Jeleśni, został zaplanowany tak, aby do końca 2022 r. objęte nim były wszystkie fabryki spółki, oraz poprzedzony szczegółowym mapowaniem interesariuszy, spośród których wybrano grupę kluczowych. W ramach procesu Dialogu Społecznego przeprowadzono dwie sesje zdalne oraz cztery dodatkowe spotkania poświęcone projektowaniu konkretnych rozwiązań. Celem sesji było poznanie postrzegania dotychczasowej współpracy z firmą Żywiec Zdrój przez lokalnych interesariuszy oraz identyfikacja wyzwań.

600

ETYKA

Carlsberg Polska popularyzuje zasady etyczne wśród pracowników i partnerów handlowych. W firmie funkcjonuje **Kodeks Etyki i Postępowania** oraz **system Speak Up**. Zaktualizowany w 2021 r. Kodeks zawiera przewodniki rekomendowanych i zakazanych działań i etycznego podejmowania decyzji w przypadkach, które mogą być trudne do oceny. Każdy pracownik firmy może zgłosić nadużycia, które godzą w etykę i wartości Grupy Carlsberg, m.in. przez całodobowy działający siedem dni w tygodniu system Speak Up, który jest zarządzany przez niezależną firmę, co pozwala na zapewnienie anonimowości.

1300

Przeciwdziałanie niewłaściwym zachowaniom i nadużyciom to dobra praktyka firmy **Emitel**. W spółce istnieje formalna ścieżka postępowania na wypadek zgłoszenia niewłaściwego działania lub zachowania. Powołano rzecznika ds. zapobiegania mobbingowi i dyskryminacji, którego rolą jest reagowanie na wszelkie sygnały przekazywane przez pracowników. Każdy pracownik jest zapoznawany z wytycznymi opisanymi w procedurze antymobbingowej i antydyskryminacyjnej.

450

W **Fabrykach Mebli „FORTE"** obowiązuje **Kodeks etyczny Grupy FORTE**. Zadaniem Kodeksu jest ułatwienie dokonywania właściwych wyborów w organizacji, w działalności zawodowej i relacjach społecznych. Dokument odnosi się nie tylko do postaw i zachowań pracowników, ale także do wszystkich podmiotów z którymi FORTE współpracuje. W każdym oddziale FORTE powołany został co najmniej jeden rzecznik ds. etyki, który jest przeszkolony w wyjaśnianiu wątpliwości związanych z „Kodeksem etycznym" oraz do przyjmowania zgłoszeń wszelkich nieprawidłowości.

3500

W ramach **odpowiedzialnego biznesu** firma **Ferrero Polska Commercial** przyjęła szereg dokumentów: „Kodeks etyczny", „Kodeks postępowania w biznesie", „Kodeks dostawcy", „Deklarację polityki praw człowieka". Poufne zgłaszanie problemów związanych z zasadami przyjętymi w Ferrero umożliwia funkcjonująca 24 godziny na dobę, 365 dni w roku i dostępna w 43 językach Infolinia Integralności Ferrero działająca od 2018 r. Infolinia Integralności Ferrero jest zarządzana przez zewnętrznego dostawcę.

351

W **Ferrero Polska Commercial** funkcjonuje **Program antymobbingowy**. To procedura, która określa formalną ścieżkę postępowania w przypadku zgłoszenia mobbingu, osoby dedykowane do kontaktu, prace dedykowanej Komisji oraz działania podejmowane przez pracodawcę w celu ochrony osób pokrzywdzonych. Każdy pracownik jest zobowiązany do zapoznania się i przestrzegania zapisów polityki. W ramach działań prewencyjnych, prowadzone są szkolenia dla pracowników z tematyki mobbingu, dyskryminacji i molestowania oraz zapisów polityki.

351

Leroy Merlin Polska dba o etykę. „Kodeks etyki" funkcjonuje już od 2013 r., a w 2021 r. firma wzmocniła działania w tym obszarze poprzez regularną komunikację wewnętrzną. W firmowym intranecie pojawiały się wywiady z członkami firmowej komisji ds etyki, filmy, infografiki, przewodniki po systemie do zgłaszania nieprawidłowości. Także w corocznym badaniu doświadczeń pracowników dużo miejsca poświęcono tematowi etyki i działań antykorupcyjnych.

12000

Kodeks etyczny firmy **Lyreco Polska** reguluje ogólne zasady etyki w biznesie i współpracy z kontrahentami. Zawiera także zobowiązania firmy wobec pracowników dotyczące: zapewnienia bezpiecznego i zdrowego środowisko pracy, zróżnicowania i braku zgody na przypadki dyskryminacji. Każdy dostawca, który chce uczestniczyć w składaniu ofert, musi zobowiązać się do przestrzegania podstawowych zasad „Kodeksu etycznego" dostawców Lyreco i podpisać oficjalną deklarację.

577

Kodeks etyki firmy **Pelion** powstał, aby wspierać pracowników w przyjmowaniu właściwych postaw w sytuacjach, z jakimi stykają się w codziennej pracy. Pracownicy są zobligowani do znajomości dokumentu i postępowania zgodnie z jego zasadami. W przypadku wątpliwości natury etycznej mogą zwrócić się do rzecznika etyki lub skorzystać z infolinii zaufania. „Kodeks etyki" odzwierciedla zobowiązania firmy w zakresie ochrony wolnej konkurencji, troski o wartości przedsiębiorstwa, budowania organizacji przyjaznej pracownikom, tworzenia lepszej rzeczywistości oraz troski o środowisko naturalne.

10000

Projekt **Etyczny ORLEN** obejmuje działania związane z wdrożeniem nowego „Kodeksu etyki" oraz ujednoliceniem systemu etycznego w Grupie ORLEN. W **Polskim Koncernie Naftowym ORLEN** w 2020 r. został powołany Zespół ds. Etyki, który koordynuje całość kwestii etycznych w Koncernie. W 2021 r. został przyjęty „Kodeks etyki" Grupy Kapitałowej ORLEN, w którym są określone normy i praktyczne zasady postępowania. W spółkach Grupy ORLEN funkcjonują rzecznicy ds. etyki, którzy gwarantują pracownikom możliwość swobodnego zgłaszania pytań, wątpliwości lub naruszeń „Kodeksu etyki". Działania komunikacyjne oraz szkoleniowe z zakresu etyki obejmują wszystkich pracowników, w tym nowo zatrudnionych pracowników w procesie adaptacji oraz stażystów.

5878

Provident Polska realizuje **etyczny biznes**. Etyka jest wpisana we wszystkie obszary działalności firmy. W Providencie, należącym do Grupy International Personal Finance, od 2013 r. funkcjonuje „Kodeks etyczny". Zobowiązuje on pracowników, doradców klienta, kontrahentów i dostawców do działania zgodnie z prawem i normami etyki oraz stosowania i promowania najlepszych praktyk odpowiedzialnego

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

ŁAD ORGANIZACYJNY

biznesu. W Providencie działa rzecznik ds. etyki, do którego każdy pracownik i doradca klienta może zgłosić nieetyczne zachowania. Na wszystkich rynkach Grupy IPF jest także możliwość anonimowego zgłaszania nieprawidłowości w formule online za pomocą narzędzia Speak Up Serwis.

1800

W 2021 r. **Rödl & Partner** w Polsce ogłosił **Kodeks etyki**. Dokument jest wynikiem wewnętrznych prac i przeglądów procesów, m.in. audytu obowiązujących polityk i procedur, analizy wyników ankiety przeprowadzonej wśród pracowników, warsztatu dla najwyższej kadry zarządzającej. Nad „Kodeksem etyki" pracowała wewnętrzna grupa robocza, która zajmowała się także pracami nad elementami systemu etycznego w organizacji. Ogłoszeniu dokumentu towarzyszył cykl szkoleń dla pracowników.

533

W **Sodexo Polska** powstało narzędzie **Sodexo Speak Up Ethics Line**, które pozwala na anonimowe zgłaszanie nieetycznych, niepożądanych zjawisk występujących w firmie. Dodatkowo wewnątrz organizacji powołano Komitet ds. Etycznych, którego zadaniem jest m.in. weryfikacja zgłoszeń i wdrażanie rozwiązań naprawczych.

1900

W firmie **Solaris Bus & Coach** uruchomiony został **wewnętrzny kanał zgłoszeniowy dla tzw. sygnalistów** – osób, które zauważają i chciałyby zgłosić nieprawidłowości zachodzące w miejscu pracy. Kanał zgłoszeniowy jest dostępny na zabezpieczonej stronie internetowej i został zaprojektowany w taki sposób, aby chronić tożsamość osoby zgłaszającej oraz umożliwić obsługę zgłoszeń anonimowych.

2700

Tydzień Compliance i Etyki to dobra praktyka **Unum Życie TUiR**. Oficerowie ds. compliance nie są jedynie stróżami stojącymi na straży bezpieczeństwa i reputacji organizacji, ale pełnią również funkcję edukatorów służących radą i pomocą w przypadku pojawienia się wątpliwości prawnych lub etycznych u innych członków organizacji. W firmie co roku obchodzony jest „Tydzień Compliance i Etyki", który stanowi okazję do dialogu w zakresie znaczenia dokonywania właściwych wyborów.

541

Kodeks etyki jest w **VanityStyle** podstawą budowania odpowiedzialnego i uczciwego biznesu, stanowi punkt odniesienia do oceny postępowania wszystkich osób pracujących i współpracujących z VanityStyle. „Kodeks etyki" powstał przy udziale pracowników i składa się na niego pięć podstawowych wartości, które wyznaczają firmie kierunek działania, tj. transparentność, współpraca, świadomość, sukces i entuzjazm.

85

Przeciwdziałanie nadużyciom to praktyka firmy **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków**, w ramach której wdrożono „Kodeks etycznej działalności gospodarczej", „Polityki zgłaszania naruszeń" oraz „Polityki dotyczące prezentów i gościnności". W ramach działań pracownicy zobowiązani są również do odbycia obowiązkowego szkolenia „Etyka w miejscu pracy", które jest odnawiane co roku.

1200

Sygnalista to dobra praktyka zgłoszona przez **Wirtualną Polskę**. Firma dąży do tego, aby współpraca odbywała się w oparciu o zasady etyki i w zgodzie z normami społecznymi, dlatego wdrożyła procedurę przeciwdziałania oraz zapobiegania niepożądanym zachowaniom.

2000

WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy & Partners, dążąc do świadczenia usług na najwyższym poziomie, w sposób etyczny i kompetentny, **wdrożyła Kodeks etyki zawodowej** będący zbiorem norm etycznych i wzorców zachowań. Dokument jest odzwierciedleniem wartości, którymi kieruje się WP Law Kancelaria podczas realizacji swoich celów.

20

RAPORTOWANIE

Grupa Przedsiębiorstw ALDI Nord, w której skład wchodzi **ALDI**, co roku publikuje **raport zrównoważonego rozwoju**. Działy Corporate Responsibility każdego z krajów Grupy wspólnie pracują nad ustalaniem treści raportu. W 2021 r. firma opublikowała ewaluacyjny raport, którego struktura opiera się na 10 zasadach UNGC i który jest zgodny ze standardami raportowania GRI Sustainability Reporting Standards.

3600

Raport ESG Allegro.eu Wyjątkowa firma w wyjątkowych czasach podkreśla zaangażowanie **Allegro** w odpowiedzialne zarządzanie najbardziej rozpoznawalną marką e-commerce w Polsce. Allegro chce być platformą zrównoważonych zakupów, pomagając w dokonywaniu wyborów. Firma przeznaczyła 490 mln zł na wsparcie dla pracowników, klientów, sprzedawców, polskiego społeczeństwa oraz pracowników ochrony zdrowia. Uruchomiła inicjatywy wspierające walkę ze skutkami COVID-19.

4770

DIAGNOSTYKA opublikowała swój pierwszy w historii **raport ESG**, czyli raport niefinansowy, w którym opisane zostały działania spółki w obszarach środowiskowych, społecznych oraz korporacyjnych.

7000

Co roku spółka **Emitel** publikuje „Raport Zaangażowania Społecznego", w którym w ramach **obszaru ESG** zawarte są informacje na temat zaangażowania firmy w ochronę środowiska i troski o zasoby naturalne, odpowiedzialności społecznej, a także zagadnienia dotyczące etyki i ładu korporacyjnego. W sierpniu 2021 r. spółka wprowadziła politykę ESG.

450

Firma **Globe Trade Centre** odpowiedziała na rosnące oczekiwania interesariuszy, publikując w 2021 r. kompleksowy **raport ESG 2020**. Jest to pierwsza taka publikacja w historii spółki, podsumowująca 25 lat działalności. Raport prezentuje kluczowe dla branży dane, potwierdzające zaangażowanie GTC w zrównoważony rozwój, odpowiedzialne budownictwo, odpowiedzialne zarządzanie nieruchomościami, ale też we współpracę ze społecznościami lokalnymi i interesariuszami.

180

Dobra praktyka polega na przygotowywaniu przez firmę **zintegrowanego raportu rocznego** Grupy Kapitałowej LOTOS w wersji elektronicznej. Publikacja ma postać interaktywnej, przyjaznej użytkownikowi platformy internetowej, której odbiorcy mają do dyspozycji wiele funkcjonalności ułatwiających dotarcie do interesujących ich danych, a także m.in. mogą porównywać wyniki, samodzielnie generować niezbędne analizy i wykresy. **Grupa Kapitałowa LOTOS** jest jednym z prekursorów raportowania na polskim rynku – nieprzerwanie od 2009 r. raporty zintegrowane mają postać elektroniczną online.

5476

Opublikowany w 2021 r. czwarty **raport wpływu Polskich Sieci Elektroenergetycznych**, jest kolejną formą sprawozdawczości firmy. W sposób zintegrowany przedstawione zostały dane finansowe i niefinansowe wzbogacone o wyniki wpływu PSE na gospodarkę, finanse publiczne, społeczeństwo oraz środowisko. **Napełniamy Polskę mocą** to rozdział wpływu PSE na rynek i gospodarkę przygotowany zgodnie z metodyką opracowaną przez eksperta według modelu Wassily'ego Leontiefa, nazywanego modelem przepływów międzygałęziowych. Struktura i treść serwisu przygotowana jest zgodnie z wytycznymi Global Reporting Initiative Standards.

2700

Firma **Solaris Bus & Coach** opublikowała pierwszy **raport zrównoważonego rozwoju** opracowany zgodnie z GRI Standards. To opis wpływu organizacji na gospodarkę, środowisko i społeczność. Wybór tematów jest wynikiem warsztatów i zaangażowania interesariuszy, którzy zabrali głos w kwestii raportu. Treści podzielone zostały na rozdziały będące filarami firmy: „Odpowiedzialni na każdym etapie łańcucha wartości", „Ludzie – najwyższa wartość" oraz „Zeroemisyjna przyszłość".

2700

Raport „Działania na rzecz zrównoważonego rozwoju Stena Recycling 2020–2021" jest dopełnieniem raportu Grupy Stena Metall, do której należy **Stena Recycling**. Firma co dwa lata robi podsumowanie swoich działań na rzecz zrównoważonego rozwoju na rynku polskim. Dokument powstaje w oparciu o cztery kluczowe obszary: tworzenie wartości, gospodarowanie zasobami, ludzie i kultura oraz odpowiedzialne relacje. Firma wdrożyła programy społeczne, edukuje na temat ekologii i zrównoważonego rozwoju oraz inwestuje w nowe technologie. Wszystkie działania poprzedzone są dialogiem, który prowadzi z interesariuszami.

594

Sprawozdanie Zarządu z działalności **TIM** za 2020 r. miało formę **raportu zintegrowanego**, przygotowanego według wytycznych GRI Standards. W zakresie definiowania treści dokumentu poza GRI Standards uwzględnione zostały również wyniki dialogów społecznych zrealizowanych w 2018 i 2020 r. oraz zapisy strategii odpowiedzialnego biznesu „TIM pro" na lata 2019–2021, uchwalonej w 2019 r. Dokument objął informacje na temat Grupy Kapitałowej TIM, spółki dominującej TIM SA oraz spółki zależnej 3LP SA.

286

ZARZĄDZANIE

W 2021 r. firma **Aquanet** rozpoczęła działania CSR w Grupie Kapitałowej. **Audyt i analiza CSR** stanu wyjściowego projektów i procesów we wszystkich spółkach grupy pomogły firmie w przygotowaniu rekomendacji dla rozwoju CSR w przyszłości w Grupie Aquanet.

860

W czerwcu 2021 r. **Bank Pekao** ogłosił pierwszą **Strategię ESG „Odpowiedzialny Bank wspierający zrównoważony rozwój"** na lata 2021–2024. Strategia ESG jest oparta na trzech filarach. W ramach filaru „środowisko" organizacja chce zwiększyć zaangażowanie w działania na rzecz środowiska i przeciwdziałać zmianom klimatu, finansując zielone projekty. Poprzez filar „zaangażowanie" Bank wzmacnia działania na rzecz zrównoważonego rozwoju społeczeństwa i gospodarki. Z kolei w ramach filaru „ład" Bank zamierza pozostać przykładem odpowiedzialnego podejścia do biznesu.

12483

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

ŁAD ORGANIZACYJNY

Skupiając się na aspektach środowiskowych, społecznych i ładzie zarządczym (ESG), realizując misję zrównoważonego rozwoju, w 2020 r. **BNP Paribas Bank Polska**, w ramach **Sustainability Community**, powołał Radę ds. Zrównoważonego Rozwoju. Rada odpowiada za to,aby cele związane z realizacją Agendy 2030 były rozumiane zarówno w Banku, jak i wśród klientów. W 2021 r. członkowie Rady powołali sustainability oficerów, którzy w danych obszarach koordynują i wdrażają działania w zakresie zrównoważonego rozwoju, aspektów ESG oraz współpracują z Zarządem Banku i Sustainability Council.

9200

Sustainability Linked Loan to kredyt obrotowy w ofercie **BNP Paribas Bank Polska**. Marża kredytu zależna jest od spełnienia warunków określanych przez kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) w obszarach środowiska, społeczeństwa i ładu korporacyjnego (ESG). Cele stanowią innowacyjne połączenie wewnętrznych KPI i oceny wskaźników ESG przez podmiot zewnętrzny. Wskaźniki te obejmują kwestie, takie jak np. emisje gazów cieplarnianych, różnorodność pod względem płci czy praktyki dotyczące ładu korporacyjnego.

9200

W 2021 r. firma **Danone** rozpoczęła proces **certyfikacji B Corp** od spotkania z Zarządem oraz uformowania zespołu projektowego (26 osób z działów: HR, ochrona środowiska, compliance, finanse, BHP). Zespół wypełnił kwestionariusz B Impact Assessment, zawierający pytania o standardy działania w obszarach: ład korporacyjny, pracownicy, społeczności, klienci i środowisko. Mając wynik oceny powyżej progu, firma rozpoczęła kampanię Dobradobra.org, której celem było budowanie świadomości na temat B Corp. W styczniu 2022 r. firma otrzymała certyfikat B Corp, jako pierwsza firma tej skali w Polsce.

1200

W firmie **Emitel** istotnym celem są **równe szanse w miejscu pracy** niezależnie od wieku, płci, niepełnosprawności, narodowości czy orientacji seksualnej. Różnorodność to wartość, która pomaga budować silne zespoły, dlatego w Emitelu prowadzona jest transparentna polityka kadrowa. W 2021 r. stanowiska zostały opisane i sklasyfikowane, powstał nowy taryfikator stanowisk i stawek. Spółka dołączyła do globalnej inicjatywy 30% Club promującej różnorodność w biznesie. Celem jest zwiększenie do co najmniej 30% reprezentacji kobiet w zarządach i radach nadzorczych w 140 polskich spółkach giełdowych do 2030 r.

450

W firmie **Energa Grupa ORLEN** wdrożono **System Zarządzania Zgodnością (Compliance)**. Obejmuje on potrzeby i oczekiwania interesariuszy. Jest to zestaw regulacji i mechanizmów ograniczających ryzyko ponoszenia negatywnych konsekwencji wynikających z nieprzestrzegania regulacji. Zawiera identyfikację obszarów działalności Grupy Energa obarczonych ryzykiem braku zgodności, ewidencję przepisów, ocenę zgodności z wymaganiami, a także komunikację i raportowanie stanu zgodności.

9800

Grupa ANG jest pierwszą firmą z **certyfikatem B Corp** w branży finansowej w Polsce. A jako piąta firma w Polsce i jedyna z branży finansowej otrzymała w 2020 r. prestiżowy certyfikat B Corp.c Oznacza to, że należy do firm równoważących misję i zysk; formalnie zobligowanych do brania pod uwagę wpływu swoich decyzji na pracowników, klientów, dostawców, społeczność i środowisko. Certyfikat jest przyznawany na trzy lata, po tym czasie konieczna jest recertyfikacja.

1000

Po prawie 10 latach działalności w 2019 r. Zarząd i interesariusze podjęli decyzję o **przekształceniu ANG Spółdzielni w spółkę pracowniczą**. Od 2021 r. firma nie jest spółdzielnią, gdzie członek dysponował głosem na Walnym Zgromadzeniu, ale nadal dzięki większościowemu (ponad 60%) pakietowi akcji, 329 współpracowników współdecyduje o kierunkach rozwoju firmy. **Grupa ANG** to przykład spółki pracowniczej, należącej w większości do tworzących ją ludzi. To głos do świata, że to współpracownicy tworzą wartość firmy i powinni też korzystać z prawa do współwłasności.

1000

Grupa CCC postawiła sobie za cel doprowadzenie do zrównania wynagrodzeń osób różnych płci wykonujących analogiczną pracę poprzez **redukcję wskaźnika Gender Pay Gap Ratio** oraz umożliwianie rozwoju pracownikom wyrażone we wskaźniku **Glass Ceiling Ratio**. CCC jako jedna z pierwszych spółek na świecie zaraportowała bezpośrednio wskaźnik Glass Ceiling Ratio (GCR).

13220

W 2021 r. **Grupa CCC** przyjęła **Strategię Zrównoważonego Rozwoju GO.25**, obowiązującą do 2025 r., która jest integralnym elementem Strategii Biznesowej GO.25 oraz stanowi fundament dla wszystkich działań strategicznych. Strategia obejmuje cztery główne obszary: produkt (cyrkularność), środowisko (niskoemisyjność), pracownicy (różnorodność), społeczeństwo (transparentność). Kierunki strategiczne zostały określone w nawiązaniu do oczekiwań interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych oraz dostosowane do wymogów regulacyjnych i trendów w obszarze ESG.

13220

Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel) rozbudowała swoją strategię multiplay o produkcję i sprzedaż czystej energii. W ramach **Strategii 2023+** będą rozwijane kluczowe segmenty (telekomunikacja, kontent) oraz nowy segment (czysta ener-

gia). Grupa będzie produkowała czystą energię ze słońca, wiatru czy biomasy, w co zainwestuje 5 mld zł. Planuje rozwijać technologie wodorowe. Grupa chce budować łańcuch wartości zielonego wodoru: od produkcji w procesie elektrolizy, przez magazynowanie i transport, budowę sieci stacji tankowania wodorem, produkcję autobusów, aż po jego stosowanie.

7000

Intrum dzieli się know-how i dba o zrównoważony rozwój. Firma dostarcza rzetelnych i unikatowych na skalę globalną analiz finansowych i gospodarczych: raporty EPR i ECPR 2021. Pracownicy Intrum w swojej pracy kierują się m.in. „Kodeksem postępowania" oraz wartościami firmy (szczególnie empathy i ethics). Ponadto firma łagodzi swój negatywny wpływu na środowisko – jej celem jest stać się do 2030 r. neutralną klimatycznie.

520

MAKRO Polska rozwija **kulturę bezpieczeństwa żywności**, a w proces zaangażowani są wszyscy pracownicy. Firma od 2011 r. ma wdrożony system bezpieczeństwa żywności ISO 22000, a w 2022 r. uzyskała certyfikat według nowej wersji normy. MAKRO regularnie szkoli pracowników z zasad higieny, jakości i bezpieczeństwa. Wszystkie produkty świeże oraz mrożone podlegają dodatkowej kontroli jakości w centrach logistycznych. W każdej lokalizacji przeprowadzane są minimum cztery audyty rocznie. MAKRO współpracuje z ok. 300 dostawcami marki własnej, z czego większość certyfikowana jest zgodnie z międzynarodowymi standardami GFSI lub podlega audytowi. Wspólnie tworzone są standardy jakościowe w łańcuchu dostaw.

5000

W związku z dynamicznymi zmianami na runku powstała **Strategia Odpowiedzialnego Biznesu Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego na lata 2020–2030**, która zaktualizowała poprzedni dokument. Tak jak poprzednio, obecna strategia to uzupełnienie Strategii Rozwoju Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A. na lata 2020–2030. Strategia zawiera cztery obszary: zorientowanie na klienta i jego potrzeby, partnerstwo międzysektorowe na rzecz zrównoważonego rozwoju, ochronę środowiska oraz bezpieczeństwo pracy, kulturę etyczną, satysfakcję i zaangażowanie pracowników.

186

Zrównoważone produkty finansowe to dobra praktyka mBanku. Od grudnia 2021 r. **mBank** stosuje nowe zasady zarówno wprowadzania nowych, jak i modyfikacji produktów, zgodnie z którymi każdy nowo wprowadzany lub modyfikowany produkt jest oceniany pod względem jego wpływu na czynniki ESG. Dzięki temu Bank zapobiega włączaniu do oferty produktów potencjalnie nieodpowiedzialnych. Zgodnie ze swoją strategią na lata 2021–2025 mBank będzie co roku wprowadzał do swojej oferty co najmniej jeden zrównoważony produkt w każdej linii biznesowej.

7000

W grudniu 2021 r. firma **Nhood Polska** po raz drugi poddała się analizie równości płci **WEPs Gender Gap Analysis Tool** organizowanej przez Global Compact Network Poland i uzyskała rezultat o 11% lepszy niż rok wcześniej. Nhood wyróżnił się tym, że zarówno stanowisko dyrektor generalnej, jak i większość stanowisk menedżerskich zajmują kobiety. Firma dąży do zapewnienia **równych szans** płci na każdym etapie kariery zawodowej pracownika.

80

W 2021 r. firma **Orange Polska** ogłosiła nową **strategię – „Grow. Rośniemy razem"**. Po raz pierwszy odpowiedzialność społeczna znalazła się w firmie na równi z innymi filarami strategicznymi. Oznacza to, że wyzwania i kwestie związane z odpowiedzialnością mają tę samą wagę oraz ten sam poziom zarządzania co cele biznesowe. Dwa filary obszaru odpowiedzialność, które firma uważa za kluczowe, to wpływ na środowisko i klimat oraz włączenie cyfrowe. Obszar środowiskowy ujęty został w strategię klimatyczną – program #OrangeGoesGreen, który obejmuje 13 projektów prośrodowiskowych. Drugi obszar to włączenie cyfrowe – inwestycje w rozwój sieci, zapewnienie powszechnego dostępu do usług oraz edukacja cyfrowa.

10880

Grupa Orange jest sygnatariuszem światowego porozumienie w sprawie równouprawnienia kobiet i mężczyzn. Każdy z krajów, także Polska, włącza się w realizację tego porozumienia. Realizację porozumienia potwierdza audyt GEES. W **Orange Polska** powstał **Komitetu ds. równości płci w miejscu pracy oraz różnorodności**. Jego celem jest analiza sytuacji w zakresie wypełniania celów w ramach porozumienia, przegląd celów i monitorowanie ich realizacji, wdrożenie i monitorowanie planu działań zapobiegawczych i naprawczych oraz budowanie świadomości na temat treści porozumienia poprzez działania komunikacyjne.

10880

Orange Polska, podobnie jak cała globalna Grupa Orange, chce osiągnąć neutralność klimatyczną netto (Net Zero Carbon) do 2040 r. Neutralność obejmie zarówno własne emisje bezpośrednie i pośrednie, jak i emisje w łańcuchu wartości. W ramach swojej **strategii klimatycznej** Orange Polska ogłasza konkretne cele klimatyczne, które zobowiązuje się

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

ŁAD ORGANIZACYJNY

zrealizować. Firma do 2025 r. zmniejszy swoje emisje dwutlenku węgla aż o 65% oraz zdecydowanie zwiększy wykorzystanie energii ze źródeł odnawialnych – do co najmniej 60%.

10880

W 2021 r. **Pepco** opracowało i przyjęło do realizacji **nowy plan działań z zakresu zrównoważonego rozwoju**, którego wdrożenie zostało zaplanowane na lata 2021–2022. To pierwszy w historii plan strategiczny firmy, który kompleksowo obejmuje wszystkie obszary ESG. Prace nad planem uwzględniały: analizę trendów i regulacji prawnych oraz działań otoczenia konkurencyjnego; analizę oczekiwań klientów oraz pracowników w kwestii zaangażowań społecznych i środowiskowych; audyt zasobów i aktualnych działań z zakresu zrównoważonego rozwoju w poszczególnych obszarach działalności firmy.

23262

W ramach programu **ESG w PKO Banku Polskim** Bank działa zgodnie z zasadami odpowiedzialności za otoczenie, w którym funkcjonuje, i swoje zaangażowanie dostosowuje do bieżących potrzeb społeczeństwa. W 2021 r. **PKO Bank Polski** przyjął wskaźniki w obszarze ESG i włączył je do celów niefinansowych Grupy Kapitałowej Banku na kolejne lata. Bank zobowiązał się m.in. do wyeliminowania ekspozycji na sektor wydobywczy węgla do 2030 r. oraz do zwiększania zielonego finansowania o co najmniej 5% r/r. Wśród wskaźników znajduje się także zobowiązanie do ograniczenia emisji gazów cieplarnianych Banku do 40 tys. ton w 2025 r., czyli o 60% w stosunku do 2019 r.

22000

W 2021 roku w **PZU** i PZU Życie, po raz pierwszy, **dyrektorzy**, którzy odpowiadają za realizację działań strategii ESG **otrzymali cele ESG** w ramach celów rocznych. Poziom realizacji tych celów ma wpływ na ich wynagrodzenie zmienne za dany rok. Dzięki nadaniu celów ESG cała organizacja została zaangażowana w realizację założeń strategii ESG. Zrównoważony rozwój został przełożony na poziom operacyjny firmy.

7500

W 2021 r. ROBYG **ogłosił strategię ESG** i zrównoważonego rozwoju. W dokumencie zawarte zostały trzy główne obszary zainteresowań – ROBYG dla planety, ROBYG dla ludzi i ROBYG dla odpowiedzialnego biznesu. W ramach tych filarów firma deklaruje realizację 10 celów zrównoważonego rozwoju na rzecz środowiska i klimatu, społeczeństwa i ładu korporacyjnego. Jednym z kluczowych założeń ogłoszonej strategii jest osiągnięcie przez **ROBYG** 100% energii odnawialnej w procesach budowlanych do końca 2024 r.

500

W celu **zarządzania tematem ESG** w trzecim kwartale 2021 r. w **Santander Banku Polska** powołano Forum ESG, któremu przewodniczy CEO Banku. Forum to grupa robocza, która na bieżąco opracowuje i wdraża w Banku rozwiązania z zakresu zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialnej bankowości i kultury organizacyjnej. W skład zespołu wchodzą przedstawiciele wszystkich pionów. Prace grupy skierowane są na wzmocnienie analizy w zakresie najważniejszych wyzwań oraz potencjalnych szans biznesowych związanych z czynnikami ESG w każdym obszarze działalności Banku. Równolegle w Banku kontynuowano edukację pracowników w zakresie ESG.

9584

W strukturach firmy **Solaris Bus & Coach** powstał **nowy dział ESG**. Zespół nowo powołanej komórki przygotowuje coroczny raport zrównoważonego rozwoju. Dział zajmuje się badaniem wpływu pojazdów marki na środowisko i analizą, jak ograniczyć ich negatywne oddziaływanie, oraz pracuje nad oceną i poprawą jakości powietrza w autobusach. Do kompetencji nowej komórki należą kontrola łańcucha dostaw i współpraca z dostawcami, jak również obserwacja warunków i miejsca pracy czy dbanie o relacje ze społecznością lokalną.

2700

Zarząd **Vantage Development**, mając na uwadze rosnące znaczenie kwestii zrównoważonego rozwoju, powołał w połowie 2021 r. **Grupę doradców ESG**. Członkami grupy są przedstawiciele wszystkich siedmiu działów spółki, odpowiadający za kwestie compliance, administrację, zarządzanie nieruchomościami, realizację inwestycji, komunikację, marketing oraz akwizycję. Liderem zespołu został Pełnomocnik zarządu ds. ESG. Głównym zadaniem interdyscyplinarnej grupy jest inicjowanie oraz wdrażanie projektów z zakresu ESG w spółce. Członkowie zespołu zbierają się na cotygodniowych spotkaniach. Grupa realizuje inicjatywy ze wsparciem innych pracowników, którzy są zapraszani do współpracy.

170

Zarząd Transportu Metropolitalnego, dbając o bezpieczeństwo osób korzystających z transportu ZTM, **przeciwdziała wypadkom**. W 2019 r. podpisany został list intencyjny o współpracy z Wojewódzkim Inspektoratem Transportu Drogowego, który zapoczątkował dialog między ZTM, organami kontrolnymi i operatorami. W 2020 r. miały miejsce spotkania z ww. instytucjami, których celem było podjęcie działań na rzecz poprawy bezpieczeństwa i jakości transportu publicznego w metropolii. Współpraca opiera się m.in. na wspólnych kontrolach prewencyjnych.

300

PRAWA CZŁOWIEKA

75 firm

102 praktyki

W obszarze Prawa człowieka w tegorocznej edycji zgłoszono 102 praktyki, co jest znaczącym wzrostem w stosunku do roku poprzedniego, kiedy nadesłanych zostało 55 inicjatyw. Najczęściej praktyki odnosiły się do trzech Celów Zrównoważonego Rozwoju: Celu 3. Dobre zdrowie i jakość życia, Celu 5. Równość płci, a także do Celu 10. Mniej nierówności.

W czterech kategoriach należących do tego obszaru wśród zgłaszanych praktyk wyraźnie przeważa kategoria: kobiety w biznesie. Programy skierowane do kobiet mają na celu wspieranie w decyzjach zawodowych, inspirowanie do rozwoju oraz dążenie do równości płci w miejscu pracy. Zauważalnymi trendami w tej kategorii są praktyki odnoszące się do podnoszenia kompetencji zawodowych kobiet w obszarach technologicznych, zwiększania reprezentacji kobiet na stanowiskach zarządczych oraz te skupiające się na wspieraniu kobiet poprzez działalność w sieciach pracowniczych powstających w organizacjach. Inicjatywy te mają charakter edukacyjny, networkingowy oraz mentoringowy. Na szczególne wyróżnienie zasługują systemowe podejście do równości płci, widoczne już na poziomie rekrutacji, oraz dbałość o równość płac wewnątrz organizacji potwierdzona Certyfikatem Równych Płac.

Kategoria dotycząca polityk i procedur dowodzi, że zarządzanie różnorodnością i budowanie inkluzywnych miejsc pracy zyskuje na znaczeniu. Wiele firm zdecydowało się na sformalizowanie zasad dotyczących różnorodności w postaci dokumentów czy strategii podkreślających wartości firmy, zasady etyki oraz równe traktowanie. Część organizacji jako dobrą praktykę wskazuje przystąpienie do Karty Różnorodności, międzynarodowej inicjatywy pod egidą Komisji Europejskiej mającej na celu promowanie różnorodności i równych szans w zatrudnieniu. Jest to dla nas, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, koordynatora tego programu w Polsce, potwierdzenie dojrzałości organizacji, co ma z kolei bezpośrednie przełożenie na budowanie spójności społecznej również poza miejscem pracy. Na szczególną uwagę zasługują praktyki, które odnoszą się do zatrudniania osób neuroróżnorodnych. Ten nowy trend nie tylko pozwala czerpać z umiejętności osób neuroatypowych, ale również przyczynia się do zmniejszenia straty ekonomicznej. Jak pokazuje raport „Droga do otwarcia rynku pracy w Polsce dla osób autystycznych" Fundacji Jim i Polskiego Instytutu Ekonomicznego otwarcie rynku pracy dla samych osób w spektrum autyzmu przyniosłoby roczny zysk rzędu 12 miliardów złotych.

Kategoria dotycząca różnorodności ogółem pokazała, jak ważne są inicjatywy zwiększające świadomość i otwarcie na osoby reprezentujące różne kultury i środowiska. Firmy podejmowały szereg działań edukacyjnych, organizując dni, tygodnie czy miesiące poświęcone zagadnieniom różnorodności i inkluzji. W tym czasie organizowane były spotkania, webinary oraz warsztaty promujące równe szanse i budowanie miejsc pracy, w których wszyscy mogą w pełni wykorzystać swój potencjał.

Warto wspomnieć, że świadomość różnorodności oraz potrzeba równości z roku na rok są coraz większe. Świadczy o tym wzrost liczby praktyk zgłaszanych przez firmy w tym obszarze, wzrost liczby sygnatariuszy Karty Różnorodności czy rekordowa liczba nominacji do Nagród LGBT+ Diamonds Awards w 2021 roku, konkursu na najlepsze praktyki i działania związane ze wsparciem społeczności LGBT+ w miejscu pracy i poza nim.

PRAWA CZŁOWIEKA

Liczba zatrudnionych pracowników w 2021 r.

Małe / średnie przedsiębiorstwo

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 235

EDUKACJA

Z okazji Dnia Kobiet firma **Alstom Konstal** razem z fundacją NESsT zorganizowała **webinar dotyczący równości warunków pracy i work-life balance** dla swoich pracowników. Mimo dobrych wyników gospodarczych Polski w ostatnich latach wiele osób ma trudności z uzyskaniem stabilnego zatrudnienia i godziwej płacy. Ponad 18% młodych osób do 30. roku życia jest bezrobotnych. Kobiety, mieszkańcy terenów wiejskich i osoby z niepełnosprawnością są w szczególnie trudnej sytuacji na rynku pracy.

4000

Firma **ArcelorMittal Poland** powołała **Forum Kobiet**, którego celami są doprowadzenie do zmiany postrzegania kobiet w przemyśle ciężkim oraz nawiązanie bliskiej współpracy pomiędzy pracowniczkami ze wszystkich sześciu lokalizacji ArcelorMittal Poland, wydziałów produkcyjnych i biur, by móc wymieniać się dobrymi praktykami, doświadczeniem i wzajemnie sobie pomagać. Do tej pory odbyły się cztery spotkania, jednym z ustaleń jest instalacja helpomatów (urządzeń ze środkami higieny osobistej) w zakładach produkcyjnych i budynkach biurowych we wszystkich lokalizacjach ArcelorMittal Poland.

10000

W 2021 r. **kampania Avon Kontra Przemoc**, organizowana we współpracy z fundacją Feminoteka, odbyła się pod hasłem **Rachunek przemocy**. Akcja marki **AVON COSMETICS POLSKA** miała na celu edukowanie kobiet i mężczyzn na temat przemocy ekonomicznej oraz jej przejawów. Marka wystawiła opresyjnym partnerom „Rachunek przemocy", a osobom, które jej doświadczają, oferowała pomoc poprzez pierwszą przeciwprzemocową aplikację Avon Alert. Pozwala ona sięgnąć po bezpłatną i profesjonalną pomoc poprzez kontakt z telefonem wsparcia Feminoteki lub chat dostępny całą dobę.

600

Sieć pracownicza Poland LGBT+ & Ally Network firmy **Credit Suisse Poland** wsparła społeczność LGBT+ poprzez świętowanie Międzynarodowego Dnia Przeciwdziałania Homofobii – IDAHOBIT, Pride Month oraz Coming Out Day. Zorganizowano szkolenia online, sesję w sprawie metod wychowywania dzieci bez stereotypów, warsztaty edukacyjne o języku włączającym i o społeczności LGBT+, spotkanie z Jackiem Dehnelem oraz menedżerem Credit Suisse. Firma zaangażowała się w organizację festiwalu filmowego LGBT we Wrocławiu i w Warszawie.

5000

Grupa Amica wraz z Fundacją Share the Care rozpoczęła kampanię **Wspólny dom = wspólne obowiązki**. Jej ideą jest zachęcenie do odpowiedzialnego dzielenia się domowymi pracami, by móc wspólnie cieszyć się czasem wolnym i pielęgnować więzi rodzinne. Według badań GUS „Życie kobiet i mężczyzn w Europie" w polskich domach to kobiety najczęściej zajmują się dziećmi, gotują i wykonują prace domowe. Taka jednoosobowa odpowiedzialność może negatywnie wpływać na ich życie zawodowe, szczególnie w czasach pandemii.

3100

W firmie **ING Bank Śląski** została oddolnie utworzona **społeczność Różnorodni**, która zajmuje się budowaniem świadomości w zakresie różnorodności i włączania oraz wdrażaniem działań je wzmacniających w organizacji. W pracach społeczności wzięło udział ponad 20 osób, które przygotowywały i realizowały akcje uświadamiające. Opracowano misję i wizję społeczności (misja – istniejemy, by inspirować, uświadamiać oraz promować różnorodność i włączanie; wizja – wierzymy, że różnorodność to fundament i siła ING).

8500

Marka **Many Mornings** zaangażowała się w Pride Month i celebrację różnorodności. 20% wartości sprzedaży ze skarpetek Over The Rainbow uzyskanej w czerwcu 2021 r. trafiło do Grupy Stonewall i Stowarzyszenia matek, ojców i sojuszników osób LGBTQIA „My, Rodzice". Firma przekazała 13 660 zł na **wsparcie walki o równe prawa społeczności LGBT+**. Towarzysząca kampania komunikacyjna powstała przy udziale homoseksualnych modelów i modelek. Edukatorzy z Grupy Stonewall przeprowadzili warsztaty dla Zarządu i pracowników dotyczące równościowego traktowania i inkluzywnej komunikacji.

35

NatWest **wsparł kulturę społeczności LGBT+** jako mecenas dwunastej edycji LGBT Film Festivalu, umacniając wśród pracowników, a także w środowisku zewnętrznym swoją pozycję jako odpowiedzialnego pracodawcy wspierającego grupy defaworyzowane i działającego na rzecz inkluzywności. Film Festival w wersji online zgromadził 18 113 widzów. Z dostępu online do repertuaru festiwalu skorzystała ponad połowa osób zrzeszonych w tęczowej sieci pracowniczej firmy, a także osoby spoza sieci.

1500

NatWest został partnerem **konferencji Widoczność Kobiet LBQIA w Biznesie** organizowanej przez Fundację Diversity Polska. Celem wydarzenia było zebranie podczas paneli dyskusyjnych i wykładów materiału merytorycznego związanego

ze wspieraniem kobiet nieheteronormatywnych w miejscu pracy. Jako partner wydarzenia, firma wsparła finansowo organizację konferencji. Współprzewodnicząca pracowniczej sieci osób LGBT+ (Rainbow Network Poland) poprowadziła jeden z wykładów w ramach tej inicjatywy.

1500

NatWest organizuje ogólnokrajowy konkurs **Nagrody LGBT+ Diamonds Awards**, którego celem jest wyróżnienie i nagłośnienie najlepszych praktyk i działań związanych ze wsparciem społeczności LGBT+ w miejscu pracy i poza nim. Zgłaszane w formule otwartej kandydatury są oceniane przez niezależne jury składające się z doświadczonych specjalistów w dziedzinie praw człowieka i różnorodności i wyłaniani są zwycięzcy w jednej z sześciu kategorii. Nagrody wręczane są na uroczystej gali.

1500

Z okazji **Miesiąca Kobiet** firma **Objectivity** zorganizowało wykłady pt. #SheroStories, obalające mityo roli kobiet w życiu prywatnym i zawodowym. Prelegentkami były Elżbieta Dzikowska – podróżniczka, Marta Wnorowska – logistyczka z organizacji Lekarze bez Granic, Agata Mintus – współzałożycielka firmy kosmicznej, Anna Nazarewicz – pasjonatka motoryzacji i DJ WIKA – najstarsza DJ-ka w Polsce. Odbyły się webinary Centrum Praw Kobiet na temat kariery kobiet w branży IT oraz przemocy fizycznej i psychicznej. Objectivity przekazało darowiznę na rzecz fundacji Centrum Praw Kobiet.

742

W ramach projektu **SheWorks**, który aktywizuje zawodowo kobiety na różnych etapach ich życia, firma **Sodexo Polska** współorganizowała panel dla licealistek, w tym migrantek z krajów, takich jak: Ukraina, Białoruś, Gruzja, Kazachstan. Spotkanie miało na celu podzielenie się doświadczeniami osobistymi i zawodowymi dwóch ekspertek z Sodexo – rekruterki/ menedżerki D&I oraz ekspertki technicznej, absolwentki politechniki, pochodzącej z Białorusi. Celem mityngu wzmocnienie poczucia sprawczości i mocy w zakresie kształtowania własnej ścieżki zawodowej, także w obszarach technicznych.

1900

KOBIETY W BIZNESIE

3M Poland w ramach ruchu Forum Kobiet **wspiera kobiety w STEM**, promuje różnorodność i równe szanse kobiet w miejscu pracy, podkreślając ich rolę w branży IT i Tech. Firma jest m.in. partnerem światowego kongresu Perspektywy Women in Tech Summit oraz bierze udział w „Kobiecym Podwieczorku Technologicznym". Spotkanie w 2021 r. dotyczyło roli nauki w codziennym życiu, wyzwań, jakie mają przed sobą naukowczynie, i pierwszych kroków kobiet na ścieżce kariery w obszarze STEM. Wspierając Fundację Perspektywy, w 2021 r. firma 3M przekazała organizacji 30 laptopów do nauki zdalnej dla uczniów.

4000

Firma **ArcelorMittal Poland** zorganizowała program szkoleniowy **Kobiety inspirują kobiety** wzmacniający kompetencje kobiet oraz ich pozycję w firmie o profilu przemysłowym. Tematem przewodnim pierwszego cyklu programu pt. „Z odwagą mi do twarzy" było odważne podejmowanie decyzji oraz wyzwań na gruncie zawodowym, jak i prywatnym. Firma zorganizowała webinary oraz warsztaty z psycholożkami. Spotkania były okazją do integracji oraz wymiany wzajemnych doświadczeń w społeczności ArcelorMittal Poland.

10000

Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy wraz Fundacją Edukacyjna Perspektywy i Citi Foundation, przy merytorycznym wsparciu Fundacji Citi Handlowy od 2019 r. realizuje program **Shesnnovation Academy** – pierwszą w Polsce akademią start-upową dla kobiet w STEM. Celem projektu jest wsparcie kobiet związanych z obszarem STEM w zdobywaniu wiedzy i umiejętności w tworzeniu start-upów i realizowaniu takich przedsięwzięć w praktyce.

3700

Misją **Programu dla Kobiet „Bez cukru"** realizowanego przez **Bank Pekao** jest wspieranie i inspirowanie kobiet do rozwoju w życiu i w biznesie. Działania w 2021 r. były skoncentrowane wokół rozwoju kompetencji osobistych i zawodowych kobiet; zrealizowano blisko 50 aktywności (webinary, szkolenia, sesje Action Learning, ponad 70 godzin szkoleniowych online m.in. na temat rozwoju umiejętności osobistych, wzmacniania kompetencji, budowania wizerunku). Prelegentki z Pekao wzięły udział w „Perspektywach Women in Tech Days". Program zdobył nagrodę główną w niezależnym konkursie „HR of change" w kategorii Zarządzania Zmianą.

12483

Kampania społeczna „Chemia jest Kobietą" firmy **BASF Polska** ma na celu zachęcanie kobiet do podejmowania odważnych decyzji zawodowych i podążania za swoimi marzeniami. Inicjatywa ma być zachętą dla wszystkich kobiet, zarówno z dużym doświadczeniem, jak i tych, które dopiero zaczynają studia czy ścieżkę kariery, by podejmować odważne

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

PRAWA CZŁOWIEKA

decyzje zawodowe, bazując na tym, co nas interesuje. Nawet jeżeli przez jakiś czas oznacza to pracę w środowisku zdominowanym przez jedną płeć.

780

BNP Paribas Bank Polska od 2020 r. rozwija **działania na rzecz wzmacniania roli kobiet**, jak program „Kobiety Zmieniające BNP Paribas". W 2021 r. ruszyła druga edycja programu „Women Up". Bank został partnerem programu „Jestem Liderką", konkursów „Zostań Panią Ambasador" i „Bizneswoman Roku" oraz z Fundacją Kosmos dla Dziewczynek organizuje warsztaty z zakresu różnorodności i odkrywania swoich mocy wśród najmłodszych. Bank w 2021 r. rozpoczął akcję „Gdzie są nasze Patronki?". Grupa BNP Paribas rozszerzyła grono sygnatariuszy karty #JamaisSansElles do wszystkich 100 liderów kadry kierowniczej na świecie.

9200

W **CEMEX Polska** istnieje **Forum Kobiet** służące budowaniu różnorodnego i inkluzywnego środowiska pracy. W ramach Forum firma edukuje kobiety np. z budowania własnego personal brandingu, komunikacji, asertywności czy work-life balance. Kobiety z CEMEX współpracują również z Fundacją Business Boutique i biorą aktywny udział w programie mentoringowym „Pod rękę", podczas którego występują w rolach mentee lub mentorek. CEMEX wspiera również kobiety na uczelniach, gdzie racownice przedsiębiorstwa starają się inspirować i zachęcać studentów do rozwoju w branży budowlanej.

1000

IT Women's Champions to inicjatywa globalna Credit Suisse realizowana także w **Credit Suisse Poland**. W 2021 r. przeprowadzono dwa projekty edukacyjne: „You can do IT" oraz „IT Basics. You can do IT", który motywował do poszerzania umiejętności technicznych, a w rezultacie przekwalifikowania się do pracy w IT. Projekt „IT Basics" realizował sesje edukacyjne celem podnoszenia kwalifikacji pracowników (szkolenia dotyczące platformy Atlas Jira i Confluence oraz nauka języka programowania R), promocji narzędzi z zakresu komunikacji i organizacji pracy w IT, a także zwiększenia świadomości na temat możliwości kariery w tej branży.

5000

Program rozwoju młodych liderek: WomenThatMatters łączy studentki ostatnich lat studiów i liderki **Deloitte Polska**. Jego celem jest pomoc w świadomym planowaniu i realizowaniu własnej drogi zawodowej przez młode kobiety rozpoczynające karierę zawodową. Jest to przestrzeń do wymiany doświadczeń, inspiracji oraz budowania sieci kontaktów biznesowych. Program zakładał trzy sesje mentoringowe. Mentorkami w ramach programu były liderki Deloitte, które chętnie dzieliły się swoją wiedzą i doświadczeniem.

2500

Jedną z inicjatyw **Deloitte Polska** dla kobiet na stanowiskach zarządczych w biznesie jest **Klub SheXO by Deloitte**, działający od ponad 10 lat w Polsce i ośmiu krajach Europy Środkowej oraz w Azji. Celem Klubu jest dzielenie się wiedzą, wsparcie rozwoju zawodowego i osobistego kobiet biznesu oraz networking. Klub prowadzi spotkania edukacyjne, badania oraz wspiera mentoring kobiet. W 2021 r. zrealizowano pierwsze w Polsce badanie na temat wpływu pandemii na perspektywy rozwoju zawodowego kobiet w biznesie.

2500

Kobiety w biznesie to projekt promujący przedsiębiorcze kobiety oraz różnorodność płci w środowisku pracy. W 2021 r. do projektu **„Sukces nie ma płci"** **Europejski Fundusz Leasingowy** zaprosił trzy ekspertki z obszarów well-beingu, mentoringu oraz personal brandingu. Promocja idei odbywała się poprzez cykl webinarów, ankiety, prasę, e-book i dedykowaną podstronę. Do projektu EFL zaprosił również swoje klientki, które mogły uczestniczyć w webinarach i skorzystać z wiedzy ekspertek.

409

Dzień Kariery Kobiety w IT organizowany przez **Future Collars** to bezpłatna konferencja online skierowana do kobiet chcących świadomie budować swoją karierę w IT. W 2021 r. punktem odniesienia były wnioski płynące z raportu „Tytanki pracy. Kobiety na rynku pracy w dobie cyfrowej transformacji" opracowanego w ramach kampanii Woman Update. W Polsce specjaliści ICT stanowią 3% zatrudnionych, a tylko jedna na sto pracujących kobiet jest specjalistką ICT. Dzień Kariery Kobiety w IT, przybliżając historię kobiet, które się przebranżowiły czy prezentując różne ścieżki rozwoju w branży, ma na celu zwiększenie obecności kobiet w IT.

20

Firma **Grand Parade** była głównym sponsorem programu **Lead IT, Lady**, organizowanego przez fundację Women in Technology. To program rozwojowy, mający na celu wspieranie kobiet pracujących w IT w obejmowaniu stanowisk menedżerskich. W ciągu dziewięciu miesięcy trwania programu uczestniczki miały okazję wziąć udział w warsztatach i sesjach mentoringowych poruszających różnorodne aspekty związane z karierą. Pracownicy Grand Parade wsparli projekt jako mentorzy.

430

W drodze do pracy to projekt, który **Henkel Polska** prowadzi we współpracy z Fundacją „Miejsce Kobiet" od 2013 r. Jego celem jest pomoc kobietom, które przez dłuższy czas były nieaktywne zawodowo, w powrocie do pracy. Trzymiesięczny kurs obejmuje m.in. trening psychologiczny wzmacniający pewność siebie i poczucie sprawczości, szkolenie z autoprezentacji, warsztaty i sesje indywidualne z doradcą zawodowym, indywidualne sesje coachingowe

z psychoterapeutą. Program zawiera kurs aktywizacji zawodowej „Spadochron" wspierający wewnętrzną motywację do zmiany.

500

Powstała w 2013 r. w **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** grupa **Women@HPE Poland** promowała „Women in Power" – program wzmacniający pozycję kobiet zarówno w biznesie, jak i życiu prywatnym m.in. poprzez moduł „Pozytywne Rodzicielstwo Women in Tech", który dostarcza wiedzy technologicznej, czy program „Networking and Wellbeing" skoncentrowany na współpracy z innymi Grupami Zaangażowania Pracowników, a także na współpracy z samorządem (Wrocławska Rada Kobiet przy Urzędzie Miasta) i innymi grupami biznesowymi w celu stymulowania tematów społecznie związanych z grupą Women@HPE.

1000

Kampania firmy **Hochland** **„Kobiety Almette"** promowała zwiększenie świadomości o roli kobiety w rolniczym biznesie. Zrealizowano sześć odcinków filmów krótkometrażowych poświęconym sześciu wspaniałym kobietom-rolniczkom, które od wielu lat dostarczają mleko do zakładu w Węgrowie. Kampania była dostępna w źródłach internetowych. W jej popularyzację zaangażowani byli ambasador marki David Gaboriaud, a także popularni influencerzy. Kampania skierowana była zarówno do konsumentów serka Almette, jak i osób, które dotychczas nie sięgały po produkty tej marki.

800

W sierpniu ubiegłego roku **Huawei Polska** zainicjował pierwszą edycję **Huawei Summer School for Female Leadership in the Digital Age** – ogólnoeuropejskiego programu dla młodych liderek. W jego ramach 27 młodych kobiet (po jednej z każdego z 27 krajów Unii Europejskiej) zgłębiało tajniki kodowania, cyberbezpieczeństwa oraz budowania kompetencji przywódczych w trakcie tygodniowego kursu w Lizbonie. Uczestniczki spotkały się z działaczkami społecznymi, europarlamentarzystkami i badaczkami, które podzieliły się z nimi wiedzą, doświadczeniem i wskazówkami na przyszłość.

800

Huawei Polska jest **partnerem konkursu Bizneswoman Roku** oraz nagrody za najlepszy kobiecy projekt na rzecz włączenia cyfrowego. Podczas Gali Finałowej przyznano **nagrody** także w nowej kategorii: **Przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu**. Tworząc tę kategorię, Huawei pragnie podwójnie wesprzeć walkę z wykluczeniami. Z jednej strony promując najlepsze wzorce, by inspirować młode pokolenie kobiet – przyszłych liderek – do tworzenia innowacyjnych rozwiązań. Z drugiej – nagradzając projekty na rzecz walki z wykluczeniem cyfrowym, które dotyka szereg grup społecznych, w tym także kobiety.

800

W 2021 r. firma **intive** została **partnerem programu mentoringowego Dare IT**, którego celem jest pomoc kobietom w rozwinięciu umiejętności potrzebnych do rozpoczęcia pierwszej pracy w branży IT. Program łączy kobiety – mentees oraz mentorki – i poprzez sesje 1:1 oraz szereg działań dodatkowych przygotowuje osoby do startu w różnych dziedzinach IT. Intive zostało jednym z trzech Złotych Sponsorów czwartej edycji programu. Dodatkowe wsparcie Dare IT to dzielenie się wiedzą ekspercką z zakresu psychologii i motywacji, jak również porady rekrutacyjne.

2000

Sieć **Lidl Polska** podpisała dokument Narodów Zjednoczonych dotyczący zasad **wzmacniania pozycji kobiet** (Women's Empowerment Principles, WEPs). Lidl Polska wdrożył szereg działań na tym polu: stosuje system wynagrodzeń oparty na obiektywnych kryteriach, takich jak staż pracy, kwalifikacje i umiejętności; przyznaje nagrodę Lidl Fair Pay, która wyróżnia przedsiębiorstwa prezentujące wysokie standardy w zakresie równości płacowej kobiet i mężczyzn; opublikował politykę zakupową „Równość płci w łańcuchu dostaw", która zobowiązuje dostawców do przestrzegania wysokich standardów pod tym względem niedyskryminowania ze względu na płeć.

24000

Program L'Oréal-UNESCO dla Kobiet i Nauki wspiera rozwój naukowy kobiet i promuje różnorodność w środowisku naukowym. W 2021 r. przyznano stypendia sześciu polskim naukowczyniom. **L'Oréal Polska** zorganizował panel dyskusyjny podczas Europejskiego Forum Nowych Idei, a także FWiS Festival, na którym zaprezentowano osiągnięcia naukowe naukowczyń z całego świata. Ponadto debatowano na tematy dotyczące barier systemowych, nieświadomych uprzedzeń, autocenzury, ale także utrzymującego się seksizmu i dyskryminacji na wszystkich szczeblach kariery naukowej kobiet.

1150

Firma **Nationale-Nederlanden** została partnerem strategicznym organizowanej przez **Vital Voices** Poland inicjatywy Global Mentoring Walk, podczas której mentorki i mentorzy spotykają się z kobietami, które aspirują do bycia liderkami; w 2021 r. spotkanie odbyło się pod hasłem „Walk the Change". Podczas wydarzenia uczestniczki rozmawiają z mentorami na temat wyzwań zawodowych oraz doświad-

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

czeń. Zyskują możliwość nawiązania relacji biznesowych i wspólnej realizacji pomysłów. Z ramienia firmy w projekcie wzięło udział czterech mentorów i cztery mentee.

839

Sieć pracownicza wspierające kobiety – NatWest Poland Women Network – działa od 2016 r. To oddolna sieć pracownicza **NatWest**, która ma na celu inspirowanie do rozwoju, organizowanie wydarzeń oraz szkoleń, a także wspieranie i promowanie inicjatyw wyrównujących szanse kobiet wewnątrz i na zewnątrz organizacji (m.in. partnerstwo w programie IT for SHE, akcję „Wiedza Nie Ma Płci" oraz działania edukacyjne we współpracy z fundacją Perspektywy Women in Tech i Vital Voices). Sieć jest rozwinięciem globalnej sieci Gender Network.

1500

Firma **NatWest** aktywnie zaangażowała się w **program „IT for SHE"** organizowany przez fundację edukacyjną Perspektywy Women in Tech. Celem projektu jest pomoc utalentowanym studentkom, doktorantkom i absolwentkom kierunków informatycznych w wejściu na rynek pracy. Jego elementy to: obóz tematyczny dla dziewczyn w IT – Women in Tech Camp, program mentoringowy, kampania wolontariacka dla dzieci z małych miejscowości zachęcająca do nauki programowania oraz Akademia Edukatorów – seria webinarów kompetencyjnych dla nauczycieli.

1500

Nieagencja została **partnerem** inicjatywy **Her Impact pod nazwą „Her Career"**. Jest to działanie w celu zwiększania szans kobiet na rynku pracy, a także baza kobiecych CV dla firm-partnerów dążących do równości płci w obszarze zatrudnienia. Firmy dzięki udziałowi w projekcie zyskały dostęp do zweryfikowanej przez pracownice Her Impact bazy CV. To dało partnerom akcji więcej możliwości w rekrutacji wyrównującej szanse kobiet na rynku pracy zdominowanym przez mężczyzn i pozyskanie wartościowych pracownic.

5

Liderki Razem to 11-miesięczny program firmy **Orange Polska**. Uczestniczki projektu biorą udział w prowadzonych przez ekspertów spotkaniach dotyczących trendów i najlepszych praktyk zarządzania firmą, myślenia strategicznego oraz rozwijania umiejętności zarządczych. Elementami programu są sesje inspiracyjno-mentoringowe, zadania rozwojowe, szkolenia, webinary, a także w ramach networkingu uczenie się od innych doświadczonych zawodowo praktyków. Celem programu jest stworzenie społeczności kobiet liderek oraz kobiet z potencjałem, networking i inspirowanie tworzenia autorskich projektów biznesowych lub społecznych.

10880

Firma **Philip Morris Polska** przeszła audyt praktyk dotyczących równości wynagrodzeń oraz zapewnienia równych szans rozwojowych wszystkim pracownikom niezależnie od płci i otrzymała **Certyfikat Równych Płac** szwajcarskiej fundacji non profit „Equal-Salary". Proces certyfikacji przebiegał wieloetapowo i obejmował analizę statystyczną danych, przegląd praktyk firmy, wywiady indywidualne z pracownikami na różnych szczeblach w organizacji, grupy fokusowe, kwestionariusze online.

7500

Philip Morris Polska dba o **równość płci w rekrutacjach**. Ogłoszenia rekrutacyjne kierowane są do wszystkich, występują w nich formy żeńska i męska. Firma mierzy parytet kobiet i mężczyzn zarówno wśród osób nowo zatrudnionych, jak i na różnych poziomach organizacji. W ramach przeprowadzonych procesów rekrutacyjnych w 2021 r. Philip Morris Polska zatrudnił 47% kobiet i 53% mężczyzn. Jednocześnie w ramach polityki płacowej i zatrudnień pracowników oferty płacy są takie same bez względu na płeć.

7500

Program Siła Kobiet Providenta został stworzony z myślą o kobietach, które zajmują niższe stanowiska w Departamencie Sprzedaży w firmie **Provident Polska**. Inicjatywa ma na celu wzmacnianie motywacji kobiet do budowania ścieżki kariery w oparciu o ich własne mocne strony, budowanie odwagi i pewności siebie w świadomym łączeniu ról oraz networking i wymianę doświadczeń. Program jest efektem międzynarodowej konferencji „Power of women", która odbyła się 8 marca 2021 r. i była dedykowana wszystkim kobietom z grupy IPF. W programie uczestniczyło 416 pracownic.

1800

Firma **Pulire**, część **Grupy Samsic Polska**, opracowała **Przewodnik dla kobiet w PL** (oryginalna nazwa projektu „Putiwnik dla żinki w PL"). Ideą przedsięwzięcia było wzmocnienie kobiet z Ukrainy na polskim rynku pracy oraz ich integracja z zespołem pracowniczym i społecznością lokalną. Wprowadzono system mentorski polegający na pracy w dwuosobowych zespołach składających się z ukraińskiej mentorki pracującej w Grupie Samsic dłużej niż rok i Ukrainki pracującej w Grupie nie dłużej niż pół roku lub słabo komunikującej się w języku polskim. Wszystkie działania odbywały się w trakcie nauki języka polskiego.

74

Firma **Robert Bosch** uruchomiła drugą edycję **programu mentoringowego Mother Empower**. Inicjatywa ma na celu aktywizację zawodową kobiet posiadających dzieci poprzez pracę w parach mentorskich, program stypendialny czy działania edukacyjne. Firma Bosch realizowała program Mother Empower od marca do czerwca 2021 r. Projekt zakładał wzmocnienie kompetencji zawodowych oraz przygotowanie 23 uczestniczek do aktywnego poszukiwania pracy poprzez regularną współpracę z 23 mentorkami z firmy Bosch. Do

programu zgłosiło się 170 osób. W trakcie trwania programu ocena szans na rynku pracy przez Mentee znacząco wzrosła. Aż 47% spośród 19 respondentek oceniło je raczej wysoko, a niecałe 16% wysoko.

750

Rödl & Partner został **partnerem Fundacji „Women in Law"**, której działalność ma na celu promocję zatrudnienia i aktywizację zawodową kobiet w branży prawniczej, promowanie przedsiębiorczości, idei różnorodności i innowacyjności oraz nowych technologii w branży, a także edukację w zakresie wykorzystania nowych technologii w dziedzinie prawa. W 2022 r. w ramach współpracy z Fundacją firma objęła opieką mentoringową studentkę prawa przez radczynię prawną, zapewniając mentee dostęp do wiedzy i dobrych praktyk w Rödl & Partner.

533

Grupa **TVN** wspiera kobiety na różnych poziomach i etapach kariery m.in. poprzez stworzenie sieci pracowniczej skierowanej do kobiet **Discovery Women's Network – Czas na DZIEW_CZYNY!** Członkinie sieci biorą udział w spotkaniach, warsztatach i szkoleniach. Od początku istnienia grupa stale się powiększa. W tym momencie tworzy ją ponad 330 osób, co przekłada się także na liczbę warsztatów, szkoleń, networkingów, w których uczestniczy również coraz więcej kobiet.

4000

Mecenas, która jest wspólniczką **WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy & Partners** i **mentorką Fundacji „Women in Law"** jako ekspertka wzięła udział w programie mentoringowym wspierającym rozwój i akcelerację kariery młodych prawniczek. Mecenas objęła opieką uczestniczkę projektu, przekazując jej zdobytą przez lata wiedzę i doświadczenie.

20

POLITYKI I PROCEDURY

W 2021 r. **Allegro** ogłosiło Deklarację Różnorodności i Inkluzywności oraz wprowadziło D&I Champions – grupa pracowników z różnych obszarów firmy swoimi działaniami wspiera budowanie integracyjnego środowiska pracy i **różnorodności w Allegro**. Ich zadaniem jest rekomendowanie, doradzanie i zatwierdzanie programów, podejść i strategii oraz wysłuchanie opinii pracowników, aby poszerzyć zakres działalności firmy o nowe propozycje oparte na konkretnych potrzebach. W 2021 r. odbyła się też seria webinarów i warsztatów oraz wydarzeń dotyczących diversity & inclusion.

4770

SpeakUp to internetowe i telefoniczne narzędzie do raportowania i zarządzania incydentami, obsługiwane przez niezależnego dostawcę usług i udostępniane przez **Capgemini Polska** członkom zespołu, klientom, dostawcom i partnerom biznesowym. Przez SpeakUp można zgłosić wątpliwości i poprosić o radę lub wskazówki w sytuacji zauważenia działań bądź zachowań, które są niezgodne z wartościami firmy, kodeksem etyki biznesowej lub powiązanymi z nim zasadami etyki i zgodności; są niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa lub mogą znacząco wpłynąć na interesy Capgemini i spółek zależnych.

10000

Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** prowadziła **działania na rzecz wspierania różnorodności** jako partner międzynarodowej inicjatywy 30% Club, której misją jest osiągnięcie co najmniej 30% reprezentacji kobiet w zarządach i radach nadzorczych firm na całym świecie. W Polsce przedstawiciele zespołu marketingu kancelarii CMS pomogli w stworzeniu strategii i identyfikacji graficznej inicjatywy w mediach społecznościowych. Kancelaria zaangażowała się także w promocję pierwszego raportu oraz konferencję 30% Club, która odbyła się w czerwcu 2021 r.

280

EY Polska, rozumiejąc potencjał, jaki drzemie w osobach neuroróżnorodnych, jak i ich specyficzne potrzeby, już od kilku lat prowadzi globalny **program EY Neurodiversity Center of Excellence w Warszawie**, w ramach którego przystosowuje warunki rekrutacji i pracy do potrzeb tych osób. Firma EY Polska skorzystała z globalnych doświadczeń i w 2021 r. uruchomiła pilotażowy program ukierunkowany na zatrudnienie osób neuroróżnorodnych. Osoby te dołączyły do zespołu Cybersecurity, którego dojrzałość organizacyjna i charakter realizowanych projektów odpowiadają potencjałowi osób neuroróżnorodnych.

5000

Celem **Ferrero Polska Commercial** jest zapewnienie uczciwego i konkurencyjnego wynagrodzenia bez względu na płeć. Poziom wynagrodzeń jest regularnie weryfikowany, by były one konkurencyjne w skali danego rynku. Zmiany wynagrodzeń zależą od osiąganych przez pracowników wyników oraz praktyk rynkowych. Aby zapewnić **uczciwy** i konkurencyjny rynkowo **poziom płac**, prowadzone są **regularne badania porównawcze**. Danych do porównań dostarczają niezależne i wiarygodne firmy zewnętrzne.

351

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

PRAWA CZŁOWIEKA

Geotrans wpiera aktywność kobiet we wszystkich obszarach pracy zawodowej. **Równościowe traktowanie** stanowi ważny element filozofii firmy, ma na celu wdrożenie działań zapobiegającym dyskryminacji także ze względu na wyznanie czy orientację seksualną. Zasady równości są wdrażane już na etapie redagowania ogłoszeń oraz rekrutacji. W firmie Geotrans kobiety stanowią większość zespołu i są zatrudniane we wszystkich działach, także kojarzonych jedynie z mężczyznami, w tym w transporcie czy logistyce oraz na stanowiskach dyrektorskich.

14

Firma **Job Impulse** w ramach projektu **Rekrutacja na TAK** prowadzi procesy rekrutacyjne otwarte na kandydatów i kandydatki z niepełnosprawnościami na wszystkie szczeble w organizacji. Firma wdrożyła kompleksowy proces rekrutacyjny i włącza się w inicjatywy edukacyjne promujące szerokie podejście do zatrudniania i włączania osób z niepełnosprawnościami (np. raport „Pracodawca na TAK"). Wskaźnik zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami w firmie wynosi ok. 6%.

150

Kronospan Polska podejmuje działania mające na celu ułatwienie asymilacji obcokrajowców w Polsce. W przypadku **zatrudniania obcokrajowców** umowy o pracę przygotowywane są w dwóch językach, firma oferuje bezpłatne kursy języka polskiego i zapewnia zakwaterowanie w początkowym okresie pobytu w Polsce. W roku 2021 na kursy językowe zostało zapisanych 80% pracowników z zagranicy. Przed zatrudnieniem firma pomaga w załatwieniu kwestii formalnych związanych z podjęciem legalnej pracy w Polsce. Natomiast po zatrudnieniu wspiera na każdym etapie rozwoju w ramach Kronospan.

1150

Firma **LOTTE Wedel** założyła **grupę ds. różnorodności i włączania** o nazwie Różnorodni jak MIESZANKA WEDLOWSKA. Zespół składa się z przedstawicieli różnych działów i zajmuje się inicjowaniem projektów mających na celu popularyzację tematyki różnorodności w firmie. W 2021 r. wdrożono m.in. „Wedlowską Deklarację Różnorodności" oraz projekt „Czekosprawni" mający na celu zwiększanie liczby zatrudnianych osób z niepełnosprawnościami, a firma została sygnatariuszem Karty Różnorodności. Powstanie grupę ds. różnorodności i włączania to naturalna konsekwencja wcześniejszych działań firmy.

1300

Philip Morris Polska dąży do osiągnięcia wskaźnika 40% kobiet zatrudnionych na stanowiskach zarządczych. Regularnie przeprowadza analizę danych dotyczących liczby kobiet w firmie w podziale na ważne dla firmy parametry i **stale zwiększa liczbę kobiet na stanowiskach zarządczych**. Na 8 marca firma przygotowuje akcję „Kobiety, które Nas inspirują w Philip Morris International" (zgłoszone przez pracowników, a następnie zaprezentowane w skali firmy kobiety, które stanowią wzorce i inspirują). Firma każdego roku dąży do tego, aby zrekrutowane osoby na określonych poziomach stanowiły w 50% kobiety i w 50% mężczyźni.

7500

Shell Polska stosuje politykę równych szans w zatrudnieniu, **wspiera i zatrudnia osoby z niepełnosprawnościami**. Wskaźnikiem efektywności jest liczba osób z niepełnosprawnościami w firmie i wdrożenie działań systemowych (projekt Bridge, regularna edukacja menedżerów z obszaru niepełnosprawności podczas onboardingu czy szkolenia „Język Niepełnosprawności" dla działów HR, HSSE, Facilities, Asset Protection, IT). Shell celebruje International Day for Persons with Disabilities, m.in. organizując sesję Inclusive Design and Accessibility Standards.

4700

SimCorp uruchomił wewnętrzny **program mentoringowy dla kobiet** Women's Mentoring Program. Oprócz budowania kultury inkluzywnej i wspierania różnorodnych talentów, firma działa na rzecz zwiększenia liczby kobiet na stanowiskach kierowniczych w organizacji. W 2021 r. SimCorp podpisał zobowiązanie dotyczące różnorodności płci – celem spółki jest wyrównanie proporcji w zatrudnianiu kobiet i mężczyzn.

160

Sodexo Polska **wspiera rozwój zawodowy kobiet**. 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 oraz publicznego raportowania postępów we wdrażaniu zmian na rzecz równości płci w organizacji. Organizacja na bieżąco komunikuje postępy we wdrażaniu zmian w obszarze D&I, jak również pełni funkcję opiniotwórczą na zewnętrznych wydarzeniach tematycznych, w których ambasadorami są pracownicy.

1900

Firma **T-Mobile Polska** zatwierdziła „Strategię D&I" na lata 2022–2023 i działa na rzecz m.in. wzmocnienia kobiet na stanowiskach menedżerskich, zwiększenia zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami i niewykluczającego procesu rekrutacji. W 2021 r. firma kontynuowała webinary **Siła Różnorodności**, zorganizowała konferencję z udziałem m.in. Adama Bodnara i Kayah, przeszkoliła menedżerów z zakresu nieuświadomionych uprzedzeń, wprowadziła benefity dla pracowników z niepełnosprawnościami, a także przeprowadziła cykl #DiversityThuesday o różnorodności.

5000

Żabka Polska zorganizowała kampanię informacyjno-edukacyjną inaugurującą **przyjęcie Polityki Równości** oraz przystąpienie do **Karty Różnorodności**. W jej zakres wchodziła: organizacja webinarów oraz komunikacja w intranecie i na

nośnikach elektronicznych (ekrany w centrali i centrach logistycznych, aplikacja firmowa Żabway). W webinarach wzięło udział 250 osób, a kampania objęła ponad 1 tys. osób pracujących w centrali oraz 1100 w centrach logistycznych, w których poza komunikacją online wprowadzono również komunikację za pomocą plakatów w językach polskim i ukraińskim.

2024

RÓŻNORODNOŚĆ

Firma **3M Poland** zorganizowała **DEI Month – nie ma równości bez różnorodności**, cykl wydarzeń wewnętrznych, podczas których zwraca się uwagę na ważne tematy społeczne. Założeniem przedsięwzięcia było przedstawienie zagadnień związanych z różnorodnością jak największemu gronu pracowników. W wydarzeniu łącznie uczestniczyło ponad 300 osób. W tegorocznej polskiej edycji zmierzono się z problematyką mniejszości społecznej LGBT+, nierównościami pomiędzy płciami oraz trudnościami, z którymi zmagają się uchodźcy. Uczestnicy skorzystali też z Żywej Biblioteki.

4000

Firma **3M Poland** zorganizowała kampanię **3M Pride Month – wzmacnianie kultury różnorodności i włączenia**. W czerwcu każdego roku pracownicy są zachęcani do wspierania mniejszości LGBTQIA+. W 2021 r. 3M zorganizowało webinary, a w fabrykach wystawę dotyczącą różnorodności, zwracającą uwagę na inkluzywność, wzajemny szacunek i otwartość. W ramach poparcia dla przedstawicieli mniejszości LGBTQIA+ pracownicy mogli zastosować specjalne filtry zdjęć profilowych w mediach społecznościowych oraz stopek w mailach. W inicjatywie wzięło udział ok. 2700 osób.

4000

BNP Paribas Bank Polska podjął działania **na rzecz różnorodności i integracji społecznej** poprzez: podcasty „Ludzie z doświadczeniem", gdzie pracownicy opowiadają o pracy i życiu z niepełnosprawnością, „Dekalog Równego Traktowania" czy działania na rzecz wsparcia społeczności LGBT+. Bank m.in. wsparł poznańską Paradę Równości i utworzył sieć pracowniczą BNP Paribas Pride Poland. W 2021 r. pracownicy mogli zaangażować się w coroczne obchody Dni Różnorodności, Tygodnia Rodzicielskiego czy Dni Zdrowia.

9200

Firma **Budimex** zorganizowała **Tydzień Różnorodności**. Każdy dzień poświęcony był innemu zagadnieniu, poruszane były takie tematy, jak równość płci, różnorodność pokoleniowa, różnorodność międzykulturowa i międzynarodowa, niepełnosprawność oraz nieświadome uprzedzenia. Firma przygotowała kampanię dotycząca równości płci oraz webinary. Praktykę mierzono zainteresowaniem tematyką oraz liczbą uczestników, którzy wzięli udział w webinarach (na spotkania przybyło łącznie ok. 500 osób).

8000

Firma **Capgemini Polska** zorganizowała **Miesiąc Różnorodności** i zaprosiła do współpracy partnera – Diversity Hub. Pracownicy uczestniczyli w webinarach o zarządzaniu konfliktem wywodzącym się z różnorodności, komunikacji międzykulturowej, języku inkluzywnym, savoir-vivrze w relacji z osobami z niepełnosprawnościami. Zaprezentowano dwa nowe networki pracownicze OUTfront (LGBTQA+ community) oraz Cultural Diversity community, prowadzone przez pracowników firmy. Za kluczowe wskaźniki praktyki przyjęto oceny poszczególnych aktywności przez pracowników. Przykładowo średnia ocena webinarów wyniosła 3,80/4.

10000

Clariter Poland prowadzi **działania na rzecz wspierania różnorodności**. Założenia te mają formalne odzwierciedlenie w przyjętych politykach firmy. W Zarządzie Clariter Poland kobiety stanowią 20% ogółu członków. Kadra menedżerska to w 2/5 kobiety. Warto także zwrócić uwagę na różnorodność pod względem wieku: najmłodszy pracownik ma 25, a najstarszy 76 lat. Aby jeszcze bardziej podkreślić stanowisko w obronie różnorodności w środowisku pracy, Clariter Poland podpisał Kartę Różnorodności koordynowaną przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

18

Credit Agricole Bank Polska od dwóch lat organizuje **Dni Różnorodności** i inne wydarzenia, podczas których promuje różnorodność wśród pracowników. W 2021 r. m.in. ze Stowarzyszeniem Diversja zorganizował 10 warsztatów i szkoleń na tematy związane z różnorodnością. Pracownicy poszerzają też swoją wiedzę dzięki materiałom edukacyjnym, m.in. e-szkoleniu o mobbingu i o różnorodności oraz autorskiemu „Słownikowi różnorodności". Bank wspiera różnorodność, wykorzystując Talenty Gallupa. Credit Agricole Bank Polska został głównym partnerem programu „Lokalnie dla różnorodności", który realizuje Żywa Biblioteka Polska.

4325

Misją sieci pracowniczej **Multicultural Network** w **Credit Suisse Poland** jest zwiększanie świadomości pracowników na temat wielokulturowych środowisk pracy i perspektyw, jakie niesie różnorodność. Sieć organizuje festiwale kuchni i muzyki międzynarodowej, spotkania z pracownikami, którzy dzielą się doświadczeniem na temat życia i pracy za granicą,

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

PRAWA CZŁOWIEKA

oraz wydarzenia towarzyskie integrujące społeczność polską i międzynarodową. W 2021 r., w związku ze spisem powszechnym, sieć przygotowała sesję informacyjną dotyczącą sposobów samospisu i najważniejszych wytycznych.

5000

Celem **Inclusive Diversity Week** organizowanego przez **Danone** jest promocja wśród pracowników siły i korzyści płynących z różnorodnego zespołu. W ramach edycji 2021 zrealizowane zostały trzy spotkania w formie webinarów dotyczące inkluzywnego i empatycznego języka. Wraz z partnerem (Słownik Empatyczny Języka Polskiego) Danone uwrażliwiał pracowników na język empatyczny na co dzień, podzbiór wielobarwny dotyczący różnorodności etnicznej, podzbiór integracyjny dotyczący osób z niepełnosprawnościami; zorganizował dwie sesje dla menedżerów – Inclusive Leadership best practices.

1200

Inicjatywa **#różnoroDNI** miała na celu zbudowanie szerszej świadomości różnorodności w **DB CARGO POLSKA** oraz podkreślenie kultury włączającej jako ważnego aspektu kultury organizacyjnej i elementu wartości firmy. Obejmowała dwa spotkania w formie webinaru: „Po co nam różnorodność?" (związane ze znaczeniem różnorodności w biznesie) oraz „Droga Kobiet" (dotyczące doświadczeń kobiet w branży kolejowej). Do zawiadomienia o inicjatywie wykorzystano mailing i media społecznościowe. Komunikaty zawierały też informacje dotyczące różnorodności.

3000

Firma **DCT Gdańsk**, wraz z jednym ze swoich udziałowców: IFM, wsparła projekt dotyczący **cyberwykluczenia osób z niepełnosprawnością** intelektualną. W ramach projektu powstała sala multimedialna, w której odbywają się szkolenia i warsztaty z zakresu umiejętności informatycznych, korzystania z podstawowych platform komunikacyjnych, mediów społecznościowych, bezpieczeństwa w sieci, poszukiwania pracy i umiejętności zawodowych. Projekt koordynowany jest przez PSONI Gdańsk.

2000

Deloitte Polska prowadzi **program wsparcia dla pracowników LGBT+**. Firma stworzyła GLOBE, sieć osób LGBT+ oraz ich sojuszników. Na ten moment sieć liczy ponad 80 członków. Drugi rok z rzędu firma Deloitte obchodziła Pride Month, podczas którego społeczności LGBT+ z całego świata spotykają się i dzielą radością z bycia sobą. W ramach tej inicjatywy odbyły się webinary oraz przeprowadzono eksperyment/wyzwanie dla sojuszników społeczności LGBT+.

2500

Firma **Egis Polska** zobowiązała się do rozwijania kultury różnorodności i inkluzywności, **podpisując Kartę Różnorodności** koordynowaną przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

W 2021 r. w ramach inicjatywy firma postawiła sobie za cel zorganizowanie webinaru dla wszystkich pracowników na temat D&I.

250

Grupa Diversity and Inclusiveness działa w **EY GDS Poland** od 2016 r. Jest to część globalnej inicjatywy, która wspiera **różnorodność i integrację**. W tym roku Grupa skupia się na równości w świecie wirtualnym (podjęto zagadnienia: zdrowie psychiczne w kontekście świata wirtualnego; wspierający lider; podobieństwa tradycji w różnych częściach świata; prawidłowe i empatyczne komunikowanie się z ludźmi o różnych przynależnościach płciowych czy sprawnościowych). W **EY Polska** jest miejsce dla każdego, firma chce, aby wszyscy pracownicy o tym wiedzieli i pamiętali.

5000

EY Polska realizuje program **Poziom wyżej bez barier** służący budowaniu kultury różnorodności – firma tworzy warunki pracy dla osób z wyzwaniami zdrowotnymi oraz zachęca kandydatów z niepełnosprawnością do aplikowania do EY. Program prowadzi multidyscyplinarny zespół składający się z konsultantów zespołu People Advisory Services oraz przedstawicieli Talent Team. Do jego zadań należy m.in. pomoc w przejściu przez procedurę uzyskania orzeczenia o niepełnosprawności czy udzielenie kompleksowego wsparcia w dostosowaniu warunków pracy do indywidualnych potrzeb osób z niepełnosprawnością.

5000

Ferrero Polska Commercial tworzy kulturę opartą na różnorodności, włączeniu i zaangażowaniu. Firma zorganizowała Miesiąc **Różnorodności i Inkluzji**, w ramach którego odbył się cykl debat i warsztatów. W intranecie powstała dedykowana sekcja oraz zestaw szkoleń wewnętrznych na platformach szkoleniowych – wszystko po to, aby rozpowszechniać przesłania programu oraz wpływać na zmianę sposobu myślenia pracowników w celu stworzenia bardziej zróżnicowanego i inkluzywnego środowiska. W 2021 r. Ferrero podpisało Kartę Różnorodności oraz wzięło udział w badaniu Diversity IN Check.

351

Pracownicy **Grand Parade** pochodzą z ponad 30 krajów. Niektórzy z nich przeprowadzili się do Polski dla nowej pracy. Dlatego od 2017 r. w celu ułatwienia adaptacji w nowym kraju firma oferuje pracownikom **darmowe kursy języka polskiego** jako jeden z benefitów. Od 2020 r. lekcje odbywają się w trybie online; obecnie na różnych poziomach zaawansowania w lekcjach uczestniczy 31 pracowników.

430

W ramach **programu Diversity & Inclusion** Grupa Żywiec prowadziła szkolenia stacjonarne oraz w formule online i wdrożyła praktyki włączania i różnorodności dla wszystkich

liderów Grupy. W październiku firma świętowała Światowy Miesiąc Różnorodności, w ramach którego wewnętrzny ambasadorzy programu dzielili się ze swoimi współpracownikami wiedzą na temat korzyści płynących z różnorodności w miejscu pracy. **Grupa Żywiec** jest od lutego 2012 r. sygnatariuszem Karty Różnorodności koordynowanej przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

1800

W ramach działań dotyczących **neuroróżnorodności w miejscu pracy** firma **HCL** zbudowała partnerstwo z Fundacją AsperIT działającą na rzecz dorosłych wysoko- i średniofunkcjonujących osób ze spektrum autyzmu i we współpracy z Fundacją przeprowadziła dwa spotkania webinarowe, podnosząc świadomość i dostarczając wiedzę o konkretnych rozwiązaniach dla osób zarządzających personelem. Firma HCL użyczyła bazę biurową i sprzętową w Krakowie na potrzeby kolejnych edycji szkoleń aktywizujących dorosłe osoby w spektrum do pracy w branży IT w ramach współpracy z AsperIT.

1700

Celem **Diversity & Inclusion Day** zorganizowanego przez **ING Tech Poland** było zwiększenie świadomości pracowników firmy w obszarach różnorodności i włączenia, a także integracja oraz pewność, że każda osoba pracująca w ING czuje się częścią zespołu i jest akceptowana taką, jaka jest. W ramach działań firma zaproponowała webinar dotyczący komunikacji inkluzywnej przeprowadzony przez eksperta z wieloletnim doświadczeniem, serię komunikacji pomagającej zrozumieć, czym są różnorodność i włączenie, a także catering pozwalający spróbować potraw z całego świata.

2509

W 2021 r. firma **intive** świętowała **Miesiąc Różnorodności** (#EUDiversityMonth), organizując webinary o zdrowiu psychicznym: odwadze, męskiej wrażliwości, historii ruchu LGBT+, bezpieczeństwie dzieci w sieci oraz nieuświadomionych uprzedzeniach. Dodatkowo przeprowadzono rekrutację uzupełniającą na nowego Ambasadora LGBT+, opublikowano wywiad z pracowniczką Intive na temat różnorodności i wprowadzono gadżety w postaci tęczowych przepasek biodrowych/nerek.

2000

Firma **Job Impulse** rozszerzyła działania o program edukacyjny **Deklaracja na TAK**, który pozwala zwiększyć procent zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami bez zwiększania zatrudnienia. Obecni pracownicy deklarują niepełnoprawność pracodawcy i uzyskują dzięki temu dodatkowe przywileje. Firma, aby dodatkowo zachęcić osoby z niepełnosprawnościami do ujawniania niepełnosprawności lub starania się o orzeczenie, w zdrowotnie uzasadnionych przypadkach oferuje dodatkowe dofinansowania dostępne dwa razy w roku na potrzeby związane z niepełnosprawnością, tj. leki, sprzęt i usługi rehabilitacyjne.

150

W ramach inicjatyw **edukacyjnych z zakresu różnorodności i działań wspierających pracowników z niepełnosprawnościami** firma **Kuehne+Nagel** wprowadziła globalną politykę różnorodności, przeprowadziła kampanię z okazji Miesiąca Różnorodności i Dnia Osób z Niepełnosprawnościami. Opublikowała materiały edukacyjne, raporty, wywiady z pracownikami oraz przeprowadziła konkursy. W 2021 r. firma zrealizowała szkolenia o różnorodności ze względu na wiek i orientację seksualną. Kuehne+Nagel angażuje się w akcje, których beneficjentami są osoby z niepełnosprawnościami, np. Poland Business Run.

2300

W ramach **Miesiąca Różnorodności** firma **LPP** przeprowadziła działania edukacyjno-informacyjne na temat wartości, zasad i sposobów zgłaszania zachowań niepożądanych. Firma udostępniła pracownikom poradnik „Jak mówić i pisać o grupach narażonych na dyskryminację" powstały z inicjatywy Fleishman-Hillard, pod honorowym patronatem RJP i RPO oraz przygotowała filmy, w których country managerowie opowiedzieli o swoich pasjach w ojczystych językach. LPP dołączyło do akcji „Dwie godziny dla rodziny", w ramach której pracownicy mogli skrócić czas pracy o dwie godziny, by spędzić je z najbliższymi.

27000

Firma **NSG Group właściciel marki Pilkington** wzięła udział w obchodach **Miesiąca Różnorodności**. W ramach inicjatywy przygotowano szereg działań, m.in.: raport, podcast, materiały edukacyjne, biuletyny, konkursy z nagrodami, dedykowaną stronę oraz ankietę na temat różnorodności w zespołach. W wydarzeniu mogli uczestniczyć wszyscy pracownicy Grupy w Polsce. W ankiecie, która była przygotowana w czterech językach, wzięło udział blisko 300 pracowników. Na podstawie jej wyników przygotowano program działań na najbliższe miesiące, w tym grupę mozaikową, która współpracuje w obszarze I&D.

4300

W ramach **działań na rzecz różnorodności i włączenia** firma **Polenergia** zorganizowała w maju cykl spotkań „Przy kawie o różnorodności – miesiąc różnorodności w Polenergii". Z okazji Miesiąca Różnorodności oraz Dnia Rodziny odbył się webinar „Jak budować Partnerstwo w związku?", a z okazji

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

PRAWA CZŁOWIEKA

Dnia Ojca warsztat dedykowany panom, „10 sposobów na stawanie się lepszym tatą", w grudniu 2021 r. zaś został zorganizowany webinar o kulturze włączającej „Różni=Równi" prowadzony przez ODITK oraz zewnętrzną ekspertkę branży IT.

232

Firma **Procter & Gamble Polska** wprowadziła **pilotażowy program zatrudniania osób neuroatypowych**. We współpracy z Fundacją Specialisterne opracowała pięciotygodniowy cykl szkoleń i sesji wdrożeniowych, których celem było zapoznanie kandydatów z firmą i wyłonienie osób, których umiejętności i predyspozycje najlepiej odpowiadają danym stanowiskom. Firma zorganizowała również szkolenia dla menedżerów, by mogli zrozumieć indywidualne potrzeby pracownika neuroróżnorodnego i ich przełożenie na funkcjonowanie zespołu.

4000

W ramach działań z zakresu **Inclusion & Diversity w PwC Polska** zorganizowano programy i grupy pracownicze, m.in. Parents@PwC dla przyszłych i młodych rodziców, PwC for Women nie tylko dla kobiet, disability@PwC o potrzebach pracowników i kandydatów z niepełnosprawnością, PwC Shine dla osób LGBT+ i sojuszniczek/ków. Warszawskie biuro **PwC** uzyskało certyfikat „Obiekt bez barier" Fundacji Integracja. Firma opracowała przewodnik po zagadnieniach związanych z OzN. Nad budowaniem kultury otwartości w firmie czuwa I&D leader.

6000

ROBYG promuje różnorodności i udział kobiet w zarządzaniu firmą, w 2021 r. dołączył do grona sygnatariuszy Karty Różnorodności. W ROBYG ponad 50% osób zatrudnionych to kobiety, ich udział w stanowiskach zarządczych i menedżerskich wynosi 43%. Firma zatrudnia osoby z niepełnosprawnością i jako deweloper dba o zapewnienie dostępu dla osób o ograniczonej mobilności i z niepełnosprawnościami oraz dąży do osiągnięcia co najmniej 30% udziału kobiet w Radzie Nadzorczej do końca 2025 r.

500

Firma **Rödl & Partner** realizowała **Tydzień Różnorodności**, pracownicy brali udział w spotkaniach i webinarach poświęconych tematyce różnorodności. Tydzień zakończył się spotkaniem dotyczącym tematyki empatii i różnorodności w cyfrowej erze, które poprowadził ekspert zewnętrzny. Firma zorganizowała „Jarmark Różnorodności", podczas którego pracownicy mogli wystawiać na sprzedaż swoje „talenty" – przedmioty lub usługi. Kwota ze sprzedaży została przekazana na rzecz fundacji wyrównującej szanse dzieci z domów dziecka „Ocean Marzeń". Firma podwoiła zebraną przez pracowników sumę.

533

Firma **Sabre Polska** zorganizowała **Dzień Różnorodności i Włączenia** z wykładami, wywiadami i opowieściami osób reprezentujących różne kultury i środowiska. Nacisk został położony na integrację, zrozumienie, zwiększenie innowacyjności oraz stworzenie bezpiecznego i przyjaznego środowiska do rozwoju. Głównym organizatorem była społeczność Sabre – Women in Technology, w sumie przygotowano dwa spotkania webinarowe, dyskusję panelową, debatę oksfordzką i quiz.

1380

Firma **Sanofi** opracowała globalną strategię w obszarze **diversity & inclusion**, której celem jest zapewnienie bezpiecznej i integrującej przestrzeni dla wszystkich pracowników. W 2021 r. zarówno kobiety, jak i mężczyźni pracujący w Sanofi w Polsce włączyli się w obchody Międzynarodowego Dnia Kobiet pod hasłem #ChooseToChallenge, promując ideę **gender balance**, a w czerwcu wspólnie celebrowali Pride Month.

900

Santander Bank Polska zrealizował **projekt „Różnosprawni"**, organizując akcje edukacyjne dla pracowników na temat praw i potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Bank angażował się również w budowanie wizerunku pracodawcy otwartego na zatrudnienie osób z niepełnosprawnościami poprzez panele dyskusyjne, podcast z udziałem przedstawicieli środowisk wspierających osoby z niepełnosprawnością na rynku pracy, a także partnerowanie wydarzeniom na uczelniach (np. w 2021 r. udział w „Nocnym Listowaniu" na Politechnice Wrocławskiej).

9584

Firma **Sodexo Polska** na podstawie krajowych i globalnych doświadczeń zidentyfikowała wyzwania dla D&I w organizacji w czasie pandemii. Wnioski zostały zaprezentowane podczas cyklicznego, nieodpłatnego webinaru z cyklu „Sodexo Hub" pt. **„Różnorodność i włączanie (D&I) w miejscu pracy – dlaczego moje słowa mają moc?"**, organizowanego dla klientów firmy. Webinary mają na celu wymianę know-how, poznanie najlepszych praktyk z danego obszaru.

1900

Firma **Sodexo Polska** zorganizowała **obchody Międzynarodowego Dnia Eliminacji Przemocy Wobec Kobiet** (25 listopada). Kontynuowała wewnętrzną kampanię edukacyjną obejmującą wszystkich pracowników, a materiały użyte w kampanii uwzględniały numery pomocowe do Centrum Praw Kobiet oraz Ogólnopolskiego Pogotowia dla Ofiar Przemocy w Rodzinie „Niebieska Linia". Budowanie świadomości w tej sferze jest kluczowe – szczególnie w obliczu napięć generowanych przez domową kwarantannę wywołaną przez pandemię koronawirusa i rosnącą liczbą odnotowanych przypadków przemocy domowej.

1900

Firma **Ten Square Games** wspiera **etyczny gaming**, dołączając do **Fair Play Alliance**, zrzeszenia firm Gamedev, by wprowadzać standardy komunikacji między graczami mające na celu eliminowanie zjawisk mowy nienawiści, molestowania seksualnego, rasizmu.

500

Grupa **TVN** skupia się na działaniach równościowych **Diversity & PriDe Poland** dotyczących społeczności LGBTQiA+, osób niepełnosprawnych oraz innych osób zagrożonych wykluczeniem. Grupa stworzyła „Słownik inkluzywny", zbiór dobrych praktyk związanych z zachowaniami i włączającym językiem w kategoriach płci, religii, rasy, orientacji i tożsamości psychoseksualnej, niepełnosprawności, zdrowia psychicznego czy poglądów politycznych. Firma daje też przykład na zewnątrz – promując inkluzywny język i postawy w programach i materiałach dziennikarskich.

4000

Better with U: Inclusion and Diversity to program **Unum Życie TUiR** na rzecz wspierania, promowania i rozwijania idei włączenia i różnorodności. W ramach wzmacniania działań grup pracowniczych realizowane są spotkania, warsztaty oraz webinary związane z różnorodnością i językiem inkluzywnym, ergonomią pracy czy warsztaty talentów i wzajemna wymiana doświadczeń. Program i podejście firmy do obszaru różnorodności obejmuje zarówno pracowników, jak i klientów, kandydatów do pracy oraz pozostałych interesariuszy.

541

Firma **Volkswagen Motor Polska** z okazji **Dnia Różnorodności** przygotowała aktywności związane z koncernowym programem: Diversity wins @ Volkswagen – Różnorodność wygrywa w Volkswagenie. Program służy promowaniu, wdrażaniu i pielęgnowaniu kultury różnorodności i akceptacji. Na spotkaniach online mówiono m.in. o nieuświadomionych uprzedzeniach. Do udziału zaproszono również uczniów i nauczycieli Zespołu Szkół z Chocianowa, kolegów z Niemiec, Chin i Meksyku oraz z zaprzyjaźnionego VW Poznań.

1300

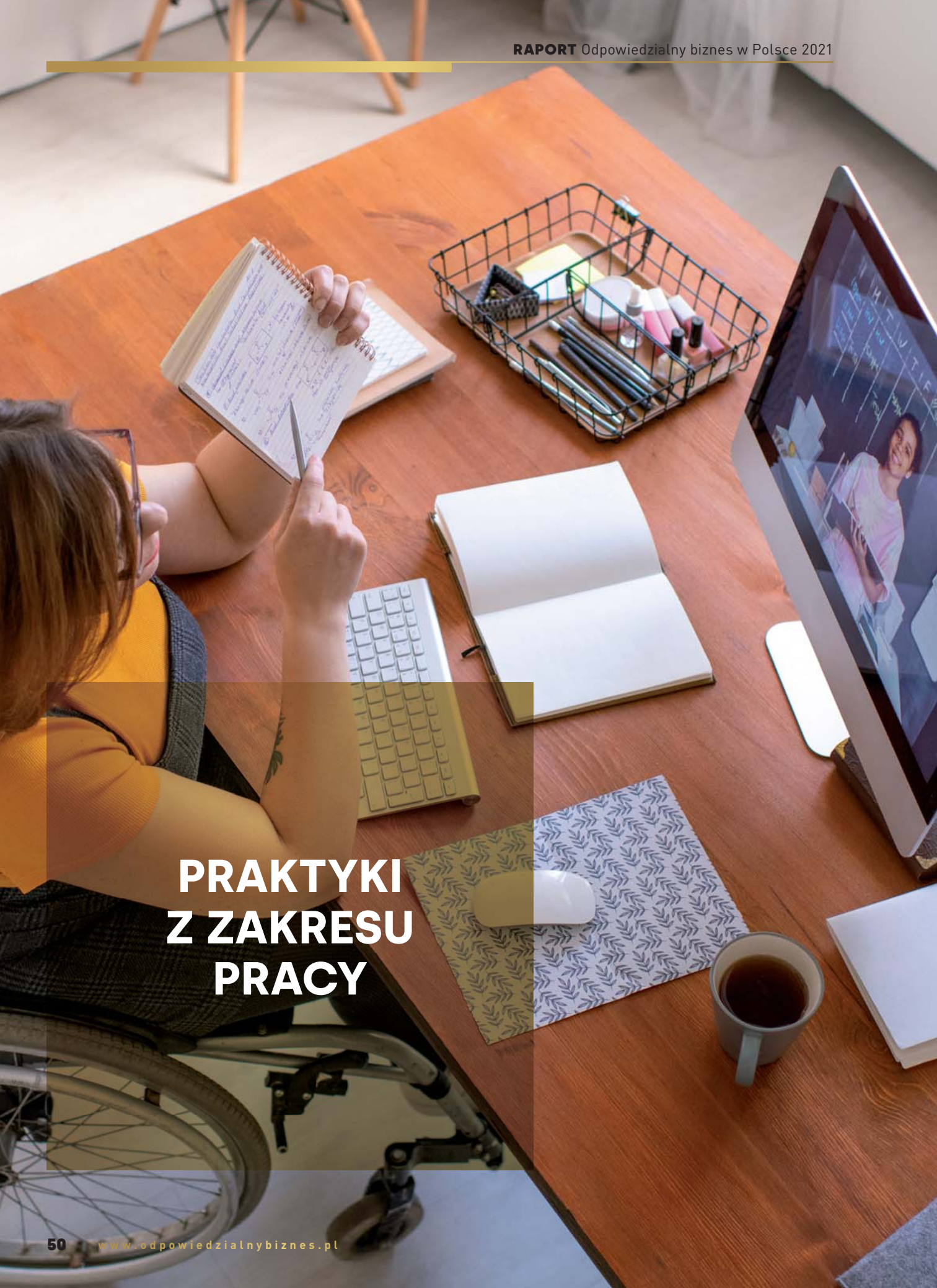
Listopad w **Wirtualnej Polsce** był **Miesiącem Różnorodności**. Przez cały miesiąc WP razem z Diversity Hub przybliżali tematykę D&I w poszczególnych jej wymiarach, takich jak: wiek, różnorodność komunikacji, interkulturowość. W ramach Miesiąca Różnorodności odbyły się trzy spotkania webinarowe poprowadzone przez ekspertów Diversity Hub, które zainteresowały aż 966 pracowników. Nagrane zostały dwa filmy dotyczące tematu różnorodności w miejscu pracy z udziałem pracowników. Pracownicy otrzymali liczne materiały edukacyjne obejmujące wszystkie obszary różnorodności.

2000

Zarząd Transportu Metropolitalnego promuje **udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami**. Wspólnie z operatorami dba, by usługi transportowe oraz informacje na ich temat były dostępne dla różnych grup odbiorców, wprowadza udogodnienia i egzekwuje odpowiednie podejście do osób z niepełnosprawnościami. ZTM wprowadza czytelne rozkłady jazdy dla osób słabowidzących. W 2021 r. ruszył pilotażowy program, którego celem jest ułatwienie podróżowania osobom niewidomym i niedowidzącym poprzez umieszczanie żółtych naklejek z alfabetem Braille'a na tabliczkach z rozkładami jazdy.

300

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



PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

169 firm

420 praktyk

W tegorocznym Raporcie w obszarze działań z zakresu pracy znalazły się 423 praktyki. Zgłoszenia wysłało 169 firm – 20% więcej niż w poprzedniej edycji. Trend zwyżkowy firm zgłaszających praktyki pokazuje zaangażowanie zarówno ze strony organizacji, jak i pracowników w tworzenie lepszego środowiska pracy.

Firmy kontynuowały wcześniej wprowadzone i sprawdzone działania oraz zainicjowały nowe. Ewolucję podejścia firm do pracy w pandemii w latach 2020–2021 poruszyła Prezeska Forum Odpowiedzialnego Biznesu Marzena Strzelczak w wywiadzie dla „Dziennika Gazety Prawnej" z dnia 27 sierpnia 2021 roku. Zwróciła uwagę, że po pierwszym etapie dostosowywania się do warunków pandemii przyszedł czas na kroki między innymi w kwestiach społecznych, praw człowieka oraz wspierania zdrowia i dobrostanu pracowników. Sytuacja pandemiczna nadal warunkuje działania firm, które koncentrują się na obszarach firma–pracownik. W 2021 roku wyróżniały się praktyki dotyczące cyfryzacji środowiska pracy, pracy offline, wolontariatu pracowniczego, work-life balance i wellbeingu.

Blisko 20% zgłoszonych praktyk z obszaru praca dotyczy zdrowia psychicznego i fizycznego pracowników i ich rodzin. W obszarze wellbeingu organizowane są webinary, szkolenia i prezentacje, jak dbać o zdrowie, zachęty do profilaktycznych badań oraz inicjowanie prosportowych wyzwań zachęcających do ruchu i wysiłku fizycznego pracowników i ich rodziny.

Ważnym i częstym aspektem pracy zdalnej jest obszar work-life balance, mający duży wpływ na życie rodzinne pracowników. Firmy intensyfikowały swoje działania w zakresie pracy zdalnej, przenosząc do niej coraz więcej obszarów swojej działalności. Przedłużający się okres pandemii przyspieszył digitalizację procesów firmowych, między innymi całych działów administracyjnych czy komunikacji firmowej. Coraz większą wagę zaczęto przywiązywać do prawa do bycia offline, o czym można przeczytać na portalu INFOR.PL w artykule pt. „Prawo do bycia offline i praca zdalna w Kodeksie pracy" z dnia 20 grudnia 2021 roku. Kwestia ta odnosi się do nieuregulowanych zasad kontaktu z pracownikami po godzinach pracy oraz braku regulacji pracy zdalnej. Według statystyk, które opublikował Eurofound, aż 27% osób pracujących zdalnie wykonywało zadania w wolnym czasie, aby podołać obciążeniu pracą.

Podobnie jak w poprzednich latach znacząca liczba inicjatyw została nadesłana w obszarze wolontariatu pracowniczego – ponad 60 zgłoszonych praktyk wskazuje, że działanie dla wspólnego dobra jest wysoko cenione przez firmy i pracowników. Akcje wolontariatu skupiały się między innymi na ochronie środowiska i pomocy seniorom. Pomysły wolontariatu wychodziły głównie od pracowników.

W tym obszarze zdecydowanie dominuje realizacja celu 3 i 8. Potwierdza to wskazane powyżej trendy skupiające się wokół pracownika i jego miejsca pracy. Zauważalna staje się większa troska o pracownika w zakresie koncepcji work-life balance, wellbeing, a także rozwoju kompetencji oraz edukacji koniecznej do adaptacji nowego modelu pracy zdalnej.

Jesteśmy świadkami ciągłych zmian w środowisku pracy. Wymaga to dostosowania i elastycznego podejścia przez wszystkich – pracowników, pracodawców oraz ustawodawcę, który staje przed koniecznością dostosowania obowiązującego prawa do nowych wyzwań. Coraz więcej firm aktywnie wspiera swoich pracowników w nowej rzeczywistości, co jest dobrym sygnałem na przyszłość.

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Liczba zatrudnionych pracowników w 2021 r.

Małe / średnie przedsiębiorstwo

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 235

BEZPIECZEŃSTWO W MIEJSCU PRACY

W Światowy Dzień Bezpieczeństwa Pracy **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** wprowadził **Deklarację mojego bezpieczeństwa** dla każdego pracownika. Deklaracja ta jest zobowiązaniem każdego pracownika do brania odpowiedzialności za bezpieczeństwo swoje i współpracowników. Jest upoważnieniem do reagowania na sytuacje potencjalnie niebezpieczne w drodze, w pracy i w domu.

250

Bezpieczeństwo to jeden z priorytetów firmy **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne**. Firma zorganizowała konkurs na scenariusz, opowiadanie lub klip wideo mówiący o zaangażowaniu i bezpieczeństwie w firmie. Konkurs łączył w sobie promocję: modelu zarządzania Servier, wartości firmy (troska, wspólne działanie, dążenie do sukcesu, dążenie do innowacyjności) oraz bezpieczeństwa. **Konkurs** pod nazwą **Zaangażowanie i bezpieczeństwo mają znaczenie** skierowany był do wszystkich pracowników. Laureatami zostało czterech uczestników konkursu, którzy przygotowali prace, zaprezentowane następnie pracownikom firmy.

250

Program **Zgłoś zagrożenie** powstał w celu zapewnienia w firmie standardów bezpieczeństwa poprzez stosowanie działań prewencyjnych, zapobiegających wypadkom. Pracownicy **ANWIL** mają do czynienia z substancjami, którymi można się posługiwać, tylko ściśle przestrzegając zasad postępowania. Dzięki programowi „Zgłoś zagrożenie" sami identyfikują niebezpieczeństwa, proponując sposób ich eliminacji. Zgłaszanie zagrożeń odbywa się poprzez formularz dostępny w intranecie. Jego forma pozwala dokonać zgłoszenia i szybko wdrożyć zaproponowane usprawnienie. Została opracowana szybka ścieżka realizacji zgłoszeń.

1300

Od siedmiu lat **ANWIL** organizuje **Dni Bezpieczeństwa Pracy i Ochrony Zdrowia**. Głównym celem przedsięwzięcia jest pogłębianie wiedzy pracowników na temat bezpiecznej pracy i oceny zagrożeń dla zdrowia, życia i środowiska oraz utrzymanie standardów bezpieczeństwa, jak i warunków pracy. W 2021 r. ponad 300 pracowników wzięło udział w specjalistycznych szkoleniach oraz wykładach, a także mogło skorzystać z bezpłatnych badań profilaktycznych (m.in. USG, badanie krwi, cytologia, spirometria) i konsultacji medycznych (ginekologiczne, urologiczne i psychologiczne).

1300

Niska kultura bezpieczeństwa, nieprzestrzeganie przepisów i zasad BHP spółki w firmach pracujących na terenie **ArcelorMittal Poland** doprowadziły do poważnych wypadków (w tym ze skutkiem śmiertelnym) i były przyczyną wprowadzenia programu **Wykonawcy – system zarządzania konsekwencjami**. W ramach programu spółki zaproszono do inicjatyw z obszaru bezpieczeństwa, jak np. szkolenia z leadershipu dedykowane dozorowi wykonawców, prace w zespołach projektowych, udział w Dniu Bezpieczeństwa. Spowodowało to wzrost kultury bezpieczeństwa oraz wdrożenie działań zwiększających bezpieczeństwo ich pracowników.

10000

Program **Parasol Bezpieczeństwa** firmy **ArcelorMittal Poland** został przygotowany dla zakładów, w których wydarzył się wypadek (ciężki uraz, śmierć). Przez około 40 dni zapewnia wsparcie bezpieczeństwa poprzez wizyty dyrekcji wykonawczej, która wskazuje mocne i słabe strony; audyty liderów standardów zapobiegania wypadkom śmiertelnym wspierające doskonalenie standardów; obecność kadry kierowniczej na hali, udział w odprawach, rozmowy z pracownikami; test standardów zapobiegania wypadkom śmiertelnym wśród załogi, a także szkolenia z bezpieczeństwa (badanie klimatu bezpieczeństwa i ocena postrzegania bezpieczeństwa).

10000

Dni Bezpieczeństwa to metoda na to, by w niestandardowy sposób przypomnieć pracownikom **Bridgestone Poznań** o podstawowych zasadach, jakie powinny towarzyszyć im na co dzień. Inicjatywa skupiała się na bezpieczeństwie w transporcie i ruchu drogowym. W akcji wzięło udział 200 pracowników, którzy mogli w warunkach kontrolowanych doświadczyć symulacji niebezpiecznych sytuacji, takich jak dachowanie czy zderzenie, i dowiedzieć się, jak im przeciwdziałać lub co uchroni życie w przypadku ich zajścia.

2000

Firma **CEMEX Polska** podjęła działania, aby minimalizować ryzyko infekcji COVID-19 na terenie zakładów. W tym celu wprowadzono dodatkowe protokoły i procedury adaptujące pracowników do nowych warunków pracy. Procedury BHP zostały rozszerzone o nowe wytyczne bezpieczeństwa oraz działania promujące zdrowie w ramach **kampanii Kluczowe zachowania ratujące życie**. Zasady te dotyczyły zachowania dobrego samopoczucie i zdrowia psychicznego pracowników. Nowa kampania ma na celu zwiększenie znaczenia zdrowia pracowników firmy. Wszyscy pracownicy otrzymali ulotki informacyjne o wprowadzonych zasadach.

1000

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Kampania cotygodniowych testów COVID-19 skierowana była do wszystkich pracowników oraz podwykonawców wykonujących prace dla firmy **CEMEX Polska** w Cementowniach Chełm i Rudniki. Miała ona na celu zminimalizowanie ryzyka infekcji na terenie zakładów. Testy pomogły firmie chronić zdrowie pracowników i zapewnić ciągłość pracy zakładów CEMEX Polska. Firma organizowała również szczepienia przeciw COVID-19. Wszyscy pracownicy oraz podwykonawcy otrzymali ulotki informacyjne o szczepieniach i zasadach panujących w zakładach w czasie trwania pandemii. Każdego tygodnia w testach brało udział średnio 680 osób.

1000

W 2021 r. **Coca-Cola HBC Polska** zorganizowała w Polsce dwie edycje akcji **Tydzień Zdrowia i Bezpieczeństwa**. Celem akcji była budowa świadomości w zakresie BHP. Zorganizowano webinary, szkolenia i aktywności w zakładach produkcyjnych i biurach. Pierwsza edycja Tygodnia skupiała się na zaangażowaniu kierowników i dyrektorów funkcyjnych. Aktywności dedykowane były dla działu sprzedaży oraz pracowników produkcyjnych. Ogłoszony został projekt TCCC „Zasady Chroniące Życie". W drugiej edycji poruszano tematy zdrowia psychicznego, bezpieczeństwa na drogach, operacji logistycznych oraz pierwszej pomocy.

1810

W 2021 r. **Coca-Cola HBC Polska** wdrożyła Program **„Bezpieczeństwo pracy i ochrona środowiska oparte na zachowaniach w dziale sprzedaży terenowej oraz logistyce operacyjnej kontraktorów"**. budowy kultury bezpieczeństwa pracy w oparciu o zachowania ludzi w dziale sprzedaży i komercji. Przedsięwzięcie obejmowało szkolenia dla kadry kierowniczej, program informacyjny dla pracowników, prowadzenie regularnych anonimowych obserwacji sposobu pracy pracowników na rynku.

1810

Aby zwiększyć świadomość pracowników kontraktorów wykonujących prace na terenie **Coca-Cola HBC Polska** oraz w obiektach magazynowych zewnętrznych operatorów logistycznych firma wdrożyła program **5 sekund pomyśl, zanim zaczniesz** identyfikujący zagrożenia przed wykonywaniem czynności. Tytułowe 5 sekund to czas, kiedy pracownik sprawdza, czy ma wystarczające zasoby, wiedzę, narzędzia i czy nie zagraża innym pracownikom. Program zwraca uwagę na rutynowość, która często jest źródłem wypadków. Udział w projekcie wzięli przedstawiciele trzech dużych firm logistycznych: ESA Logistics, Samsic Polska oraz FM Logistcs.

1810

Stworzona przez firmę **Dalkia Polska** aplikacja mobilna **O mały włos!** umożliwia szereg działań, których celem jest zapobieganie wypadkom w miejscu pracy. Za jej pośrednictwem pracownik zgłasza potencjalnie wypadkowe zdarzenie oraz niebezpieczną sytuację w czasie rzeczywistym. Zgłaszanie sytuacji odbywa się w kilku etapach: 1. Lokalizacja niebezpieczeństwa; 2. Opis niebezpieczeństwa + zdjęcie; 3. Podjęte środki zabezpieczające + zdjęcie; 4. Podgląd zgłoszenia po jego akceptacji. Aplikację można ściągnąć na telefon, obsługuje smartfony z systemami Android i iOS. W ciągu roku dokonano ponad 100 zgłoszeń.

400

Przedsiębiorstwo **DB CARGO POLSKA**, wychodząc naprzeciw potrzebom, **zwiększyło bezpieczeństwo pracy maszynistów w lokomotywach** – zamontowano w nich dodatkowe lampy LED na stopniach wejściowych oraz przy obszarze międzytorza w bezpośredniej bliskości stopni. Włączniki oświetlenia znajdują się przy każdym wejściu do lokomotywy i w kabinie, dzięki czemu można wejść lub wyjść z pojazdu przy włączonym świetle, a także sprawnie wyłączyć oświetlenie. Ponadto w wybranych pojazdach zamontowano rolety przeciwsłoneczne na przednich i bocznych oknach oraz wyposażono pojazdy w odstraszacze zwierzyny.

3000

Firma **Emitel** podczas pandemii zadbała o zachowanie środków ostrożności – w ramach **Bezpieczeństwa i higieny pracy** powołano Zespół Zarządzania Kryzysowego i wdrożono procedury. Biura wyposażono w automatyczne defibrylatory, bezdotykowe termometry, cyfrowe ciśnieniomierze. W biuletynie BHP pracownicy poznają przepisy i zasady BHP oraz dowiadują się, jak postępować w niebezpiecznych sytuacjach. Organizowane są szkolenia z doskonalenia jazdy samochodem, pracy na wysokości, kursy pierwszej pomocy. Platforma e-learningowa zawiera szkolenia m.in. BHP, ochrony przeciwpożarowej i cyberbezpieczeństwa.

450

Usługi firm komunalnych okazały się ważne w czasie pandemii. Obok zagrożenia wirusem powstało realne zagrożenie sanitarne. Dla **ENERIS** najważniejszym celem było utrzymanie zdrowia pracowników, a dzięki temu ciągłość zbiórki odpadów od około 1 mln mieszkańców. W ramach **ENERIS w dobie COVID** utworzono Sztab Kryzysowy, który opracował wytyczne, procedury, materiały informacyjne. ENERIS zaangażował współpracujące firmy do wymiany praktyk, jak pozbywać się odpadów oraz odbierać je od osób na kwarantannie. Wiedzę tę popularyzowano poprzez Koalicję BHP oraz na konferencjach online.

1200

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

We wszystkich zakładach produkcyjnych **Fabryki Mebli „FORTE”** istnieją 20–40-osobowe zastępy **Ochotniczej Straży Pożarnej** (w sumie ponad 100 osób). Zadaniem strażaków-ochotników jest codzienna kontrola zagrożenia pożarowego i prewencja. Strażacy zwracają uwagę na zachowania potencjalnie niebezpiecznie i reagują na zgłoszenia od pracowników. Zastępy strażackie spotykają się raz w miesiącu na czterogodzinnych ćwiczeniach praktycznych. Przeprowadzają również wspólne ćwiczenia z lokalnymi oddziałami Państwowej Straży Pożarnej na terenie zakładów Grupy FORTE.

3500

GXO w Polsce wzięło udział w globalnej kampanii bezpieczeństwa związanej z podpisaniem i publikacją deklaracji bezpieczeństwa „Zobowiązuję się stawiać bezpieczeństwo na pierwszym miejscu, pomagać w zapewnieniu bezpieczniejszego środowiska pracy i dbać o zdrowie moich współpracowników, przestrzegając obowiązujących procedur BHP”. **Kampania na rzecz podnoszenia bezpieczeństwa pracy** była okazją do komunikowania dotychczasowych działań w zakresie bezpieczeństwa służących realizacji założeń projektu „zero wypadków w miejscu pracy”.

1500

W 2021 r. firma **Higma Service** w ramach **Wydarzeń dla zespołu Higma Service** zrealizowała kilka praktyk. Były to: wyposażenie biur w klimatyzację, środki higieniczne, dostępne dla pracowników, gości i klientów; piknik rodzinny dla pracowników firmy i ich rodzin; wdrożenie zbioru działań, rekomendacji i zaleceń dla pracowników oraz klientów mający na celu zapewnienie działalności przedsiębiorstwa podczas pandemii COVID19 – wymiana floty pojazdów służbowych na bezpieczne i nowoczesne pojazdy.

53

W ramach **Innowacyjnych projektów na rzecz bezpieczeństwa** w Jastrzębskich Zakładach Remontowych (Grupa JSW) powstał przenośnik zgrzebłowy ratowniczy PRJZR-400. Pomysł był odpowiedzią na potrzeby Centralnej Stacji Ratownictwa Górniczego w Bytomiu oraz stacji ratownictwa górniczego działających przy **Jastrzębskiej Spółce Węglowej**. Przenośnik zgrzebłowy przeznaczony jest do stosowania w miejscach, gdzie istnieje konieczność dotarcia do poszkodowanych lub przygotowania miejsca zdarzenia pod właściwą akcję ratunkową – w kopalniach, na placach budowy, w miejscach kataklizmów takich jak trzęsienia ziemi.

30686

W pionach produkcji i logistyki **Kompanii Piwowarskiej** w ramach programu **BBS Bądź bardziej spostrzegawczy** 640 obserwatorów bezpieczeństwa obserwuje pracowników w trakcie pracy i zwraca uwagę na sytuacje potencjalnie niebezpieczne. Celem programu jest to, aby każdy pracownik został obserwatorem bezpieczeństwa i zgłaszał przełożonemu sytuacje w pracy, które mogą być potencjalnie niebezpieczne. Podczas monitorowania zgłoszono 5130 sytuacji, które wpływają na bezpieczeństwo, 4879 z nich zostało zaadresowanych i poprawionych. Dla obszarów największego ryzyka przygotowano szkolenia dla pracowników.

2716

Wiadomość Bezpieczeństwa przygotowywana przez Służbę BHP **Kopalni Soli „Wieliczka”** co piątek trafia na służbowe adresy mailowe. Kopalnia to również załoga górnicza (ok. 400 osób): pracownikom nieposiadającym skrzynek „Wiadomość Bezpieczeństwa” przekazują zwierzchnicy podczas odpraw. „Wiadomość...” obejmuje tematykę BHP, przybliża ważne zagadnienia, przypomina przepisy, systematyzuje wiedzę, do której można w każdej chwili wrócić. O liczbie dni bez wypadku informuje tablica świetlna zamontowana w nadszybiu szybu św. Kingi. Aktualny licznik można również sprawdzić w kopalnianym intranecie.

807

Firma **Kuehne+Nagel** koncentruje się na ciągłym doskonaleniu procesów operacyjnych w swoich magazynach i tworzy kulturę bezpiecznej pracy. W 2021 r. w ramach akcji **Bezpieczeństwo pracowników – dni bez wypadku** osiągnęła 1400 dni bez wypadku w gdańskim oddziale. Każda okrągła liczba dni bez wypadku jest wspólnie celebrowana, a te osiągnięcia potwierdzają posiadane przez pracowników Kuehne+Nagel kompetencje. Dla firmy, która kompleksowo dba o bezpieczeństwo i higienę pracy swoich pracowników i klientów, bezpieczeństwo własnych pracowników jest podwójnie istotne.

2300

W październiku 2021 r. w zakładach **NSG Group właściciel marki Pilkington** na świecie odbył się **Dzień Bezpieczeństwa**, którego celem było poszerzenie wiedzy pracowników w zakresie bezpiecznych zachowań. Tematem przewodnim wydarzenia było postępowanie pieszego i kierowcy w ruchu drogowym. Pracownicy uczestniczyli w rozmowach, prezentacjach i projekcjach filmów poświęconych niebezpiecznym zachowaniom na drodze; zapobieganiu wypadkom w ruchu drogowym; metodom zwiększenia poziomu bezpieczeństwa w środowisku pracy i poza nim. W ramach programu zorganizowano spotkania, quizy, konkursy.

4300

Kampania „Kierunek: Bezpieczni w pracy” kierowana jest do pracowników **PKP CARGO**. Jej celem jest zwiększenie bezpieczeństwa pracy poprzez budowanie kultury bezpiecznego miejsca pracy, zmianę świadomości i kształtowanie postaw sprzyjających wykonywaniu obowiązków. Kluczowe założenie to dotarcie do ok. 7 tys. pracowników zatrudnionych na stanowiskach związanych z ruchem pociągów. Zrealizowano m.in. spójną kampanię informacyjną dla pracowników oraz konferencję ekspercką dla spółek sektora

kolejowego. W 2021 r. włączono także profilaktykę w obszarze zdrowia psychicznego, stresu i stresu pourazowego.

14800

Spółka **PKP Energetyka** w ramach **Kampanii Bezpieczeństwa** opracowała i przyjęła do stosowania 12 Zasad Ratujących Życie, które odnoszą się do aspektów zadań pracowników. Jest wśród nich m.in. „Zasada Stop" rekomendująca wstrzymanie pracy w sytuacji potencjalnego zagrożenia. Każdy otrzymał książeczkę z zasadami, ich opisem i przykładowymi działaniami – do wdrożenia na poziomie organizacyjnym. Każda z zasad była omawiana na spotkaniach zespołów; przygotowano i rozesłano plakaty do 100 lokalizacji w całej Polsce; pracownicy otrzymywali SMS-y z treścią zasad. Uruchomiono także telefon bezpieczeństwa czynny całą dobę.

4200

Aplikacja „Na Ratunek" to wiedza z zakresu udzielania pierwszej pomocy. Przygotowana przez **Polski Koncern Naftowy ORLEN** zawiera instrukcję, jak zachować się w przypadku pożaru i awarii, oraz ułatwia wezwanie pomocy. Lokalizacja GPS pomoże wybrać numer ratunkowy. Aplikację wdrożono dla pracowników Grupy ORLEN i zainstalowano na służbowych smartfonach. Jest dostępna bez konieczności jej pobierania także na mobilnych urządzeniach stosowanych przez pracowników podczas obchodów na terenie zakładu produkcyjnego. Dostępna jest w wersji polskiej i angielskiej. Planowane są kolejne wersje językowe: czeska, niemiecka i litewska.

5878

System Wsparcia Pracowników (SWP) to program behawioralny, którego celem jest ograniczenie ryzyka oraz wzmocnienie bezpieczeństwa pracowników **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** i firm zewnętrznych. Polega na działaniach poprawiających ich świadomość i kształtujących bezpieczne nawyki. W 2021 r. PKN ORLEN wdrożył SWP w zakładzie CCGT w Płocku – przeprowadzono cykl spotkań i szkoleń związanych z wprowadzeniem SWP, a także badanie zatytułowane „Postrzeganie poczucia bezpieczeństwa osobistego". W listopadzie 2021 r. zorganizowano warsztaty rozwojowe dla doradców SWP.

5878

Corocznie w **Skanska** organizowany jest tydzień poświęcony bezpiecznej pracy. Działania adresowane są do pracowników oraz firm podwykonawczych. **Tydzień bezpieczeństwa** w 2021 r. odbył się pod hasłem „Pracujemy razem, troszczymy się o siebie". Zorganizowano ponad 40 pokazów i warsztatów z zakresu prac na wysokości, ewakuacji z rusztowań, pierwszej pomocy, gaszenia pożarów, symulatorów zderzeń. Przeprowadzono akcje badań profilaktycznych. Odbywały się webinary reagowania na stres, rozpoznawania depresji, zero waste, transformacji energetycznej, profilaktyki raka, zdrowego odżywiania, aktywności fizycznej.

1200

W 2021 r. firma **Sodexo Polska** kontynuowała praktyki ograniczania wpływu koronawirusa. Pracowników objęła kampania **„ZERO MINDSET – Zero wypadków" – system prewencji** w zakresie koronawirusa, BHP i bezpieczeństwa żywności. Klientom zaproponowano rozwiązania podnoszące poziom bezpieczeństwa (m.in. dezynfekcja przy użyciu wirusobójczych lamp UVC). Uruchomiono system nagród, aby wyróżnić i promować dobre nawyki oraz wzmacniać kulturę bezpiecznej pracy. Nagrody przyznano w trzech kategoriach: innowacja w zakresie BHP, największa liczba zgłoszonych zdarzeń „O Mało Co" oraz wyjątkowe osiągnięcia BHP.

1900

Program „Stena bez wypadków" obejmuje lokalizacje **Stena Recycling** na terenie Polski. Zgłaszane są wszystkie wypadki i incydenty. Firma analizuje ich przyczyny i okoliczności oraz podejmuje działania, które mają zapobiegać analogicznym zdarzeniom. W ramach programu Stena Recycling wdrożyła system monitorowania stanu bezpieczeństwa. Wprowadzono system motywacyjny promujący bezpieczne zachowania (zielone, żółte i czerwone kartki). Stena zapewnia pracownikom szkolenia poprawiające kulturę bezpieczeństwa oraz opracowała podręcznik Stena Safety Book zawierający wszystkie informacje dotyczące bezpieczeństwa w Stenie.

594

Szkolenie KYT (z japońskiego: kiken – bezpieczeństwo, yochi – przewidywanie; z angielskiego training – ćwiczenie) to 20-minutowe ćwiczenia umiejętności przewidywania zagrożeń w miejscu pracy i podejmowania kroków w celu ich uniknięcia. Zespoły pracowników **SumiRiko Poland** otrzymują zdjęcie ze stanowiskiem pracy lub osobiście udają się na miejsce. Zadaniem uczestników jest identyfikacja zagrożeń. Po 10 minutach grupy wymieniają się notatkami dotyczącymi zagrożenia, następnie poszukują środków zaradczych lub korygujących daną niezgodność. Wyniki szkoleń wywieszano na tablicach informacyjnych oraz wykorzystywała je służba BHP.

1400

Wewnętrzne audyty BHP oraz 5S wykazywały niezgodności, niejednokrotnie powtarzane przy kolejnych audytach. Aby je wyeliminować i działać prewencyjnie, firma **SumiRiko Poland** zorganizowała comiesięczne szkolenia dla pracow-

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

ników, tzw. **lekcję jednopunktową**. Pogłębiała ona wiedzę w zakresie 5S oraz BHP. Temat „lekcji" wybierany jest na podstawie niezgodności z audytów lub sytuacji potencjalnie niebezpiecznych. Każda „lekcja" zwraca uwagę na niezgodności i ma w przyszłości umożliwić ich zapobieganie. Zagadnienia zrealizowanych szkoleń są umieszczane na tablicach informacyjnych i gazetce zakładowej.

1400

Bezpieczeństwo pracowników jest priorytetem dla **Wyborowa Pernod Ricard**. Dążąc do celu „zero wypadków", pracownicy są szkoleni z zasad bezpieczeństwa. W 2021 r. firma objęła pracowników programem **Mistrzowie Bezpieczeństwa**, w ramach którego odbyły się szkolenia z pierwszej pomocy i kursy bezpiecznej jazdy. Dodatkowo firma organizuje Dzień Bezpieczeństwa. W tym samym roku uruchomiono cykl szkoleń – Care by learning Train the Traineer obejmujący identyfikację i ocenę ryzyka, postępowania w razie zaistnienia zdarzenia potencjalnie wypadkowego lub wypadku, narzędzia care tools. Program jest wspierany kampanią informacyjną.

150

DIALOG Z PRACOWNIKAMI

Adamed Pharma od lat wdraża cyfrowe rozwiązania, również takie, które ułatwiają realizację codziennych obowiązków. Jednym z nich było wprowadzenie digitalowego udogodnienia dla współpracowników – chatbota o imieniu **AdaBot – wirtualny komunikator**. Od kwietnia 2021 r. pozwala uzyskać odpowiedzi na pytania m.in. z zakresu: HR, prawa i zasad compliance, finansów i zakupów czy IT. AdaBot to narzędzie, które na podstawie zadawanych mu pytań jest stale rozwijane.

2200

W 2021 r. **Adamed Pharma** przeprowadziła dwa badania dotyczące zaangażowania współpracowników i patrzenia na środowisko pracy z ich perspektywy. Pierwsze odbyło się badanie Covid Puls Check, jako kontynuacja badania z 2020 r. Firma chciała poznać nastroje współpracowników podczas pandemii i sprawdzić, jak oceniają wdrożone inicjatywy. Ponadto firma przeprowadziła pełne **Badanie Zaangażowania Współpracowników** w Polsce i na rynkach zagranicznych. Frekwencja wyniosła 94%. Dialog ze współpracownikami pozwala firmie na włączanie ich w budowanie środowiska pracy oraz kształtowanie oczekiwań współpracowników.

2200

Od 2018 r. sieć **ALDI** przygotowuje i udostępnia pracownikom miesięczny newsletter Działu CR, w którym informuje o bieżących projektach z zakresu zrównoważonego rozwoju, a także edukuje pracowników z poszczególnych zagadnień CR. Od 2019 r. raz na kwartał przygotowywana jest specjalna **gazetka CR** poświęcona tematyce CSR i działaniom firmy. Gazetki były dostępne dla klientów w sklepie oraz online. W 2021 r. została wydana pierwsza gazetka CR dedykowana dzieciom, częściowo w formie komiksu i łamigłówkami dla najmłodszych.

3600

Spotkania kwartalne Zarządu firmy z pracownikami zostały wprowadzone w **ANWIL** w 2015 r. Stanowią one narzędzie dwustronnej komunikacji w spółce. Istotnymi elementami spotkań są sesja, podczas której pracownicy mają możliwość zadania pytania i uzyskania odpowiedzi, a także dzielenie się swoimi spostrzeżeniami i uwagami dotyczącymi funkcjonowania firmy.

1300

Inicjatywa **Społeczność PM** powstała w związku z dużą ilością projektów w organizacji i koniecznością wspierania osób w nie zaangażowanych. Ma na celu budowanie społeczności, która będzie się wspierać, doradzać, wymyślać rozwiązania usprawniające prace projektowe, zarządzanie projektem. Dział Business Excellence & Project Management **DB CARGO POLSKA** analizuje potrzeby rozwojowe osób zarządzających projektami, dostosowując do tego rodzaj wsparcia. Kanał MS Teams jest miejscem wymiany opinii i doświadczeń. Kwartalnie odbywają się webinary z ekspertami z zakresu zarządzania projektami.

3000

Biuletyn dla pracowników #dbcargoheroes to wewnętrzny newsletter przygotowany i rozsyłany w formie elektronicznej do pracowników **DB CARGO POLSKA**. Zawiera aktualne informacje dotyczące sytuacji pandemicznej w kraju, a także wymagań sanitarnych i zasad bezpieczeństwa obowiązujących w firmie. W biuletynie publikowane są również praktyczne wskazówki na temat np. szczepień, zagranicznych podróży oraz porady medyczne i psychologiczne. Pracownicy mogą powracać do archiwalnych numerów #dbcargoheroes – wszystkie wydania są dostępne w intranecie i w aplikacji wewnętrznej MyDBCargoPL.

3000

W 2021 r. firma **DOZ** wprowadziła zintegrowaną informację na temat wszystkich składników wynagrodzenia, benefitów i świadczeń przysługujących pracownikowi i udostępniła je jako **Twój Pakiet Korzyści, czyli inne spojrzenie na wynagrodzenie**. Znalazła się tam informacja o składnikach wynagrodzenia, które otrzymał pracownik za poprzedni rok, oraz o każdym beneficie, z którego skorzystał. Firma zamieściła informacje o wszystkich benefitach, które przysługują pracownikowi i o sposobie ubiegania się o nie; uruchomiła także adres mailowy do zadawania pytań o Pakiet Korzyści.

4500

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W ramach dialogu z pracownikami raz do roku **Eiffage Polska Budownictwo** organizuje badanie **Barometr Eiffage**. Badanie przeprowadzane jest w formie elektronicznej ankiety anonimowej i zawiera (w zależności od edycji) ok. 40 pytań analizujących poziom satysfakcji i zaangażowania pracowników. Ankieta daje też możliwość udzielenia przez pracowników informacji zwrotnej dotyczącej równych aspektów działalności firmy i zarządzania. Na podstawie wyników ankiety stworzono katalog działań korygujących, które włączono do planu strategicznego firmy na 2025 r.

180

Do prowadzenia komunikacji z pracownikami **Eko-energetyka Polska** i spółki powiązane wykorzystują **narzędzie do komunikacji wewnętrznej – emplo**. Pracownicy mają do niego dostęp w intranecie poprzez aplikację na telefon i w przeglądarce. Emplo to narzędzie do digitalizacji i automatyzacji procesów HR-owych, kadrowych. Umożliwia składanie wniosków o urlop, świadczenia socjalne, rozliczenie delegacji, znajdują się tam także zapotrzebowania na wakat i warunki zatrudnienia. Pracownicy mają bieżący dostęp do informacji o sobie, a także do oceny okresowej z nadaniem celów, a w module ankiety mogą wyrażać opinie.

450

W **Emitel** prowadzenie **dialogu społecznego wewnątrz firmy** jest nie tylko jednym z obowiązków, ale i wyrazem szacunku dla pracowników. O standardach pracy w firmie decydują pracownicy, związki zawodowe i Zarząd. W ramach spotkań trójstronnych dyskutuje się o zwiększaniu satysfakcji i utrzymaniu zaangażowania pracowników. Co roku badana jest opinia pracowników. Omawiane w firmie wyniki służą do weryfikacji realizowanych działań i opracowywania planów. Pracownicy współtworzą magazyn informacyjny „EmiTime", redagując relacje z firmowych wydarzeń oraz informacje o aktualnych projektach i inicjatywach.

450

W 2021 r. **Grupa Schiever w Polsce** – celem wzmocnienia komunikacji wewnętrznej – stworzyła **newsletter dla pracowników** Grupy Schiever z najważniejszymi informacjami, nowościami i zmianami, który wysyłany jest na skrzynkę mailową pracownika. Newsletter firmowy ma na celu przekazywanie bieżących informacji, są to przede wszystkim: aktualne plany firmy, status ich realizacji, przypomnienia; ważne zmiany, wydarzenia; akcje CSR, konkursy; wiadomości z życia firmy i poszczególnych działów; pozostałe wątki. Informacje są podawane w sposób zwięzły i możliwie prosty.

1200

Należąca do **Jastrzębskiej Spółki Węglowej** spółka IT Systems w ramach **usprawnień w czasie pandemii** stworzyła system do rejestrowania badań i powiadamiania w czasie globalnej pandemii (SMS-sender oraz Covtest). W związku z epidemią bardzo ważny jest szybki przepływ informacji oraz pewność, że dotrze ona do jak największej liczby odbiorców. W zakładach JSW S.A. wielu pracowników nie ma adresu mail, więc najpewniejszym sposobem dostarczenie informacji są wiadomości SMS. Covtest to z kolei aplikacja pozwalająca na rejestrowanie wyników wykonanych w JSW badań na obecność koronawirusa.

30686

Kaufland Polska Markety umożliwia wszystkim pracownikom udział w badaniu dotyczącym ogólnego zadowolenia z pracy w firmie. Na podstawie opinii pracowników pierwszej edycji wprowadzono m.in. możliwość skorzystania z dłuższej przerwy zawodowej – urlopu sabbatical oraz wyprawkę dla maluszka dla pracownika, któremu urodziło się dziecko. **Badanie opinii pracowników Puls** trwa cztery tygodnie. Jest w pełni anonimowe, a ankietę można wypełnić na dowolnym urządzeniu. Aby zachęcić pracowników, firma zadeklarowała, że od każdej wypełnionej ankiety przekaże 5 zł na rzecz wybranej organizacji charytatywnej.

14000

W kwietniu 2021 r. przedsiębiorstwo **KPMG w Polsce** uruchomiło nowy program wewnętrzny dla pracowników oraz aplikację **KPMG Feedback App**, która wspiera możliwość feedbacku i wzajemnego docenienia. Pandemia wymusiła wprowadzenie pracy zdalnej, czego efektem było ograniczenie pracowniczych interakcji. Celem programu jest ułatwienie pracownikom wymiany pozytywnych doświadczeń, zwiększenie interakcji i wzajemne docenienie. Filarami feedbacku stały się firmowe wartości KPMG, w oparciu o które pracownicy przygotowywali dedykowane wiadomości, które w aplikacji przesyłali swoim współpracownikom.

2000

W 2021 r. firma **Mars Polska** wzmocniła komunikację zgodności i etyki w pracy. Za pomocą newsletterów, Yammera, plakatów i spotkań pokazano The Guide, czyli **„Przewodnik po zasadach postępowania w Mars"**. To dokument w duchu pięciu zasad (jakości, odpowiedzialności, wzajemności, wydajności, wolności), który pomaga podejmować etyczne decyzje. Najnowszą edycję uzupełniono m.in. o: sekcje pytań i odpowiedzi; infolinię – anonimową drogę raportowania naruszeń; tematykę włączania i różnorodności; bezpieczeństwo w miejscu pracy; uczciwe prowadzenie działalności; prawa człowieka; zrównoważony rozwój.

3000

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Firma **NSG Group właściciel marki Pilkington** stworzyła innowacyjną **aplikację mobilną dla pracowników w firmie produkcyjnej** do zarządzania firmą i komunikacją wewnętrzną w działach HR, komunikacji, BHP. Zastępuje niektóre funkcje intranetu i komunikatora, ułatwia i przyspiesza przepływ informacji. Pracownicy widzą wszystkie aktualne informacje dotyczące firmy, wydarzenia, ankiety oraz komunikaty. Mogą zgłaszać nieprawidłowości, sytuacje niebezpieczne oraz dodawać ogłoszenia np. dojazd, sprzedam/wymienię czy wolontariat. Ich aktywność jest mierzona i nagradzana dzięki zbieraniu punktów i grywalizacji.

4300

W **PGE Polska Grupa Energetyczna** ważny jest kontakt z pracownikami. Jest on realizowany poprzez **Regularny dialog z pracownikami: Badanie Opinii Pracowników i Profilu Lidera**. Badania te mają na celu zebranie opinii i wyznaczenie kierunków rozwoju na podstawie zebranych danych. Kwestionariusze mierzą wskaźniki zaangażowania. W przypadku „Badania Opinii Pracowników" jest to 16 wskaźników, m.in. zaangażowanie, współpraca, komunikacja. W badaniu „Profil Lidera" najważniejsze to: komunikacja, budowanie relacji, motywacji i zaangażowania, osiąganie wyników, kompetencje przywódcze menedżerów.

42000

Komunikacja społecznie odpowiedzialna w **PKP CARGO** kierowana do blisko 15 tys. pracowników jest prowadzona w sposób spójny i całościowy. Jej celem jest edukacja i promocja działań w obszarach CSR, takich jak: kultura bezpiecznego miejsca pracy (pracownicy związani z bezpieczeństwem ruchu kolejowego); partnerski dialog społeczny (do komunikacji wewnętrznej zapraszani są liderzy Związków Zawodowych); zdrowy, aktywny styl życia (promocja aktywności fizycznej pełniąca funkcję motywacyjną i integracyjną); honorowe krwiodawstwo (promowanie akcji zbiórek krwi); biznes społecznie odpowiedzialny (promocja CSR).

14800

Po pojawieniu się pandemii **PKP CARGO** uruchomiła **Virtualny Newsletter CSR**. Stanowi on nową platformę wymiany informacji w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu. Virtualny Newsletter CSR jest skuteczną odpowiedzią na aktualną sytuację. Integrowanie wokół działań z zakresu CSR, inspirowanie, edukowanie, podejmowanie wspólnych inicjatyw zapewniało kontynuację działań CSR i rozwój tematyki, bez względu na obowiązujące obostrzenia. Newsletter CSR Grupy PKP CARGO upowszechnia praktyki z zakresu CSR, cele firmy w tym obszarze, pozwala na włączanie do inicjatyw pracowników Grupy PKP CARGO.

14800

Podczas pandemii praca w trybie zdalnym, później hybrydowym postawiła nowe wymagania przed komunikacją wewnętrzną w firmach. Aby każdy pracownik **Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego** był na bieżąco z tym, co dzieje się w Parku, uruchomiono cotygodniowy, mailowy przegląd informacji **Co słychać w PPNT?** W piątki każdy pracownik otrzymuje m.in. spis organizowanych i współorganizowanych wydarzeń, informacje o konferencjach, kongresach, w których uczestniczą zespoły, zbiór informacji kadrowych, nowe publikacje na Blogu PPNT, a także Ekopiątek, czyli ciekawostkę o charakterze ekologicznym.

135

Do pracowników firmy **Samsung** jest wysyłany mail **newsletter pracowniczy „CSR z pierwszej ręki"**. W 2021 r. promował webinary w zakresie wiedzy o klimacie, cyfrowym dobrostanie, work-life balance czy szkolenia Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Pełnił też funkcję informacyjną o projektach CSR i osiągnięciach zespołu CSR. Powstanie newslettera poszerzało wiedzę na temat działań CSR, a w pandemii usprawniło przepływ przekazów o działaniach firmy. Informacje zawarte w newsletterze pomagają pracownikom z działu sprzedaży podczas kontaktów z partnerami biznesowymi zainteresowanymi realizowaniem CSR w praktyce.

2500

W 2021 r. firma **TIM** po raz drugi zrealizowała, zainicjowane w 2019 r., **badanie zaangażowania i satysfakcji pracowników**. Aby było jak najbardziej obiektywne oraz anonimowe, do jego przeprowadzenia zaangażowano firmę zewnętrzną. Kwestionariusz zawierał szereg pytań zamkniętych i otwartych pozwalających na zbadanie nastrojów na wielu płaszczyznach. W 2021 r. zadano niemal niezmienione pytania, modyfikując kwestionariusz jedynie o pytania dotyczące pracy w okresie pandemii. Firma chciała bowiem zobaczyć, jakie zmiany zaszły w organizacji od czasu ostatniej diagnozy, i móc wyodrębnić obszary do rozwoju.

286

Spotkania z pracownikami – Sharing Sessions oraz Town Halls – z kadrą menedżerską **TVN**, ze względu na pandemię, firma organizuje online. Podczas Sharing Sessions omawiane są bieżące tematy, najnowsze produkcje lub specyfika pracy gościa danego spotkania. Town Hall jest z kolei świetną okazją do wirtualnego spotkania się z osobami zarządzającymi, by o najważniejszych wydarzeniach i planach dowiedzieć się z pierwszej ręki oraz zadać bezpośrednio pytania kadrze zarządzającej.

4000

Walstead Central Europe/ Walstead Kraków uruchomił system **dialogu z pracownikami**, składają się na niego: e-platforma kontaktowa przeznaczona wyłącznie sprawom covidowym; kwartalnik informacyjny, w którym publikuje odpowiedzi na wcześniej zebrane pytania; skrzynka powiedz@, za pośrednictwem której można zgłosić sytuacje problemowe, mając pewność zachowania anonimowości (zgodnie z kodeksem etycznym); cykl spotkań

Okrągłego Stołu, w ramach których pracownicy mogą spotkać się z prezesem i dyrektorką ds. personalnych i zadać dowolne pytania; comiesięczne spotkania Zarządu z liderami.

1200

Rozmowy rozwojowe oparte na Modelu Kompetencji, który wypracowali pracownicy miały na celu: wsparcie pracowników w ich rozwoju, uzyskanie bieżącej informacji, gdzie są i gdzie chcą być w przyszłości, zadbanie o dobrą komunikację, przepływ informacji i kulturę feedbacku. Prowadząc rozmowy w oparciu o ważne dla **wonga.pl** zachowania, firma planuje rozwój pracowników, odnajduje i wzmacnia potencjał, zyskuje zrozumienie wzajemnych oczekiwań. Diagnozuje potrzeby szkoleniowe i wzmacnia kulturę feedbacku.

150

Komunikacja „Kolory Wongi" to inicjatywa związana z badaniem Insight Discovery, której głównym celem była poprawa komunikacji i rozwój pracowników. Każdy pracownik **wonga.pl** otrzymał indywidualny raport o swojej energii kolorystycznej oraz mógł omówić go z trenerem. Badaniu towarzyszyła akcja informacyjna na temat specyfiki kolorów osobowości. Pracownicy opracowywali filmy, zorganizowano konkurs ze znajomości charakterystyk kolorystycznych i wyłoniono Mistrza Insight's Discovery. Każdy pracownik mógł udostępnić swój raport oraz oznaczyć zdjęcie dominującymi kolorami swojej charakterystyki.

150

W 2021 r. **Zarząd Transportu Metropolitalnego** opublikował pierwszy raport CSR na temat działań w obszarze CSR. Firma łączy działania z zakresu CSR z realizacją celów zrównoważonego rozwoju i promuje je wśród pracowników. Tylko **włączanie pracowników w wyznaczanie kierunków zrównoważonego rozwoju organizacji** może doprowadzić do zbudowania planety dla przyszłych pokoleń. Firma wspiera cele zrównoważonego rozwoju, zachęcając pracowników, aby wypracowywali kierunki rozwoju. W 2021 r. udostępniono udział w badaniu online, a wnioski posłużyły do określania kierunków działań CSR.

300

FIRMA PRZYJAZNA RODZINIE

Program **„Pracodawca Przyjazny Rodzinie"** obejmuje działania skierowane do pracowników **ANWIL** i ich rodzin. Program wdraża rozwiązania zmierzające do zachowania równowagi pomiędzy pracą a życiem rodzinnym, oferuje np. dodatkowe dwa dni opieki nad dzieckiem niepełnosprawnym do 24 roku życia, pokoje dla matek karmiących, upominek z okazji narodzin dziecka, wsparcie psychologa, rodzinne konkursy, zajęcia sportowe online. ANWIL włącza się w akcję „Dwie godziny dla rodziny" i zachęca pracowników, aby w ten dzień skończyli pracę dwie godziny wcześniej i poświęcili ten czas najbliższym.

1300

Budimex we współpracy z Fundacją Mamo Pracuj zorganizował cykl webinarów dla rodziców **Mama i tata w BX**. Poruszały tematykę komunikacji empatycznej, pozytywnej dyscypliny, a także uczyły, jak rodzice mogą pomóc dzieciom lepiej radzić sobie z przeciwnościami, stresem i trudnościami, czyli być bardziej odpornymi psychicznie. Głównym celem programu jest wspieranie pracowników w łączeniu życia rodzinnego i zawodowego, tak aby być spełnionym zawodowo i szczęśliwym rodzicem.

8000

W **Credit Suisse Poland** funkcjonuje **sieć pracownicza Family Network**, której działania kierowane są do pracowników oraz ich dzieci. Family Network stara się wspierać rodziców w wypełnianiu rodzicielskich obowiązków, rozwiązywaniu problemów, godzeniu życia prywatnego z pracą. Sieć identyfikuje potrzeby oraz wyzwania pracowników i organizuje spotkania edukacyjne, grupy wsparcia, warsztaty dla rodziców i atrakcje dla dzieci. W 2021 r. przygotowano m.in. wykłady ekspertów związane z edukacją seksualną, ze światem cyfrowym, z komunikacją międzypokoleniową, depresją wśród młodzieży, podróżowaniem z dziećmi.

5000

Wonderland to firmowy punkt opieki dla dzieci pracowników **dentsu Polska** funkcjonujący od siedmiu lat. Jest to bezpłatna usługa realizowana przez wykwalifikowaną nianię, która codziennie opiekuje się dziećmi w godz. 9.00–17.00 w dedykowanej przestrzeni. Day Care wspiera rodziców w łączeniu ról. W czasie pandemii Wonderland działa często w reżimie sanitarnym, ale jest potrzebny, szczególnie w trakcie zamknięcia placówek, choroby opiekunów czy nabywania przez dziecko odporność po chorobie, a przed powrotem do przedszkola/szkoły.

800

DOZ traktuje zdrowie i jakość życia swoich pracowników jako priorytet. Rodziny pracowników, w których są dzieci z problemami zdrowotnymi, mają pogorszoną jakość życia i sytuację finansową ze względu na koszty świadczeń zdrowotnych. W sierpniu każdego roku firma w ramach **DOZ Camp** organizuje dla dzieci dwutygodniowy turnus rehabilitacyjny. W kwietniu odbywa się kwalifikacja według wskazań medycznych. W ramach turnusu dziecko i jego opiekun przebywają

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

w specjalistycznym ośrodku, dla dziecka jest ułożony indywidualny plan zajęć, w czasie wolnym organizowane są atrakcje integracyjne.

4500

Ekoenergetyka Polska poprzez Fundację Ekoenergetyki uruchomiła **Żłobek i Przedszkole Ekolucky** w sąsiedztwie siedziby firmy w Zielonej Górze, gdzie pracuje większość pracowników. To placówka ekologiczno-językowa z nowoczesnym programem zajęć; Promuje ona postawy proekologiczne przy zrównoważonym rozwoju technologicznym. Dla dzieci zostały przygotowane profesjonalne sale dydaktyczne. Preferowane jest indywidualne podejście do rozwoju i talentów dziecka, a profesjonalna opieka wsparta jest przez specjalistów, m.in. psychologa i logopedę. Ekoenergetyka Polska dofinansowuje pobyt dziecka z ZFŚS w niemal 90%.

450

Przedsiębiorstwo **Fabryki Mebli „FORTE"** zaangażowało się w **dwujęzyczne przedszkola przyzakładowe z oddziałami żłobkowymi „Żółty Słonik"** dla dzieci pracowników Grupy FORTE w Ostrowi Mazowieckiej oraz w Suwałkach. Zajęcia prowadzone są w systemie polsko-angielskim, według metody immersji językowej zakładającej „zanurzanie" dzieci w języku angielskim przez większość czasu w przedszkolu. Maluchy uczą się też zdrowych nawyków żywieniowych. Oba przedszkola odpowiadają na specyficzne potrzeby dzieci, zapewniają im maksymalne bezpieczeństwo i pobudzają ich wyobraźnię. Firma pokrywa zdecydowaną część kosztów.

3500

Dzieciom pracowników, które są w wielu 14–17 lat, **Ferrero Polska Commercial** oferuje **program stypendialny INTERCULTURA**. Umożliwia on zdobycie doświadczenia edukacji międzykulturowej. Uczestnik spędza rok szkolny za granicą, mieszka u rodziny goszczącej i uczęszcza tam do szkoły. Uczeń ma wtedy nieustanny kontakt z obcym językiem oraz nową kulturą i innymi zwyczajami. Uczestniczy w spotkaniach rodzinnych, świętach okolicznościowych, może podjąć inicjatywy na rzecz społeczności lokalnej oraz angażować się w działania w miejscowych organizacjach.

351

Grupa VELUX zorganizowała dla dzieci pracowników, które są w wieku 5–11 lat, **rodzinne EKO warsztaty Mikołajkowe**. Warsztaty online, zorganizowane wspólnie z Ekoeksperymentarium, były okazją do rozmów o ekologii, zabaw w gry i wykonania kalendarza złożonego z 20 zadań ekologicznych nawyków. Wśród nich np. „Żołnierski prysznic" mierzący czas, jaki domownicy spędzają pod prysznicem. Dzięki temu można zobaczyć, kto zużywa najmniej wody. Innym przykładem jest „Mistrz sprzątania" – odłożenie rzeczy, których dziecko nie używa, a mogą przydać się innym dzieciom.

4000

Praktyka **Wyprawka dla nowo narodzonych dzieci pracowników** odpowiada na potrzeby pracowników firmy **InterKadra**. Dzięki niej firma pokazuje swoim pracownikom (aktualnie przebywającym na urlopach macierzyńskich lub ojcowskich), że są jednym zespołem i bez względu na „krótką" nieobecność firma czeka na ich powrót.

214

Zarząd KGHM Polska Miedź uważa, że przyjście na świat dziecka to święto dla rodziny i składa gratulacje pracownikom **KGHM Polska Miedź**, którym urodził się potomek. W ramach akcji „CUdowni Rodzice KGHM" wszyscy otrzymują **prezent z okazji narodzin dziecka**, m.in. list gratulacyjny prezesa KGHM Polska Miedź, miedzianą zawieszkę, srebrny łańcuszek, a także kubek z miedzianym termicznym wkładem. W ciągu dwóch lat spółka przekazała ponad 700 prezentów. Statystyki o nowo narodzonych dzieciach oraz popularnych imionach publikowane są raz na rok w zakładowym dwutygodniku „Curier".

18500

Od 2020 r. **KGHM Polska Miedź** proponuje swojej załodze **warsztaty Tato.Net – doskonalące kompetencje rodzicielskie**. Pracownicy biorą udział w warsztatach w czasie wolnym, a dotychczasowe edycje cieszyły się dużym zainteresowaniem. Inicjatywa jest odpowiedzią na kryzys ojcostwa oraz liczne problemy, z którymi muszą mierzyć się współcześni rodzice. Dodatkowo propozycja Tato.Net przyczynia się do budowania kompetencji wychowawczych. W 2021 r. zrealizowano warsztaty dla ojców i mam, według których przekładają się one na lepsze relacje w rodzinie i równowagę między życiem prywatnym i zawodowym.

18500

Kronospan Polska ułatwia pracownikom powrót do pracy po urlopie macierzyńskim. W odpowiedzi na deficyt miejsc w przedszkolach w 2017 r. firma utworzyła **przedszkole „KronoMiś"** przy niepublicznym przedszkolu „Miś". To placówka integracyjna, ekologiczna i wielojęzykowa wyposażona m.in. w trzy sale edukacyjne, salę rehabilitacyjną, logopedyczną, integracji sensorycznej oraz edukacyjno-terapeutyczną dla dzieci autystycznych. Do placówki uczęszcza 213 dzieci, połowa to dzieci pracowników Kronospan Polska. Firma czynnie włącza się w działalność „Misia" i „KronoMisia" organizując edukacyjne inicjatywy ekologiczne.

1150

KRUK dołączył do akcji prowadzonej przez Instytut Humanites **Dwie godziny dla rodziny, dla człowieka**. W 2021 r. motywem przewodnim było hasło „Pokoleniowo na sportowo". W wymiarze globalnym kampania Instytutu Humanites przeciwdziała kryzysowi więzi, a także profilaktycznie w kwestii zdrowia mentalnego i emocjonalnego. Jest realizowana na całym świecie jako symbol integracji życia zawodowego i prywatnego w myśl hasła „Mamy jedno życie w wielu rolach". W maju 2021 r. każdy pracownik mógł skrócić swój czas pracy

o dwie godziny w uzgodnieniu z przełożonym dniu w ramach zwolnienia ze świadczenia pracy.

1500

W okresie ferii zimowych w 2021 r., w ramach programu #SilniRazem firma **Leroy Merlin Polska** zorganizowała dla dzieci i rodziców **Zielone Ferie w Leroy Merlin** – rodzinną akcję online. Zielone Ferie to gra internetowa, której akcja rozgrywa się w wirtualnym sklepie Leroy Merlin. Polega na tym, że dzieci napotykają zadania (zarówno online, jak i offline) do wykonania samodzielnie lub z rodzinami. Wykonane zadanie jest nagradzane wirtualną nagrodą, która pozwoli stworzyć Dom Marzeń. Dzieci poznają pracę rodziców, dowiadują się o firmie, jak współpracuje z otaczającym nas światem i jak dba o środowisko.

12000

Konkurs plastyczny **świąteczne ozdoby** na choinkę w duchu zero waste skierowany był do dzieci pracowników firmy **Lubelski Węgiel „Bogdanka"**. Święta były okazją do stworzenia dekoracji świątecznych z tego, co dzieci znajdą w domu. Był to sposób na wspólną zabawę i okazja, aby nauczyć dzieci idei zero waste (ograniczanie odpadów, minimalizowanie plastiku i rezygnacja z nadmiernego konsumpcjonizmu). Spółka poprosiła o zgłaszanie prac konkursowych wykonanych z naturalnych materiałów, takich jak: włókna, bawełna, wełna, len, szkło, glina, porcelana, drewno, oraz rzeczy uznanych za odpady.

4761

W dniu 6 grudnia 2021 r. firma **Merck Business Solutions Europe** przeprowadziła spotkanie **Mikołajki dla dzieci pracowników: online**. Do zabawy, która miała charakter sportowo-ruchowy, zaprosiła dzieci od czwartego roku życia. Wszystkie atrakcje zostały dostosowane do wieku młodych uczestników. Zadaniem dzieciaków było wypełnienie „misji" o tematyce świątecznej oraz zimowej. Dzieci biegały, skakały, tańczyły, a wszystko w rytm świątecznych piosenek. Było dużo śmiechu, a rodzice mieli chwilę dla siebie.

493

Podczas czerwcowego weekendu **Pelion** przygotował dla swoich pracowników **Warsztaty Zdrowych Słodkości!** Na spotkaniu online uczestnicy przygotowali zdrowe i dietetyczne przysmaki, jak kulki mocy, babeczki orkiszowe i krem orzechowo-czekoladowy. Dowiedzieli się, czym są zdrowe słodkości, jak powstają, jakie produkty stosować zamiast przetworzonych. Poznali orzechy, zdrowe ziarenka, niekandyzowane, suszone owoce, zdrowe tłuszcze, dowiedzieli się, jak je zdrowo spożywać. Warsztat poprowadziła mgr Justyna Zielińska, doradczyni żywieniowa, specjalistka dietetyki Tradycyjnej Medycyny Chińskiej.

10000

Wyprawki dla noworodków to nowy benefit dla pracowników wdrożony przez **Pepco** w 2021 r. Marka Pepco jest w dużej mierze dedykowana dzieciom, a 98% pracowników to kobiety i w większości przypadków mamy. Dla firmy ważne było dzielenie się szczęściem z nowego członka rodziny razem z pracownikami. Wyprawka składa się z produktów Pepco – wynika to z przekonania, że są one najlepszej jakości i bardzo przydadzą się w pierwszych miesiącach po narodzinach. Wyprawki zawierają m.in. ubranka dziecięce, kocyk, zabawka, ramkę na zdjęcie i świecę sojową. Wszyscy rodzice otrzymują od firmy także list gratulacyjny.

23262

Wdrożony w **Philip Morris Polska** program **Happy Parents** wspiera rodziców w momencie pojawienia się dziecka. Program opiera się na kilku zasadach: przełożony omawia z rodzicem plany związane z powrotem do pracy; istnieje możliwość pracy na 50% wymiaru czasu przy pełnym wynagrodzeniu przez pierwszy miesiąc po powrocie; na wniosek przełożonego przyznawana jest podwyżka wynagrodzenia wyrównująca ewentualną lukę płacową. W 2021 r. wystartowała druga odsłona programu oferująca zatrudnionym ojcom, którzy zdecydują się na urlop rodzicielski, możliwość uzyskania dopłaty do 100% wynagrodzenia przez osiem tygodni.

7500

W 2021 r. podczas Światowego Dnia Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy firma **Sela** zorganizowała dla dzieci konkurs plastyczny na temat bezpieczeństwa w pracy. Hasłem przewodnim było **„Mamo, Tato, proszę, pracuj bezpiecznie"**. Dzieci swoje prace nadsyłały mailem, pocztą tradycyjną bądź przynosiły osobiście. Wielu uczestników zostało wyróżnionych, a najciekawsze dzieła zostały nagrodzone upominkami. Głównym celem konkursu było nakłonienie młodego człowieka do zastanowienia się, w jak sposób rodzic może wpłynąć na swoje bezpieczeństwo w pracy i podzielenie się swoimi spostrzeżeniami z opiekunem.

16

Wsparcie mężczyzn w rodzicielstwie to temat, który wymaga promocji. Często większe zaangażowanie się mężczyzn w rodzicielstwo pomaga w rozwoju karier kobiet, pozwala zwiększyć pewność mężczyzn i zmniejszyć ich opory do wzięcia urlopu rodzicielskiego. W 2021 r. **Shell Polska** zorganizowała dwie sesje dla mężczyzn w ramach programu „Men in Care" oraz spotkanie „Be the Men...", na których mężczyźni mogli porozmawiać i wymienić się doświadczeniami. Od 2018 r.

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

urlop ojcowski wzięło 374 ojców. Shell proponuje elastyczne godziny pracy i włącza się w akcję „Dwie Godziny dla Rodziny".

4700

Żłobek przyzakładowy „Pod Zielonym Jamniczkiem" w Bolechowie powstał z myślą o pracownikach firmy **Solaris Bus & Coach** i ich dzieciach. W żłobku są dwie grupy wiekowe: maluszki i starszaki. Każda z nich posiada salę, a plac zabaw umożliwia spędzanie czasu na świeżym powietrzu. W ogródku dzieci uprawiają rośliny i opiekują się przydomowymi zwierzętami. Kadrę tworzy zespół wykwalifikowanych, kreatywnych osób. Wykorzystywane metody pedagogiczne zapewniają podopiecznym profesjonalną opiekę edukacyjną i wychowawczą. Ponadto personel i rodziców wspiera psycholog dziecięcy.

2700

Firma **VanityStyle** wychodzi naprzeciw potrzebom pracowników, którzy są rodzicami. W ramach podejścia **firmy przyjaznej rodzinie** pracownik może pracować zdalnie, jeśli potrzebuje zaopiekować się dzieckiem w domu. Dodatkowo pracownik może przyjść do pracy między 8.00 a 9.00, a w piątki wyjść pół godziny wcześniej. Bonusami są karty podarunkowe do sklepów Smyk lub Empik z okazji Dnia Dziecka, a także z okazji narodzin dziecka. W wakacje były półkolonie dla dzieci z dofinansowaniem części opłaty. Co roku organizowana jest akcja „Dwie Godziny dla Rodziny", w ramach której jeden dzień pracy skracany jest o 2,5 godziny.

85

Wodociągi Miasta Krakowa przekazują **wyprawki dla nowo narodzonych** dzieci pracowników spółki, na które składa się maskotka w kształcie kropelki, termos, segregator pediatryczny i okrycie kąpielowe, a wszystko to uzupełnione jest listem gratulacyjnym od prezesa spółki z okazji urodzenia dziecka.

1200

INTEGRACJA PRACOWNIKÓW

Kampania **Kręć Kilometry** realizowana jest od 2012 r., a jej dziewiąta edycja trwała od lipca do września 2021 r. Wśród pracowników **Allegro** promowała aktywność sportową i rower jako alternatywny środek komunikacji. Akcja bazuje na rywalizacji indywidualnej i drużynowej w aplikacji Activy, która monitoruje aktywność rowerzysty. Za udział w wyzwaniach pracownicy otrzymywali punkty (za dobrą passę i konsekwencję w jeździe na rowerze). Zwycięzcy zostali nagrodzeni, a wygraną drużynową przekazano na cel charytatywny. Na stronie kampanii umieszczono materiały, webinary i zaproponowano przegląd sprawności jednośladów.

4770

Celem praktyki **MiLOVE biegi z Żubrem** integracja pracowników było zachęcenie pracowników **Banku Pekao** do aktywności fizycznej i akcji charytatywnej. MiLOVE biegi podzielone zostało na pięć dwutygodniowych etapów. W każdym z nich firma wyłaniała nowych laureatów, którzy przebyli najwięcej mil. Przebiegnięte mile przełożyły się na finansowe wsparcie stypendystów Programu Wybiegaj w Przyszłość. W 2021 r. akcję zorganizowano po raz pierwszy. Udział w niej wzięło 450 osób. MiLOVE biegi to połączenie aktywności fizycznej z celem charytatywnym oraz fizycznego biegania z wirtualną rywalizacją sportową.

12483

Bridgestone Poznań wspiera swoich pracowników i motywuje ich do osiągania kolejnych sukcesów zawodowych, ale i rozwijania pasji, m.in. sportowej. Dlatego od lat pracownicy firmy biorą udział m.in. w zawodach rowerowych i biegowych zmaganiach. Firma wspomaga **aktywność sportową pracowników** (biegi i aktywizacje rowerowe), motywuje do startów i wspólnych treningów, mając przy tym na uwadze jeden z korporacyjnych celów Bridgestone: dbanie o dobre zdrowie i jakość życia załogi.

2000

Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** zorganizowała dla pracowników wyzwanie sportowe pod nazwą **Fit to Face the Future**. Polegało ono na zachęceniu pracowników do regularnej aktywności sportowej (biegania, spacerów, jazdy rowerem) i rywalizacji w aplikacji Activy. W wyzwaniu kancelaria nagradzała punktami nie tylko za pokonane kilometry, ale również za sam fakt wzięcia udziału oraz za regularność.

280

Firma **Columbus Energy**, w ramach projektu **Columbus After Hours**, od 2021 r. organizuje szereg inicjaty w integracyjnych dla swoich pracowników. Wydarzeniem, które cieszyło się największym zainteresowaniem, były warsztaty kulinarne „Co się jadło u Rydla na Weselu", z udziałem Roberta Makłowicza. Ze względu na sytuację pandemiczną warsztaty odbyły się hybrydowo – stacjonarnie w siedzibie firmy oraz online w formule live stream.

3000

Compensa poprzez różne aktywności **promuje aktywny tryb życia wśród pracowników**. W 2021 r. promowała aktywny tryb życia w ramach Compensy Rowerowej. Pracownicy rejestrowali się w aplikacji STRAVA. Firma zachęca do podróżowania rowerem do pracy i z powrotem. Udostępniła aplikację Fitpuli, integrując pracowników w ramach drużynowego wyzwania. Uczestników podzielono na trzy drużyny. Wyzwanie polegało na wspólnym pokonaniu drogi z Warszawy do Wiednia i z powrotem. Compensa wspiera ideę Onkobiegu jako jeden ze sponsorów, a pracowników zachęca do udziału w akcji.

1935

Praktyka polega na **wspieraniu rozwoju sportu wśród pracowników DOZAMELU i firm z terenu Wrocławskiego Parku Przemysłowego**. Jest wpisana do strategii CSR w odpowiedzi na dbałość o kondycję zdrowotną i dobre samopoczucie pracowników. W 2021 r. **DOZAMEL** zorganizował VI Strzeleckie Mistrzostwa WPP. Startowało 57 pracowników z ośmiu firm. Spółka wspiera biegających pracowników, finansując zakup strojów i opłacając starty. Członkowie firmowej drużyny biegowej DOZAMEL Runners Club wzięli udział w pięciu imprezach biegowych. Od 2012 r. poprzez Multisport spółka dofinansowuje wstęp na obiekty sportowe.

207

W 2021 r. drużyna biegowa **Egis Polska** **wsparła wybrane fundacje w ramach aktywności biegowych**: Fundację coś Dobrego (Wirtualne Biegi: Bieg Wielkanocny, Święto Pracy, Dzień Flagi, 3 Maja, Halloween, Bieg Mikołajowy i Bieg Świąteczny); Poland Business Run 2021 (trzy drużyny); a także Onkobieg 2021.

250

Wraz z wydaniem przez grupę **Eiffage Polska Budownictwo** globalnego „Raportu Klimatycznego", powstała potrzeba edukacji pracowników w zakresie terminologii związanej z zagadnieniami niskoemisyjności. W tym celu w lipcu i sierpniu 2021 r. uruchomiono **grywalizację „GoGreen Challenge"** aktywizującą pracowników do aktywności fizycznej (jazda na rowerze, bieganie, spacerowanie, jazda na rolkach), a jednocześnie edukującą ich w zakresie kluczowych pojęć związanych z klimatem, polityką niskoemisyjną i śladem węglowym.

180

Celem **akcji Eko & Fit** jest motywowanie pracowników firmy **Gdańsk Transport Company** do aktywności fizycznej i rezygnacji z wykorzystania auta w ramach przyjazdów do pracy na rzeczy innych środków transportu – komunikacji miejskiej czy rowerów. W 2021 r. akcja trwała 18 tygodni. Każdy z uczestników miał do wyboru pięć aktywności. Podstawowe założenie to realizacja minimum dwóch dowolnych aktywności na tydzień lub 36 aktywności przez cały czas trwania akcji. Po zrealizowaniu założonego pułapu aktywności firma przekazała środki finansowe na cele charytatywne.

8

W ramach Międzynarodowego Wyzwania THSN polscy wolontariusze **Generali Polska** zaangażowali się w program wspierania noworodków z asfiksją. W celu nagłośnienia zbiórki zorganizowali **Wyzwanie Generali Polska** i postanowili symbolicznie przebyć dystans, jaki dzieli Warszawę (siedzibę Generali Polska) i Wenecję (kolebkę Fundacji The Human Safety Net) – 1246 km. Od 27 maja do 13 czerwca wolontariusze Generali Polska jeździli na rowerach, chodzili z kijkami nordic walking, biegali po górach, spacerowali wokół Jeziora Maltańskiego. Były również zajęcia z rozciągania i jogi, a także rzuty do kosza.

1600

W 2021 r. firma **Grand Parade** zorganizowała **Grand Parade Sports Challenge**, inicjatywę mającą na celu promowanie aktywności fizycznej wśród pracowników. Byli oni zachęcani to zbierania punktów za przebiegnięte i przejechane na rowerze kilometry za pośrednictwem aplikacji mobilnej. W ten sposób 71 uczestników w 10 zespołach rywalizowało o prawo do wybrania organizacji charytatywnej, która otrzyma darowiznę w wysokości 5 tys. zł. Po dwóch miesiącach, po przebiegnięciu 8498 km i przejechaniu 19166 km, zwycięska drużyna wybrała Fundację Dajemy Dzieciom Siłę.

430

Brak aktywności fizycznej negatywnie odbija się na zdrowiu człowieka,a **Grupa Kapitałowa LOTOS** troszczy się o zdrowie i kondycję psychofizyczną swoich pracowników, oferując możliwość uczestnictwa w programach i imprezach w ramach **Towarzystwa Krzewienia Kultury Fizycznej LOTOS**. Działa tam dziewięć sekcji sportowych, w tym LOTOS Running Team łączący promocję sportu z ideą wolontariatu. W 2021 r. Towarzystwo zorganizowało 300 wydarzeń, a udział wzięło 316 osób. Do Towarzystwa mogą się zapisać pracownicy GK LOTOS i wybrać sekcje, np. koszykówki, biegową, piłki nożnej, siatkówki, tenisa ziemnego i stołowego.

5476

Kampania integracyjna #PoznajmySię to skierowana do pracowników **GXO** akcja promująca wartości firmy: różnorodność i szacunek w celu budowania przyjaznego miejsca pracy. Pracownicy prezentowali swoje pasje i inspiracje na plakatach wywieszanych w centrach logistycznych i postach na platformie Workplace. Z okazji Dnia Kobiet kobiety reprezentujące centra logistyczne podzieliły się swoimi zainteresowaniami związanymi z rozwojem osobistym, wokalistyką i fotografią. Z okazji Dnia Chłopaka zaproszono mężczyzn, aby opowiedzieli o swoich pasjach, takich jak wędkarstwo, gra na skrzypcach oraz piwowarstwo.

1500

Program **Zdrowo Wkręceni** promuje zdrowy styl życia wśród pracowników firmy **Holding 1**. Działa od 2017 r. i co roku angażuje blisko 200 osób. W 2021 r. firma zorganizowała kilka imprez: Szlachetną Wiosnę na sportowo, Lato na Sportowo oraz Szlachetną Jesień na sportowo. Drużyny rywalizowały ze sobą, uprawiając różne dyscypliny sportowe. Każdy uczestnik otrzymał upominek i dawkę motywacji. Zespoły, spalając najwięcej kalorii, w nagrodę wskazały cele społeczne, na które

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

firma przekazała darowiznę. Organizowane były działania edukacyjne – webinary zdrowego stylu życia, spotkania z fizjoterapeutką oraz dietetyczką.

1578

W ramach **Wellbeing Charity Challenge** pracownicy **HSBC Bank Polska** otrzymali The Wellbeing Set: zegarek monitorujący aktywność, słuchawki, przekąski i bandanę. HSBC Bank Polska zorganizował też wyzwanie charytatywne, pracownicy byli zachęcani do liczenia przebytych kilometrów poprzez bieganie, chodzenie, pływanie, taniec i rower. Wspólnie pokonano 13,5 tys. km, a najbardziej aktywna grupa wybrała organizacje, którym HSBC Bank Polska przekazał łącznie 10 tys. zł. Pracownicy uczestniczyli w spotkaniach z ekspertami wellbeingu. Pomysłodawcą akcji była spółka HSBC Bank Polska-HSBC Service Delivery.

104

InterKadra, organizując akcję **Zielone kilometry**, odpowiada na potrzebę poprawy jakości zdrowia społeczeństwa oraz ochronę klimatu przed zanieczyszczeniami (m.in. spalinami samochodowymi, gazami spalinowymi). Wspólnymi siłami firma zebrała fundusze na wybrany cel charytatywny, równocześnie zachęcając współpracowników do aktywności fizycznych, m.in. jazdy rowerem do i z pracy, pieszych wędrówek, spacerów i wycieczek. Zebrane wspólnie kilometry przełożyły się na kwotę darowizny dla wybranej fundacji. W roku 2021 była to Fundacja „Rak'n Roll. Wygraj Życie!".

214

Krono TEAM to zespół zapaleńców, którzy biorą udział w aktywnościach sportowych. W roku 2021 reprezentacja Krono TEAM wzięła udział w Szczecineckim Maratonie MTB, którego **Kronospan Polska** jest głównym partnerem. Firma zadbała o to, aby przez cały czas trwania imprezy oraz już po jej zakończeniu członkowie zespołu otrzymali pełne wsparcie. Po ukończeniu wyzwania mogli posilić się batonami energetycznymi i napojami izotonicznymi. Podczas maratonu firma stworzyła specjalne miasteczko, w którym zawodnicy mogli zregenerować siły. Tam czekał na nich punkt masażu i profesjonalny fizjoterapeuta.

1150

#Leroymerlinchallenge3 to kontynuacja akcji rozpoczętej przez pracownika **Leroy Merlin Polska**. W tym roku firma wróciła do idei pierwszego challenge'u, w którym pracownicy sklepów robili pompki i przysiady na rzecz wybranych chorych dzieci, aby wesprzeć zbiórkę pieniędzy na leczenie. Nagrywali filmy oraz nominowali sklepy LM i lokalne firmy. Zbierali i wpłacali pieniądze na wybrany cel. To już trzecia edycja akcji. W pierwszej edycji środki finansowe zbierano dla potrzebujących dzieci, w drugiej środki rzeczowe dla schronisk i stowarzyszeń opieki nad zwierzętami. W trzeciej edycji znów wspierano dzieci.

12000

W **LPP** działa drużyna sportowa LPP Team skupiająca około 250 członków w sekcjach: biegowej, triatlonowej oraz rowerowej. Firma sponsoruje udział zawodników w zawodach oraz zapewnia stroje sportowe. Członkowie LPP Team mają własny kanał w intranecie firmy, gdzie publikują swoje osiągnięcia, wzajemnie się motywując. Pracownicy co roku biorą udział w sportowej akcji charytatywnej **LPP Team for Kids**, a Fundacja LPP zamienia pokonane kilometry na złotówki i przekazuje wybraną kwotę dla podopiecznych fundacji z Pomorza i Małopolski.

27000

Program „Sport Challenge" inspiruje do aktywności fizycznej, dbania o środowisko naturalne oraz do pomagania potrzebującym. Pracownicy **Objectivity** biorą udział w **wyzwaniach sportowych** (rowerowym, biegowym i wchodzenia po schodach w biurze). W aplikacji rejestrują pokonane kilometry i liczbę pokonanych pięter. Firma przelicza je na pieniądze, a następnie przekazuje darowiznę na cel wskazany przez pracowników. W 2021 r. w akcji wzięły udział 83 osoby, a uzbieraną kwotę 55 tys. zł przekazano 14 osobom. Beneficjentami akcji są znajomi/ członkowie rodziny lub sami pracownicy firmy, którzy ze względu na stan zdrowia potrzebują wsparcia finansowego. Raz w roku beneficjentami akcji są zwierzęta (schroniska lub fundacje).

742

Od 2021 r. **program Better Move** łączy przyjemne z pożytecznym, czyli aktywną formę spędzania czasu wolnego pracowników **Pepco** ze zbieraniem pokonanych kilometrów w szczytnym celu. Pierwsza edycja programu Better Move obejmowała pracowników centrali w Polsce i realizowana była we współpracy z firmami Rehau i Beiersdorf. Pracownicy firm wspólnie rywalizowali o jak największą liczbę zdobytych kilometrów pokonywanych w różnych aktywnościach fizycznych (chodzenie, bieganie, jazda na rowerze). Pokonane kilometry wymieniono na pieniądze, które trafiły do dwóch domów dziecka w Gnieźnie.

23262

PKP CARGO w ramach inicjatywy **Firma Przyjazna Bieganiu** wspiera sportowe zainteresowania pracowników i promuje aktywny styl życia. Program dba o work-life balance pracowników oraz aktywizuje ich do działań prospołecznych. Składa się z trzech filarów: sportowego/ integracyjnego (zdrowy styl życia poprzez udział w inicjatywach biegowych), charytatywnego (pracownicy biegając, pomagają potrzebującym), oraz symboliczno-historycznego (upamiętnianie przez sport wydarzeń z historii Polski lub PKP CARGO). Firma wspierała m.in. Poland Business Run i pomagała osobom z niepełnosprawnościami narządów ruchu.

14800

W **Planko** ważna jest dobra atmosfera, **integracja pracowników** i zrozumienie siebie nawzajem. Zarząd wspiera również

zainteresowania swoich pracowników oraz różne rodzaje integracji, np. w formie regat czy spływu kajakowego.

12

Trzecia edycja **wyzwania rowerowo-biegowego „W ramach Rödl & Partner 2021"** miała formę grywalizacji sportowej i została podzielona na trzy, miesięczne edycje. Pracownicy **Rödl & Partner**, jeżdżąc na rowerze, biegając lub spacerując, rywalizowali w kategoriach indywidualnych i zespołowych. Na platformie pracowniczej i aplikacji uczestnicy sprawdzali wyniki oraz swój pozytywny wpływ środowiskowy. Firma przeznaczyła 7 tys. zł na cel charytatywny. Drużyna, która zwyciężyła, zdecydowała, dla której organizacji pożytku publicznego została przeznaczona kwota. Projektowi towarzyszyła edukacja środowiskowa.

533

W 2021 r. spółka **Santander Leasing** zorganizowała drugą edycję wyzwania **Active Leasing**. Ideą akcji jest promowanie aktywności fizycznej i zdrowego stylu życia wśród pracowników oraz współpracowników. Dbanie o wellbeing pracowników odgrywa kluczową rolę w czasie pandemii i wprowadzanych ograniczeń oraz w dobie pracy zdalnej. Przez cztery miesiące pracownicy rywalizowali ze sobą w sześciu dyscyplinach sportowych. Podczas wyzwania 67 pracowników przebyło łącznie ponad 55 tys. km i spaliło prawie 2,5 mln kalorii. Spółka nagrodziła najbardziej aktywnych pracowników w poszczególnych dyscyplinach.

700

Celem projektu **Eko Liga** było zaangażowanie pracowników w strategię CSR **Ten Square Games** i włączenie ich w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Edukowano pracowników, że warto zmieniać codzienne nawyki dla zrównoważonego stylu życia. Pracownicy za udział w zadaniach Eko Ligi zdobywali punkty. Wykonali łącznie 40 ekologicznych zadań w trzech kategoriach – nawyki, wiedza i wyzwania. Za każde zadanie otrzymymali Eko Punkty – 75 Eko Punktów oznaczało posadzenie kolejnego drzewa w ich imieniu.

500

VGL Solid Group promuje i wspiera rowerowe dojazdy do pracy. Gdyńska siedziba od 2018 r. uczestniczy w projekcie Urzędu Miejskiego Miasta Gdynia – **Do pracy jadę rowerem**. Uczestnicy rejestrują swoje podróże do oraz z pracy rowerem, otrzymując rowerowe śniadanka po wykonaniu zarejestrowanych sześciu przejazdów, a firma dopinguje co miesiąc, fundując dodatkowe nagrody. Ponadto co roku VGL Solid Group organizuje miesięczne wyzwanie rowerowe dla całej firmy, w którym do wygrania są bony na sprzęt sportowy. W wyzwaniu wzięło udział 50 zawodników, którzy łącznie zdobyli 17 271 punktów.

750

Drużyna biegowa **Wodociągów Miasta Krakowa** **„Biegamy z kranowianką"** to zespół osób, które łączy wspólna pasja, jaką jest bieganie. Służy ona poprawie kondycji i integracji i wspiera lokalną społeczność. **Drużyna** startuje w zawodach, z których część lub całość dochodu z opłat startowych przekazywana jest dla fundacji, stowarzyszeń. Popularne zawody to „Kraków Business Run" oraz „Bieg Sylwestrowy". Spółka podczas zawodów zabezpiecza wodę dla biegaczy. Ma to na celu redukcję plastiku i realizację założeń prowadzonej przez Spółkę Kampanii „W Krakowie dobra woda prosto z kranu".

1200

#Wongaktywni to wyzwanie dla pracowników polegające na codziennym „zbieraniu kroków". Celem akcji **wonga.pl** było wyciągnięcie ludzi z domów, zachęcenie do aktywności fizycznej oraz odciągnięcie od komputerów. Akcję zorganizowano w lutym i we wrześniu jako rywalizację drużynową i indywidualną. Uczestnicy otrzymywali punkty za przebyte kroki, kilometry lub za inne aktywności (joga, skakanka, wioślarstwo). Przesyłali swoje wyniki i otrzymywali punkty. Na stronie akcji publikowane były wyniki „Klasyfikacji generalnej". Projekt cieszył się dużym powodzeniem wśród pracowników i był przez nich komentowany.

150

Ludzie na 1 miejscu to jedna z pięciu wartości **wonga.pl**. Dotyczy to i klientów, i pracowników. Ponieważ nie wszyscy pracownicy mają kontakt z klientami, wonga.pl zorganizowała **Tydzień Customer Experience**, który miał pomóc w poznaniu klientów firmy. Drugim celem była integracja utrudniona ze względu na umieszczenie zespołów na dwóch piętrach. Pracownicy obsługi klienta opowiedzieli o pracy, zainteresowaniach czy hobby. Jedna z koleżanek pokazała swoje modowe konto na Instagramie i zyskała nowych oglądających. Inicjatywy zintegrowały pracowników i pokazały ważną i wartościową pracę contact center.

150

Pandemia to wyzwanie dla integracji zespołu. **Wunderman Thompson Technology** przygotowało aktywności, które w bezpieczny sposób zintegrowały pracowników. W ramach **letnich integracji** wzięli oni udział w zajęciach z garncarstwa, odnawiania mebli czy tworzenia miniatur. Oprócz tego organizowano seanse filmowe w kinie studyjnym; próbowano sił w odwróconym escape roomie oraz na sesjach RPG. Odbyły się także spływy kajakowe, wycieczki

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

rowerowe oraz treningi szermierki. Popularne okazały się zajęcia z jogi i aktywnej przerwy w pracy, które jesienią kontynuowano. Podział na grupy pozwolił bezpiecznie zintegrować zespół.

240

WeTrainTogether Challenge to sportowe wyzwanie motywujące do podjęcia dowolnej aktywności fizycznej. Rywalizacja ma na celu pokonanie jak największej liczby kilometrów. Kilkanaście teamów pracowników **Wunderman Thompson Technology** konkurowało o miano najlepszego zespołu, licząc w aplikacji przebyte kilometry. Jadąc na rowerze, biegnąc lub po prostu spacerując, firma szerzyła ideę ruchu, dbania o zdrowie i planetę (w kontekście rezygnacji z samochodu na rzecz ekologicznych sposobów poruszania się). Większość pracowników rejestrowała jazdę na rowerze jako główną aktywność w czasie wyzwania.

240

Konkurs „Rowerem do pracy" zorganizowany przez **Zakład Utylizacyjny** trwa od kwietnia do października. W latach 2020/2021 odbyła się siódma edycja. Za przyjazd rowerem do pracy pracownik otrzymuje 1 pkt. Za 4 pkt w tygodniu uczestnik otrzymywał bon żywieniowy, za 15 pkt w miesiącu dodatkową premię pieniężną, za 40 pkt w kwartale otrzymywał miesięczny karnet OK System, za 70 pkt karnet 3-miesięczny. Dziesięciu najlepszym uczestnikom przyznawano nagrody pieniężne. Wśród wszystkich uczestników, niezależnie od liczby zdobytych punktów, losowano nagrodę dodatkową, np. bon podarunkowy do sklepu sportowego.

236

Zentiva Polska angażuje się w pomoc charytatywną i promocję zdrowego stylu życia. Jedną z inicjatyw, która łączy te dwa cele jest coroczny **Bieg Firmowy** organizowany prze Fundację Everest. Zentiva Polska wzięła do tej pory udział w dwóch edycjach imprezy – w 2020 i 2021 r. W 2021 r. do biegu zgłosiło się 50 pracowników. Połączyli się oni w 10 drużyn po pięciu biegaczy. Każda drużyna musiała przebiec (z pomocą dedykowanej aplikacji) sztafetę 5 x 5 km. Dochód z akcji został przeznaczony na pomoc ośmiorgu dzieciom chorym i niepełnosprawnym – podopiecznym Fundacji Avalon.

300

KULTURA ORGANIZACYJNA

Wartości firmowe są dla wszystkich współpracowników **Adamed Pharma** niezmiennym drogowskazem. Przypominają, co jest ważne i jakie zachowania powinniśmy reprezentować każdego dnia. Firma postanowiła docenić współpracowników, którzy wyróżniają się swoją postawą i są wzorem dla innych. Współpracownicy nominują innych współpracowników do tej nagrody. W 2021 r. w pierwszej edycji **konkursu Moc Wartości** zgłoszono ponad 200 nominacji. Finalnie komisja konkursowa Zespołu Zarządzającego nagrodziła 25 współpracowników z Polski i zagranicznych filii w pięciu kategoriach odpowiadających pięciu wartościom firmowym.

2200

Allegro zachęca pracowników do dzielenia się wiedzą i praktykami, także na zewnątrz organizacji. W ramach inicjatywy **Allegro Tech – dzielenie się wiedzą** pracownicy uczestniczą w otwartych wydarzeniach, m.in. Allegro Tech Talks. Allegro Tech to społeczność dzieląca się wiedzą/case study – w formie artykułów, podcastów i eventów. W 2021 r. wystąpiło 160 prelegentów podczas 113 wydarzeń. Co roku odbywa się spotkanie pracowników IT Allegro Tech Meeting. Dodatkowo powstał nowy format wydarzeń Allegro Tech dla osób spoza firmy i odbyły się dwie konferencje: Allegro Tech Meeting oraz UX Research Confetti.

4770

W celu wyróżnienia pracowników firmy **Clariter Poland** za wybitne osiągnięcia Clariter Poland zorganizował konkurs **Superbohater Clariter**. W pierwszym etapie pracownik zgłaszał wybraną osobę. Dalej wybierano pięciu pracowników, a do finału kwalifikowało się trzech pracowników. Pracownik roku był wybierany spośród trzech finalistów przez jury w składzie: dyrektor generalny Grupy Clariter; Dział Kadr Grupy; krajowi dyrektorzy generalni; lokalni dyrektorzy personalni oraz poprzedni laureat konkursu. Nagrodę wręczono podczas uroczystości podsumowania roku. Uroczystość odbyła się online przy udziale pracowników.

18

Aby promować standardy postępowania i etyki w biznesie „IMPACT values", w 2020 r.powstała w **Credit Suisse Poland** grupa **Ambasadorów kultury organizacyjnej firmy**. Edukowała ona pracowników na temat wartości etycznych oraz ich stosowania w pracy. Podczas szeregu inicjatyw i paneli dyskusyjnych sprzeciwiano się dyskryminacji, uprzedzeniom i stereotypom. Stworzono grę w formacie escape room, która została wdrożona jako szkolenie z wartości IMPACT dla nowych pracowników w Polsce. Zorganizowano wirtualne „Warsztaty Wrażliwości" i omówiono temat molestowania: przez pryzmat płci, kultury czy stanowiska pracy.

5000

Szczęście i zadowolenie pracowników **epruf** w dużej mierze zależy od relacji w zespole i panującej atmosfery. Zadowolony pracownik jest efektywny, ma poczucie sprawczości i wpływu, łatwiej osiąga cele. **Zespół ds. Szczęścia** prowadzi działania angażujące pracowników, wzmacniające kulturę organizacyjną. Członkami Zespołu ds. Szczęścia są pracownicy przygotowujący działania adresowane do pracowników i odpowiadające na ich potrzeby. Organizowane są akcje angażujące, wspierające komunikację, spotkania integrujące, akcje edukacyjne na temat zdrowych nawyków w miejscu pracy.

40

Zespół Ambasadorów Wartości epruf wybrano w drodze głosowania przez wszystkich pracowników **epruf**. Sześcioosobowy zespół wypracował plan wdrożenia wartości wraz z rekomendacjami dla różnych działów. Zespół stanowi wsparcie dla działu HR i menedżerów. Członkowie zespołu współtworzyli politykę kształcenia pracowników, proces rekrutacji oparty na wartościach, a także proces onboardingu. Zespół prowadzi działania komunikacyjne popularyzujące wartości, organizuje Dni Wartości angażujące pracowników firmy, gry integracyjne. Ponadto przeprowadza cykliczne Badanie Obecności Wartości wśród pracowników.

40

Projekt zmiany kulturowej w **GPEC** wyniknął z **nowej hybrydowej kultury** pracy w firmie. W jego ramach wdrożono metody pracy i komunikacji na kilku płaszczyznach: organizacja pracy hybrydowej – poranne stand-upy, cykliczne webinary z Zarządem; pakiety refundacyjne za koszty poniesione w trakcie pracy; rekrutacja zdalna, dłuższy okres próbny (pięć miesięcy) oraz hybrydowa adaptacja nowych pracowników; zdalna integracja i grywalizacja promująca zdalne spędzanie czasu; webinaria z ciekawymi ludźmi, treningi online, zdalne eventy dla dzieci pracowników; dostosowanie pomieszczeń do nowej formuły – hotdeski.

460

Ludzie ANG po godzinach to cykl wywiadów z ekspertami **Grupy ANG**, które publikowane są na portalu Ang4life.pl. Portal jest publicznie dostępny i mogą go odwiedzić zarówno współpracownik Grupy ANG, jak i osoby postronne. Projekt #LudzieANGpogodzinach przybliża pasje pracowników, m.in. związane ze sportem, z gotowaniem, podróżowaniem, wspinaczką wysokogórską czy z byciem członkiem ochotniczej straży pożarnej. Cykl ruszył w lutym 2021 r. i średnio raz w tygodniu publikowany jest wywiad z przedstawicielem firmy. Praktyka dzielenia się pasjami jest inicjatywą oddolną zgłoszoną przez eksperta Grupy ANG.

1000

W 2021 r. w **Hochland** w ramach **Centrum rozwoju pracownika** uruchomiono narzędzie wspierające rozwój kompetencji – KOMPAS. Dzięki funkcjom, które oferuje, zapewniona jest elastyczność działania i określanie priorytetów. Aby rozszerzyć kompetencje pracowników i utworzyć system wykorzystania systemu produkcyjnego, powołano zespoły TPM. W marcu br. do użytku oddano nowe biuro w Business Garden w Poznaniu. To miejsce, które łączy nowoczesne, proekologiczne rozwiązania i technologie sprzyjające efektywnej pracy. W 2021 r. udostępniono nowy system i proces zgłaszania nieprawidłowości o nazwie TELL US!.

800

Praktyka polega na wybraniu przez zespół **InterKadra** Ambasadora na obowiązujący rok akcji. **Ambasadorem marki Interkadra** zostaje pracownik, który wyróżnia się w swojej codziennej pracy w InterKadra. Jest to osoba nietuzinkowa, profesjonalna, pełna optymizmu, lubiąca ludzi i swoją pracę. Ambasador swoją postawą reprezentuje firmę w lokalnych społecznościach, stoi na straży prawa i jest wizytówką firmy InterKadra.

214

U podstaw działań pracowników **KPMG w Polsce** leżą wartości: integrity (działamy uczciwie), excellence (uczymy się i rozwijamy), courage (myślimy odważnie), together (z szacunkiem do siebie), for better (to, co robimy, ma znaczenie). Nasze wartości mają znaczenie w pracy i relacjach biznesowych. Aby je lepiej poznać, firma zorganizowała **KPMG Values Challenge** polegający na nagraniu przez nominowanego pracownika filmiku, w którym opowiada, w jakim zespole pracuje, wybiera jedną wartość KPMG i podaje przykład na praktyczne działanie w pracy codziennej, na koniec nominuje do zabawy kolejną osobę.

2000

W 2021 r. **LOTTE Wedel** świętował swoje **170-lecie razem z pracownikami**. Jubileuszowy rok był podzielony na trzy etapy – przeszłość, teraźniejszość i przyszłość. W ramach obchodów były m.in. cztery wystawy, mapa Warszawy śladami Wedlów, siedem konkursów oraz dwie rywalizacje sportowe. W paczkach urodzinowych przekazano pracownikom 9 ton słodyczy. Załoga Wedla działała na rzecz środowiska, m.in. w akcji Trashtag challenge zebrano 150 worków śmieci. Pracownicy uczestniczyli w akcji sportowo-charytatywnej „170% normy" i pokonali 330 tys. km. Po osiągnięciu celu firma wsparła śląskie hospicjum dla dzieci.

1300

W zmieniającym się pandemicznym świecie priorytetem **LOTTE Wedel** jest tworzenie sprzyjającego rozwojowi środowiska pracy. Aby podtrzymywać więzi pracownicze, a także między pracownikiem a firmą, w 2021 r. Wedel stworzył cykl dedykowany pracowniczym pasjom. W ramach **cyklu „Wedel z Pasją" na firmowym profilu LinkedIn** 21 osób pokazało swoje hobby. Był to sposób na zaprezentowanie różnorodności zespołu oraz pokazanie się z innej strony. Cykl „Wedel z Pasją" to blisko 70 tys. wyświetleń czy 1 tys. reakcji pod postami na LI. Pracownicy chętnie dzielili się nimi również na swoich prywatnych profilach.

1300

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Po raz szósty w **Santander Bank Polska** zorganizowany został **Tydzień Risk Pro i Bohaterzy Ryzyka**, tym razem w całej Grupie Santander. Pracownicy wzięli udział w webinarach i konkursach. Pierwszego dnia ogłaszani są Bohaterzy Ryzyka, czyli osoby zgłoszone przez współpracowników za swoje osiągnięcia w zarządzaniu ryzykiem. Nominowani są podzieleni na trzy kategorie: postawa/działania wpływające na Bank, postawa/działania na rzecz klientów i postawa/działania wspierające współpracowników. Spośród nominowanych jury typuje 30 finalistów, z których 10 zwycięzców wyłanianych jest głosami pracowników.

9584

YOUniversity to społeczność wymiany wiedzy ekspertów chętnych i gotowych do dzielenia się z innymi pracownikami **Santander Bank Polska**. Do ich dyspozycji jest blisko 160 ekspertów (tutorów), którzy oferują wsparcie w zakresie wiedzy specjalistycznej, jak i kompetencji miękkich. Społeczność działa zarówno „on demand", czyli realizując specyficzne potrzeby pracowników, jak również w ramach otwartych, ogólnodostępnych inicjatyw, w formie webinarów czy warsztatów.

9584

Bogata kultura firmowa i rozmaite akcje wewnętrzne są integralną częścią polityki dbania o wellbeing pracowników **VanityStyle**. Głównym punktem tej polityki są organizowane przez VanityStyle **śniadania rozwojowe**. Jest to seria spotkań edukacyjno-rozwojowych połączonych ze zdrowym poczęstunkiem, na których prowadzącymi są zapraszani specjaliści z różnych dziedzin, np. psychologii, mindfulness, dietetyki czy ekologii.

85

#WidzimySię to akcja edukacyjna **wonga.pl** pokazująca pracownikom, jak istotnym elementem komunikacji jest sfera wizualna. Ambasadorami akcji byli menedżerowie, którzy inicjowali włączanie kamer. Firma zaobserwowała, że większość albo wszyscy pracownicy mają wyłączone kamery. Jednocześnie zauważyła obniżenie zaangażowania oraz dużą liczbę błędów na skutek gorszej komunikacji. Wynikało to głównie z niedomówień, niesłuchania i braku dodatkowych pytań. WidzimySię miało na celu włączanie kamer w trakcie spotkań, ale przede wszystkim zwiększenie zaangażowania i poprawę komunikacji.

150

PARTYCYPACJA PRACOWNICZA

W 2021 r. w firmie **Adamed Pharma** zaktualizowano kompetencje stanowisk specjalistycznych i menedżerskich w Modelu Kompetencji. Pierwszym krokiem była wstępna ocena kompetencji oraz rozmowa o celach rozwojowych. Firma, zachęcając współpracowników, zaproponowała akcję **Zaproś Szefa na Rozmowę Rozwojową**. Rozmowy dotyczyły aspiracji, celów rozwojowych, talentów i obszarów do wzmocnienia. Każdy ze współpracowników mógł dokonać oceny kompetencji zgodnie z nowym modelem i poszukać z przełożonym sposobów na realizację celów. Współpracownicy i przełożeni zostali przygotowani poprzez szkolenia i webinary.

2200

Celem praktyki jest angażowanie pracowników **Banku Pekao** do zgłaszania pomysłów i współtworzenia innowacji poprzez ideę **crowdsourcingu wewnętrznego (mądrości zbiorowej)**. W tym celu Biuro Laboratorium Innowacji w Banku Pekao uruchomiło narzędzie do zbierania pomysłów w organizacji – platformę crowdsourcingową. To aplikacja w serwisie intranetowym, gdzie pracownik może zgłaszać pomysły na tematyczne wyzwania publikowane na platformie, komentować i popierać zgłoszone pomysły. Ich zaangażowanie wspomaga zespoły projektowe w rozwiązywaniu konkretnych wyzwań.

12483

Carlsberg Polska szuka rozwiązań podnoszących efektywność produkcji, jakość i zaangażowanie pracowników. Dlatego 14 lat temu wprowadzono **Program Ciągłego Doskonalenia**, który zachęca pracowników do zgłaszania i wdrażania pomysłów (tzw. kaizenów). Zgłoszenia są oceniane pod kątem kryteriów wpływu: na ludzi, jakość produktu/procesu, na serwis i na koszty. Punktowana jest chęć udziału pracownika we wdrażaniu innowacji. Najlepsze kaizeny są komunikowane w browarach Carlsberg Polska, a ich autorzy nagradzani. Wybierany jest też Najlepszy Kaizen Roku i wręczany Puchar Kaizen.

1300

W 2021 r. w **Compensie** rozpoczęto piątą edycję programu **IdeaBox**. Celem przedsięwzięcia jest umożliwienie pracownikom zdobywania wiedzy spoza ich obszaru pracy, zachęcanie do zaangażowania w rozwój firmy oraz stworzenie platformy do wdrażania pomysłów mających przynieść pozytywne efekty. Pracownicy, którzy przejdą etap kwalifikacji, biorą udział w szkoleniach z coachami, w warsztatach biznesowych z wewnętrznymi specjalistami oraz otrzymują wsparcie Aniołów Biznesu. Program ma na celu rozwijanie i usprawnianie procesów spółki, ale też promowanie i podnoszenie kwalifikacji pracowników.

1935

Program nagradzania **pomysłów pracowniczych** w **Dalpo** działa już od kilku lat. Pracownicy mogą zgłaszać swoje pomysły mające usprawnić działanie firmy. Pomysłodawcy, których rozwiązania zostały wprowadzone, otrzymują nagrodę finansową.

320

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Program Innowacji #TomorrowByDeloitte działa w **Deloitte Polska** od maja 2021 r. i jest procesem inspirowania pracowników do innowacyjnego myślenia. W tym celu firma: powołała Komitet Sterujący ds. Innowacji dla Europy Środkowej jak i Polski; ustanowiła budżet dla programu – zmapowała najlepsze praktyki w zakresie innowacji; utworzyła platformę digital do zgłaszania pomysłów; zbudowała system motywacyjny i model oceny pomysłów, decyzji inwestycyjnych i kontroli ich wdrożenia oraz rozwoju; zbudowała proces inkubacji i akceleracji zgłoszonych pomysłów w ramach platformy Excelerator.

2500

Firma **Intelligent Logistic Solutions**, świadcząca usługi IT na rzecz Grupy Pelion, stawia na zaangażowanie pracowników w proces budowania organizacji i wspólne rozwiązywanie problemów. W 2021 r. firma wprowadziła podejście **Zgłoś swój pomysł na usprawnienia!** i rozwiązania, które pozwalają optymalizować procesy i zmiany w kulturze organizacji. Za pomocą aplikacji pracownik zgłasza swój pomysł na usprawnienie, które trafia do osób odpowiedzialnych za dany obszar w firmie. Firma szybko opisuje korzyści, jakie przyniosło rozwiązanie problemu, oraz na bieżąco monitoruje wyniki wdrożeń.

45

Aby wykorzystać potencjał oddolnych inicjatyw prośrodowiskowych, w **LUX MED** utworzona została **EkoGrupa** składająca się z przedstawicieli organizacji. Podczas spotkań członkowie grupy zastanawiają się, jak przemodelować realizowane obecnie działania, aby były przyjaźniejsze środowisku, oraz jakie nowe działania ekologiczne wdrożyć. Dyskutowane są praktyki z obszarów: ograniczania ilości odpadów i lepszego gospodarowania nimi; mniejszego zużycia papieru, wody i energii; inwestycji w OZE; zrównoważonych dostaw materiałów do placówek; edukacji pracowników; a także zrównoważonych materiałów marketingowych.

19000

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego zachęca pracowników do działań na rzecz przedsiębiorstwa. Tworząc program **Przyszłość z Pomysłem**, firma umożliwia im składanie propozycji zmian, udogodnień i ulepszeń w firmie. Pierwszą edycję programu realizowano w 2018 r. jako IdeaMARR. Kolejna edycja realizowano była jako Program Pomysłów Pracowniczych, a aktualna to Przyszłość z Pomysłem. Celem programu jest stworzenie narzędzia przyjaznego, pobudzającego kreatywność i zwiększającego zaangażowanie. Przekazywane pomysły dotyczą obszarów prowadzonej działalności, przekładają się na zmiany w organizacji pracy.

186

W **Merck Business Solutions Europe** działają **grupy zaangażowania pracowników: We4Us**. Nadrzędnym celem ich działalności, odzwierciedlonym także w nazwie, jest prowadzenie działań „od nas dla nas" – pomysłodawcami akcji są pracownicy firmy, a adresatem cała społeczność firmy. Grupy skupiają się na działaniach: wellbeing & environment; career & recognition; corporate social responsibility (CSR). Każda z grup spotyka się raz w miesiącu w celu omówienia i zaplanowania działań. Każdy może włączyć się w działalność wybranej grupy: na stałe lub np. dzieląc się pomysłem na ciekawą inicjatywę.

493

W **OBI** liczy się współpraca ukierunkowana na wspólny cel. Ważny jest organiczny rozwój i potencjał pracowników chcących zmieniać otoczenie na lepsze. Na bazie tego podejścia oraz wyników badań opinii pracowników, OBI powołało wewnętrznego programu inicjatyw pracowniczych. **Nasze Lepsze OBI** zawiązano sześć grup projektowych, w skład których weszli pracownicy z różnych obszarów i lokalizacji firmy. Powstało środowisko pracy wspierające integrację, wymianę know-how, wspierające organiczny rozwój na rzecz organizacji. Uczestnicy programu mają realny wpływ na działania i inicjatywy podejmowanie w firmie.

6000

Leonardo Hackathon to inicjatywa dla pracowników **Polpharmy**, włączająca ich w rozwiązywanie problemów. Uczestnicy zgłaszali się, wypełniając kwestionariusz. Wybrano 57 osób, których zadaniem było przygotowanie rozwiązań w trzech tematach – reskilling & upskilling (kultura uczenia się), compliance (stosowanie się pacjentów do zaleceń lekarskich) oraz problem utylizacji niewykorzystanych leków. Uczestnicy szkolili się z prac projektowych, prezentowania pomysłów, a nad rozwiązaniami pracowali online. Na finale w Warszawie zaprezentowali efekty przed Radą Innowacji, złożoną z członków Zarządu Polpharmy.

7500

Generator Pomysłów to platforma do wymiany pomysłów pracowników **PZU**, która pozwala na gromadzenie i ocenę propozycji usprawniających funkcjonowanie organizacji. Z okazji Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Rozwoju odbyła się druga edycja konkursu dla pracowników „SDG Challenge 2021, czyli jak PZU może wpierać zrównoważony rozwój?". Poszukiwano pomysłów na inicjatywy biznesowe, które wesprą realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju (jak zaangażować interesariuszy PZU we wspólne przeciwdziałanie zmianom klimatu i środowiska oraz ochronę praw człowieka w cyfrowym świecie).

7500

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Jako **Sodexo Polska**, lider usług żywieniowych, wspólnie z załogą, klientami i dostawcami, firma podjęła kroki, aby ograniczyć marnotrawienie żywności. W tym roku firma Sodexo Polska w ramach **Kampanii edukacyjnej dotyczącej marnotrawienia żywności** zorganizowała konkurs w ramach akcji WasteLESS week. Celem inicjatywy była promocja praktyk walki z marnotrawieniem żywności. Na najlepsze pomysły zgłaszane przez pracowników głosowali pozostali. Zwycięskie pomysły zgłoszono do etapu globalnego. W Sodexo Polska powołano Ambasadorów WasteLESS, którzy edukują na temat zero waste.

1900

W **SumiRiko Poland** zachęcono pracowników do zaangażowania się w poprawę miejsc pracy, ponieważ to oni wiedzą najwięcej Na temat zagrożeń. W ramach inicjatywy **Suiage dla bezpiecznej pracy** (suiage – z języka japońskiego znaczy: wysysanie informacji od pracowników) został stworzony formularz. Pracownicy mogą zgłaszać swoje zastrzeżenia i przemyślenia oraz sugestie co do rozwiązań lub usuwania potencjalnych zagrożeń. Wszystkie formularze są analizowane przez przełożonych i raportowane do Zarządu oraz centrali w Japonii. Największą satysfakcją dla pracowników jest wdrażanie w życie ich sugestii.

1400

Firma **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków** wdrożyła program „Bezpieczne zarządzanie ostrymi narzędziami". Polega on na oznaczeniu, identyfikowalności i ścisłej ewidencji ostrych narzędzi używanych w obszarach produkcji, logistyki i utrzymania ruchu wraz z zasadami działań awaryjnych oraz ścieżką eskalacji w przypadku wykrycia niezgodności. Dzięki dbałości o **zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów** firma eliminuje ryzyko zranienia ostrym narzędziem ostatecznego odbiorcy materiałów drukowanych z przeznaczeniem dla dzieci.

1200

PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

Firma **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków** wdrożyła szereg praktyk składających się na program **zapobiegania nadużyciom w środowisku pracy**. Są to: anonimowe skrzynki kontaktowe we wszystkich zakładach – adres mailowy powiedz@; szkolenie antymobbingowe obowiązkowe dla wszystkich liderów w firmie; raport wykorzystania przerw pozwalający kontrolować czas spędzony „na papierosie"; obowiązkowe szkolenie dla wszystkich pracowników z zasad etyki w biznesie, w tym przeciwdziałania korupcji, budowania dobrych praktyk współżycia społecznego.

1200

REKRUTACJA I ADAPTACJA

Akademia Młodego Inżyniera to program zbudowany z biznesem i dla biznesu. To trzymiesięczny cykl szkoleń wdrożeniowych dla pracowników firmy **Budimex** na stanowiskach: stażysta inżynier oraz inżynier budowy. Jest prowadzony przez najlepszych praktyków wewnętrznych i zewnętrznych i realizowany w blokach: efektywność osobista (komunikacja, budowanie relacji z partnerem zewnętrznym, praca pod presją czasu); efektywność zawodowa (formalnoprawna, ekonomiczna strona projektu, MS Excel, szkolenia techniczne); bezpieczeństwo na budowie. W 2021 r. zrealizowano trzy edycje programu dla 84 osób.

8000

W **dentsu Polska** proces e-onboardingu zaczyna się jeszcze przed przyjściem do biura. Nowy pracownik w ramach projektu **E-Onboarding jak marzenie** za pomocą systemu WorkDay otrzymuje list od przełożonego i prezentację dotyczącą miejsca pracy. Pierwszego dnia w biurze odbiera sprzęt, dokumenty i welcome pack, a następnie wraz z innymi spotyka się online z członkiem Zarządu. Kolejne 2–3 dni to spotkania z ekspertami na temat różnych aspektów pracy w dentsu. Nowe osoby przechodzą quiz, a wygraną jest słoiczek miodu z firmowej pasieki. Na koniec otrzymują mail z materiałami, poradami, niezbędnymi linkami. W 2021 r. proces objął ok. 250 nowych pracowników.

800

Przewodnik po firmie **„Pierwsze kroki" dla nowych pracowników** jest elementem procesu wdrożenia pracownika. Zawiera słowo wstępne powitalne od Zarządu firmy **DIAGNOSTYKA**, informacje o strukturze firmy oraz możliwości korzystania z benefitów i pakietów socjalnych, możliwości udziału w rekrutacjach wewnętrznych, szkoleniach, spotkaniach integracyjnych. Zawarte są w nim dane kontaktowe do osób z działu personalnego, płac, kadr oraz BHP.

7000

Przesłaniem inicjatywy **Zmień pracę, ale nie pracodawcę** jest zapewnienie dostępu do wolnych stanowisk pracy dla wszystkich pracowników **Fabryki Mebli „FORTE"** niezależnie od zajmowanego stanowiska. Dzięki rekrutacjom wewnętrznym pracownicy otrzymali możliwość rozwoju zawodowego w innych obszarach. Rekrutacje wewnętrzne zakładają spotkanie z pracownikiem aplikującym na dany wakat, w którym uczestniczy zarówno rekruter, jak i menedżer obszaru. Pozwala to na rozmowę z pracownikiem, jego ocenę oraz przekazanie mu informacji zwrotnej. Ogłoszenia pojawiają się w powszechnie dostępnych mediach firmowych.

3500

Aby zminimalizować stres pierwszego dnia pracy, w **Ferrero Polska Commercial** funkcjonuje program onboardingowy **rekrutacja i adaptacja i FERRERO FUNDAMENTALS**. Nowy pracownik pierwszego dnia pracy otrzymuje upominek. Do wszystkich pracowników wysyłany jest mail przedstawiający nową osobę. W 2020 r. program wzbogacono o pakiet szkoleń Ferrero Fundamentals, który składa się z sześciu kursów wspierających pracowników w ich rozwoju i obejmujących takie zagadnienia, jak przeciwdziałanie przekupstwu i korupcji, ochrona danych, GRC i standardy korporacyjne, cyberbezpieczeństwo, rozwój inteligencji kulturowej, podstawy BHP.

351

Wsparcie na starcie to program adaptacyjny dla nowych pracowników **Grupy Kapitałowej LOTOS**. Pozwala on zapoznać się z wartościami, kulturą organizacyjną firmy, ułatwia odnalezienie się w nowym środowisku, a także integrację z zespołem. Wprowadzenie nowych pracowników obejmuje też materiały informacyjne o firmie, cykl szkoleń oraz wizyty na instalacjach produkcyjnych rafinerii. Podczas szkolenia e-learningowego poznają: strategię firmy, organizację pracy, technologię przerobu ropy naftowej i pracę rafinerii oraz zintegrowany system zarządzania w firmie. Materiał jest podzielony na moduły i kończy się krótkim testem.

5476

Wszystkie rozmowy kwalifikacyjne prowadzone są za pośrednictwem komunikatora internetowego. Firma **ING Tech Poland** udowodniła, że **zdalna rekrutacja, onboarding i digitalizacja dokumentów HR** jest możliwa i działa! Pierwszego dnia specjaliści HR łączą się z nowymi pracownikami wirtualnie, opowiadają o firmie i przeprowadzają szkolenia. Każdy otrzymuje pakiet informacyjny, dostęp do narzędzi i sprzętu, listę pracowników, którzy pomogą z formalnościami, oraz czas na zapoznanie się menedżerem i zespołem. W 2021 r. zespół HR dokonał digitalizacji dokumentacji pracowniczej i usprawnił obieg poprzez e-Teczki.

2509

Jastrzębska Spółka Węglowa Szkolenie i Górnictwo wspólnie z Akademią Górniczo-Hutniczą w Krakowie od 2021 r. realizuje projekt **Górnicza Aktywizacja Zawodowa**. Głównym celem ekspertów opracowujących i wdrażających projekt była szeroko zakrojona kampania aktywizująca. Grupą docelową są osoby zagrożone zwolnieniem, przewidziane do zwolnienia lub zwolnione z przyczyn niedotyczących pracowników, a także osoby odchodzące z rolnictwa. Inicjatywa GAZ zakłada wzrost aktywności zawodowej mieszkańców woj. śląskiego.

30686

Cyber H@ckademy to autorski program edukacyjno-rekrutacyjny **KPMG w Polsce**, dający uczestnikom szansę skonfrontowania wiedzy akademickiej z realnymi zadaniami cyberbezpieczeństwa. Pozwala na udział w warsztatach ekspertów KPMG, którzy przygotowują kandydatów do pracy, niwelując brak doświadczenia. Program dedykowany jest studentom i absolwentom kierunków technicznych, IT, telekomunikacji i kierunków ekonomicznych, którzy chcą rozwijać swój potencjał w obszarze cyberbezpieczeństwa w dwóch ścieżkach – technicznej i konsultingowej. KPMG stwarza możliwości pracy i rozwoju niezależnie od płci.

2000

LPP prowadzi **FIT INTO Fashion** jako program onboardingowy wdrażający nowo zatrudnionych. Jego celem jest podnoszenie wiedzy, umiejętności, samodzielności pracownika w pierwszych sześciu miesiącach pracy. Każda z nowo zatrudnionych osób otrzymuje plan wdrożenia oraz wsparcie przypisanego opiekuna przez sześć miesięcy. Pierwszy dzień pracy to poznanie misji, wizji, wartości i struktury firmy. Spotkania prowadzone przez pracownika działu HR odbywają się osobiście lub online. Od 2020 r. wycieczki po działach, przygotowania produktu, centrum dystrybucyjnym czy dziale kontentu e-commerce odbywają się zdalnie.

27000

Keep in Touch – powrót do pracy jest inicjatywą **NatWest**, która zapewnia kontakt osobom przebywającym na dłuższych urlopach/nieobecnościach z firmą, pracodawcą i środowiskiem pracy. Program powstał z potrzeb zgłaszanych przez pracowników. Szczególnie działalność ta jest nakierowana na rodziców przebywających na urlopach rodzicielskich i wychowawczych. Raz na kwartał organizowane są dwugodzinne telespotkania, na których przekazywane są niezbędne informacje dotyczące updatów firmowych, z zakresu HR, a także odbywa się networking budujący relacje między pracownikami w podobnej sytuacji zawodowej.

1500

W **Objectivity** ponad połowa pracowników została zatrudniona w ramach programu poleceń **Friendhunting**. Wszyscy obecni pracownicy (bez względu na długość stażu w firmie), a także byli pracownicy mogą zgłaszać swoich znajomych do udziału w rekrutacji na oferowane stanowiska. Jeśli polecany kandydat, który zarejestruje się w systemie przez dedykowaną aplikację, zostanie zatrudniony w firmie, polecający pracownik otrzyma nagrodę pieniężną. Firma po wdrożeniu programu dostrzega zwiększone zaangażowanie pracowników, którzy znają się prywatnie i mają zbliżone wartości, co wpływa na efektywność realizowanych zadań i dobrą atmosferę w pracy.

742

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W ramach wewnętrznego **programu poleceń „Poszukiwacze talentów"** pracownicy **Rödl & Partner** mogą zgłaszać osoby na wolne stanowiska, na które prowadzona jest rekrutacja. Warunkiem formalnym jest przesłanie CV do wewnętrznej bazy rekrutacyjnej za pośrednictwem formularza aplikacyjnego, ze wskazaniem pracownika, który polecił kandydata. Po pozytywnym zakończeniu rekrutacji pracownik otrzymuje bonus od 200 do 1 tys. zł (w zależności od stanowiska, na jakie prowadzona była rekrutacja). Zatrudniona osoba musi przepracować minimum miesiąc.

533

W czasach pandemii **Samsung** wyszedł naprzeciw wyzwaniu onboardingu zdalnego nowych pracowników. **Proces onboardingowy Induction@Samsung** wdrażania pracowników w Samsung trwa trzy dni i składa się z modułów tematycznych realizowanych online. Takie podejście wiązało się z problemem utrzymania uwagi (3 dni, 7 h dziennie), integracji uczestników i przyswajania wiedzy. Odpowiadając na te wyzwania, Samsung stworzył formułę wzbogaconą o aplikację mobilną na temat firmy oraz grę w technologii AR. Gra AR Samsung Lighthouse to interaktywne rozwiązanie, które pozwala uczestnikom lepiej się poznać i komunikować.

2500

Płatny **Program Stażowy „Student on Board"** prowadzony jest w **Sanofi** od 2010 r. W ciągu 12 lat jego trwania firma nawiązała współpracę z ponad 300 stażystami, wspierając rozwój młodych talentów. W 2021 r. do Sanofi dołączyło ponad 30 stażystów. „Student on Board" to szansa na rozpoczęcie kariery zawodowej w międzynarodowej korporacji już w czasie studiów. Poznają oni firmę Sanofi, jej pracowników oraz specyfikę pracy w branży farmaceutycznej. Zdobywają w ten sposób doświadczenie, wiedzę i nowe kompetencje. Informacje o programie dostępne są na stronie www.studentonboard.pl.

900

Znalezienie dobrego pracownika nie jest łatwą sprawą, dlatego **VanityStyle** zdecydowało się zaufać oddolnym poleceniom, wzmacniając zaangażowanie pracowników w kreowanie ich własnego środowiska. Tak właśnie powstał program **Akcja Rekomendacja**, który pozwala pracownikom polecać swoich znajomych do działów, w których aktualnie prowadzone są rekrutacje. Za skuteczne rekomendacje przewidziana jest premia finansowa.

85

SZKOLENIE I ROZWÓJ

Yellow Belt – szkolenia i certyfikacje to pierwszy krok w metodologii Six Sigma, czyli w rozwiązywaniu problemów, kiedy nie mamy pomysłu na ich rozwikłanie i nie znamy przyczyny ich powstawania. **Adamed Pharma** w 2021 r. wprowadził szkolenie do portfolio szkoleń wewnętrznych prowadzonych w firmie przez Zespół Ciągłego Doskonalenia. Przeszkolono 75 współpracowników i 29 z nich zdobyło certyfikat Yellow Belt. Aby uczestnik szkolenia mógł uzyskać certyfikat Yellow Belt, poza aktywnym uczestnictwem w szkoleniu, musi zaliczyć test oraz zrealizować miniprojekt potwierdzający zdobytą wiedzę.

2200

Program Expert 2 Expert w firmie **Adamed Pharma** to inicjatywa zrzeszająca współpracowników, którzy chcą rozwijać się w roli trenerów wewnętrznych. Zadaniem trenera wewnętrznego jest wspieranie rozwoju kompetencji. W ramach Programu Expert 2 Expert firma organizuje dwa razy do roku – oferujący szkolenia, warsztaty i webinary – dwutygodniowy Festiwal Nauki, który jest rozwojowym czasem zarówno dla uczestników szkoleń, jak i dla trenerów wewnętrznych. W 2021 r. odbyły się trzecia i czwarta edycja Festiwalu Nauki. Wszystkie szkolenia były prowadzone w formie online i wszystkie 1550 miejsc zostało wykorzystane.

2200

ArcelorMittal Poland zrealizowała dwa programy na nowe stanowiska menedżerskie **mistrz na starcie/ kierownik liniowy na starcie**. Programy składają się z dwóch części; część pierwsza obejmuje cztery moduły szkoleniowe z obszaru BHP; część druga – sześć modułów szkoleniowych z umiejętności miękkich, opartych na kompetencjach ArcelorMittal Poland (świadomość roli i odpowiedzialności; motywowanie, delegowanie, kontrolowanie, rozwój; informacja zwrotna; zarządzanie zmianą, emocjami i konfliktem; efektywna komunikacja z zespołem). Celami programu są wprowadzenie do nowej roli zawodowej oraz wsparcie w obowiązkach i wyzwaniach.

10000

Celami **programu rozwojowego „Talents Up"** są rozwój pracowników Banku Pekao, podnoszenie ich kompetencji, umiejętności, budowanie relacji pomiędzy pracownikami. W 2021 r. **Bank Pekao** uruchomił pierwszą edycję programu i umożliwił 50 wybranym w trzyetapowym procesie rekrutacji pracownikom zdobycie doświadczenia pracy projektowej opartej na zwinnych metodykach z wykorzystaniem narzędzi do pracy zdalnej, realizację wyzwania biznesowego, doświadczanie różnych perspektyw oraz wsparcia liderów i ekspertów z organizacji, jak i spoza niej, a także zaoferował pracę nad rozwojem własnym w indywidualnej relacji z learning coachem.

12483

Celem programu **Rośnij w nieskończoność** jest zwiększenie wiedzy i umiejętności pracowników. Program dedykowany jest pracownikom firmy **Budimex**, którzy wyróżniają się potencjałem do rozwoju. Podzielony został na cztery etapy: nominacja (nominuje przełożony i HRBP), diagnoza potencjału (talent hunter, development center), plan rozwoju oraz czwarty etap – działania szkoleniowo-rozwojowe – składający się z działania rozwojowego indywidualnego (rekomendowane po wywiadach) i grupowego (szkolenia z inteligencji emocjo-

nalnej i podejmowania decyzji; strategiczne aspekty zarządzania: podcasty, webinary, sesje so-what).

8000

Platforma Next to narzędzie dostępne dla wszystkich pracowników **Capgemini Polska** w formie webowej, jak i aplikacji na telefon. Umożliwia ona podnoszenie kompetencji w różnych obszarach; dzięki niej firma zapewnia pracownikom dostęp do szkoleń, ścieżek edukacyjnych i kursów. Na platformie dostępne są kursy e-learningowe – programowanie, szkolenia techniczne, coachingowe czy kształcenie umiejętności miękkich. Next jest jedną platformą łączącą inne znane i popularne platformy szkoleniowe online (Coursera), a także dostęp do publikacji m.in. najlepszych uniwersytetów na świecie (Harvard).

10000

W 2021 r. **Carlsberg Polska** wprowadził **program podnoszenia kwalifikacji operatorów maszyn** służący edukacji, rozwojowi i utrzymaniu pracowników. Ponieważ maleje zainteresowanie pracami produkcyjnymi, dlatego ważne jest wdrażanie programów podnoszących kwalifikacje operatorów i przekazywanie wiedzy młodszym pracownikom. Program działa na kilku poziomach, od pracowników początkujących po zaawansowanych. Obejmuje szkolenia technologiczne i podstawowe standardy operacyjne. Uczestnik przechodzi kwalifikację i jest przypisywany do grupy (różne poziomy) z celami, jakie ma osiągnąć po ukończeniu kursu.

1300

Odpowiedzialna gra jest częścią społecznej odpowiedzialności biznesu firm oferujących gry hazardowe i losowe. Wyedukowany personel jest tego nieodłącznym elementem. Jednym z obszarów odpowiedzialnej gry realizowanej przez **Casinos Poland** jest szkolenie pracowników. W 2021 r. Casinos Poland przeszkoliło z odpowiedzialnej gry pracowników na stanowiskach menedżerskich. Kurs poświęcony profilaktyce uzależnienia od hazardu przeprowadziła Fundacja Inspiratornia. Działania podejmowane przez Casinos Poland wynikają z poczucia odpowiedzialności za wpływ, jaki firma może mieć na klientów.

954

Nasz biznes jest w sklepach to projekt (tygodniowy staż w sklepach sieci) adresowany do nowych pracowników centrali **Castorama Polska**. Celami przedsięwzięcia są budowanie dobrych relacji między pracownikami, a także z klientami, szczegółowe poznanie zasad biznesu oraz procesów zachodzących między centralą a sklepami.

13000

Akademia Wiedzy to wewnętrzny projekt rozwoju kompetencji merytorycznych. Program Akademii obejmuje wszystkie obszary świadczonych usług **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** i ma na celu dzielenie się doświadczeniem i pogłębienie wiedzy, co umożliwi rozumienie usług oferowanych przez kancelarię. Wiedza teoretyczna wraz z praktyką gwarantuje rozwój, a interaktywna formuła, w której realizowane są spotkania, inspiruje do wykorzystywania zdobytych doświadczeń. Zdobyta wiedza oraz umiejętności pozwalają stać się doradcą i partnerem w biznesie dla obecnych i przyszłych klientów firmy.

280

W 2020 r. spółka **Columbus Energy** wprowadziła program transformacji – Strategia Lean. Dostarczył on wiedzę i praktyczne umiejętności umożliwiające przeprowadzenie transformacji w firmie. **Szkolenia kadry menedżerskiej – Lean Management**, najbardziej prestiżowe w Polsce, objęły 34 menedżerów, których kompetencje zweryfikowane zostały za pomocą egzaminu Lean Black Belt oraz Lean Green Belt i potwierdzone imiennymi certyfikatami. Dzięki wdrożonym technikom i narzędziom (m.in. Problem Solving, Boardmeeting, Sherlock Waste) zdiagnozowano problemy oraz wdrożono rozwiązania prowadzące do oszczędności.

3000

Program pracy z nowym Agentem zakłada standaryzację i ujednolicenie procesu wdrażania młodych stażem partnerów biznesowych w organizację. Celem programu jest unifikacja zasad współpracy pomiędzy **Compensą** a nowym agentem. Uczestnik projektu poznaje narzędzia sprzedażowe i realizuje wachlarz szkoleń produktowych.

1935

W ramach prac nad strategią różnorodności **Compensa** wspólnie z Akademią Leona Koźmińskiego zorganizowała webinar **Edukacja z zakresu różnorodności**. Wydarzenie to miało na celu ogólne zapoznanie pracowników z wymiarami różnorodności.

1935

Poland Women's Network to inicjatywa w ramach strategii CSR **Credit Suisse Poland** podkreślająca wagę różnorodności oraz zwracająca uwagę na wyzwania kobiet budujących karierę zawodową. W 2021 r. zorganizowano 25 wydarzeń w formie szkoleń, paneli dyskusyjnych i spotkań z kobietami sukcesu. Przygotowano także kampanię z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet, a jesienią wspólnie z siecią prozdrowotną (Wellbeing & Care) w ramach miesiąca świadomości raka piersi (Pink October) prowadzone były akcje

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

tematyczne. We współpracy z innymi sieciami zrealizowano warsztaty inkluzywnego języka i wychowywania dzieci.

5000

W dobie technologicznego postępu najważniejszym kapitałem są ludzie i ich umiejętności. Dlatego przedsiębiorstwo **DB CARGO POLSKA** podjęło działania w kierunku **udoskonalenia procesów szkoleniowych**. Firma zaktualizowała procedurę szkoleniową; zorganizowała webinary dla menedżerów; stworzyła ofertę szkoleń koordynowanych przez dział HRBD; wsparła otoczenie biznesu w organizacji kursów do zdobycia uprawnień na stanowiskach: maszynista, ustawiacz, rewident, manewrowy; stworzyła bazę firm szkoleniowych; zbudowała multimedialne studio ze sprzętem audio-wideo i prompterem do organizacji szkoleń i webinarów.

3000

Platforma szkoleniowa **Świat nauki DB** zapewnia dostęp do wiedzy dla pracowników **DB CARGO POLSKA**. Podstawą działania jest idea „od ludzi dla ludzi", to znaczy, że każdy może stać się „trenerem" i przygotować własny kurs w dziedzinie, w której się specjalizuje. Na platformie pracownicy mogą samodzielnie wybierać i realizować interesujące tematy szkoleniowe. W 2021 r. platformę wzbogacono o materiały z obszaru przewozów i modernizacji w lokomotywach. Obecnie dostępnych jest ponad 40 kursów. Odbyła się kampania informacyjna zachęcająca do korzystania z platformy.

3000

Firma **DB Schenker** zainicjowała dwuletni program **Akademia Menedżera DB Schenker** przeznaczony dla menedżerów spółki. Szkolenia zrealizowano na trzech poziomach: wyższym, średnim i operacyjnym. Udział wzięli menedżerowie od wyższej kadry zarządzającej do zastępców brygadzistów. Dla niektórych grup menedżerskich zrealizowano szkolenia z zakresu zarządzania zespołem rozproszonym. Szczególny nacisk położono na wspieranie kultury różnorodności i tworzenie warunków pracy. Program realizowany był w 2–3-dniowych sesjach. Podczas pandemii „Akademia Menedżera" była kontynuowana w formie zdalnej.

2500

Program międzynarodowy **Mentoring CEE** trwał od kwietnia do grudnia 2021 r. Zaproszono do niego pracowników z wszystkich siedmiu krajów wchodzących w skład klastra CEE. Przeprowadzono szereg sesji informacyjnych dla mentorów oraz mentees, proces selekcji i matchowania par oraz szkoleń i testów Gallupa dla uczestników. W trakcie programu odbywały się cykliczne statusy z mentorami. To działanie rozwojowe spotkało się z bardzo dużym zainteresowaniem pracowników **dentsu Polska**, mimo że w całości odbyło się w trakcie pracy zdalnej. W 2022 r. firma planuje kolejną edycję.

800

Firma **Egis Polska** dba o **rozwój pracowników** bazujący na ich mocnych stronach z wykorzystaniem koncepcji talentów Gallupa, która zakłada, że talenty każdej osoby są trwałe i wyjątkowe, a największa przestrzeń do rozwoju każdego to jego najsilniejsze strony. Wszyscy pracownicy firmy przystąpili do testu **CliftonStrengths®Talent Assessment** i poznali swoje 34 cechy (talenty), z których pięć jest dominujących. Firma przeprowadziła webinary, podczas których pracownicy pogłębili swoją wiedzę na temat pracy z talentami. Powstał profil talentowy TOP5 dla całej organizacji, jak również mapy talentów dla zespołów.

250

Ekoenergetyka Polska zainicjowała **program rozwojowy dla menedżerów Zarządu** oraz dyrekcji. Rozwój kompetencji menedżerskich jest kluczowym elementem strategii. Uruchomiono równolegle dwa programy rozwojowe. W trakcie pięciomiesięcznego kursu uczestnicy biorą udział w warsztatach z obszaru komunikacji, wzmacniania własnego autorytetu, zarządzania przez cele, delegowania i egzekwowania zadań. Kluczowe są wyzwania kultury feedbacku w zespole i realizacji celów biznesowych. Każde spotkanie to okazja do wymiany doświadczeń, podzielenia się perspektywą i czerpania inspiracji.

450

Świat technologii się zmienia. Głód wiedzy i gotowość do podnoszenia kompetencji – tego oczekuje spółka **Emitel** od pracowników. W zamian stawia na **rozwój i edukację** zawodową, oferując szkolenia, webinary, audiobooki, podcasty oraz programy rozwojowe. Do Akademii Liderów zapraszani są menedżerowie, by mogli rozwinąć swoje kompetencje. Pracownicy pionu technicznego mają dostęp do programu EmiTech i szkoleń z teletransmisji, nadajników, energetyki. Popularne są webinary i szkolenia EmiAcademy. W ramach programu Akademia Trenera każdy może zostać trenerem. Firma zapewnia bezpłatną naukę języka angielskiego.

450

Akademię ENERIS wdrożono w 2015 r. (od początku działania firmy **ENERIS**) jako narzędzie dotarcia do pracowników pierwszej linii usług: kierowców, ładowaczy i pracowników sortowni. Celami są bezpośredni przekaz informacji, prowadzenie dialogu i poznanie poglądów pracowników. Akademia ENERIS to cztery godzinne szkolenia prowadzone przez trenerów rekrutujących się z grupy docelowej szkoleń. Program ułożył cross-departamentowy zespół (działy: Personalny, BHP, Zakupów, Logistyki, Komunikacji). Szkolenia wspierają zewnętrzni dostawcy, tak m.in. wypracowany został program eko-drivingu.

1200

Program **Początkujący Menedżer** jest osadzony w perspektywie menedżera **Europejskiego Funduszu Leasingowego** zarządzającego zespołem z wykorzystaniem sześciu kompetencji przywódczych i wartości Grupy

CAL&F. Efektywność szkoleń wspomagają następujące działania: zadanie przed szkoleniem; zadania wdrożeniowe; zaplanowanie celów oraz weryfikacja ich realizacji po szkoleniu; materiały w formie „reminderów" przypominających modele, struktury, zasady; pigułki wiedzy, streszczenia książek, filmy, follow up wspierający wdrożenie; 4 x e-warsztat (po 3,5 godziny każdy).

409

Od lutego do września 2021 r. w **GE Medical Systems Polska** odbywał się **Program Mentoringowy „Grow and Fly"** skierowany głównie do kobiet – członkiń GE Women's Network, ale także do mężczyzn. Jego główne założenia stanowiły: budowanie świadomości potrzeb, celów, wzmacnianie potencjału, rozwój kompetencji miękkich oraz wiedzy merytorycznej. Głównym elementem były procesy mentoringowe, prowadzone przez mentorów i mentorki z trzech biznesów GE. Program uzupełniały szkolenia dla mentee i coachee, konsultacje, warsztaty rozwojowe i superwizje dla mentorów i mentorek. W ramach projektu pracowało 35 par.

200

Gra o Troll to autorski, zdalny program **GPEC** dla kadry menedżerskiej. Służy zwiększaniu efektywności pracy i indywidualnemu rozwojowi. W jego ramach menedżerów podzielono na zespoły, w których mieli wykonać następujące zadania: przekazać feedback w swoim zespole; wybrać cechy do rozwoju; przygotować indywidualne działania rozwojowe; realizować i monitorować; wyciągnąć wnioski z realizacji planu. Podsumowaniem działań rozwojowych była ocena 360, która dawała materiał do dalszego rozwoju. Zespoły zbierały punkty, a zwycięzcy otrzymywali statuetkę trolla oraz nagrody na zakończenie programu.

460

Firma **Groupe SEB Polska** kieruje się autorską **filozofią DBAM**, która stawia na zaufanie, autonomię i odpowiedzialność. DBAM jest firmowym standardem, w jego ramach prowadzone są: Akademia DBAM i DBAM University – program wewnętrznych szkoleń. O wellbeing pracowników dba aplikacja MINDGRAM. Edukacja zewnętrzna prowadzona była poprzez cykl spotkań „Korporacyjne rewolucje" na Clubhouse. W 2021 r. odbyło się siedem spotkań, w każdym uczestniczyło 30 praktyków biznesu zainteresowanych kulturą organizacyjną. Autorami książki o filozofii DBAM są Karol Turek (International Retail Director) i Radek Matuszewski (GM Groupe SEB w Polsce).

410

Grupa Schiever w Polsce udostępniła swoim pracownikom szkolenia online, w których mogą oni uczestniczyć w dogodnym dla siebie czasie (bez narzuconych wcześniej sztywnych terminów) w miejscu pracy, z możliwością zakończenia i powrotu do szkolenia w dowolnym momencie. **Platforma e-learningowa** Grupy Schiever w Polsce daje możliwość śledzenia na bieżąco zmian w regulaminach i zasadach panujących w firmie, podnoszenia kwalifikacji oraz zapoznania się z obowiązującymi przepisami prawa.

1200

Projekt edukacyjny Akademia Managera firmy **GXO** to program szkoleń prowadzonych w centrach logistycznych dla ponad 100 osób na stanowiskach zarządczych. Zajęcia obejmują teorię oraz praktykę, poprawiając poziom komunikacji i współpracy w zespole, zarządzania zespołem i motywacją, budowania autorytetu i przywództwa, lean manufacturing. Zakres szkoleń został opracowany po przeprowadzeniu wewnętrznej oceny kompetencji pracowników. Możliwość udziału w Akademii Managera komunikowano za pomocą plakatów, mailingu oraz publikacji na platformie Workplace.

1500

Projekt szkoleniowy „Kobiety to potrafią" przeprowadzono w centrum logistycznym **GXO** w Garwolinie. Wspomaga on kobiety w rozwoju kompetencji kierowania wózkami widłowymi wysokiego składu. Inicjatywa obejmuje szkolenia oraz wsparcie zespołu podczas przygotowań do egzaminów UDT. Dodatkowo poszerza oferty pracy dla kobiet w centrach logistycznych i dywersyfikuje struktury zatrudnienia. Obecnie ponad 40% kobiecej załogi magazynowej w Garwolinie posiada uprawnienia UDT. Projekt wpisuje się w politykę promowania kultury rozwijania potencjału pracowników, a także budowania przyjaznego miejsca pracy.

1500

Zgodnie z globalną strategią firmy **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** dotyczącą dobrostanu pracowników, jednym z jego filarów jest **wellness finansowy**. Założeniem programu finansowego wellness jest edukacja, jak dbać o osobiste finanse, aby przyczyniały się do poczucia, że nasze interesy są zabezpieczone. W ramach programu w latach 2018–2020 zrealizowano spotkania o oszczędnościach, inwestycjach, kredytach oraz bezpiecznej bankowości internetowej. W roku 2021 tematem przewodnim sesji finansowego wellness były ubezpieczenia na życie oraz majątkowe.

1000

Założeniem inicjatywy **Mentoring and networking** jest zapewnienie pracownikom **HSBC Service Delivery Polska** narzędzi wspierających ich rozwój osobisty. Mentoring opiera się na zaangażowaniu pracowników, którzy – w porozumieniu z mentorami – sami ustalają ścieżkę swojego

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

rozwoju. Buduje to pewność siebie oraz rozwija umiejętności organizacyjne, świadomość podejmowanych działań. Połączenie mentoringu i networkingu ułatwiło pracownikom HSBC nawiązywanie kontaktów. Profil mentora jest redagowany przez zespół kierujący inicjatywą, aby ułatwić uczestnikom dotarcie do osób najbliżej związanych z ich celami.

3800

How Smartly Boost Your Career? to cykl szkoleń z rozwoju osobistego dla pracowników **HSBC Service Delivery Polska**. Sesje szkoleniowe zaprojektowali i zrealizowali pracownicy, którzy dzielili się doświadczeniem w różnych obszarach, np. personal branding, redagowanie CV, rozmowa o pracę (uczestnik/rekruter), formułowanie inkluzywnych ogłoszeń o pracę, określanie planu rozwoju, networking, neuroróżnorodność. Celem How Smartly Boost Your Career jest budowanie poczucia pewności, w szczególności u kobiet, i zachęcenie do ubiegania się o wyższe stanowiska menedżerskie w firmie.

3800

Inicjatywę **Personal Development Plan** zaprojektowano i wdrożono jako system wsparcia menedżerów średniego i wysokiego szczebla. Do tej pory firma **Infosys Poland** proponowała wachlarz szkoleń wewnętrznych, m.in. doskonalenie kompetencji miękkich. Z obserwacji odpowiedzialnego za proces zespołu Learning & Development wynikało, że uczestnictwo w szkoleniach nie wystarczy do rozwinięcia kompetencji. Dlatego zaprojektowano program wsparcia rozwoju, który pomaga wzmacniać wybrane obszary. Działanie to ma na celu zwiększenie satysfakcji z pracy i ograniczenie odpływu pracowników.

2500

W czwartym kwartale 2020 r. **ING Bank Śląski** zaczął projektować program wspierający pracowników w rozwijaniu umiejętności pracy w modelu hybrydowym. Zakres udostępnionego w 2021 r. programu **Hybrydowy Model Pracy – Uzupełnij Swoje Moce** został skalibrowany do wyzwań zidentyfikowanych i prognozowanych w oparciu o dane z rynku. Projekt został zrealizowany online w formatach microlearningu, uczenia społecznościowego oraz kolaboracyjnego. Materiały dostępne są na platformie LXP. Dodatkowo przygotowano aplikację Kalendarz MOCY do zarządzania ścieżką rozwojową, a zespołowi projektowemu do zarządzania ofertą.

8500

Celem **Tech Academy** – cyklu szkoleń prowadzonych przez pracowników i ekspertów **ING Tech Poland** – jest doskonalenie zawodowe swoich pracowników. Inicjatywa propaguje rozwój, dzielenie się wiedzą oraz łatwy dostęp do niej. Szkolenia cieszą się powodzeniem, a różnorodna tematyka sprawia, że każdy znajduje coś dla siebie. Pracownicy, po konsultacji z menedżerem, mogą uczestniczyć w dowolnej liczbie kursów. Szkolenia obejmują tematykę technologiczną (Java, Python), specjalistyczną (phishing) i związaną z umiejętnościami miękkimi (zarządzenie stresem, świadome podejmowanie decyzji).

2509

Firma **Intrum** zadbała o rozwój kompetencji pracowników – inicjatywy szkoleniowe i coachingowe zebrano pod parasolem **Akademii Intrum**. W 2021 r. odbyły się: Akademia Lidera Intrum – szkolenia online: 39 uczestników, 321 godzin na platformie szkoleniowej, 239 godzin na Workday HUB; szkolenia wewnętrzne i coaching: 1168 godzin szkoleniowych; stałe cykle: Smart Finanse, Wellbeing, Eko-Piątek, Alfabet Kreatywności, Przystanek Środa (porady na temat work-life balance); cykle mentoringowe: Środowa Stopklatka Coachingowa, etyczne postępowanie w Intrum; Happy Intrum: seria szkoleń o wellbeingu prowadzonych przez specjalistę.

520

Rozwój poprzez dokonywanie pozytywnych zmian i poszanowanie różnic to dbanie o zespół **Intrum** w Polsce. Inicjatywa ma na celu pozyskanie i zatrzymanie największych talentów i rozwój kompetencji pracowników (programy mentoringowe, ścieżki kariery, coaching i doradztwo personalne dla pracowników, Akademia Intrum); dbanie o wellbeing pracowników, wsparcie ich w work-life balance (cykl edukacyjny dotyczące wellbeingu, program „Happy Intrum", #BezpiecznizIntrum: akcja edukacyjna na czas pandemii); różnorodność i inkluzję (w Intrum nie ma tolerancji dla dyskryminacji, czy to ze względu na wiek, płeć, wygląd, czy pochodzenie bądź wyznanie).

520

Jastrzębska Spółka Węglowa Szkolenie i Górnictwo stosuje **innowacyjne metody szkoleń dla pracowników** i dlatego uruchomiło nowoczesną pracownię VR, w której odbywają się szkolenia i warsztaty na stanowiskach pracy, głównie o charakterze testowym. Pracownicy mają możliwość wzięcia udziału w projekcji filmu 360 stopni „Wirtualno gruba", który powstał w ramach tworzenia aplikacji VR na potrzeby szkoleń BHP. Dzięki użyciu gogli VR mają oni możliwość zwiedzenia kopalnianych podziemi i przyjrzenia się pracy na różnych oddziałach.

30686

Wspierając strategię odpowiedzialnego biznesu, firma **MAKRO Polska** uruchomiła **program rozwojowy dla pracowników**. Obejmuje on tworzenie projektów zgodnych ze zrównoważonym rozwojem i niosących realną zmianę. MAKRO Sustainable Leadership Program buduje społeczność liderów odpowiedzialnego biznesu. Przedsięwzięcie działa od sześciu lat, liczy 161 uczestników z METRO, w tym pięciu z MAKRO Polska. Absolwenci oraz profesjonaliści mają szansę na rozwój podczas dwuletniego, międzynarodowego programu METRO Potentials. Dzięki niemu zgłębiają aspekty biznesu, poznają procesy zachodzące w firmie oraz pracują nad kluczowymi projektami.

5000

W 2021 r. w **programach rozwojowych dla pracowników** **mBank** zwrócił uwagę na: budowanie świadomości różnorodności oraz rozwój oparty na mocnych stronach – dzięki szkoleniom według metodologii Gallupa; budowanie zaangażowania oraz kultury pracy hybrydowej; działania w ramach „Piątków z rozwojem" oraz programu „Z energią po zdrowie" wspierające kompetencje społeczne, profilaktykę zdrowia psychicznego wraz z elementami strategii ESG; budowanie kompetencji z zakresu bezpieczeństwa banku. Dodatkowo mBank dba o dostęp pracowników do wiedzy, nagrań, pigułek wiedzy oraz materiałów z wybranych działań.

7000

PGE Polska Grupa Energetyczna, w odpowiedzi na potrzebę przekwalifikowania pracowników energetyki konwencjonalnej powołała **Centrum Rozwoju Kompetencji** w Bełchatowie. Jest to jeden z projektów „Programu transformacji kompleksu Bełchatów", realizowany z władzami województwa łódzkiego. Centrum Rozwoju Kompetencji jest miejscem, w którym zainteresowani zdobywają wiedzę, nowe umiejętności i kwalifikacje. W 2021 r. naukę rozpoczęło 200 słuchaczy na kierunkach: technik automatyk, technik programista, technik informatyk i innych. Uczestnikami kursów są pracownicy PGE ze spółek z Kompleksu Bełchatów oraz mieszkańcy regionu.

42000

W marcu 2020 r. firma **Philip Morris Polska** uruchomiła wewnętrzny **program mentoringowy „Siła Mentoringu"**, dzięki któremu liderki i liderzy posiadający talent są mentorami dla pracowników firmy – zarówno kobiet, jak i mężczyzn. Każdy mentee pracuje nad swoim indywidualnym celem mentoringowym, są w tym gronie także osoby, które koncentrują się na temacie rozwoju kariery.

7500

Cyfrowy Rozwój Pracownika to projekt szkoleniowy realizowany we współpracy zespołów **Polpharma** Digital Community, Human Resources oraz IT. Jego celem jest wyrównanie wiedzy i kompetencji digitalowych poprzez: szkolenie z aplikacji chmurowych MS Office, zapoznanie ze schematami (tips & tricks) użycia aplikacji w celu lepszej efektywności pracy oraz ze współzależnościami między elementami pakietu MS Office, aby pokazać efekt synergii. Przygotowany na podstawie wniosków z ankiety pracowników Polpharmy cykl składał się z siedmiu webinarów na temat rozwiązań wspierających komunikację i pracę w nowym modelu.

7500

W 2021 r. **PZU Zdrowie** rozpoczęło cykl **szkoleń z pierwszej pomocy w technologii VR dla pracowników placówek**. Szkolenia, za pomocą specjalnego sprzętu – gogli VR – przenosiły uczestnika do wirtualnego świata. To dzięki nim uczestnik szkolenia zanurza się w dane sytuacje, lepiej przyswaja wiedzę i ćwiczy swoje umiejętności. Uczestnicy szkoleń mogli się nauczyć: jak zadbać o bezpieczeństwo na miejscu zdarzenia; kiedy i w jaki sposób wezwać pomoc; jak poprawnie przeprowadzić resuscytację krążeniowo-oddechową; jak stosować automatyczny defibrylator zewnętrzny w RKO.

7000

Programy mentoringowe wdrażane w firmie **Rödl & Partner** mają na celu wspieranie rozwoju zarządzających w nowej roli, przyspieszenie ścieżki kariery poprzez przekazywanie wiedzy i umiejętności niezbędnych do efektywnego budowania biznesu i działania w branży. Kształtowaniu podlegają nie tylko kompetencje biznesowe, ale także umiejętności zarządzania ludźmi, efektywnością i własnym dobrostanem. Program jest przygotowany z zachowaniem międzynarodowych standardów planowania i wdrażania programów mentoringowych. Uczestnicy mają zapewnione szkolenia i wsparcie organizatorów oraz superwizora.

533

Rödl & Partner wprowadził **cykl rozmów rozwojowych**, podczas których przełożeni ustalają z pracownikami cele biznesowe i rozwojowe. Cykl składa się ze spotkania rocznego i połówkowego. Między tymi dwoma kluczowymi terminami pracownicy wraz ze swoimi przełożonymi pracują nad planem rozwojowym, który ma wesprzeć realizację celów w ciągu całego roku (element dodatkowy). W 2021 r. formularz rozmów rozwojowych został poszerzony o ocenę zestawu kompetencji przypisanych do poszczególnych poziomów stanowisk.

533

W 2021 r. **Santander Leasing** zrealizowała drugą edycję **Influencerzy Leasingu – Programu Rozwojowego dla Pracowników Spółki** (sześć kluczowych kompetencji wśród pracowników, którzy zakwalifikowali się do programu w drodze konkursu). Program pozwalał rozwijać: innowacyjność i kreatywność w biznesie; zwinne, ciągłe uczenie się – świadomy rozwój własnej kariery; biegłość w środowisku cyfrowym; świadomość społecznej odpowiedzialności biznesu; osobiste zaangażowanie; empatia, autentyczność i spójność.

700

Cykl webinarów z zakresu pierwszej pomocy zaplanowany dla pracowników **Skanska** na 2021 i 2022 r. prowadzony jest przez ratowniczkę medyczną. Zagadnienia pierwszej pomocy dotyczą zarówno pracy zawodowej, jak i życia prywatnego i obejmują: zawał serca i udar mózgu, przygotowanie do incydentów podczas ferii zimowych i wypoczynku letniego nad

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

jeziorem i w górach, udzielanie pomocy na drodze, aspekty psychologiczne podczas udzielania pomocy poszkodowanemu, w tym dzieciom. Spotkania przygotowane i realizowane są w podejściu praktycznym – jak konkretnie pomóc poszkodowanemu.

1200

Rozwój pracowników w **Sopockim Towarzystwie Ubezpieczeń ERGO Hestia** wspierają **Bootcampy**, czyli intensywne kursy, które pozwalają wyselekcjonowanej grupie pracowników nabyć umiejętności niezbędne do pracy w zupełnie nowym obszarze. Bootcampy prowadzone są pod opieką ekspertów zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych i są źródłem potężnej dawki praktycznej wiedzy, wzajemnych dyskusji, a przede wszystkim możliwością zmiany zakresu swoich obowiązków bez konieczności zmiany pracodawcy.

2800

Aby zwiększyć świadomość pracowników **SumiRiko Poland** na temat 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju, firma przygotowała kampanię **Zostań Agentem 0017 (Cele Zrównoważonego Rozwoju)**. Drogą mailową wysyłany jest do pracowników newsletter informujący o Celach Zrównoważonego Rozwoju; opisywane są poszczególne cele, podawane są ciekawostki i fakty o sytuacji na świecie oraz praktyczne przykłady, jak każda osoba może przyczynić się do realizacji poszczególnych celów. W newsletterach promowane są firmowe akcje i kampanie związane z Celami Zrównoważonego Rozwoju oraz ogólnoświatowe kampanie na rzecz SDG.

1400

SumiRiko Poland przygotowało kieszonkową wersję **Kodeksu Postępowania**, w której oprócz zasad prowadzenia działalności, filozofii zarządzania Grupy, Regulaminu Postępowania Etycznego zawarte są praktyczne przykłady. Kodeks pracownicy otrzymali podczas szkolenia. Aby łatwiej można było zrozumieć podawane treści, szkolenie wsparte jest potencjalnymi przykładami z pracy. Słuchacze mobilizowani są do typowania zachowań w niezgodnej z „Kodeksem Postępowania" sytuacji. Po przeczytaniu kieszonkowej wersji dokumentu pracownicy przekazują do Działu Administracji podpisane deklaracje znajomości i przestrzegania zasad kodeksu.

1400

W 2021 r. sekcja HR/PR **Vantage Development** przygotowała pierwszą edycję **Akademii Umiejętności Vantage**. Co tydzień, w godzinach pracy, pracownicy prowadzili szkolenia online. Rekrutacja wewnętrznych trenerów odbywała się na zasadzie dobrowolnych zgłoszeń. Uczestnicy zapisywali się w ramach dostępnego limitu za pomocą intranetu. Szkolenia obejmowały m.in.: Excel na dwóch poziomach trudności; przygotowywanie prezentacji; proces budowlany; wewnętrzny system rozliczania kosztów spółki. Każde szkolenie (teoria i praktyka) trwało dwie godziny. „Akademia Umiejętności Vantage" będzie realizowana dwa razy w roku.

170

W październiku 2020 r. ofertę szkoleniową **VGL Solid Group** wzbogacił program rozwojowy prowadzony przez dwoje certyfikowanych coachów. **Coaching** ma za zadanie pomóc pracownikom w osiągnięciu wcześniej zdefiniowanych celów z wybranego obszaru. Coach prowadzi pracowników do znalezienia własnych rozwiązań w procesie zmian na drodze ich rozwoju osobistego i zawodowego, aktywując jednocześnie pełen potencjał pracownika. Projekt jest ogólnodostępny i bezpłatny dla wszystkich pracowników firmy.

750

Akademia Lidera to autorski program rozwojowy dla menedżerów **VGL Solid Group**. Jest to półroczny program szkoleniowy, w którym biorą udział wszyscy liderzy zespołów, a poprzedza go „Ocena 360°". Tematy warsztatów dotyczą dziewięciu obszarów (komunikacja, świadomość osobista, budowanie relacji, delegowanie zadań, przywództwo, motywowanie, rozwijanie pracowników, zarządzanie zmianą oraz prawne aspekty pracy menedżera). Celem projektu jest podnoszenie wiedzy w kluczowych kompetencjach przekładających się na współpracę z członkami zespołów i odpowiednie podejście do pracowników.

750

Cykl sześciomiesięcznego **edukacyjnego** kursu **Pigułka wiedzy** był realizowany z myślą o podnoszeniu kompetencji pracowników biura obsługi klienta **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków**. Do „Pigułki wiedzy" jako trenerzy zapraszani byli przedstawiciele różnych działów, zwłaszcza związanych z produkcją, dzięki czemu pracownicy biura obsługi klienta zapoznawali się z zagadnieniami z obszarów: druku, technologii, zarządzania jakością, certyfikacji i ekologii oraz ochrony danych osobowych.

1200

WOLONTARIAT PRACOWNICZY

3M Impact to **program wolontariatu kompetencyjnego** dla pracowników **3M Poland** realizowany od 2021 r. Wolontariusze współpracowali z czterema organizacjami pozarządowymi we Wrocławiu: Stowarzyszeniem Kultura Równości, Nomadą – Stowarzyszeniem na rzecz Integracji Społeczeństwa Wielokulturowego, Fundacją Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci oraz Fundacją OnWater. Wolontariusze – w porozumieniu z przedstawicielami NGO – przeprowadzili analizę potrzeb organizacji, określili i zrealizowali cele projektów. Opracowali strategie działań organizacji i stworzyli projekty rozwojowe.

4000

Wolontariat pracowniczy angażuje pracowników firmy **ANWIL** w działania na rzecz lokalnej społeczności. Inicjatywy są zgłaszane i realizowane przez pracowników w ramach „ANWIL pomaga". Organizowane są zbiórki dla placówek opiekuńczo-wychowawczych, schronisk dla zwierząt, zajęcia rekreacyjno-animacyjne dla dzieci ze świetlic środowiskowych, prace remontowo-porządkowe. Z pracownikami angażują się ich rodziny. Do takich akcji należy przygotowany z okazji Dnia Dziecka i Dnia Chemika projekt „Chemicy Dzieciom", który łączy sport z działalnością charytatywną. W 2021 r. na 55-lecie firmy, pracownicy posadzili 55 dębów.

1300

W 2021 r. **Aquanet** nieco ograniczył aktywność wolontariacką ze względu na pandemię. Niemniej pracownicy w ramach **wolontariatu pracowniczego** przepracowali na rzecz organizacji pozarządowych 117 godzin, złożyli trzy wnioski grantowe na sumę 15 tys. zł. Uczestniczyli w regularnych akcjach, jak gotowanie dla ludzi w kryzysie bezdomności, w której biorą udział już od czterech lat. Włączyli się też w akcję Sprzątanie Świata, zbiórki rzeczowe czy charytatywną akcję zbierania kilometrów.

860

Dostęp do żywności, zaangażowanie społeczne, różnorodność i akceptacja, zdrowe odżywianie, ochrona środowiska to niektóre wyzwania naszych czasów. **Otwarci na dobro** jest inicjatywą **Auchan Retail Polska** angażującą pracowników do wolontariatu pracowniczego. W jej ramach na przełomie września i października 2021 r. we wszystkich sklepach Auchan odbyły się zbiórki żywności na rzecz lokalnego partnera; pomoc w zbiórce zapewniali przede wszystkim wolontariusze-pracownicy Auchan. Jednocześnie trwały lokalne akcje edukacyjne promujące zdrowe odżywiania oraz zalety zdrowej, dobrej i lokalnej żywności.

19000

W 2021 r. **Bank Gospodarstwa Krajowego** zrealizował dwie ekoakcje pod wspólnym hasłem **„Angażujemy się! Zielony wolontariat"**. Wzięło w nich udział prawie 50 pracowników. W październiku posadzono prawie 2 tys. drzew przy współpracy z jednym z podwarszawskich nadleśnictw, a w listopadzie wolontariusze zebrali 50 worków śmieci na terenach leśnych. Są to inicjatywy na rzecz natury: firma stara się zrównoważyć niszczycielską działalność człowieka. Dzięki takim przedsięwzięciom rośnie świadomość pracowników w zakresie ochrony środowiska naturalnego.

1893

Program **Wolontariat jest super!** w **Banku Gospodarstwa Krajowego** jest jednym z elementów wolontariatu pracowniczego. Dzięki akcjom pracownicy pomagają w różnych instytucjach (domy dziecka, hospicja, szkoły, DPS-y, ośrodki wychowawcze). Wolontariusze rozpoznają potrzebę i współpracując, organizują działania na rzecz placówki. Wspólne akcje służą podopiecznym oraz integrują i inspirują pracowników. Działania te wzmacniają więź pracowników z organizacją, zwiększają świadomość znaczenia zaangażowania społecznego. Zdecydowanie przyczyniają się do budowania pozytywnego wizerunku organizacji.

1893

Program Wolontariatu Pracowniczego **Banku Handlowego w Warszawie działającego pod marką Citi Handlowy** funkcjonuje od 2005 r. Pracownicy zaangażowali się ponad 33 tys. razy, docierając do ponad 382 tys. osób. W Polsce przedsięwzięcia koordynuje Fundacja Citi Handlowy. Największym projektem jest **Światowy Dzień Citi dla Społeczności**, w ramach którego prowadzone są szkolenia, pomoc otrzymują schroniska oraz seniorzy, wspierani są młodzi ludzie w założeniu biznesu. Pracownicy zaangażowali się także w wolontariat sportowy połączony z charytatywną darowizną: 400 wolontariuszy pokonało 47 tys. km na rzecz dzieci niedowidzących.

3700

Inicjatywa Zostań Asystentem Świętego Mikołaja jest częścią **Programu Wolontariatu Pracowniczego Banku Handlowego w Warszawie działającego pod marką Citi Handlowy**. W jej ramach pracownicy zbierają rzeczy, a następnie pakują i paczki dostarczają do domów pomocy społecznej, domów seniora, domów dziecka i świetlic środowiskowych. Koordynatorem akcji i Programu Wolontariatu Pracowniczego Citi jest Fundacja Citi Handlowy.

3700

W wolontariat pracowniczy na rzecz edukacji seniorów zrzeszonych w klubach seniora Polskiego Czerwonego Krzyża włącza się **Bank Pekao**. Od 2018 r. PCK prowadzi projekt **SeniorON**, którego celem jest poprawa jakości życia seniorów i przygotowanie ich do godnego starzenia się poprzez aktywność społeczną. W trzech edycjach udział wzięło 1945 seniorów, zrealizowano 96 warsztatów, a 36 poprowadzili wolontariusze z Banku Pekao. W trakcie spotkań seniorzy uczyli się bankowości internetowej oraz cyberbezpieczeństwa. Odbyły się warsztaty rozwijające pasje (np. cukiernicze, florystyczne, ogrodnicze) i zajęcia sportowe.

12483

W wolontariat na rzecz lokalnych społeczności angażują się pracownicy **Banku Pekao**. W roli liderów wolontariatu w ramach **Konkursu grantowego „Jesteśmy blisko"** zgłasza-

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

ją pomysł na pomaganie, wskazują beneficjenta i określają budżet inicjatywy. Komisja konkursowa wybiera pomysły nagrodzone grantem z Fundacji Banku Pekao S.A. im. dr. Mariana Kantona. W 2021 r. zrealizowano 86 inicjatyw. Beneficjentami konkursu są członkowie organizacji przyjmujących pomoc, podopieczni placówek opiekuńczych i edukacyjnych, uczestnicy warsztatów i zajęć, członkowie klubów sportowych.

12483

Budimex od 2015 r. prowadzi program wolontariatu pracowniczego skierowany do pracowników firmy. Corocznie organizowane są cztery edycje programu. Każda osoba zatrudniona może zgłosić projekt, który ma na celu wsparcie społeczności lokalnych w tych regionach, gdzie firma prowadzi swoje kontrakty. W 2021 r. w ramach ekograntu na wolontariat pracownicy mogli zgłaszać również projekty w zakresie ochrony środowiska naturalnego. Pomysły na akcje wolontariatu co kwartał ocenia Komitet CSR, który decyduje o przyznaniu **grantu na wolontariat**.

8000

Od 2012 r. **Budimex** prowadzi program społeczny **Strefa Rodzica. Budimex Dzieciom**, którego głównym celem jest stworzenie rodzicom chorych dzieci komfortowych warunków do przebywania ze swoimi pociechami w szpitalu, a tym samym poprawa samopoczucia dzieci i ułatwienie im szybszego powrotu do zdrowia. W ramach projektu na oddziałach dziecięcych wydzielane są specjalne strefy dla rodziców. „Strefa Rodzica" to również zaangażowanie pracowników firmy Budimex, którzy w ramach wolontariatu włączają się w urządzenie wyremontowanych pomieszczeń – pomagają w montażu i ustawianiu mebli, wykonują drobne prace wykończeniowe.

8000

W ramach **Programu Grantowego „Inwestujemy w dobre pomysły"** pracownicy **Capgemini Polska** otrzymują dofinansowanie w kwocie do 30 tys. zł na zgłoszone projekty. Beneficjentami projektów jest społeczność lokalna i ogólnopolska. Projekty muszą angażować wolontariuszy, aktywizować społeczność, partnerów firmy czy inne organizacje, mieć cel społeczny, plan działania i budżet. Wśród celów programu są: zmniejszanie nierówności, rozwiązywanie problemów społeczności lokalnych, nawiązywanie współpracy z organizacjami, rozwijanie umiejętności pracowników w zakresie planowania, zarządzania projektami.

10000

Duże zaangażowanie społeczne pracowników firmy **Castorama Polska** zainspirowało spółkę do wprowadzenia rozwiązań systemowych z zakresu **wolontariatu pracowniczego** – w ciągu roku pracownicy mogą wykorzystać 24 godziny na wolontariat w ramach Fundacji Castorama, ale także na rzecz pomocy innym podmiotom. Dodatkowo powołany został Krajowy Koordynator ds. Wolontariatu, który pomaga pracownikom w realizacji projektów.

13000

Credit Suisse Poland oferuje pracownikom możliwość wykorzystania czterech pełnopłatnych dni w roku na wolontariat. Pracownicy mogą podzielić się wiedzą i doświadczeniem w ramach tzw. **pracowniczego wolontariatu kompetencyjnego**. Wolontariusze prowadzili zajęcia dla młodzieży, byli mentorami dla młodych matek wracających na rynek pracy, przeprowadzali treningi dla pracowników fundacji. Wykonywali projekty wspierające fundacje (projekty marketingowe i design, analiza danych). Została stworzona platforma „Skills X Change" do zamieszczania swoich projektów i zapotrzebowań na konkretne umiejętności.

5000

Zielony Tydzień rozpoczął się wizytą przedstawicieli **DCT Gdańsk** w lokalnej szkole podstawowej, gdzie prezes firmy przekazał 10 tys. zł na budowę zielonego ogrodu. Zielony Tydzień został zorganizowany tak, by każdy dzień miał inny motyw przewodni. Pracowników firmy zachęcano do przyjeżdżania do pracy rowerem. Każdy, kto wybrał tego dnia rower, otrzymał voucher na darmowe śniadanie. Sprzedawane były tzw. nerki, wykonane z surowców wtórnych. Pieniądze ze sprzedaży zostały przeznaczone na cele Pomorskiego Ośrodka Rehabilitacji Dzikich Zwierząt Ostoja. Imprezę podsumowała akcja sprzątania lasów i plaży.

2000

W akcji **Bombka Marzeń** pracownicy spółki **Ekoenergetyka Polska** spełniają marzenia podopiecznych Pogotowia Opiekuńczego i Domu Samotnej Matki w Zielonej Górze. Co roku przed świętami Bożego Narodzenia firmowe choinki ubierane są w specjalne bombki, w których zamknięte są marzenia dzieci z instytucji pomocowych. Pracownicy ściągają bombkę z choinki i realizują zawarte w niej marzenie. Akcja powołana została do życia przez dyrektor HR, a w tym roku miała już czwartą odsłonę. Od pierwszej edycji wiadomo było, że to, co liczy się w niej najbardziej, to uśmiech i radość maluchów.

450

Emitel wspiera **rozwój pracowników poprzez pomaganie** innym, promocję postaw obywatelskich, promocję wydarzeń naukowych i kulturalnych. Pracownicy angażują się m.in. w **Świąteczną Aukcję Emitel**. W utworzonym serwisie aukcyjnym wystawiają przedmioty lub produkty i je licytują. Dochód przeznaczany jest na cel charytatywny. Zarząd firmy wpłaca równowartość zebranej kwoty. Firma Emitel została partnerem Olimpiady „Zwolnieni z Teorii". Zadaniem uczestników jest wymyślenie i zrealizowanie projektu, który rozwiąże lokalny problem społeczny. Wolontariusze z firmy Emitel służą pomocą, dzieląc się swoim doświadczeniem.

450

Realizując globalną strategii CSR, **EY Polska** przeprowadził **Connectival – wirtualny festiwal wolontariatu EY GDS**, w ramach którego pracownicy firmy uczestniczyli w 12 inicjatywach z zakresu: walki z COVID (dwie inicjatywy dla pacjentów w szpitalach; wolontariusze otrzymali materiały do uszycia poduszek dla pacjentów po mastektomii lub zestaw do wykonania rysunku dla hospitalizowanych dzieci); zrównoważonego rozwoju (sześć webinarów na temat ekologii, recyklingu, smogu oraz oszczędzania naturalnych zasobów); wspierania następnych pokoleń (czworo zajęć warsztatowych dla szkół z udziałem grupy wolontariuszy z EY GDS).

5000

W ramach **programu „Formy – Fabryka Inicjatyw"** pracownicy **Fabryki Mebli „FORTE"** mogą zgłaszać działania i starać się o budżet na ich realizację. Projekty powinny być związane z promocją edukacji, zdrowia, sportu, z wyrównywaniem szans lub ochroną środowiska. Jednym z warunków uczestnictwa jest zebranie pracowników do realizacji projektu. Zgłaszane inicjatywy wybierane są przez Komisję Programu. Główne kryteria wyboru to przygotowanie merytoryczne, wkład pracy własnej i zaangażowanie wolontariuszy. Ważne, aby przedsięwzięcia były związane z wartościami „FORTE": wrażliwość, odpowiedzialność, rozwój i współpraca.

3500

W 2021 r. po dwuletniej przerwie **Górażdże Cement** wznowiło **Program Wolontariatu Pracowniczego „Aktywni i Pomocni"**. Jego celem jest wspieranie zaangażowania społecznego pracowników Górażdże poprzez realizację własnych pomysłów. W 2021 r. udzielono wsparcia 23 projektom zgłoszonym przez pracowników; 15 z nich wiąże się z poprawą lokalnej infrastruktury. Dofinansowanie przyznane przez Fundację GÓRAŻDŻE – Aktywni w Regionie wolontariusze przeznaczyli na modernizacje i prace remontowe na terenach szkół, przedszkoli, obiektów sportowych, świetlic i placów wiejskich.

1300

Pracownicy **GPEC** zgłaszają projekty wsparcia lokalnych społeczności, w otoczeniu których firma pracuje. GPEC wspiera zaangażowanie pracowników (od przyznawania corocznego budżetu, poprzez m.in. dawanie czasu na realizację, do wsparcia projektowego, narzędziowego czy logistycznego). W ramach działań **wolontariatu pracowniczego** wykonują oni prace na rzecz domów dziecka, szpitali, hospicjów, szkół specjalnych, schronisk dla zwierząt czy środowiska naturalnego. W 2021 r. pracownicy wsparli m.in. akcję Uśmiech Dziecka (upominki dla podopiecznych hospicjum z okazji Dnia Dziecka) oraz inicjatywę związaną ze świątecznymi podarunkami dla dzieci z Domu Dziecka Nad Jarem w Gdańsku.

460

Potęga poMocy to program grantowy, w ramach którego pracownicy **Grupy Enea** wspierają potrzebujących bądź realizują inicjatywy ważne dla nich lub lokalnej społeczności. Fundacja Enea w ramach programu wspiera zgłoszone projekty grantami od 3 tys. do 4 tys. zł. Środki te mogą zostać przekazane placówkom non profit (fundacjom, stowarzyszeniom, szkołom czy przedszkolom itd.), z którymi pracownik chciałby zrealizować projekt. Inicjatywa jest przykładem działań oddolnych wolontariatu pracowniczego.

17480

Kultywując wartości **Grupy Schiever w Polsce** (szacunek, energia i niezależność) oraz po to by dzielić się nimi w szczytnym celu z lokalnymi społecznościami potrzebującymi wsparcia, Grupa Schiever w Polsce zrealizowała po raz kolejny w 2021 r. projekt **Wolontariatu Pracowniczego „DobroCzynni"**. Pracownicy Grupy chętnie angażują się w udzielanie pomocy tym, którzy jej potrzebują najbardziej nawet w trakcie pandemii. Dlatego też część projektów, których nie udało się zrealizować w 2020 r., przełożono na rok 2021. Była to już czwarta edycja, w której DobroCzynni pokazali, że mają wielkie serca.

1200

Make an Impact on Tomorrow **(MIT)** to **program wolontariatu pracowniczego** w firmie **Henkel Polska**, którego celem jest pomoc w rozwiązywaniu problemów lokalnych społeczności. Każdy obecny lub emerytowany pracownik firmy może zgłosić projekt o charakterze edukacyjnym, prozdrowotnym, kulturalnym lub proekologicznym i uzyskać od firmy pomoc w jego realizacji w formie wsparcia finansowego bądź rzeczowego. Firma pomaga również pracownikom wygospodarować czas na działania kierowane na rzecz potrzebujących, udzielając im dodatkowego płatnego urlopu.

500

Budujemy lepszą przyszłość – Hilti Poland wraz z Fundacją Habitat for Humanity Poland w ramach projektu „Budujemy Dobro" firma **Hilti Poland**, wraz z Fundacją Habitat for Humanity, zdecydowała się wyremontować mieszkanie matki samotnie wychowującej niepełnosprawnego syna. Ponadto firmy przekazały darowizny pokrywające koszty remontu. Prezes Hilti Poland osobiście wziął udział w pracach, aby promować niesienie pomocy.

550

Holding 1 realizuje program wolontariatu pracowniczego **Pozytywnie zaangażowani** od 2017 r. Celem programu jest wspieranie zaangażowania pracowników w działania społeczne. W ramach przedsięwzięcia każdy pracownik może ubiegać się o wsparcie finansowe do 5 tys. zł. Ważne, aby starający się

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

o środki był bezpośrednio zaangażowany w zaproponowaną przez siebie inicjatywę. W 2021 r. zrealizowanych zostało dziewięć akcji. Ich zakres był różnorodny: wsparcie szkół wiejskich, segregacja śmieci w małej miejscowości, a także organizacja konkursu fotograficznego upamiętniającego historię jednego z miast.

1578

W ramach niesienia pomocy niepełnosprawnym wolontariat pracowniczy **KGHM Polska Miedź** zaangażował się w akcję **Spełniamy marzenia dzieci**, której towarzyszyło hasło „Zdobywamy szczyty, spełniamy marzenia. Dzięki inicjatywie udało się pomóc dwójce dzieci z niepełnosprawnościami zdobyć Śnieżkę.

18500

W ramach działań proekologicznych związanych z ochroną środowiska **KGHM Polska Miedź** organizuje cykliczną akcję **wolontariatu pracowniczego „Wyprowadź śmieci z lasu"**. Pracownicy spółki biorą odpowiedzialność za przyrodę, edukację ekologiczną dzieci i naszą planetę. Podczas wspólnych wyjazdów do Jakuszyc porządkowane są trasy Biegu Piastów. Obok siebie, z workami na śmieci, podążają dyrektorzy, kierownicy i szeregowi pracownicy produkcyjni. Akcja organizowana we współpracy z Lasami Państwowymi i stowarzyszeniem Bieg Piastów promuje wolontariat rodzinny.

18500

W 2021 r. firma **KUKE** wdrożyła nowy program **wolontariatu pracowniczego**, który jest częścią strategii związanej z CSR. W ramach wolontariatu KUKE wspiera działalność charytatywną. Pracownicy-wolontariusze, wykorzystując swoje zdolności, pracują na rzecz potrzebujących, firma wspiera takie inicjatywy oraz pomaga finansowo i organizacyjnie. Do beneficjentów należą powstańcy warszawscy, dzieci z niepełnosprawnościami i ich rodziny, seniorzy z Domu Pomocy Społecznej Pracownika Oświaty w Warszawie, uczestnicy Biegu Niepodległości 2021 oraz lokalna społeczność korzystająca z obszarów leśnych Jabłonna.

200

Od 2012 r. w **Leroy Merlin Polska** działa Fundacja Leroy Merlin, która dwa razy w roku ogłasza edycje **programu grantowego**. Pracownicy ze sklepów i centrali zgłaszają projekty grantowe, wspierając lokalne społeczności. Projekty muszą dotyczyć remontów pomieszczeń w ośrodkach użyteczności publicznej, jak szkoły, przedszkola, domy spokojnej starości, szpitale, MOPS-y. Grant powiązany jest z pomocą wolontariuszy, którzy wykonują prace remontowe, angażując do tego lokalną społeczność (pracownicy beneficjenta, rodzice dzieci ze szkół i przedszkoli, własne rodziny wolontariuszy).

12000

Citizen Day 2021 to doroczny dzień zaangażowania pracowników **L'Oréal Polska** na rzecz organizacji non profit i ich beneficjentów. W 2021 r. wolontariusze wsparli akcję krwiodawstwa; zorganizowali zabiegi pielęgnacyjne dla pacjentów zakładu opiekuńczo-leczniczego; przeprowadzili warsztaty urody dla podopiecznych Centrum Praw Kobiet oraz pacjentek onkologicznych z fundacją Piękniejsze Życie; zakupili trzy rowery dla fundacji Anioły Serc; uczestniczyli w akcji Sprzątania Świata w ramach programu Czysta Polska oraz oczyścili teren nad Wisłą, gdzie zebrali 3 tys. litrów śmieci.

1150

LPP aktywnie angażuje się w działania przynoszące wymierne korzyści społeczne i zachęca do tego swoich pracowników. W ramach wolontariatu pracowniczego mogą oni inicjować własne akcje lub włączać się w przedsięwzięcia organizowane przez firmę. **WolontWariaci** to grupa pracowników działająca przede wszystkim na rzecz społeczności lokalnych, potrzebujących i środowiska w skali lokalnej. LPP wspiera ich projekty skierowane do grup zagrożonych wykluczeniem. Firma aktywnie wspomaga także oddolne inicjatywy, dofinansowując wybrane projekty społeczne zgłaszane przez pracowników w ramach programu Minigrantów.

27000

W jednym z łęczyńskich lasów przedsiębiorstwo **Lubelski Węgiel Bogdanka** zorganizowało akcję ekologiczną **Myślę, więc nie śmiecę** dla pracowników i ich dzieci. Pierwsza część była pomyślana jako edukująca w zakresie selektywnej zbiórki odpadów i recyklingu. Po sprzątaniu i odbiorze worków z odpadami odbyły się zajęcia dla dzieci z zakresu zero waste oraz warsztaty ekologiczne, poprowadzone przez Rezerwat Dzikich Dzieci w Lublinie. Królowały zabawy w duchu upcyklingu, recyklingu oraz wartości dbania o środowisko. Efektem warsztatów była ekologiczna „kuchnia błotna" jako element placu zabaw do zabawy dla najmłodszych.

4761

Zarząd **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego** stara się integrować swoich pracowników. W tym roku w ramach wspólnej pracy podjęli się oni działań w ramach **wolontariatu pracowniczego Ratujmy Pustynię Błędowską** i konkretnych prac w terenie, które należy zrealizować. Wspólna realizacja działania zbliżyła ich, pozwoliła na swobodną wymianę myśli i radość z wykonanego zadania. Realizacja szczytnego celu dała im poczucie udziału w słusznej sprawie i podniosła skuteczność pracy. Po działaniu pracownicy niemal jednomyślnie ocenili, że było to jedno z najlepszych wydarzeń integracyjnych w MARR.

186

W 2021 r. pracownicy firmy **Mars Polska** zrealizowali razem z Fundacją Pro NGO projekt **WiedzoDzielnia**: przeprowadzili 13 darmowych szkoleń z tematyki biznesu, prezentując m.in. trendy i nowoczesne metody zarządzania projektami. Warsztaty były okazją do podniesienia kompetencji pracowni-

ków organizacji pozarządowych, zdobycia nowych umiejętności oraz rozwoju działalności. Duży nacisk został położony na zdobywanie wiedzy niezbędnej do efektywnego nawiązywania współpracy z biznesem.

3000

Fundacja K.I.D.S. łączy know-how korporacji z innowacyjnością start-upów i wolontariatem pracowniczym **Nationale-Nederlanden**, aby tworzyć szpitale przyszłości. Celem jest wprowadzanie rozwiązań, które zwiększą komfort pracy personelu medycznego, zredukują stres u pacjentów i przyspieszą procedury. Projekt „Wirtualna rzeczywistość lekarstwem na ból i lęk" wprowadza technologię VR, która przenosi dzieci na czas wkłucia dożylnego do wirtualnego świata. Rozwiązanie ma pomóc odciągnąć myśli od zabiegu.

839

Tydzień Wolontariatu powstał z myślą o aktywizacji pracowników **Nationale-Nederlanden** oraz wsparciu społeczności lokalnej. Pracownicy mogli przeznaczyć na akcje społeczne osiem godzin pracy. Tydzień Wolontariatu polega na realizowaniu projektów charytatywnych i niesieniu pomocy tam, gdzie jest potrzebna. W 2021 r. Nationale-Nederlanden zorganizowało warsztaty i zajęcia dla seniorów, sprzątanie brzegu Wisły i pomoc dla zwierząt ze schronisk. Główną grupą, do której skierowana była większość działań, stanowili seniorzy, którzy często ze względu na pandemię i obostrzenia nie wychodzili z domu.

839

Pracownicy **Nationale-Nederlanden** mają możliwość zaangażowania się w **wolontariat pracowniczy**. Od kilku lat ubezpieczyciel zachęca ich do zgłaszania projektów, na których realizację zdobywają granty. W ten sposób każda osoba może wybrać ważną dla siebie aktywność i ma szansę ją zrealizować. Co roku finansowe wsparcie na realizację dostaje kilkanaście takich inicjatyw. W 2021 r. dzięki inicjatywie pracowników udało się m.in. stworzyć bezpieczny plac zabaw w placówce opiekuńczo-wychowawczej, wesprzeć organizację Spartakiady dla dzieci poruszających się na wózkach czy zorganizować turniej piłkarski.

839

Firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** przeprowadziła zbiórkę odzieży we współpracy z PCK. Zbiórka została połączona z czterotygodniową kampanią edukacyjną dla pracowników **Charytatywna jesień – Odpowiedzialna moda – dla ludzi i środowiska**. Kampania obejmowała cztery obszary: odpowiedzialne pomaganie; kontenery i fundacje (jak weryfikować legalność zbiórek); fast fashion i slow fashion; wpływ ubrań na środowisko (wpływ przemysłu odzieżowego na środowisko, zasoby wodne i oceany; jak rozróżniać materiały i wybierać certyfikowane ubrania).

60

Program jest adresowany do wszystkich pracowników **PKP Energetyka**. Każdy pracownik może zgłosić do finansowania projekt, który będzie realizowany w ramach **Programu grantowego Grupy Kapitałowej PKP Energetyka „Grantspołeczni"**, we współpracy z partnerem instytucjonalnym, np. szkołą, przedszkolem. Zgłaszane pomysły muszą ograniczać negatywny lub maksymalizować pozytywny wpływ na klimat i środowisko naturalne, powinny one też być zgodne z wartościami PKP Energetyka oraz przyjętą Strategią Biznesową i Strategią Zrównoważonego Rozwoju. Wysokość jednego grantu wynosi maksymalnie 3 tys. zł.

4200

Polski Fundusz Rozwoju w ramach Fundacji PFR zrealizował **Program wolontariatu pracowniczego**. W 2021 r. obejmował on Projekt „Wolontariusze na Start", czyli składanie projektów, na których realizację otrzymano granty do 4 tys. zł. pracownicy sadzili drzewa, prowadzili w szkołach lekcje na temat cyberbezpieczeństwa. Wolontariat umożliwił warsztaty edukacyjne i rekreacyjne w gdańskim domu dziecka, mentoring w ramach projektu „SamoDZIELNI". Fundacja zrealizowała akcję „Aktywny Wolontariat". Wzięło w niej udział 130 wolontariuszy, którzy biegając i jeżdżąc na rowerze, gromadzili pieniądze na rzecz hospicjów.

220

Jesienna akcja **SadziMY Drzewa**, w której wzięli udział wolontariusze i Zarząd **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa**, angażowała uczestników w działania proekologiczne. Sadzenie drzew i ich umiejętne dosadzanie umożliwia wychwycenie większej ilości dwutlenku węgla z atmosfery. Wolontariusze PGNiG wzięli też udział w akcji **SprzątaMy Lasy** w Nadleśnictwie Drewnica. Celem było posprzątanie lasu i wsparcie jego bioróżnorodności, co jest ważne dla roślin i zwierząt. Akcja Sprzątanie Świata odbyła się również w zielonogórskim oddziale, gdzie zebrano kilkanaście worków śmieci.

24780

Provident Polska realizuje program wolontariatu pracowniczego **Tak! Pomagam**. Wolontariusze zgłaszają projekty wolontariackie ze względu na charakter swojej pracy – są blisko społeczności lokalnych i wiedzą, komu i jak pomóc. Projekty są oceniane przez Radę Programową i najlepsze z nich otrzymują grant na realizację. Na pomaganie firma przeznaczyła ponad 2 mln zł. W Grupie IPF od kilku lat maj

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

jest miesiącem wolontariatu. Oprócz tego firma zorganizowała w maju wykład prof. Aldony Glińskiej-Neweś z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, która naukowo bada różne aspekty wolontariatu.

1800

Z okazji 30-lecia **PwC** w Polsce firma zrealizowała **Program grantowy wolontariatu pracowniczego** o nazwie **Social Impact**. Pracownicy PwC zgłaszali pomysły na projekty wolontariatu, które następnie poddano głosowaniu. Program wyróżnia pięć obszarów, które są związane ze strategicznymi kierunkami CSR w PwC: edukacja, wspieranie organizacji pozarządowych, ekonomia społeczna, niepełnosprawność i ekologia. W ramach Programu Social Impact pracownicy PwC zrealizowali 24 projekty, m.in. Finanse dla Młodych, Inter Akcja, Bajkoterapia i Audiobooki z przesłaniem, Oswajamy Okres, PwC4Kids.

6000

Psy trafiające do schronisk nie zawsze znajdują nowy dom. Jednak niezależnie od tego, potrzebują częstych spacerów. Pracownicy **Refinitiv Poland** przysługujące im dodatkowe dni na wolontariat mogą wykorzystać np. na współpracę ze schroniskami OTOZ ANIMALS Schronisko dla Bezdomnych Zwierząt „Ciapkowo" w Gdyni lub OTOZ ANIMALS Schronisko dla Bezdomnych Zwierząt w Dąbrówce k. Wejherowa.Wolontariusze spędzają cały dzień na **spacerach z psami**. Tereny wokół schronisk sprzyjają pieszym wycieczkom, jest to więc duża przyjemność zarówno dla podopiecznych schroniska, jak i dla pracowników.

1002

Yoda Program adresowany jest do dzieci ze Szkoły Podstawowej nr 26 w Gdyni, z którą współpracuje **Refinitiv Poland**. Do udziału w projekcie zaproszono dzieci, które potrzebują pomocy w nauce i które jednocześnie nie mogą pozwolić sobie na płatne korepetycje. Za wybór uczestników programu odpowiedzialna jest dyrekcja szkoły, która zna potrzeby swoich podopiecznych. Spotkania z wolontariuszami odbywają się zdalnie. W ramach indywidualnych lekcji pracownicy charytatywnie skupiają się na pomocy przy odrabianiu prac domowych lub też wyjaśniają trudny dla nich materiał.

1002

Program **Give Together** przeprowadzono w 2021 r. jako zbiór akcji wolontariatu o charakterze foundrisingowym oraz dobroczynnym, podczas których pracownicy **Sabre Polska** pracowali na rzecz organizacji charytatywnych bądź środowiskowych – dochód z akcji przekazano właśnie tym instytucjom. Co roku główny koordynator nagłaśnia inicjatywę i zbiera pomysły na akcje. Każdy z pracowników może wziąć udział w rozmaitych aukcjach, warsztatach i szkoleniach. W 2021 r. odbyły się dwie edycje „Give Together". Pierwsza opierała się na zbiórce funduszy, druga na działaniach dla lokalnych społeczności.

1380

SimCorp zdecydował się na nietypową akcję wspomagającą budowanie relacji wśród menedżerów. Firma ufundowała **plac zabaw dla dzieci z ośrodka Towarzystwa Przyjaciół Dzieci Praga-Południe** oraz aktywnie włączyła się w budowanie nowego miejsca zabaw; 16 pracowników SimCorp spędziło popołudnie, malując i skręcając elementy placu zabaw oraz porządkując teren wokół niego.

160

W **Skanska Residential Development Poland** każdego roku organizowany jest **Dzień Wolontariatu**. W roku 2021 pracownicy firmy rewitalizowali otoczenie Samorządowego Przedszkola im. Krasnala Hałabały w Serocku. Poza podniesieniem walorów estetycznych terenu wokół przedszkola i poprawy jego bezpieczeństwa, spółka uruchomiła pracowniczy potencjał do pomocy innym i bezinteresownych działań na rzecz lokalnej społeczności. Tego typu praktyki wpisują się w ważne dla spółki działania team building, podczas których pracownicy pracują wspólnie, wykraczając poza swoje zawodowe kompetencje.

2000

Podaj rękę to program wolontariatu pracowników **Skanska**. Od 2014 r. pracownicy wybierają kilka organizacji, aby pomagać w ramach wolontariatu. Należą do nich organizacje non profit, a także placówki edukacyjne i opieki zdrowotnej. W 2021 r. pilotażowa edycja **Tygodnia Wolontariatu** odbyła się też w Polsce. W ciągu tygodnia przeprowadzono szereg akcji, m.in. pracowano na rzecz Ośrodka Szkolenia Wolontariuszy w Starej Dąbrowie, odmalowano lokal dla Wspólnoty Sant'Egidio w Warszawie, wykonano prace porządkowe w DPS „Serafitki" w Poznaniu, wyremontowano piwnicę w klubie Hula Hop dla dzieci niepełnosprawnych.

1200

Hestyjne Centrum Wolontariatu koordynuje wzajemną pomoc dla tych spośród pracowników **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**, którzy znajdują się w trudnej sytuacji, np. w związku z poważną chorobą w rodzinie. Wspomaga także działania firmowych fundacji: Integralia oraz Fundacji APH. Pracownicy Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia prowadzą również akcję wolontariacką honorowego oddawania krwi.

2800

Od połowy 2019 do września 2021 r. **TIM** ogłaszała możliwość zgłaszania propozycji działań z zakresu **wolontariatu pracowniczego**. Beneficjenci działań to: organizacje pożytku publicznego (stowarzyszenia, fundacje), instytucje publiczne (szkoły, przedszkola, szpitale, DPS-y) i inne. Firma wspiera pracowników, finansując narzędzia do realizacji zaproponowanych przez siebie działań. O wyborze inicjatyw, które otrzymają wsparcie, decyduje komisja. Preferowane są lokalne społeczności prowadzące działania o charakterze

edukacyjnym/oświatowym, prozdrowotnym, proekologicznym, kulturalnym.

286

Impact Day to dzień, w którym pracownicy **TVN** angażują się w wolontariat i charytatywnie wspierają wybrane instytucje. W 2021 r. inicjatywa ta miała formułę hybrydową – część projektów odbyła się „w realu", część w sposób wirtualny. Pracownicy mogli zapisać się na projekty proponowane przez TVN Grupa Discovery lub przeznaczyć ten dzień na wolontariat. Wolontariusze TVN Grupa Discovery m.in. robili porządki ogrodowe w hospicjum onkologicznym w Warszawie, pomagali w Centrum Praw Kobiet, pracowali w schronisku w Krakowie, sprzątali tereny na Mokotowie czy ustawiali nowe ule na terenie Powsina.

4000

Firma **Unum Życie TUiR** oferuje swoim pracownikom możliwość zaangażowania się w wolontariat pracowniczy, a także wzmacnia ich dobroczynność. Służy temu program **Podwójne Działanie**. Jego celem jest wsparcie osób, które angażują się na rzecz społeczności bądź organizacji pożytku publicznego dotacją, która trafia na rzecz wspieranej przez nich organizacji. Ponadto pracownicy etatowi mają możliwość skorzystania z płatnego urlopu na rzecz wolontariatu w wymiarze dnia roboczego w trakcie danego roku kalendarzowego.

541

Ogólnopolski **Dzień Wolontariusza** organizowany jest we wszystkich oddziałach **Unum Życie TUiR** w Polsce. Pozwala nieść pomoc tam, gdzie jest potrzebna. W 2021 r. 290 wolontariuszy firmy podjęło działania na rzecz ekologii: w Józefowie, na obszarze Natura 2000, zebrali 2600 kg śmieci, a 180 kg śmieci usunęli z lasu na Giszowcu, poprawili ścieżki edukacyjne w gminie Chrzypsko Wielkie, oczyścili brzeg Jeziora Tyrskiego w Olsztynie, w łódzkim Domu Kombatanta zamontowali urządzenia do odzyskiwania deszczówki, we Wrocławiu zadbali o teren zielony należący do Stowarzyszenie św. Celestyna w Strzelinie.

541

Społeczność to serce **VanityStyle**, dlatego właśnie powstał oddolny **program wolontariatu „Zespół FitHeroes biegnie z pomocą"**. W jego ramach pracownicy zgłaszają swoje projekty wolontariackie, skupione na pomocy grupom marginalizowanym (dzieciom czy seniorom), jak i zwierzętom. W okresie od września do grudnia 2021 r. wsparli oni darowizną 9 tys. zł oraz zaangażowaniem pracowników Fundację SAVE Wildlife Conservation Fund. Dzięki darowiźnie oraz funduszom zebranym przez pracowników podczas charytatywnej licytacji przedmiotów oraz aukcji ciast udało się zakupić obrożę telemetryczną dla wilka Geralta.

85

Kolejny rok zmagań z pandemią sprawił, że Zarząd **Vantage Development** zdecydował o odwołaniu wydarzeń firmowych – w tym spotkania wigilijnego. Aby utrzymać świąteczną atmosferę i zachęcić zespół do wspólnego działania, sześć działów spółki podzielono na trzy grupy, a przedstawicieli poproszono o skoordynowanie **inicjatyw charytatywnych**. Beneficjentami działań zostały lokalne organizacje charytatywne: podopieczni Towarzystwa Pomocy im. św. Brata Alberta, seniorzy, zamieszkujących DOS-y, Towarzystwo Opieki nad Zwierzętami, podopieczni Zakładu Opiekuńczo-Leczniczego w Jaszkotlu.

170

Volkswagen Motor Polska przeprowadził wiele ekologicznych akcji w ramach idei **Dbamy o środowisko**. Jedną z nich było nasadzenie żonkili wraz z uczniami Salezjańskiej Szkoły Podstawowej im. św. Dominika Savio w Lubinie. Posadzone kwiaty zakwitną na wiosnę, tworząc POLE NADZIEI. Symbol akcji – żółty żonkil – przypomina o ludziach cierpiących, oczekujących naszej pomocy. Inną akcją były obchody Światowego Dnia Drzewa. Respekt-team dołączył na zaproszenie Urzędu Gminy Polkowice i wziął udział w Polkowickim Dniu Drzewa. Jest to inicjatywa proekologiczna i edukacyjna, której głównym motywem jest drzewo.

1300

W 2021 r. pracownicy **Volkswagen Motor Polska** dokonali w Głogowie otwarcia **wiaty piknikowej dla spacerowiczów i rowerzystów**. Uroczystość połączono z charytatywną zbiórką pieniędzy dla chorego na zanik kości piszczelowych Jasia. Projekt zrealizowano w ramach programu VWolontariat. Siłami wolontariuszy VW MP i stowarzyszenia „Równi Sobie" stworzono miejsce wypoczynku i rekreacji dla Głogowa i okolic. W projekcie uczestniczyli uczniowie głogowskich szkół. Wolontariusze posprzątali teren, zbudowali wiaty ze stołami oraz miejscem ogniskowym, zamontowali tablicę informacyjną z grą terenową.

1300

WORK-LIFE BALANCE

W 2021 r. firma **dentsu Polska** oficjalnie wprowadziła **model pracy hybrydowej 60/40 – „Future of Work"**. W firmie są możliwe dwa scenariusze pracy: office first oraz home first. Każdy pracownik uzgadnia tryb pracy z przełożonym; decyzję podejmuje menedżer w zależności od charakteru,

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

stażu pracy i efektywności. „Future of Work" wpływa na zasady pracy i kulturę w Dentsu, benefity, ofertę rozwojową czy rearanżację biura. Nad całością czuwa grupa robocza, która współpracuje z oddziałami firmy w innych krajach, prowadzi transparentną komunikacją, proponuje zmiany, współpracuje z Zarządem.

800

W 2021 r. **Emitel** wsparł pracowników w dążeniu do dobrostanu psychicznego w ramach programu **Akademia Mindfulness** ofertą webinarów. Firma dołączyła do globalnej akcji „2 godziny dla Rodziny". W maju pracownicy otrzymali dodatkowe dwie godziny czasu wolnego na spędzenie go ze swoimi rodzinami i bliskimi. W spółce zagościła akcja Książka dla Dziecka na Dzień Dziecka, w której dzieci pracowników otrzymują prezent – książkę. W okresach świątecznych dzieci uczestniczą w konkursach plastycznych. Autorzy najlepszych prac otrzymują atrakcyjne nagrody, a wszyscy uczestnicy – dyplomy i słodkie upominki.

450

Wellbeing w **ING Bank Śląski** to inicjatywa w obszarach zdrowie, energia, aktywność i finanse. Zdrowie – wymiar edukacyjny i praktyczny (Program Profilaktyki Onkologicznej). Energia – zdrowie psychiczne (psychologiczna infolinia interwencyjna, mindfulness); dodatkowe dni wolne, dla rodziny i osób pełniących inne role opiekuńcze, sabbatical; ergonomia w pracy zdalnej i w biurze. Aktywność to promowanie aktywnego stylu życia; wdrożono aplikację do organizacji wyzwań sportowych. Finanse to oferta ubezpieczeń grupowych, PPE, budżet domowy, inwestycje, oszczędzanie.

8500

W 2020 r., w odpowiedzi na potrzeby pracowników **Leroy Merlin Polska** w trakcie pandemii, rozpoczęto cykl spotkań **Środa Równowagi**, na których poruszano tematy związane z życiem w pracy i poza nią. To ważne w obecnej, trudnej sytuacji, w codziennym niepokoju o zdrowie nasze i najbliższych, w próbach oswojenia nowej formuły pracy, edukacji i budowania relacji. Spotkania te miały charakter edukacyjny przydatny w osobistym życiu, ale też integracyjny, łączący pracowników centrali. W 2021 r. odbyło się 19 spotkań, w których wzięło udział ok. 1100 osób. Od początku funkcjonowania cyklu odbyło się 25 spotkań i wzięło w nich udział blisko 1400 uczestników. Skróty spotkań online z nagrywanych Śród, udostępniane są wszystkim pracownikom na Stacji Edukacja w ramach programu SilniRazem.

12000

Pracownicy biurowi **Philip Morris Polska** mogą każdego miesiąca korzystać z pracy zdalnej, wykonując swoje obowiązki zawodowe poza biurem w ramach **elastycznego czasu pracy**. Dla zbalansowanego tygodnia pracy pracownicy mogą wybrać odpowiedni dla siebie ośmiogodzinny czas pracy od 7.30 do 18.30. Spotkania online odbywają się w godzinach 9.30–16.00 z uwzględnieniem przerw pomiędzy kolejnymi. Nie ma spotkań w piątki po godz. 14.00. Między innymi dzięki takim rozwiązaniom pracownicy mają możliwość łączenia życia zawodowego z osobistym w sposób najbardziej odpowiadający ich potrzebom.

7500

Sposób pracy w kryzysie powoduje wyzwania związane ze zmęczeniem, zarządzaniem własną energią i koncentracją. Aby zaradzić tym zjawiskom, w **PKP Energetyka** powstał **projekt „Pełni Energii"**. Inicjatywa ta służy usprawnieniu w organizowaniu dnia pracy pracowników firmy. Zasady porządkują m.in. czas przeznaczony na tzw. mobilizację brygady, brygadzistom dają czas na pracę z kierownikiem czy określają zasady spotkań pracowników biurowych, pozwalają na ustalenie przerw. Wszystko dodatkowo zostało obudowane poradami i e-learningami, jak w prosty sposób można podnieść efektywność organizacji dnia pracy.

4200

Planując powroty do biur po lockdownach, **Polpharma** wzięła pod uwagę potrzeby biznesowe oraz troskę o zdrowie, dobrostan i potrzeby pracowników, wdrażając od 1 października 2021 r. elastyczny, **hybrydowy model pracy**. Zakłada on większą niż przed pandemią liczbę dni pracy zdalnej tam, gdzie to możliwe. W zależności od rodzaju procesów, sposobu interakcji z innymi, oczekiwań klientów czy potrzeb zespołu, podzielono pracowników na trzy grupy. Korzystają oni z pracy zdalnej z różną częstotliwością. Firma zadbała o: zapoznanie pracowników z zasadami, zapewnienie narzędzi i współpracę w zespołach hybrydowych.

7500

W **PZU Zdrowie** regularnie są organizowane **warsztaty z zakresu rozwoju osobistego dla pracowników**. W 2021 r. odbyły się spotkania w formule online: z Agatą Roczniak, inspiratorką i działaczką, o tym, jak osiągać cele; z byłym sportowcem Karolem Bieleckim o tym, jak podejmować dobre decyzje w trudnych momentach; z Rafałem Żakiem, ekspertem od rozwoju osobistego, o tym ,jak znaleźć czas na rozwój; z Agatą Pelc, ekspertką ds. wellbeingu, pt. „Życie to piękna katastrofa. O tym, jak sami sobie czasami fundujemy brak szczęścia w życiu".

7000

WSPARCIE PRACOWNIKÓW

Kampania **Heart of Hospitality** podkreśla ludzki wymiar branży hotelarskiej, która w centrum stawia człowieka – jego doświadczenia, emocje i odczucia. Hotelarstwo to nie praca, lecz styl życia i pasja, o czym mówią sylwetki bohaterów kampanii. Dzięki temu podczas pandemii firma **Accor Services Poland** zwracała uwagę na wizerunek pracowników, pokazując prawdziwe, ludzkie oblicze sektora. Poprzez historie pracowników i ich doświadczenia firma zwróciła uwagę na potrzebę przeprowadzenia niezbędnych

zmian w obszarze edukacji przyszłych kandydatów i zacieśnienia współpracy ze środowiskiem akademickim.

260000

ANWIL wspiera rozwój pracowników w sferze zawodowej i po godzinach pracy. Służy temu stworzony w 2012 r. program **ANWIL Pasja**. W ramach programu pracownicy mogą starać się o dofinansowanie ich hobby. O dofinansowanie ubiegali się m.in. wędkarze, biegacze, nurkowie, trekkingowcy, motocykliści, rowerzyści i artyści. Jednym z nich jest rysownik, pracownik Wydziału Produkcji PCW. Pokłosiem zgłoszenia się artysty do programu była jego autorska wystawa z 2015 r. w holu budynku firmy. Dziś pracownik wystawia prace na wystawach indywidualnych i zbiorowych, prezentując je szerokiej publiczności.

1300

W czasie epidemii COVID-19 firma **Clariter Poland**, **wspierając pracowników** zdecydowała się na zmianę systemu pracy pracowników administracyjnych na całkowicie zdalny lub na hybrydowy. W ramach organizacji pracy zdalnej firma zdecydowała się doposażyć miejsca pracy z domu. Każdy pracownik miał możliwość zgłoszenia do Działu Kadr zapotrzebowania na sprzęt biurowy oraz materiały eksploatacyjne.

18

W 2020 r. **Coca-Cola HBC Polska** zorganizowała w Polsce i krajach bałtyckich wysyłkę **paczek witaminowych dla pracowników przebywających na kwarantannie/w izolacji** z powodu COVID-19. Celem akcji było wsparcie psychiczne i zdrowotne pracowników. W ramach inicjatywy wysyłane były paczki witaminowe zawierające różne owoce i warzywa (jabłka, gruszki, winogrona, banany, marchewki, awokado, ananasy itp.) oraz polskie produkty (butelki z Kroplą Beskidu, Coca-Cola Zero i inne). Paczki wysyłane były na podstawie zgłoszenia poprzez „Zgłoszenie podejrzenia przypadku Covid-19/Covid-19 register form" na stronie w intranecie.

1810

Compensa troszczy się o kondycję psychiczną pracowników, kontynuując cykl webinarów na temat work-life balance. Na spotkaniach z ekspertem poruszano tematy **profilaktyki zdrowotnej**, wypalenia zawodowego oraz psychologiczne aspekty pracy zdalnej. W 2021 r. Compensa wspólnie ze Stowarzyszeniem Pomocy Chorym na Mięsaki i Czerniaki Sarcoma zorganizowała dzień badania skóry „Miej oko na skórę". W akcji wzięły też udział przedstawicielki Stowarzyszenia „Amazonki" wspierające kobiety w walce z chorobą. Dzięki fantomom pracownicy uczyli się metod samobadania piersi i jąder w kontekście onkologicznym.

1935

Od pięciu lat **Credit Agricole Bank Polska** bada zaangażowanie i aspekty oferty pracodawcy oraz warunki pracy, które im sprzyjają. W pandemii zyskały na znaczeniu dbałość o równowagę życia zawodowego i osobistego, poczucie spełnienia, reorganizacja pracy hybrydowej. Co kwartał Bank zbierał informacje od pracowników oceniających te wymiary w ankiecie. Na podstawie wyników przygotował w ramach programu **People Power Days** serię wydarzeń, webinarów, spotkań, artykułów. W 2021 r. dominowały tematy zdrowia emocjonalnego i fizycznego, wyzwań pracujących rodziców oraz dbałości o środowisko.

4325

Kampanię Mental Health Matters stworzono przez sieć pracowniczą **Wellbeing & Care Network** wraz z zespołem BHP. Powstała jako odpowiedź na potrzebę **wsparcia zdrowia psychicznego** i dobrostanu pracowników **Credit Suisse Poland**. Zrealizowano spotkania m.in. na temat depresji, skuteczności komunikacji zdalnej, wsparcia osób doświadczających problemów natury psychicznej, problemów z bezsennością, wypalenia zawodowego. Pracownicy uczestniczyli w treningach uważności oraz w spotkaniach z przedstawicielami kampanii „Twarze depresji", którzy zechcieli podzielić się historią zmagań z tą chorobą.

5000

Celem akcji **Wszyscy w jednej sieci** – cyfrowa integracja pracowników było ograniczenie wykluczenia cyfrowego pracowników **DB CARGO POLSKA** oraz zapewnienie dostępu do informacji. Firma wyposażyła pracowników w elektroniczne narzędzia (służbowa poczta mailowa, intranet, aplikacja MyDBCargoPL) – tablety – z dostępem do zasobów sieci firmy. Wdrożono system Workday, dzięki któremu pracownicy mogą elektronicznie złożyć wniosek o urlop oraz rozliczyć delegację i zaliczki. Firma przeprowadziła kampanię informacyjną, stworzyła materiały szkoleniowe oraz kursy online.

3000

W branży kolejowej nastawnia to miejsce sterowania ruchem lokomotyw. W **DB CARGO POLSKA** nastawnia to też pomieszczenia dla pracowników do spędzania przerw w pracy. Mogą oni zjeść drugie śniadanie i odpocząć.
W 2021 r. firma otworzyła **nowe nastawnie dla pracowników**: w Rybniku, Miasteczku Śląskim, Jaworznie i we Wrocławiu. Są umeblowane, wyposażone multimedialnie, jest aneks kuchenny, sprzęt AGD, naczynia i sztućce. Poza tym znajdują się tam maszyny vendingowe oraz bezbutlowy dystrybutor wody z wewnętrzną filtracją. Nastawnia to odpowiedź na oczekiwania pracowników z Badania Opinii Pracowników.

3000

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Firma **DB Schenker** umożliwiła pracownikom dostęp do **Worksmile** (platformy benefitów wspierającej m.in. dbanie o aktywność fizyczną i zdrowy styl życia), by zachęcić pracowników do aktywności fizycznej i by posiadali oni dostęp do benefitów pracowniczych. Platforma Worksmile pozwala zarządzać benefitami, występować o świadczenia oraz kontrolować przyznawane benefity. Najnowszym benefitem na platformie jest comiesięczne finansowe doładowanie konta Worksmile dla każdego pracownika. Środki z doładowania pracownicy mogą przeznaczyć na zakupy produktów, usług, a także kulturę i rozrywkę, oferowane w kafeterii.

2500

Wellbeing to szereg praktyk work-life balance skierowanych do pracowników **dentsu Polska**. W 2021 r. miały miejsce: webinary lokalne i globalne związane np. z ergonomią, stresem, COVID-19; ankieta globalna „dentsu now", która sprawdzała, jak się czują pracownicy; indywidualne sesje z psychologiem i coachem; kontynuacja codziennych e-treningów; kontynuacja wypłacania co miesiąc funduszy na platformie NAIS z przeznaczeniem na sport, rekreację lub kulturę. Oprócz tego wszyscy pracownicy dentsu otrzymali „Wellness Day" – dodatkowy, płatny dzień wolny z okazji Międzynarodowego Dnia Zdrowia Psychicznego.

800

EGISowa – razem wiemy więcej online to program inspirujących spotkań z ciekawymi ludźmi dostępny dla pracowników. To dostęp do wiedzy ze wskazaniem źródeł inspiracji, jak np. książki, podcasty, linki do artykułów. W 2021 r. w ramach programu **Egis Polska** zorganizowała webinary na temat wellbeingu, odporności psychicznej, udzielania feedback'u, różnorodności i inkluzywności, poprawnej polszczyzny, medyczne. Z okazji Dnia Kobiet odbyło się spotkanie z Natalią de Barbaro, autorką książki „Czuła Przewodniczka". Dodatkowo firma wykupiła dla pracowników dostęp do aplikacji zawierającej około 75 tys. ebooków i 5,5 tys. audiobooków.

250

Emitel w czasie pandemii szczególnie dbał o zdrowie i bezpieczeństwo pracowników. Poza biurem wdrożono **digitalizację miejsca pracy**, narzędzia do pracy zdalnej oraz wydawano biuletyn EmiTime. Wnioski o świadczenia, szkolenia, rekrutacje czy dokumenty wewnętrzne uzyskały formę elektroniczną. Dla nowych pracowników wdrożono Strefę Nowego Pracownika. Publikowane są tam materiały o firmie, kulturze firmy, benefitach oraz oferta szkoleń i pigułek wiedzy. W intranecie w grupie #EmitelAktywnie pracownicy dzielą się aktywnościami i śledzą sportowe wyzwania. W ramach grupy Pies czy Kot relacje budują właściciele zwierząt.

450

Be well at EFL to program wellbeingowy skierowany do pracowników **Europejskiego Funduszu Leasingowego**. Został zbudowany wokół czterech obszarów: EFL my place – dbałość o komfortowe warunki pracy, rozwój pracowników, ich dobre samopoczucie i wzajemne relacje; EFL my passion – dbałość o pasje, które wpływają na dobre samopoczucie, zachęcanie do dzielenia się swoimi zainteresowaniami ze znajomymi z pracy; EFL my responsibility – realizowanie różnorodnych pasji i dzielenie się nimi ze znajomymi z pracy; EFL my family – uczestniczenie w wydarzeniach pracowniczych i korzystanie z propozycji spędzanie wolnego czasu z rodziną.

409

Firma **Geotrans** wspiera **łączenie ról** przez swoich pracowników. Dlatego wprowadzone zostały dwa rodzaje działań: systemowe oraz doraźne. Do pierwszej kategorii należy przede wszystkim hybrydowy model pracy. System łączący fizyczną obecność w biurze z pracą zdalną został wcielony w życie jeszcze przed pandemią COVID-19 i miał na celu nie tylko wsparcie rodzicielstwa, ale również umożliwienie np. studiowania oraz rozwoju osobistego. W sferze działań doraźnych Geotrans zapewnia swoim pracownikom systematyczny udział w podnoszących kwalifikacje konferencjach oraz szkoleniach.

14

W 2021 r. firma **Geotrans** zorganizowała kurs **pierwszej pomocy** przedmedycznej. Mając na uwadze fakt, że większość pracowników firmy stanowią rodzice, w programie kursu znalazły się m.in. zagadnienia związane z udzielaniem pierwszej pomocy dzieciom. Jednodniowe szkolenie przeprowadzone przez ekspertkę miało na celu przygotować osoby pracujące w firmie na sytuację, w której będą musiały udzielić pierwszej pomocy zarówno osobie dorosłej, jak i dziecku. W tego typu akcjach edukacyjnych ważnym aspektem jest nauka panowania nad stresem oraz praktycznych umiejętności.

14

Jednym z czynników oddziałujących na wzrost zaangażowania pracowników jest prowadzona przez **Grupę TAURON** polityka społecznej odpowiedzialności biznesu. W 2020 r. w Grupie TAURON uruchomiono projekt **#ZostańwZdrowiu!** W jego zakresie organizowano wirtualne warsztaty o podnoszeniu odporności oraz treningi ogólnorozwojowe. Uruchomiono również infolinię konsultacji z psychologiem, a także udostępniono cykl artykułów na temat zachowania środków bezpieczeństwa i poprawy odporności. Poza usprawnieniem systemu komunikacji, wprowadzono rozwiązania organizacyjne, takie jak elastyczne godziny pracy i urlopów, możliwość pracy zdalnej.

26000

Pandemia zwiększyła niepewność jutra, osłabiła poczucie bezpieczeństwa, wymusiła zmiany w funkcjonowaniu firm. W odpowiedzi na te wyzwania firma **Henkel Polska** w 2021 r. zrealizowała drugą edycję **Programu Rezyliencji** dla pracowników. Celem przedsięwzięcia było wzmocnienie elastycznego reagowania i odporności psychicznej. Druga edycja trwała pół roku i objęła 20 pracowników. Głównym narzę-

dziem programu była aplikacja oferująca wsparcie wirtualnego coacha. Ważna była regularna praca nad sobą i nad zwiększaniem odporności na stres. Odbywały się także comiesięczne spotkania w grupach mające na celu wymianę doświadczeń.

500

W firmie **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** został **uruchomiony program Opieki Medycznej dla pracowników**. Dzięki pakietom od firmy Allianz, których koszt w 50% pokrywa firma, pracownicy mają szybki dostęp do ogromnej puli specjalistów oraz badań diagnostycznych czy laboratoryjnych.

48

HSBC Service Delivery Polska intensywnie wspiera pracowników w tematach zdrowia psychicznego i fizycznego, bezpieczeństwa finansowego i socjalnego. Firma stworzyła kompleksowy program wsparcia **Employee Assistance Programme**, na który składa się m.in. platforma oferująca dostęp do materiałów z zakresu wellbeingu i mindfulness. Organizowane są webinary z ekspertami na temat m.in. zdrowia psychicznego, radzenia sobie ze stresem czy motywacji. Pracownicy poprzez linię wsparcia mają kontakt z ekspertami, mogą z nimi porozmawiać np. o problemach emocjonalnych, rodzinnych, prawnych i otrzymują profesjonalną i bezpłatną pomoc.

3800

ING Tech Poland od lat prowadzi **BeWell – program wellbeingowy** w zakresie: dostarczania owoców, paczek okolicznościowych, dofinansowania do sportu, organizowania dni zdrowia czy spotkań ze specjalistami. W czasie pandemii, w 2021 r., firma przeprowadziła webinary o zdrowym odżywianiu, odporności, wsparciu psychologicznym czy prawidłowej ergonomii pracy. Uruchomiono infolinię wsparcia psychologicznego, z której pracownicy mogli za darmo korzystać, kontaktując się z wybranym przez siebie specjalistą. Firma zorganizowała także szkolenia dla menedżerów na temat zarządzania sytuacjami kryzysowymi w zespołach.

2509

Terapia manualna odpowiada na problemy społeczeństwa związane z chorobami cywilizacji (nadciśnienie tętnicze, choroba wieńcowa, otyłość, udar mózgu, zawał serca, miażdżyca, astma oskrzelowa, alergie, osteoporoza, nowotwory i wiele innych chorób cywilizacyjnych). Praktyka polega na bezpłatnych sesjach terapii manualnej, dostępnej raz w tygodniu dla każdego pracownika firmy **InterKadra**. Sesje te przeprowadza dyplomowany fizjoterapeuta z wieloletnim doświadczeniem. Dzięki temu nasi pracownicy cieszą się dobrym samopoczuciem i każdego dnia mogą z uśmiechem na twarzy stawiać czoło kolejnym wyzwaniom.

214

W odpowiedzi na wyzwania 2020 r. w czwartym kwartale w **intive** wdrożono program **Less Stress!**. Ma on na celu wyposażenie pracowników intive w wiedzę na temat stresu oraz sposobu efektywnego zarządzania nim. Skierowany jest także do menedżerów, by wspomóc ich w rozpoznawaniu określonych syndromów stresu w zespole. Przedsięwzięcie obejmuje: procedurę Less Stress!; zestaw narzędzi toolbox; grupę dyskusyjną online; cykliczne warsztaty (szkolenia/webinary). W roku 2021 rozszerzono program o nieodpłatne konsultacje psychologiczne dla pracowników, które odbywały się od czerwca do grudnia 2021 r.

2000

Program **Domowa Szkoła z Biedronką** stanowi odpowiedź na potrzeby rodziców dzieci uczących się. Pierwsza edycja programu, rozpoczęta w 2020 r., objęła 2 tys. pracowników **Jeronimo Martins Polska**, wykazujących najniższe roczne dochody. W 2021 r. odbyła się druga edycja programu obejmująca kolejne 2 tys. osób. Pracownicy otrzymali sprzęt komputerowy przeznaczony do nauki online. W ramach projektu pracownik może otrzymać laptop albo urządzenie All-In-One. Pracownicy częściowo partycypują w kosztach, większość projektu została objęta dofinansowaniem z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych.

75000

Jak się masz? to program wellbeingowy **Kompanii Piwowarskiej**. Składa się z trzech obszarów: zdrowie psychiczne (materiały, porady i wskazówki związane z tematyką stresu, odporności psychicznej i wellbeing), zdrowie fizyczne (różne akcje prozdrowotne, zachęty do korzystania z kart opieki medycznej, Multisport, do udziału w akcji sportowej „Postaw na ruch", materiały rozwijające umiejętności oceny własnego stanu zdrowia czy też udzielania pierwszej pomocy) i równie ciekawi (docenienie różnorodności, lepsze poznanie się).

2716

1368 rok jako początek praktyki to nie pomyłka: Kazimierz Wielki wydał wtedy statut dla żup krakowskich regulujący kwestie pracownicze w kopalni. **Kopalnia Soli „Wieliczka"** **zapewnia wsparcie pracowników** na różnych polach. 2021 rok to m.in.: fundusze z Tarczy Finansowej PFR 2.0, ochrona miejsc pracy, programy szkoleń, dofinansowanie wypoczynku oraz pomocy szkolnych, paczki mikołajowe, jesienny piknik, nowa stołówka z programem lojalnościowym, dwa punkty szczepień przeciw COVID. Firma wspiera zawodo-

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

wy rozwój pracowników m.in. poprzez uczestnictwo w branżowych konferencjach.

807

Pandemia zmieniła organizację pracy w **Krajowym Integratorze Płatności**. Część pracowników chce wrócić do pracy stacjonarnej, część woli pozostać na home office lub pracować hybrydowo. W ramach **Tpay daje przestrzeń** na 17. piętrze poznańskiej Andersii powstała przestrzeń odpowiadająca na potrzeby zespołów. W ramach open space'u dostępna jest przestrzeń do kreatywnej pracy zespołu i cicha do pracy indywidualnej. Nowe biuro zwiększyło komfort pracy i ułatwiło integrację. Pracownicy nie mają swoich biurek – kiedy decydują się na pracę w biurze, w aplikacji wybierają stanowisko pracy i rezerwują salę.

100

Kronospan Polska przygotował i wyposażył **siłownię zakładową – KronoGym**. Jest to odpowiedź na zapotrzebowanie zgłaszane przez pracowników. W Szczecinku to jedna z najlepiej wyposażonych siłowni w nowoczesny i bezpieczny sprzęt do ćwiczeń. Dzięki regularnym ćwiczeniom pracownicy wzmacniają swoje zdrowie i sprawność psychofizyczną. Siłownia KronoGym jest kolejnym elementem szerokiej polityki firmy, który ma zachęcić pracowników do aktywności ruchowej.

1150

Program Wsparcia Pracowników powstał z inicjatywy firmy **KRUK**. Celem przedsięwzięcia jest pomoc pracownikom firmy, którzy chcieliby skorzystać z bezpłatnego wsparcia psychologów, ponieważ znaleźli się w trudnej sytuacji życiowej. Mogą też z niego skorzystać w sytuacjach wynikających z zaangażowania w indywidualne kłopoty klientów. Program obejmuje specjalistyczne wsparcie wykwalifikowanych i doświadczonych psychologów.

1500

LUX MED zatrudnia ponad 19 tys. osób. Dla pracowników powstał **program wellbeingowy SMILE**, który opiera się na czterech filarach: zdrowe ciało, zdrowy umysł, zdrowe relacje, zdrowe miejsce pracy. Inicjatywy zrealizowane w ramach przedsięwzięcia w 2021 r. to spotkanie z mistrzynią olimpijską Marią Andrejczyk; utworzenie Sportowej Społeczności LUX MED (obecnie ponad 100 osób); „Ergonomia to nie astronomia" – o zdrowej postawie; „Tydzień Zdrowia Psychicznego" – szkolenia dotyczące m.in. psychoonkologii; „Zmierz się z ciśnieniem" – zachęcanie do regularnego badania; spotkania z psychologiem – webinary, szkolenia.

19000

Pandemia wpłynęła na sposób pracy organizacji rynkowej **Mars Polska**. W lipcu 2021 r. Mars Wrigley w Polsce dopasował biuro do wyzwań i potrzeb zespołu oraz hybrydowego modelu pracy. **Nowa koncepcja biura** odwzorowuje aktywności pracowników. Rezultatem jest przestrzeń odpowiadająca konkretnym zadaniom: interakcji, pracy zespołowej, analitycznej czy generowaniu pomysłów. Pracownicy mają do dyspozycji ergonomiczne biurka z dodatkowymi monitorami, przestrzeń co-workingową, duży stół do wspólnej pracy. Wydzielono strefy do pracy w ciszy, nieformalnych rozmów oraz „creative zone".

3000

Philip Morris Polska do tematu przeglądu benefitów podszedł przed pandemią. Przystępując do tego zadania, postanowił poznać opinie i preferencje pracowników, aby mieć pewność, że budżet jest efektywnie wykorzystywany. W ramach programu **Kafeteria benefitów „Benefity w Moich Rękach"** pracownik PMI w Polsce dostaje miesięcznie do dyspozycji budżet, który może przeznaczać na benefity dla siebie czy swoich bliskich. Część benefitów związana jest z bezpieczeństwem zdrowotnym i finansowym.

7500

Zwiększanie bezpieczeństwa w ruchu kolejowym poprzez **psychologiczne wsparcie** pracowników to cel inicjatywy **PKP CARGO**. Przedsiębiorstwo za program PWP otrzymało wyróżnienie Urzędu Transportu Kolejowego w drugiej edycji konkursu Kultura Bezpieczeństwa w transporcie szynowym. PWP realizowane jest poprzez: Telefoniczną Linię Wsparcia Psychologicznego – obsługiwaną przez psychologów wsparcia sektora kolejowego (infolinia jest bezpłatna, zapewnia poufność rozmowy); bezpłatne wizyty w gabinetach psychologicznych; profilaktykę stresu i stresu pourazowego – w ramach obligatoryjnych pouczeń okresowych i projektów komunikacyjnych.

14800

Projekt **Zdrowo Aktywnie Pozytywnie** realizowany był z myślą o poprawie stanu fizycznego i psychicznego pracowników **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa**. Program składał się z trzech segmentów: zdrowo (odżywianie i dietetyka – cykl 14 spotkań z psychodietetykiem na temat zdrowego odżywiania); aktywnie (promocja aktywnego trybu życia – e-konsultacje sportowe z trenerami personalnymi); pozytywnie (dwudniowe spotkania: „Jak radzić sobie ze stresem" i „Automotywacja i radzenie sobie ze stresem", które miały zmienić sposoby reagowania na sytuacje stresowe oraz zwiększyć kontrolę nad emocjami).

24780

Od 2020 r. każdy pracownik **Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego** otrzymuje co kwartał **Pakiet covidowy dla Pracownika**, na który składa się płyn do dezynfekcji dłoni produkowany przez Zespół Badań Naukowych PPNT, a także zestaw maseczek jednorazowych. Wprowadzono również pracę w systemie hybrydowym, aby zminimalizować ryzyko zakażeń COVID-19.

135

Care Plan to program realizowany przez firmę od początku pandemii w całej Grupie IPF, do której należy **Provident Polska**. Początkowo skupiał się przede wszystkim na ochronie zdrowia i bezpieczeństwie fizycznym pracowników. Z czasem Care Plan objął także działania, które miały na celu integrację oraz wsparcie zdrowia psychicznego.

1800

Troska o zdrowie pracowników i łagodzenie stresu są kluczowe w PwC. Program **BeWell@PwC** obejmuje działania w trzech wymiarach (indywidualnym, zespołowym i organizacyjnym). Wzmacniając wysiłki, firma osiąga lepsze wyniki w obszarach produktywności, innowacyjności, zadowolenia klienta czy zdolności adaptacji. Pracownicy **PwC** mogą korzystać z katalogu eventów wellbeingowych (power meetings, webinary), a także oferty szkoleniowej uwzględniającej ścieżkę wellbeingu. Nowym elementem BeWell@PwC jest program Ambasadorów Wellbeingu, którzy wspierają pracowników w procesie tworzenia kultury zdrowego miejsca pracy.

6000

Sanofi, reagując na współczesne wyzwania COVID-19, wdrożyło bardziej elastyczne niż dotychczas podejście do pracy, dostosowane do potrzeb pracowników w ramach **New Ways of Working w Sanofi**. W tym celu, na przełomie 2021 i 2022 r., firma przeplanowała przestrzeń biurową, tworząc miejsca do pracy kreatywnej, pracy w skupieniu czy odbywania telekonferencji. Jednocześnie firma koncentruje się na tworzeniu bezpiecznych i komfortowych warunków pracy dla przedstawicieli medycznych i pracowników Zakładu Produkcyjnego w Rzeszowie oraz Hurtowni Farmaceutycznej w Błoniu.

900

Santander Bank Polska wdrożył program #BeHealthy. Po nastaniu pandemii, od marca 2020 r., Santander stworzył wsparcie psychologiczne, aby zadbać o **dobrostan pracowników**. Można skorzystać z porad psychologa podczas wizyty oraz poprzez infolinię i internetowy chat/wideorozmowę. Powstał cykl spotkań zwanych WELLbinariami, były to m.in. wykłady na temat radzenia sobie ze stresem, ćwiczenia z fizjoterapeutą, zajęcia z mindfulnessu oraz spotkania z psychologami i psychiatrami o tym, jak dostrzec symptomy depresji u bliskich i gdzie szukać wsparcia, jak w nietypowych czasach home office zadbać o „work-life balance".

9584

Program #ShellWeCare jest rozwijany w firmie **Shell Polska** od 2019 r. Jego celem jest dbanie o zdrowie pracowników poprzez edukację na temat mental i physical health. W 2021 r. Shell zorganizował 70 sesji edukacyjnych, których tematami były: radzenie sobie ze stresem i niepewnością, ćwiczenia mindfulnessu, joga, a także finansowy wellbeing. Ponadto Shell zorganizował w 2021 r. treningi Mental Health Buddies. Na zakończenie roku firma rozbudowała ofertę Employee Assistance Programme. Czterodniowe wsparcie psychologiczne zastąpiono całodobową poradą dla pracowników i ich rodzin.

4700

Praca przy komputerze determinuje pozycję siedzącą, co w dłuższej perspektywie mocno obciąża kręgosłup, mięśnie zaś są utrzymywane w stanie długotrwałego napięcia. Dlatego **SimCorp** wspiera **domowe biura** pracowników, oferując ergonomiczne biurka z regulowaną wysokością blatu, dzięki czemu można łączyć pracę siedzącą ze stojącą. Daje to możliwość wprowadzenia ruchu niezbędnego do prawidłowego funkcjonowania kręgosłupa. Biurko można dostosować do wzrostu każdego pracownika. Ponadto pracownicy mają możliwość uzyskania od firmy biurka i ergonomicznego krzesła do pracy w domu.

160

Jako odpowiedzialny pracodawca **Sodexo Polska** dba o bezpieczeństwo i zdrowie pracowników. Także **troszczy się o zdrowie psychiczne**, które w obliczu różnych wydarzeń, jak np. pandemia, jest szczególnie narażone. Pracownikom zaoferowano e-szkolenia z zakresu zdrowia psychicznego. Kadra wyższego szczebla mogła skorzystać z indywidualnych sesji coachingowych ukierunkowanych na rozwiązywanie sytuacji kryzysowych w zespołach i kryzysach menedżerskich. Ponadto, analogicznie do ubiegłego roku, Sodexo zakontraktowało nieodpłatne pakiety porad psychologicznych dla pracowników, oferowane przez dostawcę prywatnych usług medycznych.

1900

Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia prowadzi program benefitów dla pracowników z niepełnosprawnościami. Firma dofinansowuje leczenie, rehabilitację, zakup leków, zapewnia dodatkowe dwa dni urlopu czy konsultacje ze specjalistami. Celem **programu „Ja też"** jest zwiększenie świadomości menedżerów i pracowników na temat obecności w miejscu pracy osób z niepełnosprawnościami, ich praw i potrzeb, budowanie kompetencji w zarządzaniu różnorodnością oraz zmobilizowanie osób z niepełnosprawnościami do profilaktyki. Program realizowano we współpracy z Fundacją Integralia.

2800

WSPÓŁDZIELNIA to projekt stworzony w duchu idei „sharing economy", w którym pracownicy **VGL Solid Group** mogą znaleźć przedmioty używane sporadycznie. Dzięki wypoży-

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

czalni nie muszą kupować rzadko potrzebnych rzeczy – w ten sposób jednocześnie tworzą nowy benefit dla pracowników i ograniczają konsumpcję dóbr materialnych. Na podstawie wyników ankiety przeprowadzonej wśród pracowników powstał katalog sprzętów – wśród nich znajdują się przedmioty do remontu, profesjonalny sprzęt sprzątający, narzędzia domowe oraz rzeczy do aktywnego wypoczynku. W katalogu WSPÓŁDZIELNI znajduje się 30 pozycji.

750

ZDROWIE PRACOWNIKÓW

Fundacja „Twarze Depresji" powstała, aby walczyć ze stereotypami i zachęcać do leczenia depresji. We współpracy z Fundacją, **Alstom Konstal** zorganizował **webinar** dla pracowników, by uchronić ich przed negatywnymi zmianami nastroju i problemami zdrowia psychicznego. W zorganizowanym przez Fundację wykładzie wziął udział Piotr Zelt, ambasador kampanii „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję". Uczestnicy seminarium dowiedzieli się, czym jest depresja, jaka jest zachorowalność w Polsce, jak leczyć depresję, jak uchronić się podczas pandemii, jak bezpiecznie pracować zdalnie oraz gdzie szukać pomocy.

4000

Bezpieczne miejsce pracy podczas pandemii COVID-19 to przygotowane przez **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** działania ograniczające zakażenia COVID-19 – nowa organizacja pracy i narzędzia IT, zdalne spotkania biznesowe, ograniczenie wyjazdów służbowych i szkoleń stacjonarnych, kontrola temperatury ciała na wejściu do zakładu, dezynfekcja rąk, przegrody z pleksi, obowiązek noszenia masek higienicznych, edukowanie pracowników o COVID-19, promocja szczepień: plakaty, ekrany, webinary ze specjalistami w zakresie najlepszych rozwiązań dla ochrony ciągłości działania firm farmaceutycznych.

250

Dynamika rozwoju cywilizacji powoduje wzrost narażenia na hałas. kiedyś problemy ze słuchem dotyczyły osób w wieku 70–80 lat, obecnie dotyczą one coraz młodszych, jak alarmują badania WHO i jak podaje się do wiadomości w Światowy Dzień Ochrony Słuchu. W 2021 r. tematem wydarzenia była „Ochrona słuchu dla wszystkich! Badania. Rehabilitacja. Komunikacja". Idąc za tym hasłem i w nawiązaniu do jednej z wartości Grupy Servier, jaką jest troska, w dniach 14-15 czerwca **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** zorganizował **badania profilaktyczne** słuchu specjalnie dla pracowników firmy, którzy na co dzień nie podlegają ekspozycji na hałas.

250

ArcelorMittal Poland promuje profilaktykę zdrowotną, zachęcając pracowników do dbałości o zdrowie. Niektórzy po chorobie mają problem z powrotem do zdrowia i pracy. Z tego względu firma wdrożyła program **rehabilitacji pracowników po COVID-19**. Spośród zgłoszeń wybrano ponad 20 osób w okresie sześciu miesięcy od zakończonej infekcji COVID-19. Program wsparcia realizowany za pośrednictwem Fundacji Ochrony Zdrowia, działającej przy ArcelorMittal Poland, obejmuje trzy etapy pomocy: pomoc w badaniach diagnostycznych i kontrolnych; umówienie wizyt do lekarzy specjalistów; ustalenie terminu rehabilitacji.

10000

„Nerwy ze stali" – zadbaj o swoją odporność psychiczną to program szkoleniowy budujący odporność psychiczną pracowników w **ArcelorMittal Poland**. W 2021 r. składał się z sześciu webinarów oraz sześciu warsztatów mających na celu wyjaśnienie mechanizmów działania i życia w stresie oraz radzenie sobie z sytuacjami stresowymi. Tematy webinarów były następujące: 1. „A co jeśli stres nie istnieje?", 2. „Odporność psychiczna to wybór!", 3. „Jak zostać swoim własnym terapeutą?", 4. „Jak zostać mistrzem zen własnej motywacji?", 5. „Samowspółczucie – jak dzięki trosce o siebie stajemy się silniejsi psychicznie", 6. „Nawyki warte milionów".

10000

Program profilaktyki COVID-19 ma na celu zapobieganie rozprzestrzenianiu się wirusa SARS-CoV-2 wśród pracowników **ArcelorMittal Poland**, wykonawców i ich rodzin. Kluczowe są podnoszenie świadomości, stosowanie kwarantanny i wykonywanie testów RT-PCR (na koszt pracodawcy), pomiaru temperatury i dystrybucja środków dezynfekujących. W firmie przeprowadzono szczepienia przeciw COVID-19, dokonano zakupu pulsoksymetrów i uruchomiono wsparcie finansowe z tytułu przyjęcia szczepionki przeciw COVID-19. Celem tej inicjatywy jest podziękowanie pracownikom za wsparcie działań firmy na rzecz bezpieczeństwa w miejscu pracy.

10000

Bierz zdrowie za rogi! promuje prozdrowotne nawyki w dbaniu o kondycję psychofizyczną wśród pracowników **Banku Pekao**. Celem jest dostarczenie wiedzy na temat zdrowego stylu życia i dbania o dobrostan. W 2021 r. Bank skupił się na czterech obszarach: aktywności fizycznej, zdrowym odżywianiu, redukcji stresu oraz profilaktyce. To odpowiedź na choroby cywilizacyjne wynikające z naszego stylu życia: gonitwa z czasem i wyzwania powodują, że dbanie o zdrowie odkładamy na później. Poprzez program Bank wspiera pracowników i uświadamia im, że siła jest wewnątrz nas, a codzienne wybory powinny być świadome.

12483

„Odetchnij pełną piersią – nie czekaj, zbadaj się!" to hasło akcji edukacyjnej, która odbyła się w **Bridgestone Poznań**, wpisując się w Różowy Październik, Miesiąc Świadomości Raka Piersi. W ramach akcji **Dzień na U** panie wzięły udział w warsztatach Poznańskiego Towarzystwa Amazonek. Działania edukacyjne kierowane są także do męskiej części załogi. W listopadzie, w ramach Movember,

odbyła się prelekcja edukacyjna dla panów nz temat profilaktyki zdrowotnej. W ramach tej inicjatywy mężczyźni wzięli udział w spotkaniu, które poprowadził przedstawiciel Fundacji Kapitan Światełko.

2000

Działania kampanii **Movember and More** miały za zadanie uświadamiać pracowników **Capgemini Polska** w zakresie prewencji onkologicznej. Polegały na przygotowaniu serii komunikatów wewnętrznych, organizacji webinarów na temat onkologii i samobadania, a także zorganizowaniu akcji angażujących pracowników. Główne cele kampanii to zachęcenie do samodzielnego badania piersi i jąder, regularnych kontroli stanu zdrowia, dbania o siebie i bliskich, a także promocja infolinii Stay Well w zakresie zdrowia psychicznego. Dodatkowym elementem kampanii była promocja materiałów z edycji 2020, m.in.: wywiadów z pracownikami, którzy wygrali walkę z rakiem.

10000

Bezpieczeństwo i zdrowie pracowników jest priorytetem **Carlsberg Polska**. W czasie pandemii COVID-19 dbano również o zdrowie psychiczne pracowników. Praca hybrydowa, ograniczone spotkania bezpośrednie, godzenie pracy w domu z życiem rodzinnym – to wszystko było dla pracowników wyzwaniem. Stworzono platformę Share2Care do dzielenia się praktykami dotyczącymi pracy zdalnej. Zespoły HR, sprzedaży wprowadziły „wirtualne spotkania przy kawie". W 2021 r. kontynuowano program **Zdrowa równowaga** – spotkania online z udziałem psychologów i terapeutów, na których poruszano tematy zdrowia, aktywności fizycznej i dbania o siebie.

1300

Castorama Polska od początku pandemii wspiera walkę z koronawirusem. Zorganizowano cieszące się dużym zainteresowaniem szczepienia dla pracowników i ich rodzin. Pragnąc podziękować pracownikom za troskę o wspólne bezpieczeństwo oraz zachęcać do szczepień kolejnych pracowników, Castorama zorganizowała również **loterię proszczepieniową** skierowaną także do koleżanek i kolegów, którzy ze względu na przeciwwskazania zdrowotne nie mogą przejść procedury zaszczepienia, ale wspierają szczepienia.

13000

Wellness Week, czyli **tydzień działań na rzecz dobrego samopoczucia** to wydarzenia dotyczące stylu życia, poprawy stanu zdrowia oraz BHP. **Clariter Poland** zorganizował webinar na temat ubezpieczenia grupowego i medycznego, który poprowadzili eksperci. Zorganizowano szkolenie z fizjoterapeutą z Activ BHP z zakresu ergonomii w biurze. Dzięki aplikacji Zoom pracownicy uczestniczyli w ćwiczeniach minimalizujących skutki pracy biurowej. Ratownicy medyczni z firmy Erako poprowadzili kurs pierwszej pomocy. Pracownicy trenowali zachowania w sytuacjach zagrożenia życia. Całość tygodniowej kampanii zwieńczyły warsztaty kulinarne.

18

Z okazji Dnia Kobiet firma **Columbus Energy** zorganizowała akcję **Zbadaj się na zdrowie**, która miała na celu profilaktykę raka szyjki macicy oraz podniesienie świadomości wśród pracowników na temat tego, jak ważną rolę odgrywają badania ginekologiczne. W ramach akcji żeńska część kadry została obdarowana zestawem pobraniowym do cytologii płynnej LBC, który pozwala na wykrycie wczesnego stadium raka szyjki macicy. Akcja realizowana jest od 2019 r.

3000

W 2020 r. firma **DB Schenker** uruchomiła program Healthy Challenge i przeprowadziła ankietę „Pracuj zdrowo" na temat zdrowego trybu życia. W jej wyniku przeprowadzono wiele działań, jak np. podjęto wyzwania sportowe, a także zorganizowano **webinary na temat ergonomii w pracy** (w szczególności o zdrowiu kręgosłupa), by pracownicy wiedzieli, jak zadbać o swoje zdrowie w środowisku pracy. Webinary składały się z cześci teoretycznej, instruktażowych filmów wideo i prezentacji; zawierały ćwiczenia redukujące bóle mięśniowe, dotyczące dyskopatii, wzmacniania mięśni brzucha, ćwiczenia prewencyjne z piłką.

2500

Pandemia odbiła się negatywnie na samopoczuciu pracowników, wywołując niepokój oraz stres. W odpowiedzi na zaistniałą sytuację firma **DB Schenker** wykupiła dla pracowników dostęp do **platformy Mindgram**. Jest to platforma online z własną aplikacją, która pozwala użytkownikom korzystać z kompleksowej opieki specjalistów (psychologów, trenerów profilaktyki zdrowia). Bezpłatny dostęp do platformy udostępniono także jednemu członkowi rodziny każdego z pracowników. Dla pracowników niekorzystających na co dzień z komputerów uruchomiono linię telefoniczną.

2500

Firma **DOZ** wprowadziła dwa razu do roku kampanie informacyjne **profilaktyki zdrowia** dotyczące najczęstszych schorzeń oraz dbania o zdrowie. Kampanie są połączone z zaproszeniem na badania profilaktyczne danego schorzenia organizowane wraz partnerem medycznym. Badania profilaktyczne opłaca firma i każdy pracownik może się na nie zgłosić. Jeśli jest taka konieczność, po przeprowadzonym badaniu odbywa się konsultacja lekarska i zalecane jest odpowiednie leczenie.

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W 2021 r. zorganizowała badania cytologiczne oraz badanie markerów nowotworowych.

4500

Różowy Movember to inicjatywa przypominająca pracownikom **Egis Polska** o ważności badań profilaktycznych – paniom w kierunku kobiecych chorób nowotworowych, a panom w kierunku męskich nowotworów. W ramach akcji oprócz mailingu pracownicy otrzymali upominki z logo „Różowy Movember". W trosce o pacjentki onkologiczne zorganizowano dwie edycje akcji Różowa Paczka. Różowa Paczka to zestaw materiałów, które mają pomóc pacjentce z rakiem piersi w zdobyciu informacji merytorycznych na temat choroby, rehabilitacji, samobadania piersi, a także ułatwić codzienność związaną z leczeniem.

250

Egis Polska podejmuje różne aktywności w ramach promocji zdrowia wśród pracowników, m.in.: zachęca do aktywności fizycznej (karta Multisport), zdrowego odżywiania, regularnego wykonywania badań profilaktycznych. W czasie pandemii COVID-19 firma postanowiła zadbać szczególnie o **dobrostan psychiczny pracowników**. Uruchomione zostały bezpłatne konsultacje z psychologiem, z których może skorzystać każdy pracownik. Firma zorganizowała również webinary o tematyce związanej z zarządzaniem stresem, odpornością psychiczną czy znaczeniem snu.

250

Pracownicy firmy **Emitel** mają dostęp do opieki medycznej, wykonują badania profilaktyczne, korzystają z porad lekarskich i rehabilitacji. **Dbając o zdrowie**, uruchomiono bezpłatne konsultacje psychologiczne. W ramach platformy edukacyjnej EmiAcademy pracownicy mają dostęp do webinarów na temat prawidłowego odżywiania, dobrej kondycji i wielu innych. Firma wspiera aktywność fizyczną i kibicuje ich sportowym wyzwaniom. Firmowy klub sportowy EmiTeam zrzesza pracowników, którzy wspólnie trenują i organizują zawody. Co roku w Emitelu obchodzony jest miesiąc zdrowia (kampania edukacyjna o tym, jak dbać o zdrowie fizyczne i psychiczne).

450

W celu wsparcia, zapewnienia odpowiedniej pomocy i właściwej informacji w 2020 r. firma **Europ Assistance Polska** uruchomiła dla pracowników i ich rodzin infolinię **Help-Line COVID-19** dotyczącą koronawirusa. Pracownicy mieli możliwość otrzymania odpowiedzi na zadawane pytania o koronawirusa czy informacji o działaniach prewencyjnych. Infolinia umożliwiała także wstępną ocenę wykonywaną przez personel medyczny dla osób z symptomami chorobowymi, oferowała też instrukcje postępowania w razie zagrożenia wystąpienia koronawirusem, a także dostęp do telekonsultacji lub wideokonsultacji medycznej.

220

W ramach kampanii **#RazemJesteśmyFORTE dla Zdrowia** personel medyczny Medicoveru przeprowadził w Ostrowi Mazowieckiej, Hajnówce, Suwałkach i Białymstoku badania profilaktyczne dla pracowników **Fabryki Mebli „FORTE"**. Aby zarejestrować się na nie udostępniono specjalny numer infolinii. Można było wykonać badania USG (piersi, tarczycy lub gruczołu prostaty) i diagnostykę krwi (lipidogram, poziom cukru) oraz pomiar ciśnienia tętniczego. Była to jednocześnie zachęta do regularnej kontroli zdrowia.

3500

W 2021 r. firma **Generali Polska** wprowadziła bezpłatne **wsparcie terapeutyczne dla pracowników**. Sesje (maksymalnie sześć) są w 100% finansowane przez pracodawcę. Spotkania (których poufność Generali gwarantuje) mogą dotyczyć kwestii związanych z pracą, ale także z życiem prywatnym – nie ma tu żadnych ograniczeń. Korzystać ze spotkań można w trakcie pracy, a także przed nią lub po niej. Ubezpieczyciel współpracuje z profesjonalnymi terapeutami (każdy z nich podlega stałej superwizji i działa zgodnie z Kodeksem Etycznym Polskiego Towarzystwa Psychoterapii Gestalt).

1600

W 2021 r. kontynuowana była polityka **bezpiecznego biura** wprowadzona w związku z pandemią COVID-19. Firma **Geotrans** umożliwiła pracownikom pracę hybrydową z zachowaniem zasad bezpieczeństwa. Pracownicy pozostający w biurze mieli do dyspozycji gabinety oraz środki ochrony osobistej; w przestrzeniach wspólnych obowiązywał nakaz noszenia maseczek i dezynfekcji rąk. Firma zaangażowała się w promocję szczepień wśród pracowników, umożliwiając ich wykonanie w godzinach pracy. W efekcie 90% pracowników firmy Geotrans zostało zaszczepionych co najmniej dwoma dawkami.

14

Pracownicy **GPEC** wybrali cztery tematy zdrowotne, z których każdy jest poruszany w danym kwartale. W ramach programu **Kwartały zdrowia** przeprowadzono spotkania z lekarzami, rehabilitantami i ekspertami medycznymi. Dodatkowo wdrożono dwa razy w tygodniu treningi online z firmowym trenerem oraz możliwość pozyskania dofinansowania już nie tylko na okulary czy stomatologa, ale także dodatkowy sprzęt medyczny związany z profilaktyką zdrowotną. W związku z ograniczeniami w dostępie do firmowej siłowni, stworzono dwie siłownie plenerowe.

460

Groupe SEB Polska w 2021 r. w trosce o dobrostan psychiczny zespołu zapewniła pracownikom bezpłatny dostęp do aplikacji **Mindgram jako elementu pakietu benefitów firmy**. Narzędzie oferuje holistyczne podejście do zdrowia psychicznego i zapewnia wsparcie psychologiczne przez całą dobę. Każdy z pracowników ma możliwość dzielenia się aplikacja z przyjacielem czy członkiem rodziny (18+). Aplikacja cieszy się dużym zainteresowaniem, a dostępne w jej ramach funkcjonalności są modyfikowane w oparciu o comiesięcz-

ne raporty pokazujące tematy i narzędzia, które najchętniej wykorzystują pracownicy.

410

Grupa ANG jest firmą i społecznością. Dla ANG ważne jest, aby rozwijać się ekonomicznie, ale przede wszystkim, by dobrze służyć klientom, środowisku, partnerom i współpracownikom. Dbanie o zdrowie współpracowników traktuje jako obowiązek, dlatego Grupa wsparła **„Dzień na U"** Fundacji Rak'n'Roll Wygraj Życie! i zachęcała do robienia badań, a pracownicy mogli wykonać badania profilaktyczne, korzystając z płatnego dnia w ramach akcji „Dzień na U".

1000

Od kilku lat w **Grupie Enea** realizowana jest akcja **Misja profilaktyka**, której celem jest ochrona zdrowia pracowników i ich bliskich oraz edukacja profilaktyki zdrowia fizycznego i psychicznego. Firma organizuje badania profilaktyczne, warsztaty i webinary. Fundacja Enea została partnerem trzynastej edycji kampanii „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję". Dzięki zaangażowaniu Fundacji Enea po raz pierwszy w Polsce uruchomiony został program bezpłatnej, zdalnej trzymiesięcznej pomocy psychologicznej dla osób dorosłych z problemami psychicznymi.

17480

Co roku w siedzibie **Grupy Kapitałowej LOTOS** w Gdańsku organizowany jest **Dzień Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy**. Odbyło się już 12 edycji programu. To akcja profilaktyczna, podczas której pracownicy poddają się badaniom i konsultacjom lekarskim, biorą udział w warsztatach w zakresie ochrony zdrowia i w konkursach BHP. Pandemia pozbawiła ludzi dostępu do opieki zdrowotnej, dlatego koncepcja XII Dni BHP skupiła się na profilaktyce prozdrowotnej. Pracownicy mogli wykonać badania glukozy, cholesterolu, markerów nowotworowych, spirometrii, gęstości kości i mammografię.

5476

W 2021 r. **Grupa Schiever w Polsce** zrealizowała wewnętrzną **Akcję „Trzymaj Formę"**. Przez cały październik wszyscy pracownicy Grupy mieli możliwość zapoznania się z informacjami dotyczącymi zdrowego stylu życia, odbycia konsultacji z dietetykiem i rehabilitantem, wzięcia udziału w konkursach oraz wielu innych angażujących aktywnościach. Mogli też skorzystać z prozdrowotnych wskazówek, innych w każdym tygodniu: 1. tydzień – dieta; 2. tydzień – ruch/ sport/ dbałość o kręgosłup; 3. tydzień – sen i ogólnie pojęty dobrostan ciała i ducha; 4. tydzień – głowa/ mózg.

1200

W związku z wybuchem pandemii **Grupa Żywiec** zaangażowała się we wsparcie pracowników w tym trudnym okresie. Wraz z początkiem 2021 r. firma uruchomiła sześciomiesięczny **program szkoleniowy „Droga do Zdrowa"**, który polegał na webinarach, treningach oraz dodatkowych materiałach edukujących pracowników z obszaru wellbeingu. Wśród poruszanych tematów znalazły się: spokojne myśli, sztuka koncentracji, dzień kobiet i mężczyzn, dziecko vs lockdown, zdrowy sen oraz plecy bez bólu. Szkolenia zorganizowano przy współpracy z partnerem zewnętrznym, firmą For Good Health.

1800

Grupa Żywiec w 2021 r. zwiększała świadomość wśród pracowników na temat korzyści płynących z zaszczepienia się przeciw koronawirusowi. Firma w ramach **promocji szczepień przeciwko COVID-19** zorganizowała dla pracowników sesje szczepień i umożliwiła uczestnictwo w programie szczepień w pierwszym możliwym terminie. Akcję szczepień wsparli ambasadorzy szczepień: pracownicy, a także członkowie związków zawodowych i Zarządu.

1800

Od 2016 r. **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** organizuje cyklicznie **kampanię Siła Prewencji: Nie pozwól, by było za późno!** na rzecz świadomości nowotworowej i zachęcania pracowników do badań. Firma pomaga pracownikom i ich najbliższym w pozyskaniu informacji i poddaniu się badaniom przesiewowym, radzeniu sobie z diagnozą lub opiece nad ukochaną osobą. W 2021 r. w ramach kampanii „Siła Prewencji" zorganizowano trzy sesje dla pracowników. Pracownica podzieliła się swoimi doświadczeniami ze zwycięskiej walki z nowotworem, zaś inny pracownik opowiedział o pracy wolontariusza dla Fundacji „Cancer Fighters".

1000

Ze względu na potrzeby zgłaszane przez pracowników w zakresie radzenia sobie ze zmianami, jakie wymusiła pandemia **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** uruchomił program **„Me&Myself are WELL"** dotyczący samopoczucia psychicznego i emocjonalnego. Od kwietnia 2021 r. organizowano webinary, interaktywne warsztaty oraz tzw. power sessions. W miesiącu dostępnych było 5–6 tematycznych sesji, które skupiały się m.in. na technikach relaksacji i medytacji, inteligencji emocjonalnej, autorefleksji, umiejętności dbania o siebie i doceniania swojego życia.

1000

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Jednym z filarów globalnej strategii firmy **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** jest dbanie o zdrowie pracowników, w związku z tym lokalnie firma od 2017 r. realizuje corocznie dwie edycje warsztatów dla pracowników **Dni Zdrowia**. W ramach każdej edycji programu, które odbywały się na wiosnę i jesienią, pracownicy uczestniczyli w warsztatach poświęconych diecie i zdrowemu odżywianiu, odporności oraz w zajęciach dotyczących utrzymania właściwej postawy ciała i zdrowego kręgosłupa.

1000

Wymuszony przez pandemię tryb pracy zdalnej wymagał stworzenia miejsc pracy w domach. **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** zapewnił pracownikom sprzęt, zorganizował w 2021 r. szkolenia z ergonomii w domowych warunkach w kontekście dłuższej pracy w pozycji siedzącej. W ramach akcji **Tydzień Ergonomii** pracownicy korzystali z webinarów na temat poprawy komfortu pracy. Obok ergonomii w pracy, pracownicy poznali, jak zwiększać aktywność, zadbać o stanowisko pracy, a także ćwiczyli rozluźnianie ciała, wybudzanie go z bezruchu, dotleniali się i poprawiali funkcjonowanie organizmu.

1000

Regularne sesje **mindfulness** to cześć szerokiego programu promującego znaczenie zdrowia psychicznego wśród pracowników **HSBC Service Delivery Polska**. Ich celem jest poprawa samopoczucia, pomoc w znalezieniu poczucia spokoju i kontroli nad tym, co dzieje się dookoła – tak w sferze zawodowej, jak i prywatnej. Zajęcia prowadzone są w trzech językach: polskim, angielskim i francuskim, spotkania odbywają się dwa razy w tygodniu – łącznie w sesjach uczestniczy ponad 200 osób. Sesje mindfulness to również doskonałe forum do wymiany doświadczeń i sposobów na radzenie sobie ze stresem.

3800

The Wellbeing Set to program **HSBC Service Delivery Polska** stworzony po to, by pomóc pracownikom w zachowaniu sprawności fizycznej, monitorowaniu stanu zdrowia i utrzymaniu motywacji. W 2021 r. pracownicy otrzymali akcesoria, które zachęcały do aktywności fizycznej (m.in. słuchawki bezprzewodowe) oraz odwoływały się do wartości firmy. Odbyły się sesje treningowe dyscyplin sportowych (np. crossfit, joga, wakeboarding), webinary o sporcie, zdrowym odżywianiu. A kalorie spalone w ramach aktywności fizycznej przełożyły się na wsparcie finansowe dla organizacji charytatywnych.

3800

ING Bank Śląski w ramach profilaktyki schorzeń kręgosłupa uruchomił program **Aktywna Przerwa**. Zajęcia prowadzone są przez pracownice ING będące instruktorkami jogi, pilatesu oraz salsation. Po zgłoszeniu w kalendarzu Outlook pracownika pojawia się kod QR lub link z dostępem do filmów z ćwiczeniami. Do tej pory nagrano 75 takich filmów. W lipcu i sierpniu zorganizowano także zajęcia w plenerze skierowane do wszystkich chętnych, bez względu na wiek czy stopień zaawansowania.

8500

Firma **intive** zdecydowała się rozpocząć działania **profilaktyki nowotworowej** od webinarów edukacyjnych **Co wiedzieć o raku**, które zostały przeprowadzone przez Fundację W Związku z Rakiem. W październiku 2021 r. odbyły się webinary na temat profilaktyki, rozpoznawania i dalszych działań w przypadku raka piersi, a w listopadzie – w przypadku raka prostaty i jąder. Nagrane webinary udostępniono pracownikom w Polsce oraz umieszczono w intranecie.

2000

Po okresie zaostrzeń podczas pandemii w 2020 i 2021 r. oraz pracy zdalnej firma **Job Impulse** zauważyła ryzyko pogarszania się stanu zdrowia i ogólnego dobrostanu pracowników. Izolacja, niepewność, strach przed wirusem i obawa o rynek pracy mogły powodować utratę poczucia bezpieczeństwa. W ramach **wsparcia dobrostanu pracowników** organizacja wdrożyła dedykowaną opiekę specjalistów, pracownik mógł skorzystać z anonimowej konsultacji online z wybranym terapeutą i skonsultować problem, zdiagnozować potencjalną chorobę lub omówić zagrożenia prowadzące do niej i działania, jakie można podjąć, aby zachorowaniu zapobiec.

150

Kronospan KO w ramach **współpracy ze Stowarzyszeniem ZAKSA Strzelce Opolskie** realizuje zajęcia sportowo-rekreacyjne dla pracowników oraz akcje zachęcające do zdrowego trybu życia. W 2021 r. firma zorganizowano akcję bezpłatnych badań USG w kierunku profilaktyki raka piersi, a także „Movember", profilaktyczne badanie prostaty; ponadto Akademię Siatkówki Kronospan – Akademia dla młodych sportowców oraz zbiórkę charytatywną na leczenie mamy zawodnika ZAKSA.

650

Kronospan Mielec już trzeci rok z rzędu prowadzi akcję profilaktycznych badań USG piersi. Program skierowany do zatrudnionych pań odbywa się pod hasłem **Zadbaj o zdrowie dla siebie i rodziny**. Bezpłatne badanie piersi to po pierwsze akcja edukacyjna. Ma uświadomić, jak ważna jestprofilaktyka. Drugim celem było umożliwienie kobietom badania USG.

900

W firmie **Lubelski Węgiel Bogdanka** **Dzień Kobiet** był okazją do promocji profilaktyki zdrowotnej. W 2021 r. męska część załogi zorganizowała akcję wręczenia paniom **profilaktycznego upominku** – kojarzonej z kobiecością szminki. Były to przebadane dermatologicznie pomadki bez szkodliwych substancji chemicznych, odpowiednie dla kobiet z chorobami nowotworowymi i karmiących piersią. Prezenty opakowane

zostały w ekologiczny woreczek do kosmetyków z hasłem „Jestem kobietą, badam się regularnie" oraz kartą informacyjną o badaniach w kierunku raka piersi oraz raka szyjki macicy.

4761

Celem **projektu ergonomia** była ogólna poprawa kondycji pracowników **Lyreco Polska**, ich stanu zdrowia, a także budowanie świadomości w obszarze ergonomii na stanowiskach pracy. W ramach projektu udostępniono filmiki, prowadzono warsztaty i szkolenia online, zorganizowano konkursy z nagrodami.

577

Firma **Merck Business Solutions Europe** od 2019 r. organizowała w biurze zajęcia stretchingowe oraz ćwiczenia wzmacniające kręgosłup. Po wybuchu pandemii, od 2020 r. zapewnia pracownikom możliwość dołączenia do stretchingowych **ćwiczeń online**, a w 2021 r. wzbogaciła ofertę o aktywności online: joga, zajęcia wzmacniające kręgosłup oraz zajęcia z użyciem rollerów ćwiczeniowych. Zajęcia stretchingowe organizowane są trzy razy w tygodniu, a joga, wzmacnianie kręgosłupa oraz zajęcia z rollerami – każde raz w tygodniu.

493

Październik to Miesiąc Świadomości Raka Piersi. Firma **NatWest** corocznie włącza się w prozdrowotne kampanie, organizując **Różowy Październik & Movember@NatWest** (spotkania ze specjalistami z zakresu ochrony zdrowia; konkursy promujące ideę profilaktyki oraz dbania o zdrowie; zbiórki na organizację charytatywne wspierające walkę z nowotworami). „Movember" to akcja podnosząca świadomość społeczną na temat męskich nowotworów i propagowania regularnych badań pod kątem raka prostaty i jąder – praktyka ta spotyka się z pozytywnym odbiorem pracowników.

1500

Program **Wyzwanie #ZdroweNSG** dla pracowników **NSG Group (właściciel marki Pilkington)** składał się z 12 działań realizowanych przez cały rok 2021. Program zachęcał pracowników do dbania o zdrowie i odporność. W ramach projektu odbyły się różne działania: webinar z ekspertem ds. żywienia i dietetyki; warsztaty z ergonomistą i webinar o prawidłowym oddychaniu z Elą Wierkowską; charytatywna inicjatywa biegowa; możliwość skorzystania z pomocy bezpłatnego trenera personalnego online; bezpłatne badania spirometryczne, kardiologiczne; bezpłatne ultrasonograficzne badania przesiewowe dla dzieci pracowników.

4300

Objectivity wspiera pracowników, którzy chcą dbać o zdrowie. Podczas akcji **PinkyPromise & Movember** firma zachęcała do wykonania profilaktycznych badań onkologicznych. Za każdego przebadanego pracownika firma wpłacała środki na fundacje onkologiczne. Oprócz motywowania do diagnozowania stanu zdrowia, zorganizowano webinary na temat prewencji nowotworowej, diety, zdrowia psychicznego oraz aktywności sportowej. Elementem promującym Movember była zabawa – mężczyźni na początku akcji golą zarost i potem przez 30 dni zapuszczają wąsy lub brody. Finałem jest konkurs z nagrodami na Najlepszego Wąsacza.

742

Chcąc w czasach pandemicznych zadbać o pracowników, **Objectivity** rozpoczęło kampanię **MindYourHealth** promującą zdrowie. Firma umożliwiła indywidualne, anonimowe i bezpłatne konsultacje lekarskie. Zorganizowała także warsztaty na temat depresji i stresu oraz uzależnienia dzieci od internetu (szystkie webinary zostały nagrane). Poza tym zostały przygotowane kreatywne warsztaty offline dla dzieci pracowników pod hasłem „Zrób to sam". Pracownicy otrzymali do domu niezbędne materiały i przygotowali torby i zabawki ekologiczne.

742

W trosce o zdrowie pracowników **Pelion** zaprosił ich do skorzystania z możliwości **zaszczepienia się przeciw grypie**. Ponadto przez cały 2021 r. firma zachęcała pracowników do szczepień przeciw COVID-19, wysyłając do nich komunikaty z aktualnymi informacjami dotyczącymi terminów, możliwości zapisów i zasad szczepień.

10000

Pelion kontynuował zapoczątkowany w 2020 r. cykl spotkań zdrowotnych w ramach **programu „Kierunek Zdrowie"**. W czerwcu i lipcu 2021 r. Pelion zaprosił pracowników na trzy **webinary** dotyczące aktualnej tematyki zapobiegania najczęstszym chorobom XXI wieku, faktów i mitów związanych z COVID-19, a także zasad udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej. Wszystkie webinary były prowadzone przez wykwalifikowanych specjalistów.

10000

PKO Bank Polski, realizując strategię HR, wdraża rozwiązania kreujące przyjazne środowisko pracy i budujące kulturę współpracy. W okresie pracy zdalnej bank skierował do pracowników **program #FokusNaCiebie**. Celem jest utrzymanie motywacji pracowników oraz zbudowanie dobrej atmosfery w pracy. W programie połączono istniejące inicjatywy z nowymi w kompleksowe rozwiązanie nakierowane na

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

potrzeby pracowników związane z ich dobrostanem w rolach zawodowych i prywatnych; zadbano o obszary zdrowia, sportu i kultury. Program wspierają eksperci rynkowi z zakresu zdrowia fizycznego i psychicznego.

22000

Brytyjscy uczeni pokazali, czym grozi nieprawidłowa praca siedząca. Stworzyli woskową figurę o imieniu Emma. Na jej przykładzie zobrazowali, co stanie się z organizmem człowieka po 20 latach siedzącej pracy. Ta symulacja spowodowała, że firma **PKP Energetyka** przygotowała dla pracowników kampanię **Nie bądź Emmą!** Kampania edukowała, co zrobić, aby uniknąć przykrych konsekwencji pracy biurowej dla naszego zdrowia. Poruszono takie kwestie, jak: ergonomia pracy biurowej, organizacja miejsca oraz sposobu pracy, a także zaproponowano ćwiczenia, które mogą poprawić kondycję psychofizyczną pracowników.

4200

Farma Zdrowej Energii to cykl szkoleń dla pracowników **Polenergii** prowadzonych przez specjalistów (fizjoterapeuci, psycholodzy) mający na celu przypomnienie zasad ergonomii, zaktywizowanie ruchowe pracowników wykonujących swoje obowiązki z domu w ramach pracy zdalnej. Po szkoleniach przez tydzień dostępne były dla pracowników nagrania i dodatkowe materiały przygotowane przez prowadzącego. Prezentowano wiedzę teoretyczną, jak i ćwiczenia praktyczne oraz pomysły na aktywność w ciągu dnia.

232

Zmiana nawyków, poczucie izolacji i zagrożenia, utrata zdrowia dotknęły w czasie pandemii pracowników **Polpharmy**. W ramach **wsparcia psychologicznego na miarę czasów**, firma zaproponowała im m.in. darmowe, poufne sesje z psychologiem, strefę wiedzy #MojaStrefaWsparcia w intranecie – jak zadbać o odporność psychiczną oraz bazę instytucji z bezpłatną pomocą. Zorganizowano cykl webinarów z poradami ekspertów na temat zarządzania własną energią, optymistycznego podejścia i wzmacniania odporności psychicznej oraz kolejny już odcinek e-learningu Akademia Zarządzania Stresem i Emocjami.

7500

Pandemia i jej konsekwencje wywołały wiele pytań. Odpowiadając na nie, **Polpharma** zorganizowała dla pracowników spotkania online z ekspertami medycyny. Przedstawili oni aktualną wiedzę, rozwiali obawy i wątpliwości, odpowiadając na pytania. Nagrania opublikowano w intranecie firmy. Był to cykl dziewięciu wykładów **Życie po covidzie** – o wpływie infekcji SARS-CoV-2 na układ sercowo-naczyniowy, oddechowy, konsekwencje neurologiczne i psychiczne. Z kolei seria trzech wykładów **Porozmawiajmy o zdrowiu** to druga odsłona cyklu odpowiadającego na wątpliwości dotyczące szczepień przeciwko grypie, COVID-19, szczepień dzieci.

7500

W 2021 r. w centrali **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** została zorganizowana akcja **Dzień Zdrowia**. Dzięki przygotowanym programom profilaktycznym pracownicy jednego dnia mogli wykonać nieodpłatnie badania profilaktyczne. Oprócz wczesnego wykrywania chorób nowotworowych można było zbadać parametry zdrowotne mówiące o ewentualnych powikłaniach po przechorowaniu COVID-19 – były to m.in.: morfologia, CRP, D-dimer oraz poziom kreatyniny. Dodatkowo można było skorzystać z porad dietetyka i zbadać skład ciała.

24780

Strategia wellbeingowa #DobryStan to wsparcie pracowników **PZU**. Składa się na nią kilka elementów: „energia życiowa" – rozwija świadomość i uczy, jak wpływać na wysoki poziom energii fizycznej, emocjonalnej i mentalnej, jak dbać w zakresie profilaktyki zdrowia; „odporność psychiczna" – uczy, jak radzić sobie z szybkim tempem życia i pracy oraz wspierać stabilną kondycję psychofizyczną pracowników i całych zespołów (pracownikom są oferowane narzędzia wsparcia w trudnych sytuacjach życiowych); „styl pracy" – stawia na nowoczesne, elastyczne środowisko pracy, które sprzyja efektywnej pracy i umożliwia godzenie życia zawodowego i prywatnego.

7500

W 2021 r. na **program zdrowotny dla pracowników** składała się akcja „Zdrowe lato", podczas której pracownicy **Rödl & Partner** wzięli udział w warsztatach z dietetykiem i fizjoterapeutą. Odbył się też webinar odczytywania etykiet żywnościowych. Na jesieni we współpracy z Fundacją „Kochasz. Dopilnuj" zorganizowano dwa spotkania dotyczące zdrowia kobiet i mężczyzn w zakresie profilaktyki nowotworów piersi i jąder. W kwietnia 2021 r. Rödl & Partner w trosce o zdrowie mentalne pracowników udostępnił usługę EAP. Pracownicy i ich najbliższe osoby bezpłatnie mogą skorzystać ze wsparcia psychologicznego.

533

W powiązaniu z globalnymi programami, w 2021 r. firma **Sabre Polska** wprowadziła **kompleksowy program wellbeingu**. Obejmował on webinary, warsztaty, wydarzenia sportowe związane ze zdrowiem psychicznym i fizycznym; sesje z dietetykiem, psychologiem, fizjoterapeutą, a także czaty do anonimowego zadawania pytań. Pracownicy Sabre brali też udział w wydarzeniach sportowych organizowanych lub sponsorowanych przez firmę. Dzięki aplikacji Burn Along rywalizowali grupowo w aktywnościach sportowych. Firma promowała również jazdę na rowerze, kolejny raz uczestnicząc w programie krakowskiego magistratu „Rowerem do pracy".

1380

Firma **Sabre Polska** docenia rolę dobrego samopoczucia i jego wpływu na pracowników i ich rodziny, dlatego nawiązała współpracę z Headspace, liderem uważności i wellbeingu, i zapewniła pracownikom bezpłatny dostęp do ich **aplikacji**

mindfulness (ponad 1 tys. godzin treści, jak radzić sobie ze **zdrowiem**, stresem, ćwiczyć świadomie, zachować koncentrację). Firma oferuje także dostęp do aplikacji BurnAlong, zapewniając bezpłatne, teoretyczne i praktyczne szkolenia prowadzone przez certyfikowanych instruktorów. Pracownicy Sabre mogę skorzystać z tradycyjnych zajęć fitness, jogi i szkoleń o odżywianiu.

1380

Projekt **Mind your Mind** skupia się na wspieraniu pracowników firmy **Samsung** w trzech kompetencjach: odporność psychiczna, radzenie sobie ze stresem oraz adaptacyjność do zmian. Firma chce, aby pracownicy dbali o work-life balance – uczyli się odpoczywać w trakcie wykonywania zadań, mieli świadomość, jak ruch oraz troska o układ odpornościowy wpływa na ich dobrostan psychiczny. Nawiązano współpracę z ekspertami z psychologii, fizjologii, immunologii i dietetyki. Przygotowano serię artykułów, infografik, pigułek wiedzy. Dodatkowo odbyła się seria webinarów, warsztaty i gry biznesowe.

2500

Czym jest **cyfrowy dobrostan pracowników** i jak o niego zadbać? Jak korzystać z internetu intencjonalnie, aby zrealizować cel ? Na te pytanie starali się odpowiedzieć uczestnicy webinarów dotyczących cyfrowego dobrostanu. Webinary zostały zorganizowane dla pracowników firmy **Samsung** i Samsung R&D Institute Polska. Pracownicy brali udział w interaktywnych zajęciach pozwalających na ćwiczenie technik kontroli czasu spędzanego w sieci oraz metod na przeciwdziałanie FOMO. Warsztaty prowadził dr Sławomir Postek, psycholog, wykładowca akademicki, konsultant biznesowy zajmujący się tematem przeciążenia cyfrowego.

2500

Sanofi wsłuchuje się w potrzeby pracowników i na nie odpowiada. Czas pandemii sprawił, że wielu mierzy się z wysokim poziomem lęku i stresu. Dlatego w 2021 r. firma Sanofi zapewniła im **wsparcie dobrostanu psychofizycznego** poprzez spotkania z ekspertami w dziedzinie zdrowia psychicznego, w ramach cyklu webinarów pt. „Czwartki z Psychologiem" (m.in. na temat prężności psychicznej, radzenia sobie ze stresem, napięciem emocjonalnym oraz kryzysami). Firma wdrożyła elastyczne podejście do pracy. W ramach programu Take Care & BWell, firma prowadzi kampanie na temat zdrowego odżywiania i budowania odporności.

900

W 2021 r. spółka **Santander Leasing** dołączyła do akcji **Movember** i zachęcała do aktywnego udziału swoich pracowników i współpracowników. Od 2003 r. na całym świecie dzięki akcji Movember trwa walka z nowotworami jąder i prostaty; chodzi m.in. o uświadamianie mężczyzn o słuszności profilaktycznych badań. Symbolem akcji stał się wąs. Santander Leasing zorganizował dla swoich pracowników wyzwanie – za każdego mężczyznę, który zapuścił w czasie trwania kampanii wąs, spółka wpłaciła 15 zł na rzecz Fundacji Kapitan Światełko.

700

Realizując działania w ramach 3 Celu Zrównoważonego Rozwoju, firma **Savills Polska** wprowadziła na wiosnę 2021 r. **program „Zdrowie w biurze"**. W roku 2021 odbyły się dwie edycje przedsięwzięcia: wiosenno-letnia oraz jesienno-zimowa. W ramach programu wprowadzono sezonowy kalendarz aktywności mających na celu promocję zdrowego stylu życia, zdrowych nawyków żywieniowych, wellbeingu, aktywności fizycznej oraz zrównoważonego funkcjonowania w biurze i mieście. Program odegrał bardzo ważną rolę w integracji podczas powrotu do biura oraz prewencji zdrowotnej.

140

Aby uniknąć informacyjnego chaosu związanego z sytuacją pandemiczną (m.in. związanego z obostrzeniami), firma **Sela** w 2020 r. wydała **„Koronainformator"**, zbiór najbardziej aktualnych dokumentów, infografik oraz porad dla przedsiębiorców w dobie pandemii. W 2021 r. projekt kontynuowano i poszerzono o informacje dotyczące m.in. sposobów korzystania z pomocy państwa, jakim były chociażby tarcze czy dofinansowania dla firm.

16

„Healthy month" miesiąc zdrowia to element działań corporate wellness w firmie **SimCorp** mający na celu propagowanie wśród pracowników zdrowego stylu życia i wyposażenie ich w wiedzę, jak dbać o zdrowie fizyczne i psychiczne. Pracownicy mieli możliwość konsultacji z dietetykiem, w trakcie której dokonywano pomiaru składu ciała oraz dyskutowano na temat nawyków żywieniowych. „Healthy month" był również czasem promowania aktywnych przerw na home office. Codziennie przez 15 minut pracownicy wykonywali ćwiczenia, które miały odciążyć zarówno kręgosłup, jak i inne mięśnie cierpiące z powodu statycznej pracy przy biurku.

160

Wellbeing odgrywa znaczącą rolę w kulturze firmy **Skanska Residential Development Poland**. W roku 2021 miał on wyjątkowe znaczenie, ponieważ firma po przerwie wróciła do pracy biurowej. Aby wesprzeć pracowników w nowej rzeczywistości, organizowany **Tydzień Bezpieczeństwa** koncentrował się na wydarzeniach związa-

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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

nych ze zdrowiem i z bezpieczeństwem oraz dobrostanem pracowników. Działania dotyczące BHP wspierane były szkoleniami i konsultacjami. Organizowane były warsztaty radzenia sobie ze stresem, zachowania równowagi czy budowania relacji. Pracownicy wzięli udział w konsultacjach z dietetykiem.

2000

Webinary na temat COVID-19 to cykl spotkań online ze specjalistami. Zostały zorganizowane dla pracowników firmy **Skanska** w celu udostępnienia informacji o szerzeniu się wirusa, zasadności środków zapobiegawczych, szczepieniach. Zespół BHP stworzył podstronę o COVID-19 z regulacjami wewnętrznymi i państwowymi, schematem postępowania w razie podejrzenia infekcji oraz materiałami edukacyjnymi. Graficzne przypomnienia wytycznych są eksponowane jako wygaszacze ekranów komputerów. Aby zachęcić pracowników do szczepienia, firma przyznała dodatkowe dwa dni wolne w związku z pierwszą i drugą dawką szczepionki.

1200

Program „Zdrowy Pracownik" to autorskie rozwiązanie **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** z zakresu corporate wellness, którego celem jest promocja profilaktyki zdrowotnej. W jednym z firmowych budynków znajduje się **Centrum Zdrowego Pracownika**, w którym hestianie mogą korzystać z usług gabinetu profilaktyki medycznej oraz z sali ćwiczeń. W gabinecie można odbyć konsultację oraz wykonać badania. Centrum organizuje ponadto dni walki z rakiem, akcje walki z nałogami i nadwagą, targi zdrowej żywności. Pracownicy mają również do dyspozycji pakiet stomatologiczny i kardiologiczny.

2800

Co roku **Ten Square Games** stara się podejmować działania na rzecz świadomości zdrowia, zwłaszcza w październiku i listopadzie, miesiącach, które kojarzymy z uświadamianiem w kierunku profilaktyki raka piersi oraz raka jąder i prostaty. W ramach podnoszenia świadomości zagrożenia tymi schorzeniami i promocji profilaktyki wszyscy pracownicy Ten Sqaure Games otrzymali **darmowe pakiety onkologicznych badań krwi w ramach akcji Pinktober i Movember**; kobiety – badanie ROMA (Risk of ovarian malignancy algorithm), a mężczyźni – pakiet onkologiczny.

500

Dbając o bezpieczeństwo i zdrowie pracowników, **Totalizator Sportowy** od 29 listopada 2021 r. wprowadził płatną trzygodzinną przerwę na szczepienie przeciwko COVID-19 w ramach akcji **#OstatniaProsta szczepień**. Ze skróconego czasu pracy, którego pracownik nie musi odpracowywać, może skorzystać każdy, niezależnie od tego, czy przyjmuje pierwszą, drugą czy trzecią dawkę szczepionki. Wprowadzone przez spółkę ułatwienie ma na celu ochronę zdrowia, jak również stworzenie bezpiecznego miejsca wspólnej pracy w sytuacji epidemiologicznej.

3925

Bezpieczeństwo i zdrowie pracowników jest dla **TVN** na pierwszym miejscu. **Podczas pandemii COVID-19** organizacja wprowadziła działania chroniące życie i zdrowie pracowników. Na początku pandemii – w marcu 2020 r. – firma przeszła na pracę zdalną. Aby zapewnić **bezpieczeństwo pracy** – w 2021 r. przyjęła formułę hybrydową. Dodatkowo w siedzibie TVN został utworzony bezpłatny punkt testowania. W firmie wprowadzono zasady bezpieczeństwa – maseczki, dezynfekcja, oznakowanie w biurze. Dodatkowo dla pracowników przygotowano bezpłatne konsultacje psychologiczne.

4000

Podczas pandemii firma **VanityStyle** postawiła na **bezpieczeństwo pracowników**, dlatego zaproponowała pracę w trybie hybrydowym, by zachować odpowiedni dystans i środki bezpieczeństwa pomiędzy osobami przebywającymi w biurze. Codziennie ozonowane są pomieszczenia w firmie. Funkcjonuje zespół odpowiedzialny za zarządzanie sytuacją kryzysową, który weryfikuje panujące w spółce zasady, prowadzi kampanię informacyjną na platformie Emplo, a także zapewnia pracownikom dostęp do środków ochrony osobistej, takich jak maseczki, płyn do dezynfekcji czy rękawiczki.

85

Piątkowe poranki w lipcu i sierpniu 2021 r. **VGL Solid Group** przeznaczył na spotkanie z przewodnikiem po sztuce relaksacji oddechowej. W ramach programu **„AKTYWNE ORŁOWO" – relaksacyjne poranki wellbeingowe** przy szumie fal, wschodzącym słońcu – pracownicy spotykali się na gdyńskiej plaży, aby nauczyć się, jak wykorzystywać oddech w profilaktyce radzenia sobie ze stresem i skutkami wypalenia zawodowego.

750

W związku z epidemią w firmie **Wodociągi Miasta Krakowa** przeprowadzono działania w ramach **prewencji oraz wsparcia COVID-19**, które można podzielić na organizacyjne, zapobiegawcze, informacyjne: zdefiniowano obszar zachowania ciągłości produkcji wody i odbioru ścieków, powołano Sztab Kryzysowy; zorganizowano 250 stanowisk pracy zdalnej, zapewniono bezpieczny przesył danych; zapewniono środki ochrony osobistej; opracowano informacje na temat ochrony zdrowia pracowników oraz bezpieczeństwa wody dla krakowian. Przekazano maseczki ochronne i środki dezynfekcji do krakowskich szpitali.

1200

wonga.pl zwraca uwagę pracowników na wewnętrzne potrzeby organizmu. W 2021 r. dedykowanym kanale stworzona została sekcja dbania o **dobrostan psychiczny**. Pracownicy

dzielili się pomysłami na rozładowywanie napięć, tworzyli listy z ulubioną muzyką, dzielili się przepisami. Wonga zorganizowała oddechowe warsztaty relaksacyjne do nauki rozluźniania ciała i umysłu oraz kontrolowania reakcji na stres. Kolejna akcja to Wellbeing Challenge, konkurs związany z dbałością o ciało, dobre odżywianie i o odpoczynek. Zakończeniem akcji był webinar z psychologiem na temat odporności psychicznej.

150

W związku z pandemią COVID-19 **WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy & Partners** podjęła działania mające na celu **zdrowe i bezpieczne miejsce pracy** oraz minimalizację ryzyk pandemii. Wprowadzono hybrydowy model pracy, a pracowników wyposażono w urządzenia do pracy z domu. Biuro zostało przystosowane do pracy w warunkach pandemicznych poprzez odpowiednie oznakowania oraz dezynfekcję powierzchni. Spotkania w Kancelarii ograniczono do minimum na rzecz spotkań internetowych. Wdrożono dokument „Zasady bezpieczeństwa oraz higieny w związku z COVID-19" na temat procedur postępowania w czasie pandemii.

20

Firma **Wunderman Thompson Technology** dołączyła do akcji **Movember**, która podnosi świadomość mężczyzn w zakresie zdrowia i profilaktyki. WT Tech uczyniło listopad miesiącem poświęconym diagnostyce nowotworów jąder czy prostaty. Dzięki spotkaniom z przedstawicielem Fundacji Kapitan Światełko pracownicy poznali dane zachorowalności i zrozumieli konieczność regularnych badań. Męska część zespołu cały miesiąc zapuszczała wąsy, podczas zdalnych spotkań pracownicy ustawiali sobie tematyczne tła, a na czatach pojawiały się emotikony – wszystko w ramach wsparcia akcji Movember.

240

Według Krajowego Rejestru Nowotworów 80% nieuleczalnych przypadków nowotworów wynika ze zbyt późnej diagnozy. Firma **Wunderman Thompson Technology** dołączyła do akcji **Pink October** w październiku – Miesiącu Świadomości Raka Piersi. Zorganizowano m.in. webinar, na którym wolontariuszka Breast Cancer Now omówiła dane dotyczące nowotworu piersi i metody samobadania. Na warsztatach kulinarnych ,,Ż(r)yj Zdrowo" pracownicy poznali zdrowe przepisy, testując je w swoich kuchniach. Spotkanie z członkiniami Zarządu PARS zwróciło uwagę na wirusa HPV, profilaktykę raka piersi, narządów rodnych oraz skóry.

240

Wspierając bezpieczeństwo podczas pandemii COVID-19 w zakresie zdrowia swoich pracowników, klientów, franczyzobiorców i partnerów biznesowych, **Żabka Polska** wdrożyła wiele działań, m.in. testy antygenowe, webinary w okresie izolacji i pracy zdalnej, możliwość pracy zdalnej. Dystrybuowała materiały sanitarne i ochrony osobistej. Jako pierwsza w Polsce wprowadziła program Bezpieczeństwo i Higiena+ stworzony we współpracy z jednostką certyfikującą TÜV NORD. Programem objęte zostały wszystkie etapy łańcucha dostaw, od produkcji marek własnych, obszaru magazynowania, dystrybucji i sprzedaży.

2024

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

ŚRODOWISKO

173 firmy

393 praktyki

W roku 2021 praktyki dotyczące środowiska są nadal jednymi z najliczniej reprezentowanych w raporcie. Wszystkich praktyk – zarówno rozpoczętych w 2021 roku, jak i realizowanych od dawna – zgłoszonych zostało niemal 400. To ogromna liczba, która niezmiernie cieszy, gdyż nawet jeżeli praktyka nie daje „przełomowego" efektu środowiskowego, to pokazuje, że wiele firm czuje się w obowiązku takie działania w jakimkolwiek zakresie prowadzić.

Warto dodać, że praktyki zgłosiły 174 firmy, co w porównaniu z zeszłym rokiem oznacza wzrost o 25%. Obszar ten budzi zatem coraz większe zainteresowanie przedsiębiorstw.

Praktyki przedstawione zostały w podziale na 14 kategorii, które pozwalają lepiej odszukać interesującą nas tematykę. Trzeba jednak pamiętać, że kategorie się nakładają. Ekoefektywność może przeplatać się z certyfikatami, a ekoprodukt z recyklingiem lub zero waste. Dlatego przeglądając je, warto nie ograniczać się do wąskiego obszaru, w którym widzi się największy potencjał. Część praktyk może okazać się zaskakująco łatwa do wprowadzenia i przy niewielkim koszcie przynieść duże korzyści. Na pewno jednak wszystkie praktyki są godne przejrzenia pod kątem ich efektywności, łatwości wdrożenia w firmie i potencjalnych korzyści dla środowiska.

Wśród najciekawszych trendów trzeba zwrócić uwagę na dużą liczbę praktyk, których wdrożenie wynikało ze zobowiązań przyjętych w długofalowych strategiach firm. Najczęściej było to związane z planem dojścia do zeroemisyjności poprzez stopniowe ograniczanie zużycia paliw kopalnych. Stąd zamiana pojazdów na elektryczne bądź hybrydowe oraz wprowadzanie instalacji fotowoltaicznych. Drugi rodzaj zobowiązań dotyczył recyklingu plastiku w firmach, które muszą zebrać do przetworzenia taką samą ilość plastiku, jaką przekazują na rynek.

Zwracają uwagę start-upy, które, zgłaszając praktyki, prezentują jednocześnie swój główny obszar działalności. Jest to pewnego rodzaju zaproszenie do współpracy z innymi, większymi firmami, które mogą dzięki temu w łatwiejszy sposób podjąć ekologiczne działania.

Tradycyjnie najliczniejszą grupę stanowiły praktyki dotyczące edukacji ekologicznej. Wiele z nich wiązało się z akcją w terenie, na przykład w postaci sprzątania okolicznych terenów lub parków narodowych. Łączyły one sferę teorii i praktyki. Część praktyk edukacyjnych polegała też na przedstawianiu korzyści współpracy z firmą, jeżeli oferowała ona przyjazne środowiskowo rozwiązania. Wiele praktyk dotyczących programów środowiskowych również zawierało silne komponenty edukacyjne.

W porównaniu z zeszłym rokiem znacznie zwiększyła się między innymi liczba praktyk z zakresu ekobudownictwa. Działania w tym obszarze są dość różnorodne i obejmują zarówno miejsca do ładowania samochodów elektrycznych na osiedlach, jak i montaż paneli fotowoltaicznych oraz rozwiązania smart house. Cieszy, że zrównoważone rozwiązania dotyczą budownictwa mieszkaniowego, a nie tylko biurowców. Można znaleźć także praktyki dotyczące korzystania z energii odnawialnej na placu budowy, co jest niezwykle ważne ze względu na ogromne zużycie energii w tym właśnie procesie.

Jednym z kluczowych wyzwań środowiskowych jest zanikanie bioróżnorodności. Praktyki odpowiadające na ten problem obejmują przede wszystkim tworzenie kwietnych łąk i stawianie pasiek, ale pojawiły się też praktyki dotyczące zagospodarowania zanieczyszczonych terenów poprzemysłowych oraz ograniczania stosowania nawozów czy pestycydów. Tutaj jednak nadal jest ogromne pole do rozwoju.

ŚRODOWISKO

Liczba zatrudnionych pracowników w 2021 r.

Małe / średnie przedsiębiorstwo

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 235

BIORÓŻNORODNOŚĆ

ALDI tworzy pasieki, sadzi łąki kwietne oraz drzewa. We współpracy z Klubem Gaja jest od 2019 r. partnerem strategicznym Święta Drzewa, w 2021 r. sieć posadziła łąki kwietne przy sklepach o łącznej powierzchni ponad 500 mkw. Łąki kwietne zapewniają owadom pyłki i nektar, dają przestrzeń do życia i rozmnażania się, a zimą schronienie dla różnych gatunków zwierząt. Pomagają magazynować wodę, lepiej wyłapują pyły tworzące smog, a także obniżają temperaturę powietrza.

3600

W ramach **troski o bioróżnorodność Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** i jego pracownicy podejmują takie inicjatywy, jak: Szkółka roślin z dobrej ręki (dzielenie się oraz wymiana roślinami domowymi i ogrodowymi); Ogród pracowniczy (na terenie zakładu odbywa się sadzenie roślin nektarodajnych, m.in. lawendy, i innych np. krokusów, dyń, ziół); Adopcja trzech rodzin pszczelich i dzielenie się miodem z pracownikami.

250

Asseco Poland obok siedziby swojej firmy w Rzeszowie utworzyło **łąkę** kwietną na pow. 3 tys mkw. Inicjatywa ma na celu minimalizowanie negatywnego oddziaływania na środowisko poprzez zwiększenie bioróżnorodności i stworzenie naturalnego siedliska dla owadów, płazów i ptaków. Firma będzie również dbała o utrzymanie łąki poprzez m.in. coroczne jej koszenie.

2311

W trosce o zachowanie bioróżnorodności i równowagi w przyrodzie **Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy** zbudował **hotele dla owadów**. Schronienia dla nich zamontowano na drzewach w Warszawie oraz na dachach budynków biurowych w Olsztynie i Warszawie. Latem domki umożliwiają owadom nocleg i schronienie, a jesienią miejsce do przezimowania.

3700

W związku z przypadającym w maju 2021 r. Światowym Dniem Pszczół, **DCT Gdańsk** zainstalowało na dachu biurowca DCT trzy ule mieszczące ok. 90 tys. pszczół, tworząc tym samym BalticHive. Szacuje się, że od maja liczba pszczół wzrosła do 300 tys. **Bałtyckie Ule** odpowiednio zabezpieczono. Na początku zostały postawione ciężkie płyty chodnikowe, które potem zostały spięte przez ule oraz płyty stojakami i odpowiednimi pasami.

2000

Firma **Echo Investment** uruchomiła **Program społeczny Echo-Łąka** polegający na zakładaniu miejskich łąk kwietnych, które pozytywnie wpływają na miejski mikroklimat, bioróżnorodność i ograniczają smog. Program powstał we współpracy z Fundacją Łąka. Pierwsze łąki zorganizowano jesienią 2021 r. w Warszawie, Łodzi, Poznaniu oraz Kielcach, w sąsiedztwie siedziby głównej firmy. Będą one wieloletnie, zajmą łącznie ok. 4200 mkw. i znajdą się na obszarach zarządzanych przez miejskie instytucje, które udostępniły tereny dla programu.

520

W 2020 r. ruszył projekt **BEE FORTE**. W jego ramach zespół pszczelarzy z **Fabryki Mebli „FORTE"** propaguje ideę ochrony pszczół i wsparcia bioróżnorodności, a także służy pomocą przy zakładaniu przydomowych pasiek.
W kwietniu 2021 r. przy suwalskiej fabryce mebli postawiono firmową pasiekę, którą opiekują się pracownicy. Na terenie wszystkich pięciu zakładów założono łąki kwietne o łącznej powierzchni 16 900 mkw. Nagrano cykl filmów o pszczołach, prowadzony jest vlog i blog, odbyły się też eksperckie webinary dla pracowników zainteresowanych pszczelarstwem.
W ramach projektu nawiązano współpracę z uczelniami wyższymi (SGGW i SGH).

3500

Projekt Łąka polegał na założeniu testowych poletek łąk kwietnych i przeanalizowaniu, jak sprawdzają się one w warunkach autostradowych. W roku 2021 firma **Gdańsk Transport Company** założyła 1 ha **Autostradowej Łąki Kwietnej** na terenie węzła Stanisławie na autostradzie A1, AmberOne. Mieszanka nasienna składała się z roślin dobranych w wyniku preselekcji pod względem m.in. cech fizycznych (eliminacja wysokich roślin mogących zagrażać bezpieczeństwu kierowców). Celem była analiza zysku środowiskowego uzyskanego poprzez zminimalizowanie negatywnego wpływu autostrady na otoczenie, aby w przyszłości możliwe było zastąpienie trawy pełnowymiarowymi łąkami kwietnym.

8

Do 2024 r. celem firmy **Hochland** we współpracy z Fundacją Łąka jest posadzić 150 tys. Mkw. łąk, które wyżywią 1 mln zapylaczy! W roku 2021 w programie **Almette – chroni łąki** firma zrealizowała: warsztaty edukacyjne oraz wysianie łąk w Warszawie, Częstochowie i Katowicach; wysianie łąk na terenie zakładów produkcyjnych w Węgrowie i Kaźmierzu; wysianie pasów kwietnych na polach niektórych swoich dostawców.

800

Firma **Leroy Merlin Polska** rozpoczęła zakładanie łąk kwietnych na powierzchniach zielonych przy swoich sklepach. W celu poprawy stanu środowiska, wsparcia dzikich zapylaczy i różnorodności biologicznej, **łąki kwietne przy sklepach** Leroy Merlin założono w sklepach w Kołbaskowie oraz w Krasnem. Łąki są oznaczone tabliczkami informującymi klientów, że mogą sami założyć podobne łąki kwietne, wykorzystując nasiona dostępne w sklepach.

12000

W **Leroy Merlin Polska** w 2019 r. rozpoczęto pilotażowe lokalizowanie uli pszczelich przy marketach. **Leroy Merlin przyjacielem pszczół** to projekt o charakterze nie tylko ekologicznym, ale także edukacyjnym (warsztaty organizowane dla dzieci, klientów lub współpracowników). Dwie pierwsze lokalizacje to Leroy Merlin GIGAmarket Warszawa Jerozolimskie oraz Leroy Merlin Wrocław Graniczna. Obecnie firma posiada 46 uli przy 11 marketach. Następne pasieki są planowane i będą otwierane przy nowych i istniejących marketach firmy w kolejnych latach.

12000

Firma **Lidl Polska** postanowiła stworzyć łąki kwietne obok swoich sklepów, m.in. w obiektach sieci Lidl w Lublinie, we Wrocławiu, w Opolu Lubelskim, Ustroniu Morskim oraz Warszawie. Projekt **Łąki kwietne – ochrona bioróżnorodności** ma inspirować inne podmioty na rynku do tworzenia łąk i wspierania bioróżnorodności, która ma wpływ na ochronę klimatu. W następnym kroku projektu łąki zostaną odchwaszczone oraz dosiane, co sprawi, że w kolejnych latach jeszcze lepiej będą spełniały swoją funkcję.

24000

W bliskim sąsiedztwie swojej fabryki firma **LOTTE Wedel** postawiła hotele dla owadów zapylających. Drewniane domki o wysokości 180 cm zapewniają schronienie i możliwość budowania gniazd m.in. dzikim pszczołom (murarkom, lepiarkom), a także złotookom, motylom oraz muchówkom. **Hotele dla owadów od Wedla** zostały stworzone podczas warsztatów przez podopiecznych Stowarzyszenia „Serduszko dla Dzieci", które od kilkunastu lat współpracuje z firmą. To kolejny projekt na rzecz ochrony bioróżnorodności, który obejmuje filar „środowisko" wedlowskiej strategii CSR. Od 2017 r. na dachu fabryki działa pasieka, w której w ośmiu ulach mieszka ok. 400 tys. pszczołowatych.

1300

W 2021 r. firma **Merck Business Solutions Europe** postanowiła zadbać o ekosystem i sfinansowała **budowę ula**. Działanie zostało podjęte jako jedna z akcji w ramach świętowania pięciolecia istnienia firmy na rynku wrocławskim. Grupa pracowników budujących ul wykorzystała na ten cel jeden z przysługujących w firmie dni w ramach wolontariatu.

493

Ze względów technologicznych panele PV zajmują jedynie połowę całego areału farm fotowoltaicznych. **Polenergia** podjęła działania, których celem jest **wzrost potencjału bioróżnorodności na terenie farm fotowoltaicznych**. Na obszarze farm stworzono miododajne łąki kwietne, które służyć będą owadom zapylającym. Na początku 2020 r. na terenie PV Sulechów powstało pasieczysko. Projekt wysiewania łąk jest rozszerzany na kolejne inwestycje, w 2022 r. obsianych łąk będzie ok. 60 ha. Aktualnie jest to 8 ha na farmie Sulechów I.

232

Panattoni od dwóch lat realizuje koncepcję zrównoważonego rozwoju „Go Earthwise with Panattoni", w której kluczowe jest **wspieranie bioróżnorodności na terenach inwestycji Panattoni**. Na terenach obiektów tworzone są nieformalne „ogrody angielskie" z rodzimymi drzewami, nieregularnymi krzewami, łąkami i trawnikami. W 2021 r. Panattoni zasadziło 1045 drzew, 12 044 krzewy, ponad 400 tys. mkw. trawnika oraz blisko 47 tys. mkw. łąk kwietnych. Na terenach obiektów firmy pojawiło się także 57 hoteli dla owadów, a także liczne domki dla bezkręgowców i ptaków, budki dla jeży oraz ule.

500

Celem projektu **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** było założenie **łąk kwietnych** na terenie centrali w Warszawie oraz popularyzowanie wysiewania łąk w ogrodach i na balkonach ze względu na korzyści takich działań dla środowiska naturalnego. Łąki kwietne na terenie PGNiG będą pełnić także liczne funkcje edukacyjne, zwracając uwagę na problemy związane ze środowiskiem naturalnym, oraz popularyzować wśród pracowników zakładanie łąk ogrodowych i balkonowych.

24780

Ekoinfrastruktura realizowana przez **ROBYG** jest częścią działań mających na celu odpowiedzialne kształtowanie tkanki miejskiej, wspieranie **bioróżnorodności i walkę z miejskimi wyspami ciepła**. Zrealizowano ponad 55 ha terenów zielonych. Działania polegają na projektowaniu zieleni wysokiej i niskiej, wysiewaniu łąk kwietnych, tworzeniu ogrodów deszczowych, co zapewnia lepszą retencję wody i zacienienie w upalne dni – ozwala to skuteczniej walczyć z miejskimi wyspami ciepła.

500

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

ŚRODOWISKO

SEGRO Poland zaangażowało się w tworzenie **uli i hoteli dla owadów w parkach logistycznych SEGRO w Polsce** w ramach strategii działań zrównoważonego rozwoju. SEGRO było pierwszym deweloperem magazynowym w Polsce, który zainstalował ule na terenie swoich parków logistycznych. Wprowadziło się do nich ponad pół miliona pszczół. Kluczową przesłanką wyboru lokalizacji pasiek było dogodne położenie parków, w pobliżu upraw rolnych.

40

W pobliżu siedziby **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** na wydzierżawionym od miasta nieużytku stworzono kompleks parkowo-parkingowy dedykowany pracownikom firmy i mieszkańcom miasta. Na 2 ha parku posadzono prawie 95 tys. sztuk krzewów, bylin, traw i kwiatów oraz ponad 150 wieloletnich drzew liściastych i iglastych. Ponad 20 gatunków miododajnych roślin stanowi źródło pożywienia dla pszczół żyjących w ulach na dachu biurowca ERGO Hestia. Prawie 900 tys. pszczół rasy kraińskiej znalazło przystań w **Parku Hestii i pasiece pszczół**.

2800

VGL Solid Group w ramach projektu **Ratujemy pszczoły** wspiera rozwój pobliskiej pasieki. Dzięki współpracy firmy z pasieką powiększyła się baza dla rodzin pszczelich w obrębie rezerwatu „Kępa Redłowska" znajdującego się na terenie miejskim. Firma przekazuje środki finansowe na rozbudowę pasieki i zakup kolejnych uli, odkupuje miód, informuje o Colony Collapse Disorder – masowym ginięciem pszczół, prowadzi działania edukacyjne, a także przekazuje nasiona do przygotowania własnej łąki kwietnej dla wsparcia dzikich pszczół.

750

W cementowniach **CEMEX Polska** w Chełmie i Rudnikach, na terenie których zauważono obecność pustułki, wdrożono kompleksowy projekt **Pustułki – sokoły CEMEX-u** obejmujący stworzenie infrastruktury, badania ornitologiczne oraz edukację ekologiczną. Zamontowano łącznie osiem skrzynek lęgowych i cztery kamery, dzięki którym transmisja z gniazd udostępniana była na żywo w internecie. Do współpracy zaproszono ornitologów, którzy przeprowadzili wizję terenową oraz zbadali i zaobrączkowali pisklęta.

1000

Grupa VELUX w ramach swojej strategii zrównoważonego rozwoju chroni i sadzi lasy we współpracy z WWF. W ramach projektu **Ptasie okno na świat – Wolontariat pracowniczy – budki lęgowe dla ptaków** pracownicy stolarni z gnieźnieńskiej fabryki po godzinach pracy opracowali prototyp budki lęgowej, która będzie zabezpieczała pisklęta przed drapieżnikami. Wykonali blisko 40 profesjonalnych budek, a następnie pomagali leśnikom z Nadleśnictwa Czerniejewo zamontować je w terenie.

4000

Projekt firmy **Lubelski Węgiel Bogdanka** **„Wędrówki lubelskich żurawi"** to czynna ochrona żurawi gniazdujących w tym województwie, ze szczególnym uwzględnieniem ptaków związanych z obszarem Poleskiego Parku Narodowego. Żurawie są obrączkowane przy użyciu nadajników GPS-GSM w celu obserwacji ich tras migracji, co dostarcza szczegółowych informacji na temat behawioru tego gatunku oraz danych pomocnych do opracowania planu ochrony terenów preferowanych przez ten gatunek.

4761

Ochrona ptaków w PGE Polska Grupa Energetyczna polega m.in. na ochronie przed porażeniem prądem poprzez przenoszenie gniazd bocianów ze słupów energetycznych na specjalne platformy oraz montaż odstraszaczy, podestów, flag i kolorowych kul na przewodach energetycznych; odnawianiu obecności sokoła wędrownego w Polsce, monitoringu online gniazd sokołów i bocianów; wspieraniu projektów naukowo-badawczych organizacji ornitologicznych i parków narodowych; testowaniu innowacyjnych rozwiązań służących ochronie ptaków przed kolizjami z turbinami elektrowni wiatrowych.

42000

Uruchomiony w 2014 r. przez **Polenergia** na terenie FW Łukaszów i FW Modlikowice program **czynnej ochrony błotniaka łąkowego** obejmuje grodzenie gniazd, aby żniwa ani drapieżniki nie zagroziły lęgom. Dodatkowa ochrona przed drapieżnikami zapewniana jest poprzez wysypywanie atestowanego repelentu zapachowego, bezpiecznego dla człowieka, zwierząt i środowiska. Od lipca 2021 r. takie działanie było prowadzone także na terenie FW Kostomłoty (projekt w budowie). Na terenie tej gminy w 2021 r. uratowano łącznie 12 piskląt.

232

Najważniejsze elementy programu **PKN ORLEN dla bioróżnorodności!** to restytucja sokoła wędrownego – działanie prowadzone jest od 1999 r. w dwóch budkach lęgowych na kominach Zakładu Produkcyjnego **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN**. Pozwoliło to od 2002 r. wychować 54 pisklęta (4 z adopcji), wspierać ochronę pszczoły miodnej – przy współpracy MODR w Płocku umieszczono dwie pasieki z 20 ulami i ok. 1 mln pszczół; od 2021 r. w ramach programu ochrony pszczoły linii kampinoskiej wspólnie z Państwowym Instytutem Badawczym Zootechniki przygotowano pasiekę z 12 ulami. PKN ORLEN dla bioróżnorodności! obejmuje także sianie łąk kwietnych i zielony wolontariat.

5878

W ramach **25 projektów wolontariackich na rzecz bioróżnorodności, na 25-lecie Veolii w Polsce** **Fundacja Veolia w Polsce** ogłosiła konkurs dla pracowników-wolontariuszy, w obszarze wspierania i ochrony bioróżnorodności oraz przeciwdziałania zmianom klimatu. Wolontariusze zbierali się w przynajmniej 25-osobowe grupy, by przygotować działania,

takie jak budowa budek lęgowych, hoteli dla owadów, wysiew łąk kwietnych oraz nasadzenia roślin. Projekt wpisuje się w zobowiązanie Veolii przedstawione w celu istnienia Veolii (The Purpose).

4300

Program **Harmony** realizowany przez **Mondelēz International w Polsce** ma na celu: zminimalizowanie wykorzystania pestycydów i nawozów poprzez stosowanie odpornych odmian pszenicy, systemu płodozmianu oraz dbałość o jakość gleby, a także unikanie stosowania zbędnych oprysków i środków chemicznych, ograniczenie emisji dwutlenku węgla w szczególności poprzez obniżenie ilości stosowanych nawozów, zachowanie jakości wody i ochronę lokalnej bioróżnorodności.

4600

Nestlé wspiera regeneracyjne systemy żywnościowe – tj. takie, które mają na celu ochronę i przywracanie optymalnego stanu środowiska oraz poprawę warunków życia rolników. **Nestlé Polska** realizuje m.in. projekty z zakresu rolnictwa regeneracyjnego, takie jak pilotażowy program badania emisji gazów cieplarnianych we współpracujących gospodarstwach rolnych, rozwiązania poprawiające jakość gleby, nawożenie naturalnymi kwasami humusowymi czy stosowanie facelii jako rośliny okrywowej. Praktyki te pozwalają zwiększać zdrowotność gleby oraz zmniejszać emisje i poprawiać retencję wody.

5500

We wrześniu 2021 r. firma **Nhood Polska** rozpoczęła proces **oczyszczanie gleby na terenie inwestycji w Piasecznie**, na którym planowana jest budowa wielofunkcyjnej inwestycji. Przez wiele lat teren ten pełnił funkcje usługowe dla transportu i został częściowo zanieczyszczony olejem mineralnym. Oczyszczanie obszaru realizowane jest za pomocą specjalnie wyhodowanych, bezpiecznych i korzystnie wpływających na procesy biologiczne szczepów bakterii, które przywrócą glebie jej naturalny stan. To działania bezpieczne dla człowieka, zwierząt, roślin i gleby.

80

W 2021 r. **inwestycje typu brownfield w działalności Panattoni** stanowiły 35% oddanej do użytku powierzchni. Najważniejszą z nich był Panattoni Park Sosnowiec I – pierwszy w Polsce obiekt przemysłowy, który przeszedł certyfikację metodą BREEAM na poziomie Excellent. Inwestycja powstała na obszarze o niskiej wartości ekologicznej, pozbawionym pokrywy roślinnej, na terenach po wyrobiskach pokopalnianych. Blisko 1/3 obszaru zajęły łąki kwietne o bogatym składzie gatunkowym. Pozostałą powierzchnię pokryły m.in. ekologiczne trawniki niewymagające częstego koszenia.

500

Program PGE „Lasy Pełne Energii" służy poprawie jakości powietrza oraz stanu wód gruntowych i odbudowie drzewostanu. W akcji uczestniczą pracownicy **PGE Polska Grupa Energetyczna** z rodzinami, harcerze, młodzież, przedstawiciele lokalnych społeczności. Partnerem są Regionalne Dyrekcje Lasów Państwowych. Program rozszerzono o ochronę ptaków, zwierząt i roślin, współpracę z Ligą Ochrony Przyrody, a także wsparcie parków narodowych, obszarów chronionych i pomników przyrody.

42000

Polenergia przystąpiła do **partnerstwa na rzecz bioróżnorodności** Zielona Wstążka #dla Planety – działania Centrum UNEP/GRID-Warszawa. W miejscowościach, gdzie realizowane są projekty budowy nowych farm wiatrowych, zasadzono ponad 600 sztuk drzew i krzewów. Działania te wpisują się w Strategię Zielonego Ładu UE oraz w Strategię ESG Grupy Polenergia: tworzone są miejsca integracji dla lokalnej społeczności, zwiększana jest także baza pokarmowa dla lokalnie występujących zwierząt.

232

Większość obiektów **Aquanet** znajduje się na terenach lub w sąsiedztwie obszarów chronionych. Dlatego firma w 2021 r. przeprowadziła **audyt bioróżnorodności** na wybranych pięciu obiektach. Badania były realizowane przez cały rok. Firma dokonała inwentaryzacji jakościowej (czyli opisała obecność poszczególnych gatunków i siedlisk), jak i uproszczonej inwentaryzacji jakościowej, a także opracowała plan ochrony bioróżnorodności.

860

„4 Kąty dla przyrody" to projekt **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa**, którego celem było zachęcenie do stworzenia przestrzeni dla przyrody w najbliższym otoczeniu (w ogrodzie i mieście) oraz pokazanie, jak można jej pomóc w prosty, dostępny dla każdego sposób. W październiku firma umieściła w miejskiej przestrzeni 162 budki i domki dla jeży, nietoperzy, wiewiórek oraz owadów. Ich lokalizację wskazali pracownicy z różnych miejsc Polski – były to m.in. ogrody szkolne i przedszkolne, tereny ogródków działkowych, publiczne miejsca rekreacji oraz tereny oddziałów firmy.

24780

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

ŚRODOWISKO

W ramach **odtwarzania ekosystemu i sekwestracji dwutlenku węgla** firma **Terra** realizuje agroleśniczy projekt kompensacyjny bazujący na autorskiej metodzie nasadzeń zakładającej maksymalizację sekwestracji dwutlenku węgla przy jednoczesnym przywracaniu ekosystemu. Stworzono polikulturę leśną o perspektywie długowiecznej, dobierając odpowiednie gatunki drzew, w tym owocowych, z wysokim potencjałem przechwytywania dwutlenku węgla (dochód z ich sprzedaży zachowują w całości zaangażowani w projekt lokalni rolnicy). W ramach uruchomionego w roku 2021 projektu w Belize TerGo łączy nasadzenia drzew iglastych, takich jak cedr, z drzewami owocowymi, takimi jak mango i awokado.

20

CERTYFIKACJA

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne należące do Grupy Servier w 2013 r. zainicjowało wdrożenie programu redukcji zużycia energii. Celem projektu było ograniczenie emisji dwutlenku węgla poprzez racjonalne wykorzystywanie energii elektrycznej, gazu, wody, ciepła miejskiego i sprężonego powietrza w procesach produkcyjnych. Na podstawie zbieranych danych firma opracowuje wskaźniki pozwalające na ocenę wyników energetycznych, jak i określanie celów na kolejne lata. W 2016 r. po raz pierwszy Anpharm uzyskał Certyfikat ISO 500001:2015. W roku 2021 Anpharm przeszedł **recertyfikację ISO 50001**:2018.

250

W **Deloitte Polska** wdrożono system **zarządzania energią elektryczną – ISO 50001**:2018. Stworzono oraz zakomunikowano całej organizacji Politykę Energetyczną Deloitte w Polsce. Integralnym elementem zarządzania i dostarczania klientom usług jest dbałość o ochronę środowiska naturalnego i klimatu, w szczególności w odniesieniu do optymalizacji i ograniczania zużycia energii podczas świadczenia usług doradczych. Firma zużywa energię elektryczną i cieplną do zapewnienia odpowiednich warunków pracy w budynkach, w których świadczy usługi, oraz zużywa paliwa na potrzeby wykorzystywanych środków transportu.

2500

Chcąc wzmocnić swój udział w środowiskowym filarze zrównoważonego rozwoju, w 2019 r. warszawskie biuro **KPMG w Polsce** wprowadziło systemowe podejście do zarządzania środowiskowego poprzez wdrożenie **Systemu Zarządzania Środowiskowego ISO 14001**. W 2019 r. firma uzyskała certyfikat ISO 14001:2015, a potwierdzeniem działania Systemu Zarządzania jest coroczna pozytywna ocena z audytu nadzoru przeprowadzanego przez niezależną jednostkę certyfikacyjną. Elementem Systemu Zarządzania Środowiskowego jest polityka środowiskowa KPMG w Polsce wprowadzona 5 października 2018 r.

2000

W celu jasnego określenia sposobu kwalifikacji produktów pod kątem ich przyjazności dla środowiska w **Lyreco Polska** stworzono zasady **oceny zielonych produktów** w oparciu o międzynarodowe standardy ISO serii 14020. Procedurze oceny co roku poddawani są wszyscy producenci dostarczający ponad 11 tys. produktów do katalogu Lyreco. Oferta zielonych produktów wynosi ponad 1729 produktów przyjaznych środowisku oraz 5143 produkty uznane jako przyjazne środowisku przez dostawców.

577

Santander Leasing od lat angażuje się w działania proekologiczne oraz wspieranie zielonych inwestycji. **Uzyskanie certyfikatu ISO 14001** przez spółkę to naturalna konsekwencja tej strategii. Certyfikat jest normą, w której Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna zawiera wymagania odnośnie do systemu zarządzania środowiskowego. Podstawowym jej zadaniem jest wspomaganie ochrony środowiska i zapobieganie zanieczyszczeniom w sposób uwzględniający potrzeby społeczno-ekonomiczne.

700

Firma **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków** wdrożyła normy ISO 14001 Zarządzanie środowiskiem (recertyfikacja 2021); FSC; PEFC; EU Ecolabel (odnowienie certyfikatu od 1 stycznia 2021). W ramach **certyfikacji** na zgodność z wymaganiami wymienionych norm firma zobowiązuje się do prowadzenia działalności w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju i poszanowania środowiska naturalnego. Działania te koncentrują się na oszczędzaniu energii, wody, papieru, właściwym zarządzaniu odpadami oraz zwiększaniu w produkcji udziału papieru pochodzącego z odpowiedzialnych źródeł.

1200

Zintegrowany System Zarządzania Jakością i Środowiskiem obejmuje 42 zidentyfikowane procesy funkcjonujące w całym obszarze działania **Wodociągów Miasta Krakowa** i jest zgodny z wymaganiami normy jakościowej ISO 9001 oraz normy środowiskowej ISO 14001. Procesy każdego roku weryfikowane są w ramach audytów wewnętrznych.

1200

W **Energa Grupa ORLEN** od 2016 r. funkcjonuje **EMAS – system ekozarządzania i audytu**. System jest zgodny z normami ISO 14001 i ISO 50001, co umożliwia wykorzystanie najlepszych dostępnych technik i metod zarządzania. Rejestracja w systemie EMAS oznacza spełnianie najwyższych wymagań ochrony środowiska. Co roku zewnętrzny akredytowany weryfikator środowiskowy przeprowadza w spółkach Grupy Energa niezależny audyt nadzoru systemu zarządzania środowiskowo-energetycznego, potwierdzając zgodność funkcjonowania firmy z wymaganiami EMAS i ww. norm ISO.

9800

ERGO Hestia otrzymała **Certyfikat EMAS** (EcoManagement and Audit Scheme) potwierdzający, że firma spełnia najwyższe standardy w zakresie ochrony środowiska i prowadzi działalność zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** jest pierwszą firmą z sektora finansowego w Polsce i czwartym ubezpieczycielem majątkowym w Europie wpisanym do rejestru organizacji objętych systemem EMAS.

2800

Globe Trade Centre wdraża **zrównoważone budownictwo: certyfikację biur i zasilanie ich zieloną energią**. W 2021 r. wszystkie biurowce firmy w Polsce posiadały certyfikacje ekologiczne BREEAM lub LEED. Obecnie 83% portfolio firmy posiada zielone certyfikaty poświadczające odpowiednią ilość światła dziennego w pomieszczeniach, redukcję śladu węglowego czy zastosowanie energo- i wodooszczędnych rozwiązań. Od kwietnia 2021 r. spółka używa energii ze źródeł odnawialnych we wszystkich swoich biurowcach w Polsce, a od grudnia 2021 r. także w Rumunii.

180

Panattoni, w ramach wprowadzonej w 2000 r. strategii w zakresie zrównoważonego rozwoju, jako pierwszy deweloper powierzchni przemysłowych w Polsce wprowadził do standardu swoich inwestycji wielokryterialną **certyfikację środowiskową obiektów** w systemie BREEAM. W 2020 r. był to poziom Very Good, a od 2021 r. Excellent. Ukończony Panattoni Park Sosnowiec I to pierwszy obiekt przemysłowy w Polsce z BREEAM Excellent. Uzyskał ocenę 100% pkt w kategorii Water oraz Land Use&Ecology, a także 90% w kategorii Energy. Deweloper w 2021 r. dostarczył również obiekt BTS w Świebodzinie, który otrzymał najwyższą ocenę certyfikacji dla obiektu przemysłowego w Polsce – ponad 76%.

500

Spółka mieszkaniowa **Skanska Residential Development Poland** jako pierwsza w kraju wprowadziła **domy z certyfikatem środowiskowym BREEAM** przyznawanym wysokiej klasy budynkom przyjaznym dla ludzi i środowiska. Jej projekty spełniają rygorystyczne kryteria dotyczące jakości, zdrowia, środowiska oraz bezpieczeństwa. Obecnie deweloper certyfikuje w systemie BREEAM wszystkie swoje osiedla (os. Mickiewicza, Holm House, Jaśminowy Mokotów i Park Skandynawia).

2000

Opracowanie metodyki oraz obliczenie śladu węglowego dla Grupy Kapitałowej Lubelskiego Węgla Bogdanka z wyszczególnieniem wybranych procesów oraz produktów jest odpowiedzią **Lubelskiego Węgla Bogdanka** na zachodzące zmiany klimatyczne. Opracowanie metodyki obliczania śladu węglowego oraz poznanie konkretnych wartości związanych z emisją pozwolą w przyszłości m.in. na zmianę procesów technologicznych, podejmowanie działań inwestycyjnych, pozyskiwanie inwestorów, a wdrażanie najmniej wpływających na klimat modernizacji.

4761

Polpharma w 2021 r. przeprowadziła **analizę śladu węglowego w Zakresie 1, 2 i 3** za lata 2019–2020. Obliczenia emisji gazów cieplarnianych objęły polskie spółki Grupy i przygotowano je zgodnie z: GHG Protocol, Corporate Value Chain, Greenhouse Gas Protocol oraz normą ISO 14064-1. W zakresie 3 (pokazującym emisje powstałe w całym łańcuchu wartości) źródła emisji poddano analizie istotności ze względu na ich obszerność.

7500

Polskie Sieci Elektroenergetyczne mierzą swój ślad węglowy zgodnie z międzynarodowym standardem GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. Jako rok bazowy mierzenia **śladu węglowego PSE** – czyli rok, względem którego będą porównywane emisje w latach następnych – przyjęto rok 2017. Proces pozwala na obliczenie bezpośrednich i pośrednich emisji wynikających z różnych obszarów działalności spółki. Cały proces podlega zewnętrznemu audytowi potwierdzającemu wiarygodność wyliczonych danych.

2700

Goodvalley to producent żywności oferujący **zrównoważoną produkcję od pola do stołu**. Firma we własnym zakresie uprawia pola, produkuje pełnowartościowe pasze bez antybiotyków, prowadzi chów trzody i przygotowuje wysokiej jakości produkty mięsne w modelu od pola do stołu. Pozostałości z produkcji trafiają do biogazowni, gdzie powstaje 60 GWh prądu rocznie, co zaspokaja w 100% potrzeby energetyczne firmy, a nadwyżka dostarczana jest do systemu energetycznego. Goodvalley jest największym w Polsce producentem energii powstającej w wyniku działalności rolniczej.

1500

W 2021 r. zakończył się w **Grupie CCC** proces **analizy szans i ryzyk związanych ze zmianą klimatu**. Celem badania była identyfikacja krótko-, średnio- i długoterminowych fizycznych i transformacyjnych ryzyk związanych ze zmianą klimatu oraz włączenie zidentyfikowanych ryzyk klimatycznych do systemu zarządzania ryzykiem Grupy CCC.

13220

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

ŚRODOWISKO

W roku 2019 **Grupa Eurocash** postanowiła wdrożyć projekt **Zielone Biuro**. We współpracy z Fundacją na rzecz Edukacji Ekologicznej rozpoczęto projekt, który do końca 2020 r. ma doprowadzić do tego, że wszystkie biura należące do Grupy EC uzyskają certyfikat Zielonego Biura. W 2019 r. uzyskano certyfikat Green Office dla warszawskich biur firmy. W proces wprowadzania zasad ekologicznego biura są angażowani pracownicy, jest też prowadzona akcja edukacyjna. W 2021 r. certyfikacja została przedłużona na kolejne dwa lata.

22000

KNK PRODUCTION & DEVELOPMENT prowadzi **uszlachetnianie odzieży w sposób zrównoważony**. Potwierdzone jest to przez certyfikat Global Organic Textile Standard, czyli GOTS dla marki KNK-KANAKA. Zgodnie z certyfikatem realizowane są prania zmiękczające, farbowanie w technikach tie-dye, multikolor, ombre i in.; spieranie wyrobów gotowych z jeansu; nakładanie takich efektów specjalnych, jak: batik, a także wypalania grafiki laserem czy wykonywanie nadruków DTG.

35

W 2021 r. 44% wszystkich powierzchni **Kuehne+Nagel** zasilanych było energią pochodzącą ze źródeł odnawialnych – z energii wiatrowej i turbin wodnych. Firma dysponuje **Certyfikatem Green Energy** – dającym **gwarancję pochodzenia energii ze źródeł odnawialnych**. Poza współpracą z partnerami zewnętrznymi w celu zakupu energii pochodzącej z OZE, w 2021 r. Kuehne+Nagel uruchomiło również, przy współpracy z właścicielem obiektu, dedykowane dla jednej z lokalizacji panele fotowoltaiczne.

2300

LOTTE Wedel wdrożył **certyfikację oleju palmowego w międzynarodowym standardzie RSPO** (Roundtable on Sustainable Palm Oil). Potwierdza ona wykorzystywanie w produkcji surowca pozyskanego z poszanowaniem środowiska naturalnego, w sposób etyczny i bez szkody dla lokalnych społeczności. Zgodnie z wymogami standardu w modelu Mass Balance, firma monitoruje ilość certyfikowanego oleju w produktach, a niezależni audytorzy potwierdzają zgodność procesu ze standardem RSPO. W 2019 r. Wedel był jedną z firm założycielskich Polskiej Koalicji ds. Zrównoważonego Oleju Palmowego.

1300

Lyreco Polska posiada w swojej ofercie katalogowej ponad 11 tys. produktów. Część z nich przeszła ocenę pod kątem ekologii i została wyróżniona tzw. Certyfikatem Zielonego Drzewa. Zasady oceny zostały zaakceptowane przez organizację certyfikującą SGS. I są przedmiotem corocznego audytu. **Zielony katalog** to dedykowana strona internetowa dla klientów Lyreco prezentująca tylko te produkty, które zostały ocenione jako ekologiczne. Jej podstawowym celem jest promowanie faktycznie „zielonych" produktów wśród wszystkich klientów.

577

Many Mornings redukuje koszty środowiskowe prowadzenia działalności gospodarczej. Do klientów w punktach stacjonarnych trafiają papierowe torby, a opakowania zbiorcze (kartony) w zamówieniach e-commerce posiadają certyfikat Forest Stewardship Council. Dodatkowo firma wprowadziła foliopaki wykonane z materiałów w 80% pochodzących z recyklingu opakowań od konsumentów – z certyfikatem Blue Angel. To jedyne opakowania z tworzyw sztucznych, które są stosowane przez firmę podczas dostarczania zamówień. Wypełnieniem stosowanym podczas wysyłek zamówień są tzw. ekochrupki. Redukcję kosztów środowiskowych wspomagają bliskość logistyczna wszystkich ośrodków firmy (produkcja-magazyn-biuro w odległości maks. 25 km) oraz elektroniczny obieg dokumentów.

35

Od 2017 r. PMI wprowadziło do swoich głównych filarów zrównoważonego rozwoju **certyfikat Alliance for Water Stewardship (AWS)** w celu zmniejszenia śladu wodnego swoich fabryk i promowania zrównoważonego zarządzania wodą. W grudniu 2020 r. krakowska fabryka **Philip Morris Polska** uzyskała certyfikat AWS po dogłębnym audycie organizacji certyfikującej. Tym samym zobowiązała się do dbania o prawidłowe zarządzanie zasobami wodnymi, utrzymanie zrównoważonego bilansu wodnego, zapewnienie dobrej jakości wody i ochronę obszarów związanych z wodą. W 2021 r. firma przeszła pozytywnie kolejny audyt AWS.

7500

TerGo powstało, aby pomóc w zrozumieniu, czym jest ślad dwutlenku węgla, i podpowiedzieć, jak nim zarządzać. Jest firmą neutralną węglowo, co dokumentują **raporty i certyfikacje neutralności węglowej** przygotowane przez międzynarodowy zespół certyfikowanych ekspertów. Promuje ideę carbon neutrality oraz wspiera cele środowiskowe partnerów i zespołu **Terra**. Zostawia po sobie niewielki ślad węglowy, który kompensowany jest metodą insettingu.

20

EDUKACJA EKOLOGICZNA

5 STRONA jest wydawcą magazynu „Kraina Bugu", wokół którego powstała społeczność, w której w 2018 r. narodziła się idea sprzątania rzeki Bug. Ponieważ chętnych do sprzątania, a także miejsc tego wymagających w Polsce nie brakuje, **Operacja Czysta Rzeka** stała się największą ogólnopolską akcją sprzątania rzek oraz ich okolic, działającą w oparciu o sztaby lokalne, które zgłaszają się do akcji na zasadach wolontariatu. Szefowie sztabów otrzymują niezbędne wyposażenie (worki i rękawice) oraz koszulki. Po zakończeniu sprzątania organizują odbiór odpadów przez samorząd lub lokalnego operatora.

4

Alstom w Polsce wziął udział w **Europejskim Tygodniu Redukcji Odpadów 2021**. Celem akcji było zwiększenie świadomości dotyczącej możliwości redukcji odpadów. W sumie zorganizowano trzy kampanie informacyjne, webinar orazlekcję środowiskową, a lokalne zespoły przygotowały informacyjne inicjatywy dotyczące gospodarki odpadami w **Alstom Konstal**.

4000

Podczas europejskiego **„Tygodnia 3R" – akcji edukacyjnej skierowanej do pracowników**, która organizowana jest przez Koalicję 5 Frakcji, firma **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** przeprowadziła kampanię edukacyjną służącą podniesieniu świadomości, że należy zapobiegać powstawaniu odpadów i starać się zwiększać udział odpadów do recyklingu. Poprzez kampanię zachęcano pracowników do uczestniczenia w konferencjach oraz wydarzeniach online organizowanych z ramienia Koalicji 5 Frakcji.

250

Pan Karp zarybia Wisłę to realizowana od 2015 r. inicjatywa Towarzystwa Promocji Ryb oraz **ANWIL**. Jej celem jest podniesienie świadomości najmłodszych w zakresie znaczenia ryb dla ekosystemu oraz popularyzacja ichtiologii. W 2021 r. do udziału w akcji zaproszone zostały szkoły i przedszkola zlokalizowane w narzeczu Wisły. Zadaniem dzieci było przeprowadzenie akcji na rzecz czystości rzeki i zrelacjonowanie jej przebiegu za pomocą różnych technik przekazu. Do projektu zgłoszono 120 aktywności na rzecz środowiska. Projekt zakończyła akcja zarybiania Wisły. Do rzeki wpuszczono 2 tys. sztuk narybku szczupaka.

1300

Bank Gospodarstwa Krajowego chciał podnieść świadomość oraz wiedzę wszystkich pracowników o zrównoważonym rozwoju i działaniach banku w tym obszarze. W związku z tym zamieszczano plansze i animacje o wszystkich wewnętrznych działaniach dla zrównoważonego rozwoju, w MS Teams stworzono grupę **#NaBankZieloni**, na której pracownicy mogli się dzielić ciekawostkami, wydarzeniami, artykułami czy też swoimi spostrzeżeniami na temat zrównoważonego rozwoju.

1893

Bank Millennium prowadził **edukację klimatyczną w ramach Millennium Docs Against Gravity**. W 2021 r. Festiwal Millennium Docs Against Gravity szczególnie mocno skupił się na wątku zmian klimatycznych. Poza pokazami filmów odbyły się debaty poświęcone ekologii i aktywizmowi. Od wielu lat jedną z czołowych sekcji filmowych Festiwalu jest „Klimat na zmiany". Dodatkowo latem 2021 r. Festiwal przeprowadził kampanię edukacyjną „Planeta nie jest na kredyt" mającą na celu uświadomienie odbiorcom, czym jest Dzień Długu Ekologicznego.

6620

W 2021 r. firma **BNP Paribas Securities Services**, we współpracy z Little Greenfinity, rozpoczęła zaplanowany na dwa lata projekt środowiskowy **Dbaj o klimat. Redukuj CO_2**. Odbyła się seria webinarów dla pracowników na temat śladu węglowego, jego wpływu na środowisko oraz możliwości ograniczenia w codziennym życiu. na ten sam temat zorganizowano także blok webinarów dla nauczycieli. W serii warsztatów online wzięło udział ponad 250 pedagogów.

850

We wrześniu 2021 r. we współpracy z fundacją Nasza Ziemia pracownicy **BNP Paribas Securities Services** wzięli udział w 28. finale światowej akcji **Sprzątanie Świata**. W warszawskim Lesie Bródnowskim zebrało się 132 wolontariuszy, aby przez kilka godzin sprzątać las położony w prawobrzeżnej części stolicy. Akcję poprzedzał webinar prezentujący zasady sortowania śmieci i instruujący wolontariuszy z tematów bezpieczeństwa. Na miejscu po oficjalnym ważeniu zebranych śmieci fundacja zorganizowała konkurs z wiedzy ekologicznej.

850

Zagraj z nami w Zielone to trwający trzeci rok program edukacyjny **Bridgestone Poznań**, który został stworzony specjalnie z myślą o najmłodszych. Akcja ma na celu promowanie postaw proekologicznych oraz ochrony środowiska. Organizatorzy stawiają na edukację ekologiczną przy wykorzystaniu gier, konkursów i quizów. W zajęciach biorą udział uczniowie szkół podstawowych z klas 1–4.

2000

Praktyka **Canon Polska** polega na **podnoszeniu świadomości ekologicznej pracowników** w zakresie tematyki zrównoważonego rozwoju, ekologii i zmian klimatycznych poprzez różne formy edukacji i dostępu do materiałów edukacyjnych.

228

W 2021 r. **Castorama Polska** dołączyła do Kampanii **Zielona Wstążka #DlaPlanety** realizowanej przez Centrum UNEP/GRID. Tematem przewodnim przedsięwzięcia jest ochrona i odtwarzanie ekosystemów. Pracownikom przekazano przewodnik Re:Generacja, w którym można znaleźć najważniejsze informacje dotyczące ochrony ekosystemów.

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

ŚRODOWISKO

Następnie pracownicy mogli sprawdzić i utrwalić swoją wiedzę poprzez przejście przez wirtualny escape room.

13000

W 2021 r. firma **CEMEX Polska** kontynuowała rozpoczętą w 2020 r. akcję **„CEMEX dla Planety" – edukacja ekologiczna pracowników w czasie COVID-19**, w której za pośrednictwem e-maili oraz konkursów pracownicy przez cały rok poszerzali swoją wiedzę na temat ochrony środowiska. Podczas czterech kampanii edukacyjnych pracownicy firmy dowiedzieli się m.in., jak prawidłowo segregować odpady komunalne i oszczędzać wodę.

1000

Coca-Cola HBC Polska i **Coca-Cola Poland Services** celebrowały **Dzień Ziemi z World Without Waste i Planet Heroes** – eco-crowdfundingowym start-upem. Odbiorcy sprzątali śmieci, szczególnie te zalegające na tzw. dzikich wysypiskach, w lasach, wzdłuż rzek, szlaków turystycznych, na terenach zielonych. Każdy zebrany worek śmieci powodował wpłatę 10 zł na rzecz jednej z trzech organizacji zaangażowanych na rzecz środowiska: Fundacji MARE, Fundacji dla Biebrzy, Akcji Czysta Rzeka.

1810 Coca-Cola HBC Polska

260 Coca-Cola Poland Services

Platforma **Świat Bez Odpadów** prowadzona przez **Coca-Cola Poland Services** to ogromne źródło wiedzy na temat odpadów, ich segregacji oraz recyklingu. Zawiera inspirujące historie, artykuły, materiały wideo, infografiki i wiele innych rad, jak być „less waste". Treści są dzielone na trzy sekcje: „Dowiedz się", „Zainspiruj się", „Działaj" i są opracowywane przez różne zespoły redakcyjne grupy Ringier Axel Springer. Następnie treść jest promowana w mediach społecznościowych grupy RASP.

260

ColumBUS ma na celu edukację konsumentów na temat odnawialnych źródeł energii. Specjalnie przygotowany do tej roli samochód odwiedzał najdalsze zakątki Polski, aby doradcy firmy **Columbus Energy** mogli spotkać się z osobami zainteresowanymi tematyką OZE. Podczas rozmowy można było dowiedzieć się o energooszczędnych i ekologicznych rozwiązaniach dla domu. W projekcie ColumBUS uczestniczyli również wolontariusze z Fundacji Carbon Footprint, którzy dzielili się wiedzą na temat śladu węglowego i zrównoważonego rozwoju.

3000

Columbus Energy prowadzi **kampanię Zielony Ślad**, która wspiera i inspiruje przedsiębiorców podejmujących działania proklimatyczne i prośrodowiskowe. Jest realizowana we współpracy z Carbon Footprint Foundation i Columbus dla Biznesu, przy wsparciu SzeptSzum (agencji marketingu odpowiedzialnego społecznie). Patronem medialnym jest portal Świat OZE. Celem jest wsparcie firm w drodze do neutralności klimatycznej, proponowanie rozwiązań i promocja dobrych praktyk. Przedsiębiorstwo zgłaszające się do kampanii przechodzi audyt ekologiczny, który prowadzi Carbon Footprint Foundation. Opcjonalnie może wziąć udział także w mierzeniu śladu węglowego.

3000

Credit Suisse Poland wspiera działania edukacyjne na rzecz zrównoważonych wyborów wśród pracowników poprzez sieć pracowniczą **Sieć Zrównoważonego Rozwoju** – Sustainability Network. W 2021 r. zorganizowane zostały: warsztaty dotyczące rozwiązań technologicznych dla zrównoważonych wyborów; webinary na temat przyjaznej środowisku mody, diety czy metod redukowania ilości odpadów; Tydzień Zrównoważonego Rozwoju, w ramach którego odbyły się wykłady z ekspertami i wyzwania dla pracowników. Firma angażuje się w program „Biznes vs. smog" służący edukacji dzieci i młodzieży na temat smogu. Można wziąć dodatkowy dzień wolny w przypadku adopcji zwierzaka.

5000

CSR Consulting wziął udział w **Tygodniu 3R**, ogólnopolskim projekcie organizowanym przez Koalicję 5 Frakcji. Skierowany jest do gmin, organizacji biznesowych, przedsiębiorstw, organizacji pozarządowych, szkół i mieszkańców – organizujących działania na rzecz redukcji konsumpcji. Przedstawiono nowe podejście do budowania lokalnych partnerstw, które są niezbędne, by realizować zasadę 3R. Zaprezentowane zostały przykłady z Polski i ze świata. Uruchomiono również nabór do Inkubatora Lokalnych Centrów 3R.

4

Grupa **Dalkia Polska** realizuje projekt **Strażnicy energii** we współpracy z Miastem Gdynia. Uczniowie gdyńskich szkół podstawowych przeprowadzają ocenę energetyczną budynku oraz znajdują obszary wymagające poprawy. Monitorują zużycie energii, dokonując pomiarów temperatury, natężenia oświetlenia oraz poboru prądu za pomocą specjalistycznych urządzeń, a następnie ustalają rozwiązania ograniczające zużycie energii i dbają o jej oszczędzanie. Uzyskane oszczędności obliczane są przez ekspertów firmy na podstawie faktur za ciepło i prąd, przy wykorzystaniu innowacyjnej platformy InvisoLite.

400

Firma **Deloitte Polska** uruchomiła **edukacyjną serię webinarów wewnętrznych „ESG Academy"**. Jej celami są: poprowadzenie zespołów z różnych działów przez najważniejsze aspekty ESG, które mogą mieć znaczenie dla klientów; pomoc w zrozumieniu wyzwań z obszaru ESG, przed którymi stoją klienci; dostarczenie wiedzy i argumentów, aby wyjaśnić klientom, w jaki sposób kwestie ESG wpływają na działalność firmy czy wartość dla interesariuszy i akcjonariuszy. W 2021 r. odbyły się cztery webinary, w których wzięło udział ok. 800

uczestników z całej firmy w Polsce i w regionie Europy Środkowej.

2500

W 2021 r. firma **Ecol-Group** dwukrotnie uczestniczyła w **Operacji Czysta Rzeka**, a w sprzątanie Warty i Motławy zaangażowali się pracownicy, jak i ich rodziny. Jedna grupa odbyła spacer brzegami rzek, druga przepłynęła ten fragment w kajaku, wyławiając wszystkie znalezione śmieci. Motławę grupa ochotników sprzątała w kwietniu, brzegami i nurtem Warty zajęli się pracownicy we wrześniu i był to jeden z elementów aktywności podczas wyjazdu integracyjnego.

200

25 beczek na deszczówkę to jedna z **jubileuszowych akcji Ecol-Group**. 22 szkoły, instytucje, urzędy z całej Polski (m.in. szkoły podstawowe w Kobylance, Płocku, Rumi, Postominie i Gdańsku, Przedszkole w Kamieniu Pomorskim) otrzymały beczki na deszczówkę, ale również beczki zamontowaliśmy na terenie Wodociągów w Legnicy czy Oświęcimiu. Akcja jednak trwa dalej – trzy beczki zostały przekazane na rzecz Fundacji Biznes dla Klimatu, która zorganizowała konkurs.

200

250 worków śmieci to jedna z **jubileuszowych akcji Ecol-Group**. Celem było zebranie 250 worków śmieci. Liderzy zakładów produkcyjnych zorganizowali sprzątanie okolicy w godzinach pracy – pracownicy byli zachęcani, by w czasie wolnym (np. podczas rodzinnych spacerów) zabierać ze sobą worek i zbierać leżące śmieci. Pracownicy grupy zadziałali wspólnie na rzecz środowiska, promowali proekologiczne postawy i edukowali młodzież, wprowadzając dobre nawyki i uwrażliwiając na potrzeby natury.

200

Firma **Ecol-Group** realizowała projekt **Mapa Retencji** w ramach Manifestu Klimatycznego. Mapa gromadzi informacje o zbiornikach, stawach czy oczkach wodnych, które nie powstają przez przegradzanie rzeki i strumieni. Jej głównymi zadaniami są pokazanie, jak ogromne znaczenie ma retencjonowanie wody opadowej oraz uzmysłowienie faktu, że małymi krokami można zainicjować wielką zmianę.

200

Celem kampanii społecznej **Manifest Klimatyczny** pod hasłem „Wszystko w twoich rękach" jest zbudowanie jak największego zaangażowania społeczności, która wierzy, że potrzeba podejmować konkretne wyzwania dla klimatu. Jest to także platforma dobrych praktyk z Polski i świata. Manifest tworzą eksperci, naukowcy i przedsiębiorcy na co dzień działający w ramach **Ecol-Group** i zajmujący się problematyką środowiskową – oczyszczania wód, gleby, a także zarządzania wodami opadowymi.

200

W firmie **Egis Polska** zorganizowano **Konkurs z okazji Dnia Ziemi**. Polegał on na zebraniu pomysłów, które będą inspirować wszystkich do dbania o planetę i do ekologicznego stylu życia. Forma pracy była dowolna (film, rysunek, zdjęcie, inna forma plastyczna). W drodze głosowania firma wyłoniła zwycięzców EKOnagród.

250

ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego organizuje **Ogólnopolski Program Edukacyjny „Moje Miasto Bez Elektrośmieci"**. W ramach przedsięwzięcia firma wraz z naukowcami z Politechniki Warszawskiej oraz zespołem metodyków opracowała materiały edukacyjne dla uczniów szkół podstawowych i przedszkolaków. Wraz z Teatrem Syrena przygotowano przedstawienie teatralne „Eko-Drużyna. Misja Elektrośmieć". Stworzono też Fundusz Oświatowy, tworzony ze zbiórek elektrośmieci, z którego korzystają przedszkola i szkoły, wymieniając zebrane punkty na bezpłatne, nowoczesne pomoce dydaktyczne i wyposażenie sal.

14

Planeta Energii to autorski program edukacyjny realizowany w **Energa Grupa ORLEN** od 2010 r., który przekazuje dzieciom wiedzę o energii i ekologii w interaktywny i angażujący sposób. W 2020 r. została uruchomiona nowa część – „Kraina Odpadów", z której dzieci dowiadują się, jak należy segregować odpady, co się dzieje z odpadami po wrzuceniu do kosza oraz jak zapobiegać powstawaniu odpadów, a przez to oszczędzać cenne zasoby Ziemi. Co roku ogłaszany jest konkurs dla klas 1–3.

9800

Aktywność **ENERIS** w **Koalicji 5 Frakcji** obejmuje promocję standardów selektywnej zbiórki, edukację mieszkańców, firm i instytucji, promocję i realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju w ramach Kampanii 17 Celów poprzez opracowanie i udostępnianie materiałów informacyjnych, edukacyjnych oraz doradztwo w zakresie edukacji odpadowej i Zrównoważonego Rozwoju.

1200

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

ŚRODOWISKO

W związku z brakiem wiedzy o tym, jak poprawnie segregować odpady, w **ENERIS** stworzono **infolinię odpadową** dedykowaną zasadom poprawnego segregowania odpadów, łatwo dostępną, przede wszystkim dla osób o ograniczonej mobilności czy wykluczonych cyfrowo i wszystkich, którzy chcą właściwie segregować, ale mają problem w konkretnych przypadkach. Pilotażowy program został uruchomiony w Kielcach, od 2021 r. jest ogólnopolski.

1200

Europejski Fundusz Leasingowy dołączył do grona partnerów **kampanii elektromobilni.pl**, największej inicjatywy w Polsce i w regionie CEE promującej transport zeroemisyjny. EFL chce propagować zielone podejście wśród małych, średnich i mikrofirm, udostępniając odpowiednie rozwiązania, takie jak leasing aut elektrycznych czy finansowanie paneli fotowoltaicznych, ale również edukować i wskazywać korzyści i wpływ ich zastosowania na ochronę klimatu, poprawę warunków zdrowia oraz rozwój gospodarczy.

409

Europejski Fundusz Leasingowy przystąpił do **kampanii #BiznesBezPapieru** we współpracy z Asseco Poland i Asseco Data Systems, by pokazywać, jakie korzyści daje cyfryzacja i jak efektywnie wpływa na biznes. Firma chce promować swoje procesy cyfryzacji oraz partnerów kampanii, dzielić się wiedzą ekspercką, jak digitalizować procesy biznesowe, oraz zachęcać do ekologicznego podejścia w biznesie.

409

Fabryki Mebli „FORTE" zorganizowały **Piątek FSC® w Grupie FORTE**. To międzynarodowa i coroczna akcja pod patronatem organizacji Forest Stewardship Council®, która służy podnoszeniu świadomości na temat tego, jak ogromny wpływ na każdego z nas mają lasy i odpowiedzialne gospodarowanie nimi. W 2021 r. w firmie przeprowadzono quiz na temat działalności FSC®, w którym wzięli udział pracownicy wszystkich oddziałów FORTE. Świętowały także dzieci w przyzakładowych przedszkolach. Przedszkolaki z wychowawcami nagrały filmy o tematyce środowiskowej.

3500

Firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowało **warsztaty robienia woskowijek**. Zostały one podzielone na części teoretyczną i praktyczną. Uczestnicy mieli okazję dowiedzieć się o produkcji i konsumpcji tworzyw sztucznych oraz ich wpływu na środowisko i zdrowie ludzi. Dostali też wskazówki, jak unikać używania tworzyw sztucznych w codziennym życiu oraz jak tworzyć alternatywy dla folii z tworzyw sztucznych: owijki z wosku pszczelego.

3000

Firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowała **e-szkolenie w zakresie segregacji odpadów** w biurach i domach. Animowane kosze podpowiadają, jak prawidłowo segregować odpady, aby umożliwić ich recykling. Szkolenie miało charakter obowiązkowy i przyczyniło się do realizacji polityki środowiskowej firmy.

3000

W duchu zero waste firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowała **warsztaty kintsugi**. Ich celem było nauczenie 10 pracowników naprawiania potłuczonych ceramicznych przedmiotów, takich jak filiżanki, kubki czy talerze. Metody zostały zainspirowane japońską sztuką kintsugi.

3000

Firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowała **warsztaty i konkurs kompostowania**. Zewnętrzny ekspert opowiedział o różnych metodach kompostowania, dobrych i złych praktykach w zakresie kompostowania, o gospodarowaniu odpadami kuchennymi itp. Uczestnicy mieli okazję sprawdzić swoją wiedzę w konkursie związanym z kompostowaniem. Szerzyli nowo zdobytą wiedzę o kompostowaniu wśród pracowników i rodziny. Zwycięzcy otrzymali kompostowniki, by mogli wykorzystać swoją wiedzę w praktyce.

3000

Szkoła Zero Waste w Kraśniku to trzymiesięczny program ekologiczny przygotowany przez **Fundację Veolia Polska** we współpracy z UM Kraśnik, oparty na grywalizacji, dedykowany uczniom szkół podstawowych. Za pomocą aplikacji dzieci przez trzy miesiące zdobywały punkty w czterech modułach tematycznych: Chronię Zasoby, Redukuję Odpady, Zdobywam Wiedzę oraz Inspiruję się. Wszystkie wykonane przez uczniów zadania miały na celu wprowadzenie w codzienne życie działań przyjaznych środowisku. Uczniowie podejmowali ekopostanowienia i ekodziałania, którymi dzielili się z pozostałymi uczestnikami konkursu.

4300

Wyłącz Zakręć Oszczędzaj to program informacyjno-edukacyjny opracowany przez **Fundację Veolia Polska**. Realizowany był w blokach na poznańskim os. Spółdzielnia Młodych, w których Veolia Energia Poznań uruchomiła innowacyjne instalacje pozwalające na ograniczenie strat ciepła. Kampania miała wesprzeć mieszkańców w podejmowaniu codziennych bardziej ekologicznych zachowań. Na ekranach umieszczonych w blokach zostały wyświetlone plansze zawierające porady pozwalające na racjonalne zachowania ekologiczne, które nie tylko wpływają na ograniczenie zasobów naturalnych, ale również na realne oszczędności.

4300

Od 2019 r. Tefal z **Groupe SEB Polska** rozbudowuje kampanię **#SkuteczniePosprzątane** we **współpracy Tefal z Planetheroes.pl**. W 2019 r. marka zachęcała konsumentów do decydowania, który z czterech parków narodowych

w Polsce powinien zostać posprzątany. W 2020 r. – połączyła siły z #Trashrun, organizując konkurs zachęcający do sprzątania swojej okolicy podczas spaceru lub treningu. W 2021 r. firma nawiązała współpracę z pierwszą polską platformą eco-crowdfundingową Planetheroes.pl. Tefal przekazywał 20 zł za każdy worek śmieci zebrany na terenie Polski.

410

W **GRUPIE AGORA** realizowany był **wspólny projekt „Gazety Wyborczej" i Fundacji Dzika Polska w celu zatrzymania wycinki drzew**. W marcu 2021 r. przygotowano specjalną ofertę prenumeraty cyfrowej „Gazety Wyborczej", z której cały dochód został przekazany Fundacji Dzika Polska na wsparcie projektu „Pogotowie dla Drzew". Akcja miała pomóc w walce z wycinkami drzew w miastach i w lasach. Do końca grudnia 2021 r. zebrano ponad 93 tys. zł, które zostały przeznaczone m.in. na działania arborystyczne, ochronę drzewostanów i sprawy sądowe związane z wycinką drzew.

2586

Grupa Enea i UN Global Compact Network Poland zainaugurowały ogólnoeuropejski projekt **#BałtykDlaPokoleń**, którego celem jest zwrócenie uwagi na problem amunicji i broni chemicznej zatopionych na dnie Bałtyku po II wojnie światowej. Misją projektu jest dążenie do realizacji rezolucji Parlamentu Europejskiego wzywającej UE do oczyszczenia Bałtyku z broni chemicznej z okresu II wojny światowej.

17480

W ramach **Enea EkoProjekty** w **Grupie Enea** prowadzone są akcje edukacyjne kształcące w zakresie wykorzystania odnawialnych źródeł energii i likwidacji niskiej emisji, a także zwiększające świadomość ekologiczną regionu. Chronione są miejsca lęgowe rybołowa, organizowane są sprzątania lasów, Wisły i sprzątania plaż „Czysty Bałtyk". Ponadto odbyły się akcje #EneaKwiatyDlaPszczół oraz sadzenie drzew w ramach zalesień miast.

17480

Kierunek Bałtyk to projekt partnerski realizowany od wielu lat w **Grupie Kapitałowej LOTOS** na rzecz czynnej ochrony środowiska i edukacji ekologicznej. Program zakłada realizację działań związanych z ochroną bioróżnorodności Morza Bałtyckiego, w tym zagrożonego gatunku morświna (zwanego bałtyckim delfinem) i foki szarej, a także upowszechnienie wiedzy o obecności plastiku i mikroplastiku w Bałtyku. Partnerami inicjatywy są Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego oraz Stacja Morska Instytutu Oceanografii Uniwersytetu Gdańskiego w Helu.

5476

Promowanie ciepła sieciowego jako skutecznego narzędzia walki z niską emisją jest celem kampanii **#Weź nie smoguj, #Weź oddychaj**. W drugiej edycji kampanii **Grupa TAURON** pokazuje, że ogrzewanie sieciowe jest bezpieczną metodą dostarczania ciepła do domów, szczególnie w dużych aglomeracjach. Przedsięwzięcie skierowane jest przede wszystkim do uczniów szkół podstawowych i średnich, do których TAURON dostarcza ciepło sieciowe. W specjalnie przygotowanym filmie animowanym i e-booku firma w prosty sposób wyjaśnia, jak działa ogrzewanie sieciowe i dlaczego to najbardziej ekologiczna forma ogrzewania dostępna w miastach.

26000

„Bezpieczniki TAURONA. Włącz dla przyrody" to nowy program edukacyjny **Grupy TAURON**. Firma uczy bezpiecznego sadzenia drzew w pobliżu linii energetycznych. W 2021 r. zasadzono niemal 1,5 tys. drzew.

26000

Grupa VELUX współtworzy darmową **ekologiczną grę online dla dzieci** w wieku 5–11 lat – EkoEksperymentarium. Gra została opracowana wspólnie z ekspertami z Ministerstwa Klimatu i Środowiska oraz partnerami gry, w tym firmą VELUX, która wsparła organizatorów przy tworzeniu najnowszej gry na temat redukcji śladu węglowego. Dzieci dowiadują się, co to jest „ślad węglowy", w jaki sposób okno dachowe wpływa na oszczędność energii w domu oraz jak moskitiera pomaga pozbyć się komarów bez stosowania chemicznych środków.

4000

Dział Laundry & Home Care **Henkel Polska** połączył w 2021 r. siły z Fundacją MARE, zachęcając konsumentów do odpowiedzialnych zakupów z myślą o środowisku. Wspólna akcja **Przekażmy dzieciom czystą Ziemię** miała na celu wsparcie oczyszczania wód Bałtyku z plastikowych odpadów. We wrześniu i październiku konsumenci, kupując wybrane produkty, wsparli program oczyszczania Bałtyku. Część dochodu ze sprzedaży została przekazana na zakup specjalnego kosza PortBin, który umożliwia usuwanie śmieci bezpośrednio z wody. Kosz został zamontowany w porcie w Pucku.

500

Lekcja Nieśmiecenia to kampania edukacyjna, która ma na celu wyrobienie u uczniów szkół podstawowych właściwych nawyków dotyczących segregacji odpadów. **Henkel Polska** działa tu we współpracy z Fundacją Nasza Ziemia. W pierwszej edycji, skierowanej do klas 1–3, zostały przygotowane materiały edukacyjne dla nauczycieli, wspomagające edukację ekologiczną. Akcji towarzyszył konkurs, który polegał na opisaniu aktywności, które szkoła podejmie, jeśli

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

ŚRODOWISKO

wygra jeden z 20 systemów do segregowania odpadów. Na stację edukacyjną składały się: siedem pojemników na odpady wraz ze zgniatarką oraz tablice edukacyjne z instrukcją, co i gdzie należy wrzucać.

500

Podczas kampanii **Postaw na środowisko w domu i w pracy** firma **Hochland** Polska angażowała pracowników, aby dbali o środowisko naturalne. Zorganizowano cykl webinarów dotyczących zrównoważonego rozwoju. Zorganizowano również konkurs fotograficzny promujący wśród pracowników ideę zrównoważonego rozwoju, w wyniku którego powstał kalendarz firmowy na 2022 r. Podczas corocznego Kaźmierskiego Święta Chleba i Sera wraz z firmą REKOPOL zorganizowano stoisko Eko Rekopol, dzięki któremu propagowano wiedzę odnośnie do segregacji odpadów wśród pracowników, ich rodzin oraz mieszkańców

800

W czasie pandemii COVID-19 akcje Sprzątania Świata w **HSBC Service Delivery Polska** zostały zmienione z jednodniowych grupowych na wielodniowe indywidualne, tzn. pracownicy sami decydują, gdzie i kiedy (oraz często z kim) posprzątają (swój) świat. Akcja „**Clean-up Your World** 2021" trwała od kwietnia do listopada 2021 r. i była skierowana do wszystkich pracowników HSBC oraz ich rodzin i przyjaciół. W edycji 2021 zaangażowało się 414 pracowników HSBC, którzy przeznaczyli blisko 3,5 tys. godzin na sprzątanie. HSBC szacuje, że w ramach inicjatywy zebrano ponad 12 ton odpadów.

3800

Od lipca 2020 do kwietnia 2021 r. **IKEA Retail** jako partner strategiczny była zaangażowana w program ONZ i Ringier Axel Springer Polska „Act Now", realizując **kampanię „Niech żyje planeta"**. Kampania, podzielona na 10 wyzwań, dotykała różnych obszarów zrównoważonego życia na co dzień, takich jak oszczędzanie energii oraz zero waste. Jej ważną częścią był Klimatovlog, w którym znany influencer Vienio realizował po kolei comiesięczne wyzwania.

6000

W 2021 r. **ING Bank Śląski** ruszył z cyklem filmów o bankowych EKOinicjatywach – **Edukacja #INGdlaKlimatu – Ekologicznie i Ekonomicznie w ING**. Prezentuje w nim wybrane ekologiczne inicjatywy podejmowane przez Bank. Prowadzącym jest dziennikarz naukowy Karol Wójcicki, który wyjaśnia, w jaki sposób drobne działania mogą przyczynić się do realnych zmian i oszczędności. Do tej pory powstały trzy filmy: Kultura OFFowa w ING o wewnętrznym programie EKOedukacji; EKOmural o ekologicznym muralu oczyszczającym powietrze na ścianie centrali ING w Katowicach oraz EKOksiążka o książce dla dzieci, która inspiruje najmłodszych do bycia bardziej eko.

8500

W ramach kultury offowej w **ING Banku Śląskim** wyreżyserowano i opublikowano serię filmików z **Państwem Krople i Panem Zmieszanym**. Premiera miała miejsce 22 marca w Światowy Dzień Wody. NiezaWODNA Para ma bawić, uczyć, zaskakiwać i jednocześnie kształtować proekologiczne nawyki. Prawidłowa segregacja odpadów powinna być podstawą funkcjonowania każdego domu i przedsiębiorstwa. W tym temacie firmę wsparł ekspert – Pan Zmieszany. To on zostaje najbardziej dotknięty nieprawidłową segregacją. Organizacja Pomagając Zmieszanemu, poprawia komfort jego życia, przy okazji robi wiele dobrego dla ludzi i naszej planety.

8500

Akcja komunikacja odpowiada na problem zanieczyszczonego środowiska, powodującego przenoszenie chorób układu oddechowego, a finalnie zachorowania pracowników i nieobecności w pracy. Smog jest dużym problemem, więc **InterKadra** zachęca współpracowników do wybrania komunikacji publicznej jako środka transportu do i z pracy.

214

W lipcu organizowana jest na świecie akcja Plastic Free July. W nawiązaniu do niej **intive** przeprowadza spotkania poruszające tematykę środowiskową. W 2020 r. odbył się cykl webinarów Zero Waste July (Dobra Praktyka 2020). W 2021 r., w nawiązaniu do specjalizacji firmy (IT), zaproszono eksperta, który przeprowadził **Szkolenie: Cyfrowy Ślad Węglowy**.

2000

Czysta Polska #odTATRpoBAŁTYK z Biedronką to kampania sprzątania Tatrzańskiego Parku Narodowego i wybrzeży Bałtyku. Łączy projekt Czyste Tatry, realizowany od 10 lat przez Stowarzyszenie Czysta Polska, z akcją Czysty Bałtyk, która odbyła się dzięki współpracy z **Jeronimo Martins Polska** w 2021 r. po raz pierwszy.

75000

Kompania Piwowarska uważa, że bardzo ważna jest edukacja ekologiczna pracowników. Stąd pomysł webinarów **Jak się masz, Planeto?**, czyli nowego spojrzenia na ekoedukację. Co kwartał pracownicy mają możliwość spotkania się z ekspertami w dziedzinie szeroko pojętej ekologii, którzy dzielą się swoimi sposobami na zmiany w duchu eko. Udowadniają, że bycie ekoodpowiedzialnym wcale nie wymaga ogromnych wyrzeczeń. Drobne zmiany w życiu – zakupach, gotowaniu czy sprzątaniu – mogą sprawić, że ekologia stanie się nawykiem i przyjemnością.

2716

W ramach **kampanii edukacyjnej #Efekt1butelki** prowadzonej przez **Kompanię Piwowarską** i INTERSEROH w prasie zajmującej się ekologią, biznesem i lifestyle'em rozpoczęto dyskusję dotyczącą butelek zwrotnych i zmiany stylu życia. Udowadniano, że nie ma nic trudnego w wyrobieniu nawyku

oddawania pustych butelek do sklepów. Przekaz wzmocniono poprzez współpracę z kilkunastoma influencerami. Każdy z nich miał za zadanie powiedzieć w swój sposób, że butelka zwrotna jest eko, może żyć 20 razy, jej oddawanie jest proste i korzystne, bo oznacza zwrot kaucji – inspirując tym samym swoich followersów do działania.

2716

Pracownicy **Kronospan KO** i **Kronospan Polska** w ramach akcji **Dzień Ziemi z Kronospan** w niewielkich grupach i w pełnym reżimie sanitarnym zbierali śmieci, które znalazły się w sąsiedztwie zakładu. Firma od lat promuje działania związane z recyklingiem i powtórnym wykorzystaniem surowców. Dlatego prowadzi akcje środowiskowe, które mają na celu podnoszenie świadomości o nieśmieceniu, odpowiedzialności konsumenckiej i segregacji.

650 Kronospan KO

1150 Kronospan Polska

Z okazji Międzynarodowego Dnia Ziemi **KRUK** we współpracy z Fundacją EkoRozwoju przygotował dla swoich pracowników **webinar – Klimat do zmiany**, czyli jak uratować klimat i poprawić jakość swojego życia. Celem spotkania było podnoszenie świadomości pracowników, jak dbać o środowisko naturalne i poprawiać jakość życia swojego i następnych pokoleń.

1500

Z uwagi na doświadczenie i wiedzę dotyczącą długów od 2019 r. **KRUK** cyklicznie stara się zainteresować media tematem długu ekologicznego i nadmiernego konsumpcjonizmu, pokazując, jakie są analogie pomiędzy długiem finansowym a długiem ekologicznym i z czym się to wiąże. Okazją do poruszenia tego tematu był **Dzień Długu Ekologicznego 2021**, kiedy to dzięki badaniom przeprowadzonym na zlecenie firmy KRUK przesyłane były do mediów informacje prasowe dotyczące konsekwencji związanych z nadmiernym konsumpcjonizmem Polaków.

1500

Spółka **Kwartz** wspólnie ze Związkiem Ochotniczych Straży Pożarnych RP zrealizowała w 2021 r. projekt **#BezpiecznaEnergia**, który objął swoim zasięgiem całą Polskę. Polegał na szerzeniu wiedzy na temat odnawialnych źródeł energii oraz bezpieczeństwa energetycznego. Firma przekonywała mieszkańców gmin i mniejszych miejscowości, że odnawialne źródła energii nie tylko pozwalają na realne oszczędności, ale mają ogromny wpływ na ograniczenie zmian klimatycznych i są przejawem troski o przyszłe pokolenia. Projekt jest kontynuowany w 2022 r.

50

Fundacja Leroy Merlin przystąpiła do Sprzątania Świata, którą corocznie prowadzi Fundacja Nasza Ziemia. Obie Fundacje wspólnie przygotowały i skoordynowały akcję we wszystkich sklepach Leroy. Pod specjalnie wymyślonym dla **Leroy Merlin Polska** hasłem **Zostań Bohaterem naszej Ziemi** do wydarzenia przystąpiło 71 sklepów wraz z centralą. Liderzy akcji w poszczególnych sklepach zaangażowali do niej lokalne społeczności, urzędy gmin, swoje rodziny, klientów, stowarzyszenia.

12000

Aby chronić planetę i pomóc zatrzymać zmianę klimatu, należy zmodyfikować swój jadłospis, jeść więcej lokalnych, sezonowych warzyw i owoców, a mniej mięsa. **Lidl Polska** i WWF Polska przeprowadziły kampanię edukacyjną z przesłaniem „Możesz chronić planetę po prostu robiąc obiad". Prowadzona była ona w spotach TV, gazetkach produktowych oraz mediach społecznościowych. Uruchomiono podstronę z przepisami bazującymi na produktach roślinnych oraz informacjami na temat **diety planetarnej**.

24000

Program Mniej Plastiku realizowany jako część olimpiady projektów społecznych „Zwolnieni z Teorii" i był wspierany przez **Lidl Polska**. W jego ramach zespoły licealistów zrealizowały swoje projekty na rzecz redukcji lub recyklingu plastiku zgodnie ze strategią REset Plastic Lidl. Uczestnikom pomogli w tym eksperci z Lidl Polska, którzy przeprowadzili warsztaty na temat wyzwań związanych z zanieczyszczeniem plastikiem. Beneficjentami projektu było 340 tys. osób, które dowiedziały się, jak redukować zużycie plastiku.

24000

Aby wyjść naprzeciw problemowi porzuconych w wodach mórz i oceanów sieci rybackich, Biotherm będący marką **L'Oréal Polska** zdecydował się wesprzeć chroniącą ekosystemy morskie fundację MARE, realizując wspólnie **PROJEKT WIDMO**. Jego celem jest oczyszczenie trzech znajdujących się w Morzu Bałtyckim wraków z zalegających w nich sieci oraz ich monitorowanie pod kątem potencjalnych wycieków substancji niebezpiecznych. Współpraca z fundacją MARE jest częścią ogłoszonej przez Biotherm kampanii na rzecz zrównoważonego rozwoju, pod nazwą „Live by Blue Beauty".

1150

Firma **Many Mornings** do zamówień internetowych złożonych między 15 a 30 kwietnia 2021 r., realizując działanie **Nie ma planety B(ee)**,dokładała gratis nasiona roślin miododajnych (wraz z instrukcją i zachętą do korzystania). Działanie miało na celu aktywizację społeczności skupionej wokół

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

ŚRODOWISKO

marki do zadbania o środowisko naturalne w najbliższym otoczeniu. Ambicją firmy jest zaszczepić ducha samorządności i odpowiedzialności za otocznie wszystkim użytkownikom.

35

MindBlowing prowadził **edukację w zakresie odpowiedzialnego podróżowania** poprzez promowanie wytycznych kierowanych do turystów indywidualnych, jak i organizatorów wyjazdów na stronie www.DzielSie.pl. Przygotowując się do podróży, można wykorzystać checklistę odpowiedzialnego podróżowania. Edukacja odpowiedzialnego podróżowania realizowana jest także w komunikacji z klientami poprzez dedykowane aplikacje, gadżety z recyklingu oraz edukowanie podwykonawców w różnych częściach świata.

3

Elementem odpowiedzialnego gospodarowania zasobami drzewnymi wykorzystywanymi w produktach meblowych **Nowy Styl** jest certyfikacja w oparciu o system FSC® (Forest Stewardship Council). W 2021 r. firma zaprosiła pracowników i partnerów do akcji edukacyjnej **Piątek FSC®**. Poprzez plakaty i artykuły w intranecie, na WWW i w mediach społecznościowych dzielono się wiedzą na temat znaczenia lasów dla klimatu i bioróżnorodności oraz korzyści ze zrównoważonego zarządzania zasobami leśnymi.

6883

Chronimy zasoby wody – dystrybutory i redukcja plastiku to zakończona w 2021 r. w **OBI** akcja mająca na celu wymianę wody butelkowanej dla pracowników firmy. We wszystkich 59 marketach oraz biurach sieci wstawiono dystrybutory do filtrowania wody bieżącej. Do dyspozycji pracowników OBI oddano szklane bidony wielokrotnego użytku. Na potrzeby gości przygotowano w 100% biodegradowalne jednorazowe kubki z certyfikatem neutralności w emisji dwutlenku węgla. Wymiana wody butelkowanej na dystrybutory wody została wsparta szeroko zakrojoną kampanią edukacyjną.

6000

Polski Fundusz Rozwoju wraz z Ministerstwem Funduszy i Polityki Regionalnej zorganizowały **Klimaton dla Miast**, w którym polskie samorządy zgłaszały wyzwania klimatycznych, a cztery najciekawsze z nich zostały rozwiązane przez zespoły złożone z najlepszych polskich programistów podczas hackatonu. Wyzwania dotyczyły monitoringu wód i problemu niebilansowania się ilości ścieków, mapowania zagrożeń klimatycznych, analizy mobilności w transporcie publicznym oraz zwiększenia aktywnej mobilności uczniów. Udało się wypracować cztery rozwiązania, które do końca maja 2022 r. zostaną wdrożone w czterech miastach, a następnie będą mogły być skalowane.

220

Celem programu **EKOczynni** dla szkół średnich realizowanego przez Fundację **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** im. Ignacego Łukasiewicza jest promowanie ochrony środowiska i odpowiedzialności ekologicznej wśród młodzieży. W ramach programu realizowane są konkursy: EKO-ART skierowany do młodych artystów, którzy chcą zaprezentować ekologiczny problem lub jego rozwiązanie w formie plakatu; EKO-PROJEKTY dla zespołów szkolnych, których zadanie polega na zaprezentowaniu zrealizowanego projektu o tematyce ekologicznej lub przedstawieniu planu na przeprowadzenie takiego przedsięwzięcia w przyszłości.

24780

Poznański Park Naukowo-Technologiczny wprowadza w firmie ekokulturę, a jej elementem są tzw. **Ekopiątki**. W każdy piątek pracownicy i lokatorzy PPNT otrzymują na skrzynkę e-mail oraz za pośrednictwem wewnętrznej platformy graficzną ciekawostkę tematyczną związaną z ochroną środowiska, dobrymi praktykami w codziennym życiu, dbaniem o zasoby naturalne, zrównoważonym rozwojem.

135

W odpowiedzi na potrzeby nauczycieli i uczniów w zakresie edukacji ekologicznej, **Procter & Gamble Polska** wraz ze swoim wieloletnim partnerem Fundacją Nasza Ziemia opracowali materiały edukacyjne w zakresie oszczędzania wody, energii i segregacji odpadów. Celami projektów **Czysta Ziemia: Ekodetektywi na tropie domowych nawyków i Uczniowskie Ekonawyki** są promowanie odpowiedzialnych zachowań wśród najmłodszych i zachęcenie uczniów do propagowania tych zachowań wśród swoich rówieśników.

4000

Działania proekologiczne firma **Provident Polska** rozpoczęła od programu „Less waste" adresowanego do pracowników i doradców klienta. To cykl praktycznych ekoporad i wskazówek do wykorzystania w codziennym życiu. Każdy z 10 odcinków „Less waste" był zakończony wyzwaniem, a autorzy najlepszych realizacji otrzymali ekonagrody. W listopadzie 2021 r. firma kontynuowała program **Less Waste** pod hasłem **Piątka dla Planety**, który objął wszystkie rynki Grupy IPF. Oba programy zostały zrealizowane we współpracy z zewnętrzną ekspertką.

1800

PwC jest inicjatorem oraz twórcą merytorycznych założeń realizowanego od czterech lat wspólnie z innymi firmami oraz Krakowskim Alarmem Smogowym, Centrum Wolontariatu i Stowarzyszeniem ASPIRE projektu **Biznes kontra smog**. To program wolontariatu pracowniczego w obszarze edukacji dzieci i młodzieży na temat smogu i czystości powietrza, a także zmian klimatycznych. Przedsięwzięciu towarzyszy konkurs, w którym placówka może wygrać czujnik smogu.

6000

Firma **PwC** globalnie, także w Polsce, zobowiązała się, że do 2030 r. osiągnie neutralność emisyjną w zakresie gazów cieplarnianych, m.in. poprzez trwałe ograniczenie podróży służbowych oraz zwiększone wykorzystanie zielonej energii. Osiągnięcie sukcesu w temacie zeroemisyjności, wiąże się również z zaangażowaniem pracowników, dlatego firma uruchomiła **Net Zero** Challenge – projekt edukacyjny, który ma na celu uświadamiać, inspirować i pomóc wprowadzać ekologiczne zmiany w życiu.

6000

Dzień bez Śmiecenia to kampania prowadzona od 2007 r. przez **Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań**. Firma przygotowuje kartkę elektroniczną, która przekierowuje na stronę www.dzienbezsmiecenia.pl. Zawarte na kartce treści, adresowane do różnych grup odbiorców, w przystępny sposób wskazują na istotę selektywnej zbiórki i sposoby jej prowadzenia.

23

Działaj z imPETem! to projekt firmy **Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań**. Jego realizacja rozpoczęła się w 2018 r. Jest to przedsięwzięcie o charakterze edukacyjnym (skupiają się na odpadach, które segregować powinno się do żółtego worka). W 2021 r. do programu edukacyjnego dla przedszkoli zgłosiło się 1,5 tys. placówek. W ramach przedsięwzięcia opracowano materiały edukacyjne, których celem jest nauka zasad segregowania odpadów już od najmłodszych lat. Element projektu stanowi Miecia – śmieciarka, która we wnętrzu ma interaktywną wystawę pokazującą, jak butelki PET stają się nowymi produktami.

23

Shell Polska wdrożył **konkurs „Kids' Upcycling Challenge" realizowany w ramach inicjatywy Zielone Szelki** organizowany w ramach inicjatywy Zielone Szelki. Organizowany na przełomie 2020/2021 r. konkurs miał na celu propagowanie i pogłębianie wiedzy na temat ekologii i troski o środowisko naturalne, kształtowanie kreatywnego myślenia w aspekcie ochrony środowiska, promowanie idei powtórnego wykorzystania odpadów oraz rozwój umiejętności plastycznych. Adresatami programu i jego uczestnikami były dzieci pracowników SBO Kraków, które promując powyższy cel, przygotowywały prace techniczno-plastyczne z materiałów odpadkowych.

4700

Celem Grupy Skanska, do której należy także **Skanska** w Polsce, jest osiągnięcie neutralności klimatycznej do roku 2045. Jednym z kluczowych działań przybliżających do realizacji celu klimatycznego jest **edukacja klimatyczna dla osób zatrudnionych w firmie**. Aby treści przedstawić w sposób przystępny i atrakcyjny dla odbiorców, opracowano szkolenie e-learningowe w formie gry. Ujęto w nim zarówno kwestie związane ze zmianami klimatu i ich wpływem na branżę, jak i działania podejmowane przez firmę w celu ograniczenia negatywnego wpływu na klimat.

1200

Sodexo Polska od lat **promuje dania na bazie roślinnej** i rozszerza menu restauracji pracowniczych o pozycje roślinne. Proces ten zakłada ustawiczne kształcenie szefów kuchni i kucharzy, którzy uczestniczą w projektach edukacyjnych ukierunkowanych na kuchnię roślinną (często organizowanych przez dostawców). Nowe pozycje są promowane w restauracjach pracowniczych. Firma dąży do sytuacji, by w każdej restauracji pracowniczej codzienne menu cechowała różnorodność wyrażająca się równowagą między daniami tradycyjnymi a roślinnymi i pozycjami typu „light".

1900

Firma **SumiRiko Poland** przeprowadziła kampanię informacyjną dotyczącą **Światowego Tygodnia Działania na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju**. Do szkół podstawowych, szkoły średniej oraz placówki zajmującej się dziećmi niepełnosprawnymi zostały dostarczone plakaty informujące o akcji i zachęcające młodzież do działania, zaś w ramach aktywności w swoich szeregach firma rozpoczęła akcję „Odpady to nie śmieci – daj im drugie życie".

1400

Grupa pracownicza GreenD to społeczność pracowników i współpracowników **TVN** Grupa Discovery, która działa na rzecz ochrony środowiska. W ramach aktywności tworzy różnego rodzaju seminaria i warsztaty nastawione na poszerzanie świadomości ekologicznej oraz aktywizację. Wspiera działania less waste, promuje postawy ekologiczne i walczy o dobrostan zwierząt – wszystko w inspirujący i zachęcający do działania sposób.

4000

VanityStyle w 2021 r. wydało kilka numerów newslettera #VanityMonday o tematyce ekologicznej, a grudzień został ogłoszony firmowym miesiącem edukacji ekologicznej – **ekogrudzień**. Wśród chętnych pracowników zostały przeprowadzone warsztaty z ekologicznego pakowania prezentów, a dla klientów oraz pracowników zorganizowano konkursy mające na celu promocję ekologicznego podejścia do świąt.

85

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

ŚRODOWISKO

Velvet CARE jest opiekunem **programu edukacyjno-grantowego „Velvet. Piątka dla Natury"**. Jego celem jest propagowanie proekologicznych postaw wśród najmłodszych. Dobre nawyki zaprocentują działaniami na rzecz ochrony środowiska wśród dzieci oraz dorosłych. Edukacyjne scenariusze lekcji są zgodne z programem nauczania klas 1–3 szkoły podstawowej, dzięki temu mogą być pomocą dla nauczycieli w przekazywaniu dzieciom w atrakcyjny sposób wiedzy z zakresu ochrony środowiska.

730

Celem akcji „1 godzina dla klimatu" (#Project1hour) w **Volkswagen Motor Polska** było zaangażowanie wszystkich pracowników koncernu do wspólnych przemyśleń i dyskusji na temat ochrony klimatu. Każdy mógł zgłosić swój pomysł lub propozycje działania na rzecz klimatu. Pracownicy zdobyli podczas warsztatów dokładniejsze informacje o kryzysie klimatycznym oraz zrozumieli, jak ważne jest niezwłoczne podjęcie działań. Zwieńczeniem **Dnia Ziemi/Dnia Klimatu** było posadzenie drzewa (Dębu Szacunku) przed fabryką.

1300

Wirtualna Polska angażuje się w walkę o polepszenie sytuacji klimatycznej. Jako największe medium internetowe, w 2021 r. postawiła sobie za cel kształtowanie najlepszych ekologicznych postaw poprzez edukację i pokazywanie, jak każdy z nas może żyć lepiej i w sposób przyjazny dla środowiska. W ramach wypełnienia zobowiązań ogłosiła długofalowy, strategiczny **projekt – WP Naturalnie**.

2000

W lipcu 2021 r. **Wirtualna Polska** rozpoczęła **Ogólnopolski EkoTest**. Jego celem była weryfikacja poziomu wiedzy Polaków na temat ekologii i promocja ekologicznych postaw. Test dotyczył oszczędzania wody, elektromobilności, gospodarki odpadami, jakości powietrza. WP zobowiązała się, że za każdy wypełniony test przeznaczy 1 zł na sadzenie i pielęgnację lasu. Łącznie na ten cel, w pierwszym etapie, trafiło ponad 100 tys. zł.

2000

Firma **WIŚNIOWSKI** w 2016 r. powołała Fundację Horyzont360. Jednym z kluczowych działań firmy w obszarze CSR jest **edukacja ekologiczna** skierowana głównie do dzieci i młodzieży z obszaru Małopolski. Od 2019 r. wdrażane są projekty proekologiczne „Bądź Eko Fanem", w których rocznie bierze udział ponad 1200 osób. W ich ramach prowadzone są terenowe warsztaty łączące edukację ekologiczną z edukacją prozdrowotną. Młodzi ludzie przy pomocy walizek EkoBadacza – przekazanych Fundacji Horyzont360 przez firmę badają czystość wód i gleb oraz sami wyciągają wnioski co do ich zanieczyszczenia.

2400

W ramach **EkoWonga** – działań promujących ekologię firma **wonga.pl** zorganizowała akcje: „Ecofriendly" – możliwość zgłaszania swoich ekologicznych inicjatyw do wykorzystania w życiu firmy; „Drugie życie" – przestrzeń do prezentacji pomysłów na ponowne wykorzystanie zużytych przedmiotów; „Zdrowe płuca miasta" – promocja spacerów połączonych ze sprzątaniem otoczenia. Kolejnym etapem działań w zakresie edukacji ekologicznej było utworzenie dedykowanej strony „Zielona Wonga", na której firma publikuje informacje i ciekawostki w duchu zero waste, które stanowią inspirację dla pracowników.

150

WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy &Partners wzięła udział w akcji **#ekomapa Innogy** organizowanej przez Innogy Polska, w ramach której stworzona została mapa warszawskich firm i instytucji.

20

Wyborowa Pernod Ricard zaprojektowała aplikację „The Bar World of Tomorrow" – bezpłatny kurs na platformie EdApp. Inicjatywa ma na celu promowanie zrównoważonych praktyk barmańskich i przygotowanie do prowadzenia **zrównoważonego baru przyszłości**. Szkolenie bazuje na czterech filarach (praca ze składnikami w sposób zrównoważony, odpowiedzialny serwis, zrównoważony bar, zarządzanie personelem) zgodnie z modelem 5R: rethink, reduce, reuse, recycle, respect. Moduły szkoleniowe zostały zaprojektowane przez Grupę Pernod Ricard w partnerstwie z Trash Collective i Sustainable Restaurant Association.

150

Program „Koliber" to propozycja **Zakładu Utylizacyjnego** w Gdańsku skierowana do pracowników ZU i pomorskich firm, które chcą kształtować postawy ekologiczne wśród pracowników, wprowadzić program ekologicznego biura i funkcjonować w duchu gospodarki o obiegu zamkniętym. Program to baza praktycznych i łatwych do wdrożenia rozwiązań, które kształtują zachowania zarówno na poziomie organizacji, jak i ludzi w firmach.

236

Słownik segregacji odpadów z gospodarstw domowych przygotowany przez **Zakład Utylizacyjny** to publikacja, która pomaga mieszkańcom Gdańska w segregacji odpadów w gospodarstwie domowym. Jego celem jest rozwianie wątpliwości dotyczących poprawnej segregacji odpadów. Powstał na bazie danych z aplikacji Czyste Miasto Gdańsk, która jest dostępna od roku w internecie. Słownik istniał w wersji elektronicznej oraz został wydrukowany z myślą o jak najszerszym rozpropagowaniu go wśród seniorów. Opracowano też wersje dostosowane do potrzeb osób słabowidzących i niewidomych (punktowe pismo Braille'a).

236

EKOBIURO

W celu zmniejszenia negatywnego oddziaływania na środowisko w **Clariter Poland** prowadzone są **działania na rzecz zrównoważonej świadomości**. Wprowadzono Formularz Rejestracji Podróży Służbowych, gdzie dla każdej wyliczany jest ślad węglowy. Przygotowano prezentację uświadamiającą pracowników co do zasad podróży. Firma zachęca do oszczędzania prądu, wody i papieru.

18

W ramach **ekobiura** w **Columbus Energy** we wszystkich oddziałach odpady podlegają pełnej segregacji,biały papier do drukarki został zamieniony na szary i wprowadzono elektroniczny obieg dokumentów, a także podpisywanie umów w formie online, bez wykorzystania papieru. Pracownicy są zachęcani do ograniczenia jazdy samochodem – udostępniono przestrzeń parkingową dla rowerów oraz szatnię z łazienką dla osób dojeżdżających do pracy rowerem.

3000

W **EkoBiurze** **Geotrans** są tylko naczynia wielorazowego użytku, myte w zmywarce, co zmniejsza zużycie wody oraz jest bardziej higieniczne. Wprowadzono system segregacji śmieci oraz lampy z czujnikiem ruchu. Położono duży nacisk na ograniczenie drukowania, a drukarki i urządzenia wielofunkcyjne znajdujące się w siedzibie Geotrans są dzierżawione, co sprawia, że sprzęt elektrotechniczny jest dłużej w obiegu, a zużyte tonery są ponownie nabijane, co przyczynia się do zmniejszenia ilości plastiku.

14

Od 2013 r. w **Grupie ANG** w ramach **inicjatyw proekologicznych Zielone Biuro ANG** drukowane są tylko potrzebne rzeczy i tylko na papierze pochodzącym w 100% z recyklingu. Autorskie kalendarze mają certyfikat FSC. Papier jest wyprodukowany w 100% z makulatury. Ograniczono także zamawianie gadżetów, a jeśli są wykorzystywane, to przygotowują je lokalne podmioty ekonomii społecznej, np. PANATO. Zorganizowano warsztaty zero waste w centrali, zostały zebrane i wdrożone pomysły dotyczące ograniczenia odpadów w biurze i zoptymalizowania korzystania z zasobów. Planowane jest rozszerzenie działania na całą sieć

1000

Grupa Schiever w Polsce wdrożyła wewnętrzny system segregacji odpadów, który wprowadził podział na pięć frakcji. Po przeprowadzonej wcześniej fazie testowej w centrali w Poznaniu, na początku 2020 r. **segregacja odpadów w Grupie Schiever** została wprowadzona we wszystkich lokalizacjach w dwóch miejscach: jadalni oraz na korytarzu w strefie biurowej. W 2021 r. praktyka była kontynuowana.

1200

W **Kuehne+Nagel** wprowadzono **ograniczanie zużycia papieru** oraz tworzenie lasu. W ramach globalnej inicjatywy paper less firma koncentruje się na eliminacji papierowych wersji faktur na rzecz digitalizacji procesów i pozyskiwania od dostawców, kontrahentów i klientów faktur drogą elektroniczną. Od 2021 r. firma świętuje urodziny każdego pracownika, sadząc drzewo; rozpoczęto też akcję „drzewo za opinię". Za każdą otrzymaną od klienta opinię o zrealizowanym transporcie za pośrednictwem formularza na stronie Kuehne+Nagel w 2022 r. posadzi jedno drzewo.

2300

OBI wprowadza inicjatywy paper less oraz digitalizacji procesów. Przynoszą one wymierne efekty w postaci oszczędności zużycia papieru przez pracowników, kontrahentów, jak i klientów firmy. W 2021 r. OBI wprowadziło **digitalizację na rzecz ochrony drzew – e-faktury**. Firma zakupiła system do elektronicznej obsługi faktur. Dodatkowo zachęca swoich partnerów biznesowych do przesyłania e-faktur. Inicjatywa została wsparta informacyjną kampanią skierowaną do pracowników oraz kontrahentów.

6000

Koncern Ørsted rozwija nowy model biznesowy w oparciu o odnawialne źródła energii. Przykładem jednej z takich inicjatyw jest inwestycja w nowe, **zrównoważone biuro** **Ørsted Polska** w Warszawie. Firma oraz zespół architektów Workplace Solutions wdrożyli rozwiązania wspierające zrównoważony rozwój. Punktem wyjścia były idea less waste oraz powiązany z nią cyrkularny proces projektowy.

270

W trosce o racjonalne gospodarowanie posiadanymi zasobami, **Pelion** w grudniu 2021 r. wdrożył nowy, **zintegrowany system drukowania**. To krok w celu zwiększenia poufności danych, ale również zautomatyzowanie i zintegrowanie całego systemu drukowania.

10000

W 2021 r. **PZU Zdrowie** zamontowało kolejne ekrany **systemu digital signage w placówkach PZU Zdrowie**. Obecnie system obejmuje już 30 centrów medycznych. Nowe ekrany to przede wszystkim duża oszczędność papieru, wzmocnienie bezpieczeństwa sanitarnego oraz możliwość prezentacji

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

ŚRODOWISKO

treści w przystępnej formie. Można zobaczyć je zarówno na korytarzach, jak i w gabinetach lekarskich.

7000

W 2021 r. w **Rödl & Partner** rozpoczął się projekt „Office for One Planet" we współpracy z dostawcą zewnętrznym Little Greenfinity. W jego ramach dokonano audytu ekologicznego w oddziałach, odbywały się warsztaty edukacyjne dla pracowników oraz zorganizowano pokaz filmu o tematyce zero waste; poruszano temat m.in. przeciwdziałania marnotrawieniu żywności. Projekt zakończy się powstaniem rekomendacji wdrożenia ekopraktyk dla każdego biura. Częścią **projektu „Ekobiuro"** było działanie firmy na zewnątrz, która zaadoptowała dwie pszczele rodziny w przestrzeni miejskiej, a także zasponsorowała posadzenie 300 drzew.

533

We wrześniu 2021 r. firma **TIM** zrezygnowała z automatycznego dodawania dokumentu WZ do wszystkich paczek z produktami zakupionymi na platformie e-commerce TIM.pl (niemal 100% klientów firmy pochodzi z sektora B2B). Z wyliczeń TIM wynika, że **wycofanie drukowanych dokumentów WZ** pozwala na ocalenie jednego drzewa dziennie, ponieważ tyle papieru zużywano na przygotowanie tych dokumentów.

286

Firma **Volkswagen Motor Polska** latem 2021 r. przeprowadziła akcję **Fabryka bez papieru**. Celem konkursu dla pracowników była redukcja papieru używanego w procesach przedsiębiorstwa oraz zmotywowanie ich do składania kreatywnych pomysłów wraz z wyliczeniem oszczędności i wskazaniem korzyści. Inicjatywa „Fabryka bez papieru" to ograniczenie zużycia papieru, które przyczynia się do zmniejszenia ilości powstałych odpadów, a tym samym do ochrony środowiska. Drugim efektem było obniżenie bieżących kosztów ponoszonych przez firmę.

1300

W trosce o środowisko w związku z pogłębiającym się kryzysem klimatycznym **WP Law Kancelaria Woźniccy & Partners** we współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Zero Waste wprowadziła program **Zielone Biuro** – szereg rozwiązań mających na celu minimalizację negatywnych skutków oddziaływania człowieka na środowisko.

20

W warszawskim biurze **Wyborowa Pernod Ricard** wdrażany jest projekt **Zielone Biuro** (Green Office) mający na celu zrównoważone podejście do biznesu wewnętrznie, przez wszystkich pracowników. Firma korzysta w biurze ze źródeł odnawialnej energii elektrycznej. Wprowadzono mechanizm wyłączający automatycznie światło oraz instalację energooszczędnego oświetlenia, w tym żarówki LED. Większość procesów jest przenoszonych do systemu cyfrowego, wprowadzono również stosowanie drukarek sieciowych z predefiniowanymi ustawieniami dwustronnymi oraz śledzenie zużycia papieru.

150

EKOBUDOWNICTWO

Sieć **ALDI** od 2020 r. we współpracy z lokalnymi artystami tworzy antysmogowe murale, które dzięki właściwościom fotokatalitycznym zmniejszają zanieczyszczenie powietrza w okolicy. Przez ponad 10 lat **zielony mural** ma zmniejszyć zanieczyszczenie powietrza tak, jak robiłby to las o powierzchni ponad 100 m kw., z kilkoma tysiącami drzew. Mural powstały w 2021 r. w swojej treści nawiązuje do odpowiedzialności społecznej i działań proekologicznych sieci ALDI.

3600

T-Mobile Polska stworzył kampanię rekrutacyjną, w ramach której pojawił się **mural wspierający różnorodność i oczyszczający powietrze**. Ma powierzchnię 237 m kw. i pomaga oczyszczać powietrze ze szkodliwych substancji (specjalne farby fotokatalityczne, które zostały użyte do stworzenia dzieła, dzięki zawartości dwutlenku tytanu neutralizują pod wpływem światła rozmaite drobnoustroje oraz zanieczyszczenia, w tym groźne dla zdrowia tlenki siarki i azotu). Mural przypomina też, jak ważną rolę odgrywa różnorodność.

5000

Z okazji jubileuszu 65-lecia **Totalizatora Sportowego** na ścianach praskiego budynku powstał **ekologiczny mural** autorstwa Tytusa Brzozowskiego. To działanie w ramach kampanii jubileuszowej podkreśla związek firmy z kulturą, której wspieranie – obok sportu – jest częścią misji społecznej Totalizatora Sportowego. Mural ma nie tylko walory artystyczne, lecz także ekologiczne.

3925

Ekologia jest dużym wyzwaniem w architekturze i budownictwie. Branża budowlana odpowiada za 28% całej emisji dwutlenku węgla, a każdego roku powstaje ponad 6 mld m kw. nowych budynków. Hasłem przewodnim kwartalnika **„Architecture Snob"** jest więc: **architektura ma znaczenie**. A celem magazynu – promowanie dobrych praktyk i pozytywnych wzorców oraz stawianie na architekturę w duchu gospodarki cyrkularnej. Jest to pierwszy magazyn w Polsce poświęcony zrównoważonej architektury.

5

Na etapie projektowania **Echo Investment** stara się unikać usuwania wartościowych drzew lub krzewów. Na etapie budowy drzewa i krzewy przeznaczone do zachowania są zabezpieczone, a ich stan – stale monitorowany. Jednocześnie

w projektach architekci przewidują często spore obszary zieleni. W ramach **zadrzewiania miast i ochrony drzew** firma Echo Investment stworzyła przewodnik dla zarządzających budowami: wytyczne dotyczące ochrony drzew. Znajdują się w nim zasady postępowania z drzewami – przed rozpoczęciem budowy, w trakcie i po jej zakończeniu.

520

Aby wychodzić naprzeciw trendom zrównoważonego i ekologicznego budownictwa, **Eiffage Immobilier Polska** w wybranych mieszkaniach zlokalizowanych we wrocławskiej inwestycji HB1820 **wprowadził do oferty system automatyki mieszkaniowej** Appartme pozwalający na sterowanie ogrzewaniem, oświetleniem, gniazdami elektrycznymi oraz opcjonalnie zaworami wody w lokalach.

10

W ślad za globalnymi wytycznymi grupy Eiffage zawartymi w Raportach Klimatycznych z 2020 i 2021 r., spółki **Eiffage Immobilier Polska** i **Eiffage Polska Budownictwo** podjęły działania zmierzające do poszerzania wiedzy i swojego zaangażowania w zakresie realizacji założeń niskoemisyjnego budownictwa. Służyć ma temu m.in. **przystąpienie do Polskiego Stowarzyszenia Budownictwa Ekologicznego (PLGBC)**.

10
Eiffage Immobilier Polska

180
Eiffage Polska Budownictwo

Z inicjatywy **Grupy VELUX** powstała **szósta edycja raportu „Barometr zdrowych domów"** z podtytułem **Zielona odbudowa po COVID-19** dzięki zrównoważonemu budownictwu. Dokument zwraca szczególną uwagę na znaczenie zdrowego domu w procesie zielonej odbudowy po COVID-19. Dla 75% respondentów głównym powodem do przeprowadzenia prac remontowych była chęć poprawy komfortu życia rodziny. Natomiast kluczowe cechy zdrowego domu, jak jakość powietrza i ilość światła dziennego, to dla ponad 80% badanych ważne aspekty brane pod uwagę przy poszukiwaniu nowego lokum.

4000

ROBYG jest pionierem ekologicznych technologii na rynku deweloperskim. W ramach **zielonego standardu ROBYG** oddano **12 tys. mieszkań z systemem smart house i panelami fotowoltaicznymi na wszystkich budynkach**. Dotychczas zamontowano ponad 3120 m kw. paneli fotowoltaicznych. Dodatkowo wszystkie nowe budynki wprowadzone do sprzedaży w 2021 r. wyposażone będą w panele fotowoltaiczne zasilające części wspólne. Aby ograniczać zapotrzebowanie na energię pierwotną w wszystkich budynkach od lat ROBYG montuje też oświetlenie LED, czujki zmierzchowe i sterowanie pogodowe.

500

Elektromobilność i mikromobilność na osiedlach ROBYG realizowana jest przez umieszczanie ogólnodostępnych miejsc do ładowania samochodów elektrycznych, nowoczesne wiaty rowerowe, stojaki dla rowerów oraz rowerownie w budynkach. W ramach strategii ESG deweloper ogłosił, że począwszy od 2022 r., wszystkie osiedla będą wyposażone w ogólnodostępne ładowarki do samochodów elektrycznych, a od 2021 r. infrastruktura przyłączy jest również dostępna w garażach w większości budynków.

500

Deweloper **ROBYG** jako jedyny na polskim rynku deweloperskim ogłosił przejście w **100% do energii odnawialnej na budowach do 2024 r.** Taki krok pozwoli znacząco zredukować ślad węglowy i przyczynić się do ograniczenia emisji dwutlenku węgla. Działania zostały podjęte już na etapie przygotowania strategii ESG spółki, dzięki czemu już w 2021 r. w Gdańsku budowy ROBYG zasilane były wyłącznie zieloną energią. Energia elektryczna zakupiona przez ROBYG do celów budowlanych realizowanych na terenie Gdańska i okolic, sprzedawana w ramach oferty 100% Zielonej Energii przez ENERGA-OBRÓT, w całości została wytworzona w oparciu o elektrownie wodne i wiatrowe oraz jest wolna od CO_2, co poświadczone zostało odpowiednim certyfikatem.

500

Misją przedsiębiorstwa Skanska jest ograniczenie emisji dwutlenku węgla o 50% do 2030 r., a następnie osiągnięcie zerowej emisji do roku 2050. Kluczowym elementem działania **Skanska Residential Development Poland** są **ekologiczne osiedla mieszkaniowe**. Wszystkie budynki mieszkalne powstają zgodnie z normami certyfikacji BREEAM. Podczas prac budowlanych wykorzystywane są odnawialne źródeł energii i nietoksyczne materiały. Na wybranych osiedlach instaluje się panele fotowoltaiczne, a także oferuje mieszkańcom w standardzie rozwiązania smart home.

2000

Veolia Mała Kogeneracja Warszawa oraz **Veolia Energia Warszawa** w ramach współpracy partnerskiej z Fundacją Ronalda na terenie Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, w pobliżu Dziecięcego Szpitala Klinicznego, wybudowały pierwszy **Dom Fundacji Ronalda McDonalda w Warszawie** dla rodzin dzieci przebywających na długotrwałym leczeniu szpitalnym. Zastosowano nowoczesne, bezpieczne i ekologiczne rozwiązania energetyczne, gwarantujące łatwość i komfort korzystania z dostaw ciepła, chłodu, energii elektrycznej i ładowania pojazdów. Aż 52% inwestycji pochodzi z odnawialnych źródeł energii.

800

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

ŚRODOWISKO

EKOEFEKTYWNOŚĆ

Firma **7R** zastosowała **system trigeneracji w budynku Grupy BWI**, dzięki czemu obiekt jest niemal samowystarczalny energetycznie (posiada turbinę gazową do wytwarzania energii potrzebnej do zasilania, ogrzewania, chłodzenia i wentylacji budynku). Ciepło wytwarzane przez silnik i gorące spaliny jest odzyskiwane na dwa sposoby: do ogrzewania wody oraz do ogrzewania budynku. Ponadto w lecie, kiedy nie wykorzystuje się w pełni produkowanego ciepła, podgrzana woda kierowana jest na agregat absorpcyjny, gdzie jej energia wykorzystywana jest do uzyskania wody zimnej.

170

Na terenie jednej z oczyszczalni **Aquanet** – w Koziegłowach pod Poznaniem – wdrożono **powtórne wykorzystanie ścieków oczyszczonych – instalację dla pojazdów funkcyjnych**. Instalacja pozwala na wykorzystywanie wody technologicznej (ścieków oczyszczonych) przez pojazdy typu WUKO. Pozwoliło to na ograniczenie zużycia wody wodociągowej o ponad 1 tys. m sześc. na miesiąc. Miernikiem jest ilość pobranej wody technologicznej przez pojazdy typu WUKO na rok w m^3.

860

W ramach **zagospodarowanie wód opadowych na obiektach Aquanet** firma wykonuje szereg inwestycji mających na celu odłączenie części wód opadowych od sieci kanalizacji deszczowej oraz zagospodarowanie jej na własnym terenie, czyli wprowadzi małą retencję. Ma to związek z przejęciem przez **Aquanet** kanalizacji deszczowej m. Poznania, a celem jest wypracowanie własnych sposobów retencjonowania wód opadowych oraz powstania katalogu możliwych rozwiązań do stosowania w małej retencji.

860

W **Banku Handlowym w Warszawie działającym pod marką Citi Handlowy** od 2013 r. funkcjonuje **Zintegrowany System Zarządzania Środowiskowego i Energią** (ISO 14001 i ISO 50001). Przyjęto politykę energetyczną i politykę środowiskową – określono w nich takie cele, jak: ograniczenie emisji gazów cieplarnianych, efektywne zarządzanie mediami, zakup energooszczędnych produktów i usług, segregacja odpadów i kontrola emisji hałasu. Bank realizuje projekty wpływające na redukcję zużycia surowców oraz ograniczenie emisji.

3700

W 2022 r. całość energii elektrycznej zakupionej przez **Bank Millennium** będzie posiadać certyfikaty potwierdzające pochodzenie z odnawialnych źródeł energii. Bank w swoich centralach wprowadza rozwiązania przyjazne środowisku, pod koniec 2021 r. pracownicy wrocławskiej centrali Banku przenieśli się do nowej siedziby spełniającej wysokie ekologiczne standardy. Innym przykładem inwestycji w przyjazne środowisku rozwiązania jest **modelowy ekologiczny oddział Banku Millennium**, który został otwarty w 2021 r. w Gdańsku.

6620

Proekologiczne działania Grupy Tubądzin na rzecz ograniczenia śladu węglowego polegają na modernizacji sektora odpowiadającego za przygotowanie surowców ceramicznych w zakładzie produkcyjnym **Ceramiki Tubądzin** w Ozorkowie. Inwestycja obejmuje nową suszarnię rozpyłową, kompleksową wymianę filtra suchego wychwytującego zanieczyszczone powietrze, nowe rozwiązania układu chłodzenia oraz automatyczny system myjący.

1200

Projekt **odzysku chłodu z wody wstępnie uzdatnionej** jest realizowany w zakładzie produkcyjnym **Coca-Cola HBC Polska** w Radzyminie. Pozwala na uzyskanie oszczędności energii. Podczas wydmuchu butelek PET generowane jest ciepło, które musi zostać odebrane, a czynnikiem chłodzącym jest woda „lodowa" o temperaturze ok. 12°C krążąca w układzie pośrednim. Do utrzymywania odpowiedniej temperatury wody wykorzystywana jest rozbudowana instalacja chłodnicza, a zastosowany dwupłytowy wymiennik ciepła pozwala wykorzystać wodę pozyskaną ze studni wodnych. W ten sposób wykorzystywana jest energia chłodu wody surowej o temperaturze ok. 11°C, co przynosi wymierne oszczędności energetyczne.

1810

Dalkia Polska jako pierwsza firma na polskim rynku usług energetycznych ma **ekologiczną stronę internetową**. Serwis WWW zaprojektowany jest zgodnie z zasadami ekodesignu – postawiono na podejście sobrieté numérique, czyli odpowiedzialne zarządzanie zasobami cyfrowymi, którego celem jest zmniejszenie wpływu technologii na środowisko. Rozwiązanie zostało zainspirowane witryną Dalkii we Francji i oddaje całą filozofią firmy, która od lat prowadzi działania na rzecz ochrony klimatu.

400

Dalpo, będąc częścią przemysłu chemicznego, dąży do minimalizacji zanieczyszczenia środowiska naturalnego. Firma przechodzi zieloną transformację, a znakiem przemian jest **postawienie na foltowoltaikę** w celu zmniejszenia emisji dwutlenku węgla powstałego podczas produkcji.

320

Fundacja Veolia Polska wprowadziła **innowacyjną instalację energetyczną – odzysk ciepła ze ścieków (Szlachęcin)**. Ciepło z układu kogeneracyjnego trafia do miejskiej sieci, energia elektryczna zasila pompę odzyskującą ze ścieków ciepło, które dodatkowo służy ogrzaniu 5 tys. mieszkańców. Nadwyżka energii elektrycznej trafia do systemu elektroenergetycznego. Zastosowane rozwiązanie

zmniejsza emisję dwutlenku węgla, związków siarki oraz pyłów do atmosfery i obniża temperaturę ścieków trafiających po oczyszczeniu do Warty. To przykład współpracy podmiotów prywatnych (Veolia), komunalnych (Aquanet) i państwowych (NFOŚiGW – dotacje ze środków UE).

4300

Należąca do **GRUPY AGORA** agencja **AMS redukuje ślad węglowy dzięki nowej ofercie EKO Backlight**. Jest to zestaw proekologicznych rozwiązań, na które składają się: energooszczędne oświetlenie LED, zmniejszenie smogu świetlnego poprzez możliwość wyłączania oświetlenia oraz certyfikowany ekologicznie druk materiałów reklamowych.

2586

W Wirtualnej Elektrowni TAURONA do systemu są przyłączane nowe źródła: jednostki wytwórcze TAURON Ekoenergii, a także magazyny energii oraz instalacje odbiorcze kontrahentów zewnętrznych. Wirtualna Elektrownia **Grupy TAURON** pozwala na zarządzanie nieograniczoną liczbą źródeł i instalacji odbiorczych, a przy tym zapewnia poziom cyberbezpieczeństwa wymagany dla elementów infrastruktury krytycznej. Przyłączanie związane jest z wejściem Wirtualnej Elektrowni w fazę komercjalizacji.

26000

Firma **Hochland** wprowadza **dobre zmiany dla dobra natury**. Jednym z kierunków strategii jest osiągnięcie neutralności klimatycznej z priorytetem dla redukcji emisji dwutlenku węgla. W roku 2021 zakłady uzyskały neutralność klimatyczną w zakresie emisji 1 i 2 za rok 2020. Dzięki prowadzonym inwestycjom na rzecz poprawy efektywności energetycznej oraz dzięki wykorzystywaniu odnawialnych źródeł energii osiągnięto redukcję emisji dwutlenku węgla. Emisje, których nie udało się uniknąć, zostały skompensowane poprzez przedsięwzięcie offsetowe – projekt Biogazowni w Nepalu potwierdzony certyfikatem Gold Standard.

800

Prowadzona od kilkunastu lat modernizacja infrastruktury energomechanicznej umożliwia **Kopalni Soli „Wieliczka" optymalizację zużycia energii** elektrycznej. W roku 2021 przedsiębiorstwo zakupiło nową stację transformatorową, która zasili obszar robót zabezpieczających w rejonie komór Baum oraz wysypki urobku. Modernizacja w 2021 r. objęła oświetlenie w kaplicy św. Kingi, m.in. wymieniono wszystkie źródła światła na LED-owe (wśród nich te w pięciu ogromnych solnych żyrandolach). Firma przystąpiła również do przygotowania koncepcji farmy fotowoltaicznej.

807

Modernizacja stacji wentylatorów głównych przy szybie Wilson w **Kopalni Soli „Wieliczka"** obejmowała m.in. przebudowę głowicy szybu i płyty zamykającej go wraz z uzupełnieniem obudowy szybowej w rejonie zrębu, wzniesienie budynku nadszybia, budowę kanałów wentylacyjnych. Kopalnia wymieniła stare wentylatory na nowoczesne urządzenia, jednowirnikowe, z napędem elektrycznym, przeznaczone do przewietrzania podziemnych wyrobisk. Stacja pobiera znacznie mniej energii elektrycznej od swojej poprzedniczki, co oznacza oszczędzanie zasobów i niższe rachunki za prąd.

807

Kuehne+Nagel kontynuuje wdrażanie mapy drogowej LED w swoich obiektach, w tym w magazynach i biurach, oraz modernizuje istniejące systemy oświetleniowe. W efekcie **zainstalowano oświetlenia LED w obiektach zarządzanych przez Kuehne+Nagel**. Obecny stan to 92% powierzchni wobec 88% zaplanowanych na 2021 r. Oprócz zmiany oświetlenia na bardziej energooszczędne, w Kuehne+Nagel w dalszym ciągu trwają prace nad modernizacją istniejących systemów, w tym instalacji czujników ruchu, które włączają światło wtedy, gdy jest ono potrzebne.

2300

W ramach podejmowanych przez **MAKRO Polska działań na rzecz środowiska** przewidziana jest rezygnacja z freonu „Freon Exit Program" do 2030 r. Przeprojektowano już osiem hal, jedna została wybudowana od początku z czynnikiem obojętnym dla środowiska. Równocześnie w każdym z wymienionych sklepów odzyskuje się ciepło, które służy ogrzaniu wody oraz pomieszczeń. Firma prowadzi projekt „Energy Saving Program". We wszystkich halach wymieniane jest oświetlenie na LED, wprowadzono automatyczną optymalizację zużycia energii oraz kontrolę pomiaru temperatur.

5000

Do 2030 r. **mBank** ma osiągnąć zerowy poziom emisji netto w zakresie 1 i 2 (emisje własne i z zakupionej energii), a do 2050 r. w zakresie 3 (z uwzględnieniem portfela kredytowego). **Neutralność klimatyczna mBanku** ma być osiągnięta przez aktywne finansowanie odnawialnych źródeł energii oraz innych inwestycji zmniejszających emisje ekwiwalentu dwutlenku węgla. mBank zmobilizuje fundusz finansowania zielonych inwestycji w wysokości 10 mld zł. Bank stopniowo odchodzi też od finansowania wysokoemisyjnej działalności gospodarczej, a także wspiera swoich klientów w zielonej transformacji.

7000

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

ŚRODOWISKO

W 2021 r. zamontowano **energooszczędne oświetlenie LED w każdym markecie OBI** oraz biurach sieci. Wymiana dotyczyła zarówno hal sprzedaży, jak i pomieszczeń socjalnych oraz biur. Oświetlenie LED pozwala znacząco ograniczyć zużycie energii elektrycznej, a zatem zmniejsza uciążliwość środowiskową; jest to również z korzyścią dla pracowników **OBI** – służy tworzeniu lepszego środowiska pracy.

6000

Korzystanie z usługi Flex przez jednego użytkownika wiąże się z emisją 3,273 kg ekwiwalentu dwutlenku węgla miesięcznie. Ponad 90% śladu węglowego usługi związane jest ze zużyciem energii elektrycznej. **Orange Polska** podjęła decyzję o **neutralności klimatycznej usługi Orange Flex**. Od 2021 r. całość energii będzie pochodziła z odnawialnych źródeł – dwóch farm wiatrowych, które powstały na potrzeby Orange Polska. Ponadto od początku Orange Flex ogranicza źródła emisji inne niż energia elektryczna, a część emisji Flex równoważy dzięki kompensacji.

10880

Ograniczanie zużycia wody w obiektach Panattoni realizowane jest przez systemy zarządzania i monitorowania oraz elektrozawory, komponenty pobierające wodę z wysokim współczynnikiem oszczędności czy instalację z szarą wodą. Firma gospodaruje tzw. deszczówką, w instalacjach sanitarnych i do nawadniania terenów zielonych. W obiektach **Panattoni** wykorzystywane są łąki, które zastępują wymagające podlewania trawniki. Firma stosuje również skrzynki rozsączające ze zbiorników retencyjnych, systemy wykrywania wycieków czy wodooszczędną armaturę.

500

W ramach **ograniczenia zużycia energii w obiektach Panattoni** stosowane jest modelowanie energetyczne zgodne ze standardami BRE. Firma w swoich inwestycjach wykorzystuje systemy zarządzania budynkiem – od prostych rozwiązań po zaawansowane, jak automatyka budynkowa BMS – a także kompleksowe systemy olicznikowania i monitorowania energii. W obiektach **Panattoni** udaje się uzyskać rekuperację w centralach wentylacyjnych na poziomie nawet 80% ciepła, a energooszczędny system oświetlenia typu LED wspierany jest przez inteligentny system dynamicznego sterowania.

500

Pepco na wszystkich rynkach swoje nowo powstające sklepy wyposaża w energooszczędne oświetlenie LED. A w 2021 r. **energooszczędne oświetlenie** było też wprowadzane w najdłużej istniejących sklepach Pepco. W programie wymiany oświetlenia wzięły udział 642 sklepy z europejskich pięciu rynków, na których dostępna jest oferta Pepco. Aktualnie 94% sklepów Pepco w całej Europie korzysta z technologii LED w swoich systemach oświetlenia.

23262

W PGE Energia Ciepła Oddział Elektrociepłownia w Gdyni, należącej do **PGE Polska Grupa Energetyczna**, oddano do użytku **nowoczesną oczyszczalnię ścieków w technologii INNUPS** opartej na zastosowaniu żywic jonowymiennych. Dzięki tej technologii ścieki oczyszczane są w znacznie wyższym stopniu niż wymagają tego obowiązujące normy. Dodatkowo, bez negatywnego wpływu na środowisko możliwe jest odzyskiwanie metali wartościowych rynkowo, np. metali ziem rzadkich oraz szlachetnych. Dodatkiem do instalacji INNUPS jest instalacja odzysku boru ze ścieków.

42000

PKP CARGO prowadzi **odpowiedzialne i innowacyjne działania w sferze ochrony środowiska**. Główne obszary działań to prace nad metodyką wyznaczania śladu węglowego; prace nad kalkulatorem emisji z usług; poszukiwanie nowych technologii w zakresie niskoemisyjnego transportu: zakupy, modernizacje; prace badawcze nad lokomotywami na paliwo wodorowe i lokomotywą hybrydową; projekt DAC (Digital Automatic Coupling) – wprowadzenie w Europie sprzęgów samoczynnych; oszczędne gospodarowanie zasobami.

14800

Magazyn energii trakcyjnej PKP Energetyka w Garbcach o mocy 5,5 MW i pojemności użytecznej 1,2 MWh jest największym magazynem energii pracującym na potrzeby trakcyjne w Europie. Jego główny cel stanowi redukcja szczytowego obciążenia podstacji trakcyjnej (a co za tym idzie również zasilającej ją sieci dystrybucyjnej) wynikającego z ruchu kolejowego na pobliskim odcinku. Pozwala to na obniżenie zamówionej mocy podstacji trakcyjnej, co skutkuje obniżeniem kosztów stałych. Magazyn umożliwia również poprawę jakości energii w sieci trakcyjnej oraz w lokalnej sieci dystrybucyjnej.

4200

Projekty inwestycyjne z komponentami innowacyjnymi, innowacyjne i badawczo-rozwojowe (B+R) w ramach Programu Dekarbonizacja przyczyniają się do redukcji emisji dwutlenku węgla w **Polskim Koncernie Naftowym ORLEN**. W 2021 r. zostały zainicjowane cztery projekty o komponencie innowacyjnym powiązane z: optymalizacją procesu odsalania ropy naftowej, odzyskaniem ciepła niskotemperaturowego i skierowaniem go na instalacje zakładu produkcyjnego i do elektrociepłowni, wykorzystaniem dostępnych zasobów technicznych (kolumn destylacyjnych), a także zarządzaniem parametrami pracy pieców.

5878

PZU w ramach nowej strategii ESG „Rozwój w równowadze" ogłosił swoją drogę do neutralności klimatycznej. Oprócz działań związanych z ograniczeniem emisji bezpośredniej, organizacja zobowiązała się do **rekompensaty emisji dwutlenku węgla**. Ze względu na prowadzoną w Polsce działalność i wytwarzanie emisji w miejscu działalności spółki

zdecydowały się na zakup jednostek dwutlenku węgla (JDW) oferowanych przez Lasy Państwowe.

7500

W lutym 2021 r. **Shell Polska** opublikował **strategię Powering Progress** i zadeklarował, że do 2050 r. stanie się biznesem o zerowej emisji netto, a Shell Polska wpisuje się w te działania. Zgodnie ze strategią, Shell dąży do uzyskania neutralności poprzez osiągnięcie zerowych emisji przy wytwarzaniu produktów, zmniejszenie emisyjności dwutlenku węgla w sprzedawanych produktach i wspieranie redukcji dwutlenku węgla wśród swoich klientów z branż energochłonnych.

4700

Skanska Residential Development Poland stworzyła **system badania realizacji celu klimatycznego – dojścia do neutralności klimatycznej** – w formie platformy analitycznej online, która pozwala zbierać w jednym miejscu informacje dotyczące wskaźników, takich jak: zużycie energii w biurach, ogrzewanie budynków biurowych, zużycie energii na placach budów, oraz wskaźników efektywności energetycznej projektów. To pozwala obserwować całościowy obraz sytuacji, w której w danym momencie znajduje się firma, analizować poszczególne okresy i łatwiej wyznaczać precyzyjne cele redukcji śladu węglowego w kolejnych latach.

2000

Ekoefektywność w **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków** wyraża się przez system odzysku energii w krakowskim zakładzie i w zakładzie w Starachowicach. W Krakowie odzyskana energia cieplna zasila instalacje centralnego ogrzewania oraz służy do podgrzewania wody użytkowej. W drukarni w Starachowicach działa również unikalny system odzysku ciepła, który dostarcza energię cieplną do odbiorców komercyjnych i prywatnych w mieście. Zakład zagospodarowuje też ciepło z wentylacji sprężarek, kierując gorące powietrze z kompresora na halę produkcyjną, aby ją dogrzewać, kiedy jest chłodno.

1200

Koncepcje smart cities w **Wodociągach Miasta Krakowa** to przede wszystkim narzędzia informatyczne służące sterowaniu i nadzorowi nad posiadaną infrastrukturą i technologiami. GIS – system informacji geograficznej – wspomaga proces rozwoju sieci na wszystkich etapach realizacji. Każda aplikacja służąca zarządzaniu danym obszarem musi być zintegrowana z systemami klasy ERP. W Krakowie wdrożono jeden z najnowocześniejszych modeli hydraulicznych w branży. Obejmuje on blisko 4 tys. sieci wodociągowej i kanalizacyjnej.

1200

Wśród celów, które **Żabka Polska** zadeklarowała w ogłoszonej w 2021 r. nowej strategii odpowiedzialności firmy znalazło się osiągnięcie do 2025 r. neutralności klimatycznej, w ujęciu emisji gazów cieplarnianych w zakresie 1 i 2, oraz ograniczenie intensywności emisji w sklepach w zakresie 3, zgodnie z celami inicjatywy Science Based Targets (SBTi), do której firma przystąpiła w 2021 r. W grudniu 2021 r. zadeklarowane przez Żabkę **cele dekarbonizacji** zostały **naukowo zatwierdzone przez SBTi** – Zespół Walidacji Celów działający w ramach SBTi.

2024

EKOPRODUKTY

W 2021 r. sieć **ALDI** rozwinęła **współpracę ze stowarzyszeniem ProVeg** i rozpoczęła promocję żywności wegańskiej, w tym m.in. roślinnych zamienników mięsa, ryb, owoców morza i nabiału. Segment produktów roślinnych systematycznie rozrasta się i zdobywa coraz większą popularność wśród konsumentów w Polsce i na świecie. Konsumenci z całego świata są coraz bardziej świadomi swoich wyborów żywieniowych i zachowań konsumpcyjnych.

3600

ALDI w 2019 r. złożyło **deklarację dotyczącą wycofania jaj z chowu klatkowego ze składów produktów** marek własnych do 2025 r. W 2021 r. sieć ALDI znalazła się wśród trzech najlepszych sieci handlowych, które dbają o dobrostan kur niosek według rankingu Otwartych Klatek. Działania na rzecz sukcesywnego zastępowania jaj z chowu klatkowego chowami alternatywnymi zostały docenione! Wykorzystanie jaj z chowów alternatywnych przy produkcji marek własnych w stosunku do ubiegłych lat wzrosło o 15%.

3600

Carrefour Polska sprzedaje **produkty drobiowe marki własnej zgodne z European Chicken Commitment**. Firma jako pierwsza sieć handlowa w Polsce przystąpiła do tej europejskiej inicjatywy, której celem jest poprawa dobrostanu kurcząt mięsnych. Carrefour Polska zobowiązał się, że do 2026 r. wszystkie produkty świeże, mrożone oraz przetworzone marki własnej Carrefour, w których składzie znajduje się min. 50% mięsa z kurcząt, będą spełniały zobowiązania tej inicjatywy.

12000

Produkty **Grupy Żywiec** przygotowywane są z naturalnych składników, dlatego ważne jest, by były pozyskiwane ze zrównoważonych źródeł. Firma zwiększa udział surowców

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

ŚRODOWISKO

z krajowych upraw, w tym chmielu i zbóż browarniczych, przyczyniając się do rozwoju lokalnych dostawców. Od 2014 r. Grupa Żywiec jest współzałożycielem i członkiem **Polskiego Stowarzyszenia Zrównoważonego Rolnictwa** ASAP.

1800

Kaufland Polska Markety rozwija zrównoważony asortyment, wprowadzając do oferty m.in. **produkty neutralne dla klimatu**. Należą do nich torby wielokrotnego użytku, które w 80% zostały wykonane z folii pochodzących ze sklepów Kaufland i nadają się do recyklingu, oraz linia artykułów roślinnych K-take it veggie, których produkcja wiąże się z mniejszym śladem węglowym niż w przypadku produktów pochodzenia zwierzęcego. Kaufland redukuje emisje związane z produkcją artykułów m.in. poprzez modyfikację opakowań. Emisje, których nie da się uniknąć lub zredukować, są kompensowane poprzez realizację projektów klimatycznych.

14000

Kaufland Polska Markety **wprowadził własną klasyfikację chowu kurczaka** oraz specjalne oznaczenia na opakowaniach produktów marek własnych. Na etykiecie umieszczonej z przodu opakowania konsumenci znajdą trzystopniową klasyfikację: 1 – oznacza chów bez antybiotyków, 2 – chów wybiegowy, 3 – chów ekologiczny. Klient otrzymuje także czytelne informacje na temat warunków chowu kurczaków, takie jak: długość okresu chowu, rodzaj użytej paszy.

14000

Wprowadzenie do sprzedaży **produktów neutralnych dla klimatu** to natychmiastowa kompensacja emisji dwutlenku węgla, która powstaje w wyniku uprawy, produkcji, transportu i utylizacji. Rozszerzenie asortymentu marek własnych **Lidl Polska** o produkty neutralne dla klimatu umożliwiło klientom robienie zakupów w sposób zrównoważony i aktywne przyczynianie się do ochrony klimatu. Lidl wspiera również certyfikowane projekty ochrony klimatu z pozytywnymi społecznymi efektami (np. ponowne zalesianie w Ugandzie, czysta woda pitna w Erytrei i energia słoneczna w Indiach).

24000

MAKRO Polska prowadzi **działania na rzecz zrównoważonej marki własnej** poprzez wdrożone polityki zakupowe dotyczące odpowiedzialnego pozyskania surowców w całym łańcuchu dostaw. Sieć poszerza ofertę produktów marki własnej z certyfikatami oraz artykułów wegańskich – substytutów mięsa. Firma sukcesywnie optymalizuje opakowania marek własnych, jednocześnie rozwijając linię produktów ekologicznych. Ze wszystkich ziół wycofano plastikowe owijki, przechodząc na papierowe opakowania, a większość plastikowych doniczek zastąpiono papierowym plugiem. Dzięki zmianie do września 2021 r. MAKRO zaoszczędziło 15 ton plastiku.

5000

Celem programu **Dobre Składniki** marki **Wawel** jest udoskonalenie receptur oferowanych słodyczy. Obecnie wszystkie produkty marki mają krótszą etykietę – bez zbędnych konserwantów, barwników, sztucznych aromatów. W 2021 r. Wawel wprowadził na rynek m.in. Tabliczkę Ekstra Gorzka 100% cocoa, opartą tylko na jednym surowcu: certyfikowanym ziarnie kakaowca odmiany Forastero z plantacji w Ghanie. Certyfikacja oznacza, że surowiec ten pochodzi z upraw prowadzonych w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, a pozyskanie go nie ma negatywnego wpływu na środowisko naturalne i sytuację ludzi zatrudnionych przy jego wytwarzaniu.

1097

W 2020 r. **Carrefour Polska** podjął zobowiązanie dotyczące całkowitego **zakończenia zakupu i sprzedaży żywego karpia** od roku 2021. Zobowiązanie było efektem wspólnych uzgodnień z dostawcami sieci, którzy otrzymali czas na dostosowanie swoich hodowli oraz infrastruktury do nowych warunków przygotowania i transportu ryb. W roku 2020 sieć nie sprzedawała już żywych karpi, a wyłącznie ryby po uprzednim uboju. Nadal jednak w sklepach znajdowały się baseny z żywymi rybami. W roku 2021 Carrefour nie kupował już żywych ryb od hodowców.

12000

Grupa Schiever w Polsce zarządzająca siecią hipermarketów bi1 oraz dwoma hipermarketami Auchan w Zielonej Górze i Raciborzu w roku 2021 kontynuowała swoje zobowiązania w obszarze odpowiedzialnego handlu oraz dobrostanu zwierząt, dlatego jako pierwsza sieć **zrezygnowała ze sprzedaży żywego karpia**.

1200

Carrefour Polska **rozszerza ofertę odzieży ekologicznej i tworzy specjalne strefy w swoich sklepach**. Do 2030 r. wszystkie surowce naturalne wykorzystywane w gamie odzieżowej TEX będą pozyskiwane w sposób zrównoważony i możliwy do prześledzenia. Przygotowując swoją markę BIO TEX, sieć wykorzystuje bawełnę ekologiczną, zwraca uwagę na sprawiedliwe wynagradzanie producentów, dba o dobrostan kóz, z których wełny produkowany jest kaszmir, oraz promuje produkcję z wykorzystaniem materiałów poddanych recyklingowi, z użyciem mniejszej ilości wody oraz odpowiedzialnej gospodarki leśnej.

12000

Grupa CCC rozszerza **linię produktów ekologicznych „Go for Nature"**. Na kolekcję składają się m.in. buty ze skóry z ekologicznych garbarni (certyfikat LWG), akcesoria damskie, męskie i dziecięce, w których główny surowiec pochodzi z recyklingu butelek PET lub w pełni naturalnych surowców, a także inne produkty wytworzone z najwyższą dbałością o środowisko naturalne (m.in. Water based PU).

13220

DIWU – bezpieczna i zrównoważona moda daje dostęp do wyrobów gotowych wykonanych z certyfikowanej bawełny organicznej lub/i z domieszką poliestru z recyklingu. **KNK PRODUCTION & DEVELOPMENT** oferuje klientom wysokiej jakości odzież, na której mogą wykonać barwienia, efekty sprania czy nadruk DTG w standardzie GOTS. Nie ma minimów produkcyjnych, więc klient nie musi produkować – nieekologicznej – nadwyżki odzieży. Co więcej, produkty można poddać dalszym obróbkom, czyli upcyklingowi. Dzięki temu zakupioną odzież można przerobić i dalej użytkować.

35

W listopadzie 2021 r. w sklepach pojawiła się nowa gama produktów **Groupe SEB Polska** do przygotowywania żywności **Tefal EcoRespect**. stworzonych z użyciem plastiku aż w 65% pochodzącego z recyklingu. Ich opakowania zostały wyprodukowane z przetworzonej wielokrotnie tektury, której zadruk odbywa się przy użyciu tuszy roślinnych. Wycofane zostały polistyrenowe i plastikowe torby z wnętrza kartonowych opakowań. 95% sprzętów z nowej linii będzie można z powrotem przetworzyć, dając im tym samym drugie życie.

410

Zielona logistyka One by Allegro zakłada bezpieczeństwo, a także troskę o ład przestrzenny i środowisko. Automaty paczkowe One Box wtapiają się w krajobraz miejski – nie ma na nich reklam, są obsadzone roślinami oraz wyposażone w udogodnienia dla osób niesłyszących i niedowidzących, a także czujniki jakości powietrza, z których dane są udostępniane publicznie. Wszystkie urządzenia **Allegro** są zasilane wyłącznie energią pochodzącą z odnawialnych źródeł.

4770

Columbus Energy zawarł z Domem Maklerskim BOŚ umowę programu emisji **zielonych obligacji**. Mają one spełniać kryteria dotyczące zielonego długu (Green Bond Principles). Była to druga na krajowym rynku kapitałowym umowa na emisję zielonych obligacji w ramach finansowania odnawialnych źródeł energii. Środki pozyskane w ramach emisji Zielonych Obligacji zostały przeznaczane przez Grupę Columbus Energy na budowę farm fotowoltaicznych.

3000

W ramach akcji **Wybieraj Świadomie** firma **Geotrans** zdecydowała się na zakup materiałów reklamowych wykonanych z naturalnego korka bez BPA, wosku sojowego oraz z włókien słomy pszenicznej. W ten sposób firma stara się ograniczyć zużycie plastiku, zastępując go naturalnymi, biodegradowalnymi materiałami.

14

LUX MED zużywa rocznie ponad 70 tys. 100-metrowych rolek prześcieradeł medycznych. Standardowy surowiec, z którego produkowane są prześcieradła, to celuloza – materiał pochodzący najczęściej z drzew iglastych. Z myślą o ograniczeniu zużycia surowców naturalnych firma przetestowała **podkłady makulaturowo-celulozowe** w ambulatoriach i szpitalach LUX MED. Okazało się, że od dotychczasowych różnią się one jedynie odcieniem bieli.

19000

Grupa **PZU** zarówno klientom indywidualnym, jak i korporacyjnym oraz instytucjonalnym oferuje **produkty wspierające transformację energetyczną**. W 2021 r. PZU wprowadził na rynek dwa nowe ubezpieczenia dla klientów korporacyjnych. Polisy PZU Energia Wiatru i PZU Energia Słońca to bliźniacze produkty, które chronią elektrownie wiatrowe i instalacje fotowoltaiczne na wypadek awarii, uszkodzeń czy zniszczeń. Zabezpieczają również klientów przed odpowiedzialnością cywilną i utratą zysku spowodowaną szkodami materialnymi.

7500

W 2021 r. spółka **Santander Leasing** **wspierała ekoinwestycje**, które przyczyniają się do transformacji energetycznej oraz są przyjazne środowisku. Spółka oferowała promocję na finansowanie samochodów hybrydowych i elektrycznych przy minimalnym lub nawet zerowym koszcie odsetkowym. Produktem SolarLease ułatwiła klientom dostęp do inwestycji w odnawialne źródła energii i odpowiedziała na zapotrzebowanie klientów na finansowanie takich inwestycji.

700

Klauzula zielonej odbudowy to praktyka **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**, w ramach której ubezpieczyciel powiększa wypłatę odszkodowania o koszty zastosowania rozwiązań ekologicznych. Proekologiczne rozwiązania wprowadzone w ramach odbudowy mogą być różne – od instalacji fotowoltaicznej po stojaki na rowery dla pracowników. Klauzula została wprowadzona do wszystkich produktów ogniowych dla klientów korporacyjnych. Umożliwia ona zwiększenie wysokości odszkodowania do 5 mln zł bez dodatkowej opłaty składki.

2800

GOSPODARKA O OBIEGU ZAMKNIĘTYM

W ramach akcji Back to School **Auchan Retail Polska** oferuje produkty przyjazne dla środowiska, wyprodukowane z materiałów pochodzących z recyklingu, posiadające certyfikat FSC lub które można kupić bez zbędnych opakowań,

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

ŚRODOWISKO

a także realizuje projekt **#Stare na nowe – gospodarka o obiegu zamkniętym**. Partnerami akcji są firma Wtórpol oraz Fundacja Eco Textil. W ramach akcji klienci, którzy oddali stary plecak szkolny lub tornister w Punkcie Obsługi Klienta, otrzymywali bon na zakup nowego ze zniżką 25%. Stare plecaki w dobrym stanie zostały wykorzystane ponownie, natomiast nienadające się do użytku poddano recyklingowi.

19000

Groupe SEB Polska daje **gwarancję naprawialności produktów marki Tefal do 10 lat i cyrkularne gospodarowanie sprzętami**. Sprzęty są projektowane tak, by można było je w prosty sposób rozmontować i zmontować. W Polsce marka Tefal podjęła też współpracę z Plenti App polegającą na wynajmowaniu sprzętów AGD pochodzących z reklamacji lub programu „Satysfakcja gwarantowana", w ramach której klienci Tefala mogą testować sprzęty w domu i zwrócić go w cenie zakupu w ciągu 30 dni. Zwracane sprzęty, po regeneracji, zamiast stać się elektrośmieciami były także sprzedawane w specjalnych cenach w sklepie w Ursusie.

410

Groupe SEB Polska stosuje **odpowiedzialne wprowadzanie produktów na rynek**, wykorzystując rozwiązania cyrkularne. Nienadające się do sprzedaży, ale wciąż pełnowartościowe artykuły AGD wracają do obiegu w programie wypożyczania sprzętów realizowanym we współpracy z aplikacją Plenti. Internetowa platforma umożliwia też wypożyczanie sprzętu bez konieczności kupowania go na własność. Tefal udostępnił w Plenti 41 modeli urządzeń. Rozwiązanie polecane jest osobom, które nie gotują dużo i dla których zakup sprzętów na własny użytek byłby niepotrzebnym wydatkiem.

410

W 2021 r. **Grupa CCC** kontynuowało **zbiórkę używanego obuwia „Daj swoim butom drugie życie"** wśród klientów i pracowników. W zamian za każdą przekazaną kompletną parę butów klienci otrzymują voucher rabatowy na zakupy. CCC zorganizowało również zbiórkę obuwia wśród pracowników salonów CCC z całej Polski w ramach partnerstwa z WoshWosh (organizatorem akcji „Przynieś buty dla bezdomnego"), dzięki której CCC przekazało obuwie osobom w kryzysie bezdomności.

13220

W roku 2021 w firmie **Hochland** zrealizowano liczne akcje wpisujące się w **gospodarkę o obiegu zamkniętym**: przeprowadzono zbiórkę elektrośmieci; wydawano pełnowartościowe, używane meble biurowe, tak aby mogły jeszcze spełniać swoją funkcję, a nie być odpadem; we współpracy z firmą STENA Recykling zorganizowano zbiórkę obuwia dla osób zmagających się z kryzysem bezdomności.

800

IKEA Retail promuje odświeżanie i naprawę sof poprzez oferowanie w sprzedaży części zamiennych do sof, dzięki czemu konsumenci zamiast wymieniać sofę na nową, mogą ją odświeżyć w domowych warunkach, przy użyciu prostych narzędzi. Odświeżenie czy też zmianę wyglądu lub naprawę sofy umożliwiają nie tylko oferowane części zamienne, ale także pokrycia, nogi czy też dodatki. Poprzez tak skonstruowaną ofertę wydłużany jest cykl życia sof, a tym samym redukowana ilość odpadów.

6000

IKEA Retail w Polsce od dawna namawia konsumentów do przemyślanych zakupów w ramach **Green Black Friday**. W 2018 r. proponowała klientom kolekcję „PRZYDA SIĘ" złożoną z rzeczy, które już mamy w domu. Rok później w kampanii „Na dłużej" marka przedstawiła proste wskazówki, jak przedłużyć życie mebli i akcesoriów. W tym roku IKEA wprowadziła nową usługę „Oddaj i zyskaj", umożliwiając klientom zwrot (odsprzedaż) starych mebli IKEA, które trafiają do działu circular hub, by zyskać drugie życie poprzez ponowną sprzedaż (w cenie ich odkupu).

6000

KNK PRODUCTION & DEVELOPMENT proponuje **strategię CSR dla firm** polegającą na daniu narzędzia UPDIWU CSR, dzięki któremu firmy mają możliwość proponowania swoim klientom nowoczesnego i innowacyjnego upcyklingu odzieży. Wyroby gotowe, nabywane przez konsumentów, będą mogły być przerobione, czyli przefarbowane lub odświeżone, w ramach narzędzi UPDIWU CSR. W ten sposób marki odzieżowe wykazują się świadomym podejściem do produkowania swoich wyrobów, a ich klienci mają pewność, że nabywają produkt wartościowy i wykonany w sposób zrównoważony.

35

Nhood Polska wspiera **gospodarkę o obiegu zamkniętym**, przekonując klientów, że codzienne wybory mają wpływ na stan klimatu, a jednym z kierunków działań, który może ograniczyć zanieczyszczenie środowiska, jest wprowadzenie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym, czyli reduce (ograniczanie), reuse (powtórne użycie), repair (naprawa), recycle (recykling). Firma wprowadza powyższe zasady w zarządzanych obiektach i organizuje dla klientów szereg animacji promujących gospodarkę o obiegu zamkniętym.

80

Nie wyrzucamy – przekazujemy dalej. Market Spółek Pelion – to działanie służące racjonalnemu gospodarowaniu posiadanymi zasobami. **Pelion** przygotował stronę internetową, aby umożliwić pracownikom swoich spółek ponowne wykorzystanie przedmiotów i artykułów biurowych. Była to odpowiedź na oczekiwania samych pracowników. Katalog wystawianych przedmiotów jest otwarty i umożliwia publikację każdego typu ofert, np. artykułów biurowych, sprzętu do pracy.

10000

Sodexo Polska zastąpiło plastikowe opakowania bardziej zrównoważonymi odpowiednikami – drewnianymi, papierowymi, kartonowymi bądź wykonanymi z włókien słomkami, talerzami, sztućcami czy mieszadełkami. Tym samym Sodexo stało się największym podmiotem z branży cateringowej w Europie, który podjął takie zobowiązanie. Firma wyprzedziła obowiązek prawny, który zostanie nałożony przez dyrektywę Unii Europejskiej w sprawie jednorazowych tworzyw sztucznych, wchodzącą w życie 1 lipca tego roku.

1900

T-Mobile Polska w 2021 r. wystartował z akcją **wymiany używanych smartfonów** (Smarfon Re:generacja). Każdy klient, który przyniósł do salonu używany sprzęt, mógł liczyć na atrakcyjną ofertę odkupu, a dodatkowo otrzymywał gwarancję, że jego stary sprzęt zyska nowe życie i trafi do nowego użytkowania bądź zostanie przeznaczony na komponenty w procesie produkcji.

5000

Firma **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków** w ramach **gospodarki o obiegu zamkniętym** wprowadziła palety typu CHEP w obrocie paletami wielokrotnego użytku. Firma korzysta ze skrzynek wielokrotnego użytku zamiast opakowań kartonowych i folii. Firma jest w fazie testów opakowań wielokrotnego użytku w postaci siatki z trwałego materiału Green Spider do zabezpieczania palet na czas transportu i składowania. W procesie druku offsetowego woda jest wykorzystana w obiegu zamkniętym.

1200

W ramach **gospodarki o obiegu zamkniętym** w **Wodociągach Miasta Krakowa** stosuje się ponowne wykorzystanie ścieków oczyszczonych, które po przejściu procesu oczyszczania poddawane są pogłębionej filtracji oraz dezynfekcji, czego efektem jest wyprodukowanie wody technologicznej. Produkt ten pozwala na wyeliminowanie wykorzystywania wody pitnej do prac technologicznych. Wodą technologiczną myte są krakowskie ulice. Jest to modelowe rozwiązanie współpracy dwóch firm przedsiębiorstw komunalnych, realizujących politykę zrównoważonego rozwoju – Wodociągów Miasta Krakowa i MPO.

1200

ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII

Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy wprowadził wiele inwestycji, których celem jest zmniejszenie zużycia energii elektrycznej. W latach 2018–2019 rozpoczęto projekt budowy **elektrowni fotowoltaicznej o mocy 70 kW zainstalowanej na dachu budynku biurowego** w Warszawie. W styczniu 2021 r. nastąpiło uruchomienie elektrowni. Energia uzyskiwana z paneli fotowoltaicznych jest zużywana na miejscu, na potrzeby budynku biurowego.

3700

Budimex w swoim parku maszynowym „Oddział Usług Sprzętowych" już od 2016 r. pozyskuje **energię ze źródeł odnawialnych**. Park maszynowy korzysta obecnie z kolektorów słonecznych służących do ogrzewania wody użytkowej, latarni solarnych, paneli PV o mocy 40 kW, samochodowych ładowarek elektrycznych oraz turbin wiatrowych na dachu budynku o mocy 8,6 kW. W 2021 r. zainstalowano prototyp solarnego zasilania placu budowy, a pomieszczenia w biurze i na budowach są ogrzewane technologią Infrared.

8000

Zielona energia w placówkach Credit Agricole jest wynikiem zakupienia w czerwcu 2020 r. przez **Credit Agricole Bank Polska** ekologicznej, certyfikowanej energii wytwarzanej z odnawialnych źródeł energii w elektrowniach wodnych i wiatrowych. energia dostarczana jest do placówek bankowych zlokalizowanych w całej Polsce.

4325

W styczniu 2021 r. Grupa Górażdże oraz światowy ekspert w dziedzinie źródeł odnawialnych, koncern BayWa r.e., podpisały dziesięcioletni kontrakt na zakup energii (PPA – Power Purchase Agreement) z nowo wybudowanej elektrowni fotowoltaicznej w Witnicy. Farma solarna w Witnicy jest pierwszą w Polsce niesubsydiowaną elektrownią fotowoltaiczną, wspieraną umową w formule corporate PPA. Jest też największą i najbardziej efektywną farmą fotowoltaiczną w Polsce. Kontrakt może stać się wzorcem postępowania dla korporacji zarówno w regionie, jak i na całym świecie i pozwala spółce **Górażdże Cement** zwrócić się **w stronę zielonej energii**.

1300

Zgodnie z wcześniejszym zobowiązaniem, od 2021 r. **Grupa CCC wykorzystuje w 100% odnawialne źródła energii**, tj. energię z małych elektrowni wodnych oraz elektrowni wiatrowych. Zakupiona energia wykorzystywana jest w siedzibie spółki oraz wszystkich sklepach, w których są podpisane umowy bezpośrednio z dostawcą energii.

13220

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

ŚRODOWISKO

Polkomtel, operator sieci Plus, podpisał z Grupą ZE PAK długoterminową umowę na dostawę **zielonej energii**. Energia będzie wytwarzana przez nowo wybudowaną, największą w Polsce farmę słoneczną Brudzew o mocy 70 MWp. Dzięki temu energia wykorzystywana zarówno w Polkomtelu, jak i całej **Grupie Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** będzie całkowicie czysta i zielona. Dodatkowo Plus, jako certyfikowany sprzedawca, będzie mógł oferować swoim klientom – indywidualnym i biznesowym – sprzedaż zielonego prądu wyprodukowanego dzięki OZE.

7000

Grupa TAURON uruchomiła w Jawiszowicach instalację kogeneracyjną zasilaną gazem pozyskiwanym z Zakładu Górniczego Brzeszcze. Każdy z dwóch zamontowanych tam silników gazowych generuje moc 2,7 MWe. Dzięki temu da się pozyskiwać **prąd i ciepło z metanu**.

26000

Z piwa w paliwo – biogaz z piwa przeznaczonego do utylizacji to przedsięwzięcie **Grupy Żywiec**. Zamiast marnować piwo, które nie sprzedało się w trakcie zamknięcia gastronomii, Żywiec odebrał je i przetworzył w biogaz. Odbiór 35 tys. beczek stanowił logistyczne i ekologiczne wyzwanie. Niesprzedane piwo przetworzono w zieloną energię w postaci biogazu. Dzięki takim działaniom nic się nie marnuje, a ponowne użycie piwa jako surowca do produkcji biogazu ogranicza emisję dwutlenku węgla do atmosfery.

1800

Należące do **Jastrzębskiej Spółki Węglowej** Jastrzębskie Zakłady Remontowe uzyskały zgodę na wytwarzanie energii elektrycznej z instalacji fotowoltaiki o mocy 671 kW, zlokalizowanej w Suszcu, na terenach, gdzie jeszcze niedawno znajdowała się Kopalnia Krupiński. Będzie to **farma słoneczna na terenach pogórniczych**. Koncesja została wydana na 20 lat i pozwala na prowadzenie działalności gospodarczej, czyli sprzedaż nadwyżek energii wytworzonych w instalacji.

30686

LUX MED nabywa energię elektryczną pozyskiwaną w 100% z odnawialnych źródeł – jest to **energia z OZE** w ramach oferty PGE „Naturalnie, że energia".

19000

W 2021 r. **Orange Polska** zainwestował dwie farmy wiatrowe, które powstały, aby dostarczać czystą energię na potrzeby działania sieci operatora. Łącznie dostarczają one 50 GWh rocznie. To pierwsza na polskim rynku umowa Corporate Power Purchase Agreement, w której stronami są bezpośrednio producent i ostateczny odbiorca zielonej energii, a energia jest dostarczana wprost do wielu rozproszonych punktów.

Farmy wiatrowe dla Orange Polska dostarczają prąd do 18 tys. obiektów, takich jak stacje bazowe telefonii mobilnej czy szafy dostępowe znajdujące się na ulicach miast.

10880

Od 2021 r. wszystkie nowe inwestycje **Panattoni** są zaopatrywane wyłącznie przez zieloną energię. W tym celu Panattoni nawiązało współpracę z dostawcami energii pochodzącej z OZE. W wyniku tego w ciągu 2021 r. firma dostarczyła do obiektów o łącznej powierzchni 3 mln m kw. zieloną energię o mocy aż 250 tys. MWh. **Energia z odnawialnych źródeł w obiektach Panattoni** pochodzi również z pomp ciepła i instalacji fotowoltaicznych. W 2021 r. wybudowano kilkanaście konstrukcji o wzmocnionym dachu pod fotowoltaikę.

500

SEGRO Poland realizuje działania związane ze zrównoważonym rozwojem w ramach programu „Odpowiedziane SEGRO", którego jednym z priorytetów jest osiągnięcie neutralności emisyjnej do 2030 r. W związku z tym firma nawiązała w Polsce współpracę z dostawcą energii pochodzącej z odnawialnych źródeł, co pozwala na **wykorzystanie zielonej energii w parkach magazynowych SEGRO**. Całkowita energia kupowana przez SEGRO w Polsce posiada obecnie tzw. gwarancję pochodzenia, czyli zielony certyfikat, i pochodzi w 100% z wiatru i słońca.

40

Wirtualna Polska w 2021 r. rozpoczęła proces przechodzenia na **zieloną energię**. Od ubiegłego roku spółka kupuje energię wyłącznie z gwarancjami pochodzenia ze źródeł odnawialnych. Kolejnym krokiem procesu było uruchomienie testowej farmy fotowoltaicznej przy jednej z serwerowni. W lipcu ubiegłego roku spółka kupiła dużą farmę na Dolnym Śląsku. Łączna moc farmy to 3 megawaty. Zielona energia pochodząca z faktycznej, własnej produkcji niemal w połowie pokrywa już zapotrzebowanie WP na zasilanie serwerowni. Na 2022 rok zaplanowane są kolejne inwestycje.

2000

Wodociągi Miasta Krakowa angażują się w **produkcję energii własnej** poprzez: kogenerację w zakładach oczyszczania ścieków Płaszów i Kujawy; fotowoltaikę (stacja na terenie oczyszczalni ścieków Płaszów); turbinę na tranzycie wody uzdatnionej z Dobczyc do Krakowa (pokrywa zapotrzebowanie na energię zużywaną do pompowania wody do zakładu Raba); turbiny gazowe na terenie oczyszczalni ścieków Płaszów wykorzystywane do produkcji energii z metanu, powstającego z fermentacji osadów ściekowych; turbinę na odpływie ścieków z oczyszczalni (pozwala na odzysk energii zużytej na pompowanie ścieków).

1200

PROGRAMY PROŚRODOWISKOWE

BASF Polska uczestniczy w drugiej edycji programu Climate Leadership, w którym przedstawiciele wiodących branż będą współpracowali z ekspertami ze świata biznesu, nauki oraz organizacji pozarządowych nad rozwojem innowacyjnych projektów na rzecz neutralności klimatycznej. Podczas pierwszej edycji programu 10 firmom, które wzięły udział w projekcie, udało się wypracować realne zobowiązania klimatyczne. BASF Polska, współpracując z ekspertami programu, wypracowuje plan ograniczenia emisji dwutlenku węgla.

780

Biorąc udział w rozmowach **okrągłego stołu dla Edukacji Klimatycznej** organizowanego przez Global Compact Network Poland, **BASF Polska** ma możliwość uczestnictwa w szerokiej dyskusji dotyczącej wprowadzenia edukacji klimatycznej w polskich szkołach. Celem inicjatywy jest wypracowanie kierunkowych rozwiązań w formie rekomendacji służących wprowadzeniu edukacji klimatycznej do szkół różnych szczebli. W spotkaniu udział brali przedstawiciele strony rządowej i parlamentarnej, a także przedstawiciele organizacji pozarządowych zaangażowani w walkę na rzecz klimatu.

780

W 2021 r. **BNP Paribas Bank Polska** uruchomił bezpłatny **kalkulator AgroEmisja**, dzięki któremu użytkownicy portalu www.agronomist.pl będący producentami rolnymi i rolnikami mają możliwość oszacowania wielkości emisji gazów cieplarnianych z upraw roślin i produkcji mleczarskiej. Wystarczy podać podstawowe dane o hodowli lub uprawie, a wielkość emisji jest liczona automatycznie. Na koniec producent otrzymuje też szczegółowy raport, w którym wskazane są m.in. całkowita emisja ekwiwalentu dwutlenku węgla z produkcji, wartość emisji na poszczególne elementy produkcyjne oraz struktura kosztów tej emisji.

9200

Zrównoważony Rozwój Środowiska to jeden z trzech filarów działalności CSR w **Capgemini Polska**. Kluczowymi zagadnieniami z tego zakresu są m.in.: zużycie energii, segregacja śmieci i podróże służbowe. Firma stale dąży do ograniczania negatywnego wpływu na środowisko, jednocześnie współpracując z klientami nad wsparciem ich inicjatyw zrównoważonego rozwoju. Do stycznia 2020 r. Capgemini obniżyło swoją emisyjność o 30%. W 2021 r. firma wdrożyła nową strategię i długofalowy cel Net Zero, a krótkoterminowo założyła do 2025 r. osiągnięcie neutralności pod względem emisji dwutlenku węgla.

10000

Credit Agricole Bank Polska rozpoczął **kampanię edukacyjną #mniejplastiku**. W 2021 r. Bank wprowadził na rynek pierwszą w Polsce kartę z ekotworzywa, która rozkłada się szybciej niż plastik; objął również patronatem trasę koncertową Dawida Podsiadły „Leśna Muzyka", a następnie wspólnie z artystą zrealizował projekt produkcji i licytacji płyt gramofonowych z plastikowych odpadów. Wspólnie z ekologiem Dominikiem Dobrowolskim pracownicy Banku przemaszerowali i posprzątali ponad 800 km górskich szlaków w ramach akcji Górska Odyseja.

4325

Credit Agricole Bank Polska przyjął **politykę środowiskową Banku Credit Agricole** oraz określił sposoby zarządzania swoim wpływem na środowisko naturalne. W dokumencie wyszczególniono zobowiązania Banku wobec środowiska naturalnego. Celem polityki jest wprowadzenie filozofii zarządzania i odpowiedzialności za stan środowiska naturalnego poprzez podejmowanie działalności proekologicznej oraz propagowanie ekologii jako stylu życia i funkcjonowania w otaczającym świecie.

4325

CSR Consulting był współtwórcą **raportu Opakowania Nadmierne i Problematyczne Polskiego Paktu Plastikowego**. W raporcie zidentyfikowano opakowania nadmierne i problematyczne na polskim rynku. Wskazano również kryteria, dzięki którym możliwa jest identyfikacja opakowań potencjalnie nadmiernych i problematycznych, przedstawiono koncepcję wdrażania innowacji u źródła, a także wskazano szereg czynników, które decydują o problematyczności opakowań w procesach zagospodarowania odpadów.

4

W ramach **gospodarki o obiegu zamkniętym w DB CARGO POLSKA** wprowadzono czyściwo wielorazowe dostarczane, prane i odbierane przez dostawcę rozwiązania. Dodatkowo na oddziale lokomotyw zapewniono ekologiczną myjkę, która znacząco zmniejsza zużywanie chemii w tym obszarze. Ponadto w 2021 r. zorganizowano w zakładzie w Rybniku drugą edycję informacyjno-edukacyjnej „Akcji Segregacja" dla pracowników, która przypominała o prawidłowej segregacji odpadów. Firma przygotowała materiały informacyjne i kampanię online w mediach wewnętrznych.

3000

Indeks Postaw Klimatycznych to regularne badanie ilościowe przeprowadzone przez **Deloitte Polska**, w którym mierzone były poziom wiedzy związanej ze zmianami klimatu i skutkami tych zmian, poziom obaw o zmianę klimatu, ocze-

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

ŚRODOWISKO

kiwania działań wobec instytucji odpowiedzialnych za politykę klimatyczną, oczekiwania działań ze strony firm, w tym pracodawców, postawy konsumenckie i skłonność do zmiany zwyczajów, działania podejmowane w gospodarstwach domowych oraz skłonność do zmiany zwyczajów zakupowych w celu większej ochrony klimatu.

2500

Firma Deloitte wdrożyła nowy, innowacyjny i obowiązkowy **programu nauki o klimacie dla pracowników Deloitte** na całym świecie, w tym również **Deloitte Polska**. Program, który jest pierwszym tego typu wewnętrznym szkoleniem wśród największych organizacji globalnych, ma na celu informowanie, stawianie wyzwań i inspirowanie pracowników do zdobywania wiedzy na temat skutków zmian klimatycznych oraz umożliwienie im podejmowania świadomych decyzji dotyczących ich wkładu w przeciwdziałanie zmianom klimatycznym.

2500

Wspieranie zrównoważonego rozwoju i środowiska w EY GDS jest częścią globalnej polityki w EY. W **EY Polska** w tym roku szczególnie wyróżniły się takie akcje, jak: Mural Antysmogowy „Drzewo życia" – wykonany farbami pochłaniającymi zanieczyszczenia powietrza, które pod wpływem światła oczyszczają je ze smogu (to projekt zrealizowany ze Stowarzyszeniem Ekologicznym Klub Gaja i władzami Miasta Wrocław); zasadzenie ponad 4,5 tys. drzew i krzewów w Borach Tucholskich, Warszawie i we Wrocławiu.

5000

Forum Gdańsk udostępnia ładowarki do samochodów elektrycznych, zachęca najemców do ekologicznych rozwiązań. Unikalny ekosystem Forum Gdańsk przyciąga owady i ptaki. Starannie dobrane rośliny miododajne sprzyjają także pszczołom mieszkającym w ulach na przedpolu ekologicznym. Innymi przykładami programu prośrodowiskowego realizowanego przez Forum Gdańsk są tworzenie przedmiotów użytkowych z banerów oraz edukacja w zakresie odpowiedzialnej mody poprzez angażowanie klientów/najemców do dawania nieużywanym ubraniom drugiego życia – to przedsięwzięcie nosi nazwę **Forum Gdańsk FOR ECO/Szafa od serca**.

10

Pracownicy **Fujitsu Technology Solutions** wzięli udział w wyzwaniu **Perlatory – konkurs**, które polegało na instalacji perlatorów w domowych kranach. Każdy uczestnik dostał minimum jeden perlator. Wszyscy spisywali stany liczników i raportowali zmniejszone zużycie wody.

3000

Celem akcji **Od drzewa do miasta** jest zwiększenie świadomości mieszkańców o dobroczynnym wpływie drzew w miastach. Projekt jest realizowany przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa we współpracy z **Fundacją Veolia Polska** i przy wsparciu Asplan Viak AS. Zostały wyłonione miasta, gdzie będą przeprowadzane eksperckie analizy znaczenia obszarów zieleni oraz przeprowadzane lokalne kampanie informacyjno-edukacyjne na temat usług ekosystemowych świadczonych mieszkańcom miast przez instytucje zajmujące się miejską zielenią.

4300

Re:Generacja to projekt zainicjowany przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa we współpracy z **Fundacją Veolia Polska**, Grupą Veolia oraz Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie. Współpraca dotyczy ratowania ekosystemu Zatoka Północna Jeziora Wilanowskiego w Warszawie, na terenie rezerwatu przyrody Morysin. W ramach partnerstwa podjęto rekultywację Zatoki Północnej Jeziora Wilanowskiego i odnowy zdegradowanej części zbiornika, wprowadzono działania służące regeneracji cennych siedlisk łęgowych i starorzecza Wisły oraz zachowaniu i regeneracji wszystkich poziomów i typów zbiorowisk roślinnych.

4300

W dniach 22–23 kwietnia 2021 r. **Globe Trade Centre** zorganizowało **Dzień Ziemi** dla wszystkich pracowników i najemców z 16 biurowców GTC znajdujących się w Polsce. Celem akcji było podniesienie świadomości na temat jakości powietrza, promowanie proekologicznych nawyków oraz zachęcenie pracowników do powrotu do biur. W ramach kampanii deweloper zainstalował w biurach pojemniki na elektroodpady, a także rozdawał rośliny oczyszczające powietrze i nasiona do samodzielnego zasadzenia, zachęcając przy tym do kontrolowania jakości powietrza w swoim otoczeniu.

180

27 października 2021 r. – zainspirowana szczytem klimatycznym COP26 – redakcja **„Gazety Wyborczej" opublikowała „Deklarację klimatyczną"**. Zapowiedziała jeszcze większe niż dotychczas zaangażowanie w ochronę klimatu i środowiska. W „Deklaracji klimatycznej" znajdują się najważniejsze zasady, którymi kieruje się zespół „Wyborczej", należący do **GRUPA AGORA**, przygotowując materiały dziennikarskie na temat ekologii oraz zagadnień związanych z odpowiedzialną konsumpcją i produkcją.

2586

W 2021 r. **Grupa CCC** wprowadziła **Roadmapę Gospodarki o Obiegu Zamkniętym**, która stanowi plan wdrożenia zasad circular economy w CCC w latach 2021–2025. Roadmapa opiera się na najważniejszych aspektach, a są to m.in. cyrkularne surowce i materiały, cyrkularne opakowania, kontrola jakości produktów, sprawność logistyki, zrównoważone informacje sprzedażowe. Przyjęcie dokumentu zostało poprzedzone szczegółową analizą obiegów materiałowych w łańcuchu wartości CCC przeprowadzoną w 2020 oraz 2021 r.

13220

Grupa CCC dołączyła do inicjatywy ONZ Fashion Industry Charter for Climate Change. Tym samym spółka znalazła się w gronie globalnych liderów z branży, którzy zobowiązują się do wspólnej walki o zrównoważoną modę i prowadzenia biznesu w sposób przeciwdziałający zmianom klimatu.

13220

Koalicja „Dbamy o Wodę" to inicjatywa na rzecz budowania partnerstwa podmiotów publicznych, prywatnych oraz pozarządowych służących ochronie zasobów wodnych na Żywiecczyźnie. Założycielami Koalicji są firmy działające w regionie – **Żywiec Zdrój** i **Grupa Żywiec**. Do Koalicji dołączyły Centrum UNEP/GRID-Warszawa, Żywiecka Fundacja Rozwoju, Lokalna Grupa Działania „Żywiecki Raj". Operatorem inicjatywy i prowadzonych działań jest agencja FleishmanHillard.

600 Żywiec Zdrój 1800 Grupa Żywiec

Od 2021 r. **Danone wspólnie ze swoimi dostawcami mleka, warzyw i owoców wprowadza praktyki rolnictwa regeneratywnego**. Opiera je na trzech głównych zasadach: ochronie gleby, zasobów wodnych oraz bioróżnorodność; wsparciu obecnych i przyszłych pokoleń rolników; trosce o dobrostan zwierząt w gospodarstwach. W 2021 r. wspólnie z WWF Francja przygotowane zostały specjalny przewodnik i procedura audytu. Celem przedsięwzięcia jest objecie 100% dostawców **Danone** ww. audytami do końca 2023 r.

1200

Działania Żywiec Zdrój na rzecz zamykania obiegu opakowań napojowych z tworzyw sztucznych polegają na zapewnieniu zbiórki i poddaniu recyklingowi takiej samej ilości plastiku, jaką wprowadzi na rynek. Na początku 2020 r. **Żywiec Zdrój**, ogłosiła realizację tego zobowiązania i zamknięcie obiegu tworzywa. Teraz dokonał tego ponownie, zbierając i przekazując do recyklingu równowartość całości plastiku wprowadzonego przez firmę na rynek w 2021 r. Ponadto firma w 2021 r. wspólnie z siecią Żabka Polska wprowadziła na rynek EKOmaty – automaty do zbiórki plastikowych butelek w celu ich recyklingu.

600

Grupa VELUX w 2021 r. weszła w **partnerstwo na rzecz przyspieszonej dekarbonizacji** przez współpracę z firmą Schneider Electric w zakresie pozyskania do 2023 r. energii elektrycznej pochodzącej w 100% ze źródeł odnawialnych. W ramach umowy, firma Schneider Electric opracuje dla każdej z fabryk Grupy VELUX program na rzecz zerowej emisji dwutlenku węgla. Pomoże to skutecznie ograniczyć zużycie energii, wprowadzać innowacje w tym zakresie oraz zwiększyć udział i znaczenie źródeł odnawialnych.

4000

W ramach **kampanii #InfyEcoFriendly** w **Infosys Poland** przeprowadzono zbiórkę elektrośmieci oraz plastikowych nakrętek, segregowano odpady, przygotowano stojaki na rowery, budki dla jerzyków na dachu poznańskiego biura, kwietną łąkę i zorganizowano akcję sadzenia drzewek przed biurem firmy w Łodzi, a także akcję Sprzątania Świata wspólnie z Urzędem Miasta Łodzi.

2500

W **Deklaracji Ekologicznej 2021 ING Bank Śląski** podtrzymał zobowiązania, że po 2025 r. nie będzie finansować klientów, których działalność jest bezpośrednio zależna od węgla energetycznego w stopniu wyższym niż 5%. Zapowiedziano też finansowanie OZE oraz projektów proekologicznych – Bank przeznaczy na ten cel 4,5 mld zł, zostanie utworzony fundusz grantowy w wysokości 2 mln zł rocznie dla start-upów na realizację projektów w obszarze zrównoważonego rozwoju.

8500

Należąca do **Jastrzębskiej Spółki Węglowej** spółka IT Systems w 2021 r. wzięła udział w Akademii Czystszej Produkcji organizowanej przez Stowarzyszenie Ruchu Czystszej Produkcji. Opracowany został projekt pt. „Minimalizacja zużycia zasobów w JSW IT Systems Sp. z o.o.". Działanie **JSW na rzecz akademii czystszej produkcji** miało na celu zmniejszenie ilości odpadów, wprowadzenie i upowszechnienie modelu selektywnego zbierania odpadów i ich oznakowania z akcentem na poprawne segregowanie zużytych materiałów.

30686

Dobra Torba 2 to druga odsłona projektu wspierającego walkę z marnowaniem żywności. Tak samo jak w przypadku pierwszej edycji, 20 gr z każdej sprzedanej torby jest przekazywane przez **Jeronimo Martins Polska** Federacji Polskich Banków Żywności, organizacji zajmującej się dostarczaniem żywności osobom w potrzebie. Dodatkowo w ramach kampanii pod hasłem „Nie marnuję, bo dobrze przechowuję" w sklepach sieci Biedronka dostępne były specjalne torby edukacyjne.

75000

Kuehne+Nagel wdrożył **program środowiskowy Net Zero Carbon** i poprzez połączenie działań redukujących i kompensujących emisję dwutlenku węgla dąży do osiągnię-

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

ŚRODOWISKO

cia ambitnego celu środowiskowego składającego się z dwóch celów pośrednich: osiągnięcie pełnej neutralności węglowej w strefie bezpośredniego wpływu firmy od 2020 r. (zakres 1 i 2 Protokołu GHG) oraz osiągnięcie neutralności węglowej w odniesieniu do śladu węglowego dostawców i klientów do 2030 r. (zakres 3).

2300

Od 2021 r. w ramach kampanii **odpowiedzialny KWARTZ** zdecydowano o ograniczeniu liczby wydruków do niezbędnego minimum (firma **Kwartz** wdrożyła system do wirtualnego obiegu dokumentów), posadzono także kilkadziesiąt drzew. Od 2021 r. we flocie aut służbowych firmy znajdują się wyłącznie pojazdy z napędem hybrydowym. Pracownicy w 2021 r. zarejestrowali członkostwo w bazie dawców szpiku kostnego Fundacja DKMS.

50

Fundacja WWF Polska za pomocą narzędzia **Plastic Scorecard** for Business Assessment przeprowadziła ocenę zarządzania odpadami z tworzyw sztucznych w firmie **Lidl Polska**. Sieć zdobyła maksymalną liczbę punktów w kategoriach: „strategia, zobowiązania i polityka firmy" oraz „szkolenia pracowników" i „zaangażowanie międzysektorowe". Lidl Polska zarządza odpadami zgodnie z wytycznymi strategii REset Plastic.

24000

Lidl Polska w ramach **strategii klimatycznej Lidl Polska** zamierza zredukować swoje emisje operacyjne o 80% (w porównaniu z 2019 r.) m.in. przez korzystanie (od roku 2022) w 100% z zielonej energii, rozszerzania oferty produktów neutralnych dla klimatu, zrównoważone zarządzanie energią (zgodnie z ISO 50001) i stosowanie proekologicznych rozwiązań w swoich budynkach. Sieć zachęca do zmniejszenia emisji również dostawców – przede wszystkim tych, którzy odpowiadają za 75% emisji z tzw. zakresu 3 (do 2026 r. powinni ustalić swój własny cel klimatyczny).

24000

Garnier, w ramach strategii **L'Oréal Polska** Green Beauty, zobowiązał się do proekologicznych działań na rzecz planety. Do 2025 r. wszystkie produkty Garnier mają być wytwarzane bez użycia tworzyw pierwotnych oraz zdatne do ponownego wykorzystania, recyklingu lub kompostowania. Od 2020 r. wzrosło **zaangażowanie marki Garnier w działania w ramach akcji Czyste Tatry/ Czysty Bałtyk**.

1150

Spółka **LPP** w ramach projektu Control Tower, czyli platformy usprawniającej zarządzanie łańcuchem dostaw, wdrożyła proces **standaryzacji opakowań**. Jego elementem jest Supplier Portal wspierający efektywne gospodarowanie zasobami przy pomocy systemu informatycznego, który umożliwia monitorowanie oraz efektywne zarządzanie siecią dystrybucji. Projekt objął swym zakresem niemal cały łańcuch dostaw w 32 krajach, w tym ponad 2 tys. salonów i przeszło 1 tys. dostawców. Umożliwia znaczne ograniczenie zużycia opakowań zbiorczych, a także ich ponowne wykorzystanie w dystrybucji towaru do sklepów.

27000

Lyreco Polska podjęło **zobowiązania gospodarki o obiegu zamkniętym 2025 Lyreco**, aby pomóc klientom w szybszym postępie w kierunku zmniejszenia ilości odpadów nienadających się do recyklingu. Chce być pierwszą firmą w branży z pełną gamą produktów gotowych do recyklingu, zapewnić zbiórkę po wycofaniu z eksploatacji i ponownie wprowadzić zużyte materiały do łańcucha produkcyjnego, usunąć ze sprzedawanych produktów wszystkie opakowania niebędące częścią gospodarki o obiegu zamkniętym i zakazać stosowania plastiku jednorazowego lub niebędącego częścią obiegu zamkniętego we wszystkich biurach.

577

Polityki kredytowe wspierające transformację energetyczną stosuje **mBank**. Polityka finansowania OZE zakłada dostęp kapitału na rozwój energetyki słonecznej czy wiatrowej. W 2021 r. mBank umożliwił finansowanie również mniejszych instalacji OZE, a także otworzył się na projekty działające poza aukcyjnym systemem wsparcia. Polityka klimatyczna dotyczy finansowania firm z sektorów górniczego, energetycznego i innych energochłonnych branż. Dzieli inwestycje na preferowane, wykluczone oraz wymagające specjalnego uzasadnienia. Wśród wykluczonych znalazły się np. inwestycje służące zwiększeniu mocy produkcyjnych w wydobyciu węgla i opartej na nim energetyce.

7000

Jednym ze zobowiązań strategicznych **PZU** są **inwestycje wspierające transformację energetyczną**. Firma zazielenia nasz portfel inwestycyjny, angażując się w produkty i sektory przyjazne dla klimatu. Systematycznie zwiększa udział zrównoważonych i zielonych inwestycji w portfelu. W 2021 r. PZU I TFI PZU zrealizowali trzy transakcje, które zwiększyły inwestycje wspierające transformację klimatyczno-energetyczną o 455 mln zł.

7500

Neutralność klimatyczna Bosch pod względem emisji dwutlenku węgla we wszystkich swoich lokalizacjach w Polsce jest możliwa dzięki zakupom zielonej energii (elektrycznej), wnoszeniu opłaty zastępczej będącej rekompensatą za emisję dwutlenku węgla, która służy inwestycjom w projekty z zakresu ochrony środowiska oraz inwestycjom we własne instalacje OZE. Klimat jest jednym z sześciu obszarów, które firma **Robert Bosch** zdefiniowała w swojej strategii „Nowe wymiary – Zrównoważony Rozwój 2025".

750

ROBYG jest pierwszym polskim deweloperem, który posiada swojego reprezentanta w Europejskim Pakcie Klimatycznym. Anna Wojciechowska – head of ESG w ROBYG – została wybrana w 2021 r. przez Komisję Europejską na **Ambasadora Europejskiego Paktu Klimatycznego** w Polsce i jest jedną z 16 osób w kraju pełniących tę funkcję. Europejski Pakt Klimatyczny to ogólnounijna inicjatywa, której celem jest budowanie ekologicznej Europy i przekształcenie UE w sprawiedliwe, zdrowe, zrównoważone i dobrze prosperujące społeczeństwo.

500

W 2021 r. firma **Sanofi** wprowadziła **innowacje proekologiczne w Zakładzie Produkcyjnym w Rzeszowie**. Na terenie zakładu zainstalowana została farma fotowoltaiczna 50 kV, stanowiąca kolejne źródło energii odnawialnej, bowiem cała energia, z której korzysta fabryka, pochodzi wyłącznie od firm z zielonymi certyfikatami. Firma stawia sobie cel ograniczenia emisji gazów cieplarnianych o 50% w 2025 r. w porównaniu ze stanem w 2015 r. Zainstalowanie gwarantujących wysoką czystość powietrza filtrów EU7 na zakładowych centralach wentylacyjnych zapewnia zaś pochłanianie aż 99% pyłów.

900

W 2021 r. **Shell Polska** realizował **zrównoważony rozwój biur** poprzez zoptymalizowaną gospodarkę odpadami i energią w swoich biurach w Krakowie (Shell Business Operations). W ramach działań kontynuowano pozyskiwanie zielonej energii, wprowadzono plecaki na laptopy wykonane z materiałów pochodzących z recyklingu butelek PET, promowano ekologiczne zachowania wśród pracowników (m.in. sadzenie drzew oraz udostępnienie darmowej stacji do ładowania samochodów elektrycznych).

4700

W 2020 r. w **Skanska** Europa Środkowa opracowana została mapa dojścia do neutralności klimatycznej. **Mapa klimatyczna – plany działań** zakłada redukcję emisji gazów cieplarnianych o nawet 70% do roku 2030 i dojście do neutralności klimatycznej, a więc zerowych emisji netto w całym łańcuchu wartości, do roku 2045. W mapie klimatycznej ujęto cele strategiczne i operacyjne obejmujące nie tylko wszystkie obszary działalności organizacji, ale także łańcuch dostaw.

1200

Celami konkursu **Stena Circular Economy Award – Lider Gospodarki Obiegu Zamkniętego** są promowanie przedsiębiorstw wdrażających rozwiązania z obszaru gospodarki o obiegu zamkniętym oraz aktywizacja innych firm i jednostek naukowych do stosowania dobrych praktyk w tym zakresie. **Stena Recycling** tworzy również platformę do inspirowania się nawzajem oraz wymiany doświadczeń. Firma chce w ten sposób przyspieszyć transformację Polski w kierunku cyrkularnym.

594

Świętokrzyskie Kopalnie Surowców Mineralnych włączyły się w **powołanie Świętokrzyskiego Klastra Wodorowego**. Celem Klastra Wodorowego jest stworzenie otwartego forum współpracy dla rozwoju zeroemisyjnych źródeł energii i produkcji zielonego wodoru w regionie świętokrzyskim. Sygnatariusze deklaracji dążą do stworzenia do 2030 r. zeroemisyjnych źródeł energii zdolnych do produkcji 4 TWh energii rocznie oraz elektrolizerów wodoru o mocy 250 MW, co ma się przełożyć na produkcję 50 tys. ton czystego wodoru do napędu ciężkiego sprzętu, ciężarówek i transportu publicznego w miastach. Ma to dać redukcję emisji dwutlenku węgla o 400 tys. ton rocznie.

289

22 kwietnia obchodzony jest międzynarodowy **Dzień Ziemi**. Z tej okazji **T-Mobile Polska** zaprezentował **nowe cele w drodze do zeroemisyjności**. Zgodnie z nową strategią firma chce spełnić cel zerowej emisyjności (netto) dotyczący emisji pośrednich i bezpośrednich w 2025 r., a ten dotyczący całego łańcucha dostaw już w 2040 r. – czyli o 10 lat wcześniej niż zakładano pierwotnie.

5000

Zmierzmy nasz wspólny ślad węglowy! to działanie **T-Mobile Polska** służące sprawdzeniu wszystkich możliwych źródeł emisji, co jest konieczne do dojścia do zeroemisyjności. W ramach globalnego badania sprawdzano, z jakich form transportu pracownicy najczęściej korzystają i jakie odległości pokonują, ale także pytano biorące w ankiecie udział osoby o ich pomysły na proekologiczne rozwiązania, które firma powinna wdrożyć.

5000

Od 2020 r. **Żabka Polska**, jako pierwsza sieć handlowa w Polsce, osiąga cel **neutralności plastikową** (w stosunku do wprowadzonych do obrotu przez Żabkę materiałów i opakowań) **oraz wycofania jednorazowych materiałów plastikowych**. Wraz z klientami i partnerami biznesowymi zebrała tyle plastiku, ile wprowadziła do obiegu w swoich markach własnych i materiałach w sklepach. Doceniając znaczenie globalnych i regionalnych partnerstw na rzecz rozwiązywania największych wyzwań współczesności, Żabka przystąpiła też do Polskiego Paktu Plastikowego.

2024

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

ŚRODOWISKO

RECYCLING

Akcja **Drzewko za butelkę** to ogólnopolska inicjatywa Programu „Odpowiedzialność i Troska", realizowana lokalnie przez **ANWIL** od 2002 r. Przedsięwzięcie wpisuje się w ideę gospodarki o obiegu zamkniętym i buduje wśród dzieci i młodzieży świadomości indywidualnego wpływu na środowisko. Od 19 lat ANWIL, jako organizator akcji we Włocławku, a od 2020 r. również w całym powiecie włocławskim, zachęca szkoły podstawowe oraz przedszkola do zbierania butelek PET, które następnie są odbierane przez specjalistyczną firmę i przekazywane do dalszego przetworzenia.

1300

W trosce o środowisko **Auchan Retail Polska** aktywnie działa na rzecz redukcji odpadów, eliminacji plastiku, promowania i umożliwiania recyklingu. W 2021 r. w dwóch sklepach sieci pojawiły się **recyklomaty** zainstalowane we współpracy z partnerami. We wrześniu 2021 r. w sklepie Auchan Opole Sosnkowskiego przy współpracy z Urzędem Miasta Opole stanął butelkomat. Od listopada 2021 r. także klienci Auchan Piaseczno mogą korzystać z recyklomatu, który uruchomiony został w ramach wspólnego partnerstwa na rzecz ochrony środowiska z firmą PepsiCo Polska.

19000

Carrefour Polska wprowadził **odbiór butelek zwrotnych bez paragonu**. Klienci wszystkich hiper- i supermarketów Carrefour w Polsce mogą oddawać butelki zwrotne po zakupionych napojach, bez konieczności okazywania dowodów ich zakupu. Sieć przyjmuje butelki kupione w jej sklepach, a także wszystkich innych punktach handlowych działających na rynku. Oddając butelki, konsumenci otrzymują e-bony stanowiące zwrot pełnej kaucji, którymi mogą od razu zapłacić za kolejne zakupy. Inicjatywa Carrefour stanowi element długoterminowego programu „STOP Marnotrawstwu".

12000

Carrefour Polska wprowadził **butelki marki własnej Carrefour z mniejszą ilością plastiku**. Sieć sukcesywnie zmniejsza masę butelek z wodą marki własnej oraz opakowań innych produktów sygnowanych własnym logo, przyczyniając się do zmniejszenia ilości generowanych odpadów opakowaniowych. Firma realizuje w ten sposób podjęte przez siebie zobowiązanie, zgodnie z którym do roku 2025 zamierza zredukować masę opakowań marki własnej o 300 ton oraz sprawić, by 100% opakowań marki własnej nadawało się do recyklingu lub kompostowania.

12000

Kwiaty za elektrograty to cykliczna i ciesząca się ogromną popularnością akcja prowadzona we wszystkich sklepach sieci **Castorama Polska** we współpracy z organizacją AURAEKO. Akcja zachęca do dbania o środowisko naturalne dzięki zwiększeniu poziomu selektywnej zbiórki elektroodpadów i właściwemu gospodarowaniu nimi w lokalnych społecznościach.

13000

W **DCT Gdańsk** w ramach **recyklingu dla dobroczynności** banery reklamowe zmienione zostały na wyjątkowe torby shopperki. Torba nie konkuruje z masowymi produktami z sieciówek – powstała zgodnie z ideą slow fashion. Torby są uszyte ręcznie zgodnie z założeniami sztuki kaletniczej. Dzięki temu, że w procesie wykorzystany został zużyty materiał, każdy produkt jest unikalny. Ponieważ torby zostały wykonane z baneru reklamowego, są nie tylko pojemne, ale i wytrzymałe.

2000

ElproSys uczestniczy w systemie **odpowiedzialnej utylizacji odpadów** „Duales System Zentek", który od 2008 r. prowadzi firma Zentek Services GmbH & Co. KG.

20

W ramach kampanii #SkuteczniePosprzątane **Groupe SEB Polska** w roku 2020 rozpoczęto **zbiórkę elektrośmieci w sklepach Tefala**. Działanie realizowane jest we współpracy z firmą ElektroEko, która pomaga utylizować śmieci zgodnie z normami i wymogami prawa. Dodatkowo osoby, które skorzystają z pojemników na elektrośmieci, otrzymują bon na zakupy w sklepie marki Tefal o wartości do 100 zł na kolejne zakupy. Recykling w sklepach Tefala to także ponowne wykorzystanie mebli, które kiedyś stanowiły wyposażenie innych sklepów.

410

Grupa CCC podjęła współpracę z EcoTech System przy promowaniu **recyklomatów jako elementu edukacji ekologicznej**. Do recyklomatów wrzuca się niezgniecione plastikowe i szklane butelki po napojach oraz aluminiowe puszki. Wystarczy uruchomić aplikację mobilną „ECO-Portfel" na smartfonie, zeskanować swój indywidualny kod na maszynie i wrzucać pojedynczo opakowania, a na koncie pojawią się ECO-punkty, które można później wymieniać na zniżki, m.in. w CCC.

13220

Grupa Żywiec po raz trzeci zorganizowała w tym roku **Świąteczną Zwrotkę Ż 2021**. W ramach akcji odwiedziła sześć miast. Mechanizm inicjatywy był bardzo prosty – wystarczyło przynieść dowolne butelki lub puszki po piwie, żeby otrzymać w zamian piwo – Żywiec 0,0%. Firma przyjmowała wszystkie opakowania, niezależnie od browaru, z którego pochodziły, także od konkurencji. Na każdego, kto przyniósł od 1 do 4 puszek lub butelek, czekał napój o pojemności 0,2 l, a dla tych, którzy przynieśli 5 lub więcej opakowań – o pojemności 0,4 l.

1800

Podczas tegorocznego finału organizowanej przez **Grupę Żywiec** trasy Męskie Granie odbyła się **Wielka Zwrotka puszek na finale Męskiego Grania**. Animatorzy programu Każda Puszka Cenna krążyli między uczestnikami koncertu, zbierając puszki po napojach do specjalnych kolorowych plecaków oraz edukując na temat zasad selektywnej zbiórki. Akcja została zorganizowana w partnerstwie z Fundacją Recal.

1800

Henkel Polska wdraża **opakowania przyjazne środowisku**. W opakowaniach produktów dostępnych na polskim rynku stosuje na przykład Social Plastic, pozyskiwany m.in. na Haiti, w jednym z najbardziej zanieczyszczonych i najbiedniejszych regionów na świecie. Mieszkańcy mogą wymieniać zebrane przez siebie plastikowe odpady na pieniądze, produkty lub usługi. Firma chce także używać mniej plastiku pierwotnego w swoich opakowaniach i szuka alternatyw takich jak bioplastik. Działania te stanowią odpowiedź na zapotrzebowanie konsumentów, którzy poszukują produktów zrównoważonych.

500

W ramach transformacji biznesu w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym **IKEA testuje zamykanie obiegu folii polietylenowej**. Służy to minimalizacji ilości produkowanych odpadów i zagospodarowaniu ich w sposób pozwalający na wydłużenie cyklu życia. Folia polietylenowa jest poddawana recyklingowi, a następnie używana do produkcji podkładek na biurko SKRUTT. Projekt realizowany jest przez **IKEA Retail** we współpracy z jednym z dostawców produktów IKEA. Firma buduje również partnerstwa w ramach łańcucha dostaw.

6000

Pomaganie przez ubranie w firmie **InterKadra** polega na zamówieniu kontenera do siedziby/ biura firmy do zbiórki nieużywanych ubrań, obuwia itd. i przesyłaniu informacji do instytucji zbierającej odzież, gdy się on zapełni, aby opróżniono i podstawiono kolejny pusty kontener. Zebrane kg – 1 kilogram to złotówki przekazane na wybraną organizację charytatywną. Interkadra zbiera dla fundacji „Serce dla maluszka".

214

Cele projektu **Bądź eko z Lewiatanem** to przetestowanie butelkomatu dla butelek PET (sprawdzenie wybranego rozwiązania w praktyce i ocena jego użyteczności), budowanie postaw i zachowań ekologicznych wśród klientów oraz pracowników sieci Lewiatan, wzmacnianie wśród klientów i przedsiębiorców wizerunku **Lewiatan Holding** jako marki odpowiedzialnej ekologicznej, wypracowanie procedury postępowania i zaproponowanie rozwiązania obiegu zamkniętego do wdrażania w sklepach marki Lewiatan.

80

Zbiórka i recykling odpadów w **Lyreco Polska** polega na dostarczaniu pojemników na odpady recyklingowe, opróżnianiu pełnych pojemników, organizacji transportu pojemników z biura klienta do specjalnie wyznaczonego miejsca zbiorczego odpadów recyklingowych i dopilnowaniu, żeby recykling przeprowadzały wyznaczone do tego punkty recyklingowe. Usługa dotyczy odbioru – tonerów, zużytych baterii i akumulatorów, elektrośmieci, w tym sprzętu elektrycznego i elektronicznego, żarówek, kapsułek po kawie oraz opakowań.

577

Program **recyklingu kapsułek po kawie Nespresso** został wdrożony w połowie 2015 r. **Lyreco Polska** przekazuje klientom specjalne torby, w które mogą zbierać zużyte kapsułki. Odebrane od klientów kapsułki są przekazywane firmie prowadzącej profesjonalne przetwarzanie odpadów. Tam kawa oddzielana jest od aluminiowej powłoki. Metal ten doskonale nadaje się do ponownego wykorzystywania. Kawa jest wykorzystywana w procesie wytwarzania biogazu.

577

Gospodarka Obiegu Zamkniętego Opakowań McDonald's Polska polega na redukcji plastiku (wycofanie plastikowych słomek na rzecz papierowych oraz stosowanie papierowych opakowań do lodów McFlurry). Wszystkie restauracje **McDonald's Polska** zostały wyposażone w kosze do segregacji odpadów. Odpady przetwarzane są na ręczniki papierowe, które trafiają z powrotem do restauracji sieci.

27000

MindBlowing stawia na **drugie życie materiałów**. Ogromnym sukcesem okazały się wykonane z banerów saszetki na dokumenty i bilety lotnicze – oprócz funkcjonalności cechują się oryginalnym, estetycznym wyglądem, dzięki czemu ich użytkownicy chętnie je zatrzymują do wieloletniego użytku. Niemałym zainteresowaniem cieszą się także wyprodukowane tą samą techniką zawieszki na bagaż skonstruowane tak, by po skończonej podróży można je było używać jako efektywne wizytowniki.

3

Nestlé Waters: Popularyzacja recyklingu służy realizacji celu **Nestlé Polska**, jakim jest odzyskiwanie tylu plastikowych butelek, ile marka wprowadza na rynek. Do 2025 r.

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

ŚRODOWISKO

udział PET z recyklingu we wszystkich butelkach plastikowych ma sięgnąć 50%. W 2021 r. firma wprowadziła nowe formaty niegazowanej wody Nałęczowianka w butelkach wykonanych w 50% z rPET (o pojemności 0,75 l, 0,5 l oraz 0,33 l). Zaczęła też wykorzystywać folię w 50% z recyklingu do pakowania butelek w zgrzewki – realizując cel redukcji wykorzystania pierwotnych tworzyw sztucznych o 1/3 do 2025 r.

5500

Od listopada 2021 r. w Polsce produkowane są **Pepsi i Mirinda w butelkach w 100% pochodzących z recyklingu (rPET)**. To uczyniło Pepsi pierwszą tak dużą marką napojów gazowanych w Polsce, której butelki będą produkowane z plastiku pochodzącego w 100% z recyklingu. W ten sposób firma **PepsiCo Consulting Polska** przyczyniła się do realizacji założeń gospodarki o obiegu zamkniętym, w której surowce mogą być wykorzystywane wielokrotnie. Inicjatywę wsparła kampania informacyjna na rzecz lepszego zrozumienia działań marki i roli konsumentów w procesie produkcji opakowań z rPET.

3600

W 2020 r. **Polpharma** we współpracy z Akademią Leona Koźmińskiego oraz partnerem technologicznym firmą Microsoft zaangażowała się w hackathon, którego celem było przedstawienie rozwiązania realnego problemu biznesowego z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. Po warsztatach z udziałem pomysłodawców, konsultantów technicznych i merytorycznych oraz uczestników został wyłoniony najlepszy projekt związany z **digitalizacją zarządzania odpadami**. W rezultacie projektu digitalizacją zostały objęte procesy ewidencji odpadów w Polpharmie z uwzględnieniem alertów o ewentualnych przekroczeniach ilości wytwarzanych odpadów i czasu ich magazynowania.

7500

Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań kontynuuje działania w zakresie **EcoDesignu – dzielenia się wiedzą o opakowaniach przydatnych do recyklingu**. Firma stanowi platformę wymiany wiedzy pomiędzy recyklerami i firmami zbierającymi odpady a producentami i projektantami opakowań. Wiedzę tę stanowią informacje o możliwościach przetwarzania materiałów opakowaniowych w Polsce w skali przemysłowej, a także o tym, jakie bariery uniemożliwiają recykling, jakie kolory, kształty, wielkości, struktury opakowań są przydatne do recyklingu, a jakie się zupełnie nie nadają.

23

W trosce o środowisko firma **Sanofi** wdrożyła w grudniu 2020 r. **recykling odpadów blistrów z folii PCV/Al w Zakładzie Produkcyjnym Sanofi w Rzeszowie**. Recyklingowi poddawane są czyste blistry powstające jako odpad technologiczny w procesie pakowania. Od grudnia 2020 r. firma Sanofi poddała recyklingowi ok. 50 ton blistrów PCV/AL.

900

Firma **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków** ma dwa główne odpady: papier zadrukowany i niezadrukowany. Odpady te poddawane są **recyklingowi** – przekazywane firmom, które ponownie go wykorzystują i stworzą pełnowartościowy produkt. Formy drukarskie w druku offsetowym to płyty aluminiowe pokryte specjalną powłoką. Podobnie jak z papierem, 100% wykorzystanych płyt oddawanych jest do recyklingu.

1200

Jako pierwsza firma w Polsce **Żabka Polska** testuje gospodarkę o obiegu zamkniętym dla marki własnej i **angażuje franczyzobiorców w działania w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym** poprzez zachęcanie klientów i franczyzobiorców do zbiórki plastikowych butelek. Z zebranych opakowań powstają butelki wody mineralnej marki własnej OD NOWA. Żabka i Żywiec Zdrój prowadzą też test przy użyciu EKOmatów – stworzonych specjalnie dla nich automatów umożliwiających selektywną zbiórkę opakowań po napojach z plastiku i metalu.

2024

ZERO WASTE

Starbucks należący do **AmRest Coffee**, jako pierwsza duża firma w Polsce z branży HoReCa, rozpoczął **współpracę z aplikacją Too Good To Go**, z którą ratuje przed wyrzuceniem swoje niesprzedane produkty, m.in. kanapki i desery. Użytkownicy aplikacji mogą kupić paczkę, w której znajdą się niesprzedane danego dnia posiłki ze zniżką min. 70%, a następnie odebrać ją w ostatnich godzinach pracy lokalu. Oferta dostępna jest we wszystkich miastach, w których znajdują się kawiarnie Starbucks.

1057

Od początku swojej działalności w Polsce **AmRest Coffee** prowadzi inicjatywę „Bring Your Own Tumbler", która ma na celu redukcję odpadów oraz edukowanie społeczeństwa. Koncept **Z własnym kubkiem** powstał z myślą o środowisku oraz szerzeniu dobrych praktyk wśród konsumentów. Każdy gość, który zamawia dowolny napój do własnego kubka, otrzymuje zniżkę w wysokości 1 zł. Starbucks w Polsce docenia w ten sposób tych, którzy pomagają ograniczać zużycie papierowych kubeczków.

1057

Starbucks Polska nawiązał **współpracę z EcoBean – testy nad ponownym wykorzystaniem kawowych odpadów (fusów)**. Marka należąca do **AmRest Coffee** przekazuje fusy zbierane w warszawskich kawiarniach polskiemu start-upowi. Działanie to jest spójne z ideą zero waste, realizowaną przez Starbucks, który już wcześniej poszukiwał sposobu na ponowne wykorzystanie tego odpadu, m.in. promując akcję „Zabierz fusy do domu".

1057

Zabierz fusy do domu to część proekologicznej strategii marki Starbucks pod hasłem #Reuse4Earth. W ramach inicjatywy od początku 2020 r. w wybranych kawiarniach marki Starbucks w Polsce należącej do **AmRest Coffee** znajdują się kosze z poporcjowanymi fusami kawowymi pochodzącymi z parzenia kawy dla klientów. Fusy są pakowane w zużyte opakowania po kawie ziarnistej wykorzystywanej w kawiarniach. Goście kawiarni mogą odbierać je nieodpłatnie i wykorzystywać ponownie np. jako ekologiczny środek do czyszczenia domu, nawóz do roślin czy peeling do ciała.

1057

Firma **Auchan Retail Polska** przeciwdziała niszczeniu żywności, realizując trzy projekty **walki z marnotrawstwem żywności: #Przekazywanie żywności – współpraca z Federacją Polskich Banków Żywności # Nie marnujemy – ratujemy #Too good to**. Polegają one na przekazywaniu żywności Federacji Polskich Banków Żywności, przygotowaniu w każdym sklepie przestrzeni dla żywności z krótkim terminem, która jest sprzedawana po atrakcyjnych cenach oraz na współpracy z aplikacją Too Good To Go ułatwiającą zakupy produktów z krótkim terminem ważności.

19000

Auchan Retail Polska włączyło się do zainicjowanej przez To Good To Go **Kampanii Często dobre dłużej** na temat dat umieszczanych na produktach: daty przydatności do spożycia i daty ważności. 29 września 2021 r. z okazji Międzynarodowego Dnia Walki z Marnowaniem Żywności ONZ w sklepach sieci pojawiły się plakaty uwrażliwiające klientów i zachęcające do niewyrzucania nadającego się do spożycia jedzenia, które przekroczyło datę przydatności do spożycia.

19000

W duchu zero waste, firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowała **konkurs – książka kucharska Zero Waste**, aby zebrać od pracowników ekologiczne przepisy. Zwycięzcy podzielili się wieloma sposobami na ponowne gotowanie resztek kuchennych i tworzenie pysznych posiłków z produktów spożywczych, które w przeciwnym wypadku zostałyby zmarnowane.

3000

Zakupy do własnego opakowania, które przyniesie ze sobą klient, to kolejna propozycja wdrożona w sklepach **Grupy Schiever w Polsce** w listopadzie 2019 r., zgodna z ideą zero waste. Celem jest wspólne dbanie o środowisko. Klienci, po uprzednim zważeniu w koszyku wybranych produktów, mogą spakować je do własnego opakowania. Sklepy rekomendują, aby były to szklane pojemniki, papierowe lub materiałowe torebki. Praktykę wdrożono w 10 jednostkach Grupy Schiever: - 8 sklepów bi1 (Białystok, Bielsko-Biała, Czeladź, Ełk, Legnica, Wałbrzych, Rzeszów, Szczecin) - 2 sklepy Auchan (Zielona Góra, Racibórz)

1200

Królewskie, jedna z marek **Grupy Żywiec**, wspólnie z Legią Warszawa wprowadziło **zwrotne kubki na stadionie Legii**. Plastikowe kubki wielokrotnego użytku całkowicie zastąpiły kubki jednorazowe. Nowe rozwiązanie jest w 100% zero waste. Ogranicza ilość śmieci pomaga zachować czystość na stadionie, doskonale wpisując się w rosnące na znaczeniu trendy prośrodowiskowe.

1800

W **Infosys Poland** zainstalowano 21 dystrybutorów z dostępem do wody, z których pracownicy mogą bez ograniczeń pić **łódzką kranówkę**. Działanie ma na celu zmniejszenie spożycia wody w plastikowych opakowaniach i ma charakter proekologiczny. Każdy dystrybutor oznaczony jest logotypem „Łódzka Woda Najlepsza" oraz informacją o składzie mineralnym wody. Pojawieniu się dystrybutorów towarzyszyła wewnętrzna kampania informacyjna, której celem było przybliżenie pracownikom korzyści wynikających ze spożywania wody kranowej.

2500

Z poszanowania idei less waste firma **KABAK** uruchomiła w swoim sklepie online **Outlet**, w którym w dużo niższych cenach udostępnia w pełni funkcjonalne produkty z drobnymi wadami fabrycznymi lub powstałymi w transporcie. Dzięki temu klienci mogą nabyć produkty, które inaczej musiałyby zostać zutylizowane.

11

W ramach strategii **REset Plastic** **Kaufland Polska Markety** wprowadził m.in. wielorazowe woreczki na owoce i warzywa oraz wylistował jednorazowe torby zakupowe wykonane z plastiku. Sieć sukcesywnie modyfikuje opakowania marek własnych, czyniąc je bardziej przyjaznymi środowisku. W czasowej ofercie sklepów pojawiły się produkty, które zostały wykonane z odpadów plastikowych pochodzących z gospodarstw domowych.

14000

Upcykling to nowa moda w przemyśle odzieżowym. Oferowana przez **KNK PRODUCTION & DEVELOPMENT** usługa UPDIWU daje możliwość tworzenia nowych kolekcji z materiałów z upcyklingu lub poprzez redesign wcześniejszych kolekcji, które się nie sprzedały.

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

ŚRODOWISKO

Praktyka ta również przyczynia się do zmniejszenia produkcji nowej odzieży. Niesprzedana odzież to pełnowartościowe produkty, które nie powinny trafić na wysypiska śmieci.

35

Pracownicy **Kuehne+Nagel** są zainspirowani ekologią i podejmują działania nakierowane na ograniczenie wpływu prowadzonej działalności na środowisko. Szczególna uwaga zwracana jest na **rozwiązania proekologiczne w magazynach**, gdzie zmniejszana jest ilość odpadów powstałych w procesie pakowania przesyłek.

2300

W ramach swojej strategii **REset Plastic**, **Lidl Polska** dąży do ograniczenia zużycia plastiku. Aby to osiągnąć, podejmuje szereg działań, m.in. wybrane owoce i warzywa znakowane są światłem, wprowadzono do oferty refille – tabletki W5 Ecoclear ze środkiem czyszczącym, który można rozpuszczać w wielorazowej butelce. Ponadto Lidl współpracuje z dostawcami w celu optymalizacji opakowań z plastiku (w 2021 r. odchudzono m.in. o 73% opakowanie mięsa, a zmiana opakowania borówek sprawiła, że do obrotu trafiło 39,8 tony plastiku mniej) oraz usunięcia mikroplastiku z kosmetyków marek własnych.

24000

Niemarnowanie żywności i propagowanie idei less waste w firmie **Lidl Polska** realizowane jest poprzez automatyczny system zamawiania towaru, który bazuje na danych historycznych i uwzględnia prognozy rozwoju rynku. Każdy sklep otrzymuje ilość towaru adekwatną do potrzeb klientów. Program „Kupuję, nie marnuję" polega na sprzedaży przecenionych nawet do 70%, ale wciąż pełnowartościowych produktów ze zbliżającym się końcem terminu przydatności do spożycia.

24000

Plastik pod kontrolą to działanie **LPP** przeciwko nadprodukcji tworzyw sztucznych. Do 2025 r. wszystkie wykorzystywane przez firmę opakowania będą nadawały się do ponownego użycia, recyklingu lub kompostowania. Firma LPP w 100% wyeliminowała plastik z opakowań e-commerce marek Mohito i Reserved, a w pozostałych wykorzystuje wyłącznie folię z recyklingu. Firma całkowicie pozbyła się plastikowych wypełniaczy i folii bąbelkowej w opakowaniach, zamieniając je na wykonane z makulatury.

27000

Ponad 50% dostaw wysyłanych do klientów **Lyreco Polska** to **dostawy bez dodatkowych opakowań**. Klienci otrzymują towar w takiej formie, w jakiej dostawcy wysyłają go do Lyreco. Ten prosty sposób przewożenia papieru, tonerów, kopert itp. pozwala zaoszczędzić ogromną ilość tektury.

577

MAKRO Polska wdrożyło **digitalizację procesu przepływu informacji do Banku Żywności**, za co firma została wyróżniona nagrodę specjalną podczas konferencji Kod Innowacji 2021. Ponadto w ostatnim roku MAKRO przekazało do Banku Żywności 3 383 077 kg żywności z kończącym się terminem przydatności, chroniąc ją przed marnotrawstwem. MAKRO zaangażowało się też w kampanię edukacyjną „Nie marnuję, pakuję". Działanie to ma na celu przekonać do pakowania i zabierania nieskończonego posiłku z restauracji, aby przeciwdziałać marnotrawstwu.

5000

Zobowiązanie dotyczące opakowań to jeden z kluczowych celów **Mondelēz International w Polsce** związanych z troską o środowisko. Koncern dąży do zbierania i poddawania recyklingowi opakowań w ilości odpowiadającej liczbie, którą sprzedaje. Identyfikuje materiały, których należy używać lub unikać, aby recykling był łatwiejszy, a przez to możliwy na szerszą skalę. Koncern nawiązał współpracę z organizacjami pozarządowymi i partnerami biznesowymi, m.in. The Ocean Conservancy/Trash Free Seas Alliance, Ellen MacArthur Foundation (New Plastics Economy). Mondelēz International jest aktywnym członkiem Forum Dóbr Konsumpcyjnych (CGF).

4600

Firma **Nowy Styl** stale pracuje nad **zmniejszeniem zużycia surowców przy pakowaniu**. Używa wielorazowych zabezpieczeń mebli, zastępuje elementy plastikowe kartonowymi, zmienia sposób transportu, by uniknąć zbędnych opakowań kartonowych i plastikowych. W transporcie szaf metodą BDF udało się całkowicie wyeliminować worki foliowe. Ponadto dzięki nowym opakowaniom i zmianom procesowym, w zakładach produkcyjnych firmy Nowy Styl zredukowano zużycie folii stretch: w jednym o 15%, w drugim – aż o 30%.

6883

Od 2020 r. w ramach nowej polityki opakowaniowej wdrożono **nowe opakowania w Pepco z korzyścią dla środowiska**. Celami są zmniejszenie ogólnej ilości opakowań w łańcuchu dostaw **Pepco**, zwiększenie udziału opakowań nadających się do recyklingu lub pochodzących z recyklingu oraz eliminacja tworzyw trudnych w ponownym przetworzeniu.

23262

SEGRO Poland z Miastem Łódź i łódzkim ZWIK-iem zorganizowało **montaż źródełek wody pitnej w 15 placówkach oświatowych w Łodzi** oraz rozdystrybuowało bidony wśród młodzieży, aby zachęcić do niekupowania butelkowanej wody czy napojów. Działanie ma zbudować świadomość ekologiczną oraz przekonać uczniów do picia wody kranowej, a zarazem zmniejszyć zużycie plastiku, a co za tym idzie przyczynić się do redukcji emisji dwutlenku węgla.

40

Jedz, dziel się, szanuj to kampania edukacyjna **Zakładu Utylizacyjnego** w Gdańsku oraz Banku Żywności w Trójmieście służąca uwrażliwianiu odbiorców na marnowanie jedzenia, głównie w okresie świąt Bożego Narodzenia oraz zwróceniu uwagi na odpowiedzialną konsumpcję. Kampania to filmiki edukacyjne, które wyjaśniają, dlaczego nie warto wyrzucać żywności. Przygotowany został też poradnik „Niemarnik", który podpowiada, jak mądrze planować zakupy i przechowywać żywność.

236

W ramach akcji **Wypożycz choinkę i pomóż zwierzętom** mieszkańcy Gdańska i okolic mogli wypożyczyć drzewko pochodzące ze szkółki **Zakładu Utylizacyjnego**. Inicjatywa połączona była ze zbiórką środków na Pomorski Ośrodek Rehabilitacyjny Dzikich Zwierząt „Ostoja" – każda choinka oddana pod opiekę wymaga darowizny w wysokości minimum 70 zł na rzecz ośrodka. Wypożyczoną choinkę należało zwrócić do ZU do 8 stycznia. Drzewka przechodzą regenerację, by za rok ponownie trafić do wypożyczalni.

236

W ramach **przeciwdziałania marnowaniu żywności** **Żabka Polska** wdrożyła kody GS1 oraz system zarządzania terminami ważności do spożycia produktów Quick Meal Solutions, co pozwala na mniejsze marnowanie żywności. Rozwiązanie dostarcza dokładne informacje o towarach i dacie ich przydatności do spożycia. W sklepach są też specjalne półki przeznaczone na artykuły z krótkim terminem przydatności, w obniżonych cenach.

2024

ZRÓWNOWAŻONE WYDARZENIA

MAKRO Polska podczas Kongresu Szefów Kuchni **promowało trendy zrównoważonego rozwoju oraz odpowiedzialnej konsumpcji**. Zaprezentowało stoisko wykonane z materiałów ekologicznych pochodzenia drzewnego. Całe stoisko nadaje się w 90% do recyklingu i jest zgodne ze strategią ekonomii cyrkularności. Zastosowane oświetlenie LED zapewniło oszczędność energii. Dodatkowo w roku 2021 zrezygnowano z wydawania książek dla klientów, a zastąpiono je e-bookami.

5000

Firma **Międzynarodowe Targi Gdańskie** przygotowała **TRAKO 2021 – odpowiedzialne targi**. Po zorganizowaniu 14 Międzynarodowych Targów Kolejowych elementy zabudowy targowej przekazano gdańskim szkołom średnim o profilu technicznym, a utylizacja wielkogabarytowych odpadów odbyła się w sposób nowoczesny i ekologiczny.

60

ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT

Credit Agricole Bank Polska włączył się w **promocję zrównoważonego transportu**. Pracownicy centrali Banku mogą korzystać z podziemnego parkingu rowerowego, stojaków naziemnych, szatni oraz pryszniców. Na właścicieli hulajnóg elektrycznych czekają na miejscu ładowarki. Lokalizacja budynków centrali zapewnia również wygodny dostęp do środków transportu publicznego. Bank w lipcu 2021 r. rozpoczął wymianę samochodów służbowych na pojazdy niskoemisyjne (hybrydowe).

4325

Zdrowa energia napędza DIAGNOSTYKĘ to proces elektryfikacji floty kurierskiej, czyli wymiany pojazdów firmy **DIAGNOSTYKA** na samochody napędzane energią elektryczną. Obejmie ponad 400 samochodów, których kierowcy rozwożą materiał pobrany od pacjenta do laboratoriów. Jest to odpowiedź na potrzeby środowiskowe i plan zrównoważonego rozwoju spółki. Elektryfikacja aut przewożących materiał do laboratoriów to bezpośrednie zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych.

7000

Zgodnie z przyjętym przez grupę Eiffage Raportem Klimatycznym, **Eiffage Polska Budownictwo** przyjęło **niskoemisyjną politykę flotową**, której jednym z celów była redukcja śladu węglowego. W ramach działań dokonano wymiany floty samochodowej, w której znalazły się samochody hybrydowe, zredukowano do minimum udział samochodów z silnikiem Diesela oraz wprowadzono zapisy, które w razie podróży służbowej promują korzystanie ze środków komunikacji masowej, w szczególności niskoemisyjnych pociągów.

180

Firma **ElproSys** zaangażowała się w **działania na rzecz rozwoju infrastruktury ładownia pojazdów elektrycznych**. Do szerokiej oferty produktowej firmy zostały dodane stacje ładowania samochodów elektrycznych, które są niezbędne użytkownikom elektrycznych pojazdów.

20

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

ŚRODOWISKO

Elektromobilność – budowa stacji ładowania pojazdów elektrycznych to program firmy **Energa Grupa ORLEN**, która ma w swojej ofercie instalację i serwis terminali ładowania aut elektrycznych. Aplikacje mobilne pozwolą klientom otrzymywać informacje o dostępności infrastruktury ładowania, zużyciu energii i naliczonych opłatach. Stacje instalowane są na słupach lamp ulicznych, dzięki czemu są szybsze i tańsze w budowie niż stacje wolnostojące. Mogą też być łatwo zmodyfikowane, aby ładowały nie tylko e-auta, ale też elektryczne hulajnogi i rowery. Do 2020 r. GE posiadała 54 stacje ładowania na terenie Polski.

9800

W 2017 r. w **Grupie Eurocash** zdecydowano się na zakup prawie 350 aut z napędem hybrydowym, w 2018 r. firma całkowicie wycofała się z zakupu aut z napędem diesla. W 2019 r. podjęła decyzję, że wszystkie auta z segmentów B, C i D będą wyposażone w napęd hybrydowy. **Zielona i bezpieczna flota** samochodów hybrydowych liczy już 1840 pojazdów, co stanowi 75% całej floty. W 2021 r. 1/3 kierowców floty hybrydowej została przeszkolona z zakresu bezpiecznej jazdy.

22000

Firma **HCL** wraz z Wydziałem Gospodarki Komunalnej UMK zachęca pracowników do dojazdu **rowerem do pracy**, a w szczególności do rezygnacji z samochodów na rzecz ekologicznych jednośladów. Organizatorzy przygotowali mnóstwo upominków dla aktywnych uczestników, w tym m.in. akcesoria rowerowe, bilety do kina, karty podarunkowe do sklepów sportowych, rowerowych, sieci drogerii czy sieci sklepów spożywczych. W ramach kampanii rowerowej firma promuje zdrowie i dobrą formę swoich pracowników, a także dba o ekologię i jakość życia w mieście.

1700

W firmie **intive** opracowano kalkulator obliczający ślad węglowy każdej podróży służbowej (Dobra Praktyka 2020). W 2021 r. firma podjęła kolejny krok, by po raz pierwszy dokonać **kompensacja śladu węglowego z podróży służbowych** w postaci rekompensaty finansowej za wygenerowany ślad węglowy.

2000

LUX MED w trosce o środowisko zdecydował się na **wymianę floty na mniej emisyjną** – pojazdy z napędem hybrydowym. W skład nowej floty wejdą modele Yaris, Corolla, Camry, RAV4 i Toyota C-HR.

19000

Szczególne miejsce w strategii firmy Lyreco mają działania związane ze zminimalizowaniem negatywnego odcisku na środowisku poprzez ograniczenie emisji dwutlenku węgla. **Lyreco Polska** chce być neutralne, jeśli chodzi o emisję dwutlenku węgla w zakresie samochodów służbowych oraz podróży służbowych. Będzie to realizować, budując **ecoflotę**, zaczynając od roku 2022, wybierając tylko samochody EPV (Environment Preffered Vehicules). Obecnie auta osobowe nisko- i zeroemisyjne stanowią 77% floty w Lyreco Polska.

577

Nhood Polska **wspiera zielony transport**. W otoczeniu centrów handlowych mieszczą się 42 wiaty rowerowe oraz 21 samoobsługowych stacji naprawy rowerów. Klienci odwiedzający Galerię Bronowice, Centrum Handlowe Auchan Bielany oraz Centrum Handlowe Auchan Legnica mogą skorzystać ze stacji rowerów miejskich. Dzięki współpracy z firmą GreenWay w 2021 r. klienci 21 centrów handlowych mogli korzystać z ładowarek samochodów elektrycznych.

80

Infrastruktura ładowania samochodów elektrycznych w obiektach Panattoni to program firmy **Panattoni**. W 2021 r. na terenach inwestycji Panattoni dostarczonych zostało 400 miejsc ładowania samochodów elektrycznych, z czego 1/3 stanowią stanowiska szybkiego ładowania DC. Ponieważ energia do ładowania samochodów pochodzi z OZE, oszczędność dwutlenku węgla wynosi dziennie 657,5 kg.

500

Panattoni, mając na uwadze zminimalizowanie śladu węglowego, a także dbając o zdrowie i dobre samopoczucie użytkowników swoich inwestycji, **rozbudowuje infrastrukturę rowerową** – zarówno zadaszone stojaki, ścieżki rowerowe, jak i przebieralnie i prysznice. Tylko w 2021 r. firma zapewniła dostęp do 3125 nowych miejsc parkingowych dla jednośladów. Panattoni rozwija segment obiektów city logistics, które powstają w granicach miast i sprzyjają transportowi rowerowemu.

500

Stacje ładowania dla samochodów elektrycznych i hybrydowych w parkach logistycznych SEGRO objęły niemal wszystkie obiekty firmy. W 90% parków logistycznych **SEGRO Poland** zainstalowano łącznie 40 ładowarek elektrycznych. Zdecydowana większość zainstalowanych ładowarek może jednocześnie ładować dwa pojazdy prądem o mocy 22 kW każda. Stacje uruchamiane są za pomocą udostępnianych użytkownikom kart zbliżeniowych, które umożliwiają rozpoczęcie ładowania podpiętego pojazdu.

40

W 2021 r. **Shell Polska** przeprowadził działania w zakresie **rozwoju paliw alternatywnych i elektromobilności**. W minionym roku firma, we współpracy z IONITY, uruchomiła pierwsze w Polsce stacje szybkiego ładowania samochodów elektrycznych o maksymalnej mocy 350 kW. Zostały otwarte

cztery punkty, na każdym po minimum dwie ładowarki. Shell planuje też inwestycje w punkty ładowania o standardowej mocy na polskim rynku.

4700

Skanska w Polsce stara się ograniczać negatywne skutki oddziaływania floty samochodowej na środowisko i klimat. W ramach współpracy z firmą LeasePlan Skanska ma możliwość wyboru pojazdów o niskiej emisji spalin oraz wdrożyła program **kompensacji emisji poprzez nasadzenia drzew**.

1200

Solaris Bus & Coach przygotował **eCity – portal ekspercki promujący ekologiczny transport publiczny**. Strona ma na celu popularyzację ekologicznego transportu publicznego, który może mieć znaczenie dla osiągnięcia neutralności klimatycznej. To baza wiedzy w obszarze e-mobilności – dynamicznie rozwijającego się trendu w motoryzacji. Przedstawiane są też doświadczenia miast od lat korzystających z walorów bezemisyjnej floty.

2700

Bezemisyjny **autobus elektryczny Solaris Urbino 9 LE electric** dzięki kompaktowym wymiarom sprawdza się zarówno w ciasnej miejskiej przestrzeni, na wąskich uliczkach starówek czy w dzielnicach o wzmożonym ruchu pieszo-rowerowym, jak i na obszarach, w których istnieje sieć małych i rozproszonych miejscowości, często rozsianych w trudno dostępnych, górskich rejonach. **Solaris Bus & Coach** wprowadziło bezemisyjny napęd oraz najnowocześniejsze rozwiązania w kwestii bezpieczeństwa – to szansa na zrównoważony i cichy transport miejski oraz regionalny.

2700

Międzymiastowy autobus elektryczny Solaris Urbino 15 LE electric otworzył nowy etap rozwoju **Solaris Bus & Coach** – po raz pierwszy autobus elektryczny wyjechał poza granice miasta. Pojazd może być wykorzystywany jako środek transportu na trasach międzymiastowych albo jako autobus miejski.

2700

Rower na zawsze to program, w którym **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** – oprócz standardowych wypłat odszkodowań – pozwala klientowi lub poszkodowanemu dokonać wyboru pomiędzy samochodem zastępczym na czas naprawy auta przewidzianym przez warsztat a rowerem KROSS, który klient lub poszkodowany może zatrzymać na zawsze. Do programu kwalifikują się szkody, w ramach których auto zastępcze byłoby wydane na minimum osiem dni.

2800

Projekt carpoolingowy **Razem do pracy – wspólne dojazdy** jest realizowany w **VGL Solid Group** od 2020 r. Łączenie kierowców i pasażerów wspiera dedykowana aplikacja, a w każdym miesiącu dla najaktywniejszych kierowców i pasażerów przewidziano atrakcyjne nagrody: bony do sklepów, karty paliwowe czy spa dla auta. W ten sposób firma promuje i wspiera ideę carpoolingu, ograniczenie emisji spalin i aut poruszających się po ulicach.

750

Walstead Central Europe/ Walstead Kraków promuje **zrównoważony transport**, wdrażając projekt grantowy z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju: „Platforma zintegrowanego zarządzania, planowania i sterowania procesami logistycznymi w przedsiębiorstwie produkcyjnym z wykorzystaniem cyberfizycznych systemów" mający na celu optymalizację systemu logistycznego przedsiębiorstwa, czyli zaopatrzenia, produkcji, magazynowania i dystrybucji.

1200

Carpooling, czyli wspólne przejazdy. Dobra droga w dobrym towarzystwie to udany początek dnia! to projekt, w którym pracownicy firmy **Wawel** mogą za pomocą platformy internetowej organizować wspólne podróże do i z miejsca pracy. Mogą zgłaszać trasy, którymi jeżdżą jako kierowcy, lub rezerwować miejsca w samochodzie na odpowiadającej im trasie jako pasażerowie. W 2021 r. dzięki platformie carpoolingowej zarejestrowanych zostało 4165 wspólnych przejazdów.

1097

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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

48 firm

65 praktyk

Uczciwe praktyki operacyjne to kategoria, do której należą przykłady etycznych działań firm w relacjach z innymi organizacjami – dostawcami, podwykonawcami, sektorem branżowym i pozostałymi interesariuszami. To właśnie te praktyki pozwalają na budowanie trwałych relacji i wzajemnego zaufania.

W tym roku do Raportu zgłoszono 65 uczciwych praktyk operacyjnych, w których znalazły się zarówno nowe działania, jak i długoletnie, realizowane przez firmy cyklicznie. To nieznaczny wzrost liczby zgłoszeń w tej kategorii w stosunku do poprzedniej edycji Raportu.

Zdecydowana większość praktyk dotyczyła edukacji rynku. Kolejnymi praktykami pod względem liczebności były te z kategorii relacji z dostawcami oraz relacji z interesariuszami. Tylko jedna instytucja zgłosiła projekt przeciwdziałający nadużyciom, co wskazuje, że to niezmiennie pole do rozwoju w polskim biznesie. Program edukacji antykorupcyjnej podjęty przez Zarząd Transportu Metropolitalnego w Katowicach pozostaje więc w tej dziedzinie inspiracją i punktem odniesienia dla podobnych inicjatyw podejmowanych w przyszłości.

Przedsięwzięcia edukacyjne firm przyjęły różnorodne formy, począwszy od cyfrowych platform wiedzy i poradników po konferencje i webinary. Wymuszone przez doświadczenie pandemii COVID-19 działania online mocniej osadziły się w praktykach firm, a solidarnościowy duch rozbudzony w czasach kryzysu przyświecał wielu projektom mającym na celu dzielenie się wiedzą z różnymi grupami interesariuszy. Przykłady to między innymi darmowa platforma Akademia Allegro, „Deklaracja Odpowiedzialnej Sprzedaży" współtworzona przez Grupę ANG czy zbiór informacji o cyberbezpieczeństwie CyberLOTOS. Firmy opublikowały też szereg raportów i badań, jak na przykład „Barometr Bayer" oraz „Benchmark Strategii Klimatycznych" zrealizowany przez Go Responsible wraz z Centrum UNEP/GRID-Warszawa czy raport Orange Polska „Wykluczenie społeczno-cyfrowe w Polsce. Stan zjawiska, trendy, rekomendacje".

W relacjach z dostawcami dominowały działania wspierające ich wiedzą, zasobami i dobrymi praktykami. Dużo uwagi poświęcano skróceniu łańcucha dostaw, ograniczeniu marnowania żywności, dbaniu o dobrostan zwierząt i środowisko oraz wsparciu lokalnych dostawców. W tym roku przy wyborze dostawców i podwykonawców przedsiębiorcy zwracali uwagę na spełniane standardy etyczne, społeczne i środowiskowe oraz posiadane certyfikaty, między innymi w zakresie BHP. Część z tych praktyk przekształciła się w stałe programy firm, kodeksy i polityki zakupowe. „Nieperfekcyjna Marchew i Nieidealne Jabłka" sieci Carrefour Polska, „Kodeks postępowania dla partnerów biznesowych" Stena Recykling i seria polityk zakupowych dotyczących dbania o zrównoważony rozwój w łańcuchu dostaw opublikowanych i stosowanych przez Lidl Polska to tylko kilka przykładów.

Kolejnym obszarem, w którym przedsiębiorstwa wykazały się postawą solidarnościową, były relacje z interesariuszami. Zgłaszane praktyki miały na celu przede wszystkim wsparcie branży hotelarsko-gastronomicznej, ale także mikroprzedsiębiorstw i małych przedsiębiorstw oraz franczyzobiorców. Nie zapomniano o własnych pracownikach, podwykonawcach oraz klientach.

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

Liczba zatrudnionych pracowników w 2021 r.

Małe / średnie przedsiębiorstwo

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 235

EDUKACJA RYNKU

Allegro utworzyło program darmowej edukacji online – **Akademię Allegro** – w ramach którego w 2020 r. powstała platforma z kursami, webinarami i podcastami dostępnymi w trzech wersjach językowych – polskiej, angielskiej i chińskiej. Kursy zawierają filmy eksperckie i animacje, instrukcje obsługi, artykuły oraz materiały dodatkowe. Podczas Akademii pracownicy Allegro i zewnętrzni eksperci poruszają takie tematy, jak sprzedaż na Allegro, reklama i promocja, rozwój osobisty czy bezpieczne zakupy w internecie.

4770

Barometr Bayer to doroczna inicjatywa firmy **Bayer** badająca opinie na ważne tematy debaty społecznej. Każdego roku firma analizuje inny obszar z zakresu zdrowia, rolnictwa i zrównoważonego rozwoju. Wyniki badania wskazują, że zdecydowana większość Polaków (83%) słyszała o zrównoważonym rozwoju, a do postępowania zgodnie z jego zasadami motywuje ich dbanie o środowisko (54%), poglądy (41%), przyszłość dzieci (37%). Liderkami „zrównoważonej rewolucji" okazują się kobiety.

1400

W 2021 r. **Columbus Energy** po raz kolejny objął **partnerstwem strategicznym Carbon Footprint Summit**. To wydarzenie łączy świat nauki, technologii, aktywizmu społecznego oraz biznesu i ma na celu wspólne wypracowanie modelu zrównoważonej gospodarki. Prezes Zarządu Columbus Energy zabrał głos na temat polskiej transformacji energetycznej. Inni eksperci z firmy dzielili się swoją wiedzą podczas dyskusji i paneli o elektromobilności, energetyce odnawialnej czy technologii blockchainu w energetyce.

3000

Kampania edukacyjna Dobre Cele to inicjatywa **CSR Consulting**. Jej zadaniem jest przybliżenie Celów Zrównoważonego Rozwoju społeczeństwu oraz zachęcanie konsumentów do działania na rzecz ich realizacji w codziennym życiu. Na portalu Dobrecele.pl każdy z celów ma osobną sekcję, w której odbiorca znajdzie jego opis, statystyki dotyczące Polski, podpowiedź kierunku działań, praktyki firm, które działają na rzecz realizacji danego celu oraz test sprawdzający poziom swojego zaangażowania.

4

CSR Consulting wraz z partnerem BNP Paribas Bank Polska przeprowadził **badanie konsumenckie na temat Celów Zrównoważonego Rozwoju**. Sprawdzało ono, czego potrzebują Polacy, aby podejmować więcej działań na rzecz Agendy 2030. Główny wniosek to konieczność wprowadzenia edukacji o sposobach walki z najważniejszymi problemami współczesnego świata. Konsumenci bowiem chcą być zaangażowani, ale potrzebują jasnych wskazówek, jak to robić.

4

Tydzień Odpowiedzialnego Biznesu organizowany przez **CSRinfo** w 2021 r. zgromadził praktyków CSR i ESG wokół takich tematów, jak strategia i finanse w zarządzaniu CSR/ESG, inkluzywność i różnorodność zespołów, zmiany klimatyczne i komunikowanie działań proekologicznych, raportowanie ESG oraz praca w obszarze ESG. Wśród prelegentów TOB2021 było 20 reprezentantów i reprezentantek firm i organizacji pozarządowych, a także przedstawiciele takich organizacji międzynarodowych, jak Global Reporting Initiative i Value Reporting Foundation.

9

ESG LIVE! to krótkie cotygodniowe spotkania online prowadzone przez **CSRinfo**, na których w niezobowiązującej formie poruszane były bieżące tematy dotyczące ESG. Cykl trwał w okresie wiosna-lato 2021, kiedy to zrealizowanych zostało 10 spotkań. Wszystkie spotkania były bezpłatne dla uczestników.

9

ESG w spółce. Rola zarządu to cykl spotkań dotyczących wdrażania ESG/CSR w spółce z perspektywy zarządu. Program odpowiada na potrzeby menedżerów, którzy szukają inspiracji i wiedzy na temat nowej odsłony ESG, przykładów dla swoich spółek i podpowiedzi współpracy z zarządami. Pozwala też zarządom na kontakt ze środowiskiem specjalistów ESG/CSR. Spotkania są bezpłatne dla wszystkich interesariuszy. Cykl realizuje misję edukacyjną **CSRinfo**.

9

Firma **Europ Assistance Polska** wprowadziła **Zasady Dobrych Praktyk Assistance** określające reguły etycznego postępowania firmy z klientami, partnerami, podmiotami współpracującymi, mediami i przedsiębiorstwami prowadzącymi konkurencyjną działalność. Zasady powstały we współpracy z przedstawicielami towarzystw ubezpieczeniowych, Związku Banków Polskich oraz Katedry Etyki Akademii im. Leona Koźmińskiego.

220

Raport „Cyfrowa (r)ewolucja na rynku leasingu. Pod lupą" jest jedenastym opracowaniem z serii „Pod lupą" wydanym przez **Europejski Fundusz Leasingowy** w ramach projektu „Europejski Fundusz Modernizacji

Polskich Firm". W wyniku badania wytypowano 30 trendów, które zmienią obraz rynku małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w perspektywie najbliższych pięciu lat. W szczególności pod lupę wzięto takie zagadnienia, jak rola cyfryzacji i nowych technologii w rozwoju biznesu, podejście firm do zarządzania i inwestowania, oczekiwania wobec leasingu. Badanie zostało zrealizowane przez ICAN Institute.

409

Z okazji 30. urodzin **Europejski Fundusz Leasingowy** zorganizował wydarzenie **„Czas zmian. Wyzwania dla biznesu pod lupą EFL"** na temat przyszłości leasingu oraz innowacji, które zdominują polski rynek leasingu i sektor MŚP w ciągu najbliższych lat. Zaprezentowane zostały wyniki najnowszego raportu EFL „Cyfrowa (r)ewolucja na rynku leasingu. Pod lupą". Gościem specjalnym wydarzenia był dr Maciej Kawecki, ekspert w dziedzinie nowych technologii.

409

Z inicjatywy agencji **FleishmanHillard** powstał „Poradnik: jak mówić i pisać o grupach narażonych na dyskryminację. **Etyka języka** i odpowiedzialna komunikacja". Celem publikacji, skierowanej w szczególności do specjalistów komunikacji i marketingu oraz dziennikarzy, jest dostarczenie rzetelnej wiedzy osobom, które chcą używać języka niewykluczającego, nieobrażającego, wolnego od stereotypów i uprzedzeń. Poradnik dostępny jest na licencji CC (BY) – może być wykorzystywany w dowolny sposób i bez ograniczeń, za podaniem źródła.

41

Go Responsible wraz z Centrum UNEP/GRID-Warszawa zrealizowało **Benchmark Strategii Klimatycznych** – obszerne i cykliczne badanie strategii klimatycznych firm, mające na celu ocenę, w jakim zakresie firmy raportują kwestie klimatyczne, oraz wskazanie ewentualnych braków w raportowaniu. Pierwsza edycja dotyczyła spółek z WIG 20 i mWIG 40. Docelowo wyniki badania mają zachęcić firmy do wprowadzania ambitnych polityk klimatycznych i realnych działań oraz wpłynąć na podniesienie jakości raportowania kwestii klimatycznych przez firmy.

10

Grupa ANG jest współtwórcą i sygnatariuszem **Deklaracji Odpowiedzialnej Sprzedaży**, która powstała jako odpowiedź na występujące w branży finansowej nieprawidłowości i pomysł na to, jak im przeciwdziałać. Dokument tworzy ramy odpowiedzialności instytucji finansowych wobec konsumenta, stawia wymagania dotyczące podejmowania konkretnych działań wykraczających ponad te określone przez prawo i zachęca do ciągłego doskonalenia się w tym obszarze. Dla konsumenta ma być rekomendacją i potwierdzeniem, że sygnatariusz Deklaracji to instytucja sprzedająca swoje produkty i usługi w sposób odpowiedzialny.

1000

Grupa ANG jest inicjatorem projektu społecznego **NNO. Po stronie odpowiedzialności** realizowanego w ramach Fundacji Nienieodpowiedzialni. Zespół NNO definiuje największe wyzwania społeczne, etyczne, filozoficzne, ekonomiczne, ekologiczne i poszukuje rozwiązań, które czyniłyby życie oraz biznes bardziej zrównoważonym i odpowiadającym potrzebom wspólnym dzisiejszego świata. Do rozmów, dyskusji i debat prowadzonych w NNO zaprasza filozofów, etyków, psychologów, socjologów, działaczy praw człowieka, ekologów oraz liderów biznesu.

1000

Ranking „Równi w Biznesie" jest prowadzony przez **Grupę Eurocash** od 2017 r. i ocenia strategie stosowane przez największych producentów FMCG w Polsce wobec niezależnych sklepów detalicznych, które stanowią niemal połowę rynku detalicznego w Polsce. Ranking ma na celu wyróżnienie tych producentów, którzy poprzez sprawiedliwe traktowanie lokalnych sklepów detalicznych pozytywnie wpływają na ich konkurencyjność względem dyskontów i centralnie zarządzanych supermarketów.

22000

Grupa Kapitałowa LOTOS stworzyła na stronie internetowej firmy podstronę **CyberLOTOS** z informacjami dotyczącymi cyberbezpieczeństwa – praktyki polegającej na ochronie systemów, sieci i programów przed atakami cyfrowymi.

5476

OLX Know How 2022 to zorganizowane przez **Grupę OLX** spotkanie online na temat obecnej sytuacji na rynku pracy. Spotkanie było skierowane do branży HR i pracodawców będących klientami serwisu OLX (kategoria „praca"). Podczas wydarzenia przeprowadzone zostały rozmowy z ekspertami rynku pracy, a także gośćmi z obszarów, takich jak dziennikarstwo, kultura czy nauka. Zaprezentowano nowy raport „Prognozy przyszłości – OLX Praca" dotyczący zmian rynku w dobie pandemii oraz wyłoniono laureatów konkursu „Liderzy Rekrutacji".

500

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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

Kongres Różnorodności to organizowana od 2014 r. przez **Henkel Polska** i BETTER konferencja zrzeszająca specjalistów i praktyków wokół tematu zarządzania różnorodnością. Siódma edycja Kongresu Różnorodności pod hasłem „Tak silni jak najsłabszy z nas – czyli jak wzmacniać ludzi i organizacje w kryzysie (i nie tylko)" odbyła się w formule online. Uczestnicy dyskutowali o tym, jak budować odporność w czasach zmiany i niepewności, jak zadbać o zdrowie psychiczne własne i swoich współpracowników, jak będzie wyglądać przyszłość rynku pracy, jakich liderek i liderów potrzebujemy i czego od nich oczekujemy.

500

Letnia **Akademia Rekrutacji HRlink i Goldenline** to projekt stworzony w odpowiedzi na zapotrzebowanie uczestników webinarów eksperckich realizowanych wiosną 2021 r. W jego ramach **HRlink** stworzył bezpłatny projekt edukacyjny standaryzujący podstawy wiedzy z zakresu nowoczesnej i partnerskiej rekrutacji.

40

W trakcie programu **HR dla każdego** firma **HRlink** zrealizowała 16 bezpłatnych webinarów, miały na celu pokazanie pozytywnych wzorców, budowanie standardów i profesjonalizację polskiego rynku HR. W ramach działań powstało także 10 e-booków, cztery raporty eksperckie z ponad 60 wypowiedziami i inspiracjami do wdrożenia w organizacji.

40

Program **NGOotwarci** firmy **HRlink** poprzez nieodpłatną publikację materiałów eksperckich, promocję, prezentację informacji prasowych oraz wsparcie merytoryczne zespołu redakcji portali Goldenline umożliwił organizacjom pożytku publicznego prezentację projektów i działań z obszaru powiązanego z szeroko rozumianą pracą i rozwojem społeczności. W sumie na łamach Centrum Kariery i bloga HR ukazało się niemal 50 publikacji NGO-sów i inicjatyw społecznych.

40

LUX MED we współpracy ze Szkołą Główną Handlową stworzył projekt **Zdrowa Perspektywa**. Jego celem było zebranie inspiracji i innowacyjnych rozwiązań pozwalających przetrwać trudny rok 2020, ale także wykorzystać go do przeprowadzenia zmian. Firma zaprosiła do udziału w projekcie najlepszych menedżerów i specjalistów na rynku, którzy opracowywali rekomendacje dobrych praktyk w ramach dwóch filarów: „Zdrowa firma" oraz „Zdrowe społeczeństwo".

19000

VI Małopolskie Forum Finansowe. Zielony rozwój firm to wydarzenie zorganizowane przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego**, skupione na prezentacji rozwiązań łączących świat finansów z praktyką biznesową organizacji. Szósta edycja Forum skupiała się na prezentacji rozwiązań umożliwiających rozwój „zielony", a więc ekologiczny, zrównoważony, z uwzględnieniem GOZ.

186

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego zorganizowała **Konferencję SDGLab. Nowe technologie dla zrównoważonego rozwoju**, której celem było zapoznanie szerokiego grona odbiorców z zagadnieniami SDG oraz pokazywanie realnych działań i praktyk w tej dziedzinie. Druga edycja konferencji skupiona była na nowych technologiach i rozwiązaniach przekładających się na zmiany w sposobie działania firm.

186

Konferencja EDULab. Nowe technologie. Nowe kompetencje to wydarzenie zorganizowane przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego**. Trzecia edycja konferencji skupiona była na nowych technologiach wkraczających w coraz większym stopniu w życie i środowisko pracy każdego z nas, a także wynikających z tego zmianach w umiejętnościach i kompetencjach menedżerów oraz pracowników.

186

Nowy Styl – jako firma nie tylko produkująca meble biurowe, ale też doradzająca w aranżacji i organizacji przestrzeni biurowych – wydał raport **Workspace of tomorrow**. Pandemia COVID-19 rzuciła nowe światło na organizację pracy biur na całym świecie. Firma wyszła naprzeciw temu wyzwaniu i podzieliła się swoim know-how, pokazując nową rolę i funkcje przestrzeni biurowych. Raport to zbiór proponowanych rozwiązań projektowych dla biur pracujących w modelu hybrydowym, które pomagają zadbać o pracownika, zapewniając mu komfortowe i bezpieczne warunki pracy.

6883

Aby lepiej zrozumieć, jak być operatorem „włączającym" w cyfrowy świat, firma **Orange Polska** przygotowała **Raport „Wykluczenie społeczno-cyfrowe w Polsce. Stan zjawiska, trendy, rekomendacje"**. Jest to kompleksowa analiza ogólnodostępnych badań dotyczących wykluczenia społeczno-cyfrowego, uzupełniona o dane sieciowe Orange Polska oraz dodatkowe badania opinii Polaków na temat tego zjawiska. Publikacja wskazuje konkretne grupy, do których zarówno w dobie pandemii, jak i po jej zakończeniu należałoby w pierwszej kolejności skierować działania wspierające włączenie społeczno-cyfrowe.

10880

Krajowy Instytut Gospodarki Senioralnej wraz z partnerem merytorycznym, firmą **Philip Morris Polska** oraz partnerem społecznym, Związkiem Ochotniczych Straży Pożarnych RP, zainicjował i opracował **Program Dialogu Pokoleń**, będący platformą do działań międzypokoleniowych w zakładach pracy. Wynikiem współpracy tych trzech podmio-

tów jest projekt, który stanowi zbiór narzędzi i standardów mających na celu dostosowanie organizacji do potrzeb zróżnicowanych wiekowo zespołów.

7500

Dzięki **Sandbox Blockchain** firmy o innowacyjnym podejściu do biznesu mogą bezpłatnie przetestować swoje projekty w profesjonalnym i bezpiecznym środowisku programistycznym oraz uzyskać wsparcie eksperckie. Głównymi założeniami projektu są: zwiększenie innowacyjności polskiego rynku w zakresie rozwiązań opartych na blockchainie, popularyzowanie wiedzy o tej technologii i upowszechnienie jej stosowania m.in. poprzez ułatwienie i przyspieszenie ścieżki wdrożeniowej testowanym przedsięwzięciom. Fundacja KIR na Rzecz Rozwoju Cyfryzacji Cyberium, IBM i Chmura Krajowa odpowiadają za kwestie technologiczne, **PKO Bank Polski** pełni funkcję akceleratora, a Fundacja FinTech Poland i Urząd Komisji Nadzoru Finansowego wspierają projekt w kwestiach związanych z regulacjami i otoczeniem prawnym.

22000

Kompleksowe i trwałe wdrażanie rozwiązań na rzecz środowiska oraz neutralizowanie wpływu działalności firmy na ekosystem są możliwe tylko przy włączeniu interesariuszy, dlatego dla **Polpharmy** niezwykle istotne jest **angażowanie dostawców w działania w priorytetowych obszarach środowiskowych**. Firma zainicjowała konkurs dobrych praktyk, którego efektem były wydany w 2021 r. „Przewodnik dobrych praktyk – Przegląd działań środowiskowych" obejmujący praktyki Polpharmy oraz (wyłonione w konkursie praktyki dostawców) przykładowe rozwiązania ze świata, a także narzędzie pozwalające oszacować wpływ biznesu na środowisko w kluczowych obszarach.

7500

Polpharma od lat angażuje się w edukację środowiska medycznego. Aby ułatwić lekarzom korzystanie z przydatnych materiałów w ramach jednego narzędzia, powstała **PolpharmaDlaCiebie.pl** – interaktywny portal z wiedzą medyczną zawierający ofertę edukacyjną dla ok. 30 specjalizacji. Platforma cyfrowa zawiera ponad tysiąc artykułów, kalkulatory medyczne, testy wiedzy, 300 wideo wykładów Polpharma.TV, konferencje i warsztaty, materiały dla pacjenta.

7500

Spotkania **Dzień dobry PPNT** to przestrzeń stworzona przez **Poznański Park Naukowo-Technologiczny**, w której eksperci z różnych dziedzin dzielą się wiedzą oraz doświadczeniami. Początkowo to specjaliści i doradcy Poznańskiego Parku przekazywali lokatorom podczas spotkań informacje związane m.in. z własnością intelektualną, patentem, znakiem towarowym czy grantami. Z biegiem czasu lokatorzy PPNT stali się również prelegentami i przekazują uczestnikom wiedzę z zakresu gospodarki odpadami i opakowaniami czy krajowych oraz europejskich regulacji dotyczących dronów. Część spotkań z cyklu „Dzień dobry PPNT" miała charakter otwarty i mogli w nich brać udział przedstawiciele społeczności lokalnej.

135

Firma szkoleniowa **RELATIONS Maria Pawłów** oferuje bezpłatne materiały z dziedziny **wdrażania polityki antymobbingowej, antydyskryminacyjnej oraz dobrych praktyk zarządczych**. Dostęp do artykułów oraz aktualnego orzecznictwa i komentarzy do sytuacji społecznej gwarantuje stałe podnoszenie wiedzy i świadomości pracowników i kadry kierowniczej.

1

Firma **TIM** promuje **zrównoważony i odpowiedzialny e-commerce**, dzieląc się wiedzą i wymieniając doświadczeniami z zakresu realizowanych działań CSR. Przedstawiciel spółki uczestniczy w pracach grupy merytorycznej „Odpowiedzialny e-commerce", prowadzonej przez Izbę Gospodarki Elektronicznej . Efektem prac są m.in. Kodeks Etyki e-commerce oraz dwa wydawnictwa e-Izby: poradnik „Zrównoważony e-commerce" i raport „Odpowiedzialny e-commerce".

286

Od 2011 r. firma **TIM** publikuje w serwisie korporacyjnym poradnikowo-analityczny cykl **Cały ten rynek**, edukując zarówno początkujących, jak i zaawansowanych inwestorów. Artykuły publikowane są dwa razy w miesiącu.

286

PRZECIWDZIAŁANIA NADUŻYCIOM

Zarząd Transportu Metropolitalnego podjął szereg działań w dziedzinie **edukacji antykorupcyjnej**. Są to m.in. cykliczne szkolenia na temat procedur antykorupcyjnych i zwalczania przestępczości antykorupcyjnej, prowadzone przez przedstawicieli Centralnego Biura Antykorupcyjnego. W organizacji funkcjonuje również Kodeks Etyczny określający, jak postępować w różnych sytuacjach służbowych. W 2021 r. ZTM wprowadził także zarządzenie zobowiązujące pracowników związanych merytorycznie z prowadzonymi postępowaniami przetargowymi do składania oświadczeń majątkowych.

300

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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

RELACJE Z DOSTAWCAMI

Dzięki inicjatywie **Nieperfekcyjna Marchew i Nieidealne Jabłka** sieć **Carrefour Polska** zachęca do przeciwdziałania marnowaniu zasobów i pomaga w tym swoim partnerom biznesowym. Firma wyszła naprzeciw potrzebom swoich dostawców i zobowiązała się kupić od nich nadwyżki marchwi i jabłek, które z powodu lockdownu nie trafiły do gastronomii i mogły się zmarnować. Tym samym realizuje długoletni program „STOP Marnotrawstwu".

12000

W celu zapewnienia bezpieczeństwa wszystkim osobom przebywającym w zakładach firma **CEMEX Polska** wprowadziła **certyfikację podwykonawców pod kątem zasad BHP**. Ocena zgodności spełnienia przez wykonawcę standardów HSMS oraz ISO 45001:2018 dokonywana jest za pomocą obiektywnego systemu weryfikacji przez zewnętrznego audytora. Na podstawie udzielonych informacji podwykonawcom nadawane są certyfikaty, tzw. zielone flagi, które upoważniają do współpracy z firmą. Audytor przekazuje również informacje o obowiązujących zasadach BHP CEMEX, dzięki czemu firmy mogą wdrożyć określone procesy naprawcze i po roku przystąpić do audytu recertyfikującego.

1000

Firma **CEMEX Polska** zawarła umowę z czeską firmą audytorską In-Prevent, której przedmiotem jest **certyfikacja dostawców w zakresie przestrzegania zasad społecznej odpowiedzialności** (ISO 26000). Dostawcy zobowiązani są do wykonania audytu oraz wypełnienia kwestionariusza, który służy do wykazania działań w obszarze odpowiedzialnego biznesu. Zweryfikowani dostawcy otrzymują certyfikat ważny 24 miesiące. Fakt posiadania certyfikatu stanowi jedno z kryteriów doboru dostawców podczas rozstrzyganych przetargów.

1000

Duża liczba awarii energetycznych spowodowana przez uszkodzenie kabli podczas prac budowlanych sprawiła, że **Grupa Enea** stworzyła **Koparkową kampanię informacyjną**. Akcja ma zwiększyć świadomość i odpowiedzialność wykonawców prac budowlanych, a przede wszystkim rozpropagować wśród przedsiębiorców branży budowlanej informację o konieczności zgłaszania uszkodzenia kabli pod bezpłatny numer alarmowy Pogotowia Energetycznego – 991. Grupa chce zmobilizować firmy budowlane do większej staranności przy prowadzeniu prac ziemnych i wcześniejszego sprawdzania lokalizacji podziemnej infrastruktury.

17480

Grupa Schiever w Polsce nieustannie pracuje nad rozwojem kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu, takich jak zaangażowanie społeczne, troska o środowisko naturalne, rozwój pracowników oraz ład organizacyjny. Wierząc, że partnerzy biznesowi podzielają to zaangażowanie, firma opracowała **Kodeks Postępowania dla Partnerów Biznesowych Grupy Schiever w Polsce**. Określa on minimalne wymagania wobec partnerów biznesowych w zakresie poszanowania praw człowieka, warunków pracy, ochrony środowiska oraz uczciwości w prowadzonej działalności biznesowej.

1200

Według Hochland **dobrostan zwierząt** jest **kluczem do dobrostanu ludzi**. Dążenie do stworzenia jak największej harmonii między zwierzęciem a jego środowiskiem naturalnym ma szczególne znaczenie w strategii przedsiębiorstwa. Wraz z Polską Izbą Mleka **Hochland** Polska opracował zasady dobrostanu dla całego rynku mleczarskiego i rozpoczął cykl audytów mających na celu ocenę stopnia spełnienia kryteriów. Jest również wraz z Polską Federacją Hodowców Bydła i Producentów Mleka inicjatorem Akademii Młodego Hodowcy.

800

Jednym z celów **Jeronimo Martins Polska** jest zwiększanie w ofercie sieci Biedronka udziału warzyw i owoców, których uprawa jest możliwa w polskich warunkach. Firma utworzyła program dostaw regionalnych, aby w ten sposób skrócić łańcuchy logistyczne oraz zapewnić dostawę świeżych i lokalnych produktów bezpośrednio do najbliższych sklepów. Jednocześnie powołała stanowisko **regionalnych kupców warzyw i owoców**, którzy poszukują zainteresowanych gospodarzy. Wymagania audytowe są dostosowane do możliwości mniejszych gospodarstw rolnych, tak aby nie stanowiły one przeszkody w nawiązaniu współpracy.

75000

Lewiatan Holding postawił na rozwój inicjatywy strategicznej **Wybieram lokalne** polegającej na wspieraniu relacji pomiędzy przedsiębiorcami a lokalnymi dostawcami. Efektem programu jest dostępność w sklepach Lewiatana produktów pochodzących od rolników z najbliższej okolicy. Finałem całorocznej akcji był II Festiwal Produktów Lokalnych – święto lokalności i relacji sąsiedzkich, podczas którego klienci mogli wziąć udział w degustacji oraz zakupić produkty w specjalnych cenach.

80

Lidl Polska stosuje serię **polityk zakupowych** dotyczących **dbania o zrównoważony rozwój w łańcuchu dostaw**, a także je opublikował. Są to wieloletnie zobowiązania określające zasady zrównoważonego zaopatrywania w produkty takie, jak kawa, herbata, kakao, olej palmowy, ryby i skorupiaki, warzywa i owoce. Celem stosowania polityk zakupowych jest mobilizacja producentów i konkurencji do wdrażania zrównoważonych standardów. W 2021 r. firma opublikowała trzy nowe polityki zakupowe dotyczące praw człowieka i równości płci w łańcuchu dostaw oraz politykę zakupową dla łańcuchów dostaw wolnych od wylesiania i konwersji.

24000

Celem firmy **MAKRO Polska** jest rozwijanie **zrównoważonego łańcucha dostaw**. MAKRO współpracuje jedynie z operatorami logistycznymi określającymi jako minimalne cele środowiskowe: brak freonów w instalacjach chłodniczych, zapewnienie w transporcie 80% udziału pojazdów o klasie emisji spalin co najmniej EURO 5, zachowanie łańcucha chłodniczego, użycie zdigitalizowanego systemu śledzenia towaru. W 2021 r. przedsiębiorstwo zaimplementowało wraz z operatorami logistycznymi nowe praktyki: stałą pracę nad maksymalizacją wypełnienia naczep, wymianę oświetlenia magazynu na energooszczędne, optymalizację transportu i tras poprzez łączenie dostaw dla hal MAKRO z innymi klientami.

5000

Toruńska kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni**, korzystając z różnego rodzaju towarów i usług, **wspiera lokalne przedsiębiorstwa**. W przypadku wyboru przedsiębiorstwa krawieckiego, kancelaria stawia na pracownię krawiectwa męskiego prowadzoną przez Leonarda Paneckiego. Materiały biurowe kupuje w hurtowni P.W. Redis Kantorski, a produkty spożywcze w Przedsiębiorstwie Handlowo-Usługowym FONTE. Dokonując wyboru danej oferty, kancelaria za każdym razem stara się, aby było to przedsiębiorstwo działające na terenie Torunia lub województwa kujawsko-pomorskiego.

8

Cocoa Life to zainicjowany przez **Mondelēz International w Polsce** program zrównoważonej uprawy ziaren kakaowca. Jego celem jest zapewnienie stabilnego łańcucha dostaw kakao przy jednoczesnym zabezpieczeniu przyszłości lokalnych rolników, ich rodzin i społeczności. Program obejmuje wsparcie rozwoju gospodarstw, a także działania na rzecz wzmocnienia pozycji kobiet, ich edukacji i przedsiębiorczości. Od rozpoczęcia programu inicjatywa objęła ponad 188 tys. rolników. Do końca 2020 r. 68% ziaren kakaowca wykorzystywanych w produkcji czekolad pochodziło z Cocoa Life, co przybliża firmę do celu, aby w 2025 r. było to 100%.

4600

Firma **Nowy Styl** stale **analizuje ryzyka dostawców**. W tym celu rozwija narzędzia oceny i weryfikacji spełniania standardów etycznych, społecznych i środowiskowych w swoim łańcuchu dostaw. W 2021 r. poddała analizie ryzyka 173 kluczowych dostawców i podwykonawców. Ocenione zostały ryzyka wynikające z rodzaju produktu, typu produkcji i kraju, z którego pochodzi dostawca.

6883

Firma **Nowy Styl** zorganizowała pierwszą edycję **konkursu Supplier Sustainability Award**. Do konkursu przystąpiło ponad 20 kluczowych dostawców z całej Europy (m.in. z Polski, Austrii, Danii, Hiszpanii, Niemiec, Rumunii, ze Szwecji, z Wielkiej Brytanii i Włoch), prezentując najciekawsze praktyki z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Konkurs stał się okazją do międzynarodowej wymiany doświadczeń i promocji zasad zrównoważonego rozwoju.

6883

Kodeks Etyki obowiązujący w **PGE Polskiej Grupie Energetycznej** stanowi deklarację uczciwego działania organizacji, określa jej wymagania i zobowiązania wobec pracowników i otoczenia. Wspiera także ich przestrzeganie poprzez możliwość zgłaszania nieprawidłowości. W relacjach z partnerami biznesowymi PGE stosuje analogiczne zasady, określone w **Kodeksie Postępowania dla Partnerów Biznesowych Grupy Kapitałowej PGE**. Polska Grupa Energetyczna oczekuje od swoich kontrahentów prowadzenia biznesu w sposób transparentny, etyczny, odpowiedzialny i zgodny z prawem oraz traktowania swoich pracowników uczciwie i z poszanowaniem godności.

42000

Planko współpracuje głównie z producentami niemieckimi. Dbając o jakość i **bezpieczeństwo swoich produktów**, firma upewnia się, że dostawcy posiadają wymagane certyfikaty i atesty potwierdzające bezpieczeństwo i wysoką jakość produktów. Dla Planko ważne jest także, aby producenci byli firmami dbającymi o środowisko i posiadali w tym zakresie odpowiednie certyfikaty.

12

Kodeks postępowania dla partnerów biznesowych jest dokumentem skierowanym do dostawców produktów i usług dla podmiotów z Grupy Stena Metall, której częścią jest **Stena Recycling**. Dotyczy także innych partnerów biznesowych w łańcuchach wartości, których działania lub zaniechania mogą mieć wpływ na wyniki, markę lub reputację w zakresie zrównoważonego rozwoju Grupy.

594

RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

Coca-Cola HBC Polska oraz **Coca-Cola Poland Services** kolejny raz **wsparły branżę HoReCa w „Restaurant Week"**. Podczas wydarzenia promowane są lokale gastronomiczne podnoszące się po trudnościach

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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

w czasie zamknięcia spowodowanego pandemią COVID-19. W akcji wzięło udział ponad 300 restauracji oraz 84 013 gości z całej Polski. Firmy przekazały napoje na rzecz wsparcia restauracji oraz zorganizowały warsztaty barmańskie Mixuj z Kinley, podczas których barmani mogli doskonalić swoje umiejętności pod okiem ekspertów.

1810 Coca-Cola HBC Polska | 260 Coca-Cola Poland Services

Veolia Energia Łódź została jednym z partnerów programu **#TowaRower** skierowanego do przedsiębiorców, którzy chcieli skorzystać z rowerów towarowych ze wspomaganiem elektrycznym. W ramach wsparcia mikroprzedsiębiorstwa i małe przedsiębiorstwa mogły otrzymać dofinansowanie od **Fundacja Veolia Polska** przekraczające połowę wartości roweru. Pilotaż projektu związanego z rowerami cargo jest kolejnym, w którym uczestniczyła Veolia Energia Łódź, potwierdzając tym samym swój wkład w realizację „Ekopaktu dla Łodzi" w obszarze elektromobilności.

4300

W czasie lockdownu, w ramach wzajemnego wsparcia gastronomii i handlu, należąca do **Groupe SEB Polska** marka Tefal zorganizowała akcję **Wspieramy się od kuchni**. Aby zachować ciągłość sprzedaży i wspierać morale pracowników, firma nawiązała relację z sieciami restauracji prowadzącymi sprzedaż wyłącznie na wynos. W zamian za udostępnienie wolnej przestrzeni na pop-upowe sklepy, Tefal partycypował w kosztach wynajmu lokali gastronomicznych, pomagając tym samym restauracjom w obniżeniu stałych kosztów działalności. Dodatkowo akcja wspierana była systemem wzajemnych zniżek.

410

W 2021 r. po raz kolejny **Grupa CCC** przeprowadziła **badanie istotności**, które miało na celu identyfikację ważnych dla interesariuszy firmy zagadnień zrównoważonego rozwoju i ryzyk ESG. Aby na bieżąco uwzględniać w działalności oczekiwania interesariuszy, CCC zobowiązało się do przeprowadzania szczegółowego badania raz na dwa lata. Pierwsze badanie wykonano w 2017 r.

13220

Akademia Umiejętności Eurocash to największy w Polsce kompleksowy program edukacyjno-szkoleniowy wspierający polskie sklepy detaliczne zrzeszone w sieciach franczyzowych i partnerskich **Grupy Eurocash**. Najwyższą jakość oferty edukacyjnej Akademii oraz stałe doskonalenie procesów szkoleniowych potwierdza certyfikat ISO 9001:2015. Akademia jest jedyną instytucją szkoleniowo-edukacyjną w Polsce, która zapewnia dostęp do wiedzy online i offline, na różnych poziomach kompetencji i z każdego obszaru tematycznego dotyczącego zarządzania sklepem.

22000

Centrum Pomocy Psychologicznej dla klientów firmy **KRUK** zostało powołane do działania w listopadzie 2014 r. Firma zdiagnozowała wówczas potrzebę zaoferowania wsparcia psychologicznego obsługiwanym przez nią klientom, którzy podczas rozmów z doradcami zgłaszali, że są w kryzysie psychologicznym. Z badań społecznych zlecanych przez firmę (badanie KANTAR Polska „Polacy wobec zadłużenia 2021") wynika, że aż 95% społeczeństwa uważa, że zadłużenie może wpływać na inne problemy życiowe, np. spadek nastroju czy poczucie bezsilności.

1500

Firma **Kuehne+Nagel** w 2020 r. powołała w Polsce lokalny Komitet CSR, który koncentruje się na planowaniu i wdrażaniu inicjatyw wspierających realizację celów strategicznych na szczeblu ogólnokrajowym. Komitet CSR realizuje **kampanie edukacyjne dla pracowników i logistyków spoza firmy**. Koordynuje działania na rzecz społeczności lokalnych w ramach wolontariatu pracowniczego i ochrony klimatu. Eksperci pracujący w Kuehne+Nagel od 2019 r. prowadzą bezpłatne webinary dla logistyków, podczas których kompleksowo omawiają tematy związane z transportem.

2300

LOTTE Wedel prowadzi transparentną i partnerską komunikację z interesariuszami, stawiając w niej również na edukację na temat funkcjonowania sektora producentów słodyczy. W 2021 r. Wedel wydał **raport „Światowy i polski rynek czekolady"**, w którym przedstawia informacje i dane na temat rozwoju branży, m.in. trendy konsumenckie, łańcuch wartości i kierunki rozwoju. Do współtworzenia raportu zaproszono pracowników firmy z różnych działów oraz ekspertów zewnętrznych z firm współpracujących z Wedlem.

1300

LOTTE Wedel od początku swojego istnienia wykorzystuje najwyższej jakości kakao, pochodzące z Ghany. Dostrzegając i odpowiadając na potrzeby lokalnej społeczności, firma podjęła **współpracę z Omenaa Foundation przy budowie szkoły w Ghanie**. Obecnie do placówki uczęszczają dzieci będące podopiecznymi ośrodka, który zajmuje się osobami doświadczającymi przemocy.

1300

LUX MED przeprowadził serię **webinarów dla pracodawców „Bezpieczny powrót do biura"** w czasie pandemii oraz przedstawił dobre praktyki związane z organizacją pracy hybrydowej w trosce o zdrowie pracowników. W prowadzenie webinarów zaangażowani byli eksperci medyczni **LUX MED**. Uzupełnienie warsztatów stanowiły bezpłatne publikacje z opisami najlepszych praktyk.

19000

Żabka Polska jako jedna z pierwszych firm podpisała **Kodeks Dobrych Praktyk dla rynku franczyzy**. Celem jest zapewnienie wysokich standardów współpracy pomiędzy franczyzobiorcami a franczyzodawcami. Ogłoszony w lipcu 2021 r. dokument zawiera zbiór dobrych praktyk związanych ze współpracą i wpisuje się w podejmowane przez Żabkę inicjatywy na rzecz budowania partnerskich i transparentnych relacji biznesowych. Żabka zaproponowała też franczyzobiorcom zbiorowe ubezpieczenie **Polisa na biznes** zwiększające bezpieczeństwo finansowe wobec ryzyka ekonomicznego wynikającego z prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

2024

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

51 firm

71 praktyk

Norma ISO 26000 przedstawia zagadnienia konsumenckie jako między innymi sprawiedliwe praktyki marketingowe, zrównoważoną konsumpcję, działania uwzględniające potrzeby konsumentów szczególnie wrażliwych i znajdujących się w niekorzystnej sytuacji społecznej oraz ochronę zdrowia i bezpieczeństwa. Zgłoszone do tegorocznego Raportu inicjatywy biznesu w zakresie CSR dotyczą szczególnie ostatniego z wymienionych obszarów, gdzie oprócz wprowadzenia zdalnych lub bezkontaktowych systemów obsługi klientów, firmy skupiły się na kontekście cyberbezpieczeństwa. Wśród wszystkich 71 dobrych praktyk (w stosunku do 107 w roku poprzednim, co stanowi 66%), kategoria zdrowia i bezpieczeństwa należała do najliczniejszych (17 praktyk).

Równy priorytet nadano działaniom edukacyjnym (16 praktyk), które można podzielić na kilka mniejszych obszarów: oszczędzanie i zarządzanie domowym budżetem, prawidłowe żywienie i planowanie posiłków, bezpieczne i odpowiedzialne korzystanie z nowoczesnych technologii, właściwe postępowanie ze zużytym sprzętem elektrycznym i elektronicznym oraz świadoma konsumpcja. Poszczególne tematy były prezentowane klientom oraz osobom zatrudnionym w postaci webinarów, kampanii promocyjno-edukacyjnych, szkoleń stacjonarnych oraz online, filmów edukacyjnych, poradników, a nawet w formie programu telewizyjnego.

Zachęcanie konsumentów do ograniczenia skali marnowania żywności poprzez między innymi właściwe odczytywanie dat ważności na opakowaniach produktów oraz korzystanie z aplikacji wspierających ideę zero waste (Too Good To Go) znalazło odzwierciedlenie także w kategorii odpowiedzialnej konsumpcji (10 praktyk). To jednak nie wszystko. Firmy starały się odpowiedzieć na jedno z wciąż kluczowych wyzwań w odpowiedzialnej konsumpcji, którym jest prowadzenie pojazdu po spożyciu alkoholu. W tym celu zrealizowano kilka programów i kampanii społecznych: „Alkohol. Zawsze odpowiedzialnie", „»Nigdy nie jeżdżę po alkoholu – #ZEROwymówek« z Andrzej Rysuje", „Trzeźwo myślę".

Nie sposób nie wspomnieć o najprawdopodobniej największym wyzwaniu dla ludzkości w XXI wieku. Rok 2021 to dla wielu podmiotów zaangażowanych w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju okres istotnych wydarzeń i inicjatyw mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu. Mowa między innymi o pakiecie „Fit for 55" czy 26. Konferencji Klimatycznej ONZ – COP26. Biznes w reakcji na pojawiające się regulacje, jak również oczekiwania klientów angażuje się w działania prośrodowiskowe, ułatwiając konsumentom na przykład segregację odpadów. Kategoria ułatwień dla klientów (14 praktyk) odnosi się także do rzeczywistości pandemicznej – wprowadzania zdalnych kanałów obsługi oraz cyfrowych narzędzi.

Tematyka równie aktualna dziś, jak i w ubiegłorocznym Raporcie (10 praktyk w porównaniu z 28 praktykami w roku poprzednim) to działania na rzecz dostępności dla osób z grup zagrożonych wykluczeniem (ludzi starszych, ograniczonych mobilnie, niewidomych, niedowidzących i z innymi niepełnosprawnościami). Jednym z przykładów dobrych praktyk w tym obszarze (dostępność produktów i usług) jest wprowadzenie kanału kontaktu dla osób głuchych – połączenia online z usługą Tłumacz Migam. Powtarzaną praktyką firm było również dołączenie do ogólnopolskiej akcji „Ciche godziny", skierowanej szczególnie do osób w spektrum autyzmu i nadwrażliwością sensoryczną. W tegorocznym Raporcie nie zabrakło też inicjatyw w zakresie odpowiedzialnego marketingu, choć stanowiły zaledwie 4% wszystkich praktyk w obszarze zagadnień konsumenckich.

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

Liczba zatrudnionych pracowników w 2021 r.

Małe / średnie przedsiębiorstwo

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 235

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I USŁUG

Firma **ALDI** dołączyła w 2021 r. do ogólnopolskiej **akcji Ciche godziny**, której inicjatorem jest fundacja JIM. W trosce o komfort osób w spektrum autyzmu i ich bliskich, od 1 lutego w określonych dniach i godzinach we wszystkich sklepach ALDI została wyłączona muzyka. Ponadto osoby w spektrum autyzmu mogły skorzystać z oznaczonych kas pierwszeństwa.

3600

W 2021 r. **Allegro** wprowadziło nowy **kanał kontaktu dla osób głuchych – połączenie online z usługą Tłumacz Migam**. Pozwalał on na konsultacje online z klientami platformy przy udziale tłumacza polskiego języka migowego. Firma przygotowała także udogodnienia dla odbierających przesyłki z automatów One Box by Allegro oraz dostosowała aplikację do potrzeb osób niewidomych i niedowidzących. Jednocześnie prowadziła konsultacje z partnerami społecznymi, jak również infolinię wsparcia w e-zakupach dla osób 65+ oraz kampanię społeczno-marketingową Toproste.allegro.pl.

4770

Auchan Retail Polska w 2019 r. wprowadził **akcję Godziny ciszy**. To czas, w którym sklepy starały się wyeliminować wszystkie źródła dźwięku i ograniczyć natężenie oświetlenia. Główni beneficjenci inicjatywy to osoby ze spektrum autyzmu i nadwrażliwością sensoryczną. Nowe, ujednolicone zasady funkcjonowania projektu umożliwiły osobom nadwrażliwym spokojne zakupy w sprzyjających warunkach. Akcja została zrealizowana we wszystkich sklepach Auchan w Polsce.

19000

BNP Paribas Bank Polska wprowadził **działania na rzecz dostępności** dla osób z grup zagrożonych wykluczeniem (np. osób starszych, z niepełnosprawnościami czy odwiedzających placówki z dziećmi). Ponad 75 oddziałów Banku przeszło audyt oraz otrzymało certyfikat „Obiekt bez barier" nadawany przez Fundację Integracja. Dodatkowo, Bank otrzymał dwukrotnie certyfikat „Senior OK".

9200

Zamieniam się w słuch to program **Credit Agricole Bank Polska** na rzecz poprawy dostępności usług bankowych dla osób niesłyszących. Doradcy w czasie kontaktu z klientami w placówkach lub na CA24 Infolinii mogli skorzystać z systemu zdalnego tłumaczenia na polski język migowy – MIGAM. Bank wyposażył też 20 placówek w pętle indukcyjne. W 2021 r. wprowadził do oferty konto bez opłat dla osób niesłyszących.

4325

Inicjatywa **Abc na kołach** **Grupy Eurocash** to sieć ogólnospożywczych sklepów mobilnych regularnie odwiedzających klientów w miejscowościach, w których przeważnie brakowało punktów stacjonarnych. Akcja została skierowana do osób narażonych na wykluczenie w dostępie do podstawowych produktów (niemających sklepu w bezpośrednim sąsiedztwie lub ograniczonych mobilnie). „Abc na kołach" liczyła w 2021 r. ponad 100 mobilnych obiektów.

22000

Firma **LOTTE Wedel** wprowadziła na stronie internetowej zmiany, dzięki którym osoby niewidzące, niedowidzące i z innymi niepełnosprawnościami mają łatwy dostęp do treści. Celem **dostosowania strony WWW zgodnie ze standardem WCAG 2.1** było zmniejszenie wykluczenia cyfrowego. Pierwszy krok polegał na przeprowadzeniu audytu przez Fundację Widzialni. Raport wskazał konkretne działania, które należało podjąć, m.in. w obszarze postrzegalności i funkcjonalności. Strona www.wedel.pl wraz z podstronami spełniła wymagania WCAG 2.1 na poziomie AA w 86%, w porównaniu do 62% sprzed zmian.

1300

Nhood Polska rozwinęło **współpracę z administracją lokalną**, którą zaprosiło do tworzenia punktów obsługi mieszkańców na terenie centrów i galerii handlowych. W Galerii Bronowice w Krakowie powstał m.in. Punkt Obsługi Mieszkańców Urzędu Miasta Krakowa Wydziału Spraw Administracyjnych, gdzie można było zgłosić zameldowanie lub wymeldowanie oraz zarejestrować działalność gospodarczą. W Galerii Łomianki działał Punkt Konsultacyjno-Informacyjny programu „Czyste Powietrze", obsługiwany przez Urząd Miasta i Gminy Łomianki.

80

Santander Bank Polska od 2010 r. realizuje program **Obsługa bez barier**, w ramach którego wprowadził ułatwienia dla klientów z różnymi potrzebami, niezależnie od kanału bankowania. Tworząc rozwiązania, Bank współpracuje z fundacjami działającymi na rzecz osób z niepełnosprawnościami. W 2021 r. Bank wyposażył kolejne dwa oddziały w dodatkowe udogodnienia, w tym: ścieżki dotykowe, mapy tyflograficzne i system nawigacyjno-informacyjny TOTUPOINT wspomagający orientację przestrzenną osób z niepełnosprawnością wzroku.

9584

Skanska Residential Development Poland poprzez inicjatywę **Dom z certyfikatem dostępności „Obiekt bez barier"** zaimplementowała rozwiązania znoszące bariery architektoniczne do swoich inwestycji, z których korzystają m.in. seniorzy, rodziny z dziećmi oraz osoby z niepełnosprawnościami. Oprócz realizacji przestrzeni wspólnych według wytycznych certyfikatu „Obiekt bez barier", 40% mieszkań na osiedlu Holm House zostało zaprojektowanych z myślą o osobach z ograniczeniami fizycznymi. Inżynierowie Skanska Residential Development Poland współpracowali z audytorami Fundacji Integracja.

2000

EDUKACJA KONSUMENTÓW

Carrefour Polska poprzez **wdrożenie technologii blockchain dla produktów spożywczych** miał na celu m.in. budowanie transparentności polskiego rynku żywności oraz wspieranie rozwoju swoich dostawców działających w zgodzie z filozofią rolnictwa zrównoważonego. W pierwszej fazie inicjatywy wzięło udział 10 polskich gospodarstw rolnych. Proces paszportyzacji żywności rozpoczął się w kwietniu z wykorzystaniem rozwiązań IBM Food Trust. Sieć przeprowadziła także kampanię promocyjno-edukacyjną.

12000

Columbus Energy zorganizował cykliczne bezpłatne **webinary prowadzone przez ekspertów firmy**, edukując konsumentów na temat nowoczesnej energetyki. Tematyka wydarzeń dotyczyła zagadnień związanych z odnawialnymi źródłami energii, m.in. fotowoltaiki, pomp ciepła, magazynów energii, elektromobilności. Na wybrane spotkania Columbus zaprosił gości specjalnych, np. redaktora serwisu Wysokienapiecie.pl. W 2021 r. Columbus zorganizował łącznie 18 bezpłatnych webinarów transmitowanych na żywo. Wydarzenia zgromadziły łącznie 11 226 uczestników.

3000

Celem kampanii edukacyjnej **Wyzwanie oszczędzanie** zorganizowanej przez **Credit Agricole Bank Polska** było zachęcenie Polaków do bardziej świadomego gospodarowania pieniędzmi i rozporządzania domowym budżetem oraz promowanie odpowiedzialnej konsumpcji. Powstała społeczność na grupie na profilu Facebook licząca niemal 3700 osób. Zorganizowano na niej spotkania live i webinary ekspertów. Bank wydał także e-poradnik „Dobre patenty na oszczędzanie" oraz wystartował ze stroną internetową, na której zebrał w jednym miejscu treści o oszczędzaniu i zarządzaniu domowym budżetem.

4325

Centrum ElektroEkologii to miejsce w Warszawie, którego celem jest edukacja na temat właściwego postępowania ze zużytym sprzętem elektrycznym i elektronicznym. Głównym obszarem działań było prowadzenie warsztatów w formie stacjonarnej oraz online, skierowanych do dwóch grup docelowych: klas 7–8 szkół podstawowych oraz klas 1–4 szkół ponadpodstawowych. W ramach wydarzeń Centrum, inicjatywy **ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego**, wzięło udział w sumie 2772 uczniów.

14

Akcja marki Perwoll, należącej do firmy **Henkel Polska**, miała na celu edukację społeczeństwa w obszarze odpowiedzialnej konsumpcji mody. Poprzez **#RethinkFashion** firma zachęcała, aby kupować mniej ubrań, ale lepszej jakości oraz troskliwiej dbać o te, które się ma. 3 listopada 2021 r., we współpracy z Top Model TVN, wystartował program na antenie TVN wspierający akcję. Stworzono także bazę wiedzy z m.in. wskazówkami dotyczącymi odpowiedniej pielęgnacji ubrań.

500

Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe od 2013 r. prowadzi specjalistycznego bloga, na którym publikuje materiały dotyczące produktów, technologii, rozwiązań i zastosowań proponowanych klientom. W **edukację klienta i umożliwianie świadomego podejmowania decyzji zakupowych** angażują się wszyscy pracownicy będący doradcami technicznymi z poszczególnych działów. W 2021 r. szczególny nacisk został położony na tworzenie filmów edukacyjnych.

48

ING Bank Śląski przeprowadził kampanię **Co ekonomiczne to ekologiczne** miała na celu zachęcenie Polaków do oszczędzania i pokazanie, jak świadome podejście do zakupów może przynieść podwójną korzyść: pozytywne efekty dla domowego budżetu, ale także dla środowiska. Głównym elementem kampanii, rozpoczętej w czwartym kwartale 2021 r., było sześć spotów.

8500

Intrum działa na rzecz edukacji w zakresie zarządzania finansami, prowadząc blisko od dekady badania i analizy dotyczące stanu zadłużenia w Polsce. W ramach inicjatywy **zdrowa gospodarka, zrównoważone płatności**, opublikował materiały eksperckie oraz poradniki skierowane do konsumentów. Jednym z wdrożonych działań było stworzenie cyklu „Ogarniam Finanse", którego liczba publikacji w prasie i kanałach online od lipca do grudnia 2021 r. wynosiła 1300.

520

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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

Program Bonusowy KRUK „Marzenia z gwarancją spełnienia" istnieje od 2013 r. Jego celem jest motywacja klientów **KRUK** do regularnej, terminowej spłaty zadłużenia rozłożonego na raty, za które osoby w programie otrzymują punkty bonusowe. Mogą one zostać wymienione na nagrody prezentowane w aktualizowanym i udostępnianym katalogu. Do dnia 31 grudnia 2021 r. do Programu Bonusowego przystąpiło łącznie blisko 45 tys. klientów.

1500

Nestlé Polska wraz z marką Winiary stworzyło program **WINIARY Pomagamy w gotowaniu i niemarnowaniu**. To inicjatywa wspierająca konsumentów w planowaniu i przygotowywaniu posiłków, przechowywaniu żywności i dzieleniu się nią. W ramach programu przygotowano 250 przepisów, uruchomiono sześć jadłodzielni w różnych regionach kraju, a także udostępniono cyfrowe narzędzie do planowania posiłków: My Menu Plan. Program realizowany jest we współpracy z partnerami społecznymi – m.in. Fundacją CHOPS, a także ambasadorami: Jagną Niedzielską oraz Robertem Harną.

5500

Celem programu edukacyjnego **1000 pierwszych dni dla zdrowia** firmy Nutricia Polska jest budowanie wzrostu świadomości na temat roli prawidłowego żywienia już od poczęcia, na przyszłe zdrowie dziecka. We współpracy z ekspertami, **Fundacja Nutricia** przygotowała cztery bezpłatne poradniki żywieniowe, zrealizowała dziewięć kampanii medialnych oraz zorganizowała ogólnopolskie konkursy grantowe, w ramach których organizacje pozarządowe, instytucje publiczne oraz Banki Żywności prowadziły warsztaty i spotkania edukacyjne.

500

Inicjatywa **Z głową** **Studia 102** miała na celu ukazanie, jak zgodnie z koncepcją 5R pozbyć się rzeczy, których już nie potrzebujemy. Uruchomiona została pierwsza w Polsce w pełni funkcjonalna mapa z wyszukiwarką Punktów Selektywnej Zbiórki Odpadów Komunalnych (PSZOK) oraz Punktów Zbiórki Odpadów Niebezpiecznych (PZON). Do najnowszych działań projektu w 2021 r. należały kampanie „Kupuj baterie _zgłowa" oraz „Kupuj akumulatory _zgłowa". Ich celem było zwrócenie uwagi na niebezpieczne odpady, którymi są baterie oraz akumulatory zasilające urządzenia codziennego użytku. Stronę projektu, która stanowi źródło wiedzy, odwiedza średnio 274 użytkowników miesięcznie.

12

Projekt **Na Wygranej Pozycji** to inicjatywa edukacyjna skierowana do nastolatków, stworzona przez **T-Mobile Polska**. Dzięki współpracy z czterema influencerami i odpowiednio dostosowanej do grupy docelowej formie projektu, firma starała się dotrzeć do przedstawicieli pokolenia, które większość czasu spędza w sieci. Cztery spotkania na żywo i produkcje wideo dotyczyły m.in. kwestii bezpieczeństwa w internecie. Łącznie materiały trafiły do kilkuset tysięcy nastolatków. Powstała również platforma www.nawygranejpozycji.pl.

5000

W 2021 r. **Totalizator Sportowy** dla osób zatrudnionych wprowadził na platformie e-learningowej obowiązkowe szkolenie z zakresu CSR – **Odpowiedzialna Gra**. Inicjatywa opierała się na międzynarodowych standardach i zaleceniach, opracowanych przez niezależne organizacje zrzeszające firmy loteryjne European Lotteries oraz World Lottery Association. Działania te miały na celu edukację, informowanie oraz minimalizację szkodliwego wpływu gier. Do końca 2021 r. zostało przeszkolonych 2252 pracowników Totalizatora Sportowego.

3925

W 2018 r. wyruszyła w trasę interaktywna ciężarówka ze słodyczami marki Wawel. **Wawel Truck** to mobilna strefa słodkości, jak również miejsce interaktywnych gier i aplikacji, przybliżających strategię firmy **Wawel**. W 2021 r. Wawel Truck odwiedził ponad 25 miast, pokonując trasę 8 tys. km oraz docierając do ok. 300 tys. konsumentów. Do tej pory odwiedził już ponad 100 miejscowości, docierając bezpośrednio do ok. 90 tys. osób korzystających z gier i aplikacji, a eventy towarzyszące trasie zgromadziły ponad 3 mln osób.

1097

Celem **Platformy Kapitalni.org** była realna i mierzalna edukacja finansowa wpływająca na zachowania i postawy konsumentów. **wonga.pl** zachęciła swoich klientów do nauki finansów poprzez oferowanie im benefitów. Platforma powstała w 2015 r., początkowo zawierała 15 kursów z zakresu pożyczania, oszczędzania i bezpieczeństwa finansowego. Obecnie na platformie znajduje się m.in. 60 kursów, a także artykuły (blisko 700). W 2021 r. Kapitalnych.org odwiedziło ok. 900 tys. użytkowników.

150

ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

Od 2020r. firma **ALDI** przeprowadza coroczną **Kampanię Zero Waste**, w ramach której edukuje konsumentów, jak prawidłowo przechowywać produkty oraz jak wykorzystywać ich resztki w kreatywny sposób. Do projektu została zaangażowana Sylwia Majcher, blogerka i autorka książek o tematyce niemarnowania żywności. Parterami kampanii są organizacje pożytku publicznego, którym ALDI od kilku lat przekazuje produkty z krótkim terminem przydatności do spożycia.

3600

Carlsberg Polska od 2016 r. realizuje **program społeczno-edukacyjny „Trzeźwo myślę"**. Jego celem jest zwiększenie świadomości i promowanie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Działania w ramach piątej edycji „Trzeźwo myślę"

obejmowały m.in. promocję dedykowanych rysunków autorstwa rysowniczki Marty Frej, badanie opinii publicznej na temat zachowań Polaków związanych z odpowiedzialną konsumpcją alkoholu, infografiki podsumowujące wyniki badania oraz publikacje poradnikowe. Zasięg piątej edycji programu to 3 mln osób, mierzony w oparciu o monitoring mediów.

1300

W 2021 r. **Carrefour Polska** we wszystkich swoich hiper- i supermarketach w Polsce uruchomił **strefy „STOP Marnowaniu Żywności"**, umożliwiając klientom zakup produktów z krótkim terminem ważności w cenie kilkakrotnie niższej od regularnej. Inicjatywa jest częścią szerszego ogólnopolskiego programu „STOP Marnotrawstwu". Stworzenie stref przyczyniło się do zmniejszenia strat żywności w sklepach sieci.

12000

Danone poprzez inicjatywę **promowanie diety fleksitariańskiej i działania edukacyjne Alpro** promował alternatywne produkty roślinne – napoje, jogurty i desery. W 2021 r. Alpro zaprosiło do kampanii m.in. Borysa Szyca, który stał się ambasadorem marki, jak również wydało wraz z Lidlem książkę kulinarną „Roślinne przepisy wielkich". Czytelnicy mogą znaleźć w niej autorskie, w 100% roślinne przepisy ambasadorów, m.in. Borysa Szyca, Darii Ładochy, Rozkosznego. Celem kampanii było zachęcenie szerokiego grona konsumentów do spożywania zdrowych produktów roślinnych.

1200

Danone w 2021 r. rozpoczął **współpracę z Too Good To Go**, sprzedając paczki z produktami mlecznymi i roślinnymi firmy z mijającym wkrótce terminem ważności oraz zachęcając konsumentów do niemarnowania żywności. W ramach inicjatywy zmieniono znakowanie produktów mlecznych z „należy spożyć do" na „najlepiej spożyć przed". W mediach ukazało się ponad 100 publikacji o współpracy Danone z Too Good To Go. Zyski ze sprzedaży paczek przekazano Bankom Żywności.

1200

IKEA Retail we wszystkich sklepach wprowadziła usługę odkupu używanych mebli IKEA. Można je przywieźć do sklep, sprawdzić pod kątem zgodności z wcześniej złożoną ofertą online oraz odsprzedać. Za mebel otrzymuje się kartę refundacyjną na zakupy w sklepie oraz na IKEA.pl, a używane produkty trafiają do działu circular hub, gdzie można je kupić po okazyjnej cenie. Po miesiącu od wprowadzenia **Usługi „Oddaj i zyskaj"** liczba klientów wynosiła 338, a procent osób robiących dalsze zakupy był równy 69%.

6000

Aby wspierać lokalnych dostawców i niemarnowanie żywności, sieć **Kaufland Polska Markety** wprowadziła nową linię produktów Naturalsi. Obejmuje ona owoce i warzywa, które pochodzą od polskich rolników i swoim wyglądem odbiegają od ideału, dlatego często nie są wybierane przez klientów. Sieć chce odwrócić ten trend i przekonać, że stworzone przez samą naturę produkty są smaczne i wartościowe. **Nieidealne owoce i warzywa** są dostępne w stałej ofercie sklepów Kaufland w całej Polsce.

14000

W 2021 r. sieć **Kaufland Polska Markety** rozpoczęła współpracę z Too Good To Go. Sieć została oficjalnym partnerem kampanii **Często Dobre Dłużej**, której celem jest edukacja społeczeństwa w zakresie rozumienia dat ważności i ograniczenia skali marnowania jedzenia. W ramach akcji wprowadzono na opakowaniach wybranych marek piktogramy opatrzone hasłami: „Popatrz, Powąchaj, Posmakuj". Mają one przypominać konsumentom, że produkt z napisem „najlepiej spożyć przed" może być dobry po upływie terminu przydatności do spożycia.

14000

Kampania społeczna „Nigdy nie jeżdżę po alkoholu - #ZEROwymówek" z Andrzej Rysuje została skierowana do kierowców, ich bliskich, ale też do każdego, kto może powstrzymać osoby pijące alkohol od wsiadania za kierownicę. Celem inicjatywy **Kompanii Piwowarskiej** była promocja oraz przypomnienie o zasadach odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Przekazy kampanii dotarły do 3,6 mln użytkowników mediów społecznościowych oraz wywołały 1,4 mln reakcji internautów.

2716

Celem kampanii **Alkohol. Zawsze odpowiedzialnie** zorganizowanej przez **Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy** było zwiększenie świadomości wpływu alkoholu etylowego na organizm, niezależnie od postaci i napoju, w jakim się znajduje. Hasło „#NajważniejszySkładnik. ODPOWIEDZIALNOŚĆ" podkreślało, że niezależnie od tego, gdzie, z kim i w jakich okolicznościach spożywamy alkohol, zawsze musimy robić to odpowiedzialnie. Przekaz kampanii, od początku jej realizacji w 2016 r., dotarł do prawie 30 mln osób.

5

ODPOWIEDZIALNY MARKETING

BNP Paribas Bank Polska podjął kroki, aby ułatwić klientom zrozumienie komunikatów bankowych, takich jak e-maile z ofertą, regulaminy, umowy bankowe. W ramach projektu **Prosty język** opracował interaktywny podręcznik dla

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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

pracowników oraz rozpoczął proces upraszczania komunikatów i dokumentów. W Banku powołana została także funkcja konsultanta prostego języka. Obecnie pełni ją ok. 100 osób. Pisma stworzone z zastosowaniem zasad prostego języka stały się krótsze w porównaniu z wyjściowymi o 15–40%.

9200

Językowa odnowa to program powołany przez pracowników **Credit Agricole Bank Polska**, który miał na celu uproszczenie dokumentów występujących w obiegu z klientem. Bank otrzymał certyfikat Pracowni Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego. Wydał również wewnętrzną politykę prostego języka i powołał zespół projektowy składający się z 25 osób. Credit Agricole Bank Polska dąży do tego, aby do połowy 2023 r. stać się bankiem prostego języka.

4325

Według praktyki **mKanon** wdrożonej w **mBanku**, **komunikacja powinna być jasna**, prosta wyczerpująca, krótka, empatyczna, szczera, typu „my" i poprawna językowo. W 2021 r. bank, we współpracy z Fundacją Języka Polskiego, przeprowadził audyt strony mbank.pl pod kątem zgodności z mKanonem. W wyniku audytu poprawił 70 podstron produktowych. Za swoje działania otrzymał od Fundacji „Językowy Znak Jakości". W 2021 r., mBank przeszkolił w zakresie mKanonu łącznie 716 pracowników.

7000

PARTYCYPACJA KONSUMENTÓW

PZU Zdrowie rozpoczął promowanie idei **patient experience** w obsłudze pacjentów. Konkretne działania zostały wdrożone poprzez m.in. mierzenie i sprawdzanie zadowolenia z wizyt w placówkach własnych PZU Zdrowie, gdzie zostały zainstalowane autorskie tablice Patient Experience. Tablica PX to zbiór informacji o zadowoleniu pacjentów z każdego z etapów wizyty. Ponadto została wprowadzona procedura opisująca m.in. zasady obiegu, ewidencji i rozpatrywania reklamacji przez Zespół Relacji z Klientem i oddziały PZU Zdrowie.

7000

UŁATWIENIA DLA KLIENTÓW

Firma **ALDI** wprowadziła **oznaczenia ułatwiające segregację śmieci**. Kolorowe piktogramy pojawiły się na opakowaniach marek własnych ALDI i pomagały konsumentom w prawidłowej selekcji. Oznaczenia informowały o kolorze pojemnika, do którego powinny trafić poszczególne elementy odpadu. Symbol sortowania został wdrożony na 30 markach własnych firmy. Docelowo ma to być standardowe oznaczenie na wszystkich z nich.

3600

W marcu 2021r. **Carrefour Polska** pilotażowo wprowadził system piktogramów Koalicji 5 Frakcji na 20 wybranych produktach marki własnej w swoim sklepie internetowym. **Oznaczeniom ułatwiającym właściwą segregację odpadów** towarzyszyła kampania edukacyjna prezentująca korzyści z prawidłowej selekcji śmieci.

12000

W celu zapewnienia komfortu swoim pacjentom **DIAGNOSTYKA** stworzyła **instrukcję dla personelu Punktów Pobrań**. Przedstawiona w postaci filmu szkoleniowego, pokazywała zasady obsługi osób ze szczególnymi potrzebami, m.in. o ograniczonej sprawności ruchowej, noworodków, dzieci, kobiet ciężarnych oraz seniorów.

7000

AmberGO to system usprawniający przejazdy przez bramki autostradowe. Korzystanie z praktyki **Gdańsk Transport Company** okazało się trzy razy szybsze w porównaniu z płatnością tradycyjną z uwagi na automatycznie otwierające się bramki oraz opłatę pobieraną online. AmberGO działał m.in. na wszystkich węzłach autostrady a1. System liczył 815 360 zarejestrowanych pojazdów, a ilość transakcji automatycznych z końcem grudnia sięgnęła 34%.

8

Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel) wprowadziła **cyfrowy podpis** na tablecie w punktach sprzedaży Plusa i Polsat Box. Praktyka stanowiła rozwiązanie bezpieczne pod kątem obiegu dokumentów i danych osobowych. Klienci zyskali także stały dostęp do pism w formie elektronicznej (e-mail).

7000

Wideobudka z doradcą to praktyka **Grupy TAURON**, która pozwoliła na usprawnienie obsługi klientów, co było szczególnie ważne w czasie pandemii koronawirusa. Zainteresowani mogli załatwić sprawy związane z dystrybucją poprzez wideorozmowę, jak również mogli liczyć na pomoc pracowników Grupy TAURON przy wypełnianiu wniosków i dokumentów.

26000

Aby zachęcić klientów do segregacji odpadów i ułatwić im troszczenie się o środowisko, sieć **Jeronimo Martins Polska** (począwszy od maja 2020 r.) wprowadziła **piktogramy segregacji** na opakowaniach produktów marek własnych. Artykuły zostały opatrzone odpowiednim oznaczeniem, informującym o kolorze pojemnika na odpady, do którego powinny trafić ich poszczególne elementy. Od maja 2020 r. przygotowano ponad 5 tys. projektów dla produktów marek własnych różnych kategorii, które zawierały wskazówki segregacji.

75000

Oznaczenie Nutri-Score zostało wprowadzone przez **Kaufland Polska Markety** na opakowaniach produktów marek własnych, w celu ułatwienia konsumentom podejmowania świadomych wyborów zakupowych i zwrócenia uwagi na skład artykułów spożywczych. Wynik został zaprezentowany za pomocą pięciostopniowej skali oznaczonej kolorem i literą. Oznaczenie znalazło się m.in. na produktach marek K-take it veggie oraz K-Bio. W 2021 r. Kaufland Polska Markety wspierał kampanię „Nutri-Score dla świadomych wyborów żywieniowych".

14000

MAKRO Polska wprowadziło **oznakowanie opakowań symbolami segregacji** na produktach marki własnej, ułatwiające konsumentom prawidłową ich selekcję na poszczególne frakcje odpadów. Nowe oznakowania pojawiły się na ponad 500 artykułach dostarczanych do MAKRO Polska w ramach współpracy z krajowymi dostawcami. Wprowadzono także edukację pracowników w zakresie znaczenia podjętych działań dla środowiska.

5000

Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice uruchomił nowy serwis internetowy **Krakowairport.pl**. Przeprowadzone badania zachowań konsumenckich pozwoliły na segregację treści i ułożenie jej zgodnie z oczekiwaniami użytkowników. Zachowanie poziomu bezpieczeństwa danych w serwisie zrodziło potrzebę stworzenia autorskiego systemu zarządzania treścią. Nowy serwis został przygotowany w oparciu o nowe technologie, uwzględniające jego przyszłe skalowanie.

722

PGE Polska Grupa Energetyczna wprowadziła zdalne kanały obsługi klientów za pomocą elektronicznej platformy. Inicjatywa **Cyfrowy klient PGE** stanowiła kolejny krok w realizacji strategii biznesowej firmy. PGE Polska Grupa Energetyczna wprowadziła także aplikację telefoniczną 991 Assistant, umożliwiającą m.in. zgłaszanie awarii. Liczba jej pobrań w okresie od października do grudnia wynosiła ok. 1 tys. W ramach kampanii wizerunkowej zachęcano też do przejścia na e-fakturę, wspierając jednocześnie działalność hospicjum stacjonarnego Fundacji Gajusz.

42000

Zarząd Transportu Metropolitalnego miał na celu ułatwienie coraz większej części społeczeństwa korzystanie z transportu publicznego. Inicjatywa **przeciwdziałania wykluczeniu komunikacyjnemu** obejmowała ofertę ulgowych oraz bezpłatnych przejazdów dla m.in. dzieci i młodzieży, emerytów, seniorów oraz osób z niepełnosprawnościami. Umożliwiono również uczniom do 16. roku życia bezpłatne korzystanie z komunikacji zbiorowej. Jednocześnie kontynuowano sprzedaż biletu okresowego Sieć 180.

300

Ideą projektu **Żabka to więcej niż sklep** było zapewnienie klientom nowej oferty usług i rozwiązań w obszarze m.in. e-commerce. W tym celu **Żabka Polska** wprowadziła usługę przedpłaconego vouchera na telekonsultację lekarską, jak również nawiązała partnerstwo z firmami z branży cateringu dietetycznego – Maczfit i Dietly.pl.

2024

Żabka Polska podjęła inicjatywę **Dobre żywienie**, ułatwiającą klientom świadomy wybór produktów oparty na ich wartościach odżywczych. Firma została partnerem kampanii „Nutri-Score dla świadomych wyborów żywieniowych", umieszczając na wybranych produktach marek własnych oznakowanie Nutri-Score. Wprowadziła również program „Żywić odpowiedzialnie Polaków", obejmujący ponad 200 produktów. Z myślą o osobach szukających zamienników dla produktów i dań pochodzenia zwierzęcego, Żabka Polska stworzyła Plant Hunter, czyli roślinną markę własną.

2024

ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KONSUMENTÓW

DIAGpack to forma badania wysyłkowego **DIAGNOSTYKI**, dzięki której pacjenci mogli sami pobrać potrzebny materiał biologiczny, a następnie odesłać go do laboratorium. Liczba badań zakupionych miesięcznie wyniosła ok. 220 (dane za ostatni kwartał 2021 r.). Odbiorcy oczekiwali przesyłki do dwóch dni roboczych.

7000

System SSR, czyli **stanowiska samodzielnej rejestracji**, w punkcie pobrań **DIAGNOSTYKI** umożliwił pacjentom bezpośrednią wizytę w gabinecie bez uprzedniego zgłoszenia się w punkcie rejestracji. System został przystosowany do sczytania kodu e-Vouchera, dlatego mogły skorzystać z niego również osoby dokonujące płatności przez internet.

7000

Program **Enea dla pokoleń**, którego początek sięga 2018 r., skierowany został do seniorów i rodzin wielopokoleniowych. Celem praktyki **Grupy Enea** była edukacja prozdrowotna

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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

oraz prośrodowiskowa, a także kształtowanie świadomości konsumenckiej. W odpowiedzi na skutki pandemii uruchomiona została również TeleRada – bezpłatna infolinia z udziałem ekspertów. Tegoroczne działania zostały poszerzone również o kontekst cyberbezpieczeństwa, edukujący seniorów w zakresie m.in. profilu zaufanego oraz bezpieczeństwa w internecie.

17480

Z okazji przypadającego na dzień 1 października Międzynarodowego Dnia Osób Starszych **Grupa TAURON** przygotowała animacje i bezpłatne poradniki dla seniorów w zakresie m.in. bezpieczeństwa w internecie. Materiały edukacyjne zostały zamieszczone na stronie Tauron.pl/seniorzy, w prasie, w punktach obsługi oraz punktach partnerskich. Kampania **TAURON dla bezpieczeństwa seniorów w sieci** dotarła do ponad 6 mln osób. Poradnik pobrało ok. 140 tys. osób.

26000

Z okazji Miesiąca Wiedzy o Cyberbezpieczeństwie wrocławski zespół ambasadorów **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** zorganizował dwa szkolenia z cyklu **Cyberbezpieczeństwo: Co powinieneś wiedzieć o mediach społecznościowych?** Celem pierwszego z nich było ukazanie, jak korzystać z serwisów z zachowaniem bezpieczeństwa danych osobowych oraz prywatności. Druga sesja dotyczyła efektywnego prowadzenia profili społecznościowych. Na oba szkolenia, które odbyły się w październiku 2021 r., zapisało się ponad 300 chętnych.

1000

KiedyDoSklepu.pl to bezpłatna usługa pozwalająca zaplanować wizytę w sklepie spożywczym na czas, kiedy panuje w nim najmniejszy ruch. Wykresy zostały oparte na zagregowanych i zanonimizowanych danych transakcyjnych **Mastercard Europe Oddział w Polsce** i były na bieżąco aktualizowane. Od momentu udostępnienia usługi do lutego 2021 r. strona została odwiedzona 276,7 tys. razy przez 242,4 tys. unikalnych użytkowników.

130

Ogólnopolska kampania **mBank** pod hasłem **Ludzie są niesamowici** została skierowana do wszystkich użytkowników internetu. Jej celem było pokazanie, czego unikać i jak skutecznie chronić się w sieci. W ostatniej edycji Bank poprzez spoty TV ostrzegał i zapraszał do odwiedzenia edukacyjnej strony Ludziesaniesamowici.pl. Serwis odwiedziło w ciągu roku ok. 2 mln osób. Oprócz działań edukacyjnych Bank oferował bezpłatnie swoim klientom podstawową wersję usługi CyberRescue.

7000

Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice otrzymał akredytację **ACI Airport Customer Experience**. Przyznawana jest ona podmiotom, które w swojej działalności dążą do podnoszenia standardów obsługi, a także dbają o bezpieczeństwo i komfort pasażerów.

722

Międzynarodowy Port Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków-Balice podjął w 2021 r. działania w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa sanitarnego pasażerom, jak i pracownikom. Potwierdzeniem skuteczności wprowadzonych rozwiązań była uzyskana akredytacja **ACI Airport Health Accreditation**, przyznawana przez Międzynarodową Radę Portów Lotniczych. Dotyczyła ona przede wszystkim takich obszarów, jak: technologia sprzątania, dezynfekcja, stosowanie zasad dystansu społecznego czy zabezpieczenie personelu lotniska.

722

Nhood Polska prowadził kampanię informacyjną **Bezpieczne zakupy** w Centrach Handlowych Auchan. Jednym z głównych celów akcji było dostarczenie rzetelnej i aktualnej informacji na temat zasad funkcjonowania sklepów oraz punktów usługowych i gastronomicznych. Klienci mogli zapoznać się z materiałami w 50 kanałach online obiektów, jak również na terenie centrów i galerii handlowych

80

Orange Polska w ramach kampanii społecznej „Cyfrowy świat dla wszystkich" skupił się na przybliżeniu wirtualnego świata seniorom. Firma, oprócz szkoleń online, uruchomiła **Portal Orange dla seniora** oraz przygotowała „Cyfrowy przewodnik dla seniora". Powstało kilkanaście filmów edukacyjnych na temat bezpieczeństwa w sieci czy używania smartfonów. Na stronę weszło ponad 35 tys. starszych klientów. W ciągu roku w szkoleniach online wzięło udział prawie 800 osób.

10880

W trakcie drugiej fali koronawirusa **PZU Zdrowie** uruchomił bezpłatny program **Zdalna Opieka COVID** dla pacjentów. Jego celem było zapewnienie stałego dostępu do informacji o chorobie poprzez monitorowanie stanu zdrowia za pomocą pulsoksymetru, oraz kontaktu ze specjalistami w ramach telekonsultacji medycznych. Program realizowany był od grudnia 2020 do czerwca 2021 r. Zakwalifikowano do niego 1354 pacjentów, wydano 962 pulsoksymetry, odbyło się 869 porad telemedycznych u internisty.

7000

Mając na uwadze troskę o zdrowie przyszłych lokatorów osiedli i pracowników, **Skanska Residential Development Poland** opracowała i wprowadziła **bezkontaktowe odbiory mieszkań**. Klienci otrzymywali dokładne instrukcje dotyczące przebiegu procesu odbiorowego i zdalne

wsparcie konsultantów firmy. Cała procedura, od wejścia do mieszkania po odbiór kluczy i podpisanie dokumentów, odbywała się bezkontaktowo.

2000

Solaris Bus & Coach wprowadził **Pakiet „anty-covidowych" rozwiązań** zwiększający bezpieczeństwo pasażerów i kierowców w czasie pandemii koronawirusa. Inicjatywa służyła minimalizacji ryzyka infekcji wśród podróżnych. Zainstalowane usprawnienia to m.in. bezkontaktowy system komunikacji kierowca–pasażer, dezynfektory, systemy liczące pasażerów. Solaris Bus & Coach przygotował także rekomendacje odnośnie do użytkowania i utrzymania urządzeń wentylacyjnych i klimatyzacyjnych w autobusach.

2700

Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia we współpracy z **Centrum Pomocy Osobom Poszkodowanym** zapewniło opiekę osobom najbardziej poszkodowanym w wypadkach, wspierając je w powrocie do zdrowia, aktywności społecznej i zawodowej. W ramach indywidualnych planów pomocy, poszkodowani byli rehabilitowani i leczeni w wiodących placówkach medycznych. Otrzymali również wsparcie psychologów, coachów oraz doradców zawodowych.

2800

Stena Recycling, współpracując z lokalnymi jednostkami straży pożarnej i samorządami, zdecydowała się na wsparcie najbardziej potrzebujących mieszkańców Gdyni i wyposażenie ich w czujniki czadu. W ramach projektu **CZADakcja** wybrano 800 lokali najbardziej narażonych na potencjalne wydzielanie się gazu. Dodatkowo, w przestrzeni publicznej na terenie Gdyni umieszczono materiały edukacyjne na temat zagrożenia zatrucia czadem, które może wystąpić w przypadku korzystania z niesprawnych instalacji grzewczych.

594

W odpowiedzi na pandemię i ograniczony dostęp do obiektów sportowych powstała **strefa VanityStyle** (również w wersji premium) skierowana do klientów oraz pracowników **VanityStyle**. Platforma Premium umożliwiła odbiorcom korzystanie z indywidualnych konsultacji m.in. z psychologiem, coachem, dietetykiem czy trenerem personalnym. Ze strefy VanityStyle korzysta ok. 4 tys. osób. W grudniu 2021 r. odbyły się 23 konsultacje. Osoby zatrudnione w firmie otrzymały do nich bezpłatny dostęp.

85

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

214 firm

544 praktyki

W obszarze zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnych firmy zgłosiły praktyki dotyczące aktywności fizycznej, bezpieczeństwa, dobrego sąsiedztwa, działań charytatywnych i filantropii, edukacji dorosłych, edukacji dzieci i młodzieży, innowacji społecznych, inwestycji społecznych, kampanii społecznych, kultury i sztuki, marketingu zaangażowanego społecznie, profilaktyki zdrowotnej, rozwoju przedsiębiorczości, tworzenia miejsc pracy i rozwoju kompetencji, wsparcia organizacji pozarządowych, współpracy z uczelniami oraz zrównoważonych miast.

Praktyki pokazują przede wszystkim, że nauczyliśmy się żyć z pandemią. W Raporcie za 2020 rok widać było przesunięcie budżetów z działań marketingowych, reklamowych lub zaplanowanych wydarzeń, które przez obostrzenia nie mogły się odbyć, na inne działania. Nie było w nim przez to praktyk związanych ze zrównoważonym miastem, a kategorie innowacji społecznych, inwestycji społecznych, marketingu zaangażowanego społecznie i profilaktyki zdrowotnej pojawiały się rzadziej niż w roku 2019. W roku 2021, pomimo wciąż istniejących obostrzeń, liczba praktyk w tych kategoriach znacznie wzrosła.

Zauważalną kwestią jest przeciwdziałanie skutkom pandemii, szczególnie poprawienie dobrostanu pracowników, kwestie psychologiczne i zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży, ale również edukatorów i nauczycieli. W obszarze tym znajdziemy również dwie niespotykane do tej pory w Raportach praktyki, które w swoich działaniach wchodzą już w zakres pomocy rozwojowej i są realizowane w całości poza Polską. Jedna w Wietnamie, a druga w Wybrzeżu Kości Słoniowej.

Tradycyjnie najbardziej popularną kategorią są działania charytatywne i filantropia, gdzie znalazły się aż 142 praktyki. W tegorocznej edycji Raportu zdecydowaliśmy się nie umieszczać popularnych i bardzo często zgłaszanych w poprzednich latach praktyk dotyczących krwiodawstwa, Szlachetnej Paczki, WOŚP czy niektórych zbiórek pracowniczych.

Wielkim zaskoczeniem jest liczba praktyk w kategorii zrównoważonych miast (10), szczególnie że od 2017 roku aż dwukrotnie nie występowała w Raportach z powodu braku praktyk, a w pozostałych była reprezentowana symbolicznie.

Wśród celów SDGs, podobnie jak w poprzednich latach, dominują Cel 3. Dobre zdrowie i jakość życia oraz Cel 4. Dobra jakość edukacji. Szczególnie cenne pod tym względem są inicjatywy realizujące Cel 17. związany ze wzmocnieniem środków wdrażania i ożywieniem globalnego partnerstwa na rzecz zrównoważonego rozwoju, których w tym obszarze występuje aż 39, ale jak widać, jest ich jeszcze stanowczo za mało, żeby świadomość celów nawet nie tyle rosła, co z czasem nie spadała.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Liczba zatrudnionych pracowników w 2021 r.

Małe / średnie przedsiębiorstwo

Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 235

AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA

3M in Motion to inicjatywa łącząca pomoc dla potrzebujących, dbałość o zdrowie i **zmagania sportowe**. Pracownicy **3M Poland**, wolontariusze, biorą udział w aktywnościach organizowanych przez firmę. Im więcej osób dołącza do takich wydarzeń, tym większą kwotę 3M przekazuje na wsparcie wybranych organizacji pozarządowych. W 2021 r. firma zorganizowała 30-kilometrową rowerową wycieczkę przez Kampinoski Park Narodowy, wycieczkę na górę Ślężę oraz piknik sportowy. 3M przekazało dzięki akcji 60 tys. zł dla sześciu organizacji pozarządowych.

4000

Biofarm od wielu lat promuje ruch i zdrowe nawyki wśród dzieci i młodzieży oraz dorosłych. W ramach akcji **Wspieramy zdrową rywalizację** – rozwijają się młode talenty. Ze wsparcia finansowego Biofarmu korzysta 40 klubów sportowych z całej Polski, a pod patronatem firmy rozwija się 3,5 tys. młodych sportowców. Wśród dyscyplin sportowych wspieranych przez Biofarm są m.in.: piłka nożna, piłka ręczna, siatkówka, koszykówka, tenis, sztuki walki, lekkoatletyka, kajakarstwo, rugby, speedrowery, judo, boks i narciarstwo biegowe.

500

DOZ włącza się w organizację **senioraliów**, czyli imprez dedykowanych seniorom. W 2021 r. fundacja zaprosiła seniorów do aktywności na świeżym powietrzu. Spotkania odbyły się w jednym z łódzkich parków. Seniorzy mogli pod okiem rehabilitanta wziąć udział w gimnastyce ogólnorozwojowej, w marszu z kijkami a także poćwiczyć pod okiem instruktorów tai-chi. Również ćwiczenia z rehabilitantem odbyły się przy okazji senioraliów w strefie rekreacyjno-rehabilitacyjnej wybudowanej z myślą o seniorach na jednym z osiedli.

4500

II Charytatywny Turniej o Puchar Rudego to druga edycja turnieju piłkarskiego organizowanego 5 września 2021 r. przez firmę **DrTusz** w Białymstoku. W wydarzeniu wzięło udział 10 zaproszonych firm z miasta i okolic, które wystawiły swoje drużyny do rozgrywek. Całość uzyskanego wpisowego za udział w turnieju (12,5 tys. zł) przeznaczono na renowację boiska i bazy treningowej dla Stowarzyszenia APN Hattrick Białystok.

38

Energa Grupa ORLEN od czterech lat prowadzi projekt sportowo-edukacyjny **Drużyna Energii**. Ma on na celu zachęcać młodzież klas 5–8 do ćwiczeń i promować sport. Działania prowadzone są przez media społecznościowe – zadania dla uczniów polegają na nagrywaniu ćwiczeń przygotowanych przez wybitnych sportowców i ambasadorów. Wygraną są czeki na wyposażenie szkoły w sprzęt sportowy. W finale konkursu szkoły były zobligowane do wystawienia reprezentacji składających się po równo z dziewcząt i chłopców.

9800

Od października 2020 r. Grupa Ferrero, a także wchodzące w jej skład **Ferrero Polska Commercial**, w ramach programu CSR-owego KINDER Joy of moving i we współpracy z Fundacją Moniki Pyrek rozpoczęły ogólnopolski projekt edukacyjno-sportowy **KINDER Joy of moving Alternatywne lekcje WF e-platforma**. Bezpłatna e-platforma to stale uzupełniana baza wiedzy oraz inspiracji dla nauczycieli i całych rodzin. Patronat nad projektem w 2021 r. objęły Polski Komitet oraz Ministerstwo Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu.

351

KINDER Joy of moving to międzynarodowy program z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, realizowany przez Grupę Ferrero, a więc także przez **Ferrero Polska Commercial**, w ponad 20 krajach, w tym w Polsce. W 2021 r. w Polsce na program KINDER Joy of moving składało się łącznie siedem całorocznych i ogólnokrajowych projektów o charakterze sportowo-edukacyjnym, które firma realizowała w partnerstwie z wybranymi związkami sportowymi i organizacjami pozarządowymi pod honorowym patronatem i przy wsparciu Ministerstwa Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu oraz Ministerstwa Edukacji Narodowej.

351

Od czterech lat w **Grupie Enea** prowadzony jest projekt **Enea Akademia Sportu** mający na celu promocję zdrowego i aktywnego trybu życia wśród dzieci i młodzieży. Przedsięwzięcie wspiera rozwój dyscyplin na poziomie amatorskim oraz szkolnym dla dzieci. Obejmuje szkoły oraz kluby sportowe z obszaru dystrybucji Enei. Celem całej akcji jest stworzenie piramidy szkoleniowej, która pozwoli kształcić dzieci i młodzież na wszystkich szczeblach i systematycznie wprowadzać najbardziej utalentowanych zawodników do drużyn seniorskich.

17480

Z inicjatywy Polskiego Związku Narciarskiego i **Grupy kapitałowej LOTOS** od 2004 r. prowadzony jest Narodowy Program Rozwoju Skoków Narciarskich **„LOTOS Szukamy Następców Mistrza"**. To największe sportowo-społeczne przedsięwzięcie w historii polskiego narciarstwa. W ramach programu organizowane są zawody z cyklu LOTOS Cup na skoczniach w Zakopanem, Wiśle i Szczyrku. Celem jest

promocja skoków narciarskich wśród dzieci i młodzieży oraz poszukiwanie największych talentów – młodych skoczków. Wychowankami programu są m.in.: Dawid Kubacki, Maciej Kot i Paweł Wąsek.

5476

Piłkarska Przyszłość z LOTOSEM to wieloletni projekt sportowo-społeczny z zakresu edukacji prosportowej młodzieży. Celem programu realizowanego przez **Grupę Kapitałową LOTOS** z Akademią Piłkarską LG jest szkolenie młodych piłkarzy i piłkarek trenujących w ośrodkach zamiejscowych Akademii. W ramach programu funkcjonuje 16 ośrodków w formie klubów partnerskich. Realizowane są: szkolenia dla trenerów, zakup sprzętu treningowego i sportowego, obozy, stypendia sportowe. Powstała też platforma wspierająca komunikację, działania szkoleniowe i edukacyjne, monitoring zawodników i trenerów oraz trening mentalny.

5476

Grupa TAURON wsparła lokalne, młodzieżowe kluby piłkarskie, organizując cykl turniejów **TAURON Junior Cup**. W całym turnieju rywalizację rozpoczęło 100 drużyn – 40 z województwa małopolskiego i po 30 z województw śląskiego i dolnośląskiego – skupiających w sumie ponad 1 tys. młodych piłkarzy. Każda drużyna, która zakwalifikowała się do Wielkiego Finału, otrzymała nagrody finansowe. Zwycięzcy z rocznika 2012 przyznano dodatkową nagrodę w postaci wyjazdu na obóz szkoleniowy na Maltę.

26000

Firma **HCL** Polska od ośmiu lat zachęca pracowników do całorocznego szlifowania formy sportowej, aby we wrześniu pobiec w Poland Business Run i zaangażować się we **wsparcie osób z niepełnosprawnościami oraz promocję zdrowego stylu życia**. W 2021 r. wydarzenie odbyło się w wirtualnej formule. W roku 2021 firma HCL zaktywizowała do udziału 25 biegaczy, a sama wystąpiła w roli srebrnego sponsora biegu.

1700

Od 2019 r. **Huawei Polska** jest sponsorem głównym i **partnerem Olimpiad Specjalnych** – projektu mającego na celu przełamywanie stereotypów i promowanie integracji społecznej osób z niepełnosprawnością intelektualną. W ramach współpracy Huawei był m.in. partnerem kampanii społecznej „Grajmy Razem", wspierała treningi zawodników, a także zawody sportowe w kilkunastu dziedzinach. Firma była również partnerem polskiej edycji Europejskiego Tygodnia Piłki Nożnej Olimpiad Specjalnych.

800

Jastrzębska Spółka Węglowa **wspiera Kuźnię siatkarskich talentów**, która powstała na rzecz rozwoju sportu w regionie. W 2021 r. JSW zawarła umowę z Polskim Związkiem Piłki Siatkowej, w oparciu o którą utworzony zostanie system Centralnych Akademickich Ośrodków Siatkarskich, a klub w ramach prowadzonej Akademii będzie jednym z elementów tego systemu. Akademia stała się pierwszym w Polsce klubem siatkarskim, który wszedł szkoleniowo w struktury PZPS. Jastrzębska Akademia istnieje od 2012 r. Od dwóch lat klub prowadzi własny zespół szkół sportowych.

30686

Jet Line od 2012 r. organizuje **Rejsy Odkrywców** (w grudniu 2012 r. agencja powołała **Fundację Rejs Odkrywców**), czyli żeglarskie wyprawy dla dzieci i młodzieży. Załogę Rejsów stanowią młode osoby, także z trudniejszym startem w dorosłe życie, objęte opieką terapeutyczną. Celem Fundacji Rejs Odkrywców i zadaniem Rejsów jest pomoc młodzieży w odpowiedzialnym podejmowaniu decyzji życiowych, w braniu za nie odpowiedzialności. Fundacja zorganizowała dotychczas 17 Rejsów Odkrywców. Wzięło w nich udział łącznie 370 młodych ludzi.

33

Program Eko-Zdrowie prowadzony przez spółkę **KGHM Polska Miedź** polega na promocji zdrowia i aktywności fizycznej wśród różnych grup wiekowych. Projekt zakłada cykliczne zajęcia z udziałem doświadczonych instruktorów oraz prelekcje o zasadach zdrowego odżywiania w różnych miastach Zagłębia Miedziowego. W program Eko-Zdrowie włączyli się również znani sportowcy, z którymi nagrano cykl filmików zachęcających do różnych form aktywności fizycznej.

18500

Kopalnia Soli „Wieliczka" organizuje **Turniej charytatywny Salt Mine Cup** m.in w celu integracji dzieci i młodzieży z amatorskich klubów młodzieżowych. Turniej skierowany jest do utalentowanej sportowo młodzieży, która ma okazję zmierzyć się z rówieśnikami oraz sprawdzić w profesjonalnie zorganizowanych zawodach. Każdej kolejnej edycji SMC przyświeca charytatywny cel: pomoc poszkodowanym przez los dzieciom z powiatu wielickiego.

807

Projekt **Healthy Cities** zorganizowany przez **LUX MED** opiera się na budowaniu świadomości wpływu stanu środowiska na zdrowie ludzi. W 2021 r. organizatorzy motywowali uczestników wyzwania do podejmowania codziennej aktywności fizycznej w trosce o swoje zdrowie. Jednocześnie grupowa rywalizacja drużyn wojewódzkich w zbieraniu kroków zwień-

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

czona została posadzeniem 375 tys. drzew w całej Polsce. Im wyższa pozycja drużyny danego województwa w rankingu korków – tym większy las w regionie.

19000

Nationale-Nederlanden od wielu lat jest sponsorem tytularnym biegów przełajowych **City Trail**. Ogólnopolskie zawody skierowane są do wszystkich osób, również dzieci. Swoją działalnością oraz zaangażowaniem w organizowanie inicjatyw takich jak City Trail Nationale-Nederlanden chce zachęcić do dbania o swoje zdrowie, aktywność fizyczną oraz profilaktykę zdrowotną. Sezon 2021/2022 to łącznie 50 biegów w 10 miastach w Polsce.

839

Lekkoatletyka dla każdego! (LDK) to program prowadzony przez Polski Związek Lekkiej Atletyki, promujący aktywność fizyczną. Partnerem projektu jest **Nestlé Polska** przy wsparciu Ministerstwa Sportu i Turystyki. W ramach **digitalowej kampanii edukacyjnej „Jedzenie czyni mistrza"** firma edukuje w zakresie prawidłowego odżywiania, nawodnienia i wspierania dzieci przez kształtowanie odpowiednich nawyków żywieniowych. Sercem kampanii edukacyjnej w zakresie żywienia stał się profil programu LDK na Facebooku.

5500

Grupa **NU-MED Centrum Diagnostyki i Terapii Onkologicznej Katowice** zorganizowała **Bieg „Ubiegamy się o zdrowie"**. Celem biegu jest szeroko pojęta profilaktyka antynowotworowa. Przed wydarzeniem i po nim prowadzone są akcje informacyjne oraz badania profilaktyczne. Projekt ma uświadamiać społeczeństwo, jak ważne jest wczesne wykrywanie zmian nowotworowych, by móc je skutecznie leczyć.

637

Polski Fundusz Rozwoju zaangażował się aktywnie w rozwój narciarstwa i snowboardu zjazdowego w Polsce. **Polski Mistrz – to program rozwoju polskiego narciarstwa alpejskiego i snowboardu**, który zainicjowało porozumienie podpisane z PZN przez PFR i Grupę PKL pod koniec 2019 r. Celem inicjatywy jest kształcenie nowego pokolenia zawodników i zawodniczek poprzez rozwój rywalizacji sportowej w kraju oraz zapewnienie profesjonalnie przygotowanej bazy treningowej w Polsce.

220

Polski Fundusz Rozwoju poprzez działalność Fundacji PFR uruchomił program grantowy **Wakacyjna AktywAKCJA**, którego celem było wsparcie lokalnych społeczności, szczególnie z Polski wschodniej i w miejscowościach do 60 tys. mieszkańców, w podejmowaniu działań sportowych, rekreacyjnych z elementami edukacyjnymi aktywizującymi młodzież szkolną w czasie przerwy wakacyjnej. Ponadto poprzez realizację projektu PFR promował aktywny i zdrowy sposób spędzania czasu wolnego.

220

Parkowy Szał Kilometrowy to sportowa rywalizacja organizowana przez **Poznański Park Naukowo-Technologiczny** od 2018 r. Stworzono dwie rywalizacje: jazdę na rowerze oraz bieganie/chodzenie. Trening musiał być zarejestrowany z wykorzystaniem technologii GPS w aplikacji Strava. Rywalizacja Parkowy Szał Kilometrowy startuje w okresie letnim, najczęściej w maju, a kończy się we wrześniu.

135

W roku 2018 **Provident Polska** zorganizował pierwszy firmowy bieg charytatywny **Provident Run**, z którego dochód przeznaczany jest na rzecz Fundacji Gajusz. Dwie pierwsze edycje odbyły się w Lesie Łagiewnickim w Łodzi. W roku 2019 powstał także **ProviKidsRun**, czyli Akademia Biegania dla Dzieci; zajęcia prowadzone są przez zawodowego trenera, a uczestniczą w nich także dzieci z domów dziecka. Pomysłodawcą biegu i Akademii jest firmowy wolontariusz i biegacz.

1800

Powołana przez **Totalizator Sportowy** Fundacja LOTTO im. Haliny Konopackiej w 2021 r. ponownie została wybrana na krajowego operatora programu **Sportowe Wakacje +**. W 2020 r. Fundacja LOTTO przeprowadziła konkurs na dofinansowanie obozów sportowych, które pomagają dzieciom i młodzieży powrócić do formy sportowej po spowodowanym pandemią czasowym zamknięciu w domach. O dofinansowanie mogły ubiegać się organizacje pozarządowe, które w ramach podstawowej działalności zajmują się upowszechnianiem sportu i kultury fizycznej.

3925

Totalizator Sportowy wsparł realizację **Kumulacji Aktywności – 9. edycji programu Fundacji LOTTO im. Haliny Konopackiej**. Ten wieloletni autorski program Fundacji promuje aktywność fizyczną poprzez organizację pozalekcyjnych zajęć sportowych dla młodzieży w wieku 11–15 lat. Zajęcia sportowe prowadzone są bezpłatnie na terenie całego kraju w czasie roku szkolnego (dwa semestry).

3925

BEZPIECZEŃSTWO

Auchan Retail Polska od lat angażuje się w swoim otoczeniu społecznym, wspierając najbardziej potrzebujących. W **walce ze skutkami COVID-19** sieć zdecydowała o wsparciu **seniorów i medyków** zaangażowanych w walkę z epidemią koronawirusa. Pomoc o łącznej wartości 200 tys. zł została zorganizowana wspólnie z Polskim Czerwonym Krzyżem.

Kwota przekazana przez Auchan została przeznaczona na paczki dla seniorów oraz zakup środków ochrony osobistej dla medyków. Akcja była realizowana na terenie trzech województw: mazowieckiego, łódzkiego i małopolskiego.

19000

Akcja **Bądź bezpieczny na drodze** to jeden ze sposobów, w jaki **Bridgestone Poznań** realizuje misję szerzenia wiedzy o bezpieczeństwie w ruchu drogowym. Przedstawiciel Bridgestone Poznań w przebraniu manekina testowego Jana, który jest brand hero inicjatyw edukacyjnych fabryki, wraz z zespołem projektowym od kilku lat pojawia się na ulicach wybranych miast w Wielkopolsce. Edukuje mieszkańców, a przy okazji rozdaje odblaski, a także w ostatnich latach zachęca do przestrzegania obostrzeń pandemiczny (rozdaje maseczki, płyny dezynfekujące).

2000

Hello ICE. Budimex dzieciom to autorski projekt społeczny **Budimex**, którego celami są podnoszenie poziomu wiedzy przedszkolaków i najmłodszych uczniów szkół podstawowych na temat bezpieczeństwa w drodze do i ze szkoły, zasad i sposobu udzielania pierwszej pomocy, a także minimalizowanie zagrożenia na drogach wokół szkół. Hello ICE został objęty patronatem honorowym Ministra Infrastruktury i Ministra Edukacji Narodowej, a także uzyskał pozytywną opinię Stowarzyszenia Dobra Edukacja.

8000

W 2021 r. **CEMEX Polska** kontynuował skierowany do dzieci i młodzieży projekt edukacyjny **Mistrzowie Bezpieczeństwa**, polegający na organizowaniu spotkań promujących bezpieczeństwo na drodze, w domu, w szkole, a także zajęć dotyczących zasad udzielania pierwszej pomocy. Uczniowie starszych klas szkół podstawowych uczestniczyli w warsztatach prowadzonych przez przedstawicieli policji, strażaków, specjalistów ds. BHP oraz ratowników medycznych. Dla najmłodszych uczniów przygotowane zostały zajęcia w wyjątkowej formule edukacyjnego teatru lalkowego (wykorzystano bajkę o Czerwonym Kapturku). Wszyscy uczniowie otrzymali również komiks „Świeć przykładem – zostań Mistrzem drogowego ABC".

1000

Kampania Społeczna „Bezpieczna Autostrada" realizowana była w **Compensa** podczas eventów, które odbyły się w 12 miastach i dwóch miejscach obsługi podróżnych. Działania podzielono na pięć stref: nauki pierwszej pomocy, bezpieczeństwa, zdrowia, relaksu, dzieci. W poszczególnych strefach podejmowano m.in. takie zagadnienia: jak bezpiecznie poruszać się po drogach, jak działa nasz refleks podczas jazdy samochodem, jak zachowujemy się pod wpływem alkoholu i środków psychoaktywnych, wykonywano również badanie poziomu cukru we krwi, badanie wzrok kierowców, mierzono ciśnienie i zawartość tlenu we krwi, pokazywano, jak robić masaż. Dwanaście miast zaopatrzono w przenośne defibrylatory AED.

1935

FORUM GDAŃSK przeprowadziło pilotaż projektu Forum Młodzieży – **przestrzeń wsparcia młodzieży w ramach Klubu #NiebieskieTrampki**. Celem zadania jest udzielanie wsparcia psychologicznego młodzieży na terenie centrum FG jako formy ochrony ich zdrowia psychicznego w kryzysach osobistych. Z pomocą FG przyszła Fundacja Oparcia Społecznego Aleksandry z Gdańska, która zapewniła zespół specjalistów oraz organizację pracy w zakresie udzielania wsparcia psychologicznego. Pilotaż zakłada również interwencyjne porady psychologiczne dla opiekunów prawnych nastolatków w następstwie wystąpienia kryzysu psychicznego młodego człowieka, w szczególności w sytuacji kryzysu suicydalnego.

10

Jednym z działań edukacyjnych realizowanych w 2021 r. przez **Gdańsk Transport Company**, związanych z bezpieczeństwem drogowym była akcja edukacyjno-informacyjna **Pas awaryjny**, zwracająca uwagę kierowców na zakaz korzystania z pasa awaryjnego poza sytuacjami awaryjnymi. W ramach akcji przygotowano cykl postów pod hasłem „Awaryjnie czy nie?", w których przypominano, jak korzystać i jak nie korzystać z pasa awaryjnego. Łącznie powstało 10 postów dedykowanych akcji. Na parkingach przy drogach szybkiego ruchu i autostradach pojawiły się naklejki informujące o przedsięwzięciu. W ramach inicjatywy powstał film z serii „Poznajmy się", w którym głównym bohaterem jest pracownik patrolu opisujący swoją pracę oraz niebezpieczeństwa, na jakie jest narażony podczas jej wykonywania.

8

W 2021 r. spółka **Gdańsk Transport Company** zainicjowała akcję-edukację **Licz do zera**, czyli zero wypadków śmiertelnych na autostradzie. To cykl eventów prowadzonych w autostradowych miejscach obsługi podróżnych oraz na parkingach w centrach handlowych. W ramach eventu przygotowana została dedykowana interaktywna instalacja animacyjno-edukacyjna, która porusza cztery aspekty bezpieczeństwa na autostradzie, będące jednocześnie najczęstszymi przyczynami wypadków drogowych: prędkość, zmęczenie, dekoncentracja, zachowanie odpowiedniej odległości między pojazdami.

8

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W ramach kampanii **Internetowe Porady Roberta Makłowicza** powstały cztery filmy, których celem była edukacja z zakresu bezpiecznego korzystania z internetu, zwrócenie uwagi na najpopularniejsze formy oszustw oraz na sposoby ich unikania. Misją Grupy OLX nigdy nie było piętnowanie ludzi, tylko ich zachowań. W zakresie bezpieczeństwa **Grupa OLX** edukuje użytkowników z dystansem i charakterystycznym dla marki humorem. Najczęściej spotykane formy oszustw to tzw. phishing, oszustwo nigeryjskie, wyłudzanie danych osobowych i zaliczek z góry.

500

Wspólnie z ratownikami WOPR, MOPR, GOPR, TOPR **Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** uruchomiła **Zintegrowany System Ratownictwa**. Numery ratunkowe: 601 100 100 (nad wodą) i 601 100 300 (w górach) współpracują ze wszystkimi sieciami komórkowymi i stacjonarnymi w Polsce i działają cały rok 24 godziny na dobę. System monitoruje najczęściej odwiedzane regiony, pilnuje bezpieczeństwa turystów i umożliwia sprawną komunikację z ratownikami. Uzupełnienie systemu stanowi darmowa **Aplikacja Ratunek**. Jej kluczową zaletą jest funkcja namierzania lokalizacji. Pozwala na połączenie z najbliższą stacją ratownictwa, a w trakcie rozmowy wysyła SMS z pozycją nadawcy.

7000

LEMme Help Reading Challenge to wyzwanie rzucone pracownikom **ING Tech Poland** w roku setnego jubileuszu urodzin Stanisława Lema. Pracowników zachęcano, by przeczytali jak największej książek/ e-booków w przeciągu niecałych trzech miesięcy. Firma zaproponowała, aby jedną z książek była wybrana pozycja napisana przez Lema. Na platformie pracownicy umieszczali tytuł, autora, zdjęcie przeczytanej książki. Każdą pozycję firma przeliczała na określoną kwotę. Aby akcja nabrała prawdziwego charakteru grywalizacji, za każde przeczytane 1 tys. książek firma dodawała od siebie dodatkową sumę. Zebrane pieniądze zostały przekazane na akcję #OgarnijHejt prowadzoną przez Instytut Polska Przyszłości im. Stanisława Lema.

2509

Cyber Mocni to cykl otwartych, bezpłatnych spotkań online z zakresu cyberbezpieczeństwa, skierowanych do dzieci i młodzieży prowadzonych przez ekspertów z **ING Tech Poland**. Spotkania mają pomóc zrozumieć uczestnikom, że internet to narzędzie wielu możliwości, ale bywa też niebezpieczne, więc należy być czujnym. Na spotkaniach podejmowane są tematy bezpieczeństwa w sieci: czym jest hejt i jak z nim walczyć, co można wyczytać ze zdjęcia publikowanego w internecie, jak nie dać się oszukać i naciągnąć na mikrotransakcje, jak stworzyć silne hasło, jak zabezpieczyć swoje dane, czy też dlaczego należy uważać na publiczne sieci Wi-Fi oraz osoby, z którymi rozmawiamy w sieci.

2509

Jet Line jest uczestnikiem **partnerstwa w programie Child Alert**. W chwili ogłoszenia przez policję komunikatu o zaginięciu dziecka niezwłocznie publikowany jest on także na należących do Jet Line ekranach digital out of home. We współpracy z Komendą Główną Policji przygotowana została i wdrożona procedura uruchomienia i odwołania alertu. Procedura jest sprawdzana i aktualizowana corocznie.

33

Kronospan Mielec zainicjował akcję **#nieściemniaj #nośodblaski**. Dzięki odblaskom kierowcy mają szansę zobaczyć pieszego lub rowerzystę nawet z odległości 150 m. Po zmroku bez elementów odblaskowych jesteśmy widoczni dopiero z odległości 20–30 m. Jeśli kierowca jedzie szybko, np. 90 km/h, nie ma szans na reakcję, gdy zauważy na drodze pieszego lub rowerzystę bez odblasku. Odblaski mogą uratować pieszemu życie.

900

Nationale-Nederlanden daje **wsparcie Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę**. Fundacja od 30 lat chroni dzieci przed przemocą i wykorzystaniem seksualnym – pomaga dzieciom krzywdzonym, udziela wsparcia przez telefon, wspiera rodziców małych dzieci, dba o bezpieczeństwo dzieci w internecie, bada zjawisko przemocy w Polsce, zajmuje się wymiarem sprawiedliwości przyjaznym dziecku, wprowadza standardy ochrony dzieci. Jej celem jest zapewnienie bezpieczeństwa i wspieranie najmłodszych. Darowizna Nationale-Nederlanden została przeznaczona na działanie linii 116 11. To anonimowy, bezpłatny, całodobowy i dyskretny telefon zaufania dla dzieci i młodzieży.

839

W partnerstwie z Towarzystwem Przyjaciół Dzieci firma **Pepco** zainicjowała projekt **Cyfrolatki** – profilaktyka cyberprzemocy, hejtu i mowy nienawiści w placówkach Towarzystwa Przyjaciół Dzieci. W ramach przedsięwzięcia opiekunowie placówek i dzieci biorą udział w cyklu warsztatów o bezpieczeństwie w sieci oraz przeciwdziałaniu hejtowi i mowie nienawiści. Do udziału w warsztatach zapraszani są także rodzice. Odbywa się przygotowywanie młodzieży do roli liderów środowiskowych, którzy następnie dzielą się zdobytą wiedzą ze swoimi rówieśnikami i organizują m.in. akcje społecznościowe w lokalnym środowisku i internecie. Z powodu pandemii tegoroczna edycja odbywała się hybrydowo.

23262

PHARMAPOINT od początku pandemii zaangażowała się w pomaganie placówkom medycznym w walce z COVID-19. W roku 2021 kontynuowała tę praktykę. PHARMAPOINT daje **wsparcie w czasach pandemii** nie tylko szpitalom, ale także przedszkolom, hospicjum i innym placówkom potrzebującym pomocy. Spółka w 2021 r przekazała m.in. płyny dezynfekcyjne, maseczki chirurgiczne, rękawice, chusteczki antybakteryjny na łączną kwotę ponad 170 tys. zł. Była to ważna

i potrzebna inicjatywa, bowiem środki ochrony osobistej są nadal bardzo potrzebne w walce z pandemią.

107

Samsung buduje świadomość użytkowników smartfonów na temat odpowiedzialnego korzystania z tych urządzeń, a także bezpiecznej obecności w sieci. W tym celu Samsung uczestniczył w debacie pt. „Digital wellbeing – a fad or a real need?". Celem **debaty międzypokoleniowej o cyfrowym dobrostanie** było wsłuchanie się w doświadczenia przedstawicieli i przedstawicielek środowiska akademickiego, biznesowego, dziennikarskiego, blogerskiego oraz seniorów, a także ludzi młodych. Zaproszeni paneliści pochylili się nad zagadnieniem cyfrowego dobrostanu i kształtowania zdrowych cyfrowych nawyków w szkole, pracy i w domu w kontekście relacji z bliskimi w rodzinie.

2500

DOBRY SĄSIAD

ANWIL powołał **Fundację ANWIL**. Decyzja poprzedzona została badaniem opinii społecznej. Fundacja wspiera projekty służące mieszkańcom Włocławka oraz trzech ościennych gmin; pomaga w realizacji przedsięwzięć m.in. z zakresu edukacji, ochrony zdrowia i środowiska, bezpieczeństwa, sportu, kultury i sztuki. W 2021 r. Fundacja realizowała kilka programów: „Bądź zdrów" (2518 beneficjentów), „Uczę się z ANWILEM" (2873), „Wybieram sport – skreślam nudę" (3483), „Wakacje z Fundacją" (1695), „Primi inter Pares" (40 stypendiów), „Młodzi z ANWILEM" (3 stypendia).

1300

Centrum Handlowe **Blue City** podjęło **współpracę z Młodzieżowym Domem Kultury „Ochota"** i kieruje swoje działania CSR do lokalnej społeczności dzielnicy, a przede wszystkim do jej najmłodszych mieszkańców. Blue City finansuje publikację miesięcznika „Korniszon", wydawanego przez wychowanków MDK „Ochota" oraz nauczycieli. Ponadto Blue City zaprasza wychowanków MDK do współtworzenia eventów oraz odwiedzania bezpłatnie miejsc rozrywki w centrum.

14

W 2021 r. firma **BNP Paribas Securities Services** zainaugurowała współpracę ze Schroniskiem dla Bezdomnych Zwierząt w Celestynowie. W ramach współpracy ponad 50 wolontariuszy wzięło udział w weekendowych **akcjach wyprowadzania bezdomnych psów na spacery**. Dodatkowo, w organizacji każdorazowo przed spacerowym weekendem odbywa się zbiórka funduszy oraz artykułów najbardziej potrzebnych do funkcjonowania placówki.

850

Dzięki wykorzystaniu najnowszych technologii druku **Canon Polska** wyremontował świetlicę „Wesołe Małolaty" w Krakowie, ozdabiając ją m.in. dzięki drukowanym, kolorowym tapetom. Przemiana krakowskiej świetlicy to pierwsza odsłona polskiej akcji **Świat wydrukowany fantazją z Canon**. Za stworzeniem projektu kosmicznych pejzaży stoi wybrana przez Canon projektantka wnętrz.

228

Carlsberg Polska w 2014 r. uruchomił **Program Grantowy InicJaTyWy**, skierowany do mieszkańców okolic Browarów Kasztelan w Sierpcu i Okocim w Brzesku. W pierwszych pięciu. edycjach w konkursie brali udział pracownicy firmy, którzy mogli wnioskować o grant na realizację swojego autorskiego projektu na rzecz lokalnej społeczności. Od 2019 r. firma kieruje inicjatywę bezpośrednio do organizacji pozarządowych oraz instytucji użyteczności publicznej. Zwycięzcy – 10 lokalnych organizacji – otrzymują granty po 10 tys. zł każda na realizację swoich pomysłów.

1300

Carlsberg Polska w 2021 r. uruchomił program grantowy **Piast Wspiera Region** wspomagający inicjatywy na rzecz lokalnych społeczności. W konkursie grantowym mogą brać udział organizacje pozarządowe, instytucje kultury i sportu, OSP, koła gospodyń wiejskich, ośrodki pomocy społecznej oraz samorządowe jednostki organizacyjne z wybranych powiatów woj. dolnośląskiego. W tym roku do programu pomysły zgłosiło ponad 100 organizacji, a mieszkańcy regionu w internetowym głosowaniu wybrali 17 zwycięskich inicjatyw, a każda z realizujących je organizacji otrzymała granty o wartości od 5 do 50 tys. zł.

1300

Bosman Wspiera Region to program grantowy prowadzony przez **Carlsberg Polska** w Szczecinie od 2020 r. Jego celem jest wsparcie lokalnych inicjatyw społecznych, ekologicznych i infrastrukturalnych, które przyczyniają się do podniesienia jakości życia mieszkańców regionu oraz stymulują integrację lokalnej społeczności. W konkursie grantowym mogą brać udział organizacje pozarządowe, instytucje kultury i sportu, OSP, koła gospodyń wiejskich, ośrodki pomocy społecznej oraz samorządowe jednostki organizacyjne z wybranych powiatów woj. zachodniopomorskiego.

1300

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W 2021 r. **CEMEX Polska** kontynuował program różnorodnych zajęć edukacyjnych oraz rekreacyjnych, realizowany wokół największych zakładów produkcyjnych spółki. W ramach programu **Lato z CEMEX** oraz **Zima z CEMEX** we współpracy z partnerami zorganizowano serię warsztatów dla dzieci, młodzieży i seniorów. Program to odpowiedź firmy na wyzwania i potrzeby społeczności lokalnych wywołane przez pandemię COVID-19. Inicjatywa odpowiada przede wszystkim na problem negatywnego wpływu izolacji społecznej na zdrowie fizyczne i psychiczne dzieci oraz osób starszych.

1000

DCT Gdańsk we współpracy z Portem Gdańsk zorganizował filmowe piątki w **kinie plenerowym na plaży Stogi**. Na mieszkańców okolicznych dzielnic czekały leżaki i ciepłe koce oraz konkursy z nagrodami w postaci drobnych upominków.

2000

Fundacja dbam o zdrowie – powołana w 2021 r. przez **DOZ** – przekazała do użytkowania mieszkańcom Łodzi trzecią bezpłatną **siłownię zewnętrzną**. Jest to nie tylko siłownia, ale strefa rekreacyjno-rehabilitacyjna. W strefie tej prócz urządzeń rehabilitacyjnych znalazły się na wyposażeniu również ławeczki, na których można usiąść i odpocząć po ćwiczeniach. Wśród sześciu urządzeń do ćwiczeń dopasowanych dla potrzeb seniorów są też urządzenia dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych.

4500

Fundacja dbam o zdrowie – powołana w 2021 r. przez **DOZ** – otworzyła w Łodzi lokal dedykowany seniorom. **Przystań Seniora** to w pełni wyposażone miejsce, które posiada podjazd dla wózków, co umożliwia udział także osobom z niepełnosprawnościami. Przystań pozwala na prowadzenie działań skierowanych do seniorów w oparciu o bezpośredni kontakt. Zorganizowano m.in. cykl wykładów poświęconych zdrowiu, spotkania z ekspertami: lekarzami, dietetykami, farmaceutami. Dodatkowo przeprowadzono warsztaty z samodzielnego wykonania naturalnych kosmetyków, pokazy makijażu, a także warsztaty plastyczne.

4500

Po raz pierwszy deweloper **Eiffage Immobilier Polska** zorganizował uroczyste **powitanie mieszkańców** nowo wybudowanej inwestycji przy ul. Stalowej 27 w Warszawie. Podczas spotkania **odsłonięto mural** pt. „Tajemniczy ogród" wykonany przez artystki ze studia RedSheels, który wypełnił ogrodzenie wewnętrznego zielonego patio oddanego mieszkańcom.

10

Wspólnie posprzątajmy Piłę to cykliczna akcja zainicjowana przez Altvater Piła Sp. z o.o., jedną ze spółek grupy **ENERIS**, pomysłodawcę powołania Klubu Dobrego Klimatu. Praktyka polega na sprzątaniu zaniedbanych, cennych przyrodniczo terenów w Pile. W 2021 r. uczestnicy podczas siedmiu takich akcji zebrali ponad 10 ton odpadów. Wśród społeczników znaleźli się m.in. okoliczni mieszkańcy, członkowie rad osiedli, podopieczni Monaru, wolontariusze pilskich firm, w tym m.in. spółki Altvater Piła. W sumie we wszystkich akcjach sprzątania Piły uczestniczyło ok. 200 osób.

1200

Z okazji 5. urodzin **EPP** uruchomiło akcję **„5 dobrych uczynków na 5. urodziny EPP" – 120 akcji na rzecz społeczności lokalnych**. Pracownicy podzieleni na 24 lokalne zespoły prowadzili akcje w ramach czterech filarów społecznej odpowiedzialności EPP. Spółka EPP wsparła 32 DPS-y i domy dziecka, 16 schronisk, wybudowała budki lęgowe dla ptaków oraz paśniki dla dzikich zwierząt, uruchomiła bookcrossingi z lokalnymi bibliotekami, punkt adopcji roślin, dawanie drugiego życia meblom, rowerom czy kredkom.

220

Ideą programu **AmberOne Blisko Nas** zorganizowanego przez **Gdańsk Transport Company** jest wspieranie małych inicjatyw społecznych, istotnych z punktu widzenia ekologii i bezpieczeństwa na drodze, w gminach położonych wokół autostrady. W ramach programu firma organizuje coroczny konkurs, w którym nagradzane i finansowane są projekty lokalnych organizacji z gmin położonych między Rusocinem a Nową Wsią.

8

Grupa Amica prowadzi konkurs **Kolorowe stołówki**, do udziału w którym mogły zgłaszać się szkoły w trzech kategoriach: do 150 uczniów, od 150 do 350 uczniów i powyżej 350 uczniów. W danej grupie na placówkę, która wygrała głosowanie, czekała nagroda główna, czyli remont stołówki, każdy o wartości 80 tys. zł. Pozostałe sześć szkół, które zajęły kolejno drugie i trzecie miejsce w swojej kategorii, otrzymało vouchery o wartości 5 tys. zł na wyposażenie jadalni w sprzęt AGD marki Amica.

3100

W Rawie Mazowieckiej otwarto plac zabaw w ramach trwającego od 2008 r. projektu **Place Zabaw – Muszkieterowie** realizowanego przez powołaną przez **Grupę Muszkieterów** Fundację. Ekologiczny ogólnodostępny plac wykonano w całości z drewna, a elementy przeznaczone do zabawy zamontowano na podłożu piaskowym. Realizację współfinansowały sklepy Intermarché i Bricomarché wraz z Fundacją Muszkieterów oraz lokalnym samorządem.

13000

Firma **intive** w ramach nieformalnej grupy zrzeszającej reprezentantów społecznie zaangażowanych firm

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

z Dolnego Śląska zaangażowała się w akcję **Flora dla seniora**. Pracownicy 13 wrocławskich firm, pod przewodnictwem Credit Agricole, zorganizowali wspólnie akcję charytatywną i ufundowali drzewa i krzewy do ogrodu pensjonariuszy Domu Pomocy Społecznej przy ul. Karmelkowej we Wrocławiu. Organizację wspierał start-up Dotlenieni.org oraz Agencja Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej.

2000

W czasie izolacji i wyzwań związanych z pandemią i ochroną zdrowia osób starszych **KGHM Polska Miedź** zorganizowała **kompleksowe działania pomocy seniorom**. Zaangażowano NGO, samorządy, domy pomocy społecznej, szkoły i przedszkola, a pośrednio setki wolontariuszy, którzy rozdawali na Dolnym Śląsku żywność, pakiety ochronne, poradniki i wspierali osoby starsze. Seniorów wspierano także przed Bożym Narodzeniem, z okazji Dnia Babci i Dziadka, w tłusty czwartek i z okazji Dnia Kobiet. Pomoc objęła co najmniej 34 tys. seniorów, a kwota pomocy wyniosła 520 tys. zł.

18500

W 2021 r. w trzech sklepach **Leroy Merlin Polska** rozpoczęto cykl **warsztatów florystycznych skierowanych do seniorów**. Jest to nowa odsłona dotychczasowej akcji społecznej „Dzieciaki Sadzeniaki" związanej z pielęgnacją roślin i edukacją ekologiczną, tym razem skierowana do osób starszych. Warsztaty zorganizowane zostały dzięki zaangażowaniu pracowników Leroy Merlin i przy wykorzystaniu produktów z oferty marketów.

12000

W 2021 r., z okazji swojego 170-lecia, firma **LOTTE Wedel** uruchomiła **konkurs grantowy dla organizacji lokalnych „Wedel od Serca"**. Program to formuła, którą od 14 lat realizowano wewnętrznie, włączając pracowników do wspólnych akcji. Celem rozszerzenia programu o współpracę z lokalnymi NGO było zaangażowanie nowych podmiotów w tworzenie ciekawych projektów na rzecz mieszkańców najbliższego sąsiedztwa wedlowskiej fabryki na warszawskiej Pradze.

1300

W ramach współpracy z samorządem brzeskim **LPP** prowadzi program **Brześć Kujawski w centrum uwagi**. Realizowane są m.in. bezpłatne kursy językowe oraz dodatkowe zajęcia przygotowujące uczniów do egzaminów. Ważnym elementem programu jest również aktywizacja dzieci w ramach projektów wakacyjnych czy lokalnych imprez sportowych.

27000

Projekt **ŁecznaLab** jest kontynuacją rozpoczętej w 2019 r. współpracy pomiędzy spółką **Lubelski Węgiel Bogdanka**, Fundacją Krajobrazy oraz Gminą Łęczna. Polega na realizacji działań z zakresu architektury krajobrazu, planowania przestrzennego, edukacji i zaangażowania społecznego realizowanego w mieście Łęczna. W 2021 r. rozpoczęto realizację sześciu zadań obejmujących: wysiewanie łąk i rabat kwiatowych, rewitalizację placu zabaw, utworzenie zielonej sali wykładowej Domu Kultury, działania z edukacji przyrodniczej dla dzieci i młodzieży, warsztaty i działania animacyjne dla dzieci i młodzieży, warsztaty na „Psistanku" – nowo utworzonym terenie z infrastrukturą do celów szkoleniowych dla zwierząt.

4761

Many Mornings w ramach akcji **Doctor Monkey wspiera pacjentów pediatrycznych**, pomagając Fundacji Dr Clown. Przez sześć miesięcy 2021 r. seniorzy i seniorki przygotowują maskotki jako powołani przez firmę partnerzy akcji. Wykonane przez nich zabawki trafiają w grudniu do małych pacjentów, którzy muszą spędzać Boże Narodzenie w szpitalach i placówkach specjalistycznych. Maskotki są szyte w duchu less waste, z materiałów niewykorzystanych przez firmę podczas produkcji. W 2021 r. wspólnie z partnerami firma wykonała 1300 maskotek, które w grudniu powędrowały do szpitali w 11 miastach.

35

Międzynarodowe Targi Gdańskie zorganizowały **Jarmark Bożonarodzeniowy Daj serce na Święta**, w ramach którego stanęło kilkadziesiąt stoisk. Scenę udostępniono dzieciom z osiedlowych i miejskich domów kultury. Lasy Państwowe przekazały choinki. Fundacja DKMS zapraszała do rejestracji dawców szpiku. Krwiobus RCKiK był do dyspozycji chętnych do oddania krwi. Zorganizowano także plenerowy punkt szczepień i wsparto przygotowanie spotkania wigilijnego dla osób w potrzebie organizowanego przez ojców dominikanów.

60

Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** realizowała **wsparcie uczniów Szkoły Podstawowej w Sławkowie** oraz ich rodziców w toku prób likwidacji szkoły w latach 2019–2021. Udzielano porad prawnych w przedmiocie możliwych kroków prawnych i działań, które mogą zostać podjęte przez lokalną społeczność w celu utrzymania funkcjonowania Szkoły Podstawowej w Sławkowie.

8

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Nestlé Waters, należące do **Nestlé Polska**, prowadzi **wsparcie społeczności lokalnej w Nałęczowie**. W 2021 r. program, mający na celu poprawienie jakości życia mieszkańców, miał wiele wymiarów: od inwestycji w regionie po wsparcie edukacji i edukację środowiskową. Firma wspiera różne formy aktywności mieszkańców (m.in. lokalny klub sportowy), a najnowszą inicjatywą jest akcja wymiany pustych butelek PET na przejażdżki rowerem miejskim.

5500

Firma **Nhood Polska** stworzyła **teren rekreacyjno-sportowy przy Centrum Handlowym Auchan Bydgoszcz**. Na terenie ścieżki prowadzącej od przystanków komunikacji miejskiej do centrum handlowego, wytyczonej przez lata przez mieszkańców, powstał nowoczesny szlak pieszo-rowerowy.

80

Nhood Polska nieprzerwanie od 2012 r. realizuje w zarządzanych centrach i galeriach handlowych program **Dobry sąsiad**. Program powstaje poprzez dialog z lokalną społecznością, odpowiada na jej najważniejsze potrzeby, wspiera działające w centrach i galeriach handlowych organizacje pozarządowe i fundacje, a także lokalnych twórców i rzemieślników oraz odzwierciedla różnorodność regionów. W ramach programu firma prowadzi pięć ścieżek tematycznych – kultura i nauka, ekologia, bezpieczeństwo i zdrowie, region, sport i zabawa.

80

Polenergia wdrożyła projekt edukacyjny **Książki dla Klimatu**. W miejscowościach położonych w pobliżu projektów firmy zidentyfikowano szkoły podstawowe oraz lokalne biblioteki, które chciały podjąć długoterminową współpracę z Grupą Polenergia i poszerzać wiedzę dotyczącą środowiska, jego ochrony i zmian klimatycznych wśród dzieci i młodzieży. W ramach pierwszego etapu współpracy Grupa wysłała 750 książek do 17 bibliotek na terenie 13 gmin, gdzie zlokalizowane są inwestycje Grupy. Tytuły książek poruszały tematy, takie jak bioróżnorodność, zmiany klimatyczne czy kobiece przywództwo.

232

Polski Koncern Naftowy ORLEN po raz drugi zorganizował akcję **Świąteczna Paczka dla Płockich Seniorów**, w ramach której wigilijne i bożonarodzeniowe potrawy trafiły do 3800 mieszkańców Płocka powyżej 75 roku życia. Akcja pozwoliła także na wsparcie lokalnych restauratorów oraz firm gastronomicznych zaangażowanych w przygotowanie potraw wigilijnych, które znalazły się w świątecznych paczkach. Dla seniorów została uruchomiona infolinia, za pośrednictwem której dokonywano zapisów, ustalając podczas jednej rozmowy również godziny dostarczenie paczki pod drzwi domu w dniach 23 lub 24 grudnia 2021 r.

5878

Celem programu grantowego **WzMOCnij swoje otoczenie** realizowanego przez **Polskie Sieci Elektroenergetyczne** jest wsparcie długotrwałych projektów z myślą o mieszkańcach gmin, w których PSE prowadzą działania. Program wspiera samorządy oraz NGO w działaniach m.in. w obszarze bezpieczeństwa, edukacji i zdrowia. Polskie Sieci Elektroenergetyczne nagrodziły ponad 180 pomysłów o łącznej wartości ok. 3,7 mln zł.

2700

Stena Recycling w ramach świętowania 20-lecia działalności w Polsce zorganizowała **konkurs** grantowy pod nazwą **GOZpodarne wyzwanie**. W ramach projektu przyznano granty dla 20 najlepszych zgłoszonych pomysłów promujących rozwiązania zgodne z gospodarką o obiegu zamkniętym. Dzięki dofinansowaniu lokalnie realizowanych projektów mieszkańcy mogli wziąć udział w warsztatach, prelekcjach oraz kiermaszach zawierających elementy cyrkularności, takie jak ponowne użycie, naprawianie bądź recykling.

594

Świętokrzyskie Kopalnie Surowców Mineralnych przeprowadziły **rekultywację terenu poprzemysłowego w Sukowie**. Dodatkowo zarybiły zbiornik wodny. Obecnie jest to teren rekreacyjny sprzyjający integracji społecznej, a także rozwojowi wędkarstwa.

289

Spółka **Vantage Development** po zakończeniu budowy drugiego etapu inwestycji mieszkaniowej na terenie dawnego Portu Popowice we Wrocławiu zdecydowała o **zagospodarowaniu terenu parku Zachodniego**, bezpośrednio przylegającego do inwestycji. Projekt był realizowany w ścisłej współpracy z wrocławskim Zarządem Zieleni Miejskiej. Na terenie parku wytyczono nowe ścieżki, przygotowano oświetlenie oraz umieszczono elementy małej architektury. Uzupełniono roślinność parku poprzez nowe nasadzenia. Przygotowano drewniany pomost, łączący Port Popowice z Parkiem Zachodnim, którego realizacja pozwoliła uniknąć wycinki istniejących drzew. Dzięki ścieżkom wytyczonym w spadku teren jest dostępny dla osób niepełnosprawnych oraz rodziców z wózkami dziecięcymi.

170

DZIAŁANIA CHARYTATYWNE I FILANTROPIA

3M Poland zaoferowało **wsparcie placówek dla dzieci i mam** w miejscowościach w pobliżu siedzib firmy. Firma przekazała darowizny rzeczowe i finansowe, paczki na nowy rok szkolny oraz upominki z okazji świąt, Dnia Dziecka i Dnia Matki. Fundacja 3M Gives z USA przekazała 68 tys. zł na remont sali zabaw.

4000

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Pokój na święta to akcja społeczna, którą przeprowadziła **Agencja Reklamowa ArtGroup**. Jej beneficjentem był Filip, 16-letni syn jednego z pracowników firmy, od urodzenia borykający się z szeregiem wad wrodzonych. Agencja zaprosiła do wspólnego przedsięwzięcia seniorów, dla których zorganizowała cykl kreatywnych warsztatów krawieckich. Uszyte poduszki podróżne stanowiły prezent dla osób i podmiotów wspierających akcję.

40

Dzięki **aukcjom Allegro dla Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy** w 29. Finale WOŚP użytkownicy **Allegro** mogli wesprzeć Fundację na kilka różnych sposobów: biorąc udział w licytacjach, wystawiając własne przedmioty na aukcjach charytatywnych lub wpłacając pieniądze do Wirtualnej Puszki. Firma stworzyła też platformę Rzeczyodserca.pl, która umożliwia osobom znanym i klientom Allegro publikowanie nagrań wideo z opisem wystawianej przez siebie rzeczy. Przez trzy dni przed samym finałem ze swojego warszawskiego biura Allegro prowadziło transmisje na żywo, podczas których gwiazdy opowiadały o wystawionych przez nie przedmiotach.

4770

Allegro zaangażowało się w **Szlachetny Koszyk i wolontariat pracowniczy** w ramach akcji Szlachetna Paczka. Pomoc firmy skupia się wokół dwóch obszarów. Pierwszym z nich jest akcja Szlachetny Koszyk prowadzona na platformie Allegro, gdzie klienci, robiąc zakupy, mogli dołożyć do swojego koszyka charytatywną cegiełkę i wesprzeć Szlachetną Paczkę. Allegro realizuje również projekt wolontariatu pracowniczego. W firmie działają również liderzy i wolontariusze Szlachetnej Paczki.

4770

Alstom Konstal, który wspólnie z fundacją „Biegamy z sercem" wspiera dzieci chore, zrealizował doroczną akcja **Zamieniamy kilometry na złotówki**. Za kilometry pokonane przez pracowników firma przekazuje fundusze na cele charytatywne. W akcję zaangażowały się 343 osoby, które pokonały w sumie 200 tys. km. Firma przekazała ok. 200 tys. zł.

4000

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne w ostatnim tygodniu września, miesiąca świadomości nowotworów dziecięcych, wraz z Fundacją Gajusz zorganizował **wsparcie dzieci z Oddziału Onkologii, Pediatrii i Hematologii w Łodzi**. Pracownicy przedsiębiorstwa dostali klip z zaproszeniem do udziału w zakupie cegiełek dobroci na rzecz potrzebujących dzieci. Z filmu można było dowiedzieć się, kim są bohaterowie akcji i na co zostaną przeznaczone środki. Zebrana kwota została podwojona przez firmę. Przekazano łącznie 19 080 zł.

250

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne w ramach praktyki **zbiórki rzeczy – podejście REUSE** przeprowadził dwie zbiórki na rzecz wsparcia osób potrzebujących. Zbierano odzież i obuwie, a także książki i zabawki w dobrym stanie. Odbiorcami akcji byli Placówka Socjalizacyjna PANDA w Kozienicach, Stowarzyszenie Rodziców Dzieci Niepełnosprawnych KRASNAL w Warszawie i noclegownie w Warszawie.

250

#AssecoDzieciom to wspólna akcja charytatywna **Asseco Poland** oraz Podkarpackiego Oddziału Okręgowego Polskiego Czerwonego Krzyża, której celem było wsparcie najbardziej potrzebujących uczniów mieszkających i uczących się w Rzeszowie poprzez przekazanie im 300 laptopów z mobilnym internetem od sieci Plus. Akcja zorganizowana była z okazji 30. urodzin firmy.

2311

W corocznej **charytatywnej akcji pracowników Asseco „Pomagamy"** organizowanej w **Asseco Poland** pracownicy nominują do wsparcia finansowego wybrane organizacje. Od 2019 r. mogą również zgłaszać inicjatywy proekologiczne.

2311

Z okazji jubileuszu **Auchan Retail Polska** zorganizowany został **urodzinowy nabór projektów Fundacji Auchan na rzecz Młodzieży**. Projekty zgłaszane były przez lokalne stowarzyszenia i fundacje współpracujące ze sklepami sieci. Fundacja działa w Polsce od 2011 r., jej inicjatywy adresowane są do dzieci i osób młodych (w wieku 5–25 lat). Od tego czasu wsparła realizację ponad 100 lokalnych projektów o różnym zasięgu, na łączną kwotę 1 052 490 euro.

19000

Auchan Retail Polska udostępniło swoje sklepy na rzecz **Świątecznej Zbiórki Żywności z Federacją Polskich Banków Żywności** zorganizowanej pod hasłem „Święta godne, a nie głodne". Klienci 41 sklepów sieci zostawiali produkty w przygotowanych w tym celu koszach.

19000

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Auchan Retail Polska współpracuje ze Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce i Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę, organizując akcje charytatywne Z Julkiem Bobrem. W kwietniu odbyła się **akcja charytatywna „Z Julkiem Bobrem** dziel się dobrem". W listopadzie i grudniu sieć zorganizowała przedświąteczną akcję pod hasłem „Z Julkiem Bobrem wspieramy dzieci i doceniamy bohaterów" na rzecz 116 111 telefonu zaufania prowadzonego przez Fundację Dajemy Dzieciom Siłę. Podczas obu akcji maskotki były dostępne we wszystkich sklepach Auchan, można je było również kupić poprzez platformę Zakupy.auchan.pl.

19000

Bank Millennium w ramach **Wsparcia dla Paraolimpijek** ufundował stypendium we współpracy z fundacją Martyny Wojciechowskiej Unaweza oraz akcją #CorinneRunsForGood.

6620

Bank Millennium w ramach akcji **#słuchaMYwspieraMY** umożliwia pracownikom realizację własnych pomysłów. Program wolontariatu pracowniczego to konkurs grantowy na projekt wolontariacki przeprowadzony przez pracowników na rzecz osób indywidualnych, organizacji oraz lokalnych społeczności. W przypadku pomocy osobom indywidualnym Fundacja Banku Millennium oceniała zmianę sytuacji życiowej konkretnej osoby, a w przypadku beneficjentów grupowych wpływ akcji na lokalną społeczność.

6620

BASF Polska w ramach swoich działań ufundował **piec dla Stowarzyszenia Serduszko dla Dzieci**. Firma wspiera stowarzyszenie od kilku lat. Piec tandoor będzie pełnił funkcję zarówno edukacyjną, kreatywną, jak i dekoracyjną, będzie wykorzystywany do zajęć w Folwarku Wawer, przestrzeni stworzonej dla dzieci i młodzieży.

780

Blue City w ramach działania **Ochotnicy z Blue City** stara się być otwarte na potrzeby społeczności warszawskiej dzielnicy Ochota. Przy współpracy z Ośrodkiem Pomocy Społecznej Ochota firma wraz z najemcami wsparła potrzebujące rodziny. Wiosną 2021 r. odbyła się pilotażowa akcja, do której przyłączyli się: Media Markt, Super-Pharm, Crocs, Lavard, Modnisiowo oraz Poprawki Krawieckie.

14

Wspieram Cały Rok to wspólny program Fundacji BNP Paribas i **BNP Paribas Bank Polska** oparty na mechanizmie payroll. Polega on na comiesięcznych odpisach od pensji wybranej kwoty przekazywanej na wsparcie organizacji społecznych. W 2021 r. blisko 300 osób wspierało dwie Organizacje Roku, wybrane w głosowaniu przez pracowników: Fundację SYNAPSIS i Stowarzyszenie Aktywnie Przeciwko Depresji. Łącznie pracownicy przekazali na ten cel ponad 80 tys. zł.

9200

Program stypendialny Klasa – autorskie działanie Fundacji BNP Paribas przy **BNP Paribas Bank Polska** – zapewnia uzdolnionym absolwentom szkół podstawowych naukę w renomowanych liceach ogólnokształcących w pięciu miastach akademickich: Warszawie, Wrocławiu, Krakowie, Gdyni i Szczecinie. Program jest skierowany do uczniów pochodzących z małych miejscowości, z rodzin w trudnej sytuacji materialnej. Fundacja zapewnia wsparcie finansowe w trakcie nauki w liceum i na pierwszym roku studiów, udział w obozach: językowym i wakacyjnym. W roku szkolnym 2020/2021 do programu dołączyło 26 stypendystów. W tym roku szkolnym w programie uczestniczyło 83 stypendystów z całej Polski. Bank od początku istnienia przekazał na ten cel ponad 25,5 mln zł.

9200

Wolontariusze **BNP Paribas Securities Services** zorganizowali akcję **przekazania laptopów wychowankom domów dziecka w Morągu**, prowadzonych przez Morąskie Stowarzyszenie Wspierania Rodzin. Założeniem projektu było ułatwienie dzieciom w wieku szkolnym uczestnictwa w lekcjach zdalnych w czasach pandemii COVID-19. Darowizna została przygotowana z pełnosprawnych laptopów, używanych wcześniej przez pracowników, a wycofanych z codziennego użytkowania. Z grantu Fundacji BNP Paribas sfinansowano zakup plecaków oraz zestawów słuchawek, aby zapewnić sprzęt na potrzeby zdalnej edukacji.

850

Jesienią 2021 r. pracownicy **BNP Paribas Securities Services**, realizując projekt grantowy w ramach konkursu Fundacji BNP Paribas, zorganizowali akcję **przekazania śpiworów bezdomnym z Dworca Centralnego**. Partnerem była fundacja Daj Herbatę, która bezpośrednio pomaga osobom bezdomnym w Warszawie. Pracownicy zakupili 77 śpiworów i osobiście przekazali je bezdomnym podczas jednej z poniedziałkowych akcji fundacji, polegającej na przekazywaniu darów.

850

Akcja **B-Olympic** zorganizowana przez **Bridgestone Poznań** to seria sportowych wyzwań, w ramach których pracownicy zbierają kilometry, które przekładają się na finansowe wsparcie Fundacji Rak'n'Roll. W 2021 r. uczestnicy akcji uzbierali 1,5 mln km, co przełożyło się na wpłatę 5 tys. euro.

2000

Dom z serca to inicjatywa społeczna firmy **Budimex** mająca na celu pomoc rodzinom wielodzietnym. W ramach działania firma pomogła ośmioosobowej rodzinie zmagającej się

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

z trudną sytuacją finansową i borykającej się z problemami zdrowotnymi dwójki dzieci. Firma połączyła siły z innymi firmami budowlanymi, aby dokończyć budowę domu oraz wyposażyć go do stanu „pod klucz".

8000

Canon Polska w ramach praktyki **Canon charytatywnie** wspierał lokalne społeczności. Przeprowadzono zbiórkę wraz z loterią na rzecz rodziny w ramach wsparcia akcji Szlachetna Paczka. Firma podpisała także umowę na wsparcie rzeczowe dla Stowarzyszenia Otwarte Drzwi w Warszawie, które tworzy bezpieczne warunki do rozwoju i nauki dzieciom i młodzieży ze środowisk dotkniętych problemami zdrowotnymi i społecznymi.

228

Go Canon! Go! to program firmy **Canon Polska** adresowany do pracowników. Jego celem jest zebranie 20 tys. km w ciągu trzech miesięcy, poprzez uprawianie różnych dyscyplin sportowych. Pracownicy mogą rywalizować indywidualnie oraz drużynowo. Zwycięzcy rywalizacji wskazują organizację charytatywną, którą firma Canon wspiera finansowo lub rzeczowo.

228

Castorama Polska w ramach działalności **Fundacji Castorama** realizuje projekty społeczne mające na celu poprawę warunków mieszkaniowych. W roku 2021 ukończono ponad 40 projektów, które przyczyniły się do poprawy warunków blisko 900 beneficjentów.

13000

Program **Clariter Cares** firmy **Clariter Poland** zakłada angażowanie się w akcje charytatywne przez cały rok. Firma wzięła udział m.in. w akcji Szlachetna Paczka (za sumę 3 tys. zł ufundowała niezbędne artykuły dla matki samotnie wychowującej czwórkę dzieci); w ogólnopolskiej Akcji Pajacyk (wsparła akcję dożywiania w Syrii, Sudanie i na Ukrainie); w akcji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. W sumie na cele charytatywne firma zebrała 4300 zł.

18

Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** zorganizowała loterię dla pracowników z regionu CEE, z której cały dochód został przekazany na **wsparcie inicjatywy Lekarze Bez Granic**. Dodatkowo kancelaria przekazała środki w wysokości trzykrotności kwoty zebranej przez pracowników.

280

Przed rozpoczęciem roku szkolnego pracownicy kancelarii **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** zainicjowali projekt **Akcja wyprawka**, zbiórkę funduszy na zakup podręczników i niezbędnych akcesoriów szkolnych dla dzieci z domów dziecka w Warszawie. W 2021 r. kancelaria przeznaczyła 5 tys. zł na wyprawki dla dzieci z placówek opiekuńczo-wychowawczych.

280

Firma **Dalpo** wspiera największe w Polsce multisportowe zawody dla dzieci – **Enea Junior Triathlon**. Dalpo przekazało taśmę ogrodzeniową z odpowiednio przygotowanym nadrukiem, która wyznaczała tor zawodów sportowych.

320

DB CARGO POLSKA realizuje praktykę **Kolej na Pomaganie – wolontariat pracowniczy**. Przedsiębiorstwo zorganizowało ogólnopolski program społeczny „Zamień komórkę na planszówkę", którego celem jest przeciwdziałanie fonoholizmowi wśród dzieci i młodzieży. Firma przygotowuje pakiety gier planszowych dla podopiecznych dziennych ośrodków pomocy i świetlic środowiskowych, zgłaszanych przez wolontariuszy firmy. W ramach konkursu dla pracowników „Dobry Pomysł" zgłaszają oni inicjatywy wolontariackie, spośród których pięć wybranych uzyskuje wsparcie finansowe firmy. W 2021 r. ze względu na pandemię wolontariusze DB Cargo Polska zdecydowali o przekazaniu całego budżetu wolontariackiego z konkursu na wsparcie dla szpitali i hospicjów.

3000

Akcja **Dyniowa Zbiórka** została zainicjowana przez jednego z pracowników **DCT Gdańsk**, który przekazał dekoracyjne dynie z własnej uprawy. Za wrzucenie pieniędzy do puszki pracownicy otrzymywali dynię. Całkowity dochód ze zbiórki przekazany został Hospicjum „Pomorze Dzieciom" na gdańskich Stogach.

2000

DCT Gdańsk w ramach akcji **Posiłek dla seniora & Posiłek za wysiłek** wsparło posiłkami osoby z sąsiedztwa najbardziej narażone w związku z pandemią. Jednocześnie działanie wspierało gastronomię, a posiłki przygotowywane były przez lokalne bistro. W ramach akcji „Posiłek za wysiłek" skierowanej do medyków, głównie ze szpitala tymczasowego na Amber Expo, i „Posiłek dla seniora" przygotowanych i wydanych zostało ok. 5,5 tys. posiłków. Dodatkowo firma przekazała 10 tys. zł dla PCK.

2000

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Fundacja Deloitte działająca przy **Deloitte Polska** we współpracy z Bankiem Żywności SOS w Warszawie zorganizowała **Świąteczną Zbiórkę Żywności**. Akcja poprzedzona została webinarem dla pracowników na temat niemarnowania jedzenia. W ciągu dwóch tygodni zebrano 500 kg żywności trwałej. Dodatkowo 13 pracowników włączyło się w akcję wolontarjacką i posortowało 5 ton jedzenia w magazynie Banku Żywności SOS w Warszawie. Fundacja Deloitte wsparła również partnera darowizną wysokości 15 tys. zł na ufundowanie świątecznych paczek. Tym samym 50 tys. osób otrzymało w święta zapas żywności na kilka miesięcy.

2500

Firma **dentsu Polska** realizuje firmową **e-garażówkę**, wyprzedaż, w której każdy pracownik może wystawić wybrane rzeczy albo biorąc udział w licytacji, coś kupić. Celem działania w 2021 r. była zbiórka pieniędzy na rzecz ciężko chorego syna pracowniczki firmy. Pracownicy wystawiają przede wszystkim gry, książki, dekoracje, akcesoria, zabawki, ale też usługi: wypieki i przetwory, produkty hand made, sesje, portrety.

800

Firma **dentsu Polska** angażuje się w **pomaganie zwierzętom**. W 2021 r. 20 wolontariuszy spędziło dzień w schronisku w Celestynowie pod Warszawą. Pracownikom udało się pomalować i odrestaurować budy i boksy dla psów. Zorganizowano także zbiórkę, w której zebrano łącznie 4095 zł. Fundusze zostały przeznaczone na zakup leków dla lecznicy w schronisku. Równolegle pracownicy drugiego biura firmy w Białymstoku wsparli lokalne schronisko w Sokółce.

800

Firma **dentsu Polska** w ramach działania **Twój głos się liczy podwójnie** wspiera wybrany cel społeczny przy okazji corocznego globalnego badania zaangażowania Check In. W roku 2021 pracownicy mogli w ankiecie zdecydować, który z wybranych obszarów chcą wesprzeć. Za każdą wypełnioną ankietę firma przekazywała 50 pensów. W sumie firma przekazała 20 tys. funtów szterlingów organizacji „The Gold Standard", która pomaga zmniejszyć emisję dwutlenku węgla, wspiera małe społeczności w zmniejszaniu zanieczyszczenia, w wzmacnianiu pozycji kobiet oraz dba o poprawę dobrostanu i edukację dzieci.

800

Od 2013 r. **Egis Polska** bierze udział w społecznym programie Szlachetna Paczka. W roku 2021 firma zaangażowała się w **pomoc charytatywną wybranej rodzinie**. Sfinansowano turnus rehabilitacyjny dla chorego dziecka, zakup drewnianych klocków edukacyjnych, środków higienicznych i żywności, przekazano karty upominkowe na odzież. Firma sfinansowała sesje psychologiczne dla rodziców, a jedna z córek otrzymała darmowe lekcje jazdy konnej.

250

Firma **Eiffage Immobilier Polska** dołączyła jako fundator do **partnerstwa w realizacji Zielonego Centrum dla Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę**. Darowiznę przekazano na budowę pawilonu terapeutycznego przy Centrum Pomocy Dzieciom w Warszawie. Projekt zakłada powstanie – przy zastosowaniu rozwiązań przyjaznych środowisku – zielonej przestrzeni wspomagającej terapię dzieci krzywdzonych i wykorzystywanych seksualnie.

10

Firma **Eiffage Polska Budownictwo** zaprosiła pracowników do **udziału w Poland Business Run**, biegu charytatywnym, z którego dochód przeznaczony był na pomoc osobom po amputacjach. Bieg ma charakter sztafety, w której występuje pięciu zawodników. W 2021 r. firma wystawiła cztery drużyny: w Krakowie, Poznaniu, Warszawie i we Wrocławiu.

180

Ekoenergetyka Polska razem ze spółkami powiązanymi oraz Fundacją Ekoenergetyki zorganizowała wyzwanie **Energia Serc dla Ani**, którego celem była zbiórka funduszy na leczenie małej zielonogórzanki walczącej z SMA1. Wyzwanie polegało na zaangażowaniu jak największej liczby osób do wpłacania cegiełek na konto. Rozpoczęto od pracowników, którzy poprzez udział w filmie tworzyli ogromne czerwone serce. W nagranie filmu zaangażował się Zarząd spółki, który nominował do wyzwania kolejne firmy. W efekcie w akcję zaangażowały się inne duże firmy z regionu, które nominowały kolejne podmioty. Każdy uczestniczący w inicjatywie wpłacał na konto cegiełkę.

450

Ekoenergetyka Polska i Fundacja Ekoenergetyki zaangażowały się w **przekazanie specjalistycznego sprzętu medycznego dla regionalnych placówek medycznych**. W 2021 r. do Szpitala Uniwersyteckiego w Zielonej Górze zostały przekazane dwa wysokiej klasy inkubatory hybrydowe o łącznej wartości ok. 200 tys. zł, do Wielospecjalistycznego Szpitala SPZOZ w Nowej Soli – kardiomonitor, otoskop i oftalmoskop, do SP ZOZ Centrum Leczenia Dzieci i Młodzieży w Zaborze – sprzęt nagłaśniający.

450

Aktywni charytatywni to inicjatywa angażująca pracowników **Energa Grupa ORLEN**, ich bliskich i znajomych. Biegając i maszerując, jeżdżąc na rowerze, uczestnicy akcji dążą do osiągnięcia określonej liczby kilometrów, wymienianych na złotówki przekazywane następnie określonym podmiotom. W ramach ósmej edycji akcji w 2021 r. udzielono wsparcia organizacjom i instytucjom zajmującym się opieką i leczeniem osób w podeszłym wieku oraz domom dziecka.

9800

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Świeć się z Energą to ogólnopolska akcja dobroczynna firmy **Energa (Grupa ORLEN)**, w której Polacy, głosując na najpiękniej oświetlone świątecznie miasto, decydują jednocześnie, gdzie trafi wart 200 tys. zł. sprzęt AGD. W pierwszym etapie wyłanianych jest 16 „mistrzów województw", którzy rywalizują w finałowym głosowaniu o tytuł Świetlnej Stolicy Polski i dodatkowe nagrody przeznaczone na cele społeczne. W dwunastej edycji akcji zgłoszono 188 miast. Wygrał Chełm. Do potrzebujących z tego miasta trafiła pomoc o wartości 50 tys. zł. Pozostałe 15 miast otrzymało po zestawie sprzętu o wartości 10 tys. zł, na które składały się energooszczędne urządzenia AGD oraz wirusobójcze lampy UV-C. Łącznie osobom potrzebującym i instytucjom przekazano 300 urządzeń.

9800

eobuwie.pl od początku pandemii COVID-19 jest zaangażowane we **wsparcie szpitala w Zielonej Górze**. Spółka odpowiedziała na zapotrzebowanie szpitala, dostarczając do placówki medycznej sprzęt komputerowy o wartości 150 tys. zł. Łącznie eobuwie.pl przekazało już sprzęt i oprogramowanie o wartości blisko 400 tys. zł. Spółka wspiera również Fundację Chirurgii i Onkologii Polskiej im. Pawła Murawy, która działa przy zielonogórskim szpitalu. Do tej pory Fundacja pozyskała m.in. urządzenie IC-Flow do diagnostyki obrazowej oraz tzw. nóż wodny.

300

eobuwie.pl **wspiera Dom Dziecka w Kożuchowie**. Firma sponsoruje program stypendialny i stażowy dla najlepszych, pełnoletnich uczniów placówki, opłaca korepetycje, zaopatruje placówkę w sprzęt komputerowy, dostęp do platformy z e-bookami i czytniki książek. Działania zakładają również pomoc doraźną, jak przekazywanie obuwia, odzieży czy pokrywanie kosztów remontów. Pomoc regularnie trafia do 50 osób.

300

eobuwie.pl i **Wunderman Thompson Technology** włączyły się w inicjatywę **Project Shoebox**, której głównym założeniem było przekazanie kosmetyków, środków do higieny i pielęgnacji, a tym samym zaspokojenie codziennych potrzeb kobiet w trudnej sytuacji życiowej. Do akcji w 2021 r. dołączyło prawie 30 partnerów biznesowych, a pudełka z artykułami trafiły do 23 organizacji. W 2021 r. Project Shoebox rozdał niemal 1 tys. odpowiednio wyposażonych zestawów. Dzięki internetowej zrzutce zebrano kwotę 5423 zł, która umożliwiła skompletowanie kolejnych pudełek. W sumie w ciągu pięciu lat Project Shoebox pomógł ponad 2,5 tys. osób.

300 eobuwie.pl

240 Wunderman Thompson Technology

Wraz z pojawieniem się mrozów na początku 2021 r. firma **eobuwie.pl** zaangażowała się we **współpracę z Fundacją Daj Herbatę**. Pracownicy zebrali 126 par obuwia, które w krótkim czasie zostały przekazane potrzebującym. W grudniu br. do podopiecznych Fundacji trafiły kolejne paczki zawierające 120 par butów.

300

Program grantowy **EY Volunteers Challenge** w firmie **EY Polska** to coroczny konkurs zapewniający wsparcie finansowe dla inicjatyw prospołecznych zgłoszonych przez pracowników. W trzeciej edycji dofinansowano i zrealizowano 18 projektów. Od końca 2020 r. pracownicy EY mogą również korzystać z ośmiu godzin rocznie na wolontariat w ramach czasu pracy.

5000

Misją **Fundacji EY** działającej przy **EY Polska** jest kompleksowe wspieranie rozwoju i edukacji dzieci i młodzieży w rodzinach zastępczych i rodzinnych domach dziecka. Fundacja w ciągu roku realizuje 20 projektów pomocowych, m.in korepetycje dla dzieci w Warszawie, we Wrocławiu i w Łodzi, projekt wsparcia usamodzielniającej się młodzieży z rodzin zastępczych w formie regularnych warsztatów, staży i kontaktów indywidualnych, konkursy grantowe na wyjazdy dla dzieci i całych rodzin zastępczych, konkurs na organizację kampanii społecznej promującej rodzicielstwo zastępcze, autorski program Akademii Świadomego Rodzica i Turnusy Terapeutyczne dla dzieci z zespołem alkoholowo-płodowym.

5000

Od 2020 r. **FORUM GDAŃSK** realizuje projekt **Forum Życzeń**, którego celem jest wsparcie Gdańskich Domów Dla Dzieci, rodzin znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej oraz osób starszych mieszkających w sąsiedztwie centrum handlowego. W ramach projektu firma wspólnie z klientami spełnia marzenia dzieci z placówek opiekuńczych w Gdańsku. Dodatkowo pracownicy przekazują sprzęt AGD. Forum Gdańsk we własnym zakresie przygotowuje paczki dla samotnych seniorów i rodzin z dziećmi.

10

W 2021 r. Fundacja Górażdże Aktywni w Regionie działająca przy **Górażdże Cement** kontynuowała **program wspierający przeciwdziałanie pandemii COVID-19 oraz zwalczanie jej społecznych skutków**. Z programu skorzystały 24 podmioty. Dotacje zostały przeznaczone m.in. na zakup sprzętu medycznego, dofinansowano także szkolenia i kursy dla lekarzy o tematyce COVID-19. W ramach programu Fundacja wsparła też adresowane głównie do dzieci i młodzieży szkol-

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

nej projekty w zakresie likwidacji społecznych skutków pandemii. Na dotacje przekazano 140 tys. zł.

1300

W 2021 r. **GPEC** wraz z AMBER EXPO zrealizowały **akcję charytatywną dla Fundacji Hospicyjnej**. Zbiórka odbywała się podczas Jarmarku Bożonarodzeniowego w Gdańsku. Grupa GPEC przygotowała dla odwiedzających dwie autorskie atrakcje: gigantyczną, świąteczną kulę oraz magiczne igloo. Bilet do każdej atrakcji stanowił cegiełkę zasilającą konto Fundacji Hospicyjnej. Udało się zebrać kwotę 55 555 zł.

460

W grudniu 2021 r. firma **Grand Parade** zorganizowała dla pracowników cykl **świątecznych wydarzeń na rzecz Zupy na Plantach**, których celem było zebranie środków dla Fundacji Zupa na Plantach, organizacji pomagającej osobom w kryzysie bezdomności. Zorganizowano aukcję charytatywną, w której pracownicy wystawili przedmioty i usługi. W wydarzenia zaangażowało się ok. 150 osób. Na rzecz Fundacji zebrano ok. 6 tys. zł.

430

Sklep z Pomocą Tefal – program lokalnego wolontariatu pracowniczego angażuje w działania pracowników **Groupe SEB Polska**. Firma współpracuje długofalowo z organizacjami pozarządowymi, m.in. PTWzM, Synapsis, po DRUGIE, WOŚP, Weź Pomóż. Tefal przekazał także sprzęt dla strażaków z Nowej Białej, a podczas fali upałów do Hospicjum Onkologicznego. W czasie kryzysu na granicy Fundacja Ocalenie otrzymała kubki i termosy. W Gdyni pracownicy zebrali 17 worków śmieci w Lesie Grabówek. Na ogólnofirmowym wyjeździe integracyjnym Fundacja DKMS zarejestrowała wśród pracowników 35 potencjalnych dawców szpiku. Od grudnia 2021 r. firma jest także sztabem WOŚP.

410

Przed świętami Bożego Narodzenia w grudniu 2021 r. zespół Gazeta.pl z **GRUPY AGORA** wspólnie z Fundacją PCPM przygotował **Pomoc dla Libanu**. Zbiórki pieniędzy zorganizowane były na rzecz kilku libańskich rodzin wskazanych przez Polskie Centrum Pomocy Medycznej. Dzięki użytkownikom portalu udało się zebrać 100 590 tys. zł.

2586

Latem 2021 r. pracownicy **Grupy Amica** zainicjowali akcję **Azyl dla Czworonoga**. Pomogli schroniskom dla psów i kotów w Przyborówku i Ruścu. Wolontariusze-pracownicy Grupy Amica oraz strażacy z OSP Amica posprzątali boksy i stworzyli zaplecze socjalne dla wolontariuszy. Cyklicznie są organizowane także wycieczki do Ruśca, gdzie wolontariusze wyprowadzają podopiecznych na spacery.

3100

Grupa ANG po raz piąty zrealizowała **świąteczną akcję charytatywną** i przeznaczyła środki z firmowego budżetu świątecznego na wsparcie wybranych organizacji pożytku publicznego. Partnerów i najważniejszych interesariuszy zaproszono do wskazania jednej z dwóch organizacji: Fundacji Ocalenie i Fundacji Edukacji Klimatycznej. Rozdysponowano w ten sposób kwotę 35 tys. zł.

1000

Grupa Eurocash udzielała wsparcia finansowego w ramach **programów stypendialnych Fundacji Eurocash**. Grupa realizuje program wspierania rozwoju szczególnie uzdolnionych uczniów szkół średnich oraz studentów wywodzących się z rodzin o skromnych możliwościach finansowych. W dziewiątej edycji przyznano 173 stypendia, a we wszystkich edycjach łącznie 1212. W ramach programu opiekuńczego dla dzieci osieroconych przez jednego lub oboje rodziców stypendium w roku 2021 objęto 32 dzieci.

22000

Fundacja LOTOS, odpowiadająca za zarządzanie polityką dobroczynną w **Grupie Kapitałowej LOTOS** przekazała we współpracy z Ministerstwem Aktywów Państwowych pomoc związaną z **przeciwdziałaniem COVID-19**. Około 3,5 mln zł to łączna wartość wsparcia, które trafiło głównie do placówek medycznych.

5476

Wakacje z Muszkieterami realizowane przez **Grupę Muszkieterów** umożliwiają dzieciom pochodzącym z rodzin niezamożnych oraz podopiecznym placówek opiekuńczo-wychowawczych wyjazd na wakacje. Akcję wspierali także klienci sklepów, którzy zakupili fundacyjną torbę na zakupy lub zasili ustawione przy kasach skarbonki. W 2021 r. odbyła się czwarta edycja akcji. Dotychczas firma wsparła ponad 3 tys. dzieci.

13000

Przez **25 lat Fundacja Polsat** działająca przy **Grupie Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** podejmowała szereg inicjatyw mających na celu dotarcie z pomocą do dzieci i ich rodziców, np. w ramach akcji „Podaruj Dzieciom Słońce" i „Podziel się Posiłkiem". Od samego początku angażowała się też w pionierskie projekty, m.in. przeniesienie do Polski programu Rodzinnych Przeszczepów Wątroby i wprowadzenie nowoczesnego sposobu leczenia w łonie matki metodą fetoskopową rozszczepu kręgosłupa. Fundacja łącznie przekazała ponad 260 mln zł na pomoc dzieciom, zrealizowała pomoc dla 40 tys. małych pacjentów i udzieliła wsparcia finansowego ponad 2600 szpitalom i ośrodkom medycznym oraz szkołom, przedszkolom i ośrodkom pieczy zastępczej.

7000

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Przedsięwzięcie „Nasz nowy dom" to program telewizyjny z portfolio Telewizji Polsat z **Grupy Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)**, który daje nadzieję na lepszą przyszłość rodzinom w różnych zakątkach Polski. W każdym odcinku specjaliści – architekt i ekipa budowlana – remontują dom dla wybranej rodziny. Działanie objęło już ponad 250 rodzin.

7000

Fundacja Polsat z **Grupy Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** zainicjowała budowę **Centrum Chorób Rzadkich im. Fundacji Polsat**. Uruchomienie Centrum było możliwe dzięki zaangażowaniu darczyńców, widzów Telewizji Polsat oraz użytkowników sieci Plus, dzięki którym zebrano na ten cel ok. 500 tys. zł. Do akcji dołączył też Polkomtel, który przekazał na rzecz Fundacji darowiznę w kwocie 2 mln zł.

7000

Dzięki **Fundacji Pracowniczej** w **Grupie VELUX** na pomoc mogą liczyć zarówno pracownicy, jak i społeczności lokalne. W 2021 r. przyznano blisko 60 grantów dla lokalnych instytucji i organizacji głównie w takich miastach, jak Gniezno, Namysłów, Tczew i Starogard Gdański. Pracownicy otrzymali od Fundacji wsparcie w postaci pomocy w finansowaniu kosztów leczenia, rehabilitacji, zakupu sprzętu medycznego, operacji pracownika lub jego rodziny.

4000

Firma **GXO** wzięła **udział w akcji społecznej Banków Żywności** i przeprowadziła zbiórki żywności we wszystkich 12 centrach logistycznych na terenie całego kraju. Przekazano łącznie ponad 400 kg produktów. Dodatkowo GXO zostało fundatorem paczek 25. Świątecznej Zbiórki Żywności. Dzięki temu wsparciu Fundacja Bank Żywności SOS w Warszawie mogła przekazać żywność 160 organizacjom na terenie Mazowsza, docierając do ponad 56 tys. osób.

1500

Henkel Polska wspólnie z Towarzystwem Pomocy im. Świętego Brata Alberta i Fundacją Społecznie Bezpieczni otworzył w Gdańsku pierwszą **Pralnię Społecznie Odpowiedzialną** Persil, z której korzystać mogą osoby w kryzysie bezdomności. Marka Persil sfinansowała wyposażenie oraz przekazała półtorej tony środków piorących.

500

Firma **Hochland** angażuje się w **rozwój idei #hochlandsiedzieli**, realizując inicjatywy charytatywne na rzecz społeczności lokalnych i środowiska. Loteria Hochland „Dzielimy się tym, co dobre" włączała uczestników do pomocy podopiecznym akcji Pajacyk. W ramach inicjatywy przekazano 100 tys. zł, co pozwoliło ufundować 25 tys. posiłków. Firma zaangażowała się także w zbiórkę pieniędzy na rzecz Fundacji Pomocy Dzieciom z Chorobami Nowotworowymi w Poznaniu oraz prowadziła zbiórkę dla Stowarzyszenia Społecznego na Rzecz Dzieci i Młodzieży Specjalnej Troski.

800

IKEA Retail Polska wspólnie z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę i Fundacją Ocalenie uruchomiły program **Razem w Trosce o Dom**, którego celem jest wsparcie w tworzeniu lepszego i bezpiecznego domu dla tych, którzy go nie mają lub go stracili. Takimi grupami są m.in. uchodźcy i migranci oraz dzieci narażone na przemoc i jej doświadczające. Pierwsza edycja programu skupiła się na niwelowaniu psychosomatycznych efektów traumy u podopiecznych Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę oraz na edukacji rodziców.

6000

Z okazji świąt Bożego Narodzenia pracownicy **Infosys Poland** zorganizowali akcję **Dobre Uczynki**, w ramach której zbierali najpotrzebniejsze produkty spożywcze, kosmetyczne i sanitarne oraz przydatne sprzęty AGD i RTV, by wesprzeć domy dziecka oraz schronisko dla bezdomnych zwierząt. Była to oddolna inicjatywa pracowników, którą wsparł w działaniach Zarząd firmy.

2500

Firma **InterKadra** zorganizowała **zbiórkę darów** dla Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Krakowie.

214

Firma **intive** zaangażowała się we **wsparcie organizacji pozarządowych** wybranych przez pracowników. Zorganizowano konkurs na tzw. brzydki sweter – „Ugly Clothes Charity Contest". Zdjęcia zostały opublikowane w intranecie, a pracownicy głosowali na najciekawszą ich zdaniem stylizację. Osoba z największą liczbą głosów w danym kraju mogła wskazać organizację pozarządową, na którą przeznaczyć darowiznę. Całkowita pula darowizn wynosiła 10 tys. euro, które zostało rozdzielone na dotacje do Polski, Argentyny, Irlandii, Niemiec, Rumunii i Ukrainy.

2000

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Biedronka z firmy **Jeronimo Martins Polska** przeznaczyła na **ochronę zagrożonych gatunków zwierząt** cały dochód ze sprzedaży książki „Chrońmy zagrożone gatunki zwierząt" towarzyszącej akcji „Gang Swojaków". Książka została przygotowana w partnerstwie z Polskim Towarzystwem Ochrony Przyrody „Salamandra", liderem grupy organizacji realizujących działania ochronne dla gatunków: morświna, sóweczki, wilka, rysia, żubra i jeża. W ramach programu przygotowano też konkurs grantowy dla organizacji prowadzących działania ochronne na rzecz jeży.

75000

Fundacja Biedronki działająca w **Jeronimo Martins Polska** prowadzi programy **„Na codzienne zakupy"** i **„Karta dobra"** w oparciu o karty przedpłacone na zakupy do Biedronki. Seniorzy kwalifikowani przez partnerów społecznych otrzymują karty zasilane przez 10 miesięcy kwotą 150 zł miesięcznie. Osoby objęte programami mogą liczyć na opiekę wolontariusza. Inwestycja w edycję programu „Na codzienne zakupy" (kwiecień 2021 – styczeń 2022) to ok. 14,5 mln zł, a „Karta dobra" (wrzesień 2021 – sierpień 2022) to ok. 950 tys. zł. Łącznie karty trafiają do ponad 10 tys. seniorów.

75000

Po raz trzeci **Kaufland Polska Markety** we współpracy z Polską Akcją Humanitarną zaoferował swoim klientom **kalendarz charytatywny PAH**. Każda złotówka z jego sprzedaży zasiliła konto Polskiej Akcji Humanitarnej. Dzięki poprzednim edycjom akcji firma przekazała 100 tys. zł.

14000

Akcja **Pączek ze Szlachetnym Nadzieniem** jest realizowana w **KGHM Polska Miedź**. W Tłusty czwartek wolontariusze KGHM obsługują we wszystkich oddziałach firmy stoiska, na których sprzedawane są pączki. Dochód z nich wspiera określony cel. W 2021 r. zebrano ponad 77 tys. zł, które trafiły do trójki dzieci pracowników, które zmagają się z niepełnosprawnością lub przewlekłymi chorobami.

18500

W ramach akcji **każda złotówka ma znaczenie** organizowanej w **KPMG w Polsce** zostały przeprowadzone koleżeńskie zbiórki świąteczne, które są inicjatywą wolontariacką pracowników dofinansowaną środkami Fundacji KPMG. W ramach wsparcia firmowego, Fundacja KPMG podwajała zebrane środki. W 2021 r. zostało zrealizowanych dziewięć zbiórek, a na rzecz wybranych organizacji przekazano ponad 150 tys. zł.

2000

W 2021 r. Fundacja **KPMG w Polsce** w ramach **przeciwdziałania wykluczeniu edukacyjnemu** dzieci i młodzieży pochodzących z rodzin wielodzietnych lub o wyjątkowo trudnej sytuacji materialnej oraz w związku z obowiązkiem nauki zdalnej użyczyła 102 szkołom 600 laptopów wraz z opłaconym internetem na cały okres użytkowania sprzętu.

2000

W firmie **Kronospan Mielec** w ramach praktyki **Drugie Życie Przedmiotów** pracownicy zorganizowali aukcję. Z licytacji pozyskali 4038 zł, które przekazali na leczenie siedmioletniej Zuzanny, u której zdiagnozowano ostrą białaczkę szpikową.

900

KRUK włączył się w **partnerstwo na rzecz Biegu Firmowego we Wrocławiu**, inicjatywy Fundacji Everest. Dochód z imprezy przeznaczany jest na pomoc podopiecznym Fundacji. W Biegu Firmowym w 2021 r. wzięło udział 170 pracowników firmy. KRUK wspiera Bieg Firmowy we Wrocławiu od jego pierwszej edycji w 2013 r.

1500

W 2021 r. firma **KRUK** po raz kolejny była **partnerem charytatywnego Koncertu Nadziei**, zorganizowanego przez Fundację „Na ratunek dzieciom z chorobą nowotworową". Podczas koncertu wystąpili polscy artyści wraz z przedstawicielami firm, które wsparły to wydarzenie. Cały dochód ze sprzedaży biletów oraz wpłaty sponsorów zostały przeznaczone na leczenie małych pacjentów. W ciągu 10 lat udało się zebrać ok. 3 mln zł.

1500

W 2021 r. firma **KUKE** **wsparła modernizację szpitali w Republice Wybrzeża Kości Słoniowej**. Firma, jako jedna z agencji kredytów eksportowych, ubezpieczyła kredyt na kwotę 159 mln euro na modernizację oddziałów położniczych w 62 szpitalach w 24 regionach Wybrzeża Kości Słoniowej oraz w autonomicznym obszarze Abidżanu. Wartość polskiej części kontraktu eksportowego wynosi 46,5 mln euro.

200

Fundacja Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb przy sieci **Lewiatan Holding** działa od 2020 r., a jej działalność polega na wspieraniu lokalnych przedsiębiorców w realizacji działań użytecznych dla lokalnych społeczności. W 2021 r. przedsiębiorcy otrzymali wsparcie marketingowe i komunikacyjne, a także e-book „Elementarz pomagania, czyli jak zostać Super Bohaterem w lokalnej społeczności", zawierający najważniejsze regulacje prawne, wzory, definicje oraz pomysły na zaangażowanie społeczne w lokalnej społeczności.

80

W ramach przedsięwzięcia **Lewiatanki dzieciom** zorganizowanego przez sieć **Lewiatan Holding**, a także Fundację PSH Lewiatan – Blisko Twoich potrzeb oraz wspólnie

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

z 16 regionalnymi oddziałami sieci wytypowano blisko 40 instytucji publicznych, którym z okazji Dnia Dziecka przekazano pakiety książek, maskotek i kolorowanek oraz słodyczy. W akcję zaangażowali się także franczyzobiorcy.

80

Bank Inicjatyw to program grantowy **L'Oréal Polska** skierowany do pracowników fabryki L'Oréal Warsaw Plant w Kaniach. Jego celem jest wspieranie społeczności lokalnej, przyrody i zwierząt poprzez realizowanie projektów wolontariackich. W 2021 r. zgłoszono 10 propozycji projektów; spośród nich wyłoniono pięć, które otrzymały łączne dofinansowanie w wysokości 30 tys. zł.

1150

LPP wspiera pracowników w ich pozazawodowych aktywnościach społecznych poprzez **MINIGRANTY – program grantowy dla pracowników LPP**. W ramach wolontariatu pracowniczego pracownicy spółki, w zespołach minimum trzyosobowych mają możliwość zgłaszania projektów, których beneficjentami są organizacje niosące pomoc potrzebującym lub zwierzętom. W 2021 r. odbyły się dwie edycje programu: letnia, w ramach której zrealizowano trzy projekty na kwotę 40 tys. Zł, oraz świąteczna – w ramach której zrealizowano 11 projektów na kwotę 55 tys. zł.

27000

Stypendia Kulturalne Bogdanki to program stypendialny przedsiębiorstwa **Lubelski Węgiel Bogdanka**, mający na celu wspieranie działań młodych artystów i animatorów kultury, którzy nie ukończyły 35 roku życia i mieszkają, uczą się lub tworzą na terenie województwa lubelskiego. Przyznano 15 stypendiów o łącznej kwocie 70 tys. zł.

4761

Spółka **LUX MED** podjęła decyzję o **wsparciu fundacji zamiast prezentów świątecznych dla klientów**. Firma przekazała środki na rzecz pięciu organizacji charytatywnych z różnych części Polski: Fundacji Dziecięca Fantazja z Warszawy, Szkoły Specjalnej „Zakątek" z Poznania, Fundacji Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową z Wrocławia, Krakowskiego Hospicjum dla Dzieci im. ks. Józefa Tischnera „Miłość nas rozumie" oraz Zachodniopomorskiego Hospicjum dla Dzieci i Dorosłych. Klienci otrzymali specjalnie przygotowane kartki z życzeniami oraz informacją o wsparciu wybranej organizacji.

19000

Lyreco Polska realizuje program **Lyreco for Education**. Działania kierowane są do najbiedniejszych regionów świata i skupiają się na odbudowie lub odnowie budynków szkolnych, podniesieniu jakości nauczania oraz zwiększeniu zaangażowania rodziców. Środki na realizację działań zbierane są wśród klientów i dostawców oraz pracowników w ramach akcji charytatywnych. Dla każdego projektu jest wybierana międzynarodowa organizacja, a także opracowywany jest konkretny plan działań na podstawie lokalnych potrzeb.

577

Działania charytatywne **Many Mornings** obejmują inicjatywy na rzecz zmniejszania ubóstwa i **wsparcia osób w kryzysie bezdomności i wykluczonych ekonomicznie**. Darowizny finansowe od Many Mornings w roku 2021 otrzymały m.in. Fundacja Po Drugie –(10 tys. zł na rzecz budowy domu dla nastoletnich matek i ich dzieci) oraz Fundacja Dobrych Inicjatyw –(15 tys. zł na 100 paczek z żywnością i artykułami pierwszej potrzeby). W ramach darowizn produktowych w 2021 r. przekazano 18 745 par skarpet do organizacji zajmujących się walką z kryzysem bezdomności w Polsce, Niemczech i we Francji. Oprócz tego firma działa lokalnie, wspierając swoimi produktami domy dziecka, ośrodki pomocy społecznej i domy seniora.

35

Many Mornings w ramach inicjatywy **Bag to school** angażuje się na rzecz wyrównywania szans w edukacji i przeciwdziała wykluczeniu dzieci w wieku wczesnoszkolnym. W 2021 r. firma sfinansowała 300 wyprawek szkolnych o wartości ok. 190 zł za zestaw, w skład którego wchodziły m.in. tornister, przybory plastyczne, worek na buty i kolorowe skarpetki produkowane przez firmę. Wyprawki trafiły do dzieci uczęszczających do szkół podstawowych, wykluczonych ze względów ekonomicznych z równego dostępu do edukacji. Akcji towarzyszył konkurs dla dzieci w wieku poniżej 10 r.ż. na projekt skarpetek. W grudniu wyłoniono zwycięski projekt, który zostanie wyprodukowany i wprowadzony do sprzedaży w 28 krajach na całym świecie. Całkowity przychód zostanie przekazany na cele społeczne wskazane przez młodego laureata.

35

Mars Polska w ramach działania **Lepszy świat dla zwierząt** od blisko 30 lat wspiera schroniska i fundacje na terenie całej Polski. W 2021 r. firma przekazała ok. 300 ton swoich produktów, m.in. marek Pedigree i Whiskas, co stanowi prawie 4,5 mln zbilansowanych posiłków dla bezdomnych psów i kotów.

3000

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W roku 2021 **Mars Polska** w ramach **Współpracy z Bankami Żywności** przekazał ponad 2 mln sztuk przekąsek. Wśród nich znalazły się batony czekoladowe, draże oraz bezcukrowe gumy. Przekąski trafiły do ponad 1100 organizacji pomocowych, które docierają do ok. 400 tys. osób w 620 miejscowościach.

3000

W ramach **współpracy z WOŚP mBank** realizował akcję „1000 zł do każdej z pierwszych 100 wpłat danego dnia". Przez 20 dni mBank przekazał na rzecz WOŚP łącznie 2 mln zł. Wprowadził także ułatwienia, dzięki którym darczyńcy mogli w prosty sposób wspierać Finał WOŚP online (ze strony Banku Finał był wspierany przez kilkuset pracowników ze 100 placówek mBanku oraz udostępnienie 550 terminali płatniczych i ponad 500 liczarek gotówki). W 2021 r. Fundacja WOŚP zebrała ponad 200 mln zł, z czego 10% zostało wpłacone przez klientów mBanku i **mBank**.

7000

W ramach akcji **Dobra karma od MUST** **Kancelaria Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** zorganizowała zbiórki publiczne na rzecz Schroniska Dla Zwierząt w Toruniu, angażując dodatkowo parterów biznesowych. Zebrano kilkadziesiąt kilogramów karmy, posłania i kocyki.

8

W ramach **wsparcie samotnych seniorów** firma **mPTech** przekazała darowiznę na świąteczne dary dla podopiecznych Stowarzyszenia mali bracia Ubogich. Przekazano 5 tys. zł, które umożliwiły ufundowanie świątecznego cateringu i koszyczków wielkanocnych.

150

Firma **mPTech** (polski producent telefonów i smartfonów o większej wytrzymałości i odporności na wodę) zaangażowała się we **Wsparcie Grupy Karkonoskiej GOPR**. \W ramach darowizny przekazano 20 sztuk wzmocnionych smartfonów HAMMER Explorer PRO oraz 20 sztuk baterii zewnętrznych. Łączny koszt przekazanych urządzeń to ponad 43 tys. zł.

150

Firma **mPTech** w ramach **wsparcia szpitali w pandemii COVID-19** przekazała 10 sztuk smartfonów o większej wytrzymałości i odporności na wodę, które lepiej znoszą dezynfekcję i częste przemywanie. Sprzęt trafił m.in. do Szpitala Uniwersyteckiego im. Karola Marcinkowskiego w Zielonej Górze. Od 2020 r. firma mPTech pomogła łącznie pięciu szpitalom, przekazując sprzęt o łącznej wartości ok. 25 tys. zł.

150

NatWest z okazji **IDAHOBIT** (Międzynarodowego Dnia przeciw Homofobii, Bifobii, Interseksizmowi i Transfobii) zorganizował zbiórkę charytatywną na telefon zaufania dla społeczności LGBT+. Zebrano ponad 6 tys. zł.

1500

Nestlé Purina (z **Nestlé Polska**) przekazała **karmę dla bezdomnych zwierząt**. Przed pandemią firma przekazywała na ten cel średnio 50 ton karmy rocznie. W 2020 r. zwiększono wsparcie do 80 ton, a w 2021 r. firma jednorazowo przekazała 200 ton karmy. To pozwoliło zapewnić 1 mln posiłków dla psów i kotów z 50 ośrodków w kraju. Firma zapewniła także dodatkowe wsparcie programu Adopciaki.pl, którego jest partnerem.

5500

Firma **Nestlé Polska** we współpracy z Fundacją Lekarze Lekarzom oraz Raben Logistics, przekazała **darowizny na rzecz personelu medycznego** (blisko 3 mln produktów spożywczych i butelek wody o łącznej wartości ok. 6 mln zł). Produkty takie jak kawa, woda w butelkach, owsianki, musy owocowe, kisiele czy batony trafiły do personelu medycznego ze 190 placówek w całej Polsce.

5500

Firma **Nowy Styl** zapewniła **wyposażenie Ośrodka Fundacji Demos w Odporyszowie**, z którego korzystają podopieczni Stowarzyszenia Siemacha (profesjonalne kinowe siedziska do sali kinowej; panele akustyczne; kolorowe krzesła, miękkie siedziska i sofy). Firma uczestniczyła też w urządzaniu mieszkania usamodzielniającego dla wychowanka Siemachy w Rzeszowie.

6883

26 września 2021 r. odbyła się trzecia edycja **Biegu Szklarskiego** współorganizowanego przez **NSG Group (właściciela marki Pilkington)** oraz MOSiR w Sandomierzu i Tarnobrzegu. Pieniądze zebrane w trakcie imprezy zostały przekazane na pomoc dla Bartka chorego na SMA.

4300

NU-MED Centrum Diagnostyki i Terapii Onkologicznej Katowice organizuje **Akcje „Tniesz, bo wiesz"**. Pieniądze zabrane podczas akcji przeznaczane są na dofinansowanie do zakupu peruk oraz protez piersi, które pomagają kobietom w trakcie chemioterapii poczuć się lepiej i zwiększyć ich pewność siebie. Firma prowadzi także stałą zbiórkę włosów, oddawanych na ten cel w salonach fryzjerskich. Dodatkowo, w partnerstwie z władzami samorządowymi oraz dyrektorami szkół średnich organizowane są wydarzenia łączące zbiórkę włosów oraz edukację w zakresie profilaktyki chorób nowotworowych.

637

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Pracownicy **Objectivity** co roku pod koniec wakacji organizują zbiórkę wyprawek szkolnych **Back2School**. W 2021 r. przygotowano wyprawki dla 50 dzieci, a dzięki dodatkowo zebranej kwocie zakupiono przybory szkolne dla 50 dzieci z lokalnego hospicjum.

742

Firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** zaangażowała się w **pomoc małym pacjentom** i wsparła finansowo wystawienie przedstawienia teatralnego dla dzieci z oddziału onkologicznego Szpitala Klinicznego im. Karola Jonschera w Poznaniu. Reprezentacja firmy wraz z jednym z robotów MOBOT Transporter U1 wzięła udział w spektaklu krakowskiego „Teatru Za Jeden Uśmiech".

60

Pracownicy spółek **Pelion** mają możliwość wsparcia poprzez **payroll** działające w strukturach firmy Fundację dbam o zdrowie oraz Fundację Urtica Dzieciom. Co miesiąc zadeklarowana przez pracownika kwota jest przekazywana przez jedną ze spółek Pelion, która opracowała system umożliwiający sprawne rozliczenie. Wprowadzenie payroll zainicjowali sami pracownicy. W ten sposób działania fundacji wspiera ponad 700 osób.

10000

Pepco wraz z Fundacją Atalaja zainicjowało projekt **Life.On**, w ramach którego młodzież opuszczająca pieczę zastępczą otrzymuje kompleksowe wsparcie w wejściu w dorosłe życie. W ramach projektu firma finansuje: remonty mieszkań treningowych i socjalnych, korepetycje, kursy zawodowe, zakup sprzętu, wyjazdy integracyjne, wsparcie pedagogów i psychologów. Jednym z elementów wsparcia są także darmowe zakupy w sklepach Pepco. W 2021 r. w projekcie wzięło udział 35 podopiecznych Fundacji.

23262

Pepcolandia to realizowany corocznie program grantowy **Pepco**. Pracownicy mogą zgłaszać wnioski o wsparcie finansowe dla inicjatyw społecznych realizowanych przez organizacje pozarządowe z własnego sąsiedztwa. Zgłoszona do programu organizacja może otrzymać darowiznę w wysokości do 5 tys. zł na przeprowadzenie działań na rzecz dzieci i młodzieży. Na przestrzeni lat dofinansowanie zyskało 240 projektów, a liczba beneficjentów wyniosła ok. 15 tys. osób.

23262

PKO Bank Polski realizuje **charytatywne akcje biegowe „Biegnę dla..."** i wspiera imprezy biegowe w całym kraju. Każdy uczestnik biegu może przypiąć do koszulki kartkę z takim napisem oraz imieniem beneficjenta i dobiec z nią do mety. Dzięki zaangażowaniu biegaczy Fundacja Banku przekazuje darowizny na rehabilitację i leczenie osób wymagających pomocy. Od 2013 r. obyło się 487 akcji na rzecz 553 beneficjentów. Pobiegło w nich ok. 217 tys. osób, a Fundacja przekazała wsparcie w kwocie 6,4 mln zł.

22000

PKP Energetyka poprzez Fundację PKP Energetyka – Dobra Energia zaangażowała się w **przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu dzieci pracowników**. Fundacja przekazała w sumie 500 nowych laptopów wraz z systemem operacyjnym i słuchawkami. Obdarowani otrzymali ponadto opłacony dostęp do internetu przez 12 miesięcy oraz zdalną pomoc techniczną.

4200

Procter & Gamble Polska wspiera działania wolontariackie swoich pracowników. W 2021 r. zorganizował akcję **Choinka Marzeń**, w ramach której pracownicy przygotowują prezenty pod choinkę dla dzieci z najuboższych rodzin. Podarunki otrzymało 380 dzieci. Firma przekazuje również dotację pieniężna na rzecz wybranej organizacji społecznej. W tym roku współpracowała w tym zakresie z Fundacją Polsat.

4000

Procter & Gamble Polska w ramach akcji **Czyste Pomaganie** połączył siły ze Stowarzyszeniem „SOS Wioski Dziecięce w Polsce" oraz siecią supermarketów Kaufland. W 2021 r. partnerzy zapewnili 10 tys. pełnowartościowych posiłków dla dzieci w Polsce. Od początku trwania inicjatywy partnerzy ufundowali już ponad 25 tys. posiłków.

4000

Kampania Vizir „Ubrania Od Serca" organizowana jest przez markę Vizir z **Procter & Gamble Polska** we współpracy z Towarzystwem Nasz Dom. Jej celem jest wsparcie podopiecznych domów dziecka. W ramach programu dzieci otrzymują vouchery na zakup nowych ubrań, które mogą samodzielnie wybrać. Marka Vizir przekazuje również placówkom opiekuńczo-wychowawczy produkty do prania. W ramach czwartej edycji programu zostało ufundowanych 1,5 tys. voucherów, w sumie w czterech edycjach marka Vizir pomogła ponad 6800 dzieciom.

4000

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Z okazji 30-lecia obecności **PwC** w Polsce, we współpracy z domem aukcyjnym DESA Unicum oraz malarzem Michałem Zaborowskim, firma zrealizowała projekt społeczny **Sztuka dostrzegania**. Powstała kolekcja 30 obrazów znanych osobowości ze świata biznesu, kultury, sportu i życia społecznego, m.in. Janusza Gajosa, Krzysztofa Zanussiego, Jerzego Owsiaka, Wojciecha Smarzowskiego, Roberta Lewandowskiego, Adama Małysza, ale także Krzysztofa Pendereckiego, Kory czy Wojciecha Młynarskiego. Podczas specjalnego wydarzenia odbyła się licytacja obrazów, na której zebrano 680 tys. zł. Dochód z aukcji został przeznaczony na projekty czterech organizacji pozarządowych.

6000

PZU Zdrowie zostało fundatorem i **partnerem portalu Onkorodzice.pl** Fundacji Iskierka. Portal jest miejscem wsparcia i wymiany doświadczeń dla rodziców dzieci cierpiących na choroby nowotworowe oraz przestrzenią do wspólnych działań dla lekarzy i organizacji pozarządowych związanych z onkologią dziecięcą.

7000

W ramach **firmowej akcji** Szlachetnej Paczki w firmie **PZU Zdrowie** ponad 190 pracowników zaangażowało się w organizację paczek dla pięciu rodzin. Firma przekazała dla każdego dorosłego bezpłatne vouchery na telepomoc psychologiczną.

7000

Firma **Robert Bosch** w ramach akcji **Bosch charytatywnie na święta** w grudniu 2021 r. przekazała własne produkty: myjki, elektronarzędzia, produkty AGD oraz pomoc finansową trzech placówkom. Całkowita wartość pomocy wyniosła 30 tys. zł.

750

Od 10 lat **Rödl & Partner** w Polsce organizuje konkurs plastyczny na **charytatywną kartkę świąteczną** dla podopiecznych domów dziecka. W roku 2021 rysunki z motywem anioła przygotowały dzieci z dwóch warszawskich placówek. Wszyscy uczestnicy konkursu otrzymali podarunki, natomiast placówki również wsparcie finansowe na zakup sprzętu elektronicznego i sportowego dla swoich podopiecznych. Kartka świąteczna wysyłana jest do interesariuszy zewnętrznych jedynie elektronicznie.

533

Program **Pomagamy jak umiemy Kobietom** jest realizowany przez **Rossmann SDP** od 2017 r. W 2021 r. odbyła się piąta, jubileuszowa edycja, w której firma zdecydowała się na wsparcie kobiet w trudnej sytuacji życiowej. Do współpracy firma zaprosiła 60 organizacji działających na rzecz kobiet i przekazała na pomoc 5 mln zł. Były również darowizny rzeczowe, ale prócz nich firma sfinansowała jeszcze projekty realizowane przez wybrane organizacje, m.in.: Niebieską Linię, Fundację Ktoś, Fundację Między Niebem a Ziemią. Razem z Kulczyk Foundation przygotowano pilotażowy program dla 100 szkół, które otrzymały scenariusze lekcji na temat menstruacji oraz prawie 1,5 mln podpasek.

17100

Fundacja Santander oraz **Santander Bank Polska** z Grupy Santander zorganizowali akcję charytatywną **Podwójna Moc Pomagania**, której celem było zebranie pieniędzy na remonty oddziałów i wyposażenie sal terapeutycznych dla pacjentów przebywających na oddziałach psychiatrii dzieci i młodzieży. Wsparcie w wysokości 2 mln zł otrzymało 16 szpitali. W zbiórkę zaangażowało się ponad 10 tys. osób, w tym pracownicy i klienci, a Santander Bank Polska podwoił zebraną podczas zbiórki kwotę.

9584

Aktywnie z SEGRO to akcja charytatywna **SEGRO Poland**, która za pomocą kilometrów przebiegniętych lub przejechanych na rowerze wspierała Fundację „Razem" i Centrum Praw Kobiet w walce z długofalowymi psychologicznymi skutkami pandemii COVID-19. Zaproszone do konkursu drużyny składały się z klientów, agencji nieruchomościowych, dostawców oraz pracowników firmy. W akcji uczestniczyły 334 osoby (z 32 firm), które w ciągu trzech miesięcy pokonały łącznie prawie 210 tys. km, co przełożyło się na wsparcie w wysokości 90 tys. zł.

40

Firma **Sela** zaangażowała się we **wsparcie Zielonogórskiego Domu Samotnej Matki**, który w sierpniu 2021 r. doczekał się nowej siedziby. Firma wsparła inwestycję poprzez zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pobytu mieszkańcom oraz pracownikom w ich nowej lokalizacji.

16

W ramach świątecznej akcji firma **SimCorp** zorganizowała **zbiórkę dla Fundacji Azylu Pod Psim Aniołem**. Fundacja opiekuje się porzuconymi, rannymi psami i kotami z terenu Warszawy. Udział w akcji wzięło ponad 50 pracowników. Wspólnie udało się zebrać ponad 1 tys. zł oraz liczne przedmioty, jak koce czy obroże, niezbędne do sprawnej działalności Fundacji.

160

Fundacja „Zielony Jamnik – na ratunek bezbronnym" powstała w **Solaris Bus & Coach**, aby rozdzielić działalność sponsoringową od działalności charytatywnej. Wśród beneficjentów Fundacji są pracownicy Solarisa, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, organizacje niosące pomoc w sytuacjach nadzwyczajnych. Funkcjonowanie Fundacji opiera się na wolontariacie. Od momentu powstania Fundacji

wsparcie zostało udzielone ok. 80 osobom lub organizacjom społecznym, a Fundacja przeznaczyła pomoc w kwocie ok. 1 mln zł.

2700

Firma **SumiRiko Poland** jest fundatorem **Stypendiów SumiRiko Poland** dla uczniów dwóch lokalnych szkół podstawowych. Celem akcji jest wsparcie finansowe dzieci, które, mimo problemów materialnych i niejednokrotnie ciężkiej sytuacji rodzinnej, osiągają dobre wyniki w nauce.

1400

Świętokrzyskie Kopalnie Surowców Mineralnych w ramach **wsparcia młodych sportowców z regionu** przyczyniają się do aktywizacji sportu w regionie. Kopalnie promują m.in. Sandrę Drabik – olimpijkę z TOKIO 2020 w boksie oraz Katarzynę Furmanek – jedną z najlepszych polskich młociarek „W drodze na igrzyska olimpijskie 2024".

289

W ramach **Świętokrzyskich Kopalni Surowców Mineralnych** w roku 2021 powstała **Fundacja ŚKSM „Kaganek"**. Fundacja wspiera wolontariat pracowniczy w firmie, prowadzi program grantowy skierowany do organizacji i grup nieformalnych działających na rzecz dobra wspólnego, realizuje projekt na rzecz wsparcia osób zagrożonych wykluczeniem społecznym oraz organizuje charytatywny turniej piłki nożnej dla pracowników.

289

Ten Square Games organizuje **Catch2Help for World Water Day**. Najbardziej popularne gry Ten Sqaure Game: Fishing Clash i Let's Fish – dotyczą łowienia ryb, dlatego firma uznała, że Światowy Dzień Wody to okazja, aby zwiększyć świadomość graczy na temat zagrożeń związanych z ociepleniem klimatu. Przygotowano dwa eventy poświęcone wymarłym gatunkom ryb: Smooth Handfish i Houting. Kiedy gracz złowił jedną z nich, punkty były przeliczane na darowiznę dla Fundacji Healthy Seas zajmującej się m.in. oczyszczaniem dna mórz z resztek sieci. Łącznie firma przekazała 60 tys. USD.

500

Firma **TIM** organizuje akcje **TIM – Team Integracja Multisportowa i Aktywny TIM dla Przyjaciół**. „Aktywny TIM dla Przyjaciół" polega na gromadzeniu przez pracowników kilometrów z wykorzystaniem aplikacji mobilnej. W trakcie edycji 2021 zgromadzono 22 323 km, co dało 5580,75 zł, jednak Zarząd firmy zdecydował o podwojeniu puli. W rywalizacji „TIM – Team Integracja Multisportowa" celem jest zachęcenie pracowników do regularnej aktywności fizycznej. Wśród uczestników losowane są nagrody w postaci punktów MyBenefit.

286

Firma **TIM** w ramach **programu grantowego** dwa razy w roku ogłasza możliwość zgłaszania przez pracowników projektów lub pomysłów wspierających lokalne społeczności i zachęcających do aktywnego trybu życia. W każdej edycji granty o wysokości od 1 tys. do 5 tys. zł mogą trafić do sześciu inicjatyw. Decyzję o przyznaniu grantu podejmują pracownicy poprzez głosowanie w intranecie. Dodatkowo Zarząd firmy TIM ma prawo przyznać nagrodę specjalną w programie grantowym w wysokości do 5 tys. zł na projekt.

286

Totalizator Sportowy zaangażował się w **firmowe wyzwanie „Fundacji LOTTO – RakReaton"** organizowane w ramach Kampanii Złotej Wstążki przez Fundację „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową". 1 września 2021 r. na Torze Wyścigów Konnych Służewiec pracownicy, wolontariusze Fundacji LOTTO oraz cztery srebrne medalistki olimpijskie w wioślarstwie z Tokio wzięli udział w inauguracji akcji. Dzięki zaangażowaniu 418 pracowników Fundacja LOTTO im. Haliny Konopackiej oraz Grupa IMPEL przekazały 100 tys. zł na leczenie dzieci chorych na nowotwory. W ramach akcji odbyło się także firmowe wyzwanie „Fundacja LOTTO – RakReaton". Dla pięciu najbardziej aktywnych zespołów Fundacja LOTTO przygotowała nagrody o wartości 3 tys. zł na realizację wybranych celów charytatywnych.

3925

Poprzez organizację **#SZCZEPIMYSIĘ – Loteria Narodowego Programu Szczepień** spółka **Totalizator Sportowy** zdecydowała się zaangażować w działania promujące szczepienia wśród Polaków. Loteria Narodowego Programu Szczepień trwała od 1 lipca do 30 września 2021 r. i była przeznaczona dla osób pełnoletnich, które dokonały kompletnej procedury zaszczepienia przeciwko COVID-19 i zarejestrowały się w loterii. Pulę stanowiły nagrody pieniężne i rzeczowe. Losowanie finałowe odbyło się 6 października 2021 r.

3925

Z okazji jubileuszu 65-lecia istnienia spółki **Totalizator Sportowy**, Fundacja LOTTO powołała **Jubileuszowy Program Stypendialny 65 na 65 Fundacji LOTTO im. Haliny Konopackie**j. Fundacja skierowała ofertę stypendialną do studentów kierunków ścisłych, technicznych, technologiczno-informatycznych lub pokrewnych, którzy posiadają rozległą wiedzę w swojej dziedzinie oraz dobre wyniki w nauce.

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

65 wybranym studentom od października 2021 r. do września 2022 r. przekazywane są stypendia w wysokości 1,5 tys. zł miesięcznie.

3925

Należąca do **TVN** Grupa Discovery Fundacja TVN, która od ponad 20 lat zajmuje się wsparciem i leczeniem chorych dzieci, w porozumieniu z Centrum Zdrowia Dziecka, podjęła decyzję o **budowie Centrum Psychiatrii Dzieci i Młodzieży**. List intencyjny w sprawie wspólnego projektu podpisano 27 listopada 2020 r. Zbiórkę funduszy na inwestycję wspiera kampania #zdrowiewgłowie, w którą zaangażowały się największe polskie gwiazdy. Spełniający światowe standardy ośrodek zostanie oddany do użytku pod koniec 2023 r. Wartość inwestycji wyniesie ponad 30 mln zł.

4000

Spółka **VanityStyle** wspiera i prowadzi stały program wolontariacki oraz **zbiórki charytatywne**. W 2021 r. wśród pracowników przeprowadzone zostały zbiórki rzeczowe przydatnych do opieki nad seniorami – dla podopiecznych Domu Pomocy Społecznej „Syrena". W tłusty czwartek pracownicy odwiedzili seniorów z pączkami. Została również przeprowadzona zbiórka rzeczowa dla zawodowej rodziny zastępczej.

85

VGL Solid Group angażuje się we **wsparcie sklepu charytatywnego Fundacji „Razem po sukces"**. W firmie realizowana jest comiesięczna zbiórka rzeczy używanych, które przekazywane są do sklepu charytatywnego Fundacji. Dochód z ich sprzedaży jest przeznaczany na rehabilitację i tworzenie miejsc pracy dla osób z niepełnosprawnościami.

750

VGL Solid Group angażuje się we **wsparcie Domu Dziecka Pod Magnolią**, zarządzanego przez Gdańską Fundację Innowacji Społecznej. Firma przekazała sprzęt elektroniczny usprawniający pracę zdalną oraz meble ogrodowe do spędzania czasu na świeżym powietrzu. W okresie świątecznym spełnia marzenia dzieci i młodzieży (z listów świętego Mikołaja).

750

Volkswagen Motor Polska angażował się we **współpracę z lokalnymi partnerami społecznymi**. Zakład przyłączył się do akcji choinkowej organizowanej przez koncern. Pracownicy mieli okazję zostać świętymi Mikołajami i spełnić jedno z marzeń dzieci z Domu Dziecka w Golance Dolnej; włączyli się także w inicjatywę Szlachetna Paczka, prowadzoną przez OZ NSZZ „Solidarność", w której udało się uzbierać łącznie 3400 zł przeznaczone na pomoc matce samotnie wychowującej trójkę dzieci. Wsparcie w postaci bonów podarunkowych dla dzieci otrzymały także lokalne stowarzyszenia i instytucje.

1300

Volkswagen Motor Polska współfinansował **akcję „Zadeptać raka"**, 24-godzinną charytatywną sztafetę biegową. Celem akcji było wsparcie dwóch chorych na raka pracowników. Wydarzenie zorganizowało Polkowickie Centrum Kultury. Pakiety startowe wykupiło ponad 700 osób. Zebrano 42 108,02 zł.

1300

Wytwórnia Sprzętu Rehabilitacyjnego COMFORT udziela stałego finansowego **wsparcia Przedszkola Specjalnego Orzeszek** w Poznaniu. Firma udostępniła także wózek do rehabilitacji podopiecznych.

15

Zentiva Polska angażuje się w pomoc potrzebującym i organizuje inicjatywy w ramach międzynarodowej platformy #WeHelpOthers. **Zentiva Pomaga Potrzebującym** to coroczna akcja wolontariatu pracowniczego, która służy wsparciu osób przebywających w ośrodkach pomocy. Firma w okresie przedświątecznym ogłasza zbiórkę darów wśród pracowników, które są następnie przekazywane mieszkańcom.
W 2021 r. firma wsparła trzy ośrodki (Schronisko dla Bezdomnych Kobiet i Noclegownia dla Kobiet w Lublinie, Dom Dla Matek z Małoletnimi Dziećmi i Kobiet w Ciąży w Kielcach oraz Ośrodek Socjoterapeutyczny „Wspólny Dom" w Wildze).

300

EDUKACJA DOROSŁYCH

Projekt **CyberMocni@ Szkoła** realizowany przez **Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy** to szereg warsztatów i spotkań doskonalących umiejętności nauczycieli w zakresie bezpieczeństwa w internecie, identyfikowania uzależnień u dzieci oraz wykorzystania technologii do prowadzenia lekcji.
W pierwszej edycji projektu wzięło udział 600 osób, do drugiej dołączyły 643. Wiedza przekazana podczas zajęć ma na celu poprawę współpracy z uczniami i uwrażliwienie ich na takie zjawiska, jak hejt w internecie i wynikającą z tego przemoc.

3700

Cyber Plac to powstała w 2020 r. bezpłatna platforma szkoleniowa **Capgemini Polska** z kursami IT, która daje nielimitowany dostęp do wirtualnych kursów, artykułów eksperckich i warsztatów prowadzonych online. Szkolenia i platforma stworzone zostały przez pracowników firmy i są dostosowane do różnych grup wiekowych. Długofalowym celem projektu jest budowanie społeczności cyfrowej i rozwijanie bezpłatnej i szeroko dostępnej oferty edukacyjnej, która podnosi kom-

petencje cyfrowe i znajomość zagadnień informatycznych zwłaszcza wśród osób i grup zagrożonych wykluczeniem.

10000

EY Polska w ramach **partnerstwa z Fundacją Liderek Biznesu** wspiera wiele działań organizacji. Kluczowym wspólnym przedsięwzięciem jest partnerstwo przy Programie Mentoringowym Fundacji Liderek Biznesu, który jest kompleksowym projektem wspierającym kobiety i mężczyzn w świadomym rozwoju i kształtowaniu kariery zawodowej oraz doskonaleniu kompetencji przywódczych. Mentees uzyskują wsparcie w ciągu dziewięciu miesięcy trwania programu, w skład którego wchodzą: sesje indywidualne z mentorem, warsztaty rozwojowe, podręczniki i dokumenty procesowe, sesje networkingowe. W program też angażują się sami pracownicy EY w roli mentorów lub jako mentee.

5000

Fundusz Różnorodność w IT został powołany przez **Future Collars** w odpowiedzi na aktualne wyzwania rynku dotyczące m.in. osób pracujących w sektorach szczególnie narażonych na negatywne oddziaływanie COVID-19, niskiej aktywności zawodowej osób z niepełnosprawnościami oraz małej obecności kobiet w branży IT. Dzięki Funduszowi Różnorodności osoby będące w trudnej sytuacji finansowej i życiowej (w tym uchodźcy) mogły wziąć udział w kursach kompetencji cyfrowych i zdobyć zatrudnienie w branży IT. Fundusz zapewnił też udział w trzymiesięcznym programie mentoringowym oraz lekcje języka angielskiego dedykowane branży IT.

20

Radiowy serial „Piecza" Radia TOK FM, które należy do **GRUPY AGORA**, przez pryzmat historii konkretnych dzieci i konkretnych rodzin pokazuje, jak skonstruowany jest system pieczy zastępczej, do którego trafiają dzieci opuszczające rodziny biologiczne. A także jak bardzo, nieraz za wszelką cenę i wbrew wszystkiemu, system stara się ich do siebie nie przyjąć. Każdy z odcinków serialu autorstwa Michała Janczury poświęcony jest innej części tego systemu – zmieniają się w nich bohaterowie, czyli rodziny i przepytywani z procedur urzędnicy.

2586

Program dokumentalno-przyrodniczy „Zwierzostan" w Polsat Go i Polsat Box Go powstał we współpracy Polsat Box Go oraz m.in. największego w Polsce stowarzyszenia pomagającego zwierzętom hodowlanym – Otwarte Klatki. Celem programu nadawanego na kanale należącym do **Grupy Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** jest rozpowszechnianie wiedzy o życiu zwierząt, charakterystyka poszczególnych gatunków oraz ukazanie wpływu hodowli przemysłowej na środowisko. Udostępnione są również materiały pochodzące z wielu interwencji ratujących życie zwierząt. Nowy format pozwala zrozumieć, jak codzienne wybory konsumentów wpływają na los zwierząt.

7000

ING Bank Śląski – wspólnie z Fundacją Think! – realizuje projekt **#Zdrowie finansowe**. Jego celem są kształtowanie dobrych nawyków w gospodarowaniu pieniędzmi, wsparcie w patrzeniu na finanse osobiste, nauka rozmawiania o pieniądzach z bliskimi, wskazanie dobrych praktyk czy sposobów rozwiązań, które mogą pomóc odnaleźć się w zmianie, oraz przedstawienie rozwiązań i wsparcie w sytuacji kryzysu. Z kolei z Fundacją Zwolnieni z Teorii Bank uruchomił dla młodych program **#Pokolenie Lockdown**, aby pomóc im wejść z mocnymi kompetencjami na rynek pracy i skutecznie rozwijać drogę zawodową.

8500

Cykl otwartych, bezpłatnych spotkań online **meeTech #extra – jak wykorzystać MS Teams w nauczaniu zdalnym?** skierowanych był do kadry nauczycielskiej oraz pracowników szkół. Spotkania z zakresu obsługi narzędzia Microsoft Teams poprowadzili eksperci **ING Tech Poland**. Celem warsztatów obejmujących zagadnienia związane z podstawowymi funkcjami aplikacji było ułatwienie nauczycielom procesu uczenia. Projekt był oddolną inicjatywą pracowników firmy.

2509

ING Tech Poland angażuje się we **wsparcie kształcenia praktycznego i rozwoju karier zawodowych studentów** poprzez dostarczanie webinarów i szkoleń o charakterze edukacyjnym. Spotkania były prowadzone przez ekspertów z wieloletnim doświadczeniem w danej dziedzinie. Współpraca z przedstawicielami uczelni miała również na celu zachęcenie studentów chcących pogłębić wiedzę z zakresu nowych technologii oraz obszaru modelowania ryzyka bankowego, kredytowego i rynkowego do skorzystania z oferty edukacyjnej ING Tech Poland.

2509

By być bliżej to organizowana przez firmę **Kronospan Polska** akcja wsparcia psychologicznego dzieci i młodzieży szkolnej, ich rodziców oraz nauczycieli. We współpracy z psychologiem zrealizowano trzy filmy edukacyjne dla uczniów (dotyczące radzenia sobie ze złością, stanami depresyjnymi i wyznaczenia/ osiągania celów), dwa szkolenia online dla nauczycieli (o akceptacji różnorodności i o umiejętności odpoczywania), dwa spotkania online dla rodziców (o samo-

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

poczuciu rodziny w pandemii i obniżonych nastrojach u dzieci). Każdy pracownik firmy mógł skorzystać z warsztatu online.

1150

KRUK jest inicjatorem **Dnia bez Długów**, który od 2009 r. jest obchodzony w Polsce 17 listopada. Celami akcji są wzrost świadomości społeczeństwa na temat zarządzania własnymi finansami, odpowiedzialne zaciąganie zobowiązań finansowych, radzenie sobie ze spłatą zaległych płatności. Tego dnia przygotowywane są badania społeczne mające na celu zachęcenie mediów do poruszania tematu finansów, m.in. w kontekście niespłaconych długów. Dzień bez Długów jest też obchodzony w Rumunii, Czechach i na Słowacji.

1500

Grupa „Zrównoważona Małopolska" prowadzona przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego** jest tematycznie dedykowana celom zrównoważonego rozwoju i działaniom CSR. Facebook to narzędzie, które umożliwia publikowanie aktualnych treści w trybie online, daje też możliwość aktywnej wymiany komentarzy i zbierania opinii.

186

W 2021 r. **Nieagencja** stworzyła firmowy **podcast „Biznes Non-Fiction"**. Jego ideą była opowieść o biznesie tworzona wspólnie z gośćmi reprezentującymi różne obszary działań (m.in. biznes, NGO, kultura) i różne punkty widzenia. W kolejnych odcinkach poruszano m.in. tematy: „Czułość i troska – czy jest na nie miejsce w biznesie", „Rodzina, praca, biznes, dzieci – jak to pogodzić?" czy „To tylko pandemia – reszta zależy od ciebie". Za każde odsłuchanie podcastu firma przekazuje 10 zł dla **Fundacji po DRUGIE**.

5

Powołana przez Orange Polska Fundacja Orange w pandemii koncentrowała się na **wsparciu i docenieniu nauczycieli**. Wspólnie z Kantar przeprowadziła badanie nauczycieli, aby ukazać realia ich pracy i wpływ pandemii na nią. Wspierano nauczycieli w rozwijaniu ich cyfrowych kompetencji i prowadzeniu lekcji z wykorzystaniem technologii i e-zasobów. W 2021 r. projekt Lekcja:Enter objął bezpłatnymi szkoleniami prawie 40 tys. nauczycieli. Z „Głosem Nauczycielskim" i psychologami zrealizowano webinary o tym, jak dbać o swój dobrostan, jak prowadzić angażujące lekcje i jak budować wartościowe relacje w czasach pandemii; z CA MISO zrealizowała spotkania z ekspertami o dezinformacji i radykalizacji w internecie. Aby docenić zaangażowanie nauczycieli w rozwoju kompetencji, Fundacja po raz pierwszy zorganizowała konkurs Nauczyciel Jutra.

10880

Polski Fundusz Rozwoju w ramach działań Fundacji PFR realizuje projekt **Cyfrowi Debiutanci**, aby odpowiedzieć na problem braku umiejętności korzystania z komputera, z cyfrowych zasobów i usług występujący wśród seniorów. Swoje działania skierowane na edukację cyfrową seniorów Fundacja rozpoczęła w 2020 r. Prowadzono szkolenia stacjonarne w całej Polsce, kursy online i indywidualne konsultacje technologiczne. Te działania zostały dodatkowo dofinansowane ze środków programu wieloletniego na rzeczosób starszych „Aktywni+" na lata 2021–2025.

220

Grupa Rodzice, Rossnę! stworzona przez **Rossmann SDP** powstała z myślą o rodzicach i przyszłych rodzicach. To przestrzeń do rozmowy, wymiany rodzicielskich doświadczeń oraz dzielenia się wskazówkami dotyczącymi rozwoju, wychowania dzieci. Rozmowom między rodzicami towarzyszą porady i wskazówki specjalistów współpracujących w ramach programu Rossnę! W gronie ekspertów znajdują się: lekarz, dentysta, psycholog, pedagog, logopeda, ginekolog, położna, dietetyk.

17100

Samsung został partnerem zainicjowanego przez Komisję Europejską **Dnia Bezpiecznego Internetu**, którego celami są zwrócenie uwagi na bezpieczne korzystanie z sieci przez dzieci i młodzież oraz edukacja dorosłych w tym zakresie. Samsung jako partnerem wydarzenia dzielił się swoimi doświadczeniami ze zrównoważonego podejścia do nowych technologii zdobytymi w ramach programu CyfrOFFy kONtakt. Firma zorganizowała bezpłatny webinar, podczas którego zaprezentowano scenariusz zajęć, została także partnerem konkursu na najciekawszą lokalną inicjatywę w ramach akcji.

2500

Samsung w ramach programu **CyfrOFFy kONtakt** podejmuje autorskie działania skierowane przede wszystkim do dorosłych – rodziców, opiekunów, nauczycieli i edukatorów, a pośrednio do dzieci i młodzieży. Inicjatywa promuje aktywności związane z rozwijaniem kompetencji cyfrowych i dbaniem o bezpieczne i rozważne korzystanie z nowych technologii, czyli cyfrowym dobrostanem każdego użytkownika. Podczas spotkań online eksperci dzielili się poradami związanymi z edukacją najmłodszych w dobie pracy zdalnej. Podejmowali zagadnienia dotyczące treningu uważności w cyfrowym świecie i rozmów z bliskimi o nowych technologiach.

2500

W 2021 r. **Servier Polska** zorganizował **cykl szkoleń dla nauczycieli na temat depresji wśród dzieci i młodzieży w ramach kampanii Forum Przeciw Depresji**. Szkolenia skierowane były do nauczycieli, pedagogów i psychologów szkół ponadpodstawowych i klas 7–8 szkół podstawowych. Kampania skupiała się na wpływie pandemii COVID-19 na stan psychiczny dzieci i młodzieży. Szkolenia zostały objęte patronatem honorowym Ministerstwa Edukacji Narodowej i patronatem merytorycznym Polskiego

Towarzystwa Psychiatrycznego. Partnerem szkoleń była Fundacja Edukacji Społecznej.

620

T-Mobile Polska wspólnie z Fundacją TV Puls „Pod Dębem" zrealizował projekt społeczny **Sieć pokoleń**, którego celem było popularyzowanie nowoczesnych technologii i wzrost kompetencji cyfrowych wśród seniorów. W ramach akcji przekazano kilkadziesiąt laptopów na rzecz 11 domów seniora oraz domów opieki społecznej w całej Polsce. Seniorzy otrzymali bezpłatny dostęp do przygotowanego specjalnie dla nich 10-odcinkowego kursu, w którym wyjaśnione zostały najważniejsze pojęcia związane z obsługą komputera, korzystaniem z internetu i bezpieczeństwem w sieci. Dla chętnych zorganizowano konsultacje z pracownikami infolinii operatora.

5000

EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻY

Działania **3M Poland** prowadzone z Fundacją Inspiring Girls Polska polegały na cyklu sześciu spotkań z dziewczynkami w wieku 14–15 lat ze szkoły podstawowej we Wrocławiu – **program mentoringowy dla dziewczynek szkół podstawowych**. Zajęcia z mentorkami polegały na spotkaniu z pracownicami 3M, które opowiadały o wyzwaniach i pozytywach swojej pracy, chcąc zainspirować dziewczynki do wykorzystania ich mocnych stron w przyszłości.

4000

We współpracy z Uniwersytetem Dzieci, **ARC Software** napisało 90-minutowy scenariusz zajęć dla klas –3: **Jak bezpiecznie korzystać z sieci?** na temat zjawiska nazywanego phishingiem. W czasie lekcji dzieci trenują krytyczne myślenie i spostrzegawczość. Na koniec uczniowie tworzą w grupach plakaty, które będą ich interpretacją phishingu i jednocześnie ostrzeżeniem, zarówno dla dorosłych, jak i rówieśników, przed tym groźnym zjawiskiem. Dodatkowo został wyprodukowany film, w którym firma ARC w zabawny sposób opowiada o zjawisku phishingu.

40

Fundacja Hearty uświadomiła firmę **ARC Software** o najczęściej występujących barierach edukacyjnych oraz tym, ile złego potrafi wyrządzić dzieciom wykluczenie technologiczne. Firma stwierdziła, że posiada zasoby oraz wiedzę, która pozwala na wsparcie młodych wrocławian w drodze do wymarzonego zawodu przyszłości. ARC ułożyło plan warsztatów, upewniło się też, że każdy z uczestników posiada komputer, zaopatrzyło dzieci w podręczniki i rozpoczęło projekt **Get in IT!** Razem z uczestnikami została stworzona prosta strona HTML, dzięki której dzieci poznały narzędzia do inspekcji HTML oraz podpięły zewnętrzny arkusz stylów Bootstrap.

40

Bank Pekao rozpoczął **współpracę ze Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce w Polsce**. Inicjatywa dla wchodzących w dorosłość podopiecznych Stowarzyszenia SOS polegała na organizacji warsztatów online prowadzonych przez specjalistów z obszaru HR pt. „Wejście na rynek pracy", „Motywacja i twoje mocne strony". Dla osób wchodzących w dorosłość zorganizowano warsztat tematyczny z obszaru finansów osobistych pt. „Twoje pieniądze twoja sprawa". W ramach inicjatyw prezentowych pracownicy Banku przygotowali niespodzianki z okazji Dnia Dziecka i Akcji Mikołaj. W roku 2021 podopiecznym placówek opiekuńczych w Biłgoraju i Kraśniku przekazano 400 paczek z prezentami.

12483

W trakcie konferencji prasowej **BASF Polska** oraz Centrum Nauki Kopernik odbyła się **debata naukowa** „Nauka dla Przyszłości", w której udział wzięli Izabella Radziuk-Śliwińska – nauczycielka chemii i historii, Justyna Średzińska – ekspertka ds. naukowych ze specjalizacją astrofizyka ESERO-Polska, prof. dr hab. inż. Marek Marcinek z Wydziału Chemicznego Politechniki Warszawskiej, zajmujący się m.in. współpracą nauki z przemysłem, a także Michał Stepulak – opiekun naukowy z ramienia BASF. Eksperci dyskutowali, w jaki sposób przekonać najmłodszych do nauk ścisłych, jak praktykować w szkołach otwarte podejście i jaką rolę mogą odgrywać placówki takie jak CNK.

780

Firma **BASF Polska** zorganizowała w marcu i w grudniu **warsztaty chemiczne dla dzieci i młodzieży**, także dzieci pracowników BASF Polska. Łącznie w zajęciach wzięło udział ponad 170 osób. Wiosenne warsztaty odbyły się online, natomiast grudniowe już na żywo, w laboratorium chemicznym w Centrum Nauki Kopernik. Podczas warsztatów uczestnicy odkrywali tajniki chemii, eksperymentowali i namacalnie poznawali, czym jest ta nauka. W warsztatach w grudniu wzięły udział także podopieczni ze stowarzyszenia Serduszko dla Dzieci.

780

To MY tworzymy świat to projekt, który jest formą edukacji młodych ludzi w wieku 13–19 lat. Na terenie całego kraju **Canon Polska** przeprowadza warsztaty filmowo-fotograficzne dla młodzieży, zachęcając do pokazywania ważnych tematów związanych z celami zrównoważonego rozwoju SDG za pomocą obrazu. Podczas warsztatów Canon Polska uczy

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

postawy proaktywnej i odpowiedzialności za otaczającą nas rzeczywistość oraz swoją twórczość.

228

DigiStar – pracuj w sieci samodzielnie to projekt edukacyjno-rozwojowy dedykowany młodzieży z domów dziecka i placówek opiekuńczo-wychowawczych z całej Polski, realizowany w ramach programu społecznego i strategii CSR **Capgemini Polska**, we współpracy z Fundacją One Day, szkołą językową Select Training Solutions oraz trenerką kompetencji biznesowych i coachem Katarzyną Wolską. Projekt oferuje bezpłatne szkolenia i warsztaty edukacyjne, rozwojowe, językowe i informatyczne dla młodzieży i ma na celu pomoc w budowaniu kluczowych kompetencji społecznych i niezbędnych umiejętności cyfrowych oraz wsparcie młodych osób w drodze do usamodzielnienia się i odnalezienia na rynku pracy.

10000

Jednym z trzech filarów CSR w **Capgemini Polska** jest digital inclusion. **IT Girls rEvolution Academy (ITGrA)** to inicjatywa, w której 64 uczennice szkół średnich z Małopolski, Śląska, Dolnego Śląska oraz Wielkopolski podejmowały ważne decyzje zawodowe. Serię weekendowych warsztatów informatycznych poświęconych m.in. testingowi, programowaniu, zarządzaniu projektami, komunikacji zwieńczył konkurs IT Diamonds. Pomoże to dziewczętom nauczyć się, jak przeprowadzić kompleksowy projekt IT (end-to-end) w ramach modelu biznesowego i doskonałej pracy zespołowej.

10000

Kierunek Castorama to ogólnopolski program edukacyjny sieci **Castorama Polska** kierowany do średnich szkół technicznych i branżowych, którego celem jest budowanie dumy z posiadania wykształcenia technicznego. Ambicją firmy jest kształtowanie i wzmacnianie świadomych wyborów zawodowych w oparciu o kontakt i współpracę z profesjonalistami, doświadczonymi pracownikami firmy.

13000

Program edukacyjny **Majsterkowo** to zajęcia prowadzone w sklepach sieci **Castorama Polska**, dla grup w wieku od 6 do 12 lat. Z okazji Dnia Dziecka odbyły się konkursy zachęcające do dbania o bioróżnorodność: „Zaproś życie do ogrodu" oraz „Co w trawie piszczy". Świąteczny konkurs dla klientów sieci „Zielone Święta" przypominał o możliwości ponownego wykorzystania zgromadzonych w domach materiałów i stworzenia ekologicznych ozdób w duchu zero waste. Dzieci pracowników sieci Castorama biorące udział w konkursie „Podziel się radością" przygotowały kartki świąteczne.

13000

The Code to program **dentsu Polska**, którego zadaniem jest edukowanie i inspirowanie młodych ludzi w obszarze kompetencji cyfrowych. Działania w ramach „The Code" firma realizuje zawsze we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości. W trzeciej edycji w pierwszej kolejności wolontariusze prowadzili e-lekcje w liceach z całej Polski. Na lekcjach młodzi ludzie poznawali pracę w reklamie od kuchni, ćwiczyli kreatywność, dyskutowali, pracowali w grupach. Drugi etap był realizowany w marcu 2022 r. Na dwudniowym evencie online wybrane zespoły pracowały na konkretnym briefie od klienta. Zadaniem konkursowym było nakręcenie filmu zachęcającego rówieśników do niemarnowania jedzenia.

800

DOZAMEL wspiera **projekty edukacyjne na rzecz rozwoju utalentowanych uczniów i studentów wrocławskich szkół i uczelni**, współpracując z Politechniką Wrocławską i Wrocławskim Centrum Rozwoju Społecznego. W ramach współpracy odbył się „Konkursu na edukacyjny projekt badawczy" dla uczniów wrocławskich szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Spółka wystąpiła jako partner zadaniowy lokalnego finału konkursu dla młodych inżynierów EBEC, przygotowała finałowe zadanie, wsparła finansowo organizację konkursu oraz ufundowała nagrody dla uczestników i zwycięzców.

207

Europ Assistance Polska wspiera przedsiębiorczą młodzież w ramach wsparcia materialnego fundacji i jej celów statutowych, a także przyłączenie się do akcji „Dzień Przedsiębiorczości" i „Otwarta Firma". Pracownicy Europ Assistance Polska szerzą wiedzę o assistance wśród młodzieży ze szkół gimnazjalnych oraz ponadgimnazjalnych.

220

FAMUR zorganizowała i przeprowadziła cykl warsztatów pod nazwą **EKOMOCNI**, podczas których podopiecznych Regionalnej Placówki Terapeutyczno-Opiekuńczej nr 1 i 2 w Gliwicach edukowali w zakresie konieczności dbania o klimat i budowania postaw ekologicznych. Podczas cyklu firma zrealizowała trzy spotkania warsztatowe: „Drugie życie śmieci – wstęp do zero waste i recyklingu", „Uratuj Owada – uratuj środowisko", „Sekretne życie drzew – czyli o ogromnym znaczeniu drzew i lasów dla naszego życia".

1600

GRUPA AGORA w ramach Wydawnictwa Agora wraz z literatami wspierali dzieci i wydali książkę **„Wszystkie kolory świata"** – literacki projekt charytatywny stworzony z potrzeby pomagania przez cenionych polskich pisarzy, ilustratorów oraz Wydawnictwo Agora. Książkę tworzy 20 opowiadań dla dzieci i młodzieży, które promują postawę otwartości, empatii i szacunku, będąc jednocześnie głosem przeciwko wszelkiego rodzaju wykluczeniom oraz przejawom nietolerancji wobec drugiego człowieka.

2586

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Fundacja Amicis finansowana przez **Grupę Amica** oraz współpracująca z firmą spółka Magovox zainicjowały na terenie Wronek i powiatu szamotulskiego działania w ramach przedsięwzięcia **Akcja Menstruacja w Twojej szkole**. Dziewięć placówek z tego obszaru wzięło udział w programie, który polega na zapewnieniu ogólnodostępnych środków menstruacyjnych oraz rzetelnej edukacji na temat menstruacji. W tym roku szkolnym w akcji mogło wziąć udział wyłącznie 500 placówek z całej Polski. Ogólnopolski program walki z ubóstwem menstruacyjnym jest organizowany przez fundację Akcja Menstruacja.

3100

Ogarnij hejt to działanie edukacyjne **Grupy Enea** dotyczące zapobiegania cyberprzemocy oraz popularyzujące wiedzę o zasadach bezpiecznego korzystania z sieci. Projekt realizowany był w ramach 100. rocznicy urodzin Stanisława Lema. W ramach projektu uczniowie, ich rodzice i nauczyciele w 30 szkołach brali udział w bezpłatnych warsztatach, ucząc się bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania z internetu i mediów społecznościowych. Projekt miał na celu przeciwdziałanie negatywnym skutkom pandemii wśród młodzieży oraz osób dorosłych.

17480

Kubusiowi Przyjaciele Natury to jeden z największych ogólnopolskich programów edukacyjnych **Grupy Maspex** organizowany od 14 lat przez markę Kubuś dla przedszkoli i szkół podstawowych (kl. 1–3) poświęcony tematyce ekologicznej. Każda placówka biorąca udział w programie otrzymuje bezpłatny pakiet materiałów edukacyjnych, z których dzieci dowiadują się: jak troszczyć się o rośliny i zwierzęta, segregować śmieci, oszczędzać prąd, wodę i energię, a także poznają zasady ekonologii, dbania o aktywność fizyczną oraz właściwe odżywianie.

7500

Akademia Bezpiecznego Puchatka to ogólnopolski program edukacyjny **Grupy Maspex**, który jest skierowany do uczniów klas pierwszych szkół podstawowych; obejmuje tematykę związaną z bezpieczeństwem dzieci w pięciu strefach: na drodze, w domu, w szkole, w internecie i w relacji z rówieśnikami. Do tej pory łącznie wzięły w nim udział prawie 3 mln uczniów z całej Polski. Patronat nad programem sprawuje Komendant Główny Policji. Szkoły biorące udział w programie otrzymują bezpłatny komplet materiałów edukacyjnych, które zostały opracowane przez metodyków i ekspertów w zakresie technik szybkiego uczenia się oraz zapamiętywania.

7500

Bezpieczniki TAURONA. Włącz dla dobra dziecka to program edukacyjny skierowany do uczniów szkół podstawowych. Dzieci, dzięki zabawie oraz ciekawym eksperymentom, uczą się, jak bezpiecznie korzystać z prądu, oraz poznają zagrożenia z nim związane. W ramach projektu **Grupa TAURON** udostępnia gotowe scenariusze lekcji dla nauczycieli oraz ciekawe, interaktywne zabawy dla uczniów, do przeprowadzenia w szkole lub w domu.

26000

W 2021 r. firma **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** ze względu na sytuację pandemiczną, zdecydowała się nie organizować wydarzenia stacjonarnego z okazji Dnia Dziecka, natomiast zorganizowała wysyłkę paczek z ekologicznymi i edukacyjnymi upominkami dla dzieci pracowników w ramach akcji Funduszu Socjalnego **Dzień Dziecka z HPE**, jak również zorganizowała dwa wirtualne warsztatowe spotkania edukacyjne dla najmłodszych.

1000

W ramach **Projektu „Akademia Horusa"** firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** prowadzi zajęcia z uczniami w szkołach średnich. Dzięki spotkaniom, na których firma udostępnia uczniom wiedzę, technologie i produkty z zakresu takich obszarów, jak BHP, materiały ścierne, systemy zabezpieczania niebezpiecznych źródeł energii czy taśmy klejące i kleje przemysłowe, rośnie świadomość młodzieży z zakresu bezpieczeństwa w czekającej ich pracy oraz świadomość możliwości, jakie niosą ze sobą obecne technologie. Zajęcia prowadzone są w formie warsztatów z wykorzystaniem nowych technologii.

48

Książka **„Ty też możesz uratować świat. Ekoopowieści z Pietruszkowej Wolj"** Justyny Bednarek wydana wspólnie przez **ING Bank Śląski** i Fundację ING Dzieciom to ekoopowieść dla dzieci z mocnym przekazem dla dorosłych. W dziewięciu rozdziałach książka porusza m.in. kwestie zmian klimatycznych, dbałości o środowisko, wszędobylskiego plastiku, konsumpcjonizmu i traktowania zwierząt. Każdy rozdział kończy się dobrymi praktykami ekologów: jak dać drugie życie przedmiotom, jaką moc ma pomaganie i współdzielenie dóbr oraz że najlepszych prezentów nie kupi się w sklepie. Książka razem ze scenariuszami zajęć jest dostępna bezpłatnie dla szkół, bibliotek, organizacji społecznych.

8500

Jastrzębska Spółka Węglowa przywiązuje wagę do wspierania dzieci i młodzieży w ramach projektów **JSW Dzieciom**. Firma wspomaga ciekawe, innowacyjne i skuteczne rozwiązania w obszarze edukacji, zdrowia, ekologii, kultury

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

i sportu. Warsztaty artystyczne, wyjazdy edukacyjne, akcje wolontariackie pracowników JSW, sprzęt dla uzdolnionej młodzieży to tylko kilka z aktywności, które JSW organizuje dla podopiecznych tych placówek. Dzięki wsparciu JSW dzieci z domów dziecka uczestniczą w wyjazdach, w naukowych piknikach, warsztatach poświęconych komunikacji i spotkaniach z pracownikami Grupy JSW.

30686

Piórko 2021. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci to siódma edycja projektu popularyzującego czytelnictwo wśród najmłodszych oraz wspierającego debiutujących pisarzy i ilustratorów, którego organizatorem jest **Jeronimo Martins Polska**. Konkurs przebiegał dwuetapowo: najpierw wybrano tekst książki dla dzieci w wieku 4–10 lat, a następnie ilustracje do zwycięskiego tekstu. Laureaci w obu kategoriach otrzymali po 100 tys. zł nagrody. Książka „Fabryka Snów" autorstwa Justyny Woźniak, zilustrowana przez Aleksandrę Badurę, była dostępna w 3200 sklepach sieci Biedronka i została sprzedana w prawie 35 tys. egzemplarzy.

75000

Kaufland Polska Markety z okazji 20-lecia istnienia firmy w Polsce zorganizował **konkurs CSR Nauka z klasą**. Konkurs został skierowany do publicznych szkół podstawowych w całym kraju, a nagroda to 20 tys. zł dla 20 szkół podstawowych na wyposażenie wspierające edukację ekologiczną. Zadaniem konkursowym była praca plastyczna pt. „Jestem Ekobohaterem" wykonana przez uczniów, która pokazuje, w jaki sposób dbają oni o środowisko od najmłodszych lat.

14000

Na przełomie listopada i grudnia 2021 r. górnicy **Kopalni Soli „Wieliczka"** odwiedzili przedszkola z powiatu wielickiego oraz z Krakowa. W piątej edycji spotkań wzięło udział 100 placówek i ok. 5600 dzieci. Bezpłatne interdyscyplinarne zajęcia prowadzone przez górników łączą zabawę z nauką: wprowadzają najmłodszych w świat legend, barbórkowych zwyczajów, zdradzają tajniki podziemnego fachu, zachęcają do poznawania dziejów małopolskiego górnictwa, zaszczepiają patriotyzm oraz poczucie regionalnej dumy. **Dzień Górnika i przedszkolaki** to zajęcia oparte na autorskim programie zawierającym różnorodne aktywności: konkursy, quizy, zabawy, oraz bazującym na opowieści górnika.

807

Zakład **Kronospan KO** wsparł projekt **„Mini Miasto"** – międzynarodowy obóz letni organizowany przez Stowarzyszenie Pro Liberis Silesiae. Miasto składa się z trzech obszarów. Pierwszy to życie codzienne, w skład którego wchodzi m.in. ratusz. Dzieci uczą się tu zarządzania, administracji, zarządzają porządkiem i bezpieczeństwem miasta i jego mieszkańców. W ratuszu dzieci muszą także uzyskać pozwolenie na budowę swojego obiektu. Drugim obszarem jest szpital, tutaj dzieci pilnują i dbają o bezpieczeństwo. Kolejny element miasta to obszar kreatywny, w którym są pracownia artystyczna i laboratorium. Trzecim największym obszarem jest strefa budowlana.

650

Firma **Kronospan Polska** wsparła zakup szczególnej pomocy dydaktycznej – dwóch zestawów edukacyjnych, których najważniejszym elementem są interaktywne **roboty do nauki języka angielskiego** Emys, stanowiące najnowocześniejsze obecnie dostępne narzędzie dydaktyczne do nauki. To nieoceniona pomoc dla nauczycieli, którzy mogą korzystać z gotowych scenariuszy lekcyjnych, a także szeregu kreatywnych pomysłów na gry i zabawy.

1150

Stworzony przez Akademię Ratownictwa **LUX MED** ogólnopolski projekt **Umiem pomóc** prowadzony jest od 2011 r. W trakcie zajęć lekarze i ratownicy medyczni z wieloletnim doświadczeniem ćwiczą z uczniami zasady przeprowadzania resuscytacji krążeniowo-oddechowej, uczą obsługi defibrylatora AED oraz pokazują prawidłowy schemat postępowania w sytuacji zagrożenia czyjegoś zdrowia lub życia. Dzieci zdobywają umiejętności zgodne z aktualnymi wytycznymi postępowania Polskiej oraz Europejskiej Rady Resuscytacji, przy jednoczesnym uwzględnieniu wytycznych ERC w pandemii COVID-19.

19000

W ramach działań projektowych **Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego** zorganizowała **warsztaty SDG dla przedszkolaków i uczniów szkół podstawowych**. To cykl warsztatów, których celem jest zapoznanie dzieci z zagadnieniami SDG i zrównoważonego rozwoju. Stanowią one serię zajęć, gier, zabaw i quizów skoncentrowanych na praktykach życia codziennego w duchu realizacji SDG. Uczestnicy uczą się, jak mogą działać bardziej ekologicznie, mądrze i odpowiedzialnie. Największym atutem warsztatów jest przygotowanie różnego rodzaju scenariuszy, zaangażowanie uczestników oraz możliwość zmiany percepcji kadry dydaktycznej placówek, w których są organizowane.

186

Działania mFundacji finansowane ze środków przyznawanych przez **mBank** przeznaczane są na realizację strategii **m jak matematyka**, której głównym celem jest wspieranie dzieci i młodzieży w nauce matematyki. Strategia ta realizowana jest przez: dofinansowanie projektów edukacji matematycznej, programy grantowe „mPotęga" i „Rosnę z matematyką", konkurs „Krok w przyszłość" za najlepszą pracę dyplomową z matematyki, dystrybucję bezpłatnych publikacji, program stypendialny „Mistrzowie matematyki", a także programy partnerskie. mFundacja wspiera dzieci, młodzież oraz ich rodziców i nauczycieli, a także studentów i młodych naukowców.

7000

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Firma **Nowy Styl** została **partnerem Dziecięcego Uniwersytetu Technicznego w Jaśle**. Podczas wykładów i warsztatów dzieci w wieku 7–12 lat uczą się przez zabawę i są zachęcane do samodzielnego odkrywania świata oraz zainteresowania się naukami ścisłymi i przyrodniczymi. Firma Nowy Styl współfinansowała zajęcia dla młodych studentów oraz zorganizowała specjalne wyprawki na warsztaty tematyczne, składające się z piórnika uszytego z resztek skóry używanej do produkcji mebli w Nowym Stylu. Szczególne zaproszenie do programu objęło dzieci pracowników Nowego Stylu z Jasła i okolic.

6883

W ramach walki z wykluczeniem cyfrowym firma **Orange Polska** przygotowała analizę programów społecznych Fundacji Orange pod kątem **wskaźnika wykluczenia społeczno-cyfrowego**. Wspólnie z Fundacją Stocznia opracowany został Indeks Wykluczenia Lokalnego, który pozwolił uchwycić regiony Polski bardziej podatne na wykluczenie. Indeks powstał w oparciu o 30 wskaźników z obszarów: społecznego, ekonomicznego, edukacyjnego, cyfrowego. Pokazał, że ponad 20% gmin w Polsce jest szczególnie zagrożonych wykluczeniem społeczno-cyfrowym. W oparciu o tę wiedzę przy ogłaszaniu nowych edycji programów edukacyjnych Fundacja Orange wzmocniła kampanię informacyjną w regionach szczególnie zagrożonych wykluczeniem.

10880

Fundacja **PKP Energetyka** ruszyła z programem zajęć dla uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Celem projektu jest przyswojenie przez uczniów wiedzy i umiejętności przydatnych w życiu codziennym. **Zajęcia dla uczniów szkół prowadzone przez menedżerów firmy PKP Energetyka** realizowane są w formie zdalnej w szkołach partnerskich spółki PKP Energetyka. Wśród tematów lekcji można wymienić: „Mamo, tato, idę na dyskotekę – negocjacje w praktyce", „Jak radzić sobie ze stresem?", „Mamo, tato, idę do pracy! – pierwsze kroki na rynku pracy czy efektywna nauka".

4200

W ramach projektu **Świat Pieniądza** Fundacji PFR, **Polski Fundusz Rozwoju** włączył się w edukację finansową dzieci. Fundacja PFR dokonała analizy trudności, jakie napotykają dzieci i młodzież w zakresie edukacji finansowej. Głównym celem projektu było wyposażenie uczniów w wiedzę, w jaki sposób należy mówić o pieniądzach, jak planować wydatki i zarządzać swoim budżetem racjonalnie i odpowiedzialnie. Chęć udziału w projekcie wyraziło 110 placówek edukacyjnych z całej Polski. Fundacja PFR wysłała do każdej placówki bezpłatne egzemplarze książek „Świat pieniądza". W sumie przekazano 2200 egzemplarzy publikacji.

220

Celami programu **Być jak Ignacy** skierowanego do uczniów szkół podstawowych (klasy 1–8) stały się popularyzacja polskiej nauki oraz pielęgnowanie pamięci o wybitnych polskich naukowcach. **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** wierzy, że nauka może zmienić świat, a wynalazki pomagają ludziom żyć lepiej. Inspiracją były postać patrona Fundacji PGNiG SA, który stanowi doskonały wzór dla młodych ludzi, oraz zaangażowanie społeczne PGNiG SA w projekty wspierające edukację. Tematami tegorocznej edycji były energia, ekologia, miasta oraz transport przyszłości, a także nowe technologie.

24780

Górnik w przedszkolu i **Akademia Gazusia** to akcje edukacyjne skierowana do żłobków, przedszkoli i szkół, w których biorą udział pracownicy firmy **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**. Spotkania mają na celu przybliżenie uczestnikom działalności związanej z górnictwem naftowym, a także podanie informacji na temat górniczych tradycji (mundur górniczy, patronka górników). Do placówek dostarczono przygotowane materiały: papierowe czako, kolorowanki, książeczki „Naftowe ABC" i drobne upominki z logo PGNiG SA. Nauczyciele mogli skorzystać z prezentacji multimedialnych oraz filmu, w którym górnik opowiedział o tym, czym zajmują się górnicy naftowi.

24780

Program edukacyjny **Akademia MOCy** skierowany był do mazowieckich uczniów 7 i 8 klas szkół podstawowych z terenów gmin, w których firma **Polskie Sieci Elektroenergetyczne** prowadzi działania z zakresu budowy i modernizacji linii i stacji elektroenergetycznych najwyższych napięć oraz eksploatacji istniejącej infrastruktury przesyłowej. Akademia MOCy to cykl warsztatów w formie eksperymentów naukowych poruszający zagadnienia dotyczące powstawania i przesyłu prądu oraz bezpieczeństwa energetycznego. W ramach akcji PSE zorganizowały 51 spotkań edukacyjnych dla 1769 uczniów w 24 szkołach podstawowych na Mazowszu.

2700

Co z tym hajsem?! to program edukacji finansowej dla młodych, którego pomysłodawcą jest **Provident Polska**. Oszczędzanie, sposoby na podreperowanie codziennego budżetu, a także rozsądne finansowe decyzje to bardzo istotne zagadnienia – szczególnie dla młodych ludzi u progu dorosłości. W 2021 r. twórcy kanału postanowili wyjść z finansowej bańki naprzeciw problemom natury ekologicznej i społecznej – tak powstał nowy projekt **Co z tym światem?!** Zmiana nazwy wynikała bezpośrednio z chęci rozszerzenia poruszanej tam tematyki ze stricte finansowej na uzupełnioną o kontekst dbania o środowisko naturalne.

1800

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań wraz z PepsiCo i Fundacją PepsiCo realizuje projekt edukacyjny **Re_kologia**, skierowany do dzieci oraz młodzieży szkolnej i ich rodzin. Celem projektu jest nauka prawidłowej segregacji odpadów, zwłaszcza z tworzyw sztucznych. Opracowano wiele bezpłatnych materiałów edukacyjnych do wykorzystania. W roku szkolnym 2020/2021 odbyła się akcja Drużyna SIR PET-ERA, w której udział wzięły 103 szkoły podstawowe, zgłaszając 594 klasy 1–3 i ponad 11 tys. uczniów. Szkoły realizowały zajęcia na temat segregacji odpadów i uczestniczyły w konkursie. W roku szkolnym 2021/2022 do drugiej edycji programu zgłosiło się blisko 1 tys. placówek.

23

Czyściochowo – edukacja dzieci w obszarze higieny to bajkowy świat stworzony przez spółkę **Rossmann SDP** z myślą o kształtowaniu i wspieraniu dobrych nawyków higienicznych wśród dzieci. Działanie realizowane w ramach programu Rossnę! obejmuje produkcję edukacyjnych bajek oraz piosenek. Dodatkowo są to także akcje związane z wydawanymi podczas zakupów gratisami dla klientów, takimi jak książeczki z zabawami dla dzieci. Główni bohaterowie – Czyściochy – uczą najmłodszych widzów m.in., jak prawidłowo zadbać o czysty nos, kiedy i jak umyć ręce oraz jakie zasady obowiązują wszystkich w toalecie.

17100

Czyściochowa Akademia – program edukacyjny dla żłobków, klubów dziecięcych, przedszkoli i klas 1–3 szkół podstawowych – to bezpłatny program edukacyjny **Rossmann SDP**, którego celem jest nauka nawyków higienicznych u dzieci. Skierowany jest do nauczycieli w żłobkach, klubach dziecięcych, przedszkolach i podstawówkach. Na opiekunów czekają gotowe scenariusze zajęć, pomysły na zabawy ruchowe, plastyczne, gry czy turnieje. Przez cały rok szkolny nauczyciele mogą wraz z dziećmi podejmować rozmaite zadania, zbierając jednocześnie punkty w rywalizacji. Nagrodą dla najbardziej aktywnych jest piknik rodzinny.

17100

Solve for Tomorrow to program edukacyjny firmy **Samsung**, w ramach którego młodzi nabywają kompetencje przyszłości, takie jak komunikacja, kreatywność, współpraca i krytyczne myślenie. Do programu mogą zgłaszać się zespoły złożone z uczniów szkół ponadpodstawowych wraz z nauczycielami oraz ze studentów z I i II roku studiów pierwszego stopnia. Drużyny mają za zadanie zaproponować projekt z zakresu jednego z trzech obszarów: zdrowia, bezpieczeństwa oraz klimatu. Celem programu jest zachęcanie młodych do aktywizmu, odwagi i wyrażania siebie.

2500

Santander Bank Polska zainicjował projekt wspierający edukację finansową dzieci i młodzieży **Finansiaki**. Główne jego cele to zwiększenie umiejętności rozmawiania z dziećmi na temat finansów, kompetencji rodziców i nauczycieli w kwestii nauczania podstaw wiedzy o przedsiębiorczości, a także wiedzy na temat finansów wśród dzieci i młodzieży. Dzięki programowi rodzice i nauczyciele poznają metody wprowadzania dzieci w świat pieniędzy, niezależnie od wieku. Bank chce, by klienci rozumieli nie tylko produkty i usługi, z których korzystają, ale również przyczyny i skutki różnych decyzji finansowych.

9584

Akademia SEGRO to projekt realizowany przez firmę **SEGRO Poland**, który ma na celu wspieranie edukacji młodzieży licealnej poprzez popularyzację nauki języka angielskiego, przy jednoczesnym przybliżaniu branży magazynowo-produkcyjnej. Pierwszy etap był realizowany w siedmiu szkołach i polegał na autorskiej grze negocjacyjnej przygotowanej w języku angielskim przez Fundację Innowatorium. Połowa uczniów wcieliła się w rolę klienta, druga część grupy w zarządcę magazynu, a zadaniem było wynegocjowanie jak najlepszych stawek. Z każdej z siedmiu szkół do finału dostało się czworo uczniów.

40

Firma **Sela** wzięła udział w projekcie, który miał na celu edukację oraz przeszkolenie jak największej liczby dzieci i młodzieży z zakresu pierwszej pomocy oraz bezpiecznych zachowań. Korzystając z zaproszenia zielonogórskiej „Krainy Eksperymentów", pracownicy firmy Sela wzięli udział w evencie z okazji **Dnia Dziecka w Hubertówce**. Podczas jego trwania szkolono dzieci i ich opiekunów w zakresie bezpiecznych zachowań oraz zasad udzielania pierwszej pomocy. Zainteresowaniem wśród dorosłych cieszyły się alkogogle, które demonstrują upośledzenie zmysłów, jakich człowiek doznaje w stanie upojenia alkoholowego.

16

Joanna Turakiewicz-Pietras poprosiła firmę **Sela** o wsparcie merytoryczne jej najnowszej książki **„Ciocia Mati i tajemniczy mnich"**. To nowoczesny projekt, który angażuje dziecko; jako bohatera książki przenosi je do świata, które dziecko zna, imaginuje sytuacje, które są potencjalnie niebezpieczne i uczy poprawnych zachowań. Przewodnikiem bohatera jest najfajniejsza na świecie ciocia Mati. W ramach projektu powstał również webinar dotyczący bezpieczeństwa dzieci.

16

W 2021 r. firma **Sela** kontynuowała cykl szkoleń z zakresu podstaw udzielania pierwszej pomocy dla dzieci i młodzieży **Mali bohaterowie ratują życie – szkolenia z udzielania pierwszej pomocy dla pociech małych i dużych**. Celem działań było przełamanie u dzieci strachu i obaw przed udzielaniem pierwszej pomocy, nauka praktyczna na fantomach, wzmocnienie pozytywnych zachowań, edukacja na temat zdrowego stylu życia i niesienia pomocy drugiemu człowiekowi.

16

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Od kilku lat firma **SumiRiko Poland** ma kontakt z Ochronką Betlejem w Wolbromiu, prowadzoną przez siostry zakonne. Ochronka gromadzi dzieci trudne i z rodzin biednych, niejednokrotnie dzieci te są zaniedbane, ponieważ rodzice nie poświęcają im wystarczającej uwagi. Menedżerowie firmy wraz ze swoimi pracownikami średnio raz w miesiącu biorą udział w projekcie **„Ochronkowe Dzieciaki" warsztaty tematyczne w Ochronce Betlejem w Wolbromiu**. Warsztaty cieszą się olbrzymim powodzeniem wśród dzieciaków spragnionych towarzystwa i uwagi dorosłych.

1400

W ramach inicjatywy **Uczniowie ZMIENIAJĄ ŚWIAT RAZEM z SumiRiko Poland** od 2018 r. firma **SumiRiko Poland** organizuje w szkołach podstawowych oraz w liceum w Wolbromiu warsztaty przygotowujące uczniów do realizacji własnych projektów. Każdorazowo warsztaty są wprowadzeniem do konkursu, w ramach którego uczniowie wspomnianych szkół mogą ubiegać się o granty na realizację projektów związanych z jednym lub wieloma Celami Zrównoważonego Rozwoju.

1400

Akademia Małych Kroków to projekt firmy **SuperDrob**. Jest on odpowiedzią na bieżące problemy uczniów (klasy II i III szkół podstawowych), które nasiliły się w czasie pandemii. To wsparcie dzieci na różnych płaszczyznach i wskazanie im, jak w prosty i skuteczny sposób zmiana swoich nawyków daje szanse na długoterminowe rezultaty i faktycznie wpływa na ich życie. Celem warsztatów jest przedstawienie dzieciom nowych możliwości i dobrej zabawy w kształtowaniu zdrowych nawyków wpisujących się w obszary: głowa (zdrowie psychiczne), ruch (aktywność fizyczna), brzuch (zdrowe odżywianie).

2000

Firma **Ten Square Games** była uczestnikiem, a także technologicznym partnerem **konferencji „Generacja COVID-19. Przyszłość młodych ludzi w Polsce"** zorganizowanej przez Ośrodek Informacji ONZ w Warszawie, Stowarzyszenie Narodów Zjednoczonych w Polsce oraz Polski Instytutu Ekonomicznego. Podczas czterech tematycznych paneli skupiających się na zdrowiu, edukacji, rynku pracy i gospodarce oraz technologii i digitalizacji eksperci omawiali największe wyzwania, z jakimi będą mierzyli się młodzi ludzie w świecie postpandemicznym.

500

B.NET to projekt realizowany przez **T-Mobile Polska** wspólnie z Digital University. Inicjatywa skierowana była do uczniów szkół podstawowych oraz do ich nauczycieli i miała na celu edukację w zakresie bezpiecznego korzystania z sieci. W warsztatach wzięło udział blisko 500 nauczycieli. Podczas spotkań pedagodzy otrzymali gotowe scenariusze lekcji oraz narzędzia umożliwiające przeprowadzenie interesujących zajęć w swoich szkołach.

5000

Firma **Trend Micro Polska** w 2008 r. uruchomiła program Internet Safety for Kids and Families. Inicjatywa jest realizowana wyłącznie przez wolontariuszy – pracowników Trend Micro, i dotarła już do ponad 3 mln rodziców, nauczycieli i młodych ludzi na całym świecie, promując odpowiedzialne i bezpieczne korzystanie z internetu. W połowie czerwca 2021 r. zakończyła się pierwsza edycja konkursu online **What's Your Story** na najlepszy film lub plakat. Tematem przewodnim było pytanie: „Jak wyglądałoby Twoje życie, gdyby internet przestał dziś istnieć?".

50

Projekt **Opowiem Ci bajkę** jest wspólną inicjatywą **Unum Życie TUiR** i Fundacji Unum. Akcja jest skierowana do dzieci i młodzieży z domów dziecka, rodzin zastępczych i placówek opiekuńczych. W konkursie wyłaniane są dzieci uzdolnione literacko, które otrzymują wsparcie w rozwoju ich talentu. Jury złożone z wolontariuszy Fundacji Unum ocenia nadesłane przez podopiecznych prace literackie i wybiera spośród nich najlepszych autorów. Laureaci mogą rozwijać swoją literacką wyobraźnię podczas ufundowanych przez Fundację wyjazdów na warsztaty i kursy literackie, gdzie pod okiem profesjonalistów młodzi autorzy mogą szlifować swój talent.

541

Fundacja Veolia z inicjatywy **Veolii Energia Warszawa** pod patronatem honorowym prezydenta Rafała Trzaskowskiego zrealizowała ekologiczny, społeczny i edukacyjny projekt **Kocham Warszawę – łapię deszczówkę** dedykowany warszawskim przedszkolom. W ramach projektu firma zainstalowała w 50 miejskich przedszkolach łącznie 100 zewnętrznych zbiorników do łapania deszczówki oraz posadziła 100 drzew. Na każdą placówkę przypadły dwa drzewa i dwa zbiorniki. Celem projektu była dbałość o zasoby naturalne, edukacja najmłodszych warszawiaków w obszarze oszczędzania wody oraz dbałości o retencję wody w mieście.

800

Rok 2021 w działalności społecznej firmy **Volkswagen Poznań** to inauguracja **programu edukacji klimatycznej „Dla błękitnego nieba"** realizowanego dla uczniów z 21 wielkopolskich szkół. Program polega na aktywnym włączeniu

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

dzieci ze szkół podstawowych w proces badawczy oraz popularyzacji wiedzy z zakresu zmian klimatu. Specjalnie na jego potrzeby opracowano autorski program oparty na koncepcji nauki obywatelskiej, która zakłada, że badania naukowe są prowadzone wspólnie przez naukowców i obywateli. W projekcie uczniowie wcielają się więc w role naukowców.

11000

Pierwsza praca – jak ją zdobyć i co warto wiedzieć? #DobraRobotaChallenge to druga edycja programu i konkursu edukacyjnego Fundacji „Wawel z Rodziną" zorganizowanego wraz z firmą **Wawel**. Inicjatywa ma na celu przybliżenie uczniom różnorodności i specyfiki pracy w różnych zawodach oraz przygotowanie ich do odpowiedzialnego planowania ścieżki zawodowej, trafnego podejmowania decyzji dotyczących wyboru szkoły/uczelni, w której będą kontynuować naukę, oraz przygotowania ich do podjęcia pierwszej pracy.

1097

Firma **Wawel** z pomocą Fundacji Wawel z Rodziną realizuje projekty wspierające dzieci w trudnych sytuacjach życiowych. W 2021 r. wystartowała **druga edycja programu „Dobro od Dziecka" Fundacji „Wawel z Rodziną"**, w ramach której zajęcia online dla wychowawców świetlic środowiskowych z całego kraju odbywały się w formie warsztatów i skupione były wokół czterech istotnych dla rozwoju młodego człowieka tematów z obszarów: poczucie wartości, emocje, współpraca w grupie, wartości – drogowskazy. Inicjatywa ma wspomóc opiekunów w codziennej pracy z wychowankami.

1097

Firma **Wawel** i Fundacja „Wawel z Rodziną" co roku aktywnie angażują się w **pomoc dzieciom z domów dziecka i świetlic środowiskowych** w całej Polsce. W 2021 r. dla placówek opiekuńczo-wychowawczych wsparcia dziennego i opieki całodobowej zorganizowano dwa konkursy, w ramach których zainspirowano podopiecznych do nauki, czym jest dobro, i czynienia go w swoich społecznościach lokalnych – konkurs „Dobre Uczynki wśród Nas" i akcja „Zostań Pomocnikiem św. Mikołaja".

1097

Wodociągi Miasta Krakowa realizują programy **edukacji ekologicznej**, w ramach których organizują zajęcia i warsztaty kształtujące postawy ekologiczne wśród dzieci i młodzieży. Realizowano programy edukacyjne „Wyprawa Batyskafem Misja Skratek" – dzieci 3–6 lat; „Akademia Kropelki" – klasy 1–3 szkół podstawowych; „Wędrówki Kropelki" – przedszkole; „Na tropie kranowianki" – uczniowie klas 4–6 szkół podstawowych; „To się w ścieku nie mieści" – młodzież w wieku 12–16 lat; „Rejsy edukacyjne po Zbiorniku Dobczyckim" – dla wszystkich grup wiekowych.

1200

Wunderman Thompson Technology przed pandemią prowadził zajęcia nauki gry w Go w poznańskiej szkole Cogito i na Wydziale Matematyki i Informatyki Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W tym roku Wunderman Thompson Technology w ramach **Go WT+** wsparł organizację Mistrzostw Polski i Mistrzostw Polski Juniorów w Go. Ideą jest nauka dzieci, młodzieży i dorosłych gry w Go. Najstarsza gra planszowa świata świetnie pobudza zdolności logiczne i poznawcze, wymagając od uczestników strategiczno-taktycznego myślenia, przydatnego w pracy w środowisku IT.

240

INNOWACJE SPOŁECZNE

W ramach praktyki **Epidemiologia oparta na ściekach** od czerwca 2020 r. metoda śledzenia rozprzestrzeniania się koronawirusa w populacji opracowana przez analityków **Aquanet Laboratorium** została wdrożona w ramach stałego monitoringu systemu kanalizacyjnego w aglomeracji poznańskiej. Jest wykorzystywana jako narzędzie wspomagające do modelowania przebiegu pandemii oraz wykrywania ognisk SARS CoV-2 w aglomeracji poznańskiej.

50

Segreguję – nie widzę przeszkód to pierwszy w Europie projekt **ENERIS** ułatwiający właściwe sortowanie odpadów osobom z niepełnosprawnością wzroku. Służy do tego bezpłatny zestaw sześciu naklejek posiadających napisy w alfabecie Braille'a, kontrastowe kolory oraz proste i wypukłe piktogramy. Naklejka wykonana jest z PET pochodzącego w 100% z recyklingu. Pomysł na naklejki został wypracowany wspólnie ze środowiskiem osób niewidomych, Fundacją Vega z Kielc i Ośrodkiem w Laskach. Programowi patronują Pełnomocnik Rządu do Spraw Niepełnosprawnych i Polski Związek Niewidomych.

1200

Social Innovation Relay to międzynarodowy konkurs organizowany przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości we współpracy z **Nationale-Nederlanden** na najlepszy innowacyjny pomysł biznesowy odpowiadający na potrzebę społeczną w jednym z sektorów: edukacja, zdrowie, włączenie społeczne, jakość życia, zrównoważony rozwój. Przeznaczony jest dla uczniów szkół ponadpodstawowych. Uczniowie zyskują także profesjonalne doradztwo dla rozwoju przyszłej kariery zawodowej dzięki mentoringowi ze strony pracowników Nationale-Nederlanden.

839

Akademia BIZnES Class to cykl szkoleniowo-mentoringowy organizowany przez **PwC** dla podmiotów ekonomii społecznej z Dolnego Śląska. Ma on przygotować przedsiębiorstwa społeczne do wdrożenia innowacyjnego produktu. W roku 2021 wsparcie otrzymało sześć przedsiębiorstw społecznych. W ramach wolontariatu zaangażowanych było 12 mentorów

biznesu z PwC. Program jest realizowany wspólnie przez przedstawicieli PwC, Objectivity, UBS, Fundację Laboratorium Odpowiedzialnego Biznesu, Dolnośląski Ośrodek Polityki Społecznej oraz Akademię Sztuk Pięknych.

6000

Program **Dwa sektory Jedna wizja** jest realizowany od 2010 r. wspólnie przez Fundację Szkoła Liderów i Fundację PwC działająca przy **PwC**. Polega na indywidualnej pracy doświadczonego pracownika kadry menedżerskiej z wybranym liderem społecznym w ramach sześciu sesji rozwojowych. Do tej pory firma wsparła 190 liderów społecznych z całej Polski, a we wsparcie zaangażowało się 89 wolontariuszy PwC.

6000

Firma **Ten Square Games** dołączyła do inicjatywy **Tech To The Rescue** łączącej firmy technologiczne i instytucje NGO, aby dzięki technologii rozwiązywać problemy, które wchodzą w obszar 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju. Firma wspiera trzeci sektor w działaniach statutowych oraz wsparła ekspertyzą Fundację Otwarte Klatki.

500

W ramach **zaangażowania społeczności lokalnych** założyciel firmy **WIŚNIOWSKI** powołał Fundację Horyzont360. Organizacja wdraża projekty CSR-owe na rzecz podmiotów z Grupy WIŚNIOWSKI. Firma przy udziale Fundacji od 2019 r. realizuje budujący zaangażowanie społeczne projekt „Działaj Lokalnie", a także podejmuje działania w obszarze tworzenia lokalnych sieci współpracy. Co roku społeczność lokalna jest zachęcana do realizacji oddolnych inicjatyw, które firma wspiera finansowo, organizacyjnie oraz technicznie.

2400

INWESTYCJE SPOŁECZNE

W roku 2021 do grona marek firmy **Carlsberg Polska** wspierających społeczności lokalne dołączył Harnaś. Celami programu **Harnaś wspiera Strażaków Ochotników** były wzmocnienie Ochotniczych Straży Pożarnych poprzez ich doposażenie, zwrócenie uwagi na ważną rolę, jaką odgrywają w swoim otoczeniu oraz zwiększenie świadomości wyzwań, z jakimi druhny i druhowie mierzą się na co dzień. Marka była także oficjalnym sponsorem Związku Ochotniczych Straży Pożarnych Rzeczypospolitej Polskiej.

1300

Program grantowy „Tu mieszkam, tu zmieniam EKO" realizowany przez **Santander Bank Polska** umożliwia lokalnym społecznościom zmianę swojego najbliższego otoczenia. W ramach projektu w całej Polsce powstają parki kieszonkowe, ogrody deszczowe, roślinne murale, „zielone" przystanki autobusowe i inne ekologiczne projekty. W 2021 r. do konkursu przystąpiło 1062, a 58 projektów zostało dofinansowanych łączną kwotą 300 tys. zł.

9584

KAMPANIA SPOŁECZNA

Adamed Pharma oraz Głos Seniora rozpoczęli ogólnopolską kampanię **Poznaj Swojego Sąsiada – Seniora**, w której promowali pomoc sąsiedzką. Aby uczestniczyć w akcji, wystarczyło wydrukować gotowy plakat, wpisać numer kontaktowy i zawiesić w widocznym miejscu. Osoby starsze mogły skontaktować się, prosząc o pomoc w załatwianiu codziennych spraw.

2200

AVON COSMETICS POLSKA w kampanii społecznej **Każda z nas**, której partnerem było Stowarzyszenie „Amazonki" Warszawa-Centrum, zwracał uwagę na potrzeby kobiet, które doświadczyły bądź doświadczają choroby nowotworowej. Oddano głos kobietom, które dzieliły się swoimi doświadczeniami na kanałach social media Avon. Marka stworzyła także łagodny balsam na skórę głowy, który powstał we współpracy z osobami doświadczającymi choroby.

600

Bayer zainicjował projekt **#ThankYouScience** jako formę wyrażenia wdzięczności nauce i naukowcom za ich wkład w poprawę jakości życia. Akcję zainicjowało ogłoszenie wyników nagród naukowych fundowanych przez Bayer: kardiologicznej i agrobiotechnologicznej, a ich laureaci stali się bohaterami kampanii #ThankYouScience. Z ich udziałem przygotowano posty ukazujące pracę badaczy i znaczenie nauki.

1400

Carrefour Polska w kampanii **Szkoła modna – różnorodna** promował szeroko rozumianą różnorodność, która wzbogaca dzieci, pozwalając im realizować ich marzenia i pasje, nawiązywać relacje i przyjaźnie oraz czuć się lepiej w społeczeństwie.

12000

Compensa w mediach społecznościowych przeprowadziła świąteczną kampanię **Bombkorozbrajacz**. W jej ramach

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

firma proponowała odbiorcom spoty wideo, „generator świątecznych życzeń" oraz konkursy. Słowem „bombka" zostały określone sytuacje, w których, zamiast świątecznego nastroju, odczuwa się stres i presję. Compensa przygotowała też poradnik świątecznego przetrwania podpowiadający, jak rozbroić „bombki".

1935

Dojrzałość jest piękna to hasło kampanii społecznej **DOZ** mającej na celu pokazanie piękna kobiet dojrzałych. W sesji zdjęciowej wzięło udział 12 seniorek-modelek w wieku od 65 do 80 lat. Zwieńczeniem sesji było wydanie kalendarza na 2022 r.

4500

DOZ Fundacja – działająca przy **DOZ** – w ramach akcji **Co czyta senior?** zachęcała seniorów do dzielenia się swoimi ulubionymi tytułami książkowymi. Fundacja nagrała filmy z udziałem seniorów, na którym zachęcali oni do czytania polecanych przez siebie pozycji. Dodatkowo DOZ Fundacja organizowała zbiórki książek dla seniorów, które przekazała do klub seniora, a także do Przystani Seniora

4500

Kampania **#jedenodemnie** realizowana przez **Europejski Fundusz Leasingowy** ma na celu mobilizację do przekazywania 1% podatku. Spora grupa Polaków wciąż nie wykorzystuje tego sposobu pomagania. Do akcji włączyła się Grupa Credit Agricole. Pracownicy Grupy EFL i Banku Credit Agricole zgłosili blisko 40 inicjatyw, na które można było przeznaczyć 1% podatku, rozliczając PIT za 2020 r.

409

Kampania **Woman Update** zorganizowana przez **Future Collars** miała na celu dodanie kobietom odwagi do zdobywania kompetencji cyfrowych i zachęcenie ich do kariery w IT. Praca w przyszłościowej branży ma szansę zapewnić im lepszą i stabilniejszą przyszłość zawodową. Celem kampanii było również promowanie idei lifelong learning, czyli nauki przez całe życie.

20

Kampania społeczna **Szanujmy się** zrealizowana przez **Gdańsk Transport Company** przypominała o zasadach bezpieczeństwa kierowców. Akcent położony został na osobistą motywację każdego z kierowców, którzy co dzień na drogach dokonują wyboru: postąpić dobrze czy źle. Firma realizowała również #zdobądźszacun! – program lojalnościowy polegający na zbieraniu punktów, tzw. #szacunów, i wymianie ich na nagrody. Nagradzane były wiedza i zachowanie.

8

Z okazji Dnia Kobiet zespół portalu Gazeta.pl z **GRUPY AGORA** przygotował publikację **„Historia bez Polki"**, która powstała w wyniku analizy podręczników do historii czterech wiodących wydawnictw. Z zebranych materiałów wyłonił się obraz Polek będących jedynie dodatkami do mężczyzn. Z niewielkimi wyjątkami podręczniki nie wyjaśniają przyczyny takiej sytuacji, brakuje w nich kontekstu i przedstawienia pozycji społecznej kobiet w przeszłości. Redakcja wskazała, że fakt pomijania Polek w historii nie oznacza, że powinny być pomijane i dzisiaj.

2586

10 lutego 2021 r. media **GRUPY AGORA**, wraz z większością przedstawicieli mediów w Polsce, wyłączyły się na 24 godziny. Była to bezprecedensowa akcja w branży medialnej i protest przeciwko planom nałożenia na media obciążenia finansowego zwanego „podatkiem od reklam". Akcji towarzyszył **list otwarty do władz Rzeczypospolitej Polskiej i liderów ugrupowań politycznych**.

2586

Kampania społeczna **Szanujemy, nie marnujemy!** zorganizowana przez **Grupę Eurocash** miała na celu wyposażenie przedsiębiorców w narzędzia edukacyjne wspierające zarządzanie sklepem tak, żeby jak najbardziej ograniczać marnowanie żywności. Przedsiębiorcy otrzymali specjalnie przygotowany dla nich e-book, dostęp do konferencji, możliwość uczestniczenia w eksperckich webinarach. Partnerem społecznym akcji był Caritas Polska, z którym firma współpracuje w zakresie przekazywania żywności.

22000

Grupa Kapitałowa LOTOS wspólnie z Krajowym Centrum Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego zrealizowała program **Mistrzowie w drodze**. Ambasadorem programu jest kierowca rajdowy, wicemistrz świata WRC2 Kajetan Kajetanowicz. Celem programu jest zaangażowanie młodych kierowców w działania na rzecz poprawy bezpieczeństwa na drogach. Jednym z filarów programu są praktyczne szkolenia z doskonalenia techniki jazdy. W 2021 r. zorganizowano sześć szkoleń w pięciu lokalizacjach na terenie Polski. W programie wzięło udział ok. 14 tys. uczestników.

5476

Kampania społeczna **#RazemdlaMedyków** zorganizowana przez **Grupę MTP** angażuje firmy społecznie odpowiedzialne i osoby prywatne, aby wspierać personel medyczny. W ramach kampanii fundowane są dwudaniowe, pełnowartościowe obiady, które trafiają do placówek szpitalnych i ratowniczych.

500

Grupa VELUX rozpoczęła kampanię społeczno-edukacyjną **Głowa do góry, zmień perspektywę**, której celem jest zachęcenie ludzi do życia blisko natury i korzystania z techno-

logii w rozsądny, zrównoważony sposób; do zdrowszego stylu życia, przebywania więcej na świeżym powietrzu, a także zaproszenia natury do domów. Na potrzeby kampanii przygotowano raport „Head Downers 2021" dotyczący stylu życia współczesnych Europejczyków.

4000

Grupa Żywiec przeznacza **10% budżetu mediowego marki Heineken na promocję odpowiedzialnej konsumpcji**. Zrealizowała kampanię marki HEINEKEN „Kiedy prowadzisz, nigdy nie pij", w której wystąpili najlepsi kierowcy F1. Z powodu pandemii Heineken promował odpowiedzialną pracę w domu z kampanią „Pracuj odpowiedzialnie z Heineken 0.0".

1800

Firma **Higma Service** w serwisie LinkedIn rozpoczęła kampanię **#aktywni**, której celem jest promowanie aktywności fizycznej jako działania wpływającego pozytywnie na zdrowie i samopoczucie, szczególnie w trakcie lockdownu i covidowej rzeczywistości.

53

Z okazji przypadającego 22 kwietnia Światowego Dnia Ziemi firmy i instytucje: **IKEA Retail**, UN Global Compact Network Poland, WWF Polska, Młodzieżowy Strajk Klimatyczny, Polski Klub Ekologiczny Okręg Mazowiecki oraz Onet.pl, wspólnie jako partnerzy, rozpoczęły kampanię społeczną **TAK! dla edukacji klimatycznej**. Na stronie Edukacjaklimatyczna.com pojawiła się petycja, dzięki której można było wyrazić poparcie dla inicjatywy. Kampania miała zachęcić jak najwięcej osób do wyrażania poparcia dla edukacji klimatycznej w szkołach, a partnerzy wspólnie apelowali do polskiego rządu o podjęcie działań w tym zakresie.

6000

Przedsiębiorstwo **KGHM Polska Miedź** realizowało kampanię **Mie(dź) Rodzinę**. Na początku kampanii zorganizowano konferencję, aby wspólnie z samorządami poznać dobre praktyki na pozyskanie „aniołów stróżów" dla potrzebujących dzieci. Dzięki współpracy z powiatowymi centrami pomocy rodzinie wyszkolono nowych kandydatów do pełnienia funkcji rodziców zastępczych, a kilkanaścioro dzieci znalazło nowy dom w rodzinnej pieczy zastępczej. Kampanię realizowano we współpracy ze Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce.

18500

Kompania Piwowarska wsparła kampanię pod hasłem **Nie wierz w bajki, bądź #FASOFF** zainicjowaną przez partnera, Fundację „Dom w Łodzi". Komunikacja utrzymana została w klimacie bajek. Niepokojące bajki z alkoholowym zespołem płodowym w tle nie mają dobrego zakończenia. Mają za to ważny morał: alkohol spożywany w czasie ciąży szkodzi dziecku i żadna wymówka tego nie zmieni. Spoty kampanii publikowane były m.in. w centrach medycznych, social media, TVP oraz w Polskim Radiu.

2716

Z okazji Światowego Dnia Menopauzy marka Vichy z **L'Oréal Polska**, powołała projekt **Menopauza. Zmiana na lepsze/ zmiany są piękne**. W ramach projektu wsparła kobiety w postrzeganiu menopauzy jako naturalnego etapu, który otwiera przed nimi nowe możliwości. Rada Ekspertów Neovadiol ds. menopauzy edukowała kobiety w kwestii dbania o siebie w okresie przed menopauzą i po niej.

1150

W przededniu świątecznego zaangażowania w pomoc potrzebującym, **Lubelski Węgiel Bogdanka** opublikował na swojej stronie film **„Mądre pomaganie"**, który zwrócił uwagę na istotę pomagania nie tylko przed świętami, ale przez cały rok.

4761

Many Mornings corocznie w Światowy Dzień Zespołu Downa (21 marca) angażuje się we wsparcie **społecznego włączenia osób z zespołem Downa**. Skarpetki nie do pary są globalnym symbolem niedopasowania społecznego i genotypowego osób z zespołem Downa. Firma współtworzyła kampanię społeczną „Nie do pary jest tu tylko chromosom", w ramach której powstał spot wideo z udziałem aktorów z trisomią 21. Działanie obejmowało także wsparcie finansowe, 21% wartości sprzedaży z weekendu 20–21 marca 2021 r. zostało przekazane na rzecz Stowarzyszenia Rodzin i Opiekunów Osób z Zespołem Downa „Bardziej Kochani" w Polsce oraz Deutsche Down-Syndrom InfoCenter w Niemczech.

35

„Każdy pies zasługuje na kochający dom" to hasło, która przyświeca kampanii **Pedigree „Dla dobra psów"** zorganizowanej przez firmę **Mars Polska**. Kampania zachęca do odpowiedzialnej adopcji i opieki nad czworonogiem. Pedigree nawiązało partnerstwo z Towarzystwem Opieki nad Zwierzętami w Polsce. W ramach całorocznej kampanii przeznaczono 1 mln zł na inicjatywy wspierające adopcje i służące dobru psów. Dodatkowo, nowi opiekunowie otrzymali w schroniskach TOZ pakiety „Nowy dom z Pedigree" zawierające produkty i materiały edukacyjne. Dzięki kampanii prawie 1850 psów znalazło nowy dom.

3000

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Ogólnopolska kampania edukacyjna **Żywienie medyczne – Twoje posiłki w walce z chorobą** zrealizowana została przez **Fundacja Nutricia**. Celem kampanii było budowanie świadomości na temat żywienia medycznego jako integralnego elementu opieki zdrowotnej oraz wsparcie pacjentów i ich opiekunów w procesie leczenia. Zrealizowany został spot z udziałem m.in. Macieja Stuhra, stworzono także Kartę Praw Opiekuna, dokument będący praktycznym narzędziem wspierającym opiekunów w ich codziennych obowiązkach. Wydano dwa poradniki dla opiekunów pacjentów onkologicznych i neurologicznych obejmujące praktyczne ćwiczenia i wywiady z opiekunami.

500

Pracownicy **PGE Polska Grupa Energetyczna** postanowili pomóc polskim przedsiębiorcom i polskiej gospodarce, promując i polecając sobie krajowe towary i usługi w ramach kampanii społecznej **Polskie – kupuję to!** Celem kampanii jest zachęcanie Polaków do kupowania rodzimych produktów i usług. Firma wspiera także rozwój aplikacji Pola. Patronat honorowy nad inicjatywą objęło Ministerstwo Aktywów Państwowych.

42000

#DobryKierowca to kampania społeczna **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** promująca bezpieczną jazdę. Zasady promowali sportowcy ORLEN Team w towarzystwie dzieci, które w spotach reklamowych odegrały role odpowiedzialnych kierowców. W 2021 r. odbył się także piknik rodzinny w Modlinie i cykl szkoleń „Akademia Bezpiecznej Jazdy" dla mieszkańców Płocka.

5878

Zespoły Consumer Healthcare z **Sanofi** wdrożyły globalną inicjatywę **Purpose Day**, zachęcając pracowników do zaangażowania się w działania na rzecz społeczności lokalnej. W 2021 r. firma skoncentrowała działania wokół mental wellbeingu, dbania o dobrostan psychiczny, edukowania i przełamywania tabu na ten temat. Jedną z podjętych aktywności było „Every step makes a difference", w ramach której sfinansowane zostały webinary z ekspertami dotyczące zachowania komfortu psychicznego w czasie pandemii.

900

Wątroba się sprawdza jest kampanią edukacyjną **Sanofi**, zainicjowaną przez Essentiale Forte. Impulsem do rozpoczęcia inicjatywy były wyniki zrealizowanego w 2019 r. pierwszego badania „Polacy a niealkoholowe stłuszczenie wątroby", którego druga edycja odbyła się w 2021 r. Badanie wykazało, że w społeczeństwie polskim poziom wiedzy na temat wątroby jest bardzo niski. W ramach kampanii powstała platforma edukacyjna Watrobasiesprawdza.pl, stanowiąca bazę wiedzy na temat chorób wątroby. Aby przyspieszyć diagnostykę i wczesną interwencję, w 2020 r. firma Sanofi zainicjowała ogólnopolską akcję badań profilaktycznych „Zbadaj wątrobę". W 15 największych miastach Polski w specjalnie przygotowanym busie mieszkańcy bezpłatnie mogli wykonać profilaktycznie nieinwazyjne badanie.

900

Rak UV to ogólnopolska kampania edukacyjna poświęcona niebarwnikowemu nowotworowi złośliwemu skóry, rakowi kolczystokomórkowemu skóry (cSCC). Partnerem inicjatywy została firma **Sanofi**. Celem kampanii jest edukacja i budowa świadomości społecznej na temat raka, czynników ryzyka i możliwych form profilaktyki. Została stworzona internetowa platforma edukacyjna www.rakuv.pl, gdzie można zapoznać się z materiałami edukacyjnymi, raportem „Rak kolczystokomórkowy w Polsce", wykonać test ryzyka online, znaleźć mapę poradni dermatologicznych oraz poznać możliwości diagnostyki i leczenia.

900

Zrozumieć AZS to ogólnopolska kampania społeczna Fundacji Edukacji Społecznej poświęcona atopowemu zapaleniu skóry, realizowana w partnerstwie z **Sanofi**. Jej celem jest zmiana percepcji społecznej dotyczącej AZS. Została stworzona internetowa platforma edukacyjna stanowiąca bazę wiedzy na temat AZS www.zrozumiecazs.pl, na której można znaleźć najważniejsze informacje na temat AZS, teksty eksperckie, wyszukiwarkę placówek dermatologicznych, alergologicznych i psychologicznych oraz historie pacjentów.

900

W Black Friday 2021 odbyła się druga edycja kampanii społecznej **#juzwszystkomam** zorganizowanej przez **Szeptszum**. Jest ona apelem o zwrócenie uwagi na nadmierny konsumpcjonizm. Kolektyw Szeptszum pokazuje, że warto świadomie podejmować decyzje zakupowe, tak aby rzeczy, które nabywamy, mogły z nami pozostać na dłużej.

3

Na przełomie maja i czerwca firma **VanityStyle** przeprowadziła kampanię edukacyjną **Koniec Marazmu**. Jej celem było uświadomienie Polakom wartości sportu dla ich jakości życia oraz zachęcenie do aktywności fizycznej po zniesieniu lockdownu. Wszystkie działania komunikacyjne w ramach kampanii były połączone wspólnym hasłem przewodnim: koniec marazmu. Wyjdź z domu!

85

KULTURA I SZTUKA

Konkurs **Ambasador Polski Wschodniej (Ambasador Wschodu)** to projekt firmy **5 Strona**. Powstał on z inicjatywy wydawcy kwartalnika „Kraina Bugu" po to, aby uhonorować osoby, podmioty i instytucje działające na terenie wschodniej Polski oraz na jej pograniczu. Początki nagrody sięgają 2013 r., kiedy odbyła się pierwsza edycja z Galą

Ambasadorów Wschodu. Na przestrzeni lat konkurs rozszerzył zasięg na cały obszar Polski wschodniej, od Suwałk po Sanok. Nagrody dotyczą dziedzin, takich jak: działalność kulturalno-społeczna, samorząd, biznes, turystyka, kultura i sztuka oraz odpowiedzialność społeczna.

4

Agencja Reklamowa ArtGroup od lat jest partnerem **Rybnickiego Festiwalu Fotografii**. Osią przedsięwzięcia 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, reklamę. Każda edycja Rybnickiego Festiwalu obejmuje kilkanaście wystaw – indywidualnych i zbiorowych – a więc w sumie kilkaset zdjęć. Wystawy zbiorowe przygotowywane są przez kluby i stowarzyszenia fotograficzne z całej Polski, a także z Czech.

40

W listopadzie 2021 r. **Bank Pekao** udostępnił szerokiej publiczności swoją kolekcję sztuki i otworzył **wirtualną Galerię Sztuki Banku Pekao** liczącą prawie 1200 eksponatów. Symbolicznemu otwarciu wirtualnej galerii towarzyszyło przekazanie dwóch eksponatów z kolekcji Banku o wartości szacunkowej ok. 400 tys. zł Muzeum na Zamku Królewskim (tapiseria z XVI w. autorstwa Cornelisa de Ronde pt. „Porwanie Heleny przez Parysa") oraz Muzeum Narodowemu w Warszawie (srebrna szkatuła na biżuterię z początku XVIII w. wykonana przez Daniela Friedricha von Myliusa).

12483

W ramach projektu **Poczuj Magię Świąt** **Grupa TAURON** wraz z podopiecznymi Domu Aniołów Stróżów nagrała najpiękniejsze polskie kolędy w wyjątkowych aranżacjach. Dzięki akcji TAURONA każdy z łatwością może pomóc podopiecznym Domu Aniołów Stróżów. Melodie, które przywodzą na myśl święta Bożego Narodzenia, budzą chęć niesienia pomocy potrzebującym dzieciom i ich rodzinom.

26000

W 2021 r. firma **Hochland** Polska została partnerem wydania „Poradnika młodych ratowników Ziemi" PWN autorstwa Tomasza Samojlika w ramach inicjatywy kulturalnej **Ekocoolturalni**. Na bazie rysunków, schematów, komiksów poradnik objaśnia zagadnienia i podpowiada, jak we własnym zakresie można pozytywnie wpływać na otoczenie. W roku 2021 przedstawiciele władz lokalnych wraz z firmą Hochland Polska otwarli z kolei czytelnię Biblioteki Publicznej w Kaźmierzu oraz zaangażowali się w organizację Święta Chleba i Sera w Kaźmierzu i w Węgrowie. Ponadto w 2021 r. firma ufundowała skwer zieleni przy Szkole Podstawowej w Kaźmierzu.

800

We wrześniu 2021 r. Muzeum Narodowe wspólnie z **Huawei Polska** ogłosiło kolejny wspólny projekt w ramach **partnerstwa Huawei z Muzeum Narodowym w Warszawie** obejmujący gruntowną modernizację systemu teleinformatycznego. Dzięki wprowadzonym rozwiązaniom publiczność muzeum będzie mogła w pełni korzystać z cyfrowych zasobów MNW poprzez superszybki i darmowy internet. Zakończenie instalacji na terenie Muzeum Narodowego w Warszawie planowane jest na wiosnę 2022 r. To kolejne działanie Huawei Polska w ramach partnerstwa. W 2020 r. firma przygotowała wirtualny spacer po wystawie „Polska. Siła Obrazu".

800

Z okazji Światowego Dnia Osób z Zespołem Downa firma **KABAK** nawiązała **współpracę z Teatrem 21**, społeczną instytucją kultury zrzeszającą artystów z niepełnosprawnościami, której głównym celem jest poszerzanie pola sztuki, kultury i nauki o obecność artystów z niepełnosprawnościami. W ramach współpracy firma wdrożyła wyjątkową kolekcję skarpetek KABAK x Teatr 21, która w całości została zaprojektowana przez podopiecznych Teatru 21. Autorzy projektów byli także bohaterami kampanii promującej kolekcję; 20% z każdej sprzedanej pary trafia do Teatru, wspierając działania m.in. Centrum Sztuki Włączającej.

11

Kopalnia Soli „Wieliczka" wspólnie z Wojewodą Małopolskim organizuje konkurs i koncert patriotyczny dla małopolskiej młodzieży **zaŚPIEWAJ I TY NIEPODLEGŁEJ!**. Szósta edycja konkursu odbyła się pod hasłem „Śpiewamy Bohaterom. Od Marszałka Józefa Piłsudskiego do Ojca Świętego Jana Pawła II". Uczniowie startowali w dwóch kategoriach wiekowych:klasy 1–3 oraz 5–8. Rywalizowali soliści i zespoły. Zadanie polegało na przygotowaniu własnej interpretacji wybranego utworu patriotycznego oraz nagraniu teledysku (za najlepszy przyznano osobne wyróżnienie).

807

W 2021 r. **mBank** zorganizował w Państwowej Galerii Sztuki w Sopocie wystawę kolekcji dzieł sztuki zakupionych przez Bank w latach 2020–2021 zatytułowaną **„m jak malarstwo"**. To jedyna tego typu kolekcja korporacyjna w Polsce, która składa się z ponad 50 dzieł sztuki autorstwa 34 twórców. Inicjatywa mBanku, dzięki regularnym zakupom, wspiera najbardziej utalentowanych, młodych polskich twórców. Aktywizuje ona polski rynek sztuki, dzięki czemu staje się on bardziej otwarty dla wschodzących, polskich twórców. Z dru-

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

giej strony projekt „m jak malarstwo" ułatwia społeczeństwu dostęp do sztuki

7000

W ramach filozofii zero waste oraz praktyki **odpowiedzialne prezenty #ZeroWaste** firma **MindBlowing** zrezygnowała z wysyłania podarunków. W zamian z okazji świąt przygotowuje zaangażowane prezenty w stylu zero waste (Wielkanoc – plakaty namalowane przez młodych artystów w wirtualnej formie do samodzielnego wydruku; Boże Narodzenie – e-book edukacyjny z wywiadami z pięcioma osobami zaangażowanymi społecznie i środowiskowo, album ze zdjęciami młodego fotografa – artysty i kolaże młodej artystki). W ramach praktyki firma wspiera młodych artystów.

3

Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** **wspiera lokalne organizacje i stowarzyszenia**: Międzyszkolny Klub Sportowy Sokoły w Toruniu, zajmujący się m.in. szkoleniem młodzieży w hokeju na lodzie, oraz Fundację Heartland, która powstała z myślą o pomaganiu zwierzętom. Kancelaria wspomaga organizacje m.in. w bieżącej obsłudze prawnej. W 2021 r. wspierała również Fundację Działań Twórczych „Pola Inspiracji".

8

Grupa **PKP CARGO** jest **mecenasem zabytków techniki kolejowej**. Od 17 lat utrzymuje zabytkowy tabor kolejowy w skansenie w małopolskiej Chabówce. Wspólnie z wielkopolskimi jednostkami samorządu terytorialnego współfinansuje działalność 114-letniej Parowozowni w Wolsztynie (status Instytucji Kultury). Wspólnie z organizacjami non profit działającymi na rzecz ochrony zabytków kolejnictwa działa również dla rozwoju kolejowego ruchu turystycznego w ramach m.in. programu edukacyjnego „Lato z Parowozami". Od 2005 r. PKP CARGO organizuje „Parowozjadę" – jedno z największych wydarzeń plenerowych popularyzujących historię kolei.

14800

Provident Polska wspólnie z Fundacją Zaczytani.org prowadzi akcję **Zaczytany biznes**. Wspólne działania obejmują promocję czytelnictwa poprzez m.in. zbiórkę książek na rzecz Fundacji, które następnie są przekazywane do szpitali, świetlic środowiskowych, domów dziecka i przedszkoli. W ramach praktyki zebrano ponad 28 tys. książek. Od 2017 r. z działań na rzecz edukacji czytelnictwa skorzystało ponad 500 tys. dzieci i dorosłych.

1800

Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia od lat jest **mecenasem kultury**. W ramach wsparcia kultury w 2021 r. odbyła się pierwsza edycja konkursu Literacka Podróż Hestii, którego celem jest promowanie klasycznych form w literaturze dla dzieci. Konkurs organizowany jest przez Fundację Artystyczna Podróż Hestii, a jego partnerem jest Fundacja Wisławy Szymborskiej. W 2021 r. ERGO Hestia zorganizowała w Muzeum Sztuki Narodowej w Warszawie unikatową wystawę dzieł dawnych mistrzów holenderskich i flamandzkich z własnej kolekcji – „Różne Spojrzenia".

2800

#WielkieChwile: Muzeum Mobilne Jubileuszu 65-lecia Totalizatora Sportowego to najnowsza inicjatywa **Totalizatora Sportowego**. Dzięki prezentacjom multimedialnym oraz eksponatom, które zostały zgromadzone w przestrzeni Mobilnego Muzeum, odwiedzający mogą lepiej poznać historię spółki, jej historyczne plakaty, kupony, archiwalne zdjęcia z kolektur oraz historyczne oraz obecne produkty Totalizatora Sportowego.

3925

MARKETING ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

Od trzech lat **Egis Polska** bierze udział w akcji charytatywnej organizowanej przez Fundację TVN **„Podaruj misia"**. W grudniu pracownicy otrzymują misie, a całkowity dochód z akcji jest przekazywany na budowę kliniki psychiatrii dla dzieci i młodzieży przy Centrum Zdrowia Dziecka w Warszawie.

250

W sierpniu 2021 r. „Gazeta Wyborcza" z **GRUPY AGORA** uruchomiła specjalną ofertę **prenumeraty cyfrowej „Na ratunek uchodźcom"**, z której cały przychód został przekazany fundacjom zaangażowanym w pomoc uchodźcom przebywającym w Usnarzu Górnym, w tym Amnesty International Polska i Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka. Środki przeznaczone zostały m.in. na zapewnienie pomocy medycznej i sanitarnej migrantom, którzy koczowali na granicy polsko-białoruskiej. W niespełna dwa tygodnie, kupując prenumeratę Wyborcza.pl w ofercie specjalnej, akcję wsparło 927 osób, a uzbierana kwota przekroczyła 100 tys. zł.

2586

Grupa OLX promuje wykorzystanie aplikacji OLX i strony internetowej www.olx.pl do wsparcia zwierząt z wybranych przez użytkowników OLX schronisk w ramach inicjatywy **Nakarm Psa z OLX**. W 2021 r. spośród komentarzy wybrano Przytulisko w Głownie oraz Ciapkowo w Gdyni. Akcja jest darmowa i dostępna dla każdego posiadacza konta OLX. Wystarczy wejść w aplikację lub na stronę internetową i znaleźć baner akcji. Następnie wybrać ogłoszenie ze zwierzakiem i kliknąć przycisk „Nakarm". Z każdym kliknięciem napełnia się ikona kości. Jedna wypełniona kostka to w rzeczywistości 20 kg karmy dla zwierzęcia.

500

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel) i Biuro Reklamy Polsat Media od 18 lat organizują **Mikołajkowy Blok Reklamowy**. Co roku w mikołajki, 6 grudnia, o 18.45 przed telewizorami zasiadają miliony Polaków pragnących pomóc chorym dzieciom. Wpływy z Mikołajkowego Bloku Reklamowego – obliczone na podstawie wyników oglądalności – przekazywane są na leczenie i rehabilitację podopiecznych Fundacji Polsat. W 2021 r. Mikołajkowy Blok Reklamowy obejrzało 5,5 mln widzów. Na konto Fundacji wpłynęło dzięki temu prawie 1,6 mln zł.

7000

Celem **konkursu grantowego „Zabawa to poważna sprawa"**, programu firmy **IKEA Retail**, będącego częścią globalnej inicjatywy IKEA „Play Coalition" jest budowanie świadomości, że każde dziecko ma prawo do zabawy, oraz podkreślenie jej wpływu na prawidłowy rozwój najmłodszych. W Polsce środki uzyskane ze sprzedaży zabawek SAGOSKATT (zaprojektowanych przez dzieci) przeznaczane są na granty społeczne dla organizacji zajmujących się edukacją klimatyczną dzieci i młodzieży poprzez zabawę. W tym roku nagrodzono projekty w zakresie zmian klimatu adresowane do dzieci i młodzieży zagrożonych wykluczeniem.

6000

Szlachetna Paczka i **Jeronimo Martins Polska** po raz trzeci połączyły siły w ramach akcji **Biedronka wspiera „Szlachetną Paczkę"**. Od 12 listopada do 24 grudnia w sklepach Biedronka w całej Polsce można było kupić aż 25 rodzajów słodyczy ze świątecznej linii Magnetic ze znakiem Szlachetna Paczka i hasłem „KUPUJĄC WSPIERASZ". Część przychodów ze sprzedaży „podwójnie dobrych prezentów" Biedronka przekazuje Szlachetnej Paczce, która co roku trafia z pomocą do tysięcy potrzebujących rodzin z całego kraju.

75000

Many Mornings przez cały weekend 11–12 grudnia 2021 r. w ramach akcji **Dobre uczynki kolorowych skarpetek** przekazywało 10% przychodu na cele społeczne. Każdy użytkownik podczas zakupów decydował, którą organizację wspiera. Firma współpracowała z: Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę, Fundacją Ocalenie, Stowarzyszeniem Miłość Nie Wyklucza, Stowarzyszeniem mali bracia Ubogich i Ośrodkiem Rehabilitacji Zwierząt Chronionych. W ramach akcji łącznie przekazano darowizny w wysokości 28 178 zł, z czego 16 180 zł dla wymienionych polskich organizacji.

35

W sklepach **Pepco** można kupić pluszowe misie, z których zysk firma przeznacza dla Towarzystwa Przyjaciół Dzieci. Pozyskane środki z akcji **Misie z Pepco dzielą się dobrem** pozwalają na finansowanie placówek Towarzystwa. Dzieci mają opiekę i zorganizowany czas na warsztatach i zabawach. Do projektowania ubranek dla misiów zapraszane są różne grupy. Jedną z par misiów projektowali podopieczni Towarzystwa, a w tym roku nowe ubranka projektowali pracownicy Pepco i ich rodziny. Oprócz Polski, misie dostępne są w Rumunii, na Węgrzech, w Czechach, na Słowacji i w Bułgarii. W 2021 r. dołączyły także Serbia i Włochy.

23262

W Polsce rodzi się rocznie ok. 23 tys. wcześniaków potrzebujących opieki od dnia narodzin. Wcześniaki mogą mieć problemy m.in. z oddychaniem i prawidłową pracą serca. W 2017 r. firma **Procter & Gamble Polska** zainicjowała **kampanię Pampers Preemie** wspierającą wcześniaki. Działano dwuetapowo: edukacją na temat potrzeb wcześniaków, a także donacją pieluszek Pampers Preemie na oddziały intensywnej terapii noworodka. Pieluszki Pampers Preemie powstały we współpracy z pielęgniarkami z oddziałów. Wyróżnia je m.in. miękkość, elastyczne i ciche zapięcie oraz wyprofilowany wkład. Najmniejsze pieluszki Pampers Preemie są dla wcześniaków o masie ciała poniżej 500 gramów.

4000

Zrealizowana przez **Speedmail** inicjatywa polegała na **wsparciu kampanii 1% prowadzonej przez Fundację Dr Clown**. Wykorzystano system pocztowy do wygenerowania na mapach wybranych miast Polski logo Fundacji oraz znaku 1%. Twarz klauna została utworzona poprzez kompilację kilku tysięcy punktów adresowych oraz oznaczeń ich statusu określonym kolorem. Prowadzone działania PR miały na celu zachęcić do przekazywania 1% podatku i wesprzeć Fundację w kontynuowaniu misji, którą jest terapia śmiechem prowadzona w oddziałach dziecięcych szpitali oraz ośrodkach opiekuńczych dla dzieci.

800

Z okazji Dnia Dziecka firma **TIM** wsparła domy dziecka z całej Polski, organizując akcję charytatywną **#DreamTIM dla Dzieciaków**. Inicjatywa składała się z dwóch etapów. Pierwszym była charytatywna sprzedaż koszulek z logiem akcji wyprodukowanych i sprzedawanych na platformie TIM.pl. Przychód ze sprzedaży, o łącznej wartości ok. 40 tys. zł przekazano 17 placówkom opiekuńczo-wychowawczym – tylu, w ilu regionach firma prowadzi biura handlowe. Drugą częścią akcji był konkurs artystyczny dla podopiecznych placówek, podzielony na trzy kategorie, a wzięło w nim udział około 100 młodych artystów.

286

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Firma **Wawel**, Fundacja **„Wawel z Rodziną"** i **sklep frisco.pl** w 2021 r. przeprowadziły trzecią edycję akcji „Zostań Pomocnikiem św. Mikołaja", która miała angażować konsumentów do czynienia dobra. W ramach współpracy ze sklepem Frisco.pl klienci w trakcie akcji, kupując minimum dwa słodycze Wawel, sprawiali, że trzeci produkt trafiał do placówek opiekuńczo-wychowawczych z Warszawy, Krakowa, Wrocławia lub Poznania. Firma Wawel i Fundacja „Wawel z Rodziną" od kilkunastu lat wspierają te instytucje. Do tej pory aż 132 tony słodyczy trafiły do ponad 440 placówek w całej Polsce.

1097

PROFILAKTYKA ZDROWOTNA

W ramach programu **Zdrowie na 5!** firma **Adamed Pharma** uruchomiła kafeterię badań profilaktycznych – ponad 600 paneli diagnostycznych dla współpracowników. Udostępniła także panel edukacyjny dotyczący zdrowego odżywiania, zawierający plany diet i wskazówki przygotowane przez certyfikowanego dietetyka.

2200

Adamed Pharma w Wietnamie został **partnerem programu Prewencji i Kontroli Chorób Niezakaźnych (NCD) „Dla zdrowia Wietnamczyków"**. Projekt obejmował m.in. poprawę zdolności systemu opieki zdrowotnej poprzez szkolenia w zakresie nadzoru, profilaktyki, wczesnego wykrywania i leczenia NCD, a także podnoszenie świadomości społecznej na temat chorób niezakaźnych poprzez działania informacyjne i edukacyjne, programy oceny ryzyka oraz wczesne wykrywanie i doradztwo w zakresie zmiany stylu życia.

2200

Dzięki akcji **Miasteczko zdrowia** zorganizowanej przez **ANWIL** i Fundację Anwil mieszkańcy Włocławka i okolic mogli skorzystać z bezpłatnych porad lekarskich i badań profilaktycznych. Kardiolodzy, okuliści, pulmonolodzy i dietetycy udzielili setki porad, wykonano także ponad 2 tys. badań. Do dyspozycji odwiedzających były mobilne punkty badań (osteobus, słuchobus i mammobus) oraz krwiodawstwa. Zorganizowano także strefę sportową, bezpieczeństwa i wellbeingową.

1300

Zachęcanie Polek do regularnych badań USG to cel kampanii **Dzień na U**, zorganizowanej przez **AVON COSMETICS POLSKA** i Fundację Rak'n'Roll Wygraj Życie. Tym razem do akcji włączyła się także Syrenka Warszawska, która na jeden dzień zniknęła z Bulwarów Wiślanych. Efektywność kampanii mierzono liczbą publikacji w mediach, także społecznościowych, oraz zaangażowaniem odbiorców.

600

Dzięki programowi **Gabinety z Różową Wstążką** 5 tys. osób przebadało się w kierunku profilaktyki raka piersi. Z badań USG oraz cytologii mogą skorzystać także osoby zatrudnione w **AVON COSMETICS POLSKA**.

600

DIAGNOSTYKA organizuje **sezonowe kampanie edukacyjno-profilaktyczne**, w ramach których pacjenci są na bieżąco informowani nie tylko o zagadnieniach medycznych, ale również o możliwościach skorzystania z badań profilaktycznych w najbardziej korzystnych wariantach.

7000

DIAGNOSTYKA wzięła udział w **Narodowym Programie Szczepień oraz Programie Profilaktyka 40 Plus**. Wykonała ponad 60 tys. szczepień i ponad 2 mln badań.

7000

Dostarczenie merytorycznej wiedzy na temat metod zapobiegania ciąży oraz tego, co realnie dała kobietom i światu antykoncepcja (od równouprawnienia do możliwość decydowania o pojawieniu się dziecka w ich życiu), było celem **Miesiąca Antykoncepcji**. Informacja o zorganizowanej przez **Dimedic Limited** akcji dotarła według szacunków do ok. 4 mln osób. We współpracy z Grupą Ponton przygotowano także e-booka pobranego ok. 500 razy.

40

13 tys. dawek w punkcie szczepień w Łodzi, 3 tys. dawek wyjazdowo, ok. 1 tys. szczepień dzieci i cztery webinary z immunologiem to efekty **prowadzenia punktu szczepień i edukacji** w zakresie szczepień przeciw COVID-19 – przedsięwzięcia realizowanego przez **Dimedic Limited**.

40

W ramach **rozwijania bazy wiedzy o zdrowiu i edukacji zdrowotnej** **Dimedic Limited** przygotował 150 nowych treści i zaktualizowało 120 dotychczas opublikowanych. Wszystkie z nich skonsultowano z lekarzem.

40

Dimedic Limited **wsparł inicjatywę „Dotykam = wygrywam"** skupioną na budowaniu świadomości profilaktyki raka piersi i samobadania. Przeprowadził akcję edukacyjną skierowaną do społeczności przychodni. Lekarze przychodni wypowiadali się także w mediach.

40

Włączając się w akcję **Movember Polska**, przychodnie **Dimedic Limited** przeprowadziły akcję edukacyjną

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

skierowaną do pacjentów w obszarze profilaktyki męskich nowotworów. Działania były realizowane również w mediach społecznościowych, tak aby zachęcić do profilaktyki męskiego zdrowia jak największą liczbę osób.

40

Zafundowanie 20 skrzyneczek z artykułami higienicznymi to efekt współpracy firmy **Dimedic Limited** z inicjatywą Akcja Menstruacja. Punkty ze skrzyneczkami zlokalizowano głównie w szkołach i miejscach, w których pojawiają się osoby dotknięte ubóstwem menstruacyjnym.

40

Odpowiedź EPP na pandemię COVID-19 obejmowała m.in. promocję szczepień przeciw COVID-19 – uruchomienie punktów szczepień w 11 centrach, przekazanie nieodpłatnie 160 nośników reklamowych; wdrożenie wysokiego rygoru sanitarnego; przypominanie o zasadach bezpiecznych zakupów; positki dla służb medycznych w liczbie 1 tys. w grudniu 2021 r. (Kraków, Kielce, Zamość).

220

Farm Frites Poland sfinansowała profilaktyczne **badania USG dla dzieci** w wieku 9 miesięcy – 6 lat, realizowane w specjalistycznym ambulansie. W 2021 r. przebadano 119 dzieci. Celem programu badań USG jest wcześniejsze wykrywanie zmian nowotworowych. Ponadto w trakcie badań stwierdzanych jest szereg innych nieprawidłowości, mniej lub bardziej poważnych, które obserwuje się nawet u ok. 30% badanych.

224

Zdrowie pod kontrolą w centrum handlowym **FORUM GDAŃSK** to akcja, w ramach której dzięki współpracy z gdańskim oddziałem Międzynarodowego Stowarzyszenia Studentów Medycyny IFMSA-Poland dostępne są bezpłatne badania i porady medyczne dla wszystkich grup wiekowych. Akcja obejmuje m.in. profilaktykę nowotworową, pierwszą pomoc przedmedyczną, edukację w zakresie szczepień oraz naukę samobadania piersi i jąder.

10

Ty też jesteś poszukiwana! – to hasło siódmej edycji kampanii „Diagnostyka jajnika" organizowanej przez stowarzyszenie Kwiat Kobiecości i wspieranej przez **Grupę Amica**. Kampania skierowana była do kobiet, które badania u ginekologa wykonywały ostatnio ponad dwa lata temu.

3100

Grupa Enea pod hasłem **Enea dla kobiet** uruchomiła program wsparcia kobiet, które ze względów ekonomicznych, zdrowotnych oraz psychologicznych ucierpiały wskutek pandemii koronawirusa. Projekt objął m.in. miesięczne bezpłatne konsultacje z psychologiem oraz koncert ze zbiórką poświęconą kobietom i podcast z udziałem Kasi Stankiewicz. Ponadto w Enei Elektrowni Połaniec zorganizowano spotkanie dla kobiet o tym, jak zadbać o swoje zdrowie, urodę i bezpieczeństwo. Udostępniono im również cytomammobus. Prowadzono także rejestrację i wstępną kwalifikację badania profilaktyczne nowotworów głowy, szyi i płuc.

17480

Kampania **Muszkieterowie dla Polek** jest skierowana do kobiet w przedziale wiekowym od 50 do 69 lat, które znajdują się w grupie największego ryzyka zachorowania na nowotwory piersi. **Grupa Muszkieterów** zapewniła możliwość skorzystania z bezpłatnych badań mammograficznych.

13000

Współpraca Huawei Polska z Fundacją Twarze w depresji w ramach programu bezpłatnej zdalnej pomocy psychologicznej i psychiatrycznej dla dzieci i młodzieży oraz młodych dorosłych do 24 r.ż. zagrożonych depresją objęła m.in. zorganizowanie 188 bezpłatnych sesji terapeutycznych online ze specjalistami. Technologia dostarczona przez **Huawei Polska** umożliwiła także włączenie społeczne grup dyskryminowanych i wykluczonych.

800

Należąca do **Jastrzębskiej Spółki Węglowej** spółka JSW Szkolenie i Górnictwo zorganizowała **wirtualne szkolenie dla mieszkańców** dotyczące pomocy przedmedycznej dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Wzięło w nim udział ok. 500 osób.

30686

Bezpłatne badania mammograficzne w ramach Programu Profilaktyki Raka Piersi dla 70 tys. kobiet zorganizowała sieć **Kaufland Polska Markety** wraz z partnerami – firmami LUX MED i Geneva Trust. Mammobusy zaparkowały na parkingach sklepów Kaufland ponad 1 tys. razy.

14000

KGHM Polska Miedź we współpracy z lokalnymi NGO wspiera działania na rzecz zdrowia psychicznego mieszkańców Zagłębia Miedziowego poprzez roczny **program przeciwdziałania depresji, promocji i profilaktyki zdrowia psychicz-**

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

nego. Dzięki zrealizowanym formom wsparcia skorzystało z niego ok. 25 tys. osób.

18500

Ochrona zdrowia w czasie pandemii COVID-19 była celem działań realizowanych przez **Kopalnię Soli „Wieliczka”**. Obejmowała m.in. szczegółową politykę bezpieczeństwa aktualizowaną w rytmie zmieniającej się sytuacji epidemicznej, środki ochrony osobistej, ochronę etatów, pracę zdalną, edukację. Firma uruchomiła dwa punkty szczepień. W swoim uzdrowisku osiągnęła sukcesu w tworzeniu metody rehabilitacji pacjentów po infekcji koronawirusem. Współorganizowała też konferencję poświęconą wieloaspektowości pomocy dla osób po COVID-19.

807

Październik 2021 r. jako Miesiąc Świadomości Raka Piersi stał się pretekstem do promocji dbania o zdrowie wszystkich kobiet, w tym: użytkowniczek, klientek, partnerek biznesowych i pracownic **Many Mornings**. W ramach akcji **Żyj pełną piersią!** firma sfinansowała 80 voucherów na bezpłatne badania USG piersi. Postanowiła także wypowiedzieć się za pomocą jednego z produktów – wzoru skarpetek o nazwie Simply The Breast.

35

Od 2017 r. **Mars Polska** wspólnie z Fundacją Dr Clown prowadzą ogólnopolski program zajęć **dogoterapii** połączonej z terapią śmiechem w szpitalach i ośrodkach terapeutycznych dla dzieci. W 2021 r. mimo utrudnień pandemicznych kontynuowano działania i odbyło się 75 spotkań dogoterapeutycznych, w których udział wzięło łącznie 775 dzieci. Działania rozszerzono o dogoterapię dla seniorów przebywających w domach pomocy społecznej. Nawiązano współpracę z 14 ośrodkami.

3000

W 2021 r. odbyła się ósma edycja ogólnopolskiego programu edukacyjnego **Dziel się Uśmiechem** realizowana przez **Mars Polska** i Polski Czerwony Krzyż. We współpracy z ekspertami Polskiego Towarzystwa Stomatologicznego oraz Polskiego Towarzystwa Stomatologii Dziecięcej przygotowano materiały dydaktyczne (książeczki oraz scenariusze) i przeprowadzono cykl lekcji, także w formule online, dla 100 tys. uczniów. Firma co roku przekazuje na realizację programu 1% ze sprzedaży bezcukrowych gum we wrześniu i październiku.

3000

Celem **współpracy z Fundacją „Twarze depresji”** podjętej przez **Nationale-Nederlanden** było zapewnienie wsparcia i dostępu do odpowiedniego specjalisty osobom w trudnej sytuacji. Uruchomiono pierwszy w Polsce program bezpłatnej, zdalnej pomocy psychologicznej dla chorych na raka, ich rodzin, a także dla osób, które z powodów profilaktycznych powinny udać się do onkologa.

839

Firma **Nationale-Nederlanden** po raz kolejny zaangażowała się w **kampanię Movember Polska**. Od października do listopada organizatorzy akcji – Fundacja Kapitan Światełko – dzięki wsparciu firmy zorganizowali w galeriach handlowych bezpłatne badania dla mężczyzn w ośmiu miastach w Polsce. Każdy chętny mógł skorzystać z badań przesiewowych pod kątem nowotworów jąder i prostaty.

839

Zorganizowanie **punktów szczepień przeciw COVID-19 w obiektach zarządzanych** przez **Nhood Polska** miało ułatwić klientom dostęp do wybranych świadczeń medycznych. Punkty były prowadzone przez wykwalifikowany personel medyczny, a ze szczepienia mogła skorzystać każda uprawniona do tego osoba. Od lipca 2021 roku w punkach mieszczących się w obiektach zarządzanych przez Nhood Polska oraz w trakcie działalności mobilnych punktów szczepień przez centrami handlowymi zaszczepiono ponad 37 300 osób.

80

Dowozimy zdrowie to hasło akcji spółki **Pharmalink**. Inicjatywa polega na bezpłatnym dostarczaniu soków dzieciom zmagającym się z chorobą nowotworową. Do oddziałów onkologicznych i hematologicznych Szpitala Klinicznego nr 4 im. Marii Konopnickiej w Łodzi dowożonych jest 312 soków tygodniowo. Firma planuje rozszerzenie akcji o kolejne oddziały onkologii i hematologii.

180

Polski Koncern Naftowy ORLEN kontynuował **Program kompleksowej profilaktyki, diagnostyki i leczenie nowotworów oraz chorób układu oddechowego mieszkańców Płocka i powiatu płockiego** realizowany przez Narodowy Instytut Onkologii oraz Instytut Gruźlicy i Chorób Płuc. Program obejmował działanie infolinii pulmonologicznej i onkologicznej dla mieszkańców i kadry medycznej, konsultacje w punkcie pomocy palącym, szkolenia dla kadry medycznej, a także spotkania z kołami gospodyń wiejskich. W 2021 r. umożliwiono prowadzenie porad z zakresu fizjoterapii oddechowej. Zorganizowano także drugą edycję programu grantowego „Zdrowie dla Płocka” Fundacji ORLEN. Granty o wartości 300 tys. zł w ramach programu trafiły do 23 organizacji prozdrowotnych działających w regionie płockim.

5878

PZU przeprowadziło akcję profilaktyki zdrowotnej **Droga do Zdrowia z PZU**. Specjalnie zaaranżowane naczepy typu truck odwiedziły 14 miast w Polsce, gdzie w mobilnych gabinetach

lekarskich przeprowadzono 6 tys. badań i konsultacji medycznych (m.in. spirometria, badanie EKG, USG płuc, pomiar poziomu glukozy, cholesterolu, ciśnienia krwi oraz konsultacje lekarzy dietetyków, pulmonologów i specjalistów chorób wewnętrznych).

7500

Przygotowane przez **PZU** kompendium wiedzy na temat profilaktyki zdrowotnej i finansowej **„Masz wpływ na swoje życie"** zawiera najciekawsze wnioski z „Badania o życiu i zdrowiu Polaków", przeprowadzonego w maju 2021 r. na próbie 1,5 tys. Polaków w wieku 18–65 lat. Zawiera też wskazówki i porady ekspertów z różnych dziedzin dla wszystkich, którzy chcą zrobić coś konkretnego dla zdrowszego, dłuższego i bezpieczniejszego życia własnego i rodziny. Czytelnicy znajdą m.in. porady dietetyczki, fizjoterapeutki i psychologa z PZU Zdrowie.

7500

W sieci diagnostyki obrazowej **PZU Zdrowie** prowadzony był pilotażowy program służący zbadaniu potencjału **sztucznej inteligencji w diagnostyce**. Rozwiązanie wdrożone w pracowni tomografii komputerowej wspomaga pracę lekarza radiologa poprzez automatyczne rozpoznanie zmiany zagrażającej życiu. Algorytm generuje wstępną diagnozę i dokonuje oznaczenia badania specjalnym znacznikiem.

7000

PZU Zdrowie zorganizowało **wydarzenia zdrowotne dla lokalnej społeczności** w Kielcach, Krakowie i Radomiu. Obejmowały one m.in. warsztaty „Akcja Defibrylacja" w Kielcach, w Radomiu strefę PZU Zdrowie z bezpłatnymi poradami z zakresu dietetyki, fizjoterapii i dermatologii, a w Krakowie cykl spotkań „Porozmawiajmy o zdrowiu".

7000

W odpowiedzi na rosnącą potrzebę szczepień populacyjnych u szczytu trzeciej fali COVID-19, w maju 2021 r. **PZU Zdrowie** uruchomiło **pierwszy punkt szczepień drive thru w Warszawie**. Zlokalizowany został na parkingu przy stacji Metra Wierzbno.

7000

Celem kampanii społecznej **Zentiva – Zmieniamy Przyzwyczajenia** było zachęcenie Polaków do powrotu do badań profilaktycznych oraz edukacja na temat profilaktyki zdrowia. W Polskę ruszył mobilny punkt diagnostyczny, w którym w bezpiecznych warunkach sanitarnych oferowane były bezpłatne badania, m.in. pomiar ciśnienia, saturacji krwi, EKG serca, analiza BMI, a w miesiącach tematycznym także badania pod kątem diagnostyki chorób, m.in. nietrzymanie moczu, RZS i choroba Alzheimera, oraz konsultacje z lekarzami specjalistami. **Zentiva Polska** zorganizowała też cztery webinary dla pacjentów.

300

ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Hello Entrepreneurship to program realizowany przez Ashoka Polska, finansowany ze środków Citi Foundation przy merytorycznym wsparciu Fundacji Citi Handlowy, funkcjonującej w ramach **Banku Handlowego w Warszawie działającego pod marką Citi Handlowy**. Projekt ma na celu wsparcie przedsiębiorczości społecznej migrantów w Polsce poprzez urzeczywistnianie ich pomysłów biznesowo-społecznych. Należy do nich kompleksowe czteromiesięczne wsparcie dostosowane do indywidualnych potrzeb (m.in. pomoc w opracowaniu modelu biznesowego, w wypromowaniu inicjatywy, umożliwienie kontaktów z inwestorami, ułatwienie dotarcia do innych firm, potencjalnych kontrahentów).

3700

Budimex Startup Challenge to inicjatywa przedsiębiorstwa **Budimex** wspierająca młode firmy, a jednocześnie pierwsza edycja konkursu dla przedsiębiorców i spółek technologicznych oferujących produkty, usługi i rozwiązania z zakresu innowacji w obszarze energetyki, odnawialnych źródeł energii czy ekologicznych technologii dla budownictwa.

8000

Panele interesariuszy **Credit Agricole Bank Polska** organizuje od 2016 r. Jedna z edycji została poświęcona **panelowi na temat pozytywnego wpływu współpracy biznesu ze start-upami**. Celem inicjatywy było rozwijanie innowacyjnych projektów w obszarze ochrony środowiska. Uczestnicy pracowali w formule co-design. Spotkanie było przygotowywane i prowadzone według międzynarodowego standardu dialogu z interesariuszami AA1000SES.

4325

Projekt **Herosi na Starcie** realizowany przez **Grupę Eurocash** ma na celu zachęcenie młodzieży do przedsiębiorczej postawy. W edycji 2021 w konkursie uczestnicy startowali w dwóch grupach wiekowych: 16–19 i 20–26 lat, a swoje pomysły zgłaszali w aż pięciu kategoriach odnoszących się do cech, które ma w sobie każdy przedsiębiorca: odwaga biznesowa, motywacja do rozwoju, innowacyjność, wytrwałość

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

w działaniu i odpowiedzialność za innych. Łącznie do konkursu zgłoszono 194 innowacyjne pomysły.

22000

W 2020 r. **Grupa Eurocash** rozpoczęła **edukację przedsiębiorców na temat zrównoważonego rozwoju**. Praktyka angażuje przedsiębiorców, którzy prowadzą niezależne sklepy spożywcze, w obszarze zrównoważonego rozwoju. Program zapewnia wybór różnych narzędzi edukacyjnych: udział w webinarach, konferencjach, korzystanie z publikacji.

22000

Firma **Huawei Polska** wraz ze Startup Academy zorganizowała drugą edycję konkursu Huawei Startup Challenge, którego tematem przewodnim był **#TechForBetterPlanet**. W ramach konkursu poszukiwano rozwiązań technologicznych tworzonych przez polskich innowatorów, które pomogą zwalczać negatywne skutki oddziaływania człowieka na środowisko.

800

Ważnym obszarem działań **LPP** jest wsparcie rozwoju start-upów oraz podmiotów ekonomii społecznej. Takim podmiotem jest m.in. Fundacja Innowacji Społecznej wdrażająca programy aktywizacji społeczno-zawodowej. W 2021 r. firma zaangażowała się w projekt pod nazwą mobilna kawiarnia „Kuźnia". To miejsce pierwszego kontaktu z pracą dla młodych ludzi z placówek opiekuńczo-wychowawczych. LPP zaprosiło fundację do pięciu biur w Gdańsku i Pruszczu Gdańskim, umożliwiając sprzedaż produktów wśród pracowników w momencie, gdy taka działalność była utrudniona. Firma włączyła się też w zbiórkę butów start-upu WoshWosh, wpisującą się w realizowaną przez LPP strategię zrównoważonego rozwoju, łącząc troskę o środowisko oraz **zaangażowanie społeczne pracowników LPP**.

27000

Projekt Lider HR – Zarządzanie zespołem wielopokoleniowym skierowany jest do mikroprzedsiębiorstw, małych i średnich przedsiębiorstw posiadających siedzibę, filię, delegaturę lub jednostkę organizacyjną na terenie województwa małopolskiego, a realizowany jest przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego**. Celem projektu jest zapoznanie właścicieli i menedżerów organizacji z ideą zarządzania multigeneracyjnego, w celu zwiększenie wykorzystania potencjału wszystkich pracowników oraz poprawy efektywności pracy.

186

Kampania społeczna **Cyfrowe rewolucje** jest skierowana do przedsiębiorców, którzy chcieliby rozwinąć działalność w e-commerce. Centralnym punktem kampanii jest platforma edukacyjna www.cyfrowerewolucje.pl, na której przedsiębiorcy mogą znaleźć m.in. bezpłatny kurs e-sprzedaży, webinary z ekspertami i inspirujące historie firm, które odniosły sukces w e-commerce. Oprócz tego **mBank** zorganizował dwa konkursy dla firm, w których do wygrania były: pakiety specjalistycznych usług dla e-commerce o łącznej wartości 600 tys. zł; promocja w mediach (artykuły, materiały wideo); opieka mentora biznesu.

7000

Polski Fundusz Rozwoju we współpracy strategicznej z Allegro od 2018 r. tworzy program edukacyjny **Szkoła Pionierów PFR**, skierowany do początkujących przedsiębiorców i wizjonerów technologicznych. Realizowana w 2021 r. czwarta edycja programu miała na celu stworzenie zespołów i projektów z obszaru climate tech. Intensywna agenda trzytygodniowych warsztatów prowadzi od inspiracji prosto do pracy w zespole nad własnym projektem aż po prezentację przed inwestorami podczas gali finałowej. Końcowym etapem jest zagraniczny wyjazd biznesowy wspierający poznawanie międzynarodowych rynków i skalowanie projektów.

220

Program **Samsung Inkubator** skierowany jest do start-upów, które tworzą rozwiązania będące odpowiedzią na wyzwania określone w Celach Zrównoważonego Rozwoju ONZ, w oparciu o nowe technologie. W 2021 r. firma **Samsung** uruchomiła dwie równoległe rekrutacje do programu. W marcu 2021 r. do regularnej edycji projektu Samsung Inkubator #dlaPlanety mogły zgłaszać się start-upy, które realizowały projekty odpowiadające na społeczne, ekologiczne i edukacyjne problemy. Z kolei do odsłony Samsung Inkubator Climate Leadership poszukiwane były start-upy mające ciekawe pomysły na projekty związane z ochroną klimatu.

2500

TWORZENIE MIEJSC PRACY I ROZWÓJ KOMPETENCJI

W 2021 r. **3M Poland** rozpoczął w Polsce program **Manufacturing Academic Partnership** ukierunkowany na rozwój edukacji STEM (nauki ścisłe, technologia, inżynieria, matematyka) w szkołach technicznych. W ramach programu w czerwcu firma 3M wraz z Urzędem Miasta we Wrocławiu oraz Agencją Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej otworzyła w Centrum Kształcenia Zawodowego we Wrocławiu nowoczesną pracownię do nauki zasad funkcjonowania Przemysłu 4.0. Celem praktyki jest promocja edukacji technicznej i wspieranie młodych ludzi w praktycznym pozyskiwaniu wiedzy.

4000

Agencja Reklamowa ArtGroup jak co roku **współpracuje ze szkołami w ramach praktyk i staży** i zaprasza uczniów okolicznych szkół ponadpodstawowych, kształcących się na kierunkach związanych z reklamą i marketingiem do odbywania praktyk zawodowych. W 2021 r. ze względu na ograniczenia pandemiczne odbywały się one w modelu hybrydowym. W trakcie roku szkolnego swoje kompetencje

w agencji rozwijało 11 uczniów. Każdy z nich został otoczony indywidualną opieką mentora.

40

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne od 2005 r. organizuje **staże studenckie w ramach Akademii Servier**. Projekt ten jest dedykowany studentom poszukującym doświadczenia zawodowego, a także wiedzy dotyczącej funkcjonowania firm farmaceutycznych – od badań nad lekami, przez ich wytwarzanie, po promocję. W ramach Akademii firma oferuje m.in. praktyki, wykłady, szkolenia, a także wycieczki po fabryce dla studentów.

250

Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** prowadziła **Program Ambasadorski CMS „Link up"** skierowany do studentów prawa. W jego ramach wybieranych jest 13 ambasadorów z 12 uczelni. Kancelaria wyłoniła także koordynatora programu spośród zeszłorocznych ambasadorów. Ambasadorzy pomagają przy rekrutacji do Programu Praktyk Letnich oraz wraz z kancelarią przygotowują Summer Law Academy. Projekt ten składa się z cyklu pięciu wirtualnych mityngów warsztatowych edukacyjnych. Ponadto z inicjatywy ambasadorów prawnicy kancelarii uczestniczyli w wielu spotkaniach online dedykowanych dla poszczególnych uczelni.

280

Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** prowadziła **Program Praktyk Letnich** skierowany do absolwentów i studentów prawa, którzy ukończyli co najmniej trzeci rok. Praktyki odbywały się w biurze kancelarii w Poznaniu lub w Warszawie. Praktykanci mieli zapewnionego mentora, mogli uczestniczyć w szkoleniach firmowych. W ramach integracji przeprowadzono spotkania rozwojowe lunch & learn, warsztaty z design thinking oraz spotkanie kończące praktyki.

280

Partnerstwo w edukacyjnym programie zawodowym – Uniwersytet Sukcesu to program edukacyjno-zawodowy **dentsu Polska** skierowany do młodych kobiet, które wchodzą na rynek pracy, a także poszukują swojej drogi zawodowej i pasji. Na spotkaniach, warsztatach, wyjazdach, praktykach kobiety otrzymują wsparcie, edukację, inspirację ze strony ekspertów dużych korporacji, prawników, psychologów, przedsiębiorców. Wolontariusze-pracownicy firmy dentsu Polska zaangażowali się w ten program po raz trzeci, w kilku obszarach:marketing, mentoring oraz doradztwo HR.

800

Energ(i)a do Nauki! – współpraca ze szkołami średnimi i wyższymi, to program, w ramach którego **Energa Grupa ORLEN** od 2012 r. obejmuje swoim patronatem klasy i kierunki kształcące w obszarach związanych z energetyką. Jednym z celów programu jest zapełnianie luki pokoleniowej poprzez pozyskiwanie z rynku najlepszych absolwentów szkół średnich i wyższych. W ramach programu młodzi ludzie mają możliwość poznania pracy energetyka „od podszewki". Najlepsi uczniowie i studenci otrzymują stypendia naukowe i nagrody rzeczowe, a szkoły średnie zyskują nowe wyposażenie laboratoriów elektroenergetycznych.

9800

Program **wspierania przyszłych pokoleń (EY GDS Poland)** jest jednym z filarów polityki globalnej CR realizowanych przez **EY Polska**. W ramach przedsięwzięcia w 2021 r. w EY szczególnie wyróżniły się następujące projekty: Otwarta Firma, Job Shadowing, Innovation Hub, Upskilling Academy, współpraca z MOPS oraz z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości, a także inicjatywa WrOpenUp. W zakresie tych aktywności odbyły się warsztaty edukujące młodzież, rozwijające innowacyjne myślenia i zdobywanie przydatnych umiejętności potrzebnych w erze transformacji.

5000

W 2021 r. **Fabryki Mebli „FORTE"** we współpracy z firmami ALPLA, Rolstar oraz Schneider **utworzyła branżową klasę dualną Ostrów**, w której młodzież kształci się w zawodach mechatronik, operator CNC oraz ślusarz. Uczniowie spędzają dwa dni w tygodniu w zakładzie w Ostrowi Mazowieckiej, ucząc się praktyki pod okiem specjalistów. Dzięki temu młodzi ludzie po zakończeniu szkoły od razu mogą podjąć pracę w zawodzie poszukiwanym na rynku pracy (dla absolwentów gwarantowane są miejsca pracy). Fabryki „FORTE" współorganizują dla nich kilkutygodniowe praktyki w Centrum Badań i Rozwoju Nowoczesnych Technologii w Grzymysławicach.

3500

Farm Frites Poland wspólnie z Regionalnym Centrum Młodzieży w Lęborku oraz lęborskim samorządem realizuje projekt **Wehikuł usamodzielniania** skierowany do dzieci z pieczy zastępczej. Dzięki projektowi młodzież nabywa nowych umiejętności i kompetencji, które są pomocne w samodzielnym życiu osobistym i zawodowych. Czwarta edycja projektu rozpoczęła się w 2021 i zakończy się w 2023 r. Bierze w niej udział 12 młodych ludzi z pieczy zastępczej. Prowadzone warsztaty dotyczą prawa w usamodzielnieniu, komunikacji, relacji, przedsiębiorczości, kariery zawodowej i zdobywania pracy, zdrowego stylu życia, codziennych umiejętności.

224

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Od 2017 r. **FM Logistic** współpracuje z Fundacją Samodzielni Robinsonowie, realizując program **Bezpieczny Staż** stanowiący wsparcie dla młodzieży z pieczy zastępczej w ich dążeniu do samodzielności i odnalezieniu swojego miejsca w świecie. Program składa się z warsztatów logistycznych oraz staży organizowanych przez pracowników FM Logistic. Dzięki nim młodzież przygotowywana jest do opuszczenia pieczy zastępczej i samodzielnego budowania przyszłości.

3000

Groupe SEB Polska (marka Tefal) od października 2020 r. realizuje **długofalowe partnerstwo z Fundacją po DRUGIE**, zajmując się m.in. wyposażaniem w sprzęty AGD fundacyjnych mieszkań treningowych służących młodzieży w kryzysie bezdomności. Groupe SEB Polska przekazała Fundacji ponad 150 urządzeń AGD na rzecz prowadzonych przez nią działań. Firma stworzyła też rodzaj systemu pracy chronionej, w ramach którego wychowankowie Fundacji zatrudniani są w jej sklepach, by we wspierającym środowisku zdobywać kompetencje społeczne i doświadczenie zawodowe niezbędne przy powrocie do funkcjonowania w społeczeństwie.

410

W roku akademickim 2021/2022 **Grupa Amica**, we współpracy z Fundacją na rzecz Tworzenia Wartości Wspólnej przez Studentów, uruchomiła program **Preinkubacji Studenckiej**, który ma na celu wsparcie młodych ludzi w zdobywaniu doświadczenia zawodowego i poszerzaniu zdolności pracy projektowej. We współpracy z doświadczonymi mentorami biznesowymi z Grupy Amica i Fundacji 40 studentów z poznańskich uczelni rozpoczęło szkolenia i warsztaty. W ich trakcie przechodzą oni cały proces projektowy: od problemu, poprzez tworzenie i testowanie kolejnych prototypów, aż do minimum viable product, zdobywając cenne doświadczenia i umiejętności na drodze zawodowej.

3100

Grupa Amica wspiera placówki oświatowe na terenie województwa wielkopolskiego w ramach programu **Praca Przyszłości**. W 2021 r. firma nawiązała współpracę z Zespołem Szkół Technicznych w Tarnowie Podgórnym oraz z Zespołem Szkół nr 2 we Wronkach. Dzięki współpracy placówki otrzymały profesjonalne narzędzia do nauki przedmiotów zawodowych, które pomogą uczniom w przyszłości znaleźć pracę o określonym profilu. Zespół Szkół Technicznych w Tarnowie Podgórnym otrzymał wyposażenie pracowni gastronomicznej, a Zespół Szkół nr 2 we Wronkach sprzęt komputerowy i telewizor. Inżynierowie firmy przeprowadzają także we wronieckiej szkole kursy związane z technologią i nauką rysunku technicznego.

3100

Program studiów dualnych oraz płatnych staży i praktyk „Zainstaluj się w ENEI" to inicjatywa **Grupy Enea** skierowana do młodych, ambitnych osób, które pragną zdobyć unikalne doświadczenie u rynkowego lidera. W ramach programu Enea oferuje studentom i absolwentom roczny, płatny staż w różnych obszarach biznesowych. Po zakończeniu stażu studenci mają możliwość zatrudnienia się w spółkach Grupy. Dodatkowo organizowane są studia dualne – innowacyjny system studiowania zakładający równoczesne zdobywanie wiedzy akademickiej i doświadczenia praktycznego.

17480

Od 2018 r. Akademia Umiejętności **Grupy Eurocash** prowadzi **projekt na rzecz promocji zawodów sprzedawcy i magazyniera-logistyka w szkołach branżowych oraz technika handlowca i technika logistyka w szkołach technicznych** pod honorowym patronatem Ośrodka Rozwoju Edukacji. W ramach projektu każdego roku Akademia prowadzi dla uczniów i nauczycieli szkół branżowych i techników praktyczne szkolenia i warsztaty edukacyjne. W 2021 r. Akademia zorganizowała także dwie edycje Wirtualnego Festiwalu Umiejętności Zawodowych. Wydarzenie zgromadziło przed ekranami ponad 4100 uczestników.

22000

Hewlett Packard Enterprise Global Business Center organizuje cykl szkoleń w ramach programu **HPE Academy**, których adresatami są studenci ostatnich lat studiów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu i Uniwersytetu Wrocławskiego, przygotowujący się do rozpoczęcia kariery zawodowej i wyboru przyszłego pracodawcy. Udział w HPE Academy dla studentów oznaczał możliwość zdobycia nowej wiedzy oraz był okazją do poszerzenia swojej sieci biznesowych kontaktów i poznania perspektywy praktyków biznesowych. W każdej z siedmiu zrealizowanych edycji HPE Academy od 2018 r. brało udział od 15 do 25 studentów.

1000

W 2021 r. firma **Huawei Polska** po raz ósmy przeprowadziła **polską edycję programu Seeds For The Future**, skierowanego do najbardziej utalentowanych studentek i studentów polskich uczelni. Celem tego programu edukacyjnego jest inspirowanie młodych liderów do kreowania przyszłości poprzez pogłębianie ich wiedzy na temat branży ICT i najnowszych technologii dzięki interaktywnym materiałom i wykładom prowadzonym przez światowych ekspertów. Ważnym elementem, wprowadzonym do Seeds For The Future po raz pierwszy w 2021 r., był konkurs Tech4Good, podczas którego uczestnicy pracowali w międzynarodowej grupie nad wykorzystaniem technologii do rozwiązywania ważnych globalnych wyzwań.

800

Od 2014 r. **ING Tech Poland** realizuje program edukacyjny **Corporate Readiness Certificate Program** skierowany do studentów górnośląskich i dolnośląskich uczelni wyższych oraz absolwentów do roku od ukończenia studiów. Program pozwala na pozyskanie dodatkowej, praktycznej wiedzy i umiejętności z szeroko rozumianego świata IT, aby przygoto-

wać uczestników do pracy w dużych organizacjach. Program CRC współtworzą i prowadzą specjaliści z ING Tech Poland, IBM i Accenture, przy ogromnym wsparciu Politechniki Śląskiej i innych uczelni wyższych.

2509

ING Tech Poland wspólnie z ING Bankiem Śląskim 20 i 21 maja 2021 r. zorganizowało wydarzenie **Lion's Den ING Risk Modelling Challenge,** dedykowane studentom i specjalistom zainteresowanym analizą danych i modelowaniem ryzyka. Tematem przewodnim wydarzenia było ryzyko zmian klimatycznych, które ma coraz większy wpływ na otoczenie biznesowe. Temat ten był połączony z klasycznymi metodami modelowania i z pozostałymi formami ryzyka występującymi w Banku. Uczestnicy zebrani w grupach 3–4-osobowych mieli za zadanie dokonać analizy ryzyka rynkowego przy użyciu danych bankowych, finansowych i makroekonomicznych.

2509

Spółka **InterKadra** w okresie od stycznia 2021 do grudnia 2022 r. realizowała projekt **Postaw na przyszłość. Postaw na siebie!** Przedsięwzięcie finansowane w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020 miało na celu zwiększenie zdolności adaptacyjnych do wymogów dynamicznego rynku pracy poprzez realizację kompleksowego programu typu outplacement.

214

W ramach projektu **Przewodnicy – Szkoła Przywództwa KGHM** spółka **KGHM Polska Miedź** od 2019 r. prowadzi działanie polegające na szkoleniu przyszłych liderów sfery biznesowej i społecznej oraz przygotowywaniu ich do odgrywania istotnej roli w dynamicznie zmieniającym się świecie. Zajęcia prowadzą przedstawiciele wyższej kadry menedżerskiej KGHM Polska Miedź S.A. oraz grono reprezentujących różne dziedziny ekspertów z Polski i Stanów Zjednoczonych. Prowadzący kładą szczególny nacisk na praktyczną stronę zarządzania organizacjami, których otoczenie wymusza ciągłą adaptację, innowacyjność i kreatywność.

18500

KPMG w Polsce prowadzi od lat cykl profesjonalnych warsztatów **World of Audit** dedykowany studentom i absolwentom, którzy są zainteresowani zdobyciem praktycznej wiedzy z obszaru audytu finansowego. Program jest okazją dla studentów (już od drugiego roku studiów) i absolwentów, aby poznać praktyczne aspekty zagadnień finansowych. Stwarza on również szansę na otrzymanie oferty pracy lub praktyk w zespołach audytu KPMG w siedmiu biurach w Polsce. 120 uczestników szkoleń otrzymało po programie oferty pracy lub praktyk. Dla osób, które dopiero wkraczają na rynek pracy, jest to szansa, aby zdobyć cenne doświadczenie.

2000

KPMG w Polsce prowadzi **program stypendialny KPMG** będący wsparciem dla zdolnych studentów, którzy wiążą swoją zawodową przyszłość z obszarem audytu finansowego po zakończeniu studiów. Oprócz finansowania nauki w formie stypendium, KPMG pomaga studentom i absolwentom w rozwoju kariery zawodowej, oferując gwarantowane zatrudnienie na okres 18 miesięcy w dziale audytu już w trakcie lub po zakończeniu studiów. Dzięki temu mają oni szansę na zdobycie praktycznej wiedzy, a po rozpoczęciu pracy są objęci również wsparciem w rozwijaniu kompetencji i zdobywaniu kwalifikacji zawodowych, m.in. ACCA czy biegłego rewidenta.

2000

Strzelecka spółka **Kronospan KO** współpracuje z Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego w Strzelcach Opolskich i w ramach programu **Klasy Patronackie** patronuje dwóm klasom: technik mechanik z rozszerzeniem innowacyjnym operator obróbki skrawania drewna oraz technik mechatronik. Najlepsi uczniowie z tych klas mogą liczyć na wsparcie w formie stypendiów lub staży. Kronospan nie tylko współtworzy z placówką program nauczania, ale także zaprasza uczniów na praktyki zawodowe. Uczestnicy programu mają również możliwość kontynuować naukę na studiach wyższych np. na Politechnice Opolskiej lub Politechnice Śląskiej, z którymi Kronospan współpracuje.

650

Firma **Kronospan Polska** w 2015 r. rozpoczęła projekt **Klasy Patronackie Kronospan** wspierający edukację profesjonalistów dla branży drzewnej. W tym samym roku wystartowała pierwsza klasa patronacka – technik technologii drewna w Zespole Szkół Technicznych w Szczecinku. Program nauki i praktyk stworzyli wspólnie – nauczyciele i pracownicy Kronospan. Na co dzień dzielą się z młodszymi kolegami nie tylko wiedzą teoretyczną, ale przede wszystkim umiejętnościami praktycznymi podczas płatnych staży i praktyk uczniowskich. Obecnie we wszystkich klasach patronackich w Szczecinku kształci się ponad 250 uczniów.

1150

Firma **Kronospan Polska** od lat współpracuje z ośrodkami edukacyjnymi, wspierając nauczanie dzieci i młodzieży. W 2016 r. na stałe związała się z Politechniką Koszalińską, współtworząc **Filię Politechniki Koszalińskiej w Szczecinku z kierunkiem inżynieria i automatyzacja w przemyśle drzewnym**. Filia PK jest zlokalizowana w przyzakładowym Centrum

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Badawczo-Rozwojowym. Kronospan wyposażył sale wykładowe oraz laboratoria. Zajęcia praktyczne i laboratoryjne realizowane są przez specjalistów firmy Kronospan na terenie zakładu, gdzie studenci mają dostęp do najnowszej technologii stosowanej w branży. Dodatkowo firma poprzez programy stypendialne wspiera młodzież w trakcie trwania studiów.

1150

MAKRO Polska w ramach programu **Edukacja oraz wsparcie w branży gastronomicznej Szef dla Młodych Talentów** rozwija kompetencje kulinarne uczniów ze szkół gastronomicznych. Szefowie kuchni oraz inni trenerzy Akademii prowadzą lekcje o tematyce uzupełniającej program nauczania, np. z zakresu odpowiedzialności i obowiązków szefa kuchni oraz o budowaniu świątecznej oferty w lokalu gastronomicznym. W wirtualnych spotkaniach w listopadzie i grudniu uczestniczyło łącznie ok. 260 uczniów. Dodatkowo Akademia Inspiracji MAKRO wspiera branżę gastronomiczną poprzez darmowe doradztwa dla biznesu oraz tworzy ogólnodostępny materiał edukacyjny dla branży HoReCa.

5000

Nationale-Nederlanden realizuje **Uniwersytet Sukcesu**, program edukacyjno-zawodowy dla dziewcząt w wieku 18–25 lat, skierowany do podopiecznych opuszczających domy dziecka i placówki opiekuńczo-wychowawcze oraz do osób znajdujących się w trudnej sytuacji materialnej lub osobistej. Celem Uniwersytetu Sukcesu jest wzmocnienie kompetencji zawodowych i technologicznych na rynku pracy. Uczestniczki zdobywają wiedzę, umiejętności oraz kwalifikacje, które pomogą im wejść na rynek pracy i rozpocząć karierę zawodową. Program realizowany był w formie warsztatów w Trójmieście, Białymstoku, Warszawie, Krakowie, Poznaniu i we Wrocławiu.

839

Firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** w przeciągu całego roku przyjęła na **praktyki w firmie** uczniów z techników z gminy Pniewy oraz okolicznych gmin i powiatów, jak i studentów uczelni wyższych kierunków technicznych. Praktykanci pod opieką doświadczonych pracowników-mentorów zdobywali wiedzę z zakresu programowania, mechatroniki, mechaniki, elektroniki, a dzięki przeprowadzonym wykładom i warsztatom uzyskali wiedzę z obszaru HR, jakości oraz prawa. Wiedza ta zwiększa kompetencje uczniów i studentów, którzy niedługo będą wchodzić na rynek pracy.

60

Firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober**, działając zgodnie ze swoimi wartościami dotyczącymi edukacji młodego pokolenia, otworzyła drzwi dla uczniów techników: mechatroników i automatyków w ramach praktyki **Poznaj swoje przyszłe środowisko pracy – białostoccy automatycy i mechatronicy w firmie WObit**. Pracownicy firmy podzielili się swoją wiedzą i doświadczeniem dotyczącym produkcji robotów przemysłowych w duchu Przemysłu 4.0, zarządzania jakością przy zastosowaniu metod KAIZEN oraz zagadnień prawnych. Dzięki praktyce uczniowie mieli okazję poznać nowe technologie.

60

W 2021 r. **Polenergia** podpisała umowę ramową z Uniwersytetem Gdańskim i Centrum Zrównoważonego Rozwoju UG w ramach projektu **Rozwój Kobiet w Energetyce**. Z projektu tego Polenergia w semestrze 2021/2022 dofinansowała dwa miejsca dla kobiet na organizowanych przez Centrum Zrównoważonego Rozwoju Uniwersytetu studiach podyplomowych: edukacja na rzecz zrównoważonego rozwoju, morska energetyka wiatrowa. Jest to działanie zgodnie ze strategią ESG Grupy i wsparciem uczelni w kształceniu przyszłych kadr sektora energetycznego. Jednocześnie jest to działanie wspierające kobiety w możliwości rozwoju zawodowego w branży zdominowanej przez mężczyzn.

232

Spółka **Polenergia** zgodnie ze strategią rozwoju Grupy i strategią ESG postawiła na edukację i realizuje program **Rozwój przyszłych kadr sektora energetycznego**, który kierowany jest zarówno do szkół wyższych, kół naukowych, jak i fundacji skupiających się na kształceniu kadr sektora energetycznego. W 2021 r. Polenergia była po raz trzeci partnerem Akademii Energii prowadzonej przez Fundację im. L. Pagi, a po raz drugi jej partnerem strategicznym. Spółka w 2021 r. wspierała również Niezależne Zrzeszenie Studentów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz podpisała szereg umów ramowych o współpracę z uczelniami wyższymi.

232

Polski Fundusz Rozwoju w ramach projektu **SamoDZIELNI** wspiera osoby wkraczające na rynek pracy. W ramach drugiej edycji projektu Fundacja PFR zorganizowała dla 26 osób w wieku 17–19 lat cztery zjazdy warsztatowe online i stacjonarnie. Głównym celem projektu było wyposażenie młodzieży w praktyczne umiejętności. Każdy uczestnik otrzymał ponadto tablet od partnera technologicznego projektu – firmy SAMSUNG oraz tzw. bon na rozwój, czyli pełne sfinansowanie wybranego przez siebie kursu zawodowego lub szkolenia.

220

Polski Fundusz Rozwoju wspiera i realizuje ogólnopolski program stypendialny **Pasjonaci Edukacji** związany z edukacją technologiczną i wyrównywaniem szans w dostępie do niej. Skierowany jest on do zdolnych studentów, którzy swoją przyszłość wiążą z nauczaniem dzieci i młodzieży, ale są w trudniejszej sytuacji materialnej i w związku z tym istnieje ryzyko, że porzucą obraną ścieżkę zawodową. Dzięki stypendiom i warsztatom z wykorzystania metodologii STEAM w nauczaniu, stypendyści programu mogli skupić się na realizacji swoich zawodowych planów, a jednocześnie doskonalić kompetencje w zakresie nowoczesnej edukacji.

220

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Firma **Robert Bosch** w ramach **Bosch Termotechnika Szkoli** prowadzi program edukacyjny we współpracy ze szkołami średnimi w całej Polsce kształcącymi na kierunkach: technik gazownictwa, technik urządzeń sanitarnych i na kierunkach pokrewnych. Celem programu jest poszerzanie wiedzy uczniów w zakresie nowoczesnych urządzeń grzewczych. Uczestnicy zyskują przydatną na rynku pracy wiedzę ekspercką oraz biznesową. Program ma także na celu promocję zawodu instalatora urządzeń grzewczych.

750

Od ponad dwóch lat **Santander Leasing** jest patronem **klasy patronackiej** Zespołu Szkół Ekonomicznych im. S. Staszica w Poznaniu. Uczniowie klasy drugiej w zawodzie technik rachunkowości/ technik ekonomista otrzymali od spółki Santander Leasing solidną dawkę wiedzy o leasingu, urozmaiconą praktycznymi przykładami, na spotkaniu prowadzonym przez pracowników firmy. Uczniowie mają również możliwość uczestniczenia w specjalnie przygotowanym dla nich programie stażowym.

700

W 2005 r. spółka **Servier Polska** powołała do życia program edukacyjny **Akademia Servier**. projekt dedykowany jest studentom i absolwentom poszukującym doświadczenia zawodowego i wiedzy dotyczącej funkcjonowania firmy farmaceutycznej. W ramach programu firma organizuje wykłady i warsztaty stanowiące uzupełnienie wiedzy uzyskanej podczas studiów. Servier od lat organizuje także płatne staże, w ramach których każdy z uczestników zdobywa doświadczenie w rożnych obszarach funkcjonowania firmy: od marketingu i badań klinicznych po wytwarzanie leków.

620

Solaris Bus & Coach w 2007 r. jako jedna z pierwszych firm w Polsce zaangażował się na rzecz rozwoju kształcenia zawodowego przy współpracy ze szkołami z regionu w ramach programu **Edukacja dualna – klasa patronacka i studia dualne**. Na początku września 2021 r. po raz 14. nastąpiła inauguracja roku szkolnego klasy patronackiej. Od momentu jego uruchomienia w programie wzięło udział ponad 200 uczniów, 81 absolwentów otrzymało zaś umowę o pracę. Pozytywne efekty programu zachęciły firmę do poszerzenia w 2014 r. edukacji dualnej o współpracę z Politechniką Poznańską.

2700

W czerwcu firma **Ten Square Games** dołączyła jako sponsor do programu **Działamy na rzecz niwelowania nierówności społecznych – Future Collars Diversity & Inclusion**, który umożliwia osobom ze środowisk niezwiązanych z technologią podnoszenie kwalifikacji, by stali się profesjonalistami IT. Program wspiera przekwalifikowanie osób zagrożonych wykluczeniem, ułatwiając im zdobycie pracy w najszybciej rozwijającym się sektorze usług i produktów, jakim jest IT. Do udziału w projekcie zgłosiło się ok. 150 osób, z których Future Collars wybrało 10 beneficjentów; wezmą oni udział w kursach: Tester Oprogramowania, Frontend Developer, UX Designer i Python Developer.

500

Na początku września w firmie **Volkswagen Motor Polska** odbyła się inauguracja kolejnego, 14. roku szkolnego dla uczniów z klasy pierwszych, rozpoczynających naukę w zawodzie mechatronik w ramach projektu **Mechatronicy na start**. Nauka trwa trzy lata i prowadzona jest wspólnie z Zespołem Szkół w Chocianowie przy wsparciu Hufców Pracy z Przemkowa. W 2021 r. po raz pierwszy do grona uczniów zawodu dołączyła dziewczyna. Wiedzę teoretyczną, zarówno z zakresu ogólnego, jak i fachowego, uczniowie zdobywają w szkole, natomiast praktyczną w firmie Volkswagen Motor Polska pod okiem fachowców z branży.

1300

Jesienią 2021 r. Zespół Szkół w Chocianowie obchodził jubileusz 60-lecia istnienia, połączony z obchodami **Dnia Olimpijczyka**. Spółka **Volkswagen Motor Polska** jako wieloletni partner szkoły w kształceniu zawodowym w kierunku mechatronik, była jednym ze sponsorów tego wydarzenia. Wielu byłych uczniów szkoły pracuje dzisiaj w firmie. W trakcie uroczystości zaproszeni goście, byli absolwenci oraz ich rodziny mieli okazję przypomnieć sobie historię szkoły i jej dotychczasowe osiągnięcia.

1300

Zespół Systems Engineers z **Wunderman Thompson Technology** w ramach programu **Klasa Patronacka Technik Programista w Zespole Szkół Łączności** prowadzi zajęcia dla uczniów technikum dotyczące podstaw systemu operacyjnego Linux. Na zajęciach młodzież uczy się podstaw programowania i pracy przy projektach IT. Eksperci z Wunderman Thompson Technology zaangażowali się m.in. w wybór aktualnych narzędzi, adekwatnych języków programowania oraz sposobów prowadzenia projektów, które pomogą młodym ludziom wejść w przyszłości na rynek pracy.

240

Żabka Polska wspiera młodzież, która z uwagi na trudną sytuację społeczną ma utrudniony start w dorosłe życie. Do młodych ludzi powyżej 16. roku życia wychowywanych w pieczy zastępczej skierowany jest program

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Bezpieczny staż z Żabką, w ramach którego mogą oni odbyć staż w wybranym sklepie i dzięki temu postawić pierwsze kroki ku samodzielności. Program realizowany jest wspólnie z Fundacją Samodzielni Robinsonowie. W ramach programu podopieczni Fundacji, pod okiem wieloletnich franczyzobiorców Żabki, odbywają płatne praktyki w sklepach sieci. Staże finansowane są przez Żabka Polska.

2024

WSPARCIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Platforma Allegro Charytatywni firmy **Allegro** powstała w 2014 r., aby umożliwić organizacjom pozarządowym prowadzenie zbiórek na ważne dla siebie cele społeczne. Za korzystanie z platformy Allegro nie pobiera żadnych opłat ani prowizji, a całkowity dochód ze wszystkich ofert charytatywnych przekazywany jest na konto organizacji prowadzącej zbiórkę. W 2021 r. udało się zebrać 39,3 mln zł na rzecz 247 organizacji pozarządowych.

4770

Alstom Konstal realizował **współpracę z Fundacją Rozwoju Przedsiębiorczości Społecznej „Być Razem"**. Fundacja zajmuje się m.in. wspieraniem podmiotów ekonomii społecznej, a zysk z prowadzonej działalności przeznacza na tworzenie nowych miejsc pracy dla osób potrzebujących. Firma zamówiła w Fundacji 4400 drewnianych ozdób choinkowych. Na zamówieniu skorzystało 140 pracowników Fundacji.

4000

W 2021 r. Starbucks należący do **AmRest Coffee** w ramach **współpracy z Polskim Stowarzyszeniem na rzecz Osób z Niepełnosprawnością Intelektualną** przekazał grant do wykorzystania na działalność statutową organizacji. Z funduszy zostało zakupione wyposażenie sal szkoleniowych. W ramach wspierania podopiecznych Stowarzyszenia w aktywizacji zawodowej, Starbucks zorganizował sesję zdjęciową profesjonalnych fotografii do CV, z której skorzystało 31 osób.

1057

Konkursy Charytatywne w firmie **Aquanet** to forma działalności charytatywnej spółki dedykowana organizacjom pozarządowym. W roku 2021 firma zorganizowała Konkurs „Buduj na różnorodności moce kreatywności" i przekazała trzem organizacjom wsparcie w wysokości 46 950 zł na realizację zgłoszonych przez nie projektów.

860

Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy od kilku lat **współpracuje z Polskim Komitetem Paraolimpijskim**. W ramach globalnego projektu Team Citi firma wspiera także dwoje wybitnych sportowców: Natalię Partykę, czterokrotną mistrzynię paraolimpijską w tenisie stołowym, oraz Macieja Lepiatę, dwukrotnego mistrza paraolimpijskiego i czterokrotnego mistrza świata osób z niepełnosprawnością w skoku wzwyż.

3700

W ramach akcji **Nowy dom dla drukarki** zorganizowanej w **Canon Polska** 13 organizacji pozarządowych zostało obdarowanych wysokiej klasy sprzętem biurowym – urządzeniami wielofunkcyjnymi do druku kolorowego i czarno-białego.

228

Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** świadczy **porady prawne pro bono** na rzecz organizacji przyczyniających się do rozwoju polskiej kultury: Fundacji Krystyny Jandy na Rzecz Kultury, TR Warszawa oraz Muzeum Polin. Od kilkunastu lat kancelaria wspiera także Helsińską Fundację Praw Człowieka w ramach Programu Spraw Precedensowych.

280

Partner Charytatywny Roku to inicjatywa firmy **Credit Suisse Poland**. Program wspiera w ciągu roku jedną organizację charytatywną wybraną przez pracowników. Pracownicy organizują wydarzenia wolontariackie i zbiórki pieniężne. W 2020 r. partnerem roku została Fundacja Hospicjum Onkologiczne św. Krzysztofa. Podczas dwóch lat współpracy pracownicy zebrali ponad 270 tys. zł, które pokryły koszty całodziennych posiłków oraz prania pościeli dla 1 tys. pacjentów hospicjum za okres dwóch lat.

5000

Projekt **Razem Możemy Więcej!** realizowany przez **DOZ** zakłada nawiązanie współpracy z organizacjami z sektora zdrowia i pomocy społecznej. W ramach projektu DOZ Fundacja ogłosiła konkurs grantowy, w którym przyjmowała wnioski na projekty niwelujące bariery w dostępie do leków i zakładające w sposób bezpośredni pomoc osobom najbardziej potrzebującym.

4500

Europejski Fundusz Leasingowy w ramach działania **Razem odkryjmy radość pomagania** co roku wspiera wybrane fundacje. W 2021 r. były to: Fundacja Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową, Fundacja DKMS, Fundacja „Rozwój", która prowadzi start-up Dotlenieni.org, Fundacja EVEREST i Fundacja Leny Grochowskiej. Jest to zarówno wsparcie finansowe, jak i pomoc w promocji fundacji w kanałach social mediowych firmy oraz angażowanie pracowników w ramach wolontariatu.

409

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Firma **Farm Frites Poland** powołała **fundusz grantowy „Fabryka lokalnych innowacji"** adresowany do organizacji pozarządowych i grup nieformalnych. Celem funduszu było zwiększenie zaangażowania mieszkańców i organizacji pozarządowych z terenu miasta Lęborka i Nowej Wsi Lęborskiej w działania na rzecz lokalnej społeczności. Pula środków w funduszu wyniosła 25 tys. zł. Do konkursu wpłynęło 17 wniosków, przyznano siedem grantów o wartości od 2 tys. do 5 tys. zł.

224

W październiku 2021 r., w dniu Ogólnopolskiego Dnia Dawcy Szpiku, wchodząca w skład **GRUPY AGORA** ogólnopolska **sieć kin Helios wsparła Fundację DKMS**. Firma zaangażowała się w promocję działań Fundacji, emitując w swoich kinach materiały reklamowe. Na terenie warszawskiego kina Helios w Blue City działał specjalny punkt informacyjny DKMS.

2586

Firma **HCL** zaangażowała się w **walkę z głodem i marnotrawstwem**. Zorganizowała i przeprowadziła kampanię informacyjną dla pracowników oraz podjęła współpracę z Bankiem Żywności w Krakowie, organizując cykliczne zbiorki żywności. Wsparła Bank kompetencyjnie w zakresie tłumaczenia materiałów na język angielski. Celem tłumaczenia było skierowanie komunikatów do osób niepolskojęzycznych związanych z biznesem korporacyjnym w Krakowie.

1700

Hewlett Packard Enterprise Global Business Center zrealizował inicjatywę **Hand in Hand**. Podczas konferencji uczestnicy z NGO mieli okazję dowiedzieć się o zasadach wsparcia opartego na wolontariacie pracowniczym, zaś słuchacze reprezentujący biznes zapoznać się z przykładami, które będą mogli realizować w swoich firmach lub zainspirują inne projekty. Odbyło się sześć bezpłatnych szkoleń dla NGO, które prowadzili eksperci z lokalnych firm. W roku 2021 z ramach inicjatywy powstało sześć podcastów promujących wolontariat i dostępność.

1000

Biedronka z **Jeronimo Martins Polska** stworzyła program walki z ubóstwem menstruacyjnym **Okres Zmian**. Klienci posiadający kartę Moja Biedronka, którzy kupili wybrane produkty higieniczne, otrzymywali voucher o wartości 100% wydanej kwoty. Mogli go przeznaczyć na zakup produktów bądź zarejestrować na stronie kampanii, a Biedronka przekazywała produkty Okresowej Koalicji zrzeszającej kilkanaście organizacji walczących z ubóstwem menstruacyjnym w Polsce. W 2021 r. przekazano 1,4 mln sztuk środków higienicznych, dodatkowo prawie 1,1 mln klientów Biedronki wykorzystało vouchery na zakupy produktów w sklepach sieci. Biedronka wspiera również kampanię „Akcja Menstruacja w Twojej Szkole", przekazując podpaski, tampony i wkładki higieniczne Fundacji Akcja Menstruacja. Przekazano 27 180 opakowań produktów higienicznych.

75000

Kompania Piwowarska zrealizowała działanie **dajemy drugie życie sprzętom**. Pracownicy wyszli z inicjatywą przekazania sprawnych drukarek organizacjom pozarządowym w lokalizacjach, gdzie firma posiada swoje browary, oraz laptopów dla rodzin ze Szlachetnej Paczki z całej Polski.

2716

Kompania Piwowarska objęła **mecenatem Fundusz Pomocowy Centrum Praw Kobiet**. Fundusz zapewnia wsparcie materialne dla kobiet lub ich rodzin, które znalazły się w trudnym położeniu przede wszystkim z powodu doświadczania przemocy, niepełnosprawności, samodzielnego macierzyństwa, wielodzietności, kryzysu bezdomności, bezrobocia czy dyskryminacji.

2716

W 2019 r. marka piwa Żubr z portfolio **Kompanii Piwowarskiej** powołała do życia Fundusz Żubra. W sierpniu 2021 **Fundusz piwa Żubr powiększył Biebrzański Park Narodowy**, przekazując darowiznę na zakup działek znajdujących się w rękach prywatnych w celu ochrony terenów bezcennych dla zagrożonych gatunków zwierząt.

2716

W 2021 r. firma **L'Oréal Polska** w ramach strategicznego partnerstwa nawiązała **współpracę ze Stowarzyszeniem Wolne Miejsce**, w ramach którego przekazała 16 tys. produktów kosmetycznych i żeli do sanityzacji rąk na rzecz klientów sieci sklepów socjalnych Spichlerz. W sklepach osoby z nieuprzywilejowanych środowisk mogą zakupić produkty w cenie maksymalnie 50% wartości rynkowej.

1150

LPP objęło **Partnerstwem Strategicznym Forum Inicjowania Rozwoju**, największą na Pomorzu międzysektorową konferencję organizowaną przez Fundację Inicjowania Rozwoju UP FOUNDATION. Firma rozszerzyła zainicjowane pięć lat temu partnerstwo strategiczne w ramach Konkursu Grantowego i od 2021 r. objęła patronatem również całość inicjatyw realizowanych w ramach Forum. LPP zaangażowało się również w pracę nad e-bookiem, który jest kompendium wiedzy na temat projektowania partnerstwa we współpracy

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

biznesu, organizacji pozarządowych i samorządu, w oparciu o metodę design thinking.

27000

Lubelski Węgiel Bogdanka zrealizował projekt **Rozwój i Radość – wsparcie domów dziecka i rodzin zastępczych**. Projekt ma za zadanie wsparcie podopiecznych domów dziecka, wychowanków rodzin zastępczych oraz usamodzielniających się wychowanków. Wsparciem indywidualnym objęto 20 wychowanków rodzin zastępczych oraz 50 rodzin zastępczych w ramach działań integracyjnych. W usamodzielnieniu się i wejściu na rynek pracy spółka pomogła siedmiorgu osiągającym w 2021 r. pełnoletniość wychowankom.

4761

Many Walks to odbywająca się corocznie autorska akcja społeczna **Many Mornings** mająca na celu wsparcie schronisk zwierzęcych oraz przeciwdziałanie problemowi bezdomności zwierząt domowych. Skarpetkowi wolontariusze wykonują ok. 45-minutowe zadania, a w podziękowaniu dostają skarpetki z upcyklingowej linii produktów „Share A Pair!". W 2021 r. po raz pierwszy akcja została zorganizowana przy wsparciu instytucjonalnego partnera Fundacji Sarigato.

35

E-skarbonki WOŚP to „wirtualne puszki" stworzone przez **Mastercard Europe Oddział w Polsce**. Za ich pomocą kwestujący mogą zbierać datki na rzecz Fundacji WOŚP przez internet. Ta forma wsparcia okazała się kluczowa w 29. Finale WOŚP, który odbył się w czasie pandemii COVID-19. Wartość wpłat na rzecz WOŚP zrealizowanych w 2021 r. za pośrednictwem e-skarbonki wyniosła 17,8 mln zł.

130

Marka Kamis z **McCormick Polska** wspiera Federację Polskich Banków Żywności darowiznami produktowymi oraz w ramach **projektu „Kulinarnie Mocni"**. Eksperci Kamis przekazują edukatorom Banków wiedzę, jak gotować z prostych składników i nie marnować żywności. Dzięki edukatorom ta wiedza następnie jest przekazywana beneficjentom Banków. W 2021 r. dodatkowo zrealizowano badania na temat zachowań konsumenckich w czasie pandemii, a następnie na tej podstawie przygotowano sześć zasad.

691

Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** wybiera co roku **świąteczne charytatywne kartki dobroczynne**, z których część ceny sprzedaży przekazywana jest na rzecz organizacji dobroczynnych. Od 2019 r. Kancelaria wspiera Fundację „Serca dla Maluszka".

8

Nieagencja wspólnie z firmą Tefal w ramach **Odpowiedzialnych Świąt** zorganizowała świąteczny obiad z myślą o młodych osobach w kryzysie bezdomności, podopiecznych zaprzyjaźnionej Fundacji po DRUGIE. Spotkanie odbyło się w showroomie Tefal. Pracownicy wraz z młodzieżą przygotowali posiłek i wspólnie spędzili świąteczny dzień.

5

Objectivity jest współzałożycielem projektu edukacyjnego **Akademia Business Class** zajmującego się podnoszeniem kompetencji biznesowych lokalnych podmiotów ekonomii społecznej. Przez sześć miesięcy wolontariusze z firm wraz ze studentami konsultują, mentorują i szkolą lokalne organizacje. Na zakończenie najlepsi uczestnicy otrzymują środki finansowe na dalszy rozwój.

742

Objectivity jest jednym z partnerów współzałożycieli Fundacji **Tech To The Rescue**, która zajmuje się wyszukiwaniem i selekcjonowaniem projektów cyfrowych w obszarze społecznym oraz firm technologicznych zainteresowanych ich realizacją na poziomie pro bono lub low bono. W 2021 r. zrealizowano dwa projekty oraz przekazano środki finansowe na cele statutowe Fundacji.

742

Objectivity umożliwia nowo zatrudnionym pracownikom uczestnictwo w akcji społecznej **Start2Help**. Każda osoba wybiera z listy jedną z organizacji pożytku publicznego, a firma przekazuje darowiznę na cele statutowe. Lista organizacji została stworzona wspólnie z pracownikami firmy.

742

Firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** w ramach działania **charytatywna jesień – książki dla fundacji** włączyła się w zbiórkę książek organizowaną przez Fundację Onkologiczną Rakiety. W ramach działania zebrano i przekazano na oddziały onkologiczne prawie 200 książek.

60

P.P.H. WObit E.K.J. Ober angażuje się we **wsparcie rozwoju kardiochirurgii** i współpracuje z Fundacją Rozwoju Kardiochirurgii im. prof. Zbigniewa Religi w zakresie sprzedaży komponentów niezbędnych do robotów chirurgicznych. Firma przekazuje część dochodu ze sprzedaży produktów oraz wspiera akcję „Przekaż 1% swojego podatku" na dokończenie badań nad protezą serca dla małych pacjentów.

60

W 2020 r. **Pepco** zostało **partnerem Fundacji św. Mikołaja**, która wspiera edukację i rozwój dzieci z niezamożnych rodzin, finansując roczne stypendia oraz zakup laptopów do zdalnej

nauki. W roku szkolnym 2020/2021 stypendia otrzymało 15 zdolnych uczniów, a 85 dzieci dostało laptopy z oprogramowaniem do nauki. W roku szkolnym 2021/2022 ufundowano 120 stypendiów i przekazano 25 laptopów.

23262

Dzielimy się ciepłem to ogólnopolski program PGE Energii Ciepła, spółki z **PGE Polska Grupa Energetyczna**, który ma na celu wsparcie osób i instytucji poprzez dopłaty do rachunków za ciepło i ciepłą wodę użytkową. Program wspiera też organizacje pożytku publicznego korzystające z ciepła sieciowego w miastach, w których spółka ma swoje elektrociepłownie. W 2021 r. wsparcie na łączną kwotę 390 tys. zł otrzymało kilkadziesiąt organizacji. Od początku działania programu przekazano ponad 4,5 mln zł.

42000

Akademia Fundacji ORLEN to cykl warsztatów online zorganizowanych przez Fundację Orlen z **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN**, skierowanych do beneficjentów programów grantowych Fundacji. Przeprowadzono 12 sześciogodzinnych warsztatów. Celem projektu było podniesienie kompetencji organizacji w zakresie umiejętności niezbędnych do efektywnego i profesjonalnego prowadzenia organizacji lub instytucji. Projekt realizowany był we współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Fundraisingu.

5878

SPOKO – Społeczny Kosz firmy **Studio 102** ma na celu usprawnienie współpracy biznesu i podmiotów ekonomii społecznej oraz wsparcie trzeciego sektora. Firma zakupuje od lokalnych organizacji wytwarzane przez nie rzemieślnicze i spożywcze produkty. Zestawy proponowane są biznesowi jako alternatywa dla koszy prezentowych. Utworzony został też fundusz, na którym gromadzone są środki ze sprzedaży, przeznaczane na wsparcie rozwoju lokalnych organizacji.

12

Firma **Ten Square Games** została zaproszona do udzielenia **wsparcia dla chorych dzieci w projekcie Game Stars** organizowanego przez Fundację Make a Wish. Spółka przekazała na rzecz inicjatywy 100 tys. zł oraz pomogła w promocji działań fundraisingowych Fundacji. Wśród pracowników został zorganizowany kiermasz talentów, w ramach którego zebrano 52 tys. zł, co pozwoliło spełnić marzenia aż 12 dzieci.

500

Ten Square Games angażuje się w inicjatywy na rzecz **wsparcia dla młodzieży**. W roku 2021 r. spółka pomogła w wyposażeniu pracowni komputerowej Fundacji Pociecha oraz ufundowała kilkaset posiłków dla jej podopiecznych. We współpracy z Fundacją WiWa gościła jednego z podopiecznych we wrocławskim biurze, pokazując mu, jak wygląda proces produkcji gier.

500

W 2021 r. firma **TIM** zrezygnowała z zakupu upominków świątecznych dla swoich klientów i zorganizowała akcję charytatywną **TIM Mikołajów**. Zgromadzone w ten sposób środki, wzbogacone dodatkowo o fundusze 35 producentów produktów dostępnych na platformie e-commerce TIM.pl – przekazane zostały podmiotom w każdym z regionów, w których firma prowadzi swoje biura handlowe. Było to łącznie 357 tys. zł. Beneficjentów akcji wybierali klienci platformy.

286

Firma **T-Mobile Polska** zaangażowała się we **wsparcie działań na rzecz osób wymagających pomocy humanitarnej na granicy polsko-białoruskiej** poprzez współpracę z Polskim Centrum Pomocy Międzynarodowej oraz Polskim Czerwonym Krzyżem. Firma pokryła koszty powstania i funkcjonowania punktu wyjazdowego Polskiego Czerwonego Krzyża, a po roku udanej współpracy zdecydowała się na kontynuowanie partnerstwa z Medycznym Zespołem Ratunkowym PCPM, którego medycy od połowy listopada pełnili dyżur na granicy, udzielając pomocy.

5000

Pracownicy Toru Służewiec, oddziału **Totalizatora Sportowego**, zorganizowali **świąteczny łańcuszek dobra**. Inicjatywa była kierowana do seniorów, beneficjantów Stowarzyszenia Aktywny Senior, którzy na zamówienie uszyli służewieckie skrzaty Helpiki. Obdarowano nimi przyjaciół i bliskich Toru w ramach prezentów świątecznych. Całość dochodu z zakupu skrzatów została przeznaczona na działalność stowarzyszenia, tym samym skrzaty Helpiki przyniosły radość nie tylko obdarowanym, ale także seniorom.

3925

Uber Poland zaoferował **pomoc w dotarciu na szczepienia** i przeznaczył globalnie 10 mln przejazdów na ten cel. W Polsce firma przekazała ponad 10 tys. kodów na rzecz Caritas Polska oraz Ogólnopolskiego Porozumienia Uniwersytetów Trzeciego Wieku, aby pomóc dotrzeć seniorom do 39 punktów szczepień. Wolontariusze WOŚP, Caritas, Fundacji Centrum Praw Kobiet oraz Fundacji Wolne Miejsce mogli korzystać z puli darmowych kodów na przejazdy. Firma uru-

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

chomiła również produkt Uber z WOŚP i przekazała wsparcie na rzecz Fundacji w latach 2021 i 2022.

21

W ramach działania **1+1=3** pracownicy firmy **Volkswagen Poznań** co roku wybierają w głosowaniu organizację, którą przez cały rok kalendarzowy chcą wspierać. Każdy pracownik, który przystąpi do programu, otrzymuje możliwość zadeklarowania wybranej kwoty, która co miesiąc zasila konto organizacji. W roku 2021 wsparcie trafiło do Fundacji Chcemisie, a pracownicy przekazali w sumie 92,5 tys. zł.

11000

Adwokaci **WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy & Partners** Aleksander Woźnicki i Izabella Woźnicka **współpracują z Helsińską Fundacją Praw Człowieka**. Prawnicy zapewniają wsparcie merytoryczne, a także pro bono prowadzą postępowania sądowe w ramach Programu Spraw Precedensowych.

20

WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy & Partners angażuje się w akcje charytatywne oraz świadczy **działalność pro bono** – pomoc prawną m.in. na rzecz Fundacji Bezpieczne Niebo, Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka, Vademecum Zero Waste oraz Polskiego Stowarzyszenia Zero Waste.

20

Wytwórnia Sprzętu Rehabilitacyjnego COMFORT zaangażowała się we **wsparcie Fundacji Dzieciaki i Zwierzaki**. Sfinansowała i przekazała Fundacji tzw. Paki Sensoraka, zestawy zabawek sensorycznych dla najmłodszych. Firma bierze również udział w charytatywnych wydarzeniach Fundacji, finansując paczki dla podopiecznych.

15

WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI

Adamed Pharma został **partnerem nowych studiów podyplomowych w Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej: psychologiczne wsparcie dzieci i młodzieży w kryzysie**. Celem studiów podyplomowych jest umożliwienie absolwentom pedagogiki i psychologii nabycia kompetencji w dziedzinie wsparcia dzieci i młodzieży w kryzysie psychicznym. Adamed realizuje od lat również kilka innych programów edukacyjnych. Są to m.in. program „Odnaleźć Siebie", a także program stypendialny Adamed SmartUP, w ramach którego 50 najlepszych uczniów zostaje zaproszonych do udziału w innowacyjnym obozie naukowym prowadzonym przez wykładowców najlepszych uczelni w Polsce i na świecie.

2200

W 2021 r. **Alstom Konstal** podpisał porozumienie o **współpracy z Politechniką Śląską** obejmującej wspólne prace naukowo-badawcze i wdrożeniowe, współpracę przy realizacji praktyk, staży, podróży studyjnych, organizowanie wykładów, seminariów i konferencji, wydawanie wspólnych publikacji naukowych oraz współfinansowanie studiów i staży doktoranckich, a także komercjalizację wyników prac badawczych i rozwojowych. W ramach porozumienia zorganizowane zostały trzy Site Tours dla studentów różnych wydziałów Politechniki Śląskiej.

4000

W ramach współpracy z uczelniami wyższymi **ArcelorMittal Poland** uruchomił program grantowy **Rozkręć koło z ArcelorMittal Poland** dedykowany kołom naukowym pionu hutniczego krakowskiej AGH. Celem przedsięwzięcia jest wsparcie pasjonatów nauki skupionych wokół kół naukowych, tak aby pobudzać ich kreatywność i innowacyjność. Firma przeznaczyła na ten cel 65 tys. zł. Każde z 10 kół naukowych, które złożyło wniosek, otrzymało dofinansowanie w kwocie od 3 tys. do 9,5 tys. zł. Poprzez program firma stara się pokazać potencjał nie tylko tych kierunków, ale także zachęcać studentów do rozwijania swoich zainteresowań i kompetencji poprzez dołączanie do organizacji studenckich.

10000

ArcelorMittal Poland we współpracy z AGH sponsoruje od czterech lat **stypendia za wyniki w nauce dla studentów ostatniego roku inżynierii materiałowej**. Wśród kryteriów przyznania stypendium poza średnią ocen znajdują się działalność w kołach naukowych i organizacjach studenckich, publikacje naukowe, osiągnięcia sportowe. Kwota stypendium wynosi 900 zł i jest wypłacana przez dziewięć miesięcy roku akademickiego (od października do czerwca). W ramach programu stypendialnego stypendyści mają również możliwość odbycia płatnego stażu w ArcelorMittal, co stwarza im szansę realizowania się zawodowego przy wykorzystaniu wiedzy i umiejętności zdobytych na uczelni.

10000

Firma **BASF Polska** 10 lat temu dostrzegła istotę edukacji różnych grup odbiorców w zakresie chemii i obszarów z nią związanych i **współpracuje z uczelniami wyższymi** w tym zakresie. Na przełomie 2015 i 2016 r. spółka ruszyła z projektem „Zarządzanie Biznesem Technologicznym" we współpracy z Politechniką Warszawską, który obejmuje cykl wykładów prowadzonych przez przedstawicieli BASF na Wydziale Chemii Politechniki Warszawskiej, które dostarczają wiedzy i informacji z różnych dziedzin, takich jak chemia przemysłowa, zarządzanie przedsiębiorstwem, PR i zrównoważony rozwój. Łącznie, we wszystkich edycjach „Zarządzania Biznesem Technologicznym" wzięło udział ponad 350 studentów.

780

Pod koniec 2021 r. firma **BASF Polska** zainaugurowała **konkurs dla studentów „Drive Innovation. Przyszłość**

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Zrównoważonego Transportu". Partnerami konkursu są: Centrum Nauki Kopernik, magazyn „Focus", Polska Izba Motoryzacyjna, Politechnika Rzeszowska, Politechnika Warszawska i Politechnika Śląska. Celem konkursu jest zaangażowanie młodych osób w rozwiązywanie problemów dzisiejszego świata. Wyzwania, z którymi muszą sobie poradzić, to ograniczenie emisji gazów cieplarnianych, wydajność energetyczna w transporcie, zamykanie obiegu oraz bezpieczeństwo pojazdów.

780

W roku 2020 **Clariter Poland** nawiązał **współpracę z uczelniami wyższymi**. Kooperacja z Politechniką Śląską odbywa się w zakresie organizacji praktyk studenckich, w ramach których studenci zdobędą unikalną wiedzę w dziedzinie recyklingu chemicznego. W roku 2021 z praktyk skorzystała jedna osoba.

18

W 2021 r. rozpoczęła się ósma edycja **studiów podyplomowych „Menedżer CSR"** prowadzonych przez **CSRinfo** i Collegium Civitas. Celami studiów jest wyposażenie kadry menedżerskiej w wiedzę i praktyczne umiejętności niezbędne do sprawnego zarządzania procesami CSR/ESG, budowanie zawodu specjalisty CSR. Studia kładą nacisk na interdyscyplinarność oraz dają studentom możliwość kontaktu z ekspertami posiadającymi wieloletnie doświadczenie zdobyte w wielu firmach i instytucjach. W tworzeniu kolejnych edycji studiów ważną rolę odgrywają opinie i rekomendacje absolwentów.

9

W 2019 r. firma **Fujitsu Technology Solutions** zrealizowała **program Wabi-Sabi**, skoncentrowany na Celach Zrównoważonego Rozwoju ONZ. W jego ramach zespół Fujitsu Poland pracował ze studentami Uniwersytetu Łódzkiego, pomagając im w tworzeniu aplikacji, które miałyby długofalowy pozytywny wpływ na społeczeństwo lub środowisko. Celem programu było wygenerowanie aplikacji mobilnych, tzw. „Proofs of Concepts", przy jednoczesnym inspirowaniu studentów do bycia odpowiedzialnymi obywatelami świata. Studenci zaangażowani w projekt mieli również możliwość aplikowania na staż w Fujitsu, a także mogli brać udział w innych projektach badawczo-rozwojowych Fujitsu.

3000

W 2021 r. pracownicy firmy **Grand Parade** we współpracy z Akademią Górniczo-Hutniczą w Krakowie prowadzili **zajęcia „Facylitacja w IT" dla studentów AGH**. Współpraca była kontynuowana w semestrze letnim w ramach przedmiotu „Agile Coaching" również prowadzonym przez pracowników firmy.

430

Huawei Polska współpracuje z Fundacją Perspektywy na rzecz edukacji technologicznej kobiet. Wśród głównych inicjatyw można wymienić m.in.: „Women In Tech Days", „Women In Tech Summit", „Dziewczyny na Politechniki", „Dziewczyny do ścisłych!". Firma jest również partnerem technologicznym Ogólnopolskiego Dnia Otwartego dla Dziewczyn – „Kierunki Przyszłości" w ramach kampanii „Dziewczyny na Politechniki". Wzięło w nim udział aż 20 polskich uczelni technicznych i wydziałów ścisłych, które zaprezentowały się licealistkom, uczennicom szkół technicznych oraz wszystkim maturzystkom zainteresowanym studiowaniem na kierunkach technicznych, inżynieryjnych i ścisłych.

800

Huawei Polska współpracuje z polskimi uczelniami w ramach ICT Academy i konkursu ICT Competition. Początkowo program został uruchomiony w partnerstwie z Politechniką Poznańską, a w 2020 r. dołączyły cztery kolejne uczelnie (Politechnika Warszawska, Politechnika Łódzka, Akademia Leona Koźmińskiego i Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie). W 2021 r. podpisano umowę także z Uniwersytetem Łódzkim. Do tej pory Huawei przeszkolił w ramach programu blisko 200 studentów z polskich uczelni, z których 87 uzyskało certyfikaty. W ramach ICT Academy organizowany jest również konkurs ICT Competition.

800

W ramach współpracy z Centrum Badawczo-Rozwojowym KGHM Cuprum oraz Politechniką Poznańską **Jastrzębska Spółka Węglowa** prowadzi **innowacyjne projekty z jednostkami naukowymi i badawczymi**. Pracownicy Jastrzębskich Zakładów Remontowych (Grupa JSW) uczestniczyli w testach przemysłowych robota autonomicznego. Projekt ten pod nazwą THING realizowany był z programu Horyzont 2020. Testy zostały przeprowadzone w warunkach przemysłowych na powierzchni oraz w warunkach górniczych pod ziemią, z uwzględnieniem aspektów związanych z typowymi warunkami środowiskowymi i ukształtowaniem terenu w kopalni KWK Pniówek.

30686

KPMG w Polsce wraz z Fundacją KPMG w Polsce prowadzi program ambasadorski **Big-hearted Ambassadors** skierowany do studentów zainteresowanych karierą w branży audytorsko-doradczej, którzy na swoich uczelniach reprezentują KPMG, zapoznając społeczność akademicką z programami rekrutacyjnymi dla studentów i absolwentów. Program pomaga również studentom w realizacji ważnych dla nich inicjatyw społecznych. Specjalnie w tym celu Fundacja KPMG prowadzi program grantowy, w którym studenci mogą zgła-

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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

szać pomysły na projekty wolontariackie realizowane z organizacjami charytatywnymi lub placówkami publicznymi.

2000

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego we współpracy z Międzynarodowym Centrum Kształcenia Politechniki Krakowskiej patronuje **studiom podyplomowym CSR Management**. Studia adresowane są do osób czynnych zawodowo, które w swoich organizacjach odpowiadają za realizację działań w zakresie CSR lub planują podjęcie takich działań. Uczestnicy studiów zdobywają aktualną wiedzę teoretyczną oraz rozległą wiedzę praktyczną. Poznają oni popularne i niszowe działania CSR w różnych branżach oraz dowiadują się, jak w praktyce określać i realizować oczekiwania interesariuszy własnych firm.

186

Program wykładów dla studentów **Kultura dzielenia się wiedzą** jest realizowany przez firmę **Provident Polska** od 2007 r. W jego ramach przez ekspertów spółki prowadzone są wykłady dla studentów, poruszające różne kwestie biznesowe: zarządzanie zespołem, budowanie strategii biznesowej, zarządzanie skuteczną komunikacją, zrównoważony rozwój, a także udzielane są porady, jak dobrze przygotować się do rozmowy rekrutacyjnej. Bezpośrednio w spotkaniach pod nazwą „Kultura dzielenia się wiedzą", zorganizowanych na najlepszych polskich uczelniach, wzięło udział 370 osób, a łączna liczba odbiorców programu to blisko 120 tys. osób.

1800

Każdego dnia **PwC** wspiera rozwój **kompetencji przyszłości dla środowiska akademickiego**, dzieląc się wiedzą i aktywnie współpracując z uczelniami, biurami karier, kołami naukowymi i organizacjami studenckimi. W związku z utrzymującą się pandemią COVID-19 i brakiem wydarzeń stacjonarnych na uczelniach firma w ramach akcji Campus Recruitment zorganizowała cykl szkoleń merytorycznych online – „Hangout with PwC", w których wzięło udział 277 osób z całej Polski, oraz przygotowała różnorodne programy praktyk, w ramach których studenci mogli zdobyć swoje pierwsze doświadczenia oraz rozwinąć kompetencje przyszłości.

6000

Samsung dla studentów wyższych uczelni zainteresowanych nowymi technologiami i możliwością skorzystania z wiedzy eksperckiej zorganizował dwa webinary **Webinar Shape the future z Samsung R&D.** W spotkaniach wzięło udział ponad 110 studentów Politechniki Warszawskiej, Uniwersytetu Warszawskiego, Akademii Górniczo-Hutniczej, Uniwersytetu Adama Mickiewicza oraz Uniwersytetu Jagiellońskiego. Spotkania wpisały się w długofalową współpracę z uczelniami, która w niektórych przypadkach trwa nieprzerwanie od 2014 r., oraz stanowiły punkt wyjścia do opracowania planu na zacieśnienie współpracy pomiędzy Samsung R&D i uczelniami.

2500

Od 10 lat **Santander Bank Polska** realizuje w Polsce międzynarodowy program **Santander Universidades** wspierający świat akademicki. W ciągu tych lat do programu dołączyło 59 polskich uczelni, otwartych zostało 12 placówek relacyjnych, natomiast tysiące studentów, absolwentów i pracowników uczelni uzyskało wsparcie w rozwoju kompetencji. W ramach inicjatywy Santander Universidades we współpracy z UE w Krakowie oraz Kołem Naukowym Bankowości UEK zrealizowano Akademię Santander Universidades obejmującą cykl webinarów dla studentów, absolwentów i wszystkich zainteresowanych bankowością. W 2021 r. z oferty Akademii SU skorzystało ponad 1 tys. uczestników z pond 100 polskich uczelni.

9584

Od 12 lat **Uni-logistics** wspólnie z Katedrą Polityki Transportowej UG realizuje projekt edukacyjny **Pomarańczowa Akademia Uni-logistics** skierowany do studentów specjalności związanych z transportem i logistyką. W ramach zajęć studenci spotykają się z praktykami z Uni-logistics pracującymi na różnych etapach łańcucha dostaw i poznają praktyczne aspekty funkcjonowania procesów logistycznych, charakter pracy na stanowiskach związanych z transportem i logistyką oraz procesem rekrutacji. Głównym celem Akademii jest pokazanie praktycznej strony pracy w spedycji.

129

ZRÓWNOWAŻONE MIASTA

Od 2016 r. **Echo Investment** realizuje wielofunkcyjne projekty **Destinations – miasta dla ludzi**, włączając się w ten sposób w miejskie polityki zrównoważonego rozwoju. Jednym z przykładów projektów „Destinations" zrealizowanych przez Echo Investment jest teren Browarów Warszawskich. Zamknięty dotąd obszar został na nowo wkomponowany w życie miasta i zamienił się w żywy kwartał miejski z mieszkaniami, biurami, sklepami, restauracjami w historycznej zabudowie. Na koniec 2021 r. projekty „Destinations" w Echo Inwestment stanowiły 59% inwestycji w budowie i przygotowaniu.

520

W ramach projektu **Domy Dobrej Energii** spółka **Energa Grupa ORLEN** zamontowała na dachach placówek opiekuńczo-wychowawczych panele fotowoltaiczne. W pierwszym etapie, w 2021 r. energia ze słońca zasiliła dwa rodzinne domy dziecka: w Gostyninie i Szczawinie Kościelnym, oraz dwa domy dziecka: w Rypinie i Kaczkach Średnich w gminie Turek. Domy, które przystąpiły do projektu, zredukowały swoje rachunki za prąd o 90%. Jednocześnie w ramach projektu dzieci z domów dziecka odwiedziły m.in. Muzeum Energetyki w Toruniu oraz farmę wiatrową w Przykonie i poznały świat energetyki i innowacyjnych rozwiązań przyjaznych środowisku.

9800

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Fundacja Veolia Polska we współpracy z Fundacją Szkoła Liderów zrealizowała bezpłatny program rozwojowy **Szkoła Liderów Miasta Poznania** adresowany do pełnoletnich aktywnych liderów reprezentujących różne sektory, instytucje, wizje i interesy. W programie wzięło udział 47 osób, które przedstawiły mieszkańcom miasta dziewięć projektów powstałych w oparciu o międzysektorową współpracę. Projekty przedstawione w programie obejmowały m.in. aktywizację młodzieży do samorządności miejskiej, program przeciwdziałania wykluczeniu cyfrowemu seniorów czy najwyżej oceniony przez uczestników program „Inwestor odpowiedzialny społecznie".

4300

Dane Światowej Organizacji Zdrowia wskazują, że niemal 91% populacji oddycha zanieczyszczonym powietrzem, a 7 mln ludzi rocznie przedwcześnie umiera z powodu smogu. Wychodząc naprzeciw prośbie mieszkańców, **Grupa Amica** w ramach akcji **Czyste powietrze** zainstalowała we Wronkach dwa czujniki jakości powietrza, które pozwalają precyzyjnie sprawdzić stan powietrza w najbliższej okolicy. Inwestycja ta może dodatkowo zwiększyć świadomość mieszkańców na temat własnego wpływu na czystość powietrza w swoim otoczeniu.

3100

Przeszklone budynki, przezroczyste ekrany akustyczne czy wiaty przystankowe stanowią często zagrożenie dla ptaków. Dbając o ich bezpieczeństwo, **Grupa MTP** w 2021 r. okleiła w Poznaniu testowo trzy **miejskie przystanki, uwzględniając dobrobyt flory i fauny**. Naklejki z piktogramami przedstawiały m.in. różne środki ekologicznego transportu czy charakterystyczne dla Poznania budynki, takie jak ratusz i targowa iglica. Ich wzór był konsultowany z poznańską organizacją Centrum Promocji Ekorozwoju, która prowadzi projekty dotyczące m.in. ptaków w mieście, a także z plastykiem miejskim i przedstawicielami Urzędu Miasta.

500

Nhood Polska wspólnie z Oddziałem Warszawskim Stowarzyszenia Architektów Polskich SARP zorganizował i przeprowadził **projekt partycypacyjny na przykładzie przestrzeni Wilanów Park** zatytułowany „Rozmowy Sąsiedzkie". W 2020 r. mieszkańcy warszawskiego Wilanowa uczestniczyli w cyklu dziewięciu spotkań, podczas których rozmawiali o konkretnych oczekiwaniach związanych z parkiem miejskim na terenie planowanej inwestycji. Na podstawie wniosków z „Rozmów sąsiedzkich" powstały wytyczne do konkursu na opracowanie koncepcji architektonicznej dwuhektarowego parku miejskiego, będącego częścią planowanej przez firmę wielofunkcyjnej inwestycji Wilanów Park.

80

ROBYG realizuje i szeroko propaguje od wielu lat ideę **15-minutowych osiedli**, które umożliwiają mieszkańcom realizację wszystkich najważniejszych potrzeb życiowych w ciągu 15 minut spacerem lub jazdy rowerem od miejsca zamieszkania. Poza zdrowszym trybem życia i promocją ruchu osiedla 15-minutowe wspierają ideę mikromobilności, tj. wybierania roweru zamiast samochodu jako środka transportu. W obecnej chwili ponad 70% inwestycji ROBYG realizowane jest w myśl założeń 15-minutowych miast, a zgodnie z wdrażaną strategią ESG ich liczba wzrośnie do 80% do 2025 r.

500

W ramach kampanii informacyjnej „W Krakowie dobra woda prosto z kranu", **Wodociągi Miasta Krakowa** od 2019 r. prowadzą akcję **W Krakowie pijemy kranowiankę!**. Działanie skierowane jest do właścicieli krakowskich lokali, zarówno tych, którzy serwują już kranówkę swoim gościom, jak i tych, którzy dopiero chcą rozpocząć jej podawanie. Do kampanii dołączyło obecnie 40 krakowskich lokali. W ramach przedsięwzięcia organizowane są m.in. prelekcje dotyczące jakości wody w krakowskich kranach, a w lokalach, które dołączyły do akcji, rozdawane są dzbanki, butelki, bidony i szklanki na kranowiankę.

1200

Zakład Utylizacyjny w Gdańsku realizuje **kampanię informacyjną o uciążliwościach** „Dlaczego z Szadółek nie pachnie? Poznaj prawdę o śmieciach". Celem inicjatywy jest zbudowanie świadomości lokalizacji zakładu, jego bliskości oraz pokazanie, jak działa tego typu przedsiębiorstwo. Kampania jest realizowana po to, by dyskusję na temat oddziaływania zakładu na jego otoczenie przenieść z poziomu emocji na poziom merytorycznej rozmowy opartej na faktach.

236

Zarząd Transportu Metropolitalnego z Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii w ramach **wkładu w rozwój regionu** ogłosił w 2021 r. Plan Zrównoważonego Rozwoju Publicznego Transportu Zbiorowego, który określa sposób organizacji przewozów o charakterze użyteczności publicznej. Wkład ZTM w rozwój regionu opiera się na współpracy z 40 gminami należącymi do Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii oraz 15 gminami ościennymi niezrzeszonymi w GZM na rzecz poprawy jakości życia mieszkańców oraz wyrównania szans w zakresie dostępności do usług komunikacyjnych dla mieszkańców samorządów słabszych ekonomicznie.

300

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

WYBRANE ARTYKUŁY 2021 R.

Łączna liczba artykułów podejmujących tematykę odpowiedzialnego biznesu i powiązane z nią zagadnienia:

392 000

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 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.

Zdj. Liana Mikah (Unsplash)

W POSZUKIWANIU NOWEGO NAPĘDU

W 2030 r. Unia Europejska ma osiągnąć pierwszy kamień milowy w drodze do redukcji o połowę emisji CO_2 przez transport. w 2025 r. Pomysłów i sposobów jest wiele. Niektóre dopiero wychodzą z fazy eksperymentów. *Piotr Stefaniak* **(„Dziennik Gazeta Prawna", 30.03.2021)**

PANDEMIA NIE JEST KOBIETĄ

Gdy przestają funkcjonować instytucje opiekuńcze, kobiety, które muszą polegać tylko na sobie, mają wybór: albo zostają z dzieckiem w domu, albo pracują. Pandemia drastycznie pogorszyła ich sytuację i równocześnie finansowy status ich rodzin. *Sławomir Szymański,* **(„Gazeta Wyborcza", 30.03.2021)**

EKOŚCIEMA

Moda na ekologię przyciąga rozmaitych oszustów, którzy próbują nam wciskać ekokity: towary i usługi, które rzekomo mają być przyjazne środowisku. *Joanna Solska,* **(„Polityka", 31.01.2021)**

ODPOWIEDZIALNE FIRMY SZYBKO ODPOWIEDZIAŁY NA NOWE WYZWANIA

Pandemia nagle zmieniła warunki prowadzenia biznesu. W reakcji wrażliwe społecznie organizacje nie tylko zmieniły sposób pracy, ale też otwarły się na potrzeby innych.**(„Rzeczpospolita", 17.03.2021)**

WSPÓLNOTOWOŚĆ I PRZEJRZYSTOŚĆ KONIECZNE, BY ZBUDOWAĆ LEPIEJ

Pandemia zmieniła nasze życie, choć początkowo nie było jasne, czy te zmiany zostaną z nami na dłużej. Dziś nie ma takich wątpliwości, mimo to nadal nie wiemy, dokąd ta droga nas prowadzi. *Marzena Strzelczak,* **(„Rzeczpospolita", 26.03.2021)**

25 POLSKICH LIDEREK ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Redakcja „Forbes Women" wraz z siedmioosobową kapitułą, złożoną z ekspertów, specjalizujących się w różnych aspektach sustainability, przygotowała listę nominowanych: Polek, które w sposób szczególny angażują się

w edukację i konkretne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. *Magdalena Krukowska,* **(„Forbes Women", 1.04.2021)**

DOKĄD ZMIERZA AKTYWIZM KORPORACYJNY

Rosnąca polaryzacja, niepokoje społeczne oraz konieczność wyciągnięcia wniosków z koronakryzysu skłaniają do przemyślenia i redefinicji zaangażowania firm w aktualne sprawy społeczne. *Joanna Koprowska,* **(„ICAN Management Review Polska", 1.04.2021)**

JAK W SYTUACJI COVID PROWADZIĆ ODPOWIEDZIALNY BIZNES?

Pandemia pokazała powiązanie wyzwań społecznych i środowiskowych, wzmocniła pytania o racjonalność obowiązujących modeli rozwoju społeczno-gospodarczego i wykorzystywania PKB. Najpowszechniejsza miara rozwoju nie odzwierciedla faktycznego dobrostanu społeczeństw. **(„Personel i Zarządzanie", 1.05.2021)**

NOWE LASY TO DOSKONAŁY POMYSŁ. ALE ŚWIAT RATUJĄ STARE DRZEWA

Na całym świecie mnożą się akcje sadzenia drzewek. Inicjatywa dobra, ale to zaledwie plaster przyklejany na wielką ranę, jaką są wycinki. *Mariusz Janik,* **(„Rzeczpospolita", 14.05.2021)**

ZAANGAŻOWANA FIRMA PRZYCIĄGA TALENTY

W Polsce niespełna 20 proc. dużych firm oferuje programy wolontariatu pracowniczego. To zaskakujące, biorąc pod uwagę, że badania potwierdzają jego niezwykły wpływ na życie firmy i zatrudnione w niej osoby. *Katarzyna Kunert, Paweł Łukasiak,* **(„Personel Plus", 1.06.2021)**

UTRZYMYWANIE WYSOKICH STANDARDÓW

Kryzys klimatyczny oraz globalna pandemia ujawniły silny związek ryzyk finansowych z czynnikami ESG, w oparciu o które tworzone są ratingi i oceny pozafinansowe przedsiębiorstw, państw i innych organizacji. **(„Polityka", 9.06.2021)**

BIZNES SIĘ WYKAZAŁ, ALE ZAUFANIE TRZEBA UMIEĆ PODTRZYMYWAĆ

Pandemia nie tylko nie zatrzymała aktywności odpowiedzialnego biznesu, ale wręcz ją wzmocniła. Pojawiło się wiele pozytywnych inicjatyw, które sprawiają, że rola firm w walce z pandemią jest niepodważalna. *Anita Błaszczak,* **(„Rzeczpospolita", 7.07.2021)**

ZRÓWNOWAŻONY ŚLAD CYFROWY, CZYLI ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRZYSZŁOŚCI

Celem zarządzania zrównoważonym śladem cyfrowym jest tworzenie wartości dla interesariuszy i kontrybucja do zrównoważonego rozwoju, dzięki efektywnemu wykorzystaniu nowych technologii w codziennej działalności biznesowej.
(„Gazeta Finansowa", 30.07.2021)

WYZWANIE PODJĘTE Z SUKCESEM

Szok i niepewność, jakie towarzyszyły początkom pandemii na całym świecie, zdecydowanie zmobilizowały do działania, nie tylko biznes, nie tylko w Polsce. *Marzena Strzelczak,* **(„Dziennik Gazeta Prawna", 30.07.2021)**

JAK FIRMY BADAJĄ POTRZEBY POD DZIAŁANIA CSR?

Dojrzałe podejście do społecznej odpowiedzialności biznesu zakładania traktowanie zarządzania zrównoważonym rozwojem, zarządzania aspektami ESG jako podstawowego elementu strategii biznesowej firmy. *Ewa Wojciechowicz,* **(„As Biznesu", 1.09.2021)**

BIZNES I MISJE

Z raportów i analiz przeprowadzanych na całym świecie, również w Polsce, wynika, że tylko część reputacji marki pochodzi od produktów i usług. Duża jej część jest wypadkową jej zaangażowania oraz wpływu społecznego. *Agata Małkowska-Szozda,* **(„Press", 1.09.2021)**

POŻEGNANIE Z FILANTROPIĄ

Pod wpływem globalnych wyzwań biznes zmienia modele działania. Chce być neutralny klimatycznie, a zarazem dobrze służyć społeczeństwu, lokalnym społecznościom i zatrudnionym. *Patrycja Otto,* **(„Dziennik Gazeta Prawna", 7.09.2021)**

PRACODAWCA PRZYJAZNY OJCOM

Poinformowanie pracodawcy o powiększeniu rodziny jest stresujące zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Ojcowie czują, że ich decyzja o podziale urlopu rodzicielskiego może być źle przyjęta, nawet gdy wiedzą, że pracodawca nie będzie stwarzał trudności. *Monika Witoń,* **(„Personel Plus", 1.10.2021)**

TRZEBA MIEĆ JAJA, ŻEBY BYĆ SZEFOWĄ

Kobiety zbyt często postrzegane są przez pracodawców przez pryzmat macierzyństwa, ograniczonej dostępności i zbyt emocjonalnego traktowania spraw zawodowych. *Z Zytą Machnicką rozmawia Magdalena Warchala-Kopeć,* **(„Gazeta Wyborcza", 23.10.2021)**

CSR NOWEJ ERY – OCHRONA KLIMATU PRZEDE WSZYSTKIM

Rozwój koncepcji CSR przyspieszają przynajmniej trzy przełomowe inicjatywy: Europejski Zielony Ład, dyrektywa SFDR i dyrektywa CSRD. *Marzena Strzelczak,* **(„Rzeczpospolita", 26.11.2021)**

WSPIERANIE SPOŁECZEŃSTWA W TRUDNYCH CZASACH TO PRIORYTET FIRM

Przedsiębiorstwa swoje działania z zakresu CSR w czasie pandemii najczęściej kierowały do własnych pracowników i klientów, a co trzecie przedsiębiorstwo angażowało się w pomoc szpitalom i domom opieki. **(„Rzeczpospolita", 26.11.2021)**

RADY NADZORCZE POWINNY PATRZEĆ NA ESG JAKO ELEMENT INTEGRALNY

Kwestii zrównoważonego rozwoju, wpływu na środowisko i otoczenia oraz ładu korporacyjnego nie można spychać na dalszy plan. Są tak samo ważne jak główne części działania firm. **(„Parkiet", 6.12.2021)**

CSR EWOLUUJE W ESG

Eksperci zauważają, że na pierwszy plan wysunęły się tematy związane ze środowiskiem i ekologią, a przez zewnętrzne regulacje instytucji międzynarodowych firmy nie mogą pozostać obojętne na postępujące zmiany klimatu. Obserwuje się również dynamiczną zmianę pojęcia CSR w bardziej precyzyjne określenie ESG, ponieważ w oparciu o czynniki w nim wyszczególnione tworzone są ratingi i oceny niefinansowe przedsiębiorstw. *Anna Szczerbaczewicz* **(„PRoto.pl", 23.12.2021)**

WYBRANE WYDARZENIA 2021 R.

Zdj. Dari Lli (Unsplash)

KONFERENCJE, SEMINARIA, SPOTKANIA

01

15 stycznia
Konferencja „Zarządzanie zrównoważonym rozwojem w sektorze publicznym"
On-line
Grupa robocza ds. Społecznej Odpowiedzialności Administracji

27 stycznia
Konferencja „17 Trendów. 17 Celów. Biznes na rzecz Agendy 2030 – Kampania 17 Celów"
On-line
CSR Consulting
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym wydarzenia

02

16 lutego
Webinar „Jak wdrażać wytyczne TCFD w praktyce – identyfikacja i ocena ryzyk zmian klimatu"
On-line
Deloitte

03

9 marca
Webinar „Raport wdrażania Deklaracji Społecznej Odpowiedzialności Uczelni jako narzędzie do samooceny"
On-line
Grupa robocza ds. Społecznej Odpowiedzialności Uczelni

17 marca
Webinar „Czynniki ESG – praktyczna ocena ich wpływu na wartość firmy"
On-line
Deloitte

24 marca
Konferencja „Designerzy procesów rozwojowych. Liderzy miast wobec kryzysu"
On-line
Fundacja Szkoła Liderów, Fundacja Veolia Polska

KALENDARIUM

04

15 kwietnia
Ogłoszenie Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2020. Dobre praktyki"
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

22 kwietnia
Czy polski konsument zna Cele Zrównoważonego Rozwoju?
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym Kampanii 17 Celów

27 kwietnia
Konferencja „FIRMA - IDEA: Uszlachetnianie biznesu"
On-line
Open Eyes Economy
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem wydarzenia

27 kwietnia
Seminarium „Taksonomia w praktyce – jak przygotować się do raportowania nowych wskaźników"
On-line
Deloitte

28 kwietnia
Webinar „Raportowanie niefinansowe przedsiębiorstw i zrównoważone finansowanie"
On-line
Fundacja Frank Bold
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem wydarzenia

29 kwietnia
Premiera „Barometr zdrowych domów. VI edycja"
On-line
VELUX Polska

05

6 maja
Inauguracja Miesiąca Różnorodności
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

13 maja
Debata „Jak wspierać pracownice i pracowników pełniących role opiekuńcze?"
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

17 maja
V edycja Forum Inspiracji „Innowacje. Ambicje. Sztuczna Inteligencja – biznes na drodze do Agendy 2030"
On-line
CSR Consulting
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym Kampanii 17 Celów

20 maja
Debata „Dobrostan – o co powinien zadbać pracodawca w cyfrowym świecie?"
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

27 maja
Gala finałowa XXIV edycji Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku"
Warszawa, On-line
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
Forum Odpowiedzialnego Biznesu i portal Odpowiedzialnybiznes.pl patronami Konkursu

31 maja
Konferencja Nowoczesne Rady Nadzorcze
On-line
Deloitte

06

2 czerwca
„Forum Agendy 2030 V4+"
On-line
Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii

2 czerwca
Webinar „Wytyczne do raportowania ESG"
On-line
Giełda Papierów Wartościowych

9 czerwca
„Miasteczko Myśli. Razem dla planety"
On-line
Orange Polska

18 czerwca
Gala Rankingu Odpowiedzialnych Firm
On-line
Koźmiński Business Hub
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym Rankingu

22 czerwca
Dzień otwarty Forum Odpowiedzialnego Biznesu
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

09

17-24 września
VI Festiwal Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów"
Poznań, On-line
Fundacja CSR Res Severa
Patronat medialny portalu odpowiedzialnybiznes.pl

24 września
„Światowy Dzień Działania: Celuj w jutro. Już dziś! #dobrecele"
On-line
CSR Consulting
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym kampanii edukacyjnej

10

26 października
IX Konferencja Nienieodpowiedzialnych
Warszawa, On-line
Grupa ANG, Fundacja Nienieodpowiedzialni, Miasto st. Warszawa
Patronat medialny portalu odpowiedzialnybiznes.pl

11

4 listopada
Gala Konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju Ogłoszenie laureatów Nagrody „Ludzie, którzy zmieniają biznes"
Warszawa, On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

22 listopada
„Konferencja 3R. Nowe Partnerstwo. Nowe Działania."
Koalicja 5 Frakcji
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym inicjatywy

23 listopada
Webinar „Promowanie wolontariatu i aktywności społecznych wśród pracowników"
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

12

15 grudnia
Premiera raportu z 6. edycji badania CCIFP
Francusko-Polska Izba Gospodarcza
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym badania

KALENDARIUM

KONKURSY I NAGRODY

ranking odpowiedzialnych firm

RANKING ODPOWIEDZIALNYCH FIRM W 2021 ROKU

W XV. edycji ROF21 wzięło udział blisko 80 firm ocenionych pod względem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR). Tegoroczne zestawienie, opracowane przez prof. dr hab. Bolesława Roka oraz Jarosława Horodeckiego, zostało objęte patronatem Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Za weryfikację wyników odpowiadała firma Deloitte, partner merytoryczny ROF21. Wsparcia technologicznego w ramach partnerstwa udzielił SMART CSR. Ranking został objęty patronatem medialnym przez Dziennik Gazeta Prawna. Spośród 70 firm zakwalifikowanych do głównego zestawienia, w pierwszej dziesiątce znalazły się *[pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu]*:

1 BNP Paribas Bank Polska

2 Santander Bank Polska
2 Orange Polska

3 Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia
3 ING Bank Śląski

4 Signify Poland

5 Schenker

6 Coca-Cola HBC Polska
6 Grupa Lotos

7 Cemex Polska
7 Polpharma
7 Lidl Polska

8 Polskie Sieci Elektroenergetyczne
8 Kompania Piwowarska
8 PZU
8 PKN Orlen

9 L'Oreal
9 Capgemini

10 Lyreco
10 Jeronimo Martins Polska

Ponadto, wyróżnienia w sektorze „bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy" przyznano BNP Paribas Bank Polsk, Santander Bank Polska oraz – *ex aequo* na trzecim miejscu STU ERGO Hestia i ING Bank Śląski. W kategorii „dobra konsumpcyjne" zwyciężyły Coca-Cola HBC Polska, Kompania Piwowarska oraz L'Oreal, w branży „farmacja i medycyna" – Polpharma, Servier Polska oraz Sanofi, w sektorze „paliwa, energetyka, wydobycie"– Grupa Lotos, Polskie Sieci Elektroenergetyczne, PKN Orlen, Lubelski Węgiel Bogdanka. Liderami w kategorii „produkcja przemysłowa i chemiczna" zostały Signify Poland, Cemex Polska oraz Schumacher Packaging, w branży „handel" – Lidl Polska, Lyreco oraz Jeronimo Martins Polska, w sektorze „transport, logistyka, usługi" - Schenker, Grupa Raben oraz Geofizyka Toruń. W branży „telekomunikacja, technologia, media i rozrywka" zwyciężyły Orange Polska, Capgemini i T-Mobile Polska.

16. edycja
KONKURS VERBA VERITATIS
na najlepszą pracę z zakresu etyki biznesu

VERBA VERITATIS

Verba Veritatis, konkurs na najlepszą pracę z zakresu etyki biznesu, jest organizowany przez Związek Przedsiębiorstw Finansowych i Akademię Leona Koźmińskiego. W kapitule konkursu, pod przewodnictwem prof. dr hab. Bolesława Roka, zasiada Marzena Strzelczak, prezeska, dyrektorka generalna Forum Odpowiedzialnego Biznesu, które jest również patronem honorowym Verba Veritatis. Konkursowi patronuje także portal Odpowiedzialnybiznes.pl.

Najlepsze prace oceniane są w trzech kategoriach głównych. W XVI edycji konkursu została wręczona również Nagroda Różnorodności w nowej kategorii Diversity&Inclusion, której patronuje Karta Różnorodności koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

LAUREACI_TKI Verba Veritatis 2021

PRACE DOKTORSKIE
Dr Michał Rogatko
Komunikacja między radą nadzorczą a zarządem w polskich spółkach giełdowych. Perspektywa członków rad nadzorczych, obronionej w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

PRACE MAGISTERSKIE
I miejsce: mgr Weronika Kwaśnik
Wpływ działań nieodpowiedzialnego biznesu na działanie przedsiębiorstwa oraz decyzje interesariuszy, obronionej na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu,

II miejsce: mgr Agata Wiatrowska
Etyka i audyt śledczy jako narzędzia wykrywania i zapobiegania nadużyciom gospodarczym, obronionej na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu,

III miejsce (ex aequo):
mgr Joanna Bartczak
Pro-środowiskowe rozwiązania w branży kosmetycznej w obszarze opakowań, obronionej na Uniwersytecie Łódzkim,

mgr Ada Dąbkowska
Aspekty środowiskowe zrównoważonego rozwoju w branży motoryzacyjnej, obronionej na Uniwersytecie Łódzkim.

PRACE POZOSTAŁE (LICENCJACKIE)
I miejsce: Sandra Tomaszewicz
Polityka antymobbingowa studium przypadku. Projektowanie i realizacja, obronionej na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu,

II miejsce: Eryk Kruk
Uwarunkowania teoretyczne i praktyczne społecznej odpowiedzialności biznesu, obronionej na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu,

III miejsce (ex aequo):
Anita Hończak
Postrzeganie społecznej odpowiedzialności biznesu w pokoleniu Z, obronionej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu,

Aleksandra Królikowska
Działalność piramid finansowych oraz schematów Ponziego w teorii i praktyce, obronionej w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

NAGRODA RÓŻNORODNOŚCI
Najlepsza praca z kategorii PRACE POZOSTAŁE:

Sandra Tomaszewicz
Polityka antymobbingowa studium przypadku. Projektowanie i realizacja, obronionej na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu.

KONKURS
Raporty Zrównoważonego Rozwoju

KONKURS RAPORTY ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2021

W 15. edycji konkursu, organizowanego przez Stowarzyszenie Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę Deloitte, nagrodzono najlepsze raporty obejmujące dane niefinansowe za rok 2020. Konkursowi przyświeca idea promocji raportowania niefinansowego w Polsce i wskazania dobrych praktyk w tym obszarze. W jubileuszowej edycji projektu, pod patronatem m.in. Ministerstwa Finansów, Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej, Ministerstwa Rozwoju i Technologii, jury oceniało 55 publikacji.

Laureaci Konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju 2021:

NAGRODA GŁÓWNA W KATEGORII RAPORT ZINTEGROWANY:
ING BANK ŚLĄSKI
Zintegrowany Raport Roczny ING Banku Śląskiego 2020
Za raport oddający specyfikę działalności, odpowiadający na oczekiwania kluczowych interesariuszy i łączący perspektywę finansową i pozafinansową; za pokazanie rozwoju w strategii i w oparciu o mierzalne cele, jak również za lekkość i łatwość w odbiorze, przy jednoczesnej kompleksowości.

NAGRODA GŁÓWNA W KATEGORII RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU:
Żabka Polska
Raport Odpowiedzialności „Wygodnie i Odpowiedzialnie"
Za czytelny i zrozumiały raport, jasno pokazujący misję, wizję rozwoju i strategię ESG firmy; za precyzyjnie opisany model biznesowy i praktyczne Streszczenie Zarządcze.

NAGRODA ZA NAJLEPSZY DEBIUT:
Solaris Bus and Coach
Raport Zrównoważonego Rozwoju 2020
Za raport zawierający dużo, dobrze przygotowanych informacji, z czytelnym układem treści, konkretnym zestawem działań w obszarze SDG i ciekawie opisaną rolę firmy w „zeroemisyjnej" przyszłości.

WYRÓŻNIENIE ZA NAJLEPSZY DEBIUT:
Globe Trade Center
Raport ESG za 2020 rok
Za bardzo dobry, czytelny dla odbiorców i przejrzysty raport obejmujący kluczowe kwestie ESG.

WYRÓŻNIENIE W KATEGORII RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU:
Allegro
Raport ESG Allegro.eu 2020
Za nowoczesną formułę raportowania online.

WYRÓŻNIENIE W KATEGORII RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU:
CCC
Raport niefinansowy Grupy CCC za 2020/2021
Za duży postęp firmy w procesie raportowania, za publikację pokazującą rolę zrównoważonego rozwoju w strategii biznesowej firmy; za szczególnie dobrze przedstawione kwestie ochrony środowiska i obiegu materiałowego.

NAGRODA ZA NAJLEPSZY RAPORT ORGANIZACJI POZABIZNESOWEJ:
Stowarzyszenia Otwarte Klatki
Raport wpływu społecznego 2020
Za raport ciekawy w formie i treści, precyzyjnie opisujący skalę i zasady działania organizacji oraz dobrze pokazujący relacje z interesariuszami.

NAGRODA GIEŁDY PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH:
ING Bank Śląski
Zintegrowany Raport Roczny ING Banku Śląskiego 2020

NAGRODA INTERNAUTÓW:
Allegro
Raport ESG Allegro.eu 2020

LUDZIE, KTÓRZY ZMIENIAJĄ BIZNES

NAGRODA

NAGRODA „LUDZIE, KTÓRZY ZMIENIAJĄ BIZNES"

Ideą, która przyświeca Nagrodzie „Ludzie, którzy zmieniają biznes" jest wyróżnienie osób, które poprzez swoją działalność zawodową oraz zaangażowanie poza miejscem pracy propagują koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu w środowisku biznesowym i, szerzej, w społeczeństwie. Nagrody za działania zrealizowane w latach 2019-2020 przyznano w 2 kategoriach głównych: biznes, sektor pozabiznesowy oraz w 4 kategoriach specjalnych: zarządzanie różnorodnością, wolontariat pracowniczy, gospodarka w obiegu zamkniętym, zrównoważone innowacje społeczne. Jury podjęło decyzję o nieprzyznawaniu nagrody w kategorii specjalnej „Ochrona klimatu".

LAUREACI_TKI KONKURSU 2021:

BIZNES

Ela Bonda
NatWest Poland
Za innowacyjne praktyki wspierające systemowe działania budujące włączające środowisko pracy, a zarazem gotowość do dzielania się wiedzą i aktywność poza macierzystą organizacją.

Karolina Długosz
Netguru
Za konsekwencję i transparentność w podejmowaniu działań związanych z tematem nierówności oraz nieustającą inicjatywę w obszarze diversity & inclusion.

Artur Kotow
PwC Polska
Za umiejętne i skuteczne łączenie potencjałów różnych sektorów, wykorzystanie zaangażowania społecznego i kompetencji pracowników do odpowiedzi na aktualne wyzwania związane z transformacją technologiczną.

SEKTOR POZABIZNESOWY

Agnieszka Czmyr-Kaczanowska i Joanna Gotfryd
Fundacja Mamo Pracuj
Za powołane do istnienia i rozwijanie Fundacji Mamo Pracuj jako odpowiedzi na wyzwania aktywizacji i wzmacniania pozycji kobiet na rynku pracy.

Paula Rettinger-Wietoszko
Fundacja Zostaw Swój Ślad
Za uwrażliwianie i integrację różnych środowisk społecznych z biznesem.

Tomasz Smorgowicz
Fundacja Rozwoju Społecznej Odpowiedzialności HELISA
Za inicjowanie projektów przyczyniających się do propagowania ekonomii społecznej (SPOKO – Społeczny Kosz) i działań edukacyjnych dla mikro i małych przedsiębiorców (Społeczne Zarządzanie Marką).

ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ

Ela Bonda
NatWest Poland
Za liczne działania w obszarze Diveristy & Inclusion w szczególności zawiązanie różnorodnych sieci pracowniczych działających w oparciu o standardy ESG.

Wyróżnienie

Olgierd Geblewicz
Marszałek Województwa Zachodniopomorskiego
Za systemowe działania zmierzające do wykształcenia świadomych postaw otwartości na różnorodność oraz wdrażanie horyzontalnych polityk równościowych w strategiach i programach w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Zachodniopomorskiego.

WOLONTARIAT

Dagmara Witek- Kuśmider
Fundacja K.I.D.S.
Za wprowadzenie nowej energii w wolontariacie kompetencyjnym, a zwłaszcza umiejętność połączenia know-how korporacji z innowacyjnością start-upów na rzecz placówek medycznych w transformacji oraz zbudowanie skutecznego partnerstwa sektorowego i międzysektorowego.

GOSPODARKA W OBIEGU ZAMKNIĘTYM

Benjamin Delozé
Orange Polska
Za skuteczne przełamanie schematów działania, wdrożenie projektu, który jest wzorem dla innych w poszukiwaniu innowacyjnych rozwiązań w procesie przechodzenia do gospodarki cyrkularnej w dużej, międzynarodowej organizacji.
Za konsekwentne, kilkuletnie działania w obszarze gospodarki cyrkularnej, które owocują policzalnymi wynikami.

ZRÓWNOWAŻONE INNOWACJE SPOŁECZNE

Magdalena Olborska
Samsung Electronics Polska
Za odważne łączenie CSR z nowymi technologiami, pozytywną energię i umiejętne budowanie mostów między teraźniejszością i dobrą przyszłością.

OCHRONA KLIMATU

Jury nie przyznało nagrody w tej kategorii.
„Katastrofalne wydarzenia takie jak powodzie, huragany, fale upałów czy pożary, które miały miejsce w ciągu minionych dwóch lat na świecie i w Polsce, pokazały jak pilne i potrzebne są zdecydowane działania na rzecz dochodzenia do neutralności klimatycznej. Nowe regulacje dotyczące zrównoważonego finansowania rozwoju gospodarczego oraz wzrastająca presja społeczna wzmagają oczekiwania wobec biznesu w zakresie odpowiedzialnego podejścia do kwestii środowiskowych i działań na rzecz ochrony klimatu. Wszystko to sprawia, że potrzebujemy konkretnych, innowacyjnych i przynoszących ambitne rezultaty rozwiązań, które mogą stać się wzorem dla innych organizacji, zachęcając je do działania. Podobnie jak w 2019 roku, niezmiennie uważamy, że w obliczu kryzysu klimatycznego, który nas dotyka – od Ludzi, którzy zmieniają biznes można oczekiwać dużo więcej".

LISTKI CSR TYGODNIKA POLITYKA

Tygodnik POLITYKA już po raz 10. przyznał Listki CSR najbardziej odpowiedzialnym i zaangażowanym społecznie firmom. Partnerami merytorycznymi zestawienia są firma Deloitte i Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Ze względu na jubileuszową edycję przyznano także specjalny tytuł *Diamentowy Listek CSR POLITYKI 2011-2021*.

[Pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu]

DIAMENTOWY LISTEK

Orange Polska SA
PKN Orlen SA
Polpharma SA
Schenker sp. z o.o.

ZŁOTY LISTEK

Adamed Pharma SA
Bank Millennium SA
Grupa Raben
Grupa Tauron SA
ING Bank Śląski SA
Jeronimo Martins Polska SA
Kaufland Polska Markety
Lidl Polska
Orange Polska SA
Polpharma SA
PKN ORLEN SA
Polskie Sieci Elektroenergetyczne SA
Santander Bank Polska SA
Schenker Sp. z o.o.

SREBRNY LISTEK

AGORA SA
Allegro.pl Sp. z o.o.
ANWIL SA
ArcelorMittal Poland SA
Auchan Polska Sp. z o.o.
Bank Ochrony Środowiska SA
BNP Paribas Bank Polska SA
Carlsberg Polska Sp. z o.o.
CCC SA
Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.
Credit Agricole Bank Polska SA
Energa Grupa Orlen SA
Grupa ENEA SA
Grupa LOTOS SA
Grupa Lubawa SA
Grupa Żywiec SA
Inter Cars SA
Kompania Piwowarska SA
Kuehne + Nagel Sp. z o.o.
LPP SA
mBank SA
Provident Polska SA
SITECH Sp. z o.o.
STU ERGO Hestia SA

BIAŁY LISTEK

3M Poland sp. z.o.o.
AmRest Sp. z o.o.
Arche SA
BASF Polska Sp. z o.o.
CANPACK SA
Capgemini Polska Sp. z o.o.
Carrefour Polska Sp. z o.o.
CEMEX Polska Sp. z o.o.
Comarch SA
DNB Bank Polska SA
Fabryka Łożysk Tocznych – Kraśnik SA
Fabryki Mebli „FORTE" SA
Ferrero Sp. z o.o.
FM Polska Sp. z o.o.
FRoSTA Sp. z o.o.
Gdańsk Transport Company SA
Goodvalley Polska
Górażdże Cement SA
Grupa ANG SA
GPEC Sp. z o.o.
MTP Sp. z o. o.
Grupa Muszkieterów
Hanplast Sp. z o.o.
Henkel Sp. z o.o.
Hochland Sp. z o.o.
L'Oréal Polska Sp. z o.o.
Lubelski Węgiel Bogdanka SA
Medicover Polska SA
Michelin Polska Sp. z o.o.
Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne SA w Krakowie
Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice Sp. z o.o.
Nowy Styl Sp. z o.o.
GK Pelion SA
PepsiCo Polska
Philip Morris Polska SA
PKO Bank Polski SA
Robert Bosch Sp. z o.o.
Sanofi Sp. z o.o.
Schumacher Packaging Sp. z o.o.
Sephora Polska Sp. z o.o.
Shell Polska Sp.z.o.o
Signify Poland Sp. z o.o.
Skanska Residential Development Poland Sp. z o.o.
Sodexo Polska Sp. z o.o.
Solaris Bus&Coach Sp. z o.o.
Stena Recycling Sp. z o.o.
SumiRiko Poland Sp. z o.o.
Volkswagen Motor Polska Sp. z o.o.
Volvo Polska
Wawel SA
Wunderman Thompson Technology Sp. z o.o.
Wyborowa SA
Zespół Elektrociepłowni Wrocławskich KOGENERACJA SA
Żywiec Zdrój SA

WYBRANE BADANIA I PUBLIKACJE FOB

1. E-wolontariat i narzędzia cyfrowe w wolontariacie pracowniczym

https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/e-wolontariat-i-narzedzia-cyfrowe-w-wolontariacie-pracowniczym/

2. Dojrzałość w zarządzaniu różnorodnością i inkluzja w miejscu pracy w Polsce. Raport z I edycji badania Diversity IN Check

https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/dojrzalosc-w-zarzadzaniu-roznorodnoscia-i-inkluzja-w-miejscu-pracy-w-polsce-raport-z-i-edycji-badania-diversity-in-check/

3. Łączy nas różnorodność. Nowy przewodnik po Karcie Różnorodności

https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/laczy-nas-roznorodnosc-nowy-przewodnik-po-karcie-roznorodnosci/

KALENDARIUM

4. Obowiązki biznesu wobec otoczenia. Głos zarządzających firmami działającymi w Polsce
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/obowiazki-biznesu-wobec-otoczenia-glos-zarzadzajacych-firmami-dzialajacymi-w-polsce-2/

5. Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2020. Dobre praktyki" / Responsible business in Poland 2020. English Summary
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-2020/ https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/responsible-business-in-poland-2020-english-summary/

6. Przygotuj się, nawet jeśli (jeszcze) nie wiesz na co. Co biznes ma wspólnego z aktywizmem
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/aktywizm-korporacyjny/

7. Zrównoważony ślad cyfrowy. Na czym polega odpowiedzialność przyszłości?
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Szkoła Główna Handlowa
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/zrownowazony-slad-cyfrowy-na-czym-polega-odpowiedzialnosc-przyszlosci/

8. Zmiany dotyczące raportowania informacji niefinansowych
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/zmiany-dotyczace-raportowania-informacji-niefinansowych/

WYBRANE BADANIA Z ZAKRESU CSR

1. Sytuacja społeczna osób LGBTA w Polsce Kampania Przeciw Homofobii, Stowarzyszenie Lambda Warszawa

2. Ageizm w Polsce – podsumowanie eksperymentalnego badania terenowego
Polski Instytut Ekonomiczny

3. Wykluczenie społeczno-cyfrowe w Polsce. Stan zjawiska, trendy, rekomendacje Orange Polska, Fundacja Orange

4.Korporacyjna obojętność. Cele i strategie klimatyczne emitentów notowanych na GPW
Fundacja Instrat

5. Kobiety w finansach 2021 Antal

6. The worker-employer relationship disrupted Deloitte

7. Nie marnujmy. Perspektywy zapobiegania marnotrawstwu żywności w Polsce do 2030 roku
Federacja Polskich Banków Żywności

8. The Inequality Virus Oxfam

9. Argumenty ekonomiczne przemawiające za inkluzją osób LGBT+ w Europie Środkowo-Wschodniej
Open For Business

10. Filantropia korporacyjna w Europie Środkowo-Wschodniej
Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe, Kantar

WYBRANE PUBLIKACJE Z ZAKRESU CSR

1. Pojęciownik równościowy
Urząd Miasta Poznania

2. Działania powiatowych urzędów pracy mające na celu upowszechnianie oferty aktywizacyjnej Instytut Badań Strukturalnych

3. Zielone finanse w Polsce 2021
UN Global Compact Network Poland, Instytut Odpowiedzialnych Finansów

4. Jak pisać i mówić o uchodźcach? Instytut Zamenhofa

5. Corporate reporting on social matters Climate Disclosure Standards Board

6. Diversity and Inclusion in times of crisis Diversity@Work

7. The Ocean Plastics Reduction Guide European Investment Bank

8. Ryzyka związane z ESG w bankach KPMG

9. The Sustainable Development Goals Report 2021 ONZ

10. Monitorowanie realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju w Polsce
Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii

11. Równość rodzicielska na polskim rynku pracy. Jak firmy wspierają zaangażowane ojcostwo? Polityka Insight

12. Wytyczne do raportowania ESG Giełda Papierów Wartościowych EBOiR

13. Zrównoważony e-commerce
Izba Gospodarki Elektronicznej

14. Global report on Ageism
WHO

15. Jak mówić i pisać o grupach narażonych na dyskryminację
FleishmanHillard

16. Przyszłość lasów w Unii Europejskiej Greenpeace

17. Primer on Climate Change: Directors' Duties and Disclosure Obligations Commonwealth Climate and Law Initiative, Climate Governance Initiative

18. Klimatyczne ABC. Interdyscyplinarne podstawy współczesnej wiedzy o zmianie klimatu Uniwersytet Warszawski

19. Vision 2050: Time to Transform WBCSD

20. Ku włączającej transformacji rynku pracy. Zbiór dobrych praktyk CSR Europe

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Cel 1
66 praktyk

Wyeliminować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie

Cel 2
25 praktyk

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

Cel 3
519 praktyk

Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt

Cel 4
410 praktyk

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

Cel 5
130 praktyk

Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt

Cel 6
32 praktyki

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

Cel 7
73 praktyki

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

Cel 8
320 praktyk

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

Cel 9
136 praktyk

Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność

Cel 10
268 praktyk

Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami

Cel 11
226 praktyk

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

Cel 12
368 praktyki

Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji

Cel 13
328 praktyk

Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom

Cel 14
20 praktyk

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

Cel 15
93 praktyki

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

Cel 16
63 praktyki

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
134 praktyki

Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalnego partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju

O FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Biznes, który zmienia świat
Ludzie, którzy zmieniają biznes

Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest najdłużej działającą, od 2000 roku, i największą organizacją pozarządową w Polsce, która zajmuje się koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób.

Forum to organizacja 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

World Business Council for Sustainable Development
CSR Europe
CSR360 Global Partner Network
Business in the Community
The Global Compact
GRI
SDSN Member
Climate Governance Initiative

WYBRANE PUBLIKACJE 2021 R.

WSPÓŁPRACA W POLSCE

Konkurs Raporty Zrównoważonego Rozwoju

15. edycja Konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju (współpraca z Deloitte)

X edycja Listków CSR POLITYKI (Organizatorem jest Tygodnik Polityka, partnerami Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte).

ranking odpowiedzialnych firm

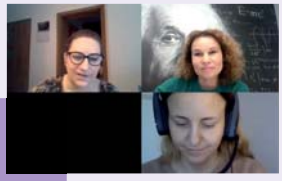
XV Ranking Odpowiedzialnych Firm 2020 (od 2018 roku organizatorem jest Koźmiński Business Hub, partnerem merytorycznym jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu). Za weryfikację odpowiada Deloitte. Partnerem medialnym jest Dziennik Gazeta Prawna.

Współorganizacja grup roboczych w ramach Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, działającego przy Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej.

FOB W LICZBACH / 2021

PROGRAM PARTNERSTWA

Kompleksowy program współpracy FOB z firmami, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do szerzenia idei CSR w Polsce.



55 partnerów strategicznych

7 nowych Partnerów w 2021 roku

26 sspotkań i webinariów dla Partnerów, z czego 8 dotyczyły wolontariatu pracowniczego

4 prasówki – „Co się dzieje w wolontariacie i wolontariacie pracowniczym?"

KARTA RÓŻNORODNOŚCI

Zobowiązanie pracodawcy do przeciwdziałania dyskryminacji, prowadzenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością.

43 nowych Sygnatariuszy,

9. rok obecności Karty w Polsce, w ramach obchodów **VIII** Dnia Różnorodności odbył się 2. Miesiąc Różnorodności.

Został przygotowany **Nowy przewodnik po Karcie Różnorodności. Łączy nas różnorodność**

LUDZIE, KTÓRZY ZMIENIAJĄ BIZNES

NAGRODA

Nagroda przyznana osobom, które w latach 2019-2020 aktywnie działały na rzecz upowszechniania koncepcji CSR i zrównoważonego rozwoju w praktyce.

IV edycja

7 kategorii – 2 główne, 5 specjalnych

12 nagród

PIÓRO ODPOWIEDZIALNOŚCI

Konkurs dla dziennikarzy i dziennikarek oraz ekspertów i ekspertek piszących na temat CSR, ESG i zrównoważonego rozwoju.

52 zgłoszenia

3 nagrody główne

7 wyróżnień

1 nagroda specjalna

LIGA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Inauguracja **18.** edycji programu

15 Ambasadorów i Ambasadorek

4 ścieżki tematyczne

141 uczestników i uczestniczek w I etapie Ogólnopolskiego Konkursu Wiedzy o CSR

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
		Liczba praktyk w obszarze							
1.	**3M Poland**		3	1				4	39, 45, 78, 168, 176, 193, 212
2.	**5 STRONA**				1			1	110, 204
3.	**7R**				1				124
4.	**Accor Services Poland**			1					86
5.	**Adamed Pharma**			6				4	56, 66, 68, 72, 201, 208, 222
6.	**Agencja Reklamowa ArtGroup**							3	177, 205, 212
7.	**ALDI**	1		1	4		3		30, 56, 104, 122, 127, 158, 160, 162
8.	**Allegro**	1	1	2	1	1	1	3	30, 43, 62, 66, 129, 148, 158, 177, 218
9.	**Alstom Konstal**		1	1	1			3	38, 92, 111, 177, 218, 222
10.	**AmRest Coffee**				4			1	140, 141, 218
11.	**Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne**			4	3			3	52, 92, 104, 108, 111, 177, 213
12.	**ANWIL**			6	2			2	52, 56, 59, 79, 87, 111, 138, 173, 208
13.	**Aquanet Laboratorium**							1	200
14.	**Aquanet**	2		1	3			1	27, 31, 79, 107, 124, 218
15.	**ARC Software**							2	193
16.	**ArcelorMittal Poland**		2	6				2	38, 39, 52, 72, 92, 222
17.	**Architecture Snob**				1				122
18.	**Asseco Poland**				1			2	104, 177
19.	**Auchan Retail Polska**			1	4		1	4	79, 129, 138, 141, 158, 170, 177, 178
20.	**AVON COSMETICS POLSKA**		1					3	38, 201, 208
21.	**Bank Gospodarstwa Krajowego**			2	1				79, 111
22.	**Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy**		1	2	3			3	39, 79, 104, 124, 131, 190, 211, 218
23.	**Bank Millennium**				2			2	111, 124, 178
24.	**Bank Pekao**	1	1	6				2	31, 39, 62, 68, 72, 79, 92, 193, 205
25.	**BASF Polska**		1		2			5	39, 133, 178, 193, 222
26.	**Bayer**					1		1	148, 201
27.	**Biofarm**							1	168
28.	**Blue City**							2	173, 178
29.	**BNP Paribas Bank Polska**	2	2		1		2	2	32, 40, 45, 133, 158, 161, 178
30.	**BNP Paribas Securities Services**				2			3	111, 173, 178
31.	**Bridgestone Poznań**			3	1			2	52, 62, 92, 111, 171, 178
32.	**Budimex**		1	5	1			3	45, 59, 70, 72, 80, 131, 171, 178
33.	**Canon Polska**				1			5	111, 173, 179, 193, 218
34.	**Capgemini Polska**		2	3	1			3	43, 45, 73, 80, 93, 133, 190, 194
35.	**Carlsberg Polska**	1		3			1	4	28, 68, 73, 93, 160, 173, 201
36.	**Carrefour Polska**				5	1	3	1	127, 128, 138, 152, 159, 161, 162, 201
37.	**Casinos Poland**			1					73
38.	**Castorama Polska**			3	2			3	73, 80, 93, 111, 138, 179, 194

Lp.	Nazwa firmy	Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Strony
		Liczba praktyk w obszarze							
39.	**CEMEX Polska**	1	1	2	2	2		2	27, 40, 52, 53, 106, 112, 152, 171, 174
40.	**Ceramika Tubądzin**				1				124
41.	**Clariter Poland**		1	3	1			2	45, 66, 87, 93, 121, 179, 223
42.	**CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm**		1	2				5	43, 62, 73, 179, 213, 218
43.	**Coca-Cola HBC Polska**			4	2	1			53, 87, 112, 124, 153
44.	**Coca-Cola Poland Services**				2	1			112, 153
45.	**Columbus Energy**			3	4	1	1		62, 73, 93, 112, 121, 129, 148, 159
46.	**Compensa**	2		5				2	26, 27, 62, 68, 73, 87, 171, 201
47.	**Credit Agricole Bank Polska**		1	1	4		3	1	45, 87, 131, 133, 143, 158, 159, 162, 211
48.	**Credit Suisse Poland**		3	5	1			1	38, 40, 45, 59, 66, 73, 80, 87, 112, 218
49.	**CSR Consulting**				2	2			112, 133, 148
50.	**CSRinfo**					3		1	148, 223
51.	**Dalkia Polska**			1	2				53, 112, 124
52.	**Dalpo**			1	1			1	68, 124, 179
53.	**Danone**	1	1		1		2		32, 46, 135, 161
54.	**DB CARGO POLSKA**		1	7	1			1	46, 53, 56, 74, 87, 133, 179
55.	**DB Schenker**			4					74, 88, 93
56.	**DCT Gdańsk**		1	1	2			3	46, 80, 104, 138, 174, 179
57.	**Deloitte Polska**		3	1	4			1	40, 46, 69, 108, 112, 133, 134, 180
58.	**dentsu Polska**			5				5	59, 70, 74, 85, 88, 180, 194, 213
59.	**DIAGNOSTYKA**	1		1	1		3	2	30, 70, 143, 162, 163, 208
60.	**Dimedic Limited**							6	208, 209
61.	**DOZ**			3				6	56, 59, 93, 168, 174, 202, 218
62.	**DOZAMEL**			1				1	63, 194
63.	**DrTusz**							1	168
64.	**Echo Investment**				2			1	104, 122, 224
65.	**Ecol-Group**				5				113
66.	**Egis Polska**	1	1	5	1			2	26, 46, 63, 74, 88, 94, 113, 180, 206
67.	**Eiffage Immobilier Polska**				2			2	123, 174, 180
68.	**Eiffage Polska Budownictwo**			2	1			1	57, 63, 123, 143, 180
69.	**Ekoenergetyka Polska**			4				2	57, 60, 74, 80, 180
70.	**ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego**				1		1		113, 159
71.	**ElproSys**				2				138, 143
72.	**Emitel**	3		7					29, 31, 32, 53, 57, 74, 80, 86, 88, 94
73.	**Energa Grupa ORLEN**	1			3			5	32, 108, 113, 144, 168, 180, 181, 213, 224
74.	**ENERIS**			2	2			2	53, 74, 113, 114, 174, 200
75.	**eobuwie.pl**							4	181

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
		Liczba praktyk w obszarze							
76.	**EPP**							2	174, 209
77.	**epruf**			2					66, 67
78.	**Europ Assistance Polska**			1		1		1	94, 148, 194
79.	**Europejski Fundusz Leasingowy**		1	2	2	2		2	40, 74, 88, 114, 148, 149, 202, 218
80.	**EY Polska**		3	1	1			4	43, 46, 81, 134, 181, 191, 213
81.	**Fabryki mebli „FORTE"**	1		5	2			1	29,54, 60, 70, 81, 94, 104, 114, 213
82.	**FAMUR**							1	194
83.	**Farm Frites Poland**							3	209, 213, 219
84.	**Ferrero Polska Commercial**	3	2	2				2	26, 29, 43, 46, 60, 71, 168
85.	**FleishmanHillard**					1			149
86.	**FM Logistic**							1	114
87.	**FORUM GDAŃSK**				1			3	134, 171, 181, 209
88.	**Fujitsu Technology Solutions**				6			1	114, 134, 141, 223
89.	**Fundacja Veolia Polska**				6	1		1	106, 114, 124, 134, 154, 225
90.	**Future Collars**		1					2	40, 191, 202
91.	**Gdańsk Transport Company**			1	1		1	4	63, 104, 162, 171, 174, 202
92.	**GE Medical Systems Polska**			1					75
93.	**Generali Polska**			2					63, 94
94.	**Geotrans**		1	3	2				44, 88, 94, 121, 129
95.	**Globe Trade Centre**	1			2				31, 109, 134
96.	**Go Responsible**					1			149
97.	**Goodvalley**				1				109
98.	**Górażdże Cement**			1	1			1	81, 131, 181
99.	**GPEC**			4				1	67, 75, 81, 94, 182
100.	**Grand Parade**		2	1				2	40, 46, 63, 182, 223
101.	**Groupe SEB Polska**			2	5	1		2	75, 94, 114, 129, 130, 138, 154, 182, 214
102.	**GRUPA AGORA**				3			7	115, 125, 134, 182, 191, 194, 202, 206, 219
103.	**Grupa Amica**		1					7	39, 174, 182, 195, 209, 214, 225
104.	**Grupa ANG**	2		2	1	2		1	32, 67, 95, 149, 121, 182
105.	**Grupa CCC**	2			7	1			32, 109, 128, 130, 131, 134, 135, 138, 154
106.	**Grupa Enea**			2	2	1	1	4	81, 95, 115, 152, 163, 168, 195, 209, 214
107.	**Grupa Eurocash**				2	2	1	5	110, 144, 149, 154, 158, 182, 202, 211, 212, 214
108.	**Grupa Kapitałowa LOTOS**	1		3	1	1		4	31, 63, 71, 95, 115, 149, 168, 169, 182, 202
109.	**Grupa Maspex**							2	195
110.	**Grupa MTP**							2	202, 224
111.	**Grupa Muszkieterów**							3	174, 182, 209
112.	**Grupa OLX**					1		2	149, 172, 206
113.	**Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)**	1			1		1	6	32, 132, 162, 172, 182, 183, 191, 207

Lp.	Nazwa firmy	Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Strony
		Liczba praktyk w obszarze							
114.	**Grupa Schiever w Polsce**			4	3	1			57, 75, 81, 95, 121, 128, 141, 152
115.	**Grupa TAURON**			1	4		2	3	88, 115, 125, 132, 162, 164, 169, 195, 205
116.	**Grupa VELUX**			1	4			2	60, 106, 115, 123, 135, 183, 202
117.	**Grupa Żywiec**		1	2	6			1	47, 95, 127, 132, 135, 138, 139, 141, 203
118.	**GXO**			4				1	54, 63, 75, 183
119.	**HCL**		1		1			2	47, 144, 169, 219
120.	**Henkel Polska**		1	2	3	1	1	1	40, 81, 88, 115, 139, 150, 159, 183
121.	**Hewlett Packard Enterprise Global Business Center**		1	5			1	3	41, 75, 95, 96, 164, 195, 214, 219
122.	**Higma Service**			1				1	54, 203
123.	**Hilti Poland**			1					81
124.	**Hochland**	1	1	1	4	1		2	27, 41, 67, 104, 116, 125, 130, 152, 183, 205
125.	**Holding 1**			2					63, 81
126.	**Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe**			1			1	1	89, 159, 195
127.	**HRlink**					3			150
128.	**HSBC Bank Polska**			1					64
129.	**HSBC Service Delivery Polska**			5	1				75, 76, 89, 96, 116
130.	**Huawei Polska**		2					7	41, 169, 205, 209, 212, 214, 223
131.	**IKEA Retail**				4		1	3	116, 130, 139, 161, 183, 203, 207
132.	**Infosys Poland**			1	2			1	76, 135, 141, 183
133.	**ING Bank Śląski**		1	3	3		1	2	38, 76, 86, 96, 116, 135, 159, 191, 195
134.	**ING Tech Poland**		1	3				6	47, 71, 76, 89, 172, 191, 214, 215
135.	**Intelligent Logitic Solutions**			1					69
136.	**InterKadra**			4	2			2	60, 64, 67, 89, 116, 139, 183, 215
137.	**intive**		2	2	2			2	41, 47, 89, 96, 116, 144, 174, 183
138.	**Intrum**	1		2			1		33, 76, 159
139.	**Jastrzębska Spółka Węglowa**			4	2			4	54, 57, 71, 76, 132, 135, 169, 195, 209, 223
140.	**Jeronimo Martins Polska**			1	2	1	1	5	89, 116, 135, 152, 162, 184, 196, 207, 219
141.	**Jet Line**							2	169, 172
142.	**Job Impulse**		2	1					44, 47, 96
143.	**KABAK**				1			1	141, 205
144.	**Kaufland Polska Markety**			1	3		3	3	57, 128, 141, 161, 163, 184, 196, 209
145.	**KGHM Polska Miedź**			4				6	60, 82, 169, 175, 184, 203, 209, 215
146.	**KNK PRODUCTION & DEVELOPMENT**				4				110, 129, 130, 141
147.	**Kompania Piwowarska**			2	2		1	4	54, 89, 116, 161, 203, 219
148.	**Kopalnia Soli „Wieliczka"**			2	2			4	54, 89, 125, 169, 196, 205, 210
149.	**KPMG w Polsce**	1		3	1			5	26, 57, 67, 71, 108, 184, 215, 223
150.	**Krajowy Integrator Płatności**			1					90
151.	**Kronospan KO**			1	1			2	96, 117, 196, 215

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
		Liczba praktyk w obszarze							
152.	**Kronospan Mielec**			1				2	96, 172, 184
153.	**Kronospan Polska**		1	3	1			4	44, 60, 64, 90, 117, 191, 196, 215
154.	**KRUK**			2	2	1	1	3	60, 90, 117, 154, 160, 184, 192
155.	**Kuehne+Nagel**	1	1	1	5	1			26, 47, 54, 110, 121, 125, 135, 142, 154
156.	**KUKE**			1				1	82, 184
157.	**Kwartz**				2				117, 136
158.	**Leroy Merlin Polska**	1		4	3			1	29, 61, 64, 82, 86, 105, 117, 175
159.	**Lewiatan Holding**				1	1		2	139, 152, 184
160.	**Lidl Polska**		1		8	1			41, 105, 117, 128, 136, 142, 152
161.	**L'Oréal Polska**		1	1	2			3	41, 82, 117, 136, 185, 203, 219
162.	**LOTTE Wedel**	1	1	2	2	2	1	1	28, 44, 67, 105, 110, 154, 158, 175
163.	**LPP**		1	3	2			4	47, 64, 71, 82, 136, 142, 175, 185, 212, 219
164.	**Lubelski Węgiel Bogdanka**	1		3	2			4	28, 61, 82, 96, 106, 109, 175, 185, 203, 220
165.	**LUX MED**			2	3	2		3	69, 90, 129, 132, 144, 150, 154, 169, 185, 196
166.	**Lyreco Polska**	1		1	7			1	29, 97, 108, 110, 136, 139, 142, 144, 185
167.	**MAKRO Polska**	2		1	4	1	1	1	26, 33, 76, 125, 128, 142, 143, 153, 163, 216
168.	**Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego**	1		2		3		4	33, 69, 82, 150, 192, 196, 212, 224
169.	**Many Mornings**		1		2			7	38, 110, 117, 175, 185, 203, 207, 210, 220
170.	**Mars Polska**			3				5	57, 82, 90, 185, 186, 203, 210
171.	**Mastercard Europe Oddział w Polsce**						1	1	164, 220
172.	**mBank**	1		1	2		2	4	33, 77, 125, 136, 162, 164, 186, 196, 205, 212
173.	**McCormick Polska**							1	220
174.	**McDonald's Polska**				1				139
175.	**Merck Business Solutions Europe**			3	1				61, 69, 97, 105
176.	**Międzynarodowe Targi Gdańskie**				1			1	143, 175
177.	**Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice**						3		163, 164
178.	**MindBlowing**				2			1	118, 139, 206
179.	**Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni**					1		4	153, 175, 186, 206, 220
180.	**Mondelēz International w Polsce**				2	1			107, 142, 153
181.	**mPTech**							3	186
182.	**Nationale-Nederlanden**		1	3				6	41, 83, 170, 172, 200, 210, 216
183.	**NatWest**		5	2				1	38, 39, 42, 71, 97, 186
184.	**Nestlé Polska**				2		1	4	107, 139, 160, 170, 176, 186
185.	**Nhood Polska**	1			3		2	4	33, 107, 130, 144, 158, 164, 176, 210, 225
186.	**Nieagencja**		1					2	42, 192, 220
187.	**Nowy Styl**				2	3		2	118, 142, 150, 153, 186, 197
188.	**NSG Group właściciel marki Pilkington**		1	3				1	47, 54, 58, 97, 186

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
		Liczba praktyk w obszarze							
189.	**NU-MED Centrum Diagnostyki i Terapii Onkologicznej Katowice**							2	170, 186
190.	**Fundacja Nutricia**						1	1	160, 204
191.	**OBI**	1		1	3				26, 69, 118, 121, 126
192.	**Objectivity**		1	4				4	39, 64, 71, 97, 187, 220
193.	**Orange Polska**	3	1		2	1	1	2	33, 42, 126, 132, 150, 164, 192, 197
194.	**Ørsted Polska**				1				121
195.	**P.P.H. WObit E.K.J. Ober**			1				5	83, 187, 216, 220
196.	**Panattoni**				8				105, 107, 109, 126, 132, 144
197.	**Pelion**	1		3	2			1	29, 61, 97, 121, 130, 187
198.	**Pepco**	1		2	2			5	34, 61, 64, 126, 142, 172, 187, 207, 220
199.	**PepsiCo Consulting Polska**				1				140
200.	**PGE Polska Grupa Energetyczna**	1		2	3	1	1	2	26, 58, 77, 106, 107, 126, 153, 163, 204, 221
201.	**Pharmalink**							1	210
202.	**PHARMAPOINT**							1	172
203.	**Philip Morris Polska**		3	4	1	1			42, 44, 61, 77, 86, 90, 110, 150
204.	**PKO Bank Polski**	1		1		1		1	34, 97, 151, 187
205.	**PKP CARGO**			5	1			1	54, 58, 64, 90, 126, 206
206.	**PKP Energetyka**			4	1			2	55, 83, 86, 98, 126, 187, 197
207.	**Planko**			1		1			64, 153
208.	**Polenergia**	1	1	1	3			3	28, 47, 98, 105, 106, 107, 176, 216
209.	**Polpharma**			5	2	2			69, 77, 86, 98, 109, 140, 151
210.	**Polski Fundusz Rozwoju**			1	1			7	83, 118, 170, 192, 197, 212, 216
211.	**Polski Koncern Naftowy ORLEN**	1		2	2			4	29, 55, 106, 126, 176, 204, 210, 221
212.	**Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**			3	3			2	83, 90, 98, 105, 107, 118, 197
213.	**Polskie Sieci Elektroenergetyczne**	2			1			2	28, 31, 109, 176, 197
214.	**Poznański Park Naukowo-Technologiczny**			2	1	1		1	58, 90, 118, 151, 170
215.	**Procter & Gamble Polska**		1		1			4	48, 118, 187, 207
216.	**Provident Polska**	1	1	2	1			4	29, 42, 83, 91, 118, 170, 197, 206, 224
217.	**Pulire część grupy Samsic Polska**		1						42
218.	**PwC**		1	2	2			4	48, 84, 91, 118, 119, 188, 200, 201, 224
219.	**PZU**	1		2	3			2	34, 69, 98, 126, 129, 136, 210, 211
220.	**PZU Zdrowie**			2	1		2	5	77, 86, 121, 162, 164, 188, 211
221.	**Refinitiv Poland**			2					84
222.	**Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań**				3			1	119, 140, 198
223.	**RELATIONS MARIA PAWŁÓW**					1			151
224.	**Robert Bosch**		1		1			2	42, 136, 188, 217
225.	**ROBYG**	2	1		5			1	26, 34, 48, 105, 123, 137, 225

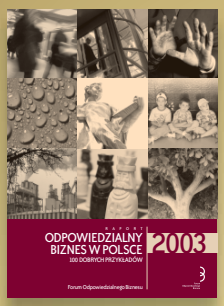
INDEKS FIRM

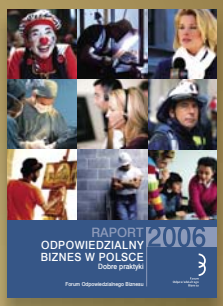
Lp.	Nazwa firmy	Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Strony
		Liczba praktyk w obszarze							
226.	**Rödl & Partner**	1	2	5	1			1	30, 43, 48, 65, 72, 77, 98, 122, 188
227.	**Rossmann SDP**							4	188, 192, 198
228.	**Sabre Polska**		1	3					48, 84, 98
229.	**Samsung**			4				6	58, 72, 99, 173, 192, 198, 212, 224
230.	**Sanofi**		1	3	2			4	48, 72, 91, 99, 137, 140, 204
231.	**Santander Bank Polska**	1	1	3			1	4	34, 48, 68, 91, 158, 188, 198, 201, 224
232.	**Santander Leasing**			3	2			1	65, 77, 99, 108, 129, 217
233.	**Savills Polska**			1					99
234.	**SEGRO Poland**				4			2	106, 132, 142, 144, 188, 198
235.	**Sela**			2				4	61, 99, 188, 198
236.	**Servier Polska**							2	192, 217
237.	**Shell Polska**		1	2	4				44, 61, 91, 119, 127, 137, 144
238.	**SimCorp**		1	3				1	44, 84, 91, 99, 188
239.	**Skanska Residential Development Poland**			2	3		2		84, 99, 109, 123, 127, 159, 164
240.	**Skanska**			4	3				55, 77, 84, 100, 119, 137, 145
241.	**Sodexo Polska**	1	4	3	2				30, 39, 44, 48, 55, 70, 91, 119, 131
242.	**Solaris Bus & Coach**	3		1	3		1	2	30, 31, 34, 62, 145, 165, 188, 217
243.	**Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**			4	4		1	1	78, 84, 91, 100, 106, 109, 129, 145, 165, 206
244.	**Speedmail**							1	207
245.	**Stena Recycling**	1		1	1	1	1	1	31, 55, 137, 153, 165, 176
246.	**Studio 102**						1	1	160, 221
247.	**SumiRiko Poland**			5	1			3	55, 70, 78, 119, 189, 199
248.	**SuperDrob**							1	199
249.	**Szeptszum**							1	204
250.	**Świętokrzyskie Kopalnie Surowców Mineralnych**				1			3	137, 176, 189
251.	**Ten Square Games**		1	2				6	49, 65, 100, 189, 199, 201, 217, 221
252.	**Terra**				2				108, 110
253.	**TIM**	1		2	1	2		4	31, 58, 84, 122, 151, 189, 207, 221
254.	**T-Mobile Polska**		1		4		1	3	44, 122, 131, 137, 160, 193, 199, 221
255.	**Totalizator Sportowy**			1	1		1	7	100, 122, 160, 170, 189, 206, 221
256.	**Trend Micro Polska**							1	199
257.	**TVN**		2	3	1			1	43, 49, 58, 85, 100, 119, 190
258.	**Uber Poland**							1	221
259.	**Uni-logistics**							1	224
260.	**Unum Życie TUiR**	1	1	2				1	30, 49, 85, 199
261.	**VanityStyle**	1		5	1		1	2	30, 62, 68, 72, 85, 100, 119, 165, 190, 204

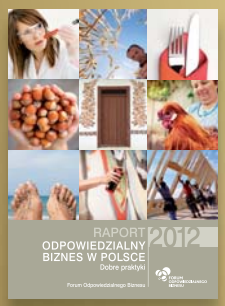
Lp.	Nazwa firmy	Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	Strony
		Liczba praktyk w obszarze							
262.	**Vantage Development**	2		2				1	27, 34, 78, 85, 176
263.	**Velvet CARE**				1				120
264.	**Veolia Energia Warszawa**				1			1	123, 199
265.	**VGL Solid Group**			5	2			2	65, 78, 91, 100, 106, 144, 190
266.	**Volkswagen Motor Polska**		1	2	2			4	49, 85, 120, 122, 190, 217
267.	**Volkswagen Poznań**	1						2	28, 199, 222
268.	**Walstead Central Europe/ Walstead Kraków**	1		4	5				30, 68, 70, 78, 108, 127, 131, 140, 145
269.	**Wawel**				2		1	4	128, 145, 160, 200, 208
270.	**Wirtualna Polska**	1	1		3				30, 49, 120, 132
271.	**WIŚNIOWSKI**				1			1	120, 201
272.	**Wodociągi Miasta Krakowa**	1		3	4			2	27, 62, 65, 100, 108, 127, 131, 132, 200, 225
273.	**wonga.pl**	2		6	1		1		27, 59, 65, 68, 100, 120, 160
274.	**WP Law Kancelaria Prawna Woźniccy & Partners**	1	1	1	2			2	30, 43, 101, 120, 122, 222
275.	**Wunderman Thompson Technology**			4				3	65, 66, 101, 181, 200, 217
276.	**Wyborowa Pernod Ricard**			1	2				56, 120, 122
277.	**Wytwórnia Sprzętu Rehabilitacyjnego COMFORT**							2	190, 222
278.	**Zakład Utylizacyjny**	1		1	4			1	28, 66, 120, 143, 225
279.	**Zarząd Transportu Metropolitalnego**	1	1	1		1	1	1	34, 49, 59, 151, 163, 225
280.	**Zentiva Polska**			1				2	66, 190, 211
281.	**Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy**						1		161
282.	**Żabka Polska**		1	1	4	1	2	1	44, 101, 127, 137, 140, 143, 155, 163, 217
283.	**Żywiec Zdrój**	1			2				28, 135

20 EDYCJI

RAPORTU
„ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE. DOBRE PRAKTYKI"







JUBILEUSZOWA
20
EDYCJA

www.odpowiedzialnybiznes.pl

Dziesiątki ważnych informacji.
Od ręki. Online.

PARTNERZY STRATEGICZNI FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

PARTNERZY KOMUNIKACYJNI

PARTNER ANALITYCZNY

PARTNER TŁUMACZENIOWY

PARTNER BADAWCZY