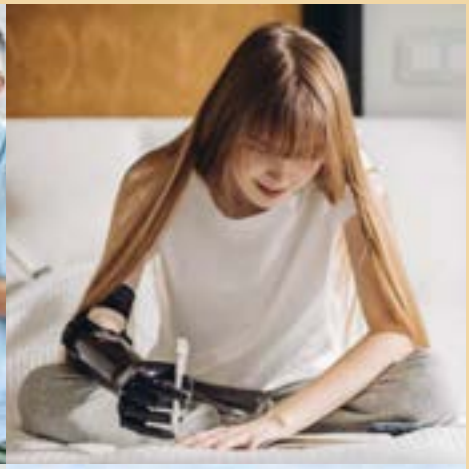
RAPORT 2022

ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

Dobre praktyki



FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

PROGRAM PARTNERSTWA

Dołącz do grona firm-liderów zrównoważonego rozwoju, zrzeszonych w największej i najdłużej działającej organizacji eksperckiej CSR/ESG w Polsce!

DZIAŁAMY JUŻ 23 LATA!

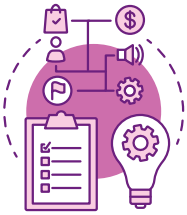
- Inicjujemy i jesteśmy zaangażowani w przedsięwzięcia kluczowe dla CSR i ESG w Polsce.
- Działamy na rzecz zrównoważonego rozwoju.
- Dostarczamy wiedzę, przekuwamy ją w praktykę, wspieramy komunikację firm i sieciujemy biznes.

PROGRAM PARTNERSTWA TO ODPOWIEDŹ NA TRZY WYZWANIA:

WYZWANIE 1

NADĄŻYĆ ZA ESG

Nowe regulacje i tak dogonią biznes. Dlatego lepiej przygotowywać się na nie już teraz.



WYZWANIE 2

WYKORZYSTAĆ WIEDZĘ W PRAKTYCE

Dziesiątki konferencji, setki webinariów, tysiące internetowych opracowań i jedno pytanie: jak wdrożyć to w firmie?

WYZWANIE 3

UZYSKAĆ PRZEWAGĘ KONKURENCYJNĄ

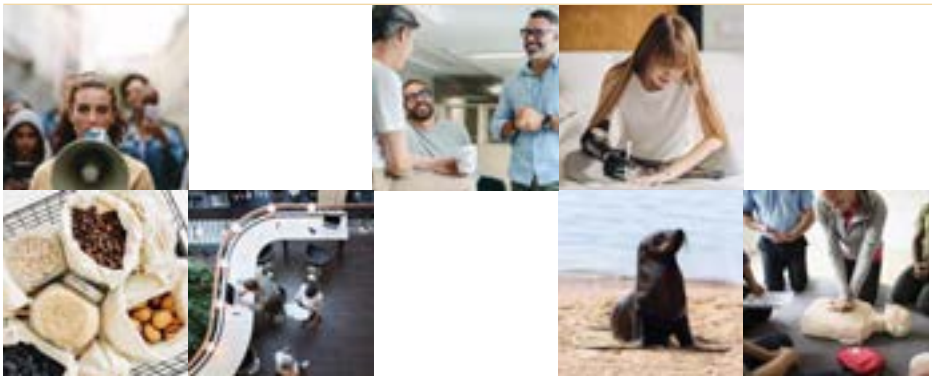
Jak skutecznie i odpowiedzialnie komunikować działania ESG? Jak wyznaczać trendy zamiast za nimi podążać?

Skontaktuj się z nami i dowiedz się, jak Twoja firma może dołączyć do liderów odpowiedzialnego biznesu w Polsce. Kompleksowo rozwijaj działania z zakresu zrównoważonego rozwoju w oparciu o kluczowe trendy i najlepsze praktyki oraz nasze autorskie rozwiązania.

FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

odpowiedzialnybiznes.pl/partnerstwo-z-biznesem

SPIS TREŚCI



5 **Słowo wstępne** Marzena Strzelczak

7 **CSRwPL** dr Daniel Kiewra, Miłosz Marchlewicz, Joanna Pietrzyk, Anna Szczerbaczewicz

9 **Jak firmy mogą się przygotować na nową sprawozdawczość zrównoważonego rozwoju** Ásthildur Hjaltadóttir

10 **COP27 – przede wszystkim odpowiedzialność** Dominic Waughray

12 **Biznes na rzecz zrównoważonych łańcuchów dostaw** Stefan Crets

14 **Zrównoważone finanse – szansa i wyzwanie dla polskiego biznesu** Stanisław Stefaniak

15 **Ochrona bioróżnorodności musi być realizowana systemowo** dr Piotr Mikołajczyk, dr Monika Szewczyk

16 **Egzamin z człowieczeństwa trwa** Sergiej Podus, Maryna Saprykina

18 **Dlaczego S w ESG sprawia kłopoty i co z tym zrobić?** Marcin Milczarski

20 **10 lat Karty Różnorodności w Polsce** Patrycja Kamionek

21 **ESG, zrównoważony rozwój – wyzwania dla MŚP** Magdalena Kitlas

22 **Gospodarka współdzielenia receptą na nadmierny konsumpcjonizm** dr Justyna Ziobrowska-Sztuczka

23 **Zrównoważone inwestowanie w pigułce** Jadwiga Pisarska

24 **Zarządzanie różnorodnością jako część kryteriów ESG** Aleksander Tomala

26 **Rozwój raportowania kwestii środowiskowych jako zadanie dla polskich spółek energetycznych** Konrad Kochalski

28 **Walka z luką płacową korzystna dla wszystkich** Sylwia Pajor

29 **Komunikacja i marketing: więcej niż wzorce konsumpcji. O suplemencie badania Diversity IN Check dla branży kreatywnej** Marzena Strzelczak, Adrianna Lepka

DOBRE PRAKTYKI

32 Ład organizacyjny wstęp Leszek Stefaniak

46 Prawa człowieka wstęp Sergiej Podus

96 Praktyki z zakresu pracy wstęp Anna Szczerbaczewicz

164 Środowisko wstęp Agnieszka Kłopotowska

214 Uczciwe praktyki operacyjne wstęp dr Daniel Kiewra

224 Zagadnienia konsumenckie wstęp Marcin Milczarski

234 Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej wstęp Joanna Pietrzyk

PRASA

306 Wybrane artykuły z 2022 r.

KALENDARIUM WYDARZEŃ

308 Konferencje, seminaria, spotkania

311 Konkursy i nagrody

316 Badania, publikacje

317 Cele Zrównoważonego Rozwoju

318 O Forum Odpowiedzialnego Biznesu

320 Indeks firm

Chapter Zero Poland

program rozwoju kompetencji organów zarządczych i nadzorczych spółek w kwestiach klimatycznych i środowiskowych

Świat stoi przed ogromnym wyzwaniem klimatycznym

Rządy zaczynają wdrażać politykę transformacji ku modelom nisko- i zeroemisyjnym. Biznes odgrywa w tym procesie kluczową rolę. Dlatego ważne jest, aby wiedział, jak właściwie wykorzystać swój potencjał. Klimat musi stać się dziś obowiązkowym tematem i priorytetem organów zarządczych i nadzorczych, które troszczą się o przyszłość spółek.

DOŁĄCZ DO INICJATYWY

chapterzero.pl/dolacz

GLOBALNE KNOW-HOW

Chapter Zero Poland jest częścią Climate Governance Initiative, powołanej przez World Economic Forum i skupiającej członków, członkinie rad nadzorczych oraz zarządów najważniejszych spółek. Na całym świecie funkcjonuje już 23 lokalnych oddziałów CGI.

PLATFORMA WYMIANY DOŚWIADCZEŃ

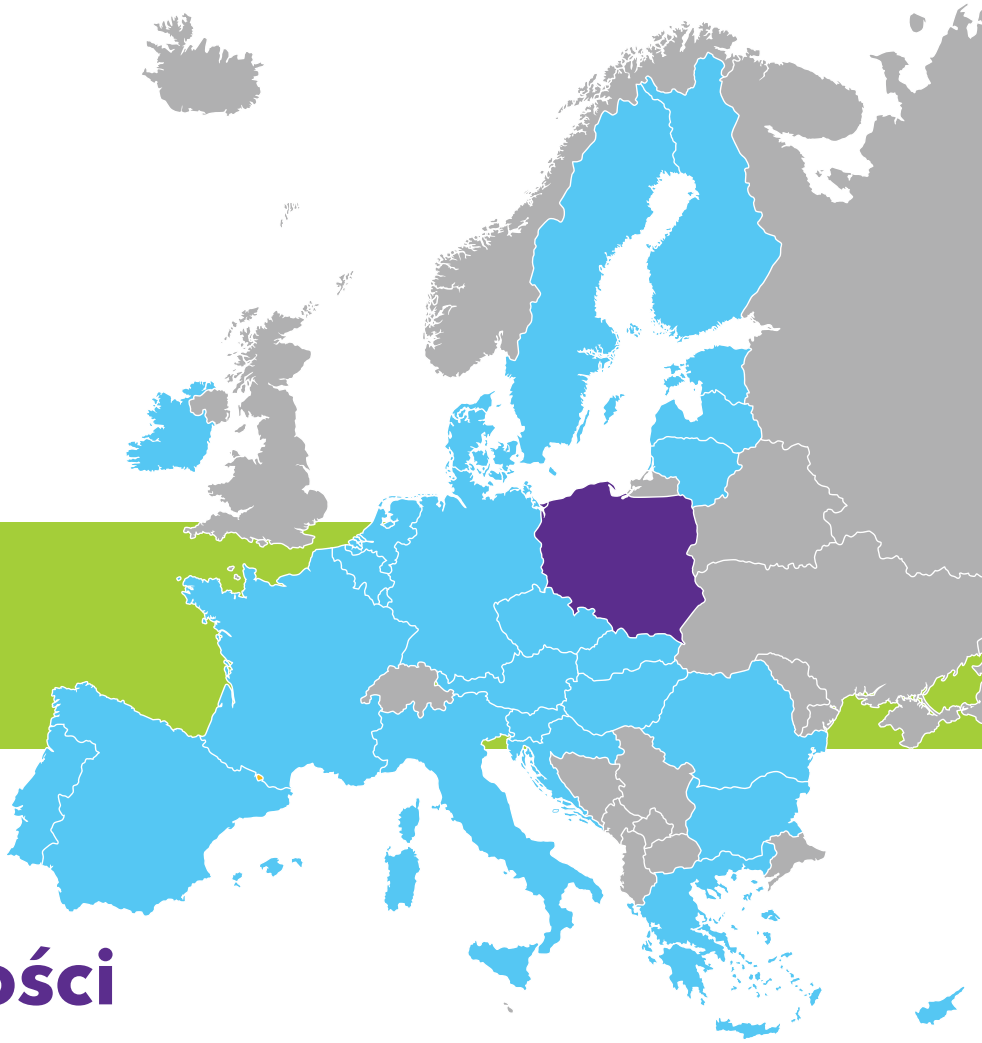
Tworzymy platformę wymiany doświadczeń pomiędzy członkami i członkiniami zarządów i rad nadzorczych oraz ekspertami i ekspertkami. Zapewniamy wysoką jakość i dużą efektywność rozmów i działań, które powinny stać się podstawą do podejmowania decyzji dla klimatu i biznesu.

ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE

Pomagamy zarządom i radom nadzorczym zidentyfikować ryzyka i szanse, jakie niosą zmiany klimatu. Doradzamy w podejmowaniu decyzji dotyczących zarządzania kwestiami klimatycznymi i środowiskowymi.

Koordynator programu | Opiekun merytoryczny | Partner strategiczny | Partner wspierający | Eksperckie organizacje partnerskie

Deloitte. BNP PARIBAS PFR Fundacja Osborne Clarke Pracodawcy RP



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

11 lat
działalności w Polsce

300
sygnatariuszy*

231
sygnatariuszy z biznesu

25
NGOs

42
jednostek administracji publicznej, samorządu terytorialnegoi ambasad

3
Miesiące Różnorodności

8 projektów badawczych

11 konferencji

15 publikacji tematycznych

Ponad **350** spotkań i warsztatów Sygnatariuszy, wyjazdów studyjnych i konferencji zagranicznych

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

620 tys. osób zatrudnionych przez organizacje – sygnatariuszy Karty Różnorodności

KARTA RÓŻNORODNOŚCI
KOORDYNOWANA PRZEZ FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

RAPORT
ODPOWIEDZIALNY
BIZNES W POLSCE
Dobre praktyki
2022

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki" to cykliczna publikacja Forum Odpowiedzialnego Biznesu, będąca zestawieniem działań firm w zakresie CSR i zrównoważonego rozwoju z danego roku.
Stanowi największy w Polsce przegląd inicjatyw z zakresu odpowiedzialności biznesu i ESG. 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

Koordynacja wydania:
Joanna Pietrzyk
Leszek Stefaniak

Nadzór merytoryczny:
Marzena Strzelczak

Redakcja:
Patrycja Kamionek
Daniel Kiewra
Agnieszka Kłopotowska
Karol Krzyczkowski
Miłosz Marchlewicz
Marcin Milczarski
Joanna Pietrzyk
Sergiej Podus
Leszek Stefaniak
Milena Szabłowska-Kurzac
Anna Szczerbaczewicz
Joanna Szwajkowska

Redakcja i korekta:
Beata Saracyn
Dorota Śrutowska

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

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: 978-83-966693-2-2

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!

Miniony rok był dużo trudniejszy niż można się było spodziewać. Wybuch wojny w Ukrainie zmienił normalizującą się powoli rzeczywistość popandemiczną. Spośród krajów UE to Polska najbardziej doświadczyła największego po II wojnie światowej kryzysu uchodźczego. Równocześnie, społeczeństwo polskie błyskawicznie i zdecydowanie odpowiedziało na potrzeby Ukrainek i Ukraińców poszukujących bezpiecznego schronienia, otwierając szeroko swoje serca, domy i portfele, a wolontariat stał się wiosną 2022 roku dość powszechnym doświadczeniem.

Również biznes podjął rozmaite działania kierowane do osób przybywających do Polski, jak i pozostających w kraju objętym wojną. Te aktywności znajdują odzwierciedlenie w naszym Raporcie. Skokowy wzrost liczby praktyk zgłoszonych w obszarze praw człowieka to właśnie efekt inicjatyw biznesu na rzecz Ukrainek i Ukraińców. To chyba najważniejszy rys tegorocznej publikacji, co zresztą jasne było już rok temu.

Co poza tym w Raporcie, któremu Zespół FOB poświęca każdego roku kilka miesięcy pracy? Jak co roku staraliśmy się wprowadzać pewne udoskonalenia, trzymając przy tym wcześniejszych zmian takich jak ograniczenie liczby zgłaszanych praktyk do dziesięciu przez jedną firmę, bez podziału na praktyki nowe i długoletnie. Konsekwentnie odrzucaliśmy też „generyczne" działania jak np. sadzenie drzew, oddawanie krwi i szpiku czy organizację szlachetnych paczek, wyjątek robiąc dla najmniejszych firm lub wówczas, kiedy taka aktywność była częścią większego, długofalowego, strategicznego zaangażowania organizacji. Uznaliśmy też, że wraz z normalizacją sytuacji zdrowotnej, nie przyjmujemy już praktyk związanych z przeciwdziałaniem COVID-19, chyba że były pomysły (choć bardzo rzadkie), które wnoszą nową jakość do nowego modelu pracy, a wyrastały niejako z uwarunkowań czasu pandemii.

Ostatecznie w Raporcie prezentujemy 1705 praktyk (o 30 więcej niż w roku ubiegłym), które zgłoszone zostały przez 272 firmy, w tym 74 MŚP. Analizując wszystkie zgłoszenia przez pryzmat siedmiu obszarów ISO 26000, widzimy wspomniany już zdecydowany wzrost liczby dobrych praktyk w obszarze „Prawa człowieka". Choć mimo to, jest on nadal mniej liczny niż obszary związane z miejscem pracy i społecznościami lokalnymi. Spory spadek odnotowany w zagadnieniach konsumenckich i praktykach operacyjnych przypisujemy wyjątkowej sytuacji w 2022 roku, kiedy aktywność firm była skierowania na wsparcie potrzebne w obliczu wojny. Niemniej jednak, co bardzo cieszy, nie miała ona wpływu na działania biznesu na rzecz środowiska, w porównaniu z ubiegłym rokiem liczba firm, których praktyki

realizują cele środowiskowe oraz liczba praktyk utrzymały się na tym samym poziomie (170 firm i 360 praktyk w bieżącym roku oraz 173 i 393 praktyki w ubiegłym) – można więc uznać, że zaangażowanie biznesu jest trwałe, zgodnie zresztą z rosnącą presją regulacyjną.

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki" to, jak zawsze, także wiele artykułów eksperckich. Serdecznie dziękujemy wszystkim Autorkom i Autorom za tę współpracę. Cieszymy się, że możemy podzielić się z Państwem tekstami przygotowanymi specjalnie do Raportu przez ekspertów_ki reprezentujących organizacje, również międzynarodowe, z którymi współpracujemy. Zachęcamy również do lektury artykułów laureatek_ów konkursu Verba Veritatis. A także tych opracowań, które powstały w Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Po raz pierwszy Raport ukazuje się wyłącznie w wersji elektronicznej. Uznaliśmy, że to już ten czas. Zachęcamy do korzystania z publikacji i szerokiego dzielenia się nią z różnorodnym gronem interesariuszy.

Jak zawsze serdeczne podziękowania kieruję do wszystkich Osób zgłaszających praktyki. To dzięki Państwu możemy wspólnie tworzyć największy przegląd działań z zakresu CSR, ESG i zrównoważonego rozwoju, podejmowanych przez biznes w Polsce.

Wdzięczna jestem za ogromne, wielomiesięczne zaangażowanie całego Zespołu Forum, przede wszystkim Joannie Pietrzyk i Leszkowi Stefaniakowi, którzy doprowadzili tegoroczny projekt do szczęśliwego finału.

Życzymy Państwu dobrej, inspirującej lektury!

Marzena Strzelczak
Prezeska i Dyrektorka Generalna
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
członkini zarządu CSR Europe

dr Daniel Kiewra
Miłosz Marchlewicz
Joanna Pietrzyk
Anna Szczerbaczewicz
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

CSRwPL #2022

Wszyscy mieliśmy nadzieję, że 2022 rok – po trudnych pandemicznych latach – wreszcie pozwoli odetchnąć społeczeństwom, gospodarkom, biznesowi, nam wszystkim. Niestety, ta nadzieja zgasła 24 lutego, w dniu bestialskiej napaści Rosji na Ukrainę. **Wojnę w Ukrainie można niewątpliwie uznać za jedno z najtragiczniejszych i najbardziej dominujących dyskurs publiczny wydarzeń minionego roku.** A jego konsekwencje cały świat będzie odczuwał jeszcze długo po – oby jak najszybszym i pomyślnym dla Ukrainy! – zakończeniu konfliktu zbrojnego.

Wojna w Ukrainie wpływa na biznes na wielu płaszczyznach. Najbardziej oczywistym jej skutkiem jest wpływ gospodarczy. Wiele firm stanęło też przed wyborami ściśle związanymi z etyką. Zgodnie z hasłem #BiznesReagujeOdpowiedzialnie, w pomoc Ukrainkom i Ukraińcom zaangażowały się firmy – wśród nich także partnerzy FOB – oraz wiele organizacji i instytucji. Musiały podjąć często niełatwe decyzje dotyczące na przykład dalszego prowadzenia interesów w kraju agresora. Jak firmy zachowały się w obliczu tych dramatycznych wydarzeń? Zachęcamy do lektury diagnozy autorstwa Sergieja Podusa (FOB) i Maryny Saprykiny (CSR Ukraine) o postawach biznesu względem zaistniałej tragedii.

2022 rok, to również czas intensywnych prac nad prawodawstwem unijnym dotyczącym zrównoważonego rozwoju.

16 grudnia 2022 r. w Dzienniku Urzędowym UE została opublikowana dyrektywa ws. sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (ang. Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD). Na jej podstawie wszystkie duże jednostki oraz notowane na giełdzie MŚP będą zobowiązane przedstawiać w sprawozdaniu z działalności informacje na temat kwestii środowiskowych, społecznych i praw człowieka oraz ładu korporacyjnego. Pierwsze raporty pojawią się w 2025 roku. Wydaje się więc, że firmy mają jeszcze trochę czasu na przygotowanie się do nowych obowiązków. Jeśli jednak spojrzymy na kwestie raportowania w szerszym kontekście, może okazać się, że mówimy nie o przyszłości, a o… teraźniejszości. Sporządzenie raportów zgodnie z dyrektywą powoduje, że już dziś istnieje konieczność zbierania przez firmy odpowiednich danych, tak aby można było je wykorzystać we właściwym momencie.

W minionym roku na pierwszym planie były również **standardy raportowania zrównoważonego rozwoju** (ang. European Sustainability Reporting Standards, ESRS). Ich podstawowym celem jest zunifikowanie raportowania według jednolitego unijnego zbioru standardów. ESRS-y mają zagwarantować wysoką jakość informacji z zakresu ESG, oraz wymóc, by prezentowane informacje były istotne, zrozumiałe, weryfikowalne, porównywalne i wiernie przedstawiające rzeczywistość. Stosowanie tych standardów ma pomóc wyeliminować niedociągnięcia, niejasności czy błędy spotykane w raportach niefinansowych. ESRS-y mają także ułatwić dialog firm ze wszystkimi interesariuszami – klientami, kontrahentami, inwestorami czy instytucjami finansowymi. Polecamy artykuł Ásthildur Hjaltadottir (GRI), która podpowiada, jak przygotować się do nowych wymogów raportowania.

W ubiegłym roku wiele uwagi poświęcono też wpływowi prowadzonej przez biznes działalności, na kwestie dotyczące praw człowieka i środowiska naturalnego w odniesieniu do łańcuchów wartości. Przedmiotem prac legislacyjnych na szczeblu unijnym był **projekt dyrektywy w sprawie należytej staranności przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju** (Corporate Sustainability Due Diligence Directive, CSDDD). Zawiera ona wskazówki dla firm, jak rozpoznawać, oceniać i rozwiązywać problemy z zakresu due diligence. Możliwe, że dbałość o należytą staranność będzie w najbliższych latach miała nie tylko coraz większy wpływ na sukces rynkowy, ale wręcz na przetrwanie wielu przedsiębiorstw, zwłaszcza MŚP. Już teraz firmy otrzymują od swoich klientów zapytania chociażby o ślad węglowy. Posiadanie wyliczonego i zweryfikowanego śladu węglowego (firmy i produktu) oraz określenie działań zmierzających do jego redukcji lub całkowitej eliminacji może stać się warunkiem kontynuowania współpracy w ramach łańcucha dostaw. Więcej na temat CSDDD można przeczytać w tekście autorstwa Stefana Cretsa (CSR Europe).

Odbyły się też dwa szczyty ONZ: COP27 dotyczący klimatu w listopadzie w Egipcie oraz COP15 o różnorodności biologicznej w grudniu w Kanadzie. Nie ma wątpliwości, że biznes ma w obu tych obszarach kluczową rolę do odegrania. Polecamy dwa teksty: Dominika Waughraya (WBCSD) oraz dr Moniki Szewczyk i dr. Piotra Mikołajczyka (UNEP/GRID-Warszawa) o tym, jak firmy wpływają na zmiany klimatyczne i utratę bioróżnorodności.

Ważną rolę w kształtowaniu świadomości klimatycznej organów zarządczych oraz nadzorczych polskich firm odgrywa prowadzona przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu inicjatywa Chapter Zero Poland (CZP), będąca polską odsłoną międzynarodowej inicjatywy Climate Governance powołanej przez Światowe Forum Ekonomiczne. Rok 2022 był kolejnym okresem budowania przez CZP szerokiej platformy wymiany doświadczeń pomiędzy członkami i członkiniami zarządów i rad nadzorczych oraz ekspertami i ekspertkami.

FOB jako członek koalicji Business for Nature, wraz z ponad 330 instytucjami finansowymi oraz firmami z całego świata, poprzez kampanię #MakeItMandatory, wezwał głowy państw do wyjścia poza dobrowolne inicjatywy na rzecz ochrony bioróżnorodności, oczekując podjęcia na COP15 decyzji o wprowadzeniu obowiązkowych ujawnień dotyczących bioróżnorodności. Osiągnięte w trakcie COP15 porozumienie jest ważnym krokiem w kierunku poprawy działań firm na rzecz ochrony ekosystemów.

W 2022 r. obchodziliśmy też 10. rocznicę Karty Różnorodności w Polsce. Obchody jubileuszu Karty trwały cały rok, a ich finałem była grudniowa Gala i przyznanie Nagród Karty Różnorodności dla organizacji, które wdrożyły najbardziej wartościowe działania z zakresu DEI (ang. diversity, equity, inclusion). Dzięki zaangażowaniu partnerów jubileuszu #10latKR, ukazał się też raport „Zarządzanie różnorodnością w Polsce. Gdzie jesteśmy, dokąd zmierzamy?", oparty na wynikach badania przeprowadzonego na dużej, reprezentatywnej próbie 800 średnich i dużych firm. Ostatnia tak szeroka analiza została przeprowadzona 10 lat temu z inicjatywy Konfederacji Lewiatan. Więcej na ten temat przeczytają Państwo w tekście Patrycji Kamionek (FOB). W obszarze zarządzania różnorodnością wciąż pozostaje wiele do zrobienia, dlatego FOB wychodzi naprzeciw potrzebom społecznym z nowymi inicjatywami, takimi jak chociażby projekt poświęcony sytuacji osób +50 na rynku pracy, czy suplementem badania Diversity IN Check dla branży kreatywnej (polecamy artykuł na ten temat autorstwa Marzeny Strzelczak i Adrianny Lepki, FOB).

Rok 2022 postawił przed biznesem wiele pytań i wiele wyzwań. Dynamicznie zmieniające się ustawodawstwo wymaga szeregu zmian na różnych szczeblach organizacji, które mają popychać firmy do ciągłego weryfikowania swojej roli w budowaniu lepszego świata. Firmy muszą też wnikliwie przyglądać się własnym operacjom oraz łańcuchowi wartości. A wydarzenia w Ukrainie sprawiły, że firmy musiały zredefiniować pojęcie „odpowiedzialności w biznesie". Wojenny kryzys pokazał, jak wielki potencjał tkwi w biznesie: pracownicy, pracodawcy, firmy, które na co dzień ze sobą konkurują, połączyły siły, by razem zrobić coś dobrego. To ogromna lekcja dla biznesu – wspólny cel jednoczy najmocniej.

Ásthildur Hjaltadóttir
GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Jak firmy mogą się przygotować na nową sprawozdawczość zrównoważonego rozwoju

Kiedy w 2007 roku dołączyłam do GRI, sprawozdawczość w zakresie zrównoważonego rozwoju była nową i „niszową" praktyką. Często nie rozumiano jej celu, a ujawnianie informacji było szczątkowe i niespójne. Dzisiaj raportowanie zrównoważonego rozwoju jest powszechną praktyką, zwłaszcza wśród największych firm, a standardy GRI to najczęściej przyjmowane ramy sprawozdawczości.

Jak wynika z badania KPMG, 68% z 5800 wiodących spółek w 58 krajach korzysta ze Standardów GRI. Również w Polsce sprawozdawczość w zakresie zrównoważonego rozwoju staje się coraz bardziej popularna – w 2022 roku sprawozdanie w zakresie zrównoważonego rozwoju sporządziło 82% spośród 100 największych spółek (wzrost z poziomu 77% w 2020 roku).

Powodów, dla których spółki muszą podnieść swoje kompetencje w zakresie raportowania, jest wiele, chociażby ze względu na nowe regulacje. W ramach Europejskiego Zielonego Ładu wprowadzono dyrektywę o sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD). Przepisy zakładają zaimplementowanie nowych Europejskich Standardów Raportowania Zrównoważonego Rozwoju (ESRS), pierwsza partia projektów została już opublikowana.

Dyrektywa o sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju nakłada nowe obowiązki wobec około 50 tys. przedsiębiorstw w Unii Europejskiej. Obejmuje wszystkie duże przedsiębiorstwa, które spełniają dwa z trzech kryteriów: obroty netto w wysokości 40 mln euro, suma bilansowa w wysokości 20 mln euro lub zatrudniają 250 pracowników. CSRD obejmie również niektóre spółki spoza UE (te, które mają obroty powyżej 150 mln euro na rynku UE). W kolejnych latach nastąpi stopniowe rozszerzenie niektórych obowiązków dotyczących ujawniania informacji także na podmioty z sektora MŚP.

Jako pionier sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju, GRI z entuzjazmem odnosi się do inicjatyw, które zwiększają przejrzystość i odpowiedzialność przedsiębiorstw. Pozostaje zawsze gotowy do podjęcia współpracy, dążąc do harmonizacji i uspójnienia. GRI w 2021 roku zawarła z EFRAG (Europejską Grupą Doradczą ds. Sprawozdawczości Finansowej), czyli organem, któremu Komisja Europejska powierzyła zadanie opracowania ESRS, porozumienie o współpracy. **Jak potwierdza EFRAG, dotychczas opublikowane ESRS są maksymalnie zgodne ze Standardami GRI.** Oznacza to, że najlepszym sposobem na przygotowanie organizacji na wejście w życie ESRS, które mają obowiązywać od roku sprawozdawczego 2024, jest wykorzystanie Standardów GRI. Doprowadzenie do zgodności pomiędzy ESRS i Standardami GRI pomoże w wypracowaniu globalnej porównywalności i ograniczy dodatkowe lub powielane wymogi sprawozdawcze, co stanowi jasno określoną ambicję Komisji Europejskiej. Oznacza to, że przedsiębiorstwa w Polsce i w innych krajach, korzystające z GRI, mogą oczekiwać, że dane im będzie wykorzystać dotychczasowe praktyki i procesy sprawozdawcze do integracji wymogów ESRS.

Dla każdej organizacji, która chce przygotować się do wprowadzenia ESRS, to właśnie sprawozdawczość według GRI jest punktem wyjścia. Nasze ostatnio zaktualizowane Uniwersalne Standardy podnoszą światową poprzeczkę w zakresie raportowania ESG, co ma sprawić, że sprawozdania staną się jeszcze bardziej użyteczne przy podejmowaniu decyzji. Uniwersalne Standardy, które stanowią podstawę wszystkich sprawozdań GRI, zawierają wskazówki dotyczące między innymi tego, jak określić największy wpływ przedsiębiorstwa na zrównoważony rozwój poprzez kompleksową ocenę istotności i skuteczne zaangażowanie interesariuszy.

Potrzeba globalnej kompatybilności leży również u podstaw porozumienia z Fundacją MSSF w odniesieniu do ukierunkowanych na inwestorów ujawnień dotyczących ESG, które są opracowywane przez Radę Międzynarodowych Standardów Zrównoważonego Rozwoju. GRI i Fundacja MSSF mają wspólny cel – wykorzystać siłę przejrzystych informacji do osiągnięcia zrównoważonych wyników. Współpraca GRI i MSSF uwzględnia korzyści dla wszystkich interesariuszy, w tym inwestorów i organizacji, które sporządzają sprawozdania wynikające z uzgodnienia podstawowego zestawu wspólnych ujawnień i terminologii – niezależnie od tego, czy skupiają się one na ocenie wpływu zewnętrznego, czy na tym, jak kwestie dotyczące zrównoważonego rozwoju wpływają na organizację, czy też koncentrują się na obu tych tematach.

Efektem współpracy GRI z EFRAG i Fundacją MSSF ma być znaczne zmniejszenie ciężaru sprawozdawczego dla organizacji, a dostępność wiarygodnych i porównywalnych w skali międzynarodowej danych poprawi dostęp do zrównoważonego finansowania.

Dominic Waughray
WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

COP27 – przede wszystkim odpowiedzialność

W czasie poprzedzającym COP27 komentatorzy powtarzali, że trzeba zorganizować COP wdrożeniowy, który umożliwi przygotowanie większej liczby projektów, zapewni znaczniejsze finansowanie i ułatwi światu powrót na kurs prowadzący do celu 1,5°C, określonego w porozumieniu paryskim. W listopadzie 2022 roku ponad 50 tys. delegatów, w tym głowy państw, prezesi i prezeski firm, udało się do Egiptu z obietnicami dotyczącymi właśnie takich działań, które miałby przynieść COP wdrożeniowy.

WYNIKI NEGOCJACJI BYŁY... RÓŻNE

W ostatecznym dokumencie podsumowującym, uzgodnionym we wczesnych godzinach porannych w niedzielę 20 listopada, największym przełomem było **porozumienie o utworzeniu mechanizmu finansowania strat i szkód**. Fundusz strat i szkód Ramowej konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu (United Nations Framework Convention on Climate Change – UNFCCC) ma pomóc krajom rozwijającym się w usuwaniu szkodliwych skutków zmian klimatycznych. Ponieważ jednak obecnie brak jest natychmiastowego źródła finansowania, zobowiązania do pokrycia strat i szkód spowodowanych zmianami klimatu zostały w większości przeniesione na globalną tarczę (Global Shield against Climate Risks) i zapowiedziany przez ONZ system wczesnego ostrzegania o katastrofach klimatycznych. Łączna kwota nowych zobowiązań w ramach funduszu wyniosła około 340 mln euro.

Nie ma jednak jasności co do warunków mechanizmu finansowania funduszu, a ponowna ocena tego, które kraje będą płatnikami, a które beneficjentami, staje się w tym roku główną kwestią do ustalenia. Jest zbyt wcześnie, aby stwierdzić, czy nowy fundusz przyniesie jakiekolwiek znaczące rezultaty, zwłaszcza dla krajów rozwijających się, takich jak Bangladesz i Pakistan, które w 2022 roku doświadczyły najgorszych skutków zmian klimatycznych. **Kluczowe prace nad uzgodnieniem szczegółów mechanizmu finansowania rozpoczną się podczas międzysesyjnych posiedzeń UNFCCC w Bonn w czerwcu bieżącego roku** i będą jednym z krytycznych czynników sukcesu dla stron i prezydencji Zjednoczonych Emiratów Arabskich podczas COP28 w Dubaju w grudniu 2023 roku.

W zakresie przeciwdziałania zmianom klimatycznym nie było prawie żadnych odstępstw od tekstu uzgodnionego w pakcie klimatycznym z Glasgow (czego obawiano się na pewnym etapie podczas COP27), ale nie poczyniono też żadnych większych postępów. **Strony nie zdołały dojść do porozumienia w sprawie zastąpienia zapisu o „stopniowym wycofywaniu się" z paliw kopalnych bardziej zaawansowanym określeniem.** Taką propozycję, całkowitego odejścia od paliw kopalnych, w drugim tygodniu szczytu przedstawiły do rozpatrzenia Indie, sprawujące w tym roku prezydencję w G20.

Kwestia adaptacji do zmian klimatu utknęła podczas COP27 w martwym punkcie, natomiast luka w finansowaniu tejże z roku na rok rośnie. Jeszcze przed szczytem alarmował o tym UNEP w raporcie „Too little too slow": **kwota finansowania na rzecz adaptacji płynąca do krajów rozwijających się jest obecnie pięć do dziesięciu razy niższa od potrzeb**. Niewątpliwie trzeba podjąć więcej działań w celu zwiększenia skali zarówno finansowania inicjatyw adaptacyjnych, jak i nowych środków, a kluczową rolę w tym zakresie ma do odegrania sektor biznesu.

POZA SALAMI OBRAD POWIAŁO WIĘKSZYM OPTYMIZMEM

UN High Level Expert Group on the Net Zero Commitments of Non-State Actors (UN HLEG – Grupa ONZ Ekspertów Wysokiego Szczebla ds. Zobowiązań Zerowej Emisji Netto Podmiotów Pozapaństwowych), której przewodniczy Catherine McKenna, była minister środowiska i zmian klimatycznych Kanady, opublikowała **raport „Integrity Matters: Net Zero Commitments by Businesses, Financial Institutions, Cities and Regions". Dziesięć zaleceń przedstawionych w raporcie ma na celu uporanie się z greenwashingiem oraz ma stać się punktem odniesienia dla ONZ przy formułowaniu ambitnych zobowiązań dojścia przedsiębiorstw do zerowej emisji netto (net zero).**

Zgodnie z zaleceniami UN HLEG, toczyły się również **obiecujące dyskusje na temat Międzynarodowej Rady ds. Standardów Zrównoważonego Rozwoju** (International Sustainability Standards Board – ISSB). Rada na początku 2023 roku ma zakończyć prace nad ramami ujawniania danych klimatycznych, które następnie zostaną przyjęte przez Międzynarodową Organizację Komisji Papierów Wartościowych (International Organization of Securities Commissions – IOSCO). Będzie to przełom w kierunku jednolitej globalnej podstawy ujawniania informacji na temat klimatu.

W oparciu o te prace organizacja World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) opublikowała raport „The Business of Climate Recovery: Accelerating Accountability, Ambition and Action". Raport został stworzony we współpracy z ponad 30 przedsiębiorstwami zrzeszonymi w WBCSD i zawiera przesłanki do opracowania zharmonizowanego systemu odpowiedzialności przedsiębiorstw za emisję dwutlenku węgla. Systemu, który umożliwiłby biznesowi przejście od zobowiązań do działań oraz przejrzyste przedstawienie postępów z realizacji założonych celów, w tym za pomocą globalnego mechanizmu agregacji.

Aby tego rodzaju system mógł zostać wdrożony, konieczne są dalsze prace nad ujednoliceniem stanowiska kluczowych interesariuszy dotyczącego usprawnienia ewidencji emisji dwutlenku węgla, szczególnie w zakresie 3. WBCSD w to zadanie jest mocno zaangażowane za sprawą Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) oraz inicjatywy PACT (Partnership for Carbon Transparency). Prace te WBCSD będzie kontynuować jeszcze przed konferencją COP28.

SŁOWO-PODSUMOWANIE COP27 DLA BIZNESU TO – „ODPOWIEDZIALNOŚĆ"

Silne zainteresowanie ze strony UN HLEG, ISSB i rynków kapitałowych ryzykami klimatycznymi spowoduje, że wiodące przedsiębiorstwa będą musiały przygotować się do wzięcia odpowiedzialności za postępy w dążeniu do „świata zerowej emisji netto". Jeszcze więcej spółek musi wyznaczyć cele klimatyczne oparte na dowodach naukowych (science-based targets). **Żadne przedsiębiorstwo, które wyznaczy sobie cel klimatyczny bez planu dojścia do net zero, nie będzie już postrzegane jako wiarygodne, a każdy plan dojścia do net zero bez przejrzystego ujawnienia informacji na temat postępów w jego realizacji wkrótce przestanie być akceptowany przez rynki finansowe.**

Nie ma wątpliwości, że w miesiącach poprzedzających COP28 komentatorzy ponownie przypomną rządom, przedsiębiorstwom i inwestorom o znaczeniu „wdrożeń". W roku globalnego podsumowania realizacji porozumienia paryskiego (Global Stocktake)[1] kluczowe znaczenie będzie mieć większa odpowiedzialność i większa przejrzystość biznesu. Tylko dzięki temu wszyscy interesariusze będą mieli szansę zrozumieć, jakie postępy w dążeniu do neutralności klimatycznej czyni sektor prywatny oraz gdzie są luki. To z kolei pomoże nam osiągnąć do połowy XXI wieku świat zerowej emisji netto, sprzyjający przyrodzie (nature positive), świat, gdzie nierówności będą mniejsze.

[1] https://unfccc.int/topics/global-stocktake#The-first-Global-Stocktake-CMA3-November-2021—CMA5-November-2023.

Stefan Crets
CSR EUROPE

Biznes na rzecz zrównoważonych łańcuchów dostaw

Żadne przedsiębiorstwo nie jest samotną wyspą, stanowi część całego łańcucha wartości – od dostawców do klientów. Czasem ogniw jest nawet więcej i sięgają do podmiotów zajmujących się recyklingiem i wykorzystaniem produktów z drugiej ręki. Tym samym błędne jest założenie, że odpowiedzialność przedsiębiorstwa ogranicza się do jego własnej działalności operacyjnej, produktów i usług. Sukces ekonomiczny firmy zależy także od innych uczestników łańcucha wartości, dlatego konieczne jest całościowe spojrzenie i podejmowanie wspólnych działań z partnerami biznesowymi. Tak wygląda to od strony mikroekonomicznej.

Istnieje jednak również makroekonomiczny i społeczny sens angażowania się firm w łańcuch wartości. Przy szacowanej liczbie 450 mln pracowników i pracownic zatrudnionych w globalnych łańcuchach dostaw, dramatycznie wzrasta liczba osób, którym grozi spadek dochodów lub utrata pracy. Ubiegłoroczny wybuch wojny w Ukrainie poprzedzony pandemią COVID-19 spotęgował i tak już spore oczekiwania decydentów i firm na całym świecie. Chodzi o przyjęcie obowiązkowych przepisów prawnych dotyczących należytej staranności w zakresie ochrony środowiska i praw człowieka. Nowe kroki prawne są – według wielu – niezbędne, aby nadać bardziej praktyczny charakter Wytycznym ONZ dotyczącym biznesu i praw człowieka (UNGP).

Komisja Europejska opublikowała 23 lutego 2022 roku propozycję dyrektywy w sprawie należytej staranności przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSDD). CSR Europe z zadowoleniem przyjęło tę propozycję. Planowana dyrektywa stanowi kluczowy krok ku temu, aby:

- poprawić praktyki ładu korporacyjnego w celu lepszego zintegrowania procesów zarządzania ryzykiem związanym z prawami człowieka i wpływem na środowisko oraz procesów ograniczania tego ryzyka,
- zapobiec fragmentacji wymogów dotyczących należytej staranności na jednolitym rynku,
- zwiększyć odpowiedzialność przedsiębiorstw za negatywne skutki prowadzonej przez nie działalności,
- usprawnić dostęp do środków zaradczych,
- zaproponować instrument horyzontalny skupiający się na procesach biznesowych.

Samo uregulowanie prawne nie gwarantuje jednak poprawy warunków pracy i bytu społeczności, które biorą udział w globalnych łańcuchach dostaw, oraz ochrony środowiska w rozwijających się krajach partnerskich. Dlatego CSR Europe popiera podejście przedstawione przez departament Komisji Europejskiej ds. partnerstw międzynarodowych (DG INTPA) i International Trade Centre w dokumencie „Making mandatory human rights and environmental due diligence work for all". Instytucje te uznają, że „podejście partnerskie ma kluczowe znaczenie dla skutecznego wdrożenia zasad należytej staranności i musi uwzględniać wysiłki zarówno sektora publicznego, jak i prywatnego, aby wyniki były znaczące i sprzyjające włączeniu społecznemu".

Podniesienie poprzeczki nie wystarczy – musimy również podnieść poziom, z którego startujemy. Jeżeli naszym celem jest wyjście poza zgodność, musimy ustanowić płaszczyznę skutecznego współdziałania między rządami, partnerami w łańcuchu dostaw, producentami, społeczeństwem obywatelskim i konsumentami. Taki właśnie powinien być prawdziwy sens każdej inicjatywy ustawodawczej lub dobrowolnej, której celem jest zwiększenie należytej staranności przedsiębiorstw.

Wiodące firmy przejmują inicjatywę w tym programie innowacji i współpracy, mając na celu poprawę zrównoważonego rozwoju swoich łańcuchów wartości. Podejmują one indywidualne wysiłki w celu wprowadzenia zasad w zakresie należytej staranności, programów zaangażowania dostawców w kwestie emisji i zrównoważonego rozwoju oraz nawiązują partnerstwa, aby wspólnie zwracać się do kolejnych podmiotów.

Przykładem udanego porozumienia branżowego jest Drive Sustainability. To partnerstwo branży motoryzacyjnej zrzeszające 18 wiodących globalnych koncernów. Intencją platformy jest wdrożenie wspólnej strategii i mówienie jednym głosem przez dostawców, interesariuszy oraz powiązane sektory. Chodzi o zabezpieczenie zrównoważonych zasobów surowcowych, dobrobytu pracowników i neutralności emisyjnej branży.

Przez ostatnie 10 lat członkowie Drive Sustainability opracowywali wspólne narzędzia do identyfikacji i oceny ryzyka. Kwestionariusz Oceny Zrównoważonego Rozwoju (SAQ) pozwolił ocenić wyniki w zakresie zrównoważonego rozwoju u ponad 100 tys. dostawców z przeszło 120 krajów, ze szczególnym uwzględnieniem zrównoważonego rozwoju społecznego i środowiskowego, kwestii ochrony zdrowia i bezpieczeństwa, etyki biznesu i zgodności z przepisami, zarządzania dostawcami i odpowiedzialnego pozyskiwania surowców. Wysiłki podejmowane w branży motoryzacyjnej pokazały, że dzięki takiej współpracy firmy mogą czerpać wymierne korzyści z efektywności kosztowej.

Działania te nie ograniczają się jedynie do producentów samochodów. Istnieją bowiem dwie ważne inicjatywy uboczne, do których mogą włączyć się również polskie firmy.

1. Pierwszą z nich jest Drive+, platforma współpracy przeznaczona do włączania dostawców z branży motoryzacyjnej szczebla pierwszego i dalszych oraz związków dostawców w systematyczny dialog. Dotyczy on wspólnych wyzwań w zakresie zrównoważonego rozwoju i potencjalnych wspólnych rozwiązań. Docelowo Drive+ ma ułatwić dostawcom spełnienie oczekiwań Drive Sustainability i kaskadowe spełnienie tych wymogów w ich własnym łańcuchu dostaw.

2. Drugą propozycją jest platforma Responsible Trucking, którą wspiera CSR Europe. Jej celem jest rozwiązywanie – poprzez czołowych spedytorów i przewoźników – problemów społecznych związanych z ruchem samochodów ciężarowych w Europie. Inicjatywa oferuje firmom wartość dodaną w postaci określenia wspólnego zestawu wytycznych socjalnych, udostępnia narzędzia i instrumenty do monitorowania zgodności i wykrywania potencjalnych problemów. Tworzy też sieć wymiany i edukacji.

Jest rzeczą oczywistą, że na przedsiębiorstwach spoczywa ogromna odpowiedzialność za współpracę z partnerami w łańcuchu dostaw. Europejska dyrektywa w sprawie należytej staranności przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju z pewnością podniesie świadomość i zwiększy zasięg obowiązywania zasad i mechanizmów zapewniania zgodności. Sama regulacja nie poprawi jednak bezpośrednio rzeczywistych warunków w łańcuchu dostaw. Dlatego niezbędne są inicjatywy i sojusze branżowe, które umożliwią współpracę wielu interesariuszy i praktyczne wdrożenie dalszych mechanizmów zgodności.

Stanisław Stefaniak
FUNDACJA INSTRAT

Zrównoważone finanse – szansa i wyzwanie dla polskiego biznesu

W zawartym w 2015 roku Porozumieniu Paryskim państwa zobowiązały się „do zapewnienia spójności przepływów finansowych ze ścieżką prowadzącą do niskiego poziomu emisji gazów cieplarnianych i rozwoju odpornego na zmiany klimatu". Od tamtego czasu zaangażowanie sektora prywatnego w dekarbonizację zyskuje na znaczeniu, a udział produktów i usług finansowych klasyfikowanych jako „zielone" lub „zrównoważone" - rośnie. Stwarza to przedsiębiorstwom nowe możliwości, ale też przynosi nowe wyzwania.

KIJ I MARCHEWKA

Jedną z form mobilizacji prywatnych przedsiębiorstw do ograniczania emisji gazów cieplarnianych są instrumenty internalizacji kosztów zewnętrznych emisji, takie jak podatki czy uprawnienia do emisji (np. system ETS), które zwiększają koszty działania największych emitentów. Z drugiej strony są subsydia dla zielonej działalności, które czynią nowe technologie bardziej konkurencyjnymi. A więc metoda kija i marchewki.

Zrównoważone finanse opierają się na założeniu zróżnicowania kosztów działalności dla klimatycznie szkodliwych i korzystnych działań. Dlaczego finansujący mieliby te koszty różnicować? Z perspektywy istotności finansowej – kwestie środowiskowe, społeczne i związane z zarządzaniem (ESG) generują ryzyka dla wyników biznesowych firm. Ryzyka ESG są więc w zasadzie tym samym co wszystkie inne ryzyka, analizowane przy wycenie lub udzieleniu kredytu przedsiębiorstwu. Z punktu widzenia istotności środowiskowej – liczy się wpływ samej firmy na środowisko zewnętrzne. Część inwestorów preferuje projekty o lepszym wpływie środowiskowym, co przekłada się na większą dostępność i niższy koszt finansowania. Ogólnym założeniem zrównoważonych finansów jest więc koncepcja, że wpływ wywierany przez sektor finansowy – poprzez koszty kapitału, warunki o charakterze jakościowym, oceny ryzyka czy wreszcie korzystanie z prawa głosu w przypadku inwestycji udziałowych – przełoży się na mobilizację gospodarki realnej do dekarbonizacji i jednocześnie ją umożliwi, dostarczając środki.

KLIMATYCZNE WYZWANIA

Wzrost znaczenia kryteriów ESG stanowi więc zarówno szansę, jak i wyzwanie dla polskich przedsiębiorstw. Co istotne, z zielonego finansowania mogą skorzystać nie tylko projekty już zielone, takie jak na przykład produkcja energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych. Z tak zwanego finansowania przejściowego (*transition finance*) mogą skorzystać firmy, które dopiero chcą poprawić klimatyczny profil swojej działalności. Jednym z narzędzi to umożliwiających są *sustainability-linked bonds* (*loans*), czyli kredyty albo obligacje, których oprocentowanie uzależnione jest od postępów w osiąganiu celów klimatycznych. Aby jednak skorzystać z tych możliwości, spółki powinny spełnić wymogi, które – z perspektywy sektora finansowego – są konieczne do dokonania rzetelnej oceny „zieloności" ich działalności i projektów. Warunkiem wstępnym jest monitorowanie i mierzenie ryzyk ESG oraz wpływu środowiskowego i publiczne ujawnianie tych informacji, czyli –raportowanie niefinansowe.

Według „Badania Świadomości Klimatycznej" spółek z 2022 roku: 47% z raportujących niefinansowo spółek giełdowych ujawnia część emisji GHG[1]. Wśród spółek z amerykańskiego indeksu Fortune 500 odsetek ten wynosi około 70%[2]. W Polsce takich informacji wciąż nie ujawniają niektórzy emitenci z indeksu WIG20. Według badania KPMG z kolei, choć podstawowe kwestie ESG uwzględniono w 81% raportów niefinansowych stu największych polskich firm, co odpowiada globalnej średniej, już gorzej wygląda raportowanie kwestii szczegółowych i stosowanie odpowiednich standardów[3]. Przykładowo, 45% polskich firm stosuje standard raportowania GRI (wobec 68% globalnie), a 20% firm (w stosunku do 34% globalnie) stosuje wytyczne TCFD. Zaledwie garstka polskich przedsiębiorstw odpowiada na kwestionariusz CDP.

Raportowaniu muszą towarzyszyć realne plany i działania firm, takie jak inwestycje w efektywność energetyczną, usprawnienia procesów czy zakupy energii z odnawialnych źródeł. Fundacja Instrat zbiera publicznie ogłoszone cele redukcji emisji spółek giełdowych w bazie esg.instrat.pl., która na tę chwilę zawiera ich nieco ponad 20, choć liczba ta systematycznie rośnie[4]. Naszą ambicją jest zebranie w jednym miejscu i usystematyzowanie ogłaszanych planów redukcji emisji poszczególnych polskich spółek i całego rynku.

Aby móc w pełni skorzystać z dostępu do rynku zrównoważonych finansów, polskie spółki powinny poprawić swoje praktyki raportowania niefinansowego i przygotowywać rzetelne strategie dekarbonizacji. Przy braku odpowiedniej działalności, którą można by sfinansować jako zieloną, gotowość sektora finansowego do udzielenia finansowania na nic się nie zda. Już teraz niewystarczająca liczba projektów wskazywana jest jako bariera aktywności instytucji finansowych w tym zakresie w Polsce.

[1] Fundacja Standardów Raportowania, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Bureau Veritas Polska, *Corporate Climate Awareness Study 2022*, 2022.
[2] WWF, *Power Forward 4.0: A progress report of the Fortune 500's transition to a net-zero economy*, 2021.
[3] KPMG, *Badanie raportowania zrównoważonego rozwoju*, 2023.
[4] Według badania CCA było to 16% badanych spółek; według badania KPMG 22% największych polskich spółek, w porównaniu z 71% średniej globalnej. Zob. też raport: Fundacja Instrat, *Korporacyjna obojętność. Cele i strategie klimatyczne emitentów notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie*, „Instrat Policy Paper" 08/2021.

Dr Monika Szewczyk
UNEP/GRID WARSZAWA

Dr Piotr Mikołajczyk
UNEP/GRID WARSZAWA

Ochrona bioróżnorodności musi być realizowana systemowo

Ochrona przyrody w dotychczasowej formie nie wystarcza. Aby odwrócić proces utraty różnorodności biologicznej, świat musi wykazać się większą ambicją w zakresie odbudowy zasobów przyrodniczych.

Globalnym, długofalowym celem w zakresie różnorodności biologicznej na 2050 rok sformułowanym przez państwa – strony „Konwencji o różnorodności biologicznej" (*Convention on Biological Diversity*; CBD) jest odbudowa światowych ekosystemów oraz zapewnienie, by były odporne na zaburzenia i odpowiednio chronione. Realizacja tego celu wiąże się z obszarową ochroną przyrody, czyli obejmowaniem kolejnych cennych przyrodniczo terenów statusem ochronnym (rezerwatu, parku narodowego, obszaru Natura 2000 itp.), aby uchronić je przed postępującą antropopresją i zachować w możliwie niezmienionym stanie. Nie ma jednak wątpliwości, że cel ten nie zostanie osiągnięty bez zmiany sposobu naszego użytkowania zasobów przyrodniczych oraz zmiany całego modelu konsumpcji.

COP15 – USTALENIA

W zestawieniu celów i działań na rzecz ochrony różnorodności na rok 2030 zawartych w globalnych ramach różnorodności biologicznej (*global biodiversity framework*; GBF) wypracowanych podczas zakończonej w grudniu 2022 roku 15. Konferencji Stron CBD (COP15) w Montrealu, oprócz najbardziej nośnego medialnie celu, jakim jest objęcie ochroną i zrównoważonym użytkowaniem 30% powierzchni lądów i mórz, zawarto też zapisy dotyczące zmniejszenia negatywnych skutków stosowania nawozów i pestycydów, ograniczenia marnowania żywności oraz nadmiernej konsumpcji i wytwarzania odpadów. Zwrócono uwagę na szkodliwe dla różnorodności biologicznej dotacje, które powinny być zastępowane instrumentami finansowania działań wspierających jej ochronę. Pojawił się też **zapis wzywający duże i ponadnarodowe firmy oraz instytucje finansowe do oceny, monitorowania i raportowania wpływu na różnorodność biologiczną** wywieranego przez ich działalność, łańcuchy dostaw i wartości oraz portfele.

STRATEGIA UE

Podobnie jest na naszym kontynencie. Realizacja planu odbudowy zasobów przyrodniczych UE zawarta w unijnej „Strategii na rzecz bioróżnorodności 2030" zakłada utrzymanie istniejących i ustanawianie nowych obszarów chronionych oraz wspieranie na inne sposoby różnorodności i odporności ekosystemów. Wiąże się to z koniecznością znaczącego osłabienia presji człowieka na siedliska i gatunki – zarówno poprzez bardziej zrównoważoną działalność gospodarczą, zwalczanie zanieczyszczeń i inwazyjnych gatunków obcych czy ograniczeniem niekontrolowanego rozrastania się infrastruktury i miast. Przewiduje się, że realizacja tego planu – wbrew powszechnemu przeświadczeniu, że dzika przyroda tylko przeszkadza w rozwoju – spowoduje utworzenie nowych miejsc pracy oraz przyczyni się do zapewnienia długoterminowej produktywności i wartości naszego kapitału naturalnego.

KLUCZOWE ZAANGAŻOWANIE BIZNESU

Ekosystemy są źródłem rozlicznych dóbr i usług (nazywamy je usługami ekosystemowymi), więc ich dobra kondycja przekłada się wymiernie na korzyści dla człowieka. Zasada ta przyświecała Organizacji Narodów Zjednoczonych, która ogłosiła lata 2021–2030 Dekadą Odtwarzania Ekosystemów (*UN Decade on Ecosystem Restoration 2021–2030*). Im lepszy będzie stan różnorodności biologicznej, tym zdrowsza pozostanie cała planeta i zamieszkujący ją ludzie. Poprawa stanu ekosystemów lądowych i morskich jest też istotnym elementem Celów Zrównoważonego Rozwoju, w tym przede wszystkim: położenia kresu ubóstwu, skutecznej walki z kryzysem klimatycznym czy zapobiegania dalszej masowej utracie różnorodności biologicznej.

Przywracanie ekosystemów to złożony i skomplikowany proces. Praktyki, które sprawdzają się w jednym miejscu, mogą nie mieć pozytywnych skutków gdzie indziej. Wraz ze zmianami klimatu pojawia się coraz więcej niewiadomych. Wiedza na temat odtwarzania i dostosowywania się poszczególnych gatunków budujących ekosystemy wciąż rośnie, jednak ciągle jest niewystarczająca. Potrzebne są znaczne inwestycje, a także wiedza i współdziałanie nas wszystkich, aby zidentyfikować i wdrożyć najlepsze praktyki odbudowy naszej planety.

Jedną z polskich inicjatyw wpisujących się w Dekadę Odtwarzania Ekosystemów jest Program Re:Generacja, realizowany przez UNEP/GRID-Warszawa.

Aktywność i świadomość firm ma kluczowe znaczenie dla powodzenia działań na rzecz odbudowy ekosystemów. Biznes musi podejść do ochrony bioróżnorodności strategicznie, mapując wpływ własnych działań operacyjnych oraz swojego łańcucha wartości na bioróżnorodność, a następnie wyznaczając mierzalne cele zmniejszenia negatywnej presji.

Tylko bowiem realne, systemowe zaangażowanie nas wszystkich pozwoli ochronić różnorodność biologiczną naszej planety.

Sergiej Podus
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Maryna Saprykina
CSR UKRAINE

Egzamin z człowieczeństwa trwa

PERSPEKTYWA UNIJNA
Sergiej Podus

23 lutego 2022 roku Komisja Europejska przedstawiła projekt dyrektywy w sprawie należytej staranności przedsiębiorstw w obszarze zrównoważonego rozwoju (CSDD), w tym w odniesieniu do praw człowieka. Następnego dnia, 24 lutego, Europa obudziła się w zupełnie nowej rzeczywistości, w której takie wartości, jak wolność i prawa człowieka, zostały poddane jednemu z największych egzaminów współczesności. Sprawdzian ten jest bardzo trudny i wielowymiarowy, a na jego przebieg patrzą miliony interesariuszy.

Pierwsze pytanie tego testu, choć było pozornie proste, sprawiło problem wielu firmom. Pytanie przedstawia inicjatywa B4Ukraine: „Czy produkty i usługi oferowane przez Twoją firmę naprawdę są tak niezbędne, że uzasadniają zostanie w Rosji?". Chodziło w nim o podkreślenie, że należy dokonać refleksji, czy i jak dane przedsiębiorstwo ma wpływ, również pośredni, na chociażby finansowanie (poprzez np. podatki płacone do budżetu agresora) rosyjskiej machiny militarnej. W lutym 2023 roku na liście przygotowanej przez Yale University znajduje się 227 firm z całego świata, określanych jako kontynuujące działalność „business-as-usual" w Rosji i otrzymujących z tego względu ocenę „F", czyli najniższą z możliwych. Warto także wspomnieć, że w czerwcu 2022 roku Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju i Grupa Robocza ONZ w wytycznych „Heightened Human Rights Due Diligence for Business in Conflict-Affected Contexts: A Guide" przedstawiły konkretne wskazówki dla biznesu dotyczące postępowania w przypadku konfliktów zbrojnych.

Kolejną częścią egzaminu były konkretne działania przedsiębiorstw mające na celu wsparcie Ukrainy i jej narodu. Mogliśmy zobaczyć wiele przykładów tego, jak biznes solidaryzuje się z ofiarami wojny i na różne sposoby pomaga osobom dotkniętym agresją. Na początku inwazji powszechną dobrą praktyką firm był wolontariat pracowniczy na rzecz organizacji pozarządowych świadczących pomoc osobom uchodźczym lub wspieranie aktywności podejmowanych przez samorządy. Dodatkowo biznes organizował zbiórki środków na zaspokojenie najpilniejszych potrzeb mieszkańców Ukrainy, bezpośrednio przekazywał produkty oraz świadczył odpowiednie usługi (np. udostępnianie floty transportowej na potrzeby pomocy humanitarnej[1]). Warto zwrócić uwagę, jaka była skala potrzeb: według danych UNHCR aż 15,7 mln osób dotkniętych wojną potrzebowało pilnej pomocy humanitarnej[2].

Do bardziej długofalowych dobrych praktyk biznesu można zaliczyć wsparcie pracowników i pracowniczek czek firm z Ukrainy i ich rodzin oraz wprowadzenie udogodnień dla klientów i klientek przybywających z kraju objętego wojną. W pierwszych miesiącach inwazji obserwowaliśmy decyzje firm o relokacji zatrudnionych do Polski lub bezpośrednim wsparciu finansowym przybyszy podejmujących pracę w przedsiębiorstwach w Polsce. Firmy pomagały w poszukiwaniu mieszkań i legalizacji pobytu. Wprowadzały rozmaite udogodnienia, między innymi banki znosiły opłaty za przelewy środków na ukraińskie konta, a sieci telefonii komórkowej znacznie obniżyły opłaty za połączenia z ukraińskimi numerami. Warto zwrócić uwagę na oferty nieodpłatnego wsparcia medycznego i tworzenia przestrzeni do rozwoju zawodowego osób uchodźczych. Ostatnia z tych praktyk otrzymała zresztą nagrodę główną Karty Różnorodności w kategorii *Odpowiedź na potrzeby osób uchodźczych*. Przykłady wielu innych inicjatyw znajdą Państwo w niniejszym Raporcie.

Wyzwaniem dla firm była także właściwa i wyważona komunikacja swoich działań na rzecz Ukrainy. Mówiąc o komunikacji, trudno nie wspomnieć o problemie *warwashingu*, czyli wprowadzaniu otoczenia w błąd co do rzeczywistego zaangażowania przedsiębiorstwa we wspieranie kraju, który padł ofiarą militarnej agresji.

Tak samo jak *greenwashing*, także *warwashing* wydaje się nie być zgodny z zasadą GRI dotyczącą dokładności raportowania, czyli przedstawiania informacji o realizowanych działaniach w taki sposób, żeby interesariusze mogli ocenić ich realny wpływ. Aby nie narażać się na takie ryzyka wizerunkowe, firmy powinny zdefiniować cele krótko-, średnio- i długoterminowe, a także transparentnie przedstawić, jak wiążą się one z możliwościami biznesowymi organizacji.

PERSPEKTYWA UKRAIŃSKA
Maryna Saprykina

Wojna jest ogromnym ciosem dla ukraińskiej gospodarki i środowiska naturalnego. Nie zważając na relokację, utratę kapitału ludzkiego, zniszczone łańcuchy dostaw, ukraiński biznes udowodnił swoją odporność. Z badania „Postawy ukraińskiego biznesu" przeprowadzonego przez firmę Gradus dla Międzynarodowego Forum Ekonomicznego w Kijowie wynika, że w listopadzie 2022 roku funkcjonowało (całościowo lub częściowo) 87% ukraińskich firm, a 12% zawiesiło swoją działalność.

Przedsiębiorstwa były zmuszone między innymi do zmiany modeli biznesowych, optymalizacji kierunków działalności, reorganizacji i przekształcenia strategii, w tym strategii zrównoważonego rozwoju, z których firmy nie zrezygnowały.

Przez niecały rok inwazji ukraiński biznes zgromadził ogromne praktyczne doświadczenie w realizacji programów zrównoważonego rozwoju w warunkach wojny. **Aby upowszechnić te doświadczenia, powstała publikacja „Zrównoważony rozwój dla Ukrainy".** Poniżej znajdują się główne wnioski pochodzące z tego raportu:

1) **Najlepsze wyniki biznesowe w czasie wojny wykazywały firmy, które stworzyły strategię kryzysową:** Między innymi 92% firm z branży IT miało odpowiednie plany działania[3], dzięki czemu były w stanie zapewnić ciągłość procesów biznesowych. W pierwszym miesiącu wojny utrzymywały one wydajność na poziomie 85–90%, a od kwietnia wznowiły pozytywną dynamikę wzrostu. Po 10miesiącach wojny branża uzyskała 6 miliardów dolarów przychodów z eksportu i miała 10% wzrost w porównaniu z 2021 r.[4]

2) **Patriotyzm zjednoczył Ukraińców i Ukrainki:** konsumenci i konsumentki rezygnowali z towarów rosyjskich, częściej sięgali po krajowe produkty. Podobne postawy przyjął również biznes. Pierwszy Międzynarodowy Bank Ukrainy „(Bank PUMB) zainicjował projekt partnerski »Jesteśmy jednej krwi«, jednocząc ukraińskie firmy logistyczne, producentów, artystów i NGO. W ramach współpracy zostały stworzone patriotyczne rzeczy, a cały dochód z ich sprzedaży został przeznaczony na dostarczanie krwi na linię frontu i zakup opasek hemostatycznych. W ciągu sześciu miesięcy zebrano 60 000 dolarów".

3) Strategie zrównoważonego rozwoju zostały dostosowane do warunków wojennych, dlatego w pierwszej kolejności **firmy skupiły się na zapewnieniu bezpieczeństwa i na wsparciu (finansowym i psychicznym) swoich pracowników i ich rodzin**: „Przykładem jest dobra praktyka Coca-Coli HBC polegająca na otwarciu 11 Centrów Opieki w centralnych i zachodnich regionach Ukrainy, aby wesprzeć swoich pracowników i ich rodziny podczas ewakuacji. Natomiast firma informatyczna Eleks otworzyła Centrum Psychologiczne oferujące profesjonalne wsparcie mentalne".

4) Warto także podkreślić skokowy **rozwój wolontariatu pracowniczego**: „Firma informatyczna SoftServe w pierwszym półroczu wojny zwiększyła liczbę swoich wolontariuszy działających na rzecz Fundacji z 30 do 400".

5) Istotnym tematem dla trwałości i zrównoważonego rozwoju ukraińskiego biznesu jest **wsparcie Sił Zbrojnych Ukrainy**. Przed wojną inwestycje w armię i sprzęt wojskowy uważano za niezgodne ze zrównoważonym rozwojem. Jednak w warunkach rosyjskiej inwazji zbrojnej takie inwestycje stały się ściśle ze zrównoważonym rozwojem związane, wspierają bowiem nadrzędną wartość – niepodległość kraju, w którym funkcjonują podmioty z pierwszego, drugiego i trzeciego sektora: „Firma logistyczna Nova Post wydała na potrzeby wojska ponad 2,5 miliona dolarów, zapewniając potrzeby militarne 5 oddziałów SZU".

6) Firmy przyszły z pomocą rządowi i gminom, między innymi zdecydowały się na **płacenie podatków z góry** (wiele dużych firm na początku wojny uiściło podatki za cały 2022 rok), realizację projektów pro bono, przekazywanie sprzętu i innych zasobów: „Firma EPAM, we współpracy z 1000 wolontariuszy, w 2022 roku zrealizowała 16 projektów informatycznych m.in. dla Ministerstwa Polityki Rolnej i rolników Agrostatus, pomogła uczelniom przenieść serwery do chmury AWS, opracowała stronę internetową Centrum Koordynacji Działań dla społeczności Iwano-Frankowska i uchodźców".

7) Wsparcie dla uchodźców wewnętrznych polegało na udzielaniu pomocy humanitarnej społecznościom przyjmującym takie osoby oraz **wsparciu rozwoju miejscowości deokupowanych** między innymi poprzez udostępnienie pomieszczeń, wyposażenie, dostarczenie produktów i usług: „Nova Post bezpłatnie dostarcza niezbędne produkty i lekarstwa do wyzwolonych miast i wsi. Firma dostarczyła 4000 paczek o wadze 50 000 kg w ciągu trzech dni od uruchomienia projektu".

8) **Firmy już dziś planują odbudowę kraju.** W strategiach biznesowych uwzględniają kluczowe zasady zrównoważonego rozwoju, plan naprawy Ukrainy oraz wymagania UE dla państw kandydujących do Unii. Priorytetowe kwestie to troska o środowisko naturalne, zatrudnienie i reintegracja weteranów wojennych, w tym osób z niepełnosprawnościami, upskilling i reskilling obywateli i obywatelek, w tym bezrobotnych, odbudowa infrastruktury i pomoc humanitarna dla ludności z terytoriów deokupowanych.

PODSUMOWANIE

Bestialska napaść Rosji na Ukrainę stała się egzaminem sprawdzającym korporacyjne wartości i gotowość biznesu do szybkich decyzji. Międzynarodowe korporacje zostały postawione przed trudnym wyborem, często wymagającym rezygnacji z części zysków na rzecz wyższego dobra, którym są prawa człowieka. Przedsiębiorstwa, w tym ukraińskie, wówczas stały się kluczowym aktorem w egzystencji objętego wojną państwa, zapewniając ciągłość funkcjonowania gospodarki i dobrostanu ofiar agresji.

[1] InPost, *Pomoc dla Ukrainy – transport produktów samochodami InPost*, https://inpost.pl/aktualnosci-pomoc-dla-ukrainy-transport-produktow-samochodami-inpost.

[2] ReliefWeb, *Ukraine Emergency: UNHCR Operational Response, Delivery Updates* (27 July 2022), https://reliefweb.int/report/ukraine/ukraine-emergency-unhcr-operational-response-delivery-updates-27-july-2022.

[3] W. Rykhlytskyi, *Biznes w warunkach wojny: kto poniósł największe straty i jak przedsiębiorstwa się odbudowują*, „Europejska prawda", 23 marca 2022, https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/.

[4] Większość firm technologicznych była w stanie zapewnić ciągłość procesów biznesowych i w pierwszym miesiącu wojny utrzymać wydajność na poziomie 85–90%, a od kwietnia przywrócić dodatnią dynamikę wzrostu. IT Ukraina, 13 grudnia 2022, https://itukraine.org.ua/it-reports-do-it-like-ukraine.html.

Marcin Milczarski
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Dlaczego S w ESG sprawia kłopoty i co z tym zrobić?

U progu Światowego Forum Ekonomicznego 2023 Elon Musk stwierdził, że S w ESG znaczy *satanic*, czyli coś szatańskiego. Nijak ma się to oczywiście do rzeczywistości, ale jeśli miałbym podjąć tę grę, postawiłbym na *sneaky* (podstępny). Czynniki środowiskowe (E) i ładu korporacyjnego (G) są konkretne, biznesowo łatwiejsze do łączenia ze strategią firm. Z kolei S jest terenem wielu nieporozumień.

PRZESZŁOŚĆ, KTÓRA NIE CHCE MINĄĆ

Dobroczynność i filantropia to pojęcia, które przez wiele lat kształtowały wyobrażenia o społecznym oddziaływaniu biznesu. Kluczowy był oczywiście XIX wiek, takie postacie jak John Rockefeller, Andrew Carnegie czy – w Polsce – Leopold Kronenberg na długo stały się wzorami dla „filantropijnie zorientowanego biznesu". Tego typu podejście widać i dzisiaj w rodzimym myśleniu o korporacyjnej odpowiedzialności i dotyczy to zarówno przedsiębiorstw, jak i opinii publicznej[1]. Nadal rozumiemy związek biznesu ze sprawami społecznymi właśnie w kategoriach charytatywności, mimo że współczesnego ESG dotyczy to w bardzo ograniczonym zakresie[2]. Obecnie bowiem odpowiedzialność nie odnosi się tylko do firm jako takich (do ich uogólnionego obrazu), ale idzie w głąb, do produktów, usług i procesów zarządczych. I tu zaczynają się schody z S.

ŁATWO, SZYBKO, SPEKTAKULARNIE

Problematyczność tego obszaru potwierdza badanie „The ESG Global Survey" realizowane co dwa lata przez BNP Paribas. W 2017 roku 41% firm uznało społeczny komponent ESG za trudny w ocenie i we włączaniu do analizy inwestycyjnej. W 2019 roku było to 46%, a w 2021 – aż 51% (E wskazało w tej edycji 39% firm, a G tylko 27%).

Kłopotliwy jest także pomiar S. W 2017 roku New York University Stern Center for Business and Human Rights przeprowadziło badanie sprawozdawczości pod kątem kwestii społecznych. Przegląd opierał się na 12 standardach, między innymi GRI, SASB i FTSE. Raport bezwzględnie napiętnował koncentrację biznesu przy pomiarze S na tym, co **najwygodniejsze, a nie tym, co najważniejsze**[3].

Obraz S, jaki wyłania się z badań, ujawnień niefinansowych i wystąpień konferencyjnych to w znacznej mierze **zaangażowanie społeczne**. Rozumiem przez nie inicjatywy na zewnątrz, nienakierowane na działalność biznesową. Projekty dla lokalnych społeczności, współpraca z trzecim sektorem czy sponsoring są dla przedsiębiorstw łatwiejsze niż mierzenie się na przykład z zagadnieniem praw człowieka w swoim łańcuchu wartości. Zaangażowanie społeczne jest prostsze organizacyjnie, mniej kosztowne i daje szybszy zwrot wizerunkowy niż udoskonalanie produktów i usług pod względem wpływu na ludzi.

Jednak przesadna koncentracja na działaniach zewnętrznych to proszenie się o reputacyjne kłopoty. Każda firma jest w jakimś stopniu niedoskonała, zawsze można coś poprawić. Jeśli S równa się zaangażowaniu społecznemu, a procesy związane z działalnością przedsiębiorstwa są pomijane lub jaskrawo niedowartościowane, to niestety uprawiany jest **socialwashing**.

MOŻNA INACZEJ

W modelowym zarządzaniu ESG zawsze należy wychodzić od swojego biznesu, od jego operacyjnego sedna. Mapowanie interesariuszy, analiza obszarów wpływu i prześwietlanie organizacji pod kątem podwójnej istotności to pierwsze narzędzia do identyfikacji ryzyk i szans wprowadzenia zmian. Takie podejście zdecydowanie **częściej widać w E niż S**[4] Jednak przy dwóch założeniach można je realizować także na gruncie społecznym.

Po pierwsze, każdy biznes ma zakres, w którym **bezpośrednio współtworzy społeczną rzeczywistość i jest przez nią współtworzony**. Pracownicy i pracownice (także w łańcuchu wartości), lokalne społeczności, osoby korzystające z produktów i usług to główni interesariusze, w stronę których trzeba zwrócić reflektor S. Mówią o tym ESRS dotyczące kwestii społecznych. Wyobraźmy sobie przetwórnię generującą hałas. Czy w pierwszej kolejności powinno się myśleć o organizowaniu programów edukacyjnych dla dzieci z pobliskich szkół, czy jednak zapewnić komfort akustyczny sąsiadom?

Po drugie, trzeba odnosić się do **zjawisk ogólnospołecznych**. Ostatni „The Global Risks Report" Światowego Forum Ekonomicznego zebrał ryzyka na 2023 rok w pięciu kategoriach: ekonomiczne, środowiskowe, geopolityczne, społeczne i technologiczne. Za najważniejszą w kolejnych dwóch latach uznano właśnie kwestię społeczną: rosnące koszty życia[5]. Ale są i inne wyzwania: starzejące się społeczeństwa, rosnące nierówności, ryzyka pandemiczne itd. Wszystko to przekłada się na funkcjonowanie firm, także w kontekście wyniku finansowego, szczególnie długofalowego; nie ma biznesu, który byłby społecznie wyizolowany. Zjawiskom społecznym w dużej skali nie da się całkiem zaradzić, ale można przygotować swój biznes na ich wpływ.

JEST NAD CZYM PRACOWAĆ

Ze swojej natury S jest mniej precyzyjne niż E: ma dyskusyjne wskaźniki i metodologie, niejasne cele. Taksonomii społecznej nadal nie ma, a zrównoważone finansowanie jest głównie zielone[6]. Wspomniana wcześniej analiza NYU wykazała dodatkowo słabość ratingów: na ponad 1700 wskaźników społecznych tylko 8% oceniało faktyczne skutki działań, reszta mówiła jedynie o podjęciu starań! Nie powinno zatem dziwić, że w raportach firm S odnotowywane jest znacząco rzadziej niż inne obszary.

W lipcu 2021 roku Climate Disclosure Standards Board wydała raport „Corporate reporting on social matters". Niepokoi nie tylko mała liczba ujawnień społecznych, ale także ich jakość. Jak czytamy w opracowaniu: „Zbyt często ujawnienia społeczne składają się z odrębnych, niepowiązanych ze sobą wskaźników i szablonowych stwierdzeń, zamiast skupiać się na ryzykach i szansach społecznych, które mają największe znaczenie dla firm, inwestorów i ludzi.

Społeczne zaangażowanie biznesu **przynosi często wiele dobra**. Pokazały to jego reakcje na pandemię czy wojnę w Ukrainie. Tego typu działania nie zmieniają jednak firm od środka, tak samo jak korporacyjne sadzenie drzew nie ogranicza emisji CO_2e danego przedsiębiorstwa. A przecież **w ESG chodzi o transformację przede wszystkim biznesu:** wszechstronną, głęboką i trwałą. Jeśli biznes pozostanie wyłącznie na poziomie zaangażowania społecznego, bez działań związanych ze swoją główną działalnością, nie dojdzie do takiej zmiany. Ze szkodą dla wszystkich.

[1] Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe, *Filantropia w Europie Środkowo-Wschodniej (CEE) 2020,* https://ceeimpact.org/research2020-pl [dostęp: 21.01.2023]

[2] W. Mróz, P. Pohrybieniuk, „Inwestowanie w impakt – obalamy mity", *Startupy Pozytywnego Wpływu 2022*, https://kozminskihub.com/raport-startupy-pozytywnego-wplywu [dostęp: 21.01.2023]

[3] C. O'Connor, S. Labowitz, NYU Stern Center for Business and Human Rights, *Putting the "S" in ESG: Measuring Human Rights Performance for Investors*, https://www.stern.nyu.edu/experience-stern/global/putting-s-esg-measuring-human-rights-performance-investors [dostęp: 21.01.2023].

[4] J. Saul, *Fixing the S in ESG*, „Stanford Social Innovation Review", https://ssir.org/articles/entry/fixing_the_s_in_esg [dostęp: 21.01.2023].

[5] World Economic Forum, *The Global Risks Report 2023*, https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2023 [dostęp: 21.01.2023].

[6] S. Spinaci, *Green and sustainable finance*, https://www.europarl.europa.eu/thinktank/fr/document/EPRS_BRI(2021)679081 [dostęp: 21.01.2023].

Patrycja Kamionek
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

10 lat Karty Różnorodności w Polsce

GDZIE JESTEŚMY, DOKĄD ZMIERZAMY?

Rok 2022 był dla Karty Różnorodności wyjątkowy, obchodziliśmy jubileusz 10-lecia programu w Polsce. Forum Odpowiedzialnego Biznesu od dekady koordynuje działania polskiej odsłony tej międzynarodowej inicjatywy pod egidą Komisji Europejskiej. W Europie funkcjonuje 26 Kart Różnorodności, zrzeszając łącznie około 14,5 tys. podmiotów. W Polsce 289 pracodawców podpisało zobowiązanie do przeciwdziałania dyskryminacji, poszanowania równości i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy, a w jubileuszowym roku aż 50 nowych podmiotów (duże przedsiębiorstwa, MŚP, mikrofirmy, NGO i organy administracji) stało się sygnatariuszami Karty Różnorodności.

NIECODZIENNE WYDARZENIA, NIEZWYKLI GOŚCIE I GOŚCINIE

Obchody jubileuszu zostały przygotowane w trzech blokach tematycznych: „Kobiety"; „Inkluzja, osoby LGBT+ i wellbeing" oraz „Zarządzanie różnorodnością: gdzie jesteśmy, dokąd zmierzamy". Przyglądaliśmy się kobietom na rynku pracy z perspektywy ich ról, funkcji oraz nierówności związanych z płcią. Podczas inauguracji obchodów, 14 lutego 2022 roku, gościliśmy między innymi unijną komisarkę ds. równości Helenę Dalli oraz dr. hab. Marcina Wiącka, profesora Uniwersytetu Warszawskiego, Rzecznika Praw Obywatelskich VIII kadencji.
Zorganizowana została także przestrzeń celebracji różnorodności. W maju świętowaliśmy Europejski Miesiąc Różnorodności, podczas którego, na 9. Targach CSR, ogłosiliśmy wyniki drugiej edycji Diversity IN Check, badania poziomu dojrzałości organizacji/firmy w zakresie zarządzania różnorodnością i budowania włączającej organizacji. Dzieliliśmy się wiedzą i inspirowaliśmy do działania w specjalnie zorganizowanej Strefie Różnorodności. Po raz pierwszy też jako grupa wzięliśmy udział w Paradzie Równości w Warszawie. Polska Karta Różnorodności wraz z Platformą Europejskich Kart Różnorodności świętowała również uroczyste rozpoczęcie Miesiąca Różnorodności zorganizowane przez Komisję Europejską w Brukseli.

W ramach jubileuszu przyglądaliśmy się zarządzaniu różnorodnością w miejscu pracy z perspektywy 10 lat działania Karty Różnorodności w Polsce, możliwym kierunkom rozwoju i zmianom na rynku pracy. Wyniki zaprezentowaliśmy w badaniu 10-lecia.

NAGRODY KARTY ROZDANE!

W ramach obchodów po raz pierwszy pracodawcy upowszechniający w Polsce wartości DEI (*diversity, equity, inclusion* – różnorodność, równość, włączanie), w tym w szczególności w obszarze promocji i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy, uhonorowani zostali Nagrodami Karty Różnorodności. Swoje inicjatywy z obszarów DEI mogły zgłaszać firmy o dowolnej wielkości, samorządy, organizacje pozarządowe (fundacje i stowarzyszenia), uczelnie wyższe (prywatne i państwowe), instytucje kultury, instytucje publiczne. Nagrody Karty Różnorodności zostały przyznane w trzech kategoriach: DEI w biznesie, DEI w sektorze pozabiznesowym oraz DEI w samorządach. Kategoria DEI w biznesie składała się z kilku obszarów: partnerstwo (za współpracę międzysektorową przy realizacji działań na rzecz zarządzania różnorodnością), aktywizm korporacyjny (za zabranie głosu w sprawie ważnej społecznie), zarządzanie kryzysem uchodźczym (za działania na rzecz włączenia społecznego migrantów i migrantek), wolontariat pracowniczy (za projekt wolontariacki związany z zarządzaniem różnorodnością), nowatorskie podejście (za innowacyjne działanie na rzecz zarządzania różnorodnością). Statuetki dla zwycięskich inicjatyw zostały wykonane z gliny przez podopiecznych Fundacji Synapsis – fundacji dla dzieci i dorosłych z autyzmem.

W ramach obchodów 10-lecia Karty Różnorodności zorganizowaliśmy cztery debaty eksperckie, trzy wydarzenia, dziewięć podcastów, dziewięć webinarów, siedem spotkań sygnatariuszy, przeprowadziliśmy trzy badania, opublikowaliśmy trzy raporty z badań oraz cztery infografiki tematyczne.

kartaroznorodnosci.pl
facebook.com/zarzadzanieroznorodnoscia
www.linkedin.com/company/karta-roznorodnosci/

Magdalena Kitlas
PRACODAWCY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

ESG, zrównoważony rozwój – wyzwania dla MŚP

Obszar ESG, w tym raportowanie zgodnie z CSRD to kluczowa zmiana rozpoczynająca daleko idący proces transformacji gospodarki. Wprowadzany dyrektywą obowiązek raportowania ESG będzie ogromnym wyzwaniem także dla firm z sektora MŚP. Niektóre być może będą musiały przeorganizować funkcjonowanie, sposób świadczenia usług czy produkcję.

Od 1 stycznia 2026 roku przepisy obejmą notowane na giełdzie MŚP, z terminem składania sprawozdań w 2027 roku. Małe i średnie przedsiębiorstwa mogą zrezygnować z tego rozwiązania do 2028 roku. Mimo, że MŚP w najbliższym czasie nie będą musiały składać raportu niefinansowego, nadchodzące zmiany będą ich dotyczyły w sposób pośredni. Zostaną one zobligowane do przekazywania danych niezbędnych dla raportów ESG ich dużych partnerów. Niespełnienie oczekiwań interesariuszy w tym zakresie może mieć negatywne konsekwencje. To m. in. wyższe koszty finansowania i trudności z jego pozyskaniem oraz utrata przewagi konkurencyjnej.

WYZWANIA I SZANSE DLA MŚP

Strategia dużych firm dotycząca odpowiedzialnego prowadzenia biznesu w coraz większym stopniu przekładać się będzie na ich łańcuch wartości, w tym MŚP.

Zgodnie z dyrektywą CSDD (Corporate Sustainability Due Diligence) od 2024 roku firmy spełniające kryteria wyżej wymienionej dyrektywy będą musiały brać odpowiedzialność za to, jak ich dostawcy i partnerzy biznesowi przeciwdziałają negatywnym skutkom swojej działalności dla poszanowania praw człowieka i środowisko. To zwiększy liczbę zapytań o kwestie dotyczące ESG, z jakimi klienci biznesowi będą zwracać się do swoich kontrahentów, między innymi MŚP. Duże przedsiębiorstwa mogą oczekiwać od MŚP pisemnych deklaracji, że dostawca spełnia określone wymagania w zakresie zrównoważonego rozwoju, mogą też prowadzić audyty, aby sprawdzić zgodność tych deklaracji ze stanem faktycznym.

Dlatego wdrożenie zrównoważonych modeli biznesowych MŚP mogą wykorzystać jako szansę biznesową. To pomoże im w zdobyciu nowych i utrzymaniu dotychczasowych klientów. Natomiast rozwiązywanie problemów społecznych lub środowiskowych może być pomysłem na biznes.

TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA

W związku z postępującymi zmianami klimatu oraz zagrożeniami dla środowiska Unia Europejska zdecydowała się opracować Europejski Zielony Ład. Celem tej strategii jest całkowita transformacja europejskiej gospodarki – do 2050 roku ma ona osiągnąć zerowy poziom emisji gazów cieplarnianych. Wiąże się to z koniecznością przekierowania strumienia środków finansowych na obszary zrównoważonego rozwoju, premiowania projektów, które oprócz zwrotu z inwestycji będą stymulować i zapewniać dodaną wartość społeczną i środowiskową.

Dnia 1 stycznia 2022 roku wszedł w życie unijny system klasyfikacji działalności gospodarczej ze względu na stopień jej zrównoważenia środowiskowego – taksonomia. Warto zaznaczyć, że w myśl CSRD do obowiązków przedsiębiorstwa objętego raportowaniem niefinansowym należą analiza oraz uwzględnienie w raporcie taksonomii, czyli informacji, w jaki sposób i w jakim stopniu działalność tego przedsiębiorstwa jest związana z działalnością gospodarczą, która kwalifikuje się jako zrównoważona środowiskowo po spełnieniu łącznie wszystkich trzech przesłanek:

- wnosi istotny wkład w realizację jednego z sześciu określonych celów środowiskowych,
- nie wyrządza poważnych szkód żadnemu z nich,
- jest prowadzona w sposób zapewniający zgodność z zasadami i prawami określonymi w ośmiu podstawowych konwencjach Międzynarodowej Organizacji Pracy.

Wykazanie zgodności z taksonomią będzie wymagane od wielu uczestników rynku – dla procesów czy projektów przez nich prowadzonych. Inwestycje niespełniające zasad zrównoważonego rozwoju oraz kryteriów taksonomii będą miały utrudniony dostęp do finansowania oraz będą mniej konkurencyjne z uwagi na generowane ryzyka. Banki, opierając się na taksonomii, wymagają lub będą wymagały konkretnych informacji i działań, a firmy (w tym także MŚP) muszą dobrze się do tego przygotować.

Raportowanie zrównoważonego rozwoju staje się integralną częścią biznesu. Wynika to zarówno z legislacji, która jest procesowana na poziomie europejskim, jak i wzrostu poziomu dojrzałości polskich firm. Niezbędne jest jednak rozwijanie przez przedsiębiorców kompetencji w zakresie zrównoważonego rozwoju. Stąd też pomysł na uruchomienie między innymi przez Pracodawców RP projektu „Kompas ESG", angażującego ludzi nauki, biznesu i administracji. Celem inicjatywy jest edukacja i zwiększanie świadomości wyzwań zrównoważonego rozwoju zwłaszcza wśród małych i średnich firm.

Najbliższe lata to konieczność dostosowania całego biznesu do zmian legislacyjnych i trendów społeczno-gospodarczych. Każda firma stoi przed wyzwaniem. Szansę zyskają najlepiej przygotowani do nowej rzeczywistości biznesowej.

dr Justyna Ziobrowska-Sztuczka
AUTORKA JEST LAUREATKĄ KONKURSU VERBA VERITATIS I MIEJSCE W KATEGORII PRACE DOKTORSKIE

Gospodarka współdzielenia receptą na nadmierny konsumpcjonizm

Henry David Thoreau, jeden z krytyków konsumpcyjnego pędu mawiał: „Większość luksusów i wiele z tak zwanych wygód w życiu nie tylko nie jest niezbędnych, ale wręcz stanowią przeszkodę na drodze do rozwoju ludzkości"[1].

Nadmierny konsumpcjonizm rozumiemy jako konsumpcję nieuzasadnioną przez rzeczywiste ludzkie potrzeby, która ignoruje społeczne, środowiskowe i indywidualne koszty tego procesu. Można opisać ją za pomocą trzech elementów: materialistycznego podejścia do życia, konsumpcji na pokaz oraz uzależnienia od kompulsywnego kupowania. Skutecznym sposobem przeciwstawiania się nadmiernemu konsumpcjonizmowi jest gospodarka współdzielenia. To nurt bazujący na lepszym wykorzystaniu zasobów, system społeczno-gospodarczy odmienny od klasycznych modeli organizacyjnych, który umożliwia użyczanie wolnych lub częściowo wykorzystanych zasobów w ramach wspólnej konsumpcji bez konieczności posiadania ich na własność. Idea ta przyczynia się do wzmocnienia gospodarki o obiegu zamkniętym, która polega na wykorzystywaniu produktów tak długo, jak jest to możliwe, oraz na minimalizowaniu wytwarzania odpadów.

MINIMALIZM, CZYLI AKTYWNI KONSUMENCI

W ostatnich latach zauważalna stała się zmiana postaw i zachowań konsumpcyjnych głównie wśród młodszej części społeczeństwa, która przestaje postrzegać konsumpcję w kategoriach intensywnego dążenia do gromadzenia dóbr[2]. Nabywcy zaczynają dobrowolnie minimalizować swoje potrzeby materialne. Dążą do zachowania umiaru, odrzucając przy tym tradycyjne wzorce konsumpcji oparte na zwiększaniu stanu posiadania. Przestają tkwić w tak zwanym obłędzie materialistycznego stylu życia[3]. Koncentrują się na minimalizmie, ekologii oraz zrównoważonym rozwoju[4]. Aktywni konsumenci wchodzą w bezpośrednie relacje po to, aby dzielić się własnością i korzystać z dóbr i usług bez nabywania ich na własność. „Nie trzeba mieć, by korzystać" to główna myśl gospodarki współdzielenia. Współczesna forma gospodarki współdzielenia sprowadza się do łączenia osób głównie za pomocą platform internetowych, umożliwiających świadczenie usług wzajemnych, wspólne korzystanie z dóbr lub dzielenie się nimi. Tworzone są również przestrzenie, w których użytkownicy mogą korzystać z warsztatu naprawczego działającego w myśl zasady „napraw, zamiast wyrzucać", a także poszerzać wiedzę i umiejętności związane z życiem w duchu świadomej konsumpcji i zero waste. Powstają liczne jadłodzielnie (obecnie w Polsce jest ich ponad 100), które stanowią odpowiedź na problem marnotrawstwa żywności. Umożliwiają one dzielenie się żywnością i ratowanie produktów spożywczych przed zmarnowaniem. Działają też grupy internetowe służące do wymiany lub oddawania produktów spożywczych. Coraz bardziej popularny staje się również wynajem pojazdów na minuty. Dzięki carsharingowi możliwe jest ograniczenie ruchu prywatnych samochodów w centrach miast. Wiąże się to z lepszym wykorzystaniem zasobów przez użytkowników oraz uwolnieniem stref parkingowych od samochodów prywatnych. Brakuje jednak w tym obszarze wsparcia samorządów i administracji centralnej w postaci zachęt regulacyjnych i finansowych. Operatorzy nie otrzymują innego wsparcia niż miejsca parkingowe. Brakuje odpowiedniej infrastruktury i rozwiązań systemowych w postaci stref mobilności dla aut, hulajnóg, rowerów czy skuterów na minuty. Nie ma wskazanych preferencji w zakresie opłat za parkowanie. Poza carsharingiem obserwowany jest stały wzrost zainteresowania współdzieleniem podróży, czyli carpoolingiem[5].

OBLICZE WSPÓŁDZIELENIA

W czasie spowolnienia gospodarczego powinno rosnąć zainteresowanie gospodarką współdzielenia i związanym z nią aspektem oszczędzania zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców. Do zalet idei współdzielenia należą: oszczędność czasu i pieniędzy, poczucie bycia aktywnym i użytecznym w społeczeństwie, ograniczenie konsumpcji, marnotrawstwa zasobów i emisji CO_2 oraz udział w szerszym ruchu wobec nadmiernej konsumpcji. Natomiast wśród wad można wymienić: niedostosowane lub niejasne przepisy prawne, niedopracowany system rekomendacji i ocen, niekorzystną substytucję miejsc pracy, utratę prywatności, brak znajomości prawdziwej tożsamości osób, z którymi często wchodzi się w interakcje (działania w oparciu o zaufanie społeczne).

Korzyści wynikające z gospodarki współdzielenia przeważają jednak nad jej wadami. Aby zaś rynek był gotowy na szersze wdrożenie koncepcji współdzielenia, przede wszystkim należy stworzyć odpowiednie otoczenie regulacyjne dla tego rodzaju gospodarki (dotyczy to praw i obowiązków osób świadczących usługi), duża jest też rola konsumentów i ich chęci udziału w dzieleniu się zasobami.

[1] H.D. Thoreau, *Walden, czyli życie w lesie*, Dom Wydawniczy Rebis, 1991, s. 271.

[2] J.M. Ziobrowska, *Postawa polskiego społeczeństwa wobec gospodarki współdzielenia*, w: taż, *Gospodarka współdzielenia a kształtowanie się współczesnych stosunków gospodarczych*, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2021.

[3] H.D. Thoreau, *Walden, czyli życie w lesie*.

[4] J.M. Ziobrowska, *Postawa polskiego społeczeństwa wobec gospodarki współdzielenia.*

[5] Tamże.

Jadwiga Pisarska
AUTORKA JEST LAUREATKĄ KONKURSU VERBA VERITATIS I MIEJSCE W KATEGORII PRACE MAGISTERSKIE

Zrównoważone inwestowanie w pigułce

Dyrektywa SFDR (*Sustainable Finance Disclosure Regulation*), obowiązująca od marca 2021 roku, dąży do zwiększenia przejrzystości w kwestii uwzględniania ryzyk dla zrównoważonego rozwoju w inwestycjach. Klienci mogli zauważyć, że fundusze zaczęły być oznaczane jako „ESG" lub „jasnozielone" " i „ciemnozielone". Co kryje się za tymi oznaczeniami?

Najbardziej intuicyjnym sposobem działania inwestorów etycznych jest wykluczenie inwestycji w przedsięwzięcia szkodliwe lub sprzeczne z określoną etyką. Biorą oni pod uwagę kontrowersyjne produkty, między innymi tytoń, broń czy węgiel energetyczny, ale również sposób działania podmiotów, między innymi łamanie prawa pracy czy łapówkarstwo. Podejście może być bardziej lub mniej restrykcyjne, można na przykład wykluczyć wszystkie paliwa kopalne lub jedynie poszczególne sposoby ich ekstrakcji (odwierty arktyczne, piaski roponośne, łupki).

Umiarkowanie restrykcyjne podejście wykluczeń warto stosować również wobec konwencjonalnych funduszy inwestycyjnych, czyli nieposiadających dodatkowych oznaczeń. Dyrektywa SFDR określa to w artykule 6 jako „integrację ryzyka dla zrównoważonego rozwoju". Poza perspektywą etyczną, dostarcza to ważnych informacji o ryzyku, które może nie być jeszcze widoczne w bieżących wskaźnikach finansowych. Podmioty, które działają, naruszając normy środowiskowe, prawo pracy i prawa człowieka, są obciążone znacznym ryzykiem kar, roszczeń finansowych, a także utraty klientów. W rezultacie mogą przynieść straty finansowe lub reputacyjne dla funduszu.

Zrównoważona strategia inwestycyjna może realizować różne cele. Dla uproszczenia rozróżniamy:

- **minimalizowanie negatywnego wpływu oraz promowanie aspektów środowiskowych i społecznych**
  Ten cel często wdrażany jest przez podejście „najlepszy w branży" (best in class). Sposób polega na identyfikowaniu podmiotów, które względnie najlepiej zarządzają ryzykiem ESG w swojej branży i stosują dobre praktyki środowiskowe, społeczne i zarządcze. Takie podejście opiera się na założeniu, że na przykład przemysł wydobywczy, paliwowy czy motoryzacyjny są niezbędne w gospodarce oraz że podmioty, które minimalizują swój negatywny wpływ, unikają kontrowersji, a przygotowują się do transformacji, długoterminowo radzą sobie lepiej. Dlatego w wielu funduszach z kategorii ESG, szczególnie tych oznaczonych jako **jasnozielone (art. 8 SFDR**), znajdziemy również podmioty z tak zwanych trudnych branż i emitentów znacznych ilości gazów cieplarnianych. To podejście na polskiej giełdzie upowszechnia między innymi indeks WIG-ESG.

- **dążenie do pozytywnego wpływu**
  To podejście polega na wspieraniu określonych aktywności lub Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Twórcy strategii **ciemnozielonych (art. 9 SFDR)** oczekują od spółek najwyższych standardów zarządczych. Poza etyką i minimalizacją ryzyk ESG, motywacją do tego rodzaju inwestycji może być dynamiczny rozwój takich gałęzi, jak elektromobilność, OZE czy alternatywne źródła białka. Ciekawą odmianą tego podejścia jest zrównoważona strategia tematyczna, skupiająca się na określonej branży lub wybranych wyzwaniach dla zrównoważonego rozwoju.

Zrównoważone inwestowanie nie powinno się kończyć na doborze spółek. Głosowanie na walnych zgromadzeniach oraz podejmowanie tematyki zrównoważonego rozwoju z zarządami jest kolejnym sposobem, w jaki inwestorzy wspierają transformację firm. W Polsce na koniec 2021 roku było 19 funduszy zrównoważonych[1], a na koniec 2022 już 40[2]. Rok 2022 był trudny na globalnych i lokalnych rynkach akcji i obligacji, a dodatkowo sytuacja geopolityczna nie zachęcała Polaków do inwestowania na rynkach. Nie dziwi więc, że aktywa funduszy zrównoważonych w Polsce pozostały na poziomie poniżej 5 mld zł[3] pomimo rozwoju oferty.

W Polsce fundusze zrównoważone (zgodnie z definicją zawartą w art. 8 i 9 SFDR) to nadal nisza – ich aktywa na koniec 2021 roku stanowiły 2,7% wartości ogółu funduszy inwestycyjnych[4], podczas gdy w Unii Europejskiej było to aż 42,4%[5].

Aktualnie nie ma w kategorii ciemnozielonej funduszu, który inwestowałby w Polsce. Wynika to z małej różnorodności branżowej na głównym parkiecie GPW i ograniczonej dostępności danych ESG o polskich spółkach. Jednocześnie zdecydowana większość funduszy zrównoważonych przekazuje środki do większych zagranicznych funduszy inwestujących głównie w Europie i Stanach Zjednoczonych. Większość to strategie akcyjne – z natury bardziej ryzykowne, ale są również dostępne pojedyncze fundusze o mniejszej zmienności.

[1] J. Pisarska, *Otwarte fundusze inwestycyjne uwzględniające aspekty ESG w Polsce na tle Europy. Oferta, strategie i rozwój segmentu w 2021 roku*, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, 2022.

[2] A. Zalewska, Analizy.pl, *Ważne zmiany dla funduszy ESG*, 19.12.2022, https://www.analizy.pl/tylko-u-nas/31683/fundusze-esg-zmiany-sfdr.

[3] J. Pisarska, *Otwarte fundusze inwestycyjne uwzględniające aspekty ESG w Polsce na tle Europy*; A. Zalewska, Analizy.pl, Ważne zmiany dla funduszy ESG.

[4] Tamże.

[5] Morningstar, *SFDR Article 8 and Article 9 Funds: 2021 in Review*, 4.02.2022, s. 3, https://www.morningstar.com/lp/sfdr-article8-article9 [dostęp: 1.06.2022].

Aleksander Tomala
AUTOR JEST LAUREATEM KONKURSU VERBA VERITATIS NAGRODA RÓŻNORODNOŚCI W KATEGORII PRACE MAGISTERSKIE

Zarządzanie różnorodnością jako część kryteriów ESG

Różnorodność w miejscu pracy jest jednym z kluczowych zasobów organizacji, a efektywne nią zarządzanie i tworzenie inkluzywnych warunków do rozwoju mogą pozytywnie wpłynąć na progres firmy i realizację jej celów biznesowych. Jeśli organizacja zaakceptuje fakt istnienia różnorodności i poświęci jej trochę uwagi, może budować na tym przewagę konkurencyjną[1]. Wykorzysta bowiem w pełni potencjał pracowników, którzy reprezentują pierwotne i wtórne cechy, tak zwane przesłanki różnorodności, czyli między innymi wiek, płeć, pochodzenie i styl pracy[2].

RÓŻNORODNOŚĆ W ESG

ESG to czynniki środowiskowe (*environmental*), społeczne (*social*) oraz elementy ładu korporacyjnego (*governance*), które wpływają na wartość przedsiębiorstwa w długim okresie[3].

Aspekty różnorodności kadry i przeciwdziałania dyskryminacji w miejscu pracy stanowią części składowe kryteriów społecznych oraz ładu korporacyjnego. Badania potwierdzają tezę, że bardziej zróżnicowane zarządy organizacji mogą sprawniej reprezentować interesy szerokiej grupy interesariuszy i kierować rozwojem firmy w sposób zrównoważony, różnorodne zespoły natomiast wyróżniają się kreatywnością oraz większą wydajnością niż grupy jednorodne[4].

Czynniki ESG coraz częściej brane są pod uwagę w procesach inwestycyjnych jako elementy strategii mające pozytywny wpływ na wyniki organizacji, a przy tym i portfele inwestycyjne[5].

Dochodzi również do tego aspekt dostępności finansowania na dalszy rozwój organizacji. W związku ze zmieniającymi się trendami i priorytetami rozwoju gospodarczego w ostatnich latach zaczęto postrzegać kryteria ESG jako istotne czynniki decydujące o przyznaniu ratingu kredytowego wydawanego przez agencje, takie jak S&P czy Moody's. Jednocześnie agencja Moody's ogłosiła w 2019 roku, że istnieje korelacja między wysokim odsetkiem kobiet w zarządzie organizacji a uzyskaniem przez nią wysokiego ratingu kredytowego, a więc i korzystniejszych warunków kredytowych oraz niższych kosztów obsługi długu. Agencja wykazała, że część z przedsiębiorstw ocenianych przez nią najwyższym możliwym ratingiem „AAA" posiadała średnio około 28% kobiet w swoich zarządach. Większość przyznawanych ratingów spadała w miarę malejącego udziału kobiet w zarządach spółek, osiągając nawet wartość ratingu „CA" dla spółek z udziałem kobiet w zarządzie na poziomie 5%. W spółkach z ratingiem „AAA" było też średnio 25% kobiet zajmujących pozycje C-suite, podczas gdy dla spółek z ratingiem „CA" ich udział wynosił średnio 10%[6].

Podobne zależności w kwestii osób LGBT+ wykazało badanie Pandeja Chintrakarna z 2018 roku, z którego wynika, że spółki wprowadzające „praktyki przyjazne osobom LGBT+", uzyskują korzystniejsze ratingi kredytowe niż spółki nierealizujące takich praktyk[7].

RÓŻNORODNOŚĆ A REGULACJE GIEŁDOWE

Z początkiem sierpnia 2021 roku amerykańska Securities and Exchange Commission (SEC) zatwierdziła wprowadzenie wnioskowanej przez NASDAQ zasady zobowiązującej emitentów giełdy do publikowania raportów w zakresie różnorodności płci i rasy pracowników. Jednocześnie emitenci będą zobligowani do posiadania w strukturach swoich zarządów przynajmniej jednej kobiety oraz przynajmniej jednego członka mniejszości etnicznej lub seksualnej. W efekcie daje to wymóg ustanowienia reprezentacji dwóch „zróżnicowanych" członków zarządów. Przedstawiciele SEC wyrazili swoje poparcie dla inicjatywy NASDAQ jako działania zwiększającego transparentność publicznie notowanych przedsiębiorstw oraz prowadzącego do wyznaczenia konkretnej „klasy" spółek notowanych na NASDAQ. Dodatkowo, zwrócono uwagę na elastyczność w realizacji kryteriów, co pozwala na lepsze odzwierciedlenie oczekiwań inwestorów. NASDAQ w autorskim badaniu przeprowadzonym w 2020 roku wykazał, że ponad 75% notowanych na nim spółek nie spełniało w tamtym czasie proponowanych kryteriów różnorodności[8].

WYTYCZNE GPW

Emitenci polskiej GPW są zobowiązani do raportowania realizowanych praktyk ładu korporacyjnego, stanowi o tym par. 29 ust. 3 Regulaminu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Założenia ładu korporacyjnego opisane są w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021" przyjętym przez Radę Giełdy Uchwałą nr 13/1834/2021 z dnia 29 marca 2021 roku[9]. Jednym z nich jest zalecenie dotyczące składu zarządów spółek, w których udział mniejszości płciowych nie powinien być niższy niż 30%. Kolejnym zaleceniem jest publikowanie w sprawozdaniach rocznych informacji dotyczących kryteriów ESG, w tym wartości wskaźnika równości wynagrodzeń wypłacanych pracownikom (procentowej różnicy pomiędzy średnimi miesięcznymi wynagrodzeniami kobiet i mężczyzn). Obliczany jest on według wzoru:

GPGR = |(PWK/PWM)-1|

gdzie:
PWK – przeciętne miesięczne wynagrodzenie kobiety w spółce lub grupie kapitałowej
PWM – przeciętne miesięczne wynagrodzenie mężczyzny w spółce lub grupie kapitałowej[10].

Warto odnotować, że w grupie spółek indeksu WIG20 na dzień 9 stycznia 2023 roku wśród sygnatariuszy Karty Różnorodności w Polsce, inicjatywy pod egidą Komisji Europejskiej koordynowanej przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, było 9 na 20 spółek: Allegro.eu S.A., CCC S.A., CD Projekt S.A., Kruk S.A., LPP S.A., mBank S.A., Orange Polska S.A, PZU S.A. oraz Santander Bank Polska S.A[11].

PODSUMOWANIE

W Polsce – w ramach zarządzania różnorodnością jako części kryteriów ESG – wytyczne GPW kładą nacisk na podnoszenie zróżnicowania płciowego zarządów oraz równości wynagrodzeń. Natomiast inne aspekty różnorodności pierwotnej jednostki, takie jak między innymi wiek, kraj pochodzenia, niepełnosprawność fizyczna czy orientacja seksualna, nadal nie są brane pod uwagę. Polska Giełda Papierów Wartościowych, w odróżnieniu od amerykańskiej NASDAQ, pozostawia swoim emitentom dobrowolność w raportowaniu kwestii związanych z różnorodnością.

Choć zarządzanie różnorodnością i tworzenie inkluzywnych miejsc pracy nadal może stanowić wyzwanie dla biznesu, to – obserwując obecne trendy gospodarcze – można spodziewać się, że coraz więcej firm będzie raportować te kwestie. Zwłaszcza że niebawem, w związku z dyrektywą o sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD), dużo większa liczba przedsiębiorstw na polskim rynku będzie miała obowiązek raportowania również informacji o zarządzaniu różnorodnością w swych szeregach.

---

1 A. Sznajder, *Przewodnik po zarządzaniu różnorodnością*, Konfederacja Lewiatan, Warszawa 2013, s. 6.

2 K. Wojtoszek, *Wpływ kreatywności zasobów ludzkich w przedsiębiorstwie na jego konkurencyjność*, w: *Kreatywność, Innowacyjność, Przedsiębiorczość. Zarządzanie operacyjne w teorii i praktyce organizacji biznesowych, publicznych i pozarządowych*, red. L. Kowalczyka, F. Mroczko, Wydawnictwo Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości w Wałbrzychu, Wałbrzych 2014.

3 B. Domańska-Szaruga, *Rola czynników ESG w budowaniu wartości przedsiębiorstwa*, „Współczesne Zarządzanie", 4/2011, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ, Kraków 2011, s. 143–144.

4 N. Cucari, S. De Falco, B. Orlando, *Diversity of Board of Directors and Environmental Social Governance: Evidence from Italian Listed Companies*, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Vol. 25, Issue 3, Willey, 2018, s. 257, 261.

5 *ESG zmienia sektor finansowy i pozostałe branże*, https://www.pwc.pl/pl/artykuly/esg-zmienia-sektor-finansowy-i-pozostale-branze.html [dostęp: 18.01.2023].

6 *Moody's Research Announcement: Moody's - Corporate board gender diversity associated with higher credit ratings*, https://www.moodys.com/research/Moodys-Corporate-board-gender-diversity-associated-with-higher-credit-ratings-PBC_1193768 [dostęp: 18.01.2023].

7 P. Chintrakarn, S. Treepongkaruna, P. Jiraporn, S. Lee, *Do LGBT-Supportive Corporate Policies Improve Credit Ratings? An Instrumental-Variable Analysis*, „Journal of Business Ethics", Vol. 162, Issue 1, Springer Science+Business Media 2020, s. 42.

8 T. Franck, *SEC approves Nasdaq's plan to boost diversity on corporate boards*, https://www.cnbc.com/2021/08/06/sec-approves-nasdaqs-plan-to-boost-diversity-on-corporate-boards.html [dostęp: 18.01.2023].

9 Giełda Papierów Wartościowych, https://www.gpw.pl/dobre-praktyki2021 [dostęp: 9.01.2023].

10 Giełda Papierów Wartościowych, *Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021*, s. 6, 8.

11 https://odpowiedzialnybiznes.pl/karta-roznorodnosci/sygnatariusze-karty/ [dostęp: 9.01.2023].

Konrad Kochalski
AUTOR JEST LAUREATEM KONKURSU VERBA VERITATIS I MIEJSCE W KATEGORII PRACE LICENCJACKIE

Rozwój raportowania kwestii środowiskowych jako zadanie dla polskich spółek energetycznych

Rozwój koncepcji społecznie odpowiedzialnego biznesu, dominacja paradygmatu zrównoważonego rozwoju, a ostatnio zainteresowanie inwestorów czynnikami ESG sprawiły, że przedsiębiorstwa są coraz bardziej postrzegane i oceniane przez pryzmat godzenia efektywności ekonomicznej z wymogami kwestii środowiskowych.

Takie wielowymiarowe spojrzenie na stan i wyniki działalności jest wyzwaniem dla systemów informacyjnych przedsiębiorstw, które powinny zapewniać swoim interesariuszom, w tym inwestorom, odpowiednio zebrane, uporządkowane i przedstawione informacje. Pokazanie inwestorom w sposób możliwie pełny i transparentny wpływu przedsiębiorstwa na środowisko wiąże się z koniecznością przygotowywania coraz szerszego spektrum informacji zarówno finansowych, jak i niefinansowych.

Z racji członkostwa Polski w Unii Europejskiej oraz Organizacji Narodów Zjednoczonych, przedsiębiorstwa energetyczne mają funkcjonować zgodnie z przyjmowanymi politykami klimatycznymi[1]. W szczególności powinny podejmować działania zmierzające z jednej strony do ograniczania emisji dwutlenku węgla, z drugiej zaś do wytwarzania energii z alternatywnych źródeł. Harmonizacja tych działań znacznie wpływa na kształt i kierunek rozwoju polskiego rynku energetycznego[2]. Na skalę zmian, które muszą jeszcze nastąpić w przedsiębiorstwach energetycznych w Polsce, wskazuje między innymi procentowy stosunek wykorzystania węgla w całkowitym miksie wytwarzanej energii[3]. Dlatego też jakość raportowania kwestii środowiskowych przez polskie spółki tej branży ze względu na silne ich oddziaływanie na środowisko ma dla inwestorów szczególne znaczenie.

Inwestorzy coraz częściej sięgają do raportów środowiskowych spółek energetycznych ze względu na kilka czynników. Odwołując się do racjonalności ekonomicznej, warto zwrócić uwagę na analizy, z których wynika, że emisje gazów cieplarnianych będą miały coraz większy wpływ na potencjalny zysk z akcji inwestorów[4]. Wskazano, że przedsiębiorstwa nadmiernie emitujące dwutlenek węgla mogą być narażone na koszty związane z regulacjami wymuszającymi prowadzenie polityki niskoemisyjnej. Założenia te potwierdzają także badania, które pokazały, że spółki o słabym zaangażowaniu w ochronę środowiska, które wynika z dużej emisji dwutlenku węgla, mają wyższe ryzyko spadku cen akcji od spółek włączających się w ochronę środowiska[5]. Kolejne badania wykazały, że portfele inwestycyjne spółek zawierające odpowiednio akcje spółek o niewielkim zaangażowaniu lub prowadzących działalność sprzeczną z czynnikami ESG osiągały niższe wyniki niż organizacje, które były zaangażowane w tego rodzaju inicjatywy[6]. Udowodniono także, że firmy realizujące koncepcję zrównoważonego rozwoju mają większe szanse na wypłatę dywidend swoim akcjonariuszom[7]. Warto zaznaczyć, że niektóre ryzyka klimatyczne mogą mieć długotrwały charakter. Zatem tradycyjne modele ryzyka, które często biorą pod uwagę krótki horyzont czasowy, mogą uwzględniać ten element w sposób niepełny. Dlatego tak ważną rolę powinny odgrywać prezentowane przez przedsiębiorstwo informacje środowiskowe, które będą stanowić komplementarne źródło wiedzy. Warto nadmienić, że cztery rodzaje ryzyka – wśród dziesięciu globalnych rodzajów zidentyfikowanych w opublikowanym przez Światowe Forum Ekonomiczne raporcie „Global Risks Report" – dotyczyły właśnie kwestii środowiskowych. Inwestorzy są zatem zainteresowani informacjami środowiskowymi w kontekście zarządzania ryzykiem, zwiększenia efektywności portfela inwestycyjnego, ochrony reputacji oraz redukcji asymetrii informacji i błędów prognostycznych w zakresie relacji ryzyko vs. stopa zwrotu z portfela inwestycji[8].

Dotychczasowe raportowanie zagadnień środowiskowych dla inwestorów giełdowych przez polskie spółki energetyczne powinno być doskonalone pod kątem spełnienia kryterium porównywalności. Aktualnie główną treść raportów środowiskowych stanowią wskaźniki przygotowane w oparciu o standardy GRI. Przewidziano w nich wykorzystanie maksymalnie 32 wskaźników, które są pogrupowane w 8 obszarach środowiskowych. Wśród polskich spółek energetycznych można zaobserwować tendencję wzrostową w liczbie wykorzystanych wskaźników, a raporty stają się w tym zakresie coraz bardziej rozbudowane. Analizowane przedsiębiorstwa ujawniły w 2021 roku łącznie 22 wskaźniki, o 4 więcej w porównaniu z 2020 rokiem i o 8 więcej w porównaniu z 2019 rokiem. Warto jednak zaznaczyć, że tylko trzy wskaźniki (305-1, 305-7 – odnoszące się do emisji; 306-2 – odnoszący się do odpadów) zostały ujawnione przez wszystkie rozpatrywane spółki energetyczne w latach 2018–2021. Można zatem uznać, że tylko te 3 wskaźniki charakteryzują się pełną

porównywalnością. Wydaje się, że jest to dość duża dysproporcja ze względu na fakt, że wszystkie przedsiębiorstwa energetyczne funkcjonują w oparciu o zbliżony profil działalności (wyrażony w ich modelu biznesowym).

Takiej rozbieżności można doszukiwać się w mało do tej pory precyzyjnych ramach regulacyjnych. Próbą usystematyzowania i uzyskania efektu porównywalności sprawozdawanych danych środowiskowych w odniesieniu do krajów unijnych było przyjęcie dyrektywy 2014/95/UE. Jednak stosunkowo lakoniczna regulacja wciąż pozostawiała przedsiębiorstwom dużą swobodę w zakresie ujawnianych informacji środowiskowych, na przykład brak było jednolitej formy ujawnień informacji niefinansowych, zestawu obowiązkowych mierników liczbowych opartych na jednolitej metodologii, a struktura prezentowanych informacji środowiskowych mogła być odmienna[10]. Odpowiedzią na problem nieobligatoryjności raportowania porównywalnych informacji jest przyjęta przez Komisję Europejską w listopadzie 2022 roku CSRD (*corporate sustainability reporting directive*), która docelowo ma wprowadzić ujednolicony system sprawozdawczości niefinansowej. Dyrektywa przewiduje także stosowanie obligatoryjnych standardów – ESRS (*European Sustainability Reporting Standards*), dzięki czemu prezentowane informacje środowiskowe mają być bardziej miarodajne i porównywalne.

Spełnienie wymagań informacyjnych inwestorów w zakresie zagadnień środowiskowych stawia nowe wyzwania przed przedsiębiorstwami. Jednym z nich będzie przedstawienie danych w raportach zrównoważonego rozwoju w taki sposób, aby było możliwe szerokie porównywanie przekazywanych informacji w czasie i przestrzeni. To oznacza, że problematyka raportowania kwestii środowiskowych w ramach sprawozdawczości niefinansowej musi być dalej podejmowana zarówno w aspekcie teoretycznym, jak i praktycznym. Pierwszy z nich obejmuje przede wszystkim obszar badań nad systemami informacyjnymi przedsiębiorstw w ramach paradygmatu zrównoważonego rozwoju, drugi koncentruje się na podnoszeniu kompetencji pracowników odpowiedzialnych za sprawozdawczość zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwach. Dodatkowo cały czas powinny być rozwijane narzędzia pomocne audytorom, które pozwolą zweryfikować, czy składane przez spółki deklaracje odnoszące się do czynników ESG znajdują potwierdzenie w faktycznie podejmowanych działaniach. Rosnące oczekiwania informacyjne interesariuszy (w tym inwestorów), a także przytoczone zmiany regulacyjne powodują, że już nie wystarczy przedstawić w raportach niefinansowych selektywnie wybranych kwestii środowiskowych. Przedsiębiorstwa będą zobligowane do pełnego raportowania kwestii środowiskowych, co pozwoli na ukazanie w sposób bardziej transparentny i porównywalny realizacji działań środowiskowych w ramach koncepcji ESG wśród spółek energetycznych w Polsce.

[1] Na podstawie m.in.: w wymiarze globalnym – porozumienia paryskiego, a w wymiarze kontynentalnym – Europejskiego Zielonego Ładu.

[2] K. Tomaszewski, *The Polish Road to the New European Green Deal – Challenges and Threats to the National Energy Policy*, „Polityka Energetyczna – Energy Policy Journal" 2020, Vol. 23, s. 10.

[3] Udział węgla kamiennego w produkcji energii elektrycznej w Polsce był jedynie o 0,06 punktu % niższy w 2019 roku w porównaniu z rokiem 2015, stanowiąc odpowiednio 47,56% (2015) i 47,5% (2019); H. Sokół, *Zrównoważona energetyka w ramach koncepcji zrównoważonego rozwoju, w: Ekonomiczne dylematy zrównoważonego rozwoju. Działalność, restrukturyzacja, finansowanie, upadłość*, red. P. Dec, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2020, s. 136.

[4] P. Bolton, M. Kacperczyk, *Do Investors care about Carbon Risk?*, „Journal of Financial Economics" 2020, Vol. 142, s. 537.

[5] I. Emirhan, Z. Sautner, G. Vilkov, *Carbon Tail Risk*, „The Review of Financial Studies" 2021, nr 9, s. 1561.

[6] C. De Franco, *ESG Controversies and their Impact on Performance*, „The Journal of Investing ESG Issue" 2020, nr 29, s. 43.

[7] P.V. Matos, V. Barros, J. Miranda Sarmento, *Does ESG Affect the Stability of Dividend Policies in Europe?*, „Sustainability" 2020 (online), https://doi.org/10.3390/su12218804 (dostęp: 23.10.2020), s. 12.

[8] A. Sierpińska-Sawicz, *Zarządzanie przedsiębiorstwem zorientowanym na cele środowiskowe*, w: *Zielony controlling i finanse. Podstawy teoretyczne*, red. C. Kochalski, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016.

[9] J. Fijałkowska, J. Krasodomska, M. Macuda, P. Mućko, *Sprawozdawczość niefinansowa. Regulacja i standaryzacja raportowania niefinansowego przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2019.

Sylwia Pajor
AUTORKA JEST LAUREATKĄ KONKURSU VERBA VERITATIS NAGRODA RÓŻNORODNOŚCI W KATEGORII PRACE POZOSTAŁE

Walka z luką płacową korzystna dla wszystkich

System wynagradzania odgrywa jedną z najistotniejszych ról w przedsiębiorstwie[1]. Zaangażowanie pracowników w powierzone im zadania, ich unikatowa wiedza i umiejętności przy równoczesnym poczuciu bezpieczeństwa i sprawiedliwości przekładają się na wzrost i rozwój gospodarczy zarówno pojedynczych jednostek, jak i na zamożność całego kraju. Prowadzenie polityki równości i sprawiedliwości przez przedsiębiorstwa stanowi zatem bardzo ważny aspekt wynagradzania. Na szczególną uwagę zasługuje zjawisko luki płacowej, która jest następstwem nierówności płciowych. Społeczeństwo jest coraz bardziej świadome istnienia tego problemu, dlatego pracodawcy przestrzegający zasady równości mogą cieszyć się wieloma korzyściami, które z tego tytułu płyną. Chodzi nie tylko o wspomniane wyżej aspekty makrospołeczne, ale także możliwość pozyskania świetnych ekspertów i ekspertek do kadry pracowniczej czy pozytywny odbiór przez konsumentów.

CO JEST PRZYCZYNĄ?

Czynników powodujących istnienie nierówności płacowych jest kilka, a dopatrywać się ich należy na wielu płaszczyznach. Dawne systemy wartości i wzorce kulturowe ulegają stopniowym zmianom, natomiast wciąż można zaobserwować stereotypowe postrzeganie roli społecznej kobiet, co ma negatywny wpływ na pozycję kobiet na rynku pracy. Stereotypy są jednak ciężkie do zidentyfikowania. W zawieranych umowach nie znajdziemy zapisów, które naruszałyby wprost przepisy równościowe, praktyki te stosowane są na inne, trudniej wykrywalne sposoby. Odnotowuje się ograniczony udział kobiet w procesach decyzyjnych, który wynika z małej ich reprezentacji na stanowiskach menedżerskich[2]. Praca w zawodach sfeminizowanych jest często gorzej płatna i uznawana za mało prestiżową, podczas gdy w przypadku branż zmaskulinizowanych zauważa się zjawisko odwrotne[3]. Dodatkowo w Polsce dominuje tradycyjny model rodziny, zgodne z którym to w obowiązku mężczyzny leży zapewnienie stabilności finansowej, natomiast rolą kobiety jest prowadzenie domu i opieka nad dziećmi[4]. Według badań, kobiety są mniej aktywne zawodowo od mężczyzn[5]. Przyczyn upatruje się przede wszystkim w nadmiernym obciążeniu obowiązkami domowymi i opiekuńczymi. Problem ten nasilił się podczas pandemii COVID, w przeważającej mierze to właśnie kobiety zobowiązane były do wsparcia dzieci w nauce, organizacji życia rodzinnego i opieki nad chorymi członkami rodziny[6].

ZWALCZANIE PROBLEMU

Fundamentalnym działaniem, które pozwoli ograniczyć lukę płacową, są kampanie i inicjatywy edukacyjne nakreślające problemy stereotypów płci. W zwiększeniu aktywności zawodowej kobiet na rynku pracy pomoże rozbudowa systemu opieki instytucjonalnej dla dzieci oraz osób starszych i niepełnosprawnych. Ważnym działaniem jest też szerzenie partnerskiego modelu rodziny. Kiedy osoby prowadzące gospodarstwo domowe solidarnie zaczynają się dzielić obowiązkami, zmniejsza się bierność zawodowa kobiet. Jest tu miejsce np. na inicjatywy służące zwiększeniu udziału mężczyzn w opiece nad dziećmi. Gdy w momencie urodzenia dziecka z dłuższego urlopu będzie mogła skorzystać zarówno matka, jak i ojciec, powody wykluczenia kobiet zaczną znikać, pracodawcy przestaną bowiem postrzegać kobiety przez pryzmat pracowników niedyspozycyjnych i nadmiernie obciążonych rodzinnymi obowiązkami.

Zmiany w Kodeksie pracy w tym zakresie wprowadza implementacja unijnej dyrektywy work-life balance. W związku z propozycją Komisji Europejskiej, przedsiębiorstwa być może będą musiały przygotowywać się także na wdrożenie procedur pozwalających na monitoring wypłacanych pracownikom wynagrodzeń oraz na dokonywanie systematycznych badań pod kątem nierówności wynikających z płci. Przejrzystość wynagrodzeń zwiększy dostęp pracowników do informacji o płacach – jednocześnie uświadamiając wielkość zjawiska dyskryminacji i ułatwiając egzekwowanie zasady równości.

[1] PARP, *Kapitał ludzki jako wartość firmy. Narzędzie Pomiaru Kapitału Ludzkiego – wdrożenie, analiza i wnioski*, 2015; https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/parp%208_%20kapital%20ludzki__mm.pdf [dostęp: 15.05.2022].

[2] GUS, *Struktura wynagrodzeń według zawodów w październiku 2020 roku*, 2022; https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-zatrudnieni-wynagrodzenia-koszty-pracy/struktura-wynagrodzen-wedlug-zawodow-w-pazdzierniku-2020-roku,4,10.html [dostęp: 5.06.2022].

[3] PARP, *Analiza luki zatrudnienia oraz wynagrodzeń kobiet i mężczyzn*, 2020; https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport-Analiza-luki-zatrudnienia-oraz-wynagrodzenia_8_05_2020_2.pdf [dostęp: 5.06.2022].

[4] C. Criado Perez, *Niewidzialne kobiety. Jak dane tworzą świat skrojony pod mężczyzn*, Karakter, Kraków 2020, s. 58.

[5] I. Magda, *Jak zwiększyć aktywność zawodową kobiet w Polsce?*, IBS, 2020; https://ibs.org.pl/app/uploads/2020/01/IBS-PP-01-2020_PL.pdf [dostęp: 1.06.2022].

[6] Deloitte, *Wpływ pandemii na perspektywy rozwoju zawodowego kobiet w biznesie. Jak pracodawcy mogą wspierać rozwój kobiecych talentów*, 2021; https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Raport_Wplyw_pandemii_na_kobiety_w_biznesie_Deloitte.pdf [dostęp: 22.12.2022].

Marzena Strzelczak
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Adrianna Lepka
FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Komunikacja i marketing: więcej niż wzorce konsumpcji. O suplemencie badania Diversity IN Check dla branży kreatywnej

Dziś zdecydowanie lepiej niż wcześniej rozumiemy, że sposób komunikacji przedsiębiorstwa z otoczeniem rzutuje nie tylko na wybory zakupowe. Reklama, kreując określony obraz świata i ról społecznych, wpływa na kształtowanie światopoglądu i nastrojów społecznych. Może wzmacniać stereotypy, polaryzować lub przeciwnie: wspierać spójność społeczeństwa.

W tym kontekście warto przyjrzeć się komunikacji firm, które są lub mają ambicje bycia liderami DEI (diversity, equity, inclusion) w Polsce. Przykłady dorównujące odwagą reklamie firmy jubilerskiej pod hasłem *Jestem kobietą. Jestem przyszłością*, która otwarcie mierzy się ze stereotypowym przedstawianiem kobiet, są dziś w Polsce rzadkością. I choć firmy (przede wszystkim duże) znają tematykę DEI i wdrażają już pewne rozwiązania, to jednak w komunikacji z klientami i klientkami najczęściej wybierają to, co bezpieczne. Zapewne spora część z nich w przekonaniu, że różnorodność to temat potencjalnie polaryzujący. Czy to słuszne podejście?

Badania firmy Mindshare z grudnia 2022 roku[1] pokazują, że blisko 60% Polek i Polaków oczekuje, by w mediach obecna była tematyka diversity & inclusion. Co trzecia osoba badana (32%) wskazuje, że promowanie postaw DEI pozytywnie wpływa na postrzeganie marki, a co czwarta (26%) deklaruje, że chętniej rozważa te marki podczas zakupów. Wyniki potwierdzają postępujące zmiany społeczno-kulturowe w polskim społeczeństwie. Jednocześnie, patrząc na skalę wyzwań i lekcji, których polscy pracodawcy jeszcze nie odrobili wobec zatrudnionych, wykorzystanie tematyki DEI w komunikacji zewnętrznej stwarza ryzyko diversitywashingu. To jest braku spójności między tym, co dzieje się wewnątrz organizacji, a wykorzystaniem tematu w komunikacji zewnętrznej. Można więc powiedzieć, że to nie brak odwagi w komunikacji, a raczej racjonalny osąd, unikanie ryzyka reputacyjnego wpływa na dość zachowawczą postawę pracodawców.

Warto przy tym zrobić krok wstecz, przypominając, czym właściwie jest DEI (*diversity, equity, and inclusion*) czy też, jak coraz częściej się mówi, różnorodność i poczucie przynależności (*diversity and belonging*) w kontekście miejsca pracy. Aby zrozumieć istotę, musimy zatrzymać się na dwóch angielskich słowach: *equity* i *belonging*. Pierwszego nie należy mylić z *equality* (równość). Equity nie oznacza tożsame/ takie same. Tutaj mówimy bowiem o sprawiedliwości i słuszności, czyli podejmowaniu przez pracodawcę działań i tworzeniu warunków, które sprawiają, że pracownicy i pracownice mają faktycznie równe szanse i możliwości. Potrzeby osób z niepełnosprawnościami, rodziców małych dzieci, osób opiekujących się dorosłymi osobami zależnymi czy neuroróżnorodnych – są rozmaite, więc wyrównywanie szans musi być także adekwatnie zróżnicowane. Z kolei *belonging* (poczucie przynależności) to efekt włączającej kultury organizacji, wspierającej wszystkie osoby. A więc sprawiającej, że pracownicy i pracownice czują się bezpiecznie i mogą być w pełni sobą. Do tego nie wystarczy zapisanie w regulaminie pracy deklaracji mówiącej o przeciwdziałaniu dyskryminacji, mobbingowi i molestowaniu (obowiązek taki zresztą wprost wynika z kodeku pracy). Równe (czyli słuszne i sprawiedliwe) traktowanie wymaga poznania potrzeb i możliwości zatrudnionych oraz realizowania i doskonalenia programów wspierających cały zespół. Zadbania równocześnie o osoby z grup zagrożonych wykluczeniem/ stereotypizacją, jak i przedstawicieli i przedstawicielki grup większościowych. Inaczej budowanie włączającej kultury organizacji może kojarzyć się jako służące wyłącznie wybranym – na przykład kobietom, osobom z niepełnosprawnościami, osobom ze społeczności LGBT+, rodzicom małych dzieci – kosztem innych.

Trzeba też przyznać, że dość prawdopodobne jest to, że w wielu organizacjach działania w obszarze DEI nie zyskają, przynajmniej na początku, powszechnej akceptacji. Tym bardziej ważne jest upewnienie się, że proces zmiany w miejscu pracy był zaprojektowany z myślą o wszystkich zatrudnionych, dając im przestrzeń do wyrażenia swoich niepokojów, wątpliwości czy obaw.

W procesie oceny kompleksowości wdrażanych rozwiązań pomocne może być badanie Diversity IN Check, które sprawdza poziom dojrzałości w czterech obszarach – procedur i strategii; programów i działań; budowania zaangażowania oraz wskaźników rezultatów (dotychczas obszar niepunktowany).

Wyniki dwóch poprzednich edycji badania pokazują, że najsłabszym ogniwem zarządzania różnorodnością w polskich firmach są programy i działania. Średni wynik w tym obszarze to 57%[2], najniższy spośród trzech punktowanych bloków, co pokazuje, że pracodawcy mają jeszcze wiele do zrobienia. Równocześnie firmy i organizacje biorące udział w badaniu mogą sprawdzić, jak podejmowane przez nich działania plasują się na tle innych organizacji. Czy wyznaczają trendy, czy raczej powinny przyspieszyć? Bo w świetle przytaczanych wcześniej badań opinii publicznej, rosnącej presji regulacyjnej UE oraz zmian społeczno-kulturowych widzimy, że zarządzanie różnorodnością będzie się stawać jednym z kluczowych obszarów aktywności pracodawców. Jednocześnie trzeba pamiętać, że odpowiedzialność firm dotyczy nie tylko zatrudnionych (nawet uwzględniając złożoność łańcuchów wartości), ale także – w kolejnym kroku – „opowieści", czyli komunikacji zewnętrznej i tworzonych narracji.

To przekonanie stało za pomysłem stworzenia suplementu do badania DINC, skierowanego do szeroko rozumianej branży kreatywnej. Punktem wyjścia było dostrzeżenie wagi tematu narracji czy komunikacji oraz promocji produktów i usług, a także budowania wizerunku organizacji. Uznając prawo, a nawet obowiązek zadbania, by komunikacja firmy była spójna z tym, co faktycznie dzieje się wewnątrz organizacji, a nie tylko diversitywashingiem, trzeba też przyjąć odpowiedzialność właśnie za narracje. Czy nasze opowieści konserwują podziały i dychotomie? Czy powodują frustrację, pojawiającą się wtedy gdy widzimy (jako odbiorcy reklam), że nasz świat wcale tak nie wygląda, lub nie chcemy, by wyglądał jak ten przedstawiony w reklamie (np. w kwestii podziału obowiązków domowych, relacji, pracy)? A może wręcz przeciwnie? Z pewnością potrzebujemy dziś różnorodności i włączania także w komunikacji zewnętrznej. By to, co wychodzi poza średnią, co jest inne, przestało być traktowane jako dziwaczne czy groźne. Musimy też tworzyć przestrzeń dla zmieniających się wzorów i oczekiwań społecznych grup większościowych (np. kobiet, osób 50+).

Suplement dla branży kreatywnej w badaniu DINC ma być narzędziem pomocnym w weryfikacji sektora w kontekście miejsca pracy, ale też jego produktów i usług. Ma służyć agencjom, ale i reklamodawcom. To projekt zaplanowany w szerokiej koalicji zarówno biznesu (usługodawców i usługobiorców – jak NatWest Polska czy Ringier Axel Springer Polska), jak i rozmaitych organizacji, w tym Fundacji Liberté!, Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR czy SGH w Warszawie. To grupa inicjatorów, którym zależy na tym, by polskie społeczeństwo miało dostęp do lepszych opowieści[3]. One mogą uratować świat, jakkolwiek pompatycznie to brzmi.

Typowe rozpoczęcie działań równościowych w miejscu pracy dotyczy spraw kobiet, następnie tematów rodzicielskich. A różnorodność to przecież dużo więcej! Każda z grup niedoreprezentowanych jest istotna, jej sprawy muszą zostać zaadresowane, jeśli chcemy pozostać autentyczni w swoich działaniach i otrzymać ich wymierne efekty. Dojrzałe interwencje obejmą więc szereg akcji i oddolnych, i proceduralnych, jak i tych skierowanych do społeczności. Kluczowe jest stałe uczenie się, wspólne opracowanie celów i zdanie sobie sprawy, że na początku nasza droga może być wyboista. Mierzenie efektów działań w zakresie różnorodności jest konieczne, aby móc stale się rozwijać, stawiać coraz ambitniejsze cele, sięgać dalej, odważniej. W naszym przypadku każdy z wielu pomiarów, jakim się poddajemy w cyklu rocznym, jest powodem do coraz większej dumy, ale też zawsze stanowi lekcję, że nadal istnieje przestrzeń do naprawy świata wokół nas: i tego blisko nas, i dalej.
Ela Bonda,
NatWest Polska

Sztucznie wykreowane lęki przed tym, co inne i nieznane, przed uchodźcami, ideologią LGBT czy osobami nieneurotypowymi wysoce oddziałują dziś, szczególnie w Polsce, na wszelkie sfery życia. Strategia zarządzania strachem stanowi narzędzie wciąż niezwykle skuteczne w polskiej debacie publicznej – niewolne od jej wpływu pozostają także nasze miejsca pracy. Tymczasem projektowanie nowej – różnorodnej, dostępnej, włączającej – kultury organizacyjnej pracy, choć stanowi wyzwanie (wymaga edukacji, uświadamiania i oswajania lęków), daje przede wszystkim szansę rozwoju. Zróżnicowane punkty widzenia sprzyjają kreatywności, innowacyjnemu myśleniu i integracji, pomagają efektywniej realizować zadania i osiągać wyznaczone cele. Praca w różnorodnym, wielokulturowym, wielojęzycznym zespole uczy jednak nie tylko umiejętności poszanowania i celebrowania różnic oraz płynącego z nich potencjału, ale także inkluzywnej komunikacji, otwartości i wrażliwości. A zmieniając nasze postrzeganie świata – wpływa na kształt publicznego dyskursu i dokonuje realnej zmiany.
Leszek Jażdżewski,
Fundacja Liberté!

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej – jest o wiedzy i o standardach. Takie wartości, jak inkluzywność, różnorodność i równość, od zawsze są nam bliskie. Z jednej strony takie jest oczekiwanie odbiorców reklam, z drugiej – samych pracowników, którzy nie chcą pracować dla dyskryminujących organizacji i nawet są gotowi z tego powodu zmienić zatrudnienie. Staramy się uświadamiać branżę w kwestii występującej luki płacowej w zarobkach mężczyzn i kobiet, tak zwanej gender pay gap. W naszym corocznym badaniu poziomu wynagrodzeń zbieramy dane w podziale na płeć. Taka wiedza wymusza na pracodawcach zmianę polityki płacowej. Jednak nasze działania nie są skierowane tylko do wewnątrz. Zdajemy sobie sprawę z tego, że reklama, posiadając ogromny wpływ na postawy i zachowania ludzi, ma tu do odegrania ogromną rolę. Chcemy, by agencje i klienci wykorzystywali siłę jej oddziaływania do propagowania idei różnorodności. W szerokim gronie ekspertów opracowujemy rekomendacje, które mają w tym pomóc.
Paweł Tyszkiewicz,
Dyrektor Zarządzający SAR

Od grudnia 2021 roku w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie realizujemy projekt +Inkluzywna SGH – bez barier w dostępie do edukacji (inSGH)+. Celem programu jest zwiększanie dostępności naszej uczelni dla osób z niepełnosprawnościami i szczególnymi potrzebami. Poszerzamy w tym obszarze świadomość społeczności akademickiej i pracowników SGH, wspólnie tworząc dostępną SGH. Projekt inSGH realizujemy w pięciu obszarach: szkoleń, komunikacji i informacji, struktury organizacyjnej i procedur, technologii wspierających oraz procesów włączających. Ponadto SGH dołączyła do grona uczelni wdrażających plany równości płci. Zarządzeniem z 24 maja 2022 roku wprowadziłem Plan Równości Płci, opierający się na analizie potrzeb społeczności SGH, dyskusjach eksperckich w ramach naszej uczelni oraz szerszego grona społeczności akademickiej, polskiej i międzynarodowej. Dla mnie zawsze pod słowem „organizacja", a w tym wypadku – „uczelnia", kryją się ludzie, dlatego tak ważne jest, by na każdym poziomie i z myślą o wszystkich interesariuszach podkreślać znaczenie inkluzji. Akceptacja różnorodności powinna być jednym z fundamentów światopoglądu każdego z nas, należy zatem wykorzystać wszelkie możliwe kanały i sposoby, by dotrzeć jak najszerzej.
dr hab. Piotr Wachowiak,
prof. SGH, rektor Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie

[1] Mindshare, *Podkreślanie różnorodności i inkluzywności w mediach ważne dla ponad połowy Polaków (badanie)*, https://nowymarketing.pl/a/40588,-mindshare-podkreslanie-roznorodnosci-i-inkluzywnosci-w-mediach-wazne-dla-ponad-polowy-polakow-badanie.

[2] Forum Odpowiedzialnego Biznesu, *Diversity IN Check. Raport z badania. 2 edycja*, Warszawa 2022.

[3] Zob. M. Napiórkowski, *Naprawić przyszłość. Dlaczego potrzebujemy lepszych opowieści, żeby uratować świat*, Kraków 2022.

ŁAD ORGANIZACYJNY

62 firmy

75 praktyk

Ład organizacyjny jest uznawany za kręgosłup ESG w firmie. To w ramach ładu firma określa procesy, procedury i zasady postępowania, które mają zapewniać prowadzenie biznesu w zrównoważony sposób. Ustalone i stosowane kodeksy czy polityki oddziałują wewnątrz organizacji, a także determinują nawiązywanie relacji biznesowych i często warunkują dalszą współpracę w ramach łańcucha wartości. Jak definiuje to norma ISO 26000: „Ład organizacyjny jest najistotniejszym czynnikiem umożliwiającym organizacji wzięcie odpowiedzialności za wpływ jej decyzji i działań oraz zintegrowanie społecznej odpowiedzialności z funkcjonowaniem całej organizacji i jej relacji". Obszar ładu organizacyjnego będzie zyskiwał na znaczeniu również w kontekście nowej dyrektywy CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive).

W obszarze ładu organizacyjnego znalazło się 75 praktyk. Podobnie jak rok temu, najwięcej z nich dotyczyło zarządzania (31 praktyk). Firmy powoływały nowe zespoły, komitety oraz pełnomocników zarządów w obszarze zrównoważonego rozwoju, przygotowywały ścieżki certyfikacji procesów ESG, wdrażały systemy zarządzania obszarami. Angażowały się w przygotowywanie scenariuszy zmian klimatu, kierując się zasadą podwójnej istotności.

W kategorii compliance znalazło się 15 praktyk, a wśród nich głownie systemy zgłaszania naruszeń dedykowane osobom zatrudnionym oraz dostawcom (zapewniając jednocześnie anonimowość i poufność procesu) i kampanie informacyjne w firmie na temat compliance. Edukacja i zrozumienie wśród pracowników i pracownic jest kluczowe, ponieważ compliance ma wpływ na wszystkie procesy biznesowe firmy.

13 praktyk dotyczyło raportowania, w tym 10 – raportowania zrównoważonego rozwoju. Temat raportowania podlega obecnie dynamicznym zmianom, głównie ze względu na wskazywane wcześniej czynniki legislacyjne dyrektywy CSRD poszerzające znacznie zakres podmiotów zobowiązanych do raportowania zrównoważonego rozwoju oraz przygotowywane standardy identyfikujące zakres wymagań i ujawnień. Wzrost liczby przygotowywanych raportów był już widoczny w ubiegłorocznym konkursie Raporty Zrównoważonego Rozwoju.

W kategorii etyka również zgłoszono 13 praktyk, które dotyczyły głównie przygotowania i wdrożenia kodeksów oraz polityk, niejednokrotnie obowiązujących zarówno pracowników i pracownice, jak i łańcuch wartości. Bardzo często kodeksy etyki stanowią trzon dla pozostałych regulacji firmy, na przykład polityk antymobbingowych czy zapobiegających łapówkarstwu i korupcji.

W kategorii dialogu z interesariuszami znalazły się przede wszystkim sesje dialogowe przeprowadzane w oparciu o standard AA1000, spotkania oraz ankiety. Efektem tego było zwiększenie zaangażowania interesariuszy w działania firmy oraz możliwość szerokiej konsultacji planowanych inicjatyw.

Dobre praktyki z obszaru ładu organizacyjnego zgłosiły łącznie 62 firmy, podobnie jak w dwóch poprzednich latach. Obrazuje to pewną stabilizację aktywności firm w tym obszarze. Jednak ze względu na wcześniej zarysowaną perspektywę legislacji europejskich, w kolejnych latach można się spodziewać zwiększenia zaangażowania przedsiębiorstw w tym obszarze.

Leszek Stefaniak,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Liczba zatrudnionych pracowników w 2022 r.

Mikro / małe / średnie przedsiębiorstwo

Podsumowanie Celów Zrównoważonego Rozwoju – str. 317

COMPLIANCE

Europejski Fundusz Leasingowy jako instytucja finansowa wdrożył **kodeks etyki** i działa zgodnie z zasadami compliance, który jest filarem dla uczciwych praktyk i transparentnego postępowania. Zasady te są komunikowane do wszystkich pracowników i współpracowników spółki. Firma realizuje ten proces poprzez wdrażanie odpowiednich polityk dotyczących etyki i przeciwdziałania korupcji, poprzez cykliczne szkolenia wszystkich pracowników (ponad 90% uczestników) oraz systematyczną ocenę ryzyka korupcji w organizacji.

409

Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka przygotowała **aktualizację Księgi Wartości Organizacyjnych**, w której znalazła się nowa misja i wizja. Towarzyszyła temu kampania promocyjna, której celem było zwrócenie uwagi pracowników na nadchodzącą nową publikację. 10 dni przed premierą we wszystkich łazienkach na lustrach pojawiły się naklejki z fragmentem nowej misji: „Kolor ma znaczenie", uzupełnione barwną grafiką. Był to teaser akcji informacyjnej, w ramach której poza pakietem materiałów informacyjnych w formie newslettera każdy pracownik otrzymał nową księgę wartości z tematycznym upominkiem. Była nim kompozycja 4 herbat, nazwana przez twórców wartościową herbatą – każdy ze smaków nawiązywał do jednej z czterech nowych wartości. Efektywność kampanii mierzono za pomocą: raportów z systemu e-mailowego i quizu dla pracowników.

606

Najnowszą inicjatywą **Ferrero Polska Commercial** z zakresu compliance i nowych technologii jest **LawBot Sophia** (wirtualna asystentka), która wspiera pracowników Ferrero, odpowiadając na podstawowe i najczęściej powtarzające się pytania w kwestiach prawnych, optymalizując w ten sposób czas, jaki dział prawny firmy spędza na każdym zapytaniu. Sophia ma już wiedzę m.in. z zakresu wewnętrznych procedur i dokumentów, podpisywania umów, ładu korporacyjnego, compliance, danych osobowych, przeciwdziałania korupcji, i będzie ona nadal aktualizowana. Wirtualna asystentka odpowiada w czasie rzeczywistym w różnych językach i dostosowuje się do potrzeb pracowników z poszczególnych regionów, gdzie obecne są spółki Ferrero.

351

Na całość systemu compliance **Ferrero Polska Commercial** składa się wiele elementów działających jak system naczyń połączonych. Odzwierciedleniem tego jest **compliance dashboard Ferrero**, wielopoziomowa tablica dostępna dla każdego pracownika w intranecie. W jej ramach firma gromadzi dokumenty i inne przydatne materiały (np. szkolenia lub wideo z sesji treningowych) i poprzez odpowiedni algorytm udostępnia je pracownikom w sposób ściśle dostosowany do ich potrzeb, takich jak dział i lokalizacja, w której dana osoba pracuje. Głównymi elementami compliance dashboard są ład korporacyjny, ochrona prywatności i ochrona konkurencji.

351

Ferrero Polska Commercial od lat podejmuje działania compliance, rozbudowując **system compliance Ferrero** o nowe i coraz bardziej zaawansowane funkcjonalności. Wdrożone regulacje obejmują m.in. zasady podpisywania umów, ochronę danych osobowych, weryfikację kontrahentów, przeciwdziałanie korupcji, przyjmowanie upominków, zgłaszanie nieprawidłowości. Szkolenia compliance są częścią grupowego programu Ferrero Fundamentals, który jest obowiązkowy dla wszystkich pracowników Ferrero. W ramach tego mechanizmu Ferrero wdrożyło system do zarządzania danymi osobowymi, system umożliwiający zgłaszanie nieprawidłowości, system do zarządzania opakowaniami produktów zapewniający zgodność z przepisami prawa żywnościowego oraz unifikację i automatyzację procesu we wszystkich spółkach.

351

Grupa ANG jako firma pośrednictwa finansowego jest instytucją zaufania publicznego przywiązującą olbrzymią wagę do etycznej sprzedaży i prawdy w kontakcie z klientami. W 2022 r. **Grupa ANG** wdrożyła kolejny (szósty) **kanał dla sygnalistów – zgłaszanie naruszeń, tzw. Sygnanet**. Dzięki dedykowanemu formularzowi na zewnętrznej stronie sygnanet.pl/grupaang, dane zgłaszającego są szyfrowane. Używając ich, zgłaszający może się zalogować na stronie i przeczytać odpowiedź firmy. System nie wymaga podania adresu e-mail i jednocześnie firma nie ma możliwości przywracania utraconych identyfikatorów ani haseł. Interesariusze mogą zatem korzystać z w pełni anonimowego narzędzia do zgłaszania nieprawidłowości.

1000

Grupa CCC wprowadziła **rozszerzenie systemu do zgłaszania naruszeń**, które zapewnia bezpieczeństwo i poufność osobom zgłaszającym nieprawidłowości oraz wspiera skuteczne zarządzanie zgłoszeniami. Dzięki rozwiązaniom technicznym system chroni anonimowość sygnalistów, o ile w zgłoszeniu nie zostaną wprowadzone informacje bezpośrednio pozwalające na identyfikację osoby. Aby dokonać zgłoszenia, można użyć zewnętrznego systemu zgłaszania nieprawidłowości Whistlelink, który Grupa CCC wprowadziła w języku polskim, angielskim i ukraińskim. CCC umożliwia zgłaszanie nieprawidłowości poprzez różnorodne kanały. Oprócz anonimowej platformy Whistlelink, są to anonimowy formularz kontaktowy na stronie firmy (dedykowany do zgłoszeń wszelkich nadużyć i naruszeń) oraz dedykowana automatyczna infolinia telefoniczna.

15828

Zgodnie ze swoją filozofią, Grupa Schiever nieustannie pracuje nad rozwojem kluczowych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu, takich jak zaangażowanie społeczne, troska o środowisko naturalne, rozwój pracowników oraz – przede wszystkim – ład organizacyjny. Wierząc, że również partnerzy biznesowi Grupy podzielają to zaangażowanie i respektują podobne wartości etyczne i moralne na każdym etapie procesu zarządzania, **Grupa Schiever w Polsce** opracowała w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu **Kodeks Postępowania dla Partnerów Biznesowych Grupy Schiever w Polsce**. Dokument określa minimalne wymagania wobec partnerów biznesowych.

1100

Inicjatywa **Urodzeni Przedsiębiorcy** to wieloletni projekt edukacyjny firmy **Lewiatan Holding** promujący zagadnienia przedsiębiorczości i prowadzenia własnego biznesu. Inicjatywa popiera także biznes franczyzowy, organizując webinary, publikując artykuły edukacyjne, które przybliżają zagadnienia ważne z punktu widzenia przedsiębiorców, przeprowadzając badania opinii publicznej na ważkie dla przedsiębiorców tematy. Lewiatan Holding wykorzystuje doświadczenie swoje i firm, które posiadają franczyzobiorcy gotowi dzielić się wiedzą z dopiero co wkraczającymi na rynek przedsiębiorcami. Głównym celem Urodzonych Przedsiębiorców jest dzielenie się doświadczeniami i wiedzą z potencjalnymi franczyzobiorcami, jak i przedsiębiorcami z innych branż.

80

Firma **Merck** opracowała **strategię dotyczącą zrównoważonego rozwoju** z myślą o wszystkich swoich centrach usług biznesowych na świecie (jedno z nich zlokalizowane jest we Wrocławiu). Wielu pracowników nie rozumiało bowiem, w jaki sposób centrum usług biznesowych, którego działalność opiera się na wspieraniu wewnętrznych procesów firmy, może przyczyniać się do zrównoważonego rozwoju. Celem strategii było także zebranie wszystkich inicjatyw – od aktywności na polu DEI, poprzez ochronę środowiska, po etyczne zachowania biznesowe – i wyjaśnienie pracownikom ich znaczenia oraz wpływu na biznes i społeczeństwo. Dzięki takim działaniom firmie udało się nie tylko usystematyzować wiedzę pracowników na temat zrównoważonego rozwoju, ale także poszerzyć ją o nowe zagadnienia. Wytłumaczenie pracownikom sposobu, w jaki wpływają na ESG, nadało większy sens ich pracy i pomogło im bardziej utożsamiać się z firmą.

150

Grupa **Polski Koncern Naftowy ORLEN** powołała **Pełnomocnika Zarządu i Radę ds. Klimatu i Zrównoważonego Rozwoju**. Do ich głównych zadań będzie należała analiza ryzyk i szans związanych z transformacją energetyczną i zmianami klimatycznymi oraz podnoszenie standardu komunikacji z inwestorami i otoczeniem biznesowym w kwestiach środowiskowych. Na czele Rady stanie Członek Zarządu PKN ORLEN ds. Strategii i Zrównoważonego Rozwoju. Powołanie Rady jest odpowiedzią na oczekiwania inwestorów i otoczenia biznesowego dotyczące standardów raportowania środowiskowego Grupy oraz wsparciem realizacji strategii neutralności emisyjnej koncernu i celów strategii ESG wpływających na warunki pozyskiwanego finansowania. Działanie to stanowi inicjatywę strategiczną, realizowaną w ramach Strategii Zrównoważonego Rozwoju Grupy ORLEN 2021–2023 w obszarze Governance. Nowe organy są na stałe wpisane w strukturę organizacyjną i obszary zarządzania w PKN ORLEN. W Radzie zasiadają przedstawiciele Koncernu z obszarów strategii i innowacji, zarządzania finansami, zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska i zarządzania ryzykiem. Do szczegółowych zadań Rady należy przede wszystkim identyfikowanie i monitorowanie szans i ryzyk klimatycznych. Organ zajmuje się również analizą i raportowaniem oddziaływań klimatycznych, w tym ich wpływem na wyniki i sytuację finansową oraz planowane wydatki inwestycyjne.

11355

ProPIT biuro rachunkowe Edyta Zaniewicz zdecydowało o opracowaniu i wdrożeniu księgowych procedur **compliance księgowy w biurze rachunkowym**, określających wzorcowe procedury postępowania, standardy obsługi, których celem jest dochowanie należytej staranności w usługowym prowadzeniu ksiąg oraz budowanie świadomości podatkowej przedsiębiorców. Adresatem praktyki są także inne biura rachunkowe działające na polskim rynku. Procedury zostały zebrane w publikację książkową „Compliance w biurze rachunkowym". Celem firmy jest m.in. budowanie świadomości wśród właścicieli innych biur – poprzez wskazywanie kierunków rozwoju oraz określanie nie tylko obszarów stosowania powszechnie obowiązującego prawa, ale i wewnętrznie przyjętych standardów branżowych w duchu idei compliance. Aktualnie trwają prace nad poszerzeniem wdrożenia w zakresie AML oraz whistleblowingu.

6

W **Totalizatorze Sportowym** została przeprowadzona **kampania edukacyjna „Sygnalista"**, oparta na innowacyjnej formule serialu, jaką można zobaczyć na popularnych serwisach streamingowych. Kampania była skierowana do wszystkich pracowników. W jej ramach przygotowano materiały edukacyjne zamieszczone na platformie dostępnej dla pracowników oraz szkolenie. Kampania miała na celu nie tylko wzmocnić wiedzę na temat konfliktu interesów (czym

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

są, jak z nim postępować) i działania w sytuacji naruszeń, lecz przede wszystkim pokazać, jak Spółka chroni sygnalistów. Do 29 grudnia 1911 osób zarejestrowało się na platformie, czyli 36% wszystkich pracowników; 1423 osoby są w trakcie szkolenia lub je ukończyły.

5257

Głównym celem firmy **wonga.pl** w ramach spotkań **Kawa & Compliance** jest edukacja pracowników w mniej formalny, ale zdecydowanie bardziej efektywny i przyjazny sposób w zakresie podejmowanych w firmie zagadnień prawnych i compliance. Spotkania odbywają się w małym gronie, w swobodnej atmosferze, bez przełożonych, co sprawia, że ich uczestnicy chętniej zadają pytania i proszą o dodatkowe wyjaśnienie. W poprzedniej edycji tematy mityngów związane były przede wszystkim ze zmianami regulacyjnymi. W 2022 r. także z nowymi produktami wprowadzanymi przez firmę. Każde spotkanie jest przygotowywane dla konkretnej grupy pracowników. Ich celem – oprócz edukacyjnego – jest integracja pracowników.

150

Zentiva Polska poprzez anonimową platformę **Speak-Up Line** tworzy kulturę otwartego sygnalizowania ewentualnych naruszeń lub nieprawidłowości zarówno wśród swoich pracowników, jak i partnerów współpracujących z firmą. Platforma została utworzona w celu zgłaszania faktycznych lub podejrzewanych naruszeń prawa, wewnętrznych przepisów i zasad etycznych, a także wątpliwości i pytań związanych z przestrzeganiem przepisów oraz w celu podjęcia działań niezbędnych do ograniczenia potencjalnego lub rzeczywistego ryzyka, ochrony spółki i poszczególnych osób. Platforma prowadzona jest przez niezależną firmę zewnętrzną, co zapewnia całkowitą poufność otrzymywanych zgłoszeń i dbałość o zgodność z polityką prywatności firmy Zentiva.

300

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Co pół roku **DWF Poland** organizuje **dialog z pracownikami w formie cyklicznej ankiety satysfakcji Pulse Survey**. Pracownicy anonimowo wypowiadają się na temat swojego samopoczucia w organizacji i wskazują obszary działające dobrze lub wymagające zaadresowania. Praktyka adresuje potrzeby pracowników: bycia wysłuchanym, wpływu na kształt kultury organizacji (inkluzja poglądów), czucia się częścią społeczności realizującej wspólny cel. Firma dąży do zwiększenia zaangażowania pracowników w dialog o kulturze organizacyjnej przez tworzenie inkluzywnego środowiska pracy, w którym każdy pracownik ma poczucie wpływu na przyszłość organizacji. Zaangażowanie pracowników DWF w dialog – rozumiane jako procent pracowników wypowiadających się w ankiecie – wzrosło z 27% w czerwcu 2020 r. do 57% w maju 2022 r. Przeświadczenie pracowników DWF o tym, że ich różnorodne poglądy są ważne dla firmy, w ciągu 3 lat wzrosło ponaddwukrotnie.

150

Dialog, transparentność i współpraca – na tych filarach opierają się relacje PSE z interesariuszami. Firma dba o prowadzenie dialogu na różnych poziomach i przy użyciu różnych kanałów komunikacji. Jednym z flagowych przedsięwzięć **Polskich Sieci Elektroenergetycznych** w tym zakresie są sesje **„Napełniamy Polskę mocą" – dialog z interesariuszami PSE**, prowadzone w oparciu o standard AA1000. Sesje dialogowe PSE są ważnym wydarzeniem zarówno dla spółki, jak i jej otoczenia, co potwierdza wysoka frekwencja osób uczestniczących w nich od pierwszej edycji. W latach 2014–2022 PSE przeprowadziły pięć sesji dialogowych, w których wzięło udział łącznie 320 osób, z czego 75% interesariuszy uczestniczyło już w sesjach PSE dwu- lub trzykrotnie. Cyklicznie (co 2 lata) przeprowadzane są również badania ankietowe z interesariuszami spółki.

2700

Firma **Walstead Central Europe / Walstead Kraków** pierwszy raz podsumowała swoje działania realizujące Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, w postaci **broszury ESG**. Firma przekazuje w ten sposób swoim interesariuszom skoncentrowaną wiedzę na temat jej działań w obszarach ładu organizacyjnego, działań operacyjnych, jak również rozwiązań innowacyjnych zmniejszających wpływ organizacji na środowisko. Firma liczy ślad węglowy i wdraża praktyki GOZ. Kontraktuje zieloną energię, w 2022 r. było to 70% energii z OZE. Broszura została opublikowana na stronie internetowej firmy.

1200

Zakład Utylizacyjny prowadzi dialog z interesariuszami w ramach **Rady Interesariuszy Zakładu Utylizacyjnego** i Portu Czystej Energii. Członkowie Rady to mieszkańcy: osoby z rad dzielnic, rad sołeckich, urzędnicy, eksperci akademiccy, władze miasta i Zarząd Zakładu Utylizacyjnego. Głównym celem inicjatywy 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 (projekt termiczny), ich rozwoju (przede wszystkim infrastrukturalnego) w kontekście ich wpływu na otoczenie. Rada ma też wymiar edukacyjny, służący ułatwianiu merytorycznej dyskusji o gospodarce odpadami.

236

ETYKA

Podstawą pozytywnego wizerunku Dalkii na świecie jest przestrzeganie najwyższych standardów etycznych we wszelkich podejmowanych przez firmę aktywnościach biznesowych. By tak się stało, konieczne jest zaangażowanie w ten proces wszystkich menedżerów i pracowników grupy. Dbając o pielęgnowanie wartości EDF i Dalkii, firma opracowała **Kodeks postępowania etycznego i zgodnego z przepisami**, który jest zbiorem najważniejszych wartości etycznych Grupy **Dalkia Polska** i jednocześnie praktycznym przewodnikiem dla

wszystkich pracowników i współpracowników spółek Dalkii w Polsce. Kodeks opiera się na trzech podstawowych wartościach: szacunku, solidarności i odpowiedzialności. Firma podejmuje szereg dziań na rzecz ochrony środowiska i dba o to, by wszyscy pracownicy znali jej misję i wizję. Zmniejsza ślad węglowy, edukuje i dobiera rozwiązania energetyczne tak, by w pełni wykorzystać lokalne zasoby. W zespole ma wielu współpracujących ze sobą specjalistów i specjalistek, którzy dbają o każdy aspekt oferowanych przez firmę usług. Rozwiązania firmy wpisują się w strategię walki o czyste powietrze, redukując emisję CO_2 i koszty zużycia energii.

400

Grupa FORTE od 2019 r. ma **Kodeks etyczny** oparty na czterech wartościach firmy: odpowiedzialności, wrażliwości, rozwoju i współpracy. Zadaniem dokumentu jest ułatwienie dokonywania właściwych wyborów poprzez wskazanie kluczowych wzorców i norm etycznych w organizacji, w działalności zawodowej i relacjach społecznych. Kodeks odnosi się nie tylko do postaw i zachowań wewnątrz firmy, lecz także w stosunku do wszystkich podmiotów, z którymi FORTE współpracuje, oraz wobec środowiska. W każdym oddziale **Fabryki Mebli „FORTE"** powołani są rzecznicy ds. etyki, którzy przyjmują od pracowników zgłoszenia dotyczące naruszeń zapisów dokumentu i wyjaśniają je, zachowując przy tym zasady poufności.

3000

W 2021 r. **Grupa PBI** w całej organizacji wdrożyła **Kodeks etyki i kultury compliance**, który pełni funkcję quasi-konstytucji. W oparciu o dokument budowany jest cały system compliance (m.in. Polityka unikania/przeciwdziałania konfliktom interesów, Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa, Polityka antykorupcyjna, Polityka ochrony „Sygnalistów"). W ww. politykach opisane są zasady postępowania w określonych sytuacjach. Ma to zapewnić powtarzalność i transparentność podejmowanych działań. Powszechny dostęp do informacji i regulacji wewnętrznych (intranet) oraz stworzenie kanału do komunikacji compliance pozwala wszystkim pracownikom na realny udział w tworzeniu kultury organizacyjnej w duchu zgodności. W ramach praktyki została powołana do życia również funkcja rzecznika ds. etyki, który ma bezpośredni kontakt z pracownikami.

1200

SpeakUp – system zgłaszania nieprawidłowości jest obowiązującą w **Grupie Żywiec** oraz Grupie Kapitałowej Żywiec procedurą zgłaszania podejrzeń o nieprawidłowości związane z naruszeniem prawa, Kodeksu Postępowania w Biznesie HEINEKENA oraz jego polityk wspierających. Procedura ta obowiązuje wszystkich pracowników działających w imieniu lub na rzecz spółki, a także osób, z którymi firma ma lub miała jakiegokolwiek rodzaju relacje biznesowe. Wszelkie podejrzenia nieprawidłowych działań w firmie mogą być zgłaszane do bezpośredniego przełożonego, działu HR, działu prawnego, a także poprzez instytucje wybranych spośród pracowników Zaufanych Przedstawicieli czy też kontakt mailowy lub pocztowy z Biurem ds. Postępowania w Biznesie w Amsterdamie lub dedykowany serwis internetowy oraz infolinię.

1800

W **Kuehne+Nagel** od kilkunastu lat obowiązuje **Program Etyki i Zgodności**. W jego ramach co roku firma aktualizuje praktyczne materiały pomocnicze dla liderów oraz pracowników i je wydaje w formie nowych zestawów. Każdy pracownik zobowiązany jest podejść do testu sprawdzającego znajomość kodeksu. Obeznanie z kodeksem jest kluczowe również dla dostawców, klientów – bowiem dokument obejmuje takie obszary, jak: przeciwdziałanie łapówkarstwu i korupcji; interakcja z dostawcami; konkurencja i uczciwy obrót; kontrola handlu; konflikt interesów oraz pranie pieniędzy. Ponad 98% pracowników w skali globalnej potwierdziło swoje kompetencje dotyczące wybranych obszarów.

2300

Firma **LG Energy Solution Wrocław** wdrożyła zbiór regulacji i **zasad Jeong-Do Management** dotyczących etycznego zarządzania, które umożliwiają rozwój firmy i jej pracowników oraz uczciwą konkurencję. Kodeks eksponuje trzy najważniejsze obszary: uczciwość (pracę zgodnie z zasadami), uczciwe transakcje (sprawiedliwość wobec partnerów) oraz uczciwą konkurencję. Jeong-Do to nie tylko kodeks postępowania, ale cały projekt zaznajamiania pracowników z jego zapisami. W jego skład wchodzi stała wewnętrzna komunikacja wszystkimi dostępnymi w firmie kanałami – za pośrednictwem wewnętrznej telewizji, poczty elektronicznej, newslettera, broszur informacyjnych wywieszanych na terenie firmy oraz cyklicznych szkoleń. Jeong-Do Management stanowi jeden z trzech filarów „LG Way" – projektu przedstawiającego wizję i najważniejsze cele spółki. Projekt upowszechnia zasady etyczne nie tylko wśród pracowników, ale także dostawców, partnerów i kontrahentów.

10000

Zarząd **Lyreco Polska** podjął decyzję o stworzeniu **Kodeksu Etycznego Lyreco**, dokumentu definiującego i precyzującego sposób, w jaki pracownicy oraz dostawcy powinni postępować w biznesie. Kodeks reguluje ogólne zasady etyki w biznesie i współpracy z kontrahentami. Zawiera także zobowiązania Lyreco wobec pracowników (zapewnienie bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy, a także zróżnicowanie i brak zgody na wszelkie przypadki dyskryminacji). Przestrzegania standardów opisanych w dokumencie oczekuje się od każdego pracownika Lyreco. Także każdy dostawca, który chce uczestniczyć w składaniu ofert, musi zobowiązać się do przestrzegania podstawowych

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

zasad Kodeksu Etycznego. Obecnie 100% pracowników oraz dostawców Lyreco podpisało deklaracje przestrzegania Kodeksu Etycznego.

600

Kodeks Etyki firmy **Pelion** powstał, aby wspierać pracowników w przyjmowaniu właściwych postaw w sytuacjach, z jakimi stykają się w codziennej pracy. Jest wskazówką dla partnerów biznesowych, jakimi wartościami kieruje się firma, określa także zasady współpracy z kontrahentami. Kodeks został opracowany w oparciu o kluczowe dla firmy wartości i z myślą o ich utrwaleniu wśród pracowników i partnerów biznesowych. Dotyczy wszystkich osób zatrudnionych w Pelion, niezależnie od zajmowanego stanowiska, stażu pracy, rodzaju i formy zawartej umowy, wymiaru etatu i zakresu powierzonej odpowiedzialności. Są oni zobligowani do jego znajomości i postępowania zgodnie z jego zasadami w codziennej pracy, do przestrzegania najlepszych praktyk i najwyższych standardów w zakresie świadczonej pracy i relacji ze współpracownikami i partnerami biznesowymi, zasad uczciwej konkurencji oraz troski o zasoby firmy i środowisko naturalne. W przypadku wątpliwości natury etycznej pracownicy mogą zwrócić się do rzecznika etyki lub skorzystać z infolinii zaufania.

11500

Od 2013 r. pracowników, doradców klienta, kontrahentów i dostawców **Provident Polska** obowiązuje Kodeks Etyczny propagujący **etyczny biznes**. Zobowiązuje on do działania zgodnie z prawem i normami etyki oraz stosowania i promowania najlepszych praktyk odpowiedzialnego biznesu. Dokument obowiązuje w takim samym kształcie we wszystkich spółkach Grupy IPF, do której należy Provident. W ramach Kodeksu istnieje możliwość anonimowego zgłaszania nieprawidłowości (w formule online za pomocą narzędzia Speak Up Serwis). W firmie działa także rzecznik ds. etyki. Jednocześnie co roku w całej Grupie IPF organizowany jest Tydzień Etyczny, w czasie którego odbywają się m.in. sesje e-learningu z zakresu etyki obowiązkowe dla wszystkich pracowników i doradców klienta. Od kilku lat stałym elementem Tygodnia Etyki jest debata w stylu oksfordzkim. W 2022 r. odbyła się ona pod hasłem: „Jedynym celem reklamy jest generowanie zysków".

1800

Jak co roku **Unum Życie TUiR** organizuje **Tydzień Compliance i Etyki**, który stanowi doskonałą okazję do dialogu w zakresie znaczenia podejmowania właściwych wyborów. Podczas Tygodnia Compliance i Etyki utrwalana jest panującą w Unum Życie kultura uczciwości i rzetelności, która pomaga firmie skutecznie realizować swoją misję. Na straży bezpieczeństwa i reputacji organizacji stoją oficerowie ds. compliance, odgrywają oni również rolę edukatorów, służą radą i pomocą w przypadku pojawienia się wątpliwości prawnych lub etycznych u innych członków organizacji.

600

„Together4Integrity" (T4I) jest koncernową inicjatywą Volkswagena powstałą w 2018 r. Do końca 2022 r. program został wdrożony w 800 spółkach i zakładach. T4I skupia się przede wszystkim na prawości i postępowaniu zgodnym z zasadami (compliance); pomaga w pracy nad kulturą przedsiębiorstwa, jest także elementem strategii koncernu.
Po udanych warsztatach w 2019 r., inicjujących T4I, program stanowi ważny element codziennej pracy. Aby przypomnieć o tych fundamentach postępowania, **Volkswagen Motor Polska** zorganizował wydarzenie **BIKE CAFE**, podczas którego kadra zarządzająca spotkała się z pracownikami i rozmawiała na temat uczciwości i prawości oraz postępowania zgodnie z zasadami.

1300

Zentiva Polska realizuje zadania z zakresu etyki i compliance. Nadrzędnym dokumentem stanowiącym zbiór wartości i zachowań, na których firma opiera swój model biznesowy, jest **Kodeks Etyki Zentiva**. Zbiera on zasady, określa wspólne wartości dla wszystkich pracowników i kluczowe obszary, które podlegają nadzorowi w spółce. Kodeks pomaga dokonywać odpowiednich wyborów w codziennej działalności biznesowej. Zawiera przewodnik rekomendowanych i zakazanych działań, etycznego i odpowiedzialnego podejmowania decyzji w sytuacjach, które mogą być trudne do oceny. Zachęca do otwartego sygnalizowania ewentualnych naruszeń lub nieprawidłowości zarówno wśród pracowników spółki, jak i partnerów współpracujących z firmą. Jest to praktyka ciągła, która będzie realizowana w kolejnych latach.

300

Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce wypracował i wdrożył wyjątkowy i innowacyjny w skali całego polskiego rynku **Program Etyczny Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** mający na celu poprawę praktyk biznesowych oraz jakości usług świadczonych przez przedsiębiorstwa finansowe. Podstawą programu są Zasady Dobrych Praktyk – dokument stanowiący zbiór zasad postępowania, oparty na ogólnych normach moralnych i zgodny z obowiązującym prawem, przyjęty do stosowania przez członków ZPF. Jednocześnie ZPF jest jedyną organizacją samorządową nakładającą na swoich członków obowiązek poddawania się corocznemu audytowi działania w zgodności z Zasadami Dobrych Praktyk. Nad ich przestrzeganiem czuwają niezależne organy – Komisja Etyki oraz rzecznik etyki.

12

RAPORTOWANIE

Grupa **DB CARGO POLSKA** wydała **„Raport zrównoważonego rozwoju Grupy DB Cargo Polska za lata 2019–-2020"** będący syntetycznym podsumowaniem działalności firmy na rzecz zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności w obszarach: środowisko, społeczeństwo, ład korporacyjny, we wspomnianym okresie. Publikacja zawiera przykłady proekologicznych i prospołecznych działań. Raport opracowany został zgodnie z powszechnie akceptowanymi standardami i ramami sprawozdawczości niefinansowej ESG; kierowano się wytycznymi raportowania zrównoważonego rozwoju GRI. Wskaźnikom wybranym do raportu przypisano również odpowiednie Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Analizą ilościową i jakościową danych zajął się zespół naukowo-badawczy z Politechniki Śląskiej. Raport zrównoważonego rozwoju stanowi przygotowanie firmy do nadchodzącego w najbliższych latach obowiązku raportowania niefinansowego.

2800

DIAGNOSTYKA opublikowała **pierwszy „Raport ESG" dla całej Grupy DIAGNOSTYKA**, w którym podsumowano działalność nie tylko spółki Diagnostyka S.A., ale również wszystkich jej spółek zależnych. Firma, tworząc raport dla całej Grupy, przeprowadziła szczegółową analizę interesariuszy, ich potrzeb, oczekiwań oraz sposobu, w jaki zaangażowani są w działalność DIAGNOSTYKI. Przeprowadzono również analizę wpływu, jaki DIAGNOSTYKA i jej spółki zależne wywierają na otoczenie, w tym na środowisko, ludzi i społeczeństwo.

7000

Od 2020 r. GTC zgodnie ze standardami branżowymi raportuje wyniki pozafinansowe, dostarczając interesariuszom wiedzę o wynikach i zarządzaniu ESG, ale też angażując ich w cały proces. Jako pierwszy komercyjny deweloper w Europie Środkowo-Wschodniej firma **Globe Trade Centre** opublikowała kompleksowy **Raport ESG 2021**, kontynuując tę praktykę również w 2022 r. W raporcie GTC opisał swoje aktywności z obszarów zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialnego budownictwa, zarządzania aktywami, współpracy ze społecznościami lokalnymi oraz reagowania na oczekiwania interesariuszy. Raport podkreśla sukces zielonych euroobligacji Grupy GTC w 2021 r. oraz wysoki wskaźnik budynków, które posiadają certyfikaty środowiskowe. Podkreślono również konkretne obszary działań, w których firma chce dalej się rozwijać, m.in. ograniczanie śladu środowiskowego, dostarczanie budynków z ekologicznymi certyfikatami i wspieranie gospodarki o obiegu zamkniętym.

180

W 2022 r. firma **KABAK** opublikowała swój **pierwszy raport CSR**. To narzędzie, za pomocą którego marka dzieli się ze swoimi interesariuszami informacjami na temat sukcesów i porażek na ścieżce zrównoważonego rozwoju. W raporcie zawarto informacje dotyczące m.in.: misji i wizji organizacji, struktury zatrudnienia, produkcji, łańcucha dostaw i zarządzania odpadami, wpływu firmy na środowisko i działań podejmowanych w celu jego redukcji; dokument obejmuje także sprawozdanie działalności na rzecz społeczeństwa i społeczności lokalnych.

11

W 2022 r. firma **KPMG w Polsce** opublikowała pierwszy dokument prezentujący zobowiązania oraz dotychczasowe osiągnięcia w obszarach związanych z ochroną środowiska, społeczną odpowiedzialnością oraz ładem korporacyjnym: **KPMG: Our Impact Plan 2022**. Publikacja jest zbiorem zobowiązań i planów z obszaru ESG oraz podsumowaniem dotychczasowych działań podjętych w czterech kluczowych dla KPMG filarach: planeta, ludzie, dobrobyt i ład korporacyjny. „KPMG: Our Impact Plan 2022" przygotowuje każda firma członkowska KPMG. KPMG w Polsce jako jedna z pierwszych przyjmuje zobowiązania zebrane w tym dokumencie i planuje co roku publikować informacje na temat realizacji swoich zobowiązań czterech kluczowych dla KPMG filarach: Planeta, Ludzie, Dobrobyt i Ład korporacyjny. W ramach przyjętego globalnego programu inwestycyjnego, KPMG aktywnie rozwija i doskonali zakres oferowanych usług ESG.

2100

W 2022 r. **LOTTE Wedel** kontynuował realizację celów odpowiedzialnego wzrostu, a **pierwszy raport CSR** jest jednym z efektów działań powstających w dialogu z interesariuszami – pracownikami, partnerami i lokalną społecznością. Wśród najistotniejszych kwestii znalazły się: zrównoważona produkcja, obszar pracowniczy i zaangażowanie społeczne. Przy okazji premiery raportu firma zaprosiła konsumentów do wspólnej akcji dla dobra planety i przyszłych pokoleń – wypełnienia quizu dotyczącego wymiarów wedlowskiej odpowiedzialności. Innym działaniem zaplanowanym na 2023 r. jest zasadzenie razem z Fundacją Dotlenieni 2 hektarów lasu, który będzie zwieńczeniem aktywności w obszarze CSR oraz symboliczną pamiątką publikacji pierwszego raportu CSR. Firma Wedel szeroko komunikuje pracę na rzecz środowiska i zrównoważonego rozwoju w mediach tradycyjnych za pomocą komunikatów prasowych, ale też kanałami własnymi (strona internetowa, LinkedIn). Przedstawiciele Wedla uczestniczą w różnego rodzaju wydarzeniach branżowych i tematycznych, podczas których dzielą się dobrymi praktykami i wiedzą ekspercką w obszarach związanych z CSR.

1300

Taksonomia UE (rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2020/852/UE) to system klasyfikacji ustanawiający listę zrównoważonych środowiskowo działań gospodarczych. **Polskie Sieci Elektroenergetyczne**, nie mając obowiązku ujawniania informacji z tego zakresu, dokonały **dobrowolnych ujawnień taksonomicznych**. W ramach Taksonomii UE obliczono: przychody (KPI Obrót) – 99,8% skonsolidowanych przychodów spółki uzyskiwane jest z działalności gospodarczych kwalifikujących się do Taksonomii; nakłady na inwestycje (KPI CAPEX) – 100% nakładów inwestycyjnych związane jest z działalnością gospodarczą kwalifikującą się do Taksonomii (są to nakłady ponoszone na zadania ujęte w Planie Zamierzeń Inwestycyjnych, a także

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

wynikające z Planu Rozwoju Sieci Przesyłowej); wydatki operacyjne (KPI OPEX) – 97,5% łącznych wydatków operacyjnych spółki stanowią wydatki kwalifikujące się do taksonomii.

2700

Polskie Sieci Elektroenergetyczne opublikowały piąty już raport **„Napełniamy Polskę mocą" – Raport wpływu PSE**, za rok 2021, będący zaawansowaną formą sprawozdawczości firmy. W sposób zintegrowany przedstawiono dane finansowe i niefinansowe, wzbogacone o wyniki ukazujące wpływ PSE na gospodarkę i finanse publiczne, społeczeństwo oraz środowisko naturalne. Struktura i treść raportu zostały przygotowane zgodnie z wytycznymi Global Reporting Initiative Standards oraz Międzynarodowej Rady Raportowania. Od 2013 r. PSE raportują społeczną odpowiedzialność, korzystając z najlepszych praktyk i standardów, czego efektem jest: 8 raportów społecznych, w tym 5 raportów wpływu, 6 audytów i uzyskanie certyfikatów poświadczających poprawność oraz rzetelność sporządzonych danych według standardu GRI i w zakresie mierzenia własnego śladu węglowego, 5 sesji dialogowych z udziałem łącznie 320 interesariuszy spółki, 180 zaraportowanych wskaźników.

2700

W **Raporcie Zrównoważonego Rozwoju PwC** w Polsce za rok finansowy 2021/2022 znajdują się m.in. informacje na temat publikacji, wystąpień i konkursów w obszarze ESG, podejścia do zarządzania kapitałem ludzkim, programów zaangażowania społecznego, w tym działań na rzecz Ukrainy. W publikacji przedstawiono też strategię dojścia do net zero w 2030 r. oraz opis procedur zapewniających niezależność, bezpieczeństwo i etyczne zachowania. Raport powstał w oparciu o protokół GHG oraz standardy GRI.

6000

Grupa **ROBYG** jako pierwszy polski deweloper mieszkaniowy opublikowała **Raport wpływu społeczno- ekonomicznego**. Przedstawiono w nim wpływ społeczny polegający na tworzeniu miejsc pracy i zwiększaniu dochodów gospodarstw domowych oraz wpływ bezpośredni i pośredni, czyli wartość dodaną wygenerowaną u wykonawców, podwykonawców i dostawców ROBYG, wpływ indukowany, czyli popyt, który został wytworzony w całej gospodarce. Dane zawarte w raporcie zostały użyte w raporcie ESG ROBYG 2021 i stanowią one miernik własny, który będzie prezentowany corocznie.

500

Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej **TIM** za 2021 r. po raz czwarty miało formę **raportu zintegrowanego**, przygotowanego według GRI Standards. Uwzględnione zostały również wyniki dialogów społecznych zrealizowanych w 2018 i 2020 r. (przeprowadzonych zgodnie z AA1000SES), wyniki analizy istotności tematów, bazującej na badaniu opinii interesariuszy zewnętrznych i kadry zarządzającej firmy z początku 2022 r., oraz zapisy strategii odpowiedzialnego biznesu „TIM pro" na lata 2019–2021. Poza wskaźnikami GRI Standards w zakresie jakości obsługi klientów i zaangażowania społecznego firma przyjęła także wskaźniki własne.

308

Kolejna, wydana w roku 2022, edycja **Raportu Zrównoważonego Rozwoju Zakładu Utylizacyjnego** obejmuje lata 2020–2021. Firma działa w specyficznej branży, jest spółką miejską, w związku z czym czuje się zobowiązana do wyprzedzającej działalności w zakresie zrównoważonego rozwoju. Raportowanie ma na celu pokazanie, jak spółka oddziałuje na środowisko i społeczeństwo, ale zawiera również wyzwania, jakie stoją przed branżą. W proces tworzenia raportu zaangażowani byli kluczowi pracownicy firmy z Zarządem włącznie. Adresatem dokumentu są pracownicy, mieszkańcy oraz kontrahenci. Raport jest narzędziem do informowania ich o działalności firmy, pokazuje strategiczne założenia i ich realizację, zarządzanie ryzykiem z uwzględnieniem zmian na rynku i klimatu, ślad węglowy oraz działania na rzecz społeczeństwa. Raport powstał w oparciu o wytyczne GRI Standards na poziomie core.

236

ZARZĄDZANIE

Aby podkreślić rolę i zaangażowanie w budowanie zrównoważonej gospodarki, decyzją Zarządu **BNP Paribas Bank Polska** z początkiem 2022 r. powołany został **Obszar Zrównoważonego Rozwoju** – centrum kompetencyjne będące koordynatorem działań ESG organizacji. Ta struktura jest odzwierciedleniem skupienia działań na aspektach ESG oraz strategicznego zaangażowania na rzecz realizacji misji zrównoważonego rozwoju. Składa się z 3 jednostek: Departamentu Wsparcia Transformacji Energetycznej, Departamentu CSR i Zrównoważonych Finansów oraz Zespołu Inicjatyw Zrównoważonego Rozwoju i Raportowania. Bank zamierza w ten sposób podkreślić wagę, jaką przywiązuje do zrównoważonego rozwoju w ramach swojej misji, jak również nowej strategii GObeyond na lata 2022–2025.

9200

Firma **Capgemini Polska** otrzymała **certyfikat EDGEplus**, przyznawany w biznesie za spełnianie określonych norm w zakresie równości płci i włączania w miejscu pracy. Proces certyfikacji polegał na zewnętrznej kontroli obejmującej takie obszary działania w Capgemini Polska, jak: równość płac, skuteczność zasad i praktyk oraz kulturę organizacji. Integralną częścią oceny była analiza danych statystycznych i przegląd praktyk. Dodatkowo pracownicy otrzymali anonimową ankietę, aby kompleksowo ocenić możliwości rozwoju kariery w firmie. Wzięło w niej udział 3971 pracowników (co stanowiło 38% zatrudnionych). W ramach polityki ESG organizacja wyznaczyła sobie zadania mające poprawić zróżnicowane i integracyjne środowisko pracy, a certyfikat potwierdza wysoki poziom zaangażowania Capgemini w osiągnięcie tego celu. Otrzymanie certyfikatu EDGEplus jest kluczowym elementem postępu w budowaniu sprawiedliwego, zróżnicowanego i integracyjnego miejsca pracy, uwzględniającego wszystkie osoby, które pracują w Capgemini. Różnorodność pracowników i silna kultura integracji mają dla Capgemini fundamentalne znaczenie. Po audycie został wypracowany plan działania w celu budowania jeszcze bardziej inkluzywnej i zrównoważonej przyszłości.

12000

W trosce o najwyższą jakość produktów oferowanych przez **Carlsberg Polska** oraz prowadzonych przez firmę działań operacyjnych, wdrożono w 2022r. nowy **proces weryfikacji kontrahentów**. Do weryfikacji służy nowe narzędzie, obsługiwane przez zewnętrznych ekspertów, które automatycznie sprawdza wszelkie informacje na temat kontrahenta oraz jego pracowników w oparciu o zasoby dostępne w Internecie, publicznych rejestrach, bazach orzeczniczych i listach sankcyjnych. W nowym procesie pracownik Carlsberg Polska ma obowiązek uzupełnić wniosek, podając podstawowe informacje o kontrahencie i rodzaju współpracy, które są niezbędne do oceny, czy dalsza weryfikacja będzie wymagana. Raz zweryfikowany kontrahent jest objęty ciągłym monitoringiem i w przypadku pojawienia się nowych ryzyk dotyczących współpracy z nim firma Carlsberg Polska jest o tym niezwłocznie informowana. Nowy proces jest taki sam dla całej Grupy Carlsberg, co ułatwia współpracę z partnerami biznesowymi. Proces jest także zintegrowany z systemem SAP. Wszyscy pracownicy zostali poinformowani o nowych wymogach weryfikacji, by stosowali je już na etapie procesu zakupowego i wyboru kontrahenta. Razem z tym procesem zaktualizowano też procedury antykorupcyjne i wykluczające przekupstwo.

1300

W 2022 r. firma **Cellnex Poland** powołała **Komitet ds. ESG** w celu szerzenia świadomości na temat ESG i zaangażowania wszystkich jednostek w organizacji w realizację korporacyjnej strategii – tzw. Master Planu ESG 2021–2025. W komitecie zasiadają przedstawiciele poszczególnych jednostek z organizacji, ale w spotkaniach komitetu może brać udział większa liczba osób z danego obszaru, w zależności od potrzeb i podejmowanych tematów. W 2022 r. odbyły się dwa spotkania Komitetu ds. ESG. Pierwsze było poświęcone ogólnie tematom ESG, z kolei drugie koncentrowało się na zagadnieniach środowiskowych. W każdym ze spotkań udział wzięło blisko 30 osób.

500

Zgodnie z przyjętym modelem korporacyjnym **Cellnex Poland**, spółka w 2022 r. wdrożyła **Zintegrowany System Zarządzania** oparty na następujących normach: ISO 9001:2015 (systemy zarządzania jakością); ISO 45001:2018 (systemy zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy); ISO 14001:2015 (systemy zarządzania środowiskowego). Firma pozytywnie przeszła proces certyfikacji i oczekuje na wydanie certyfikatu zintegrowanego systemu zarządzania na zgodność z ww. normami. W kolejnych latach Cellnex planuje rozwijać Zintegrowany System Zarządzania o kolejne normy ISO.

500

Tworząc **nową strategię zrównoważonego rozwoju**, **Credit Agricole Bank Polska** uwzględnił m.in. wyniki badania istotności zagadnień i ryzyk ESG oraz wyniki dialogu z 14 grupami interesariuszy. Cele strategii zestawiono także z Celami Zrównoważonego Rozwoju. Bank ogłosił też plan osiągnięcia zeroemisyjności z działalności i z portfela do 2050 r. Strategia będzie realizowana do 2025 r. W jej tworzenie był zaangażowany cały Zarząd oraz członkowie wyższej kadry menedżerskiej.

4300

W 2022 r. w **Credit Agricole Bank Polska** powstał **nowy system zarządzania zrównoważonym rozwojem i ESG w banku**. Obejmuje on Zespół ds. Corporate Sustainability oraz Komitet ESG (grupa projektowa). Komitet składa się z 3 ciał: Sustainability Board, Sustainability Leadership Team oraz z poziomu operacyjnego. W skład Sustainability Boardu wchodzą m.in. członkowie Zarządu oraz osoby zarządzające strategią. Wyznacza on kierunki zrównoważonego rozwoju i ESG, nadzoruje obszar i podejmuje decyzje. Sustainability Leadership Team koordynuje, przewodzi i monitoruje działania. Jego prace zorganizowane są wokół 11 strumieni. W jego skład wchodzi m.in. wiceprezes Zarządu odpowiedzialny za zrównoważony rozwój i ESG. W 2022 r. odbyły się 4 spotkania zespołu Sustainability Board i 7 spotkań Sustainability Leadership Team. Nowy system zarządzania zrównoważonym rozwojem i ESG będzie kontynuowany.

4300

W dniu 2 grudnia 2022 r. oba zakłady produkcyjne **Dalpo** przeszły kolejny audyt certyfikujący systemu 5S. Audyt prowadzony był przez zewnętrzną firmę specjalizującą się we wdrażaniu i certyfikacji Lean Manufacturing w firmach produkcyjnych. Szczegółowo sprawdzono wszystkie działy w zakładach w Rosnowie i Niepruszewie. Poszczególne obszary i strefy oceniane były pod kątem zgodności z kolejnymi elementami systemu. Wynik audytu - **Platynowe 5S** - oznacza wysoki standard prowadzonych działań oraz organizacji stanowisk pracy.

320

Celem wprowadzenia **Kodeksu ESG Energii Grupy ORLEN** była operacjonalizacja procesu raportowania danych niefinansowych, które są zbierane w związku z potrzebą monitorowania realizacji wytycznych i standardów opracowanych przez międzynarodowe organizacje oraz

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

proaktywnego zarządzania obszarem ESG. Wprowadzenie dokumentu ułatwiło również zawiadywanie obszarem ESG zarówno w kontekście zarządzania ryzykiem, jak i dla wykorzystania nowych możliwości biznesowych pojawiających się w miarę dążenia do osiągnięcia neutralności klimatycznej. W 2022 r. Kodeks ESG zakładał zbieranie w Grupie Energa 212 wskaźników. Ponad 50% z nich stanowią wskaźniki wykraczające swoim zakresem poza standard GRI, a wynikające z praktyki sprawozdawczej dla krajowych i zagranicznych instytucji finansowych. Wśród zbieranych danych znajdują się dodatkowe 24 autorskie wskaźniki z obszaru ESG, które powstały w wyniku szczegółowej analizy modelu biznesowego.

9800

Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa **FAKRO** została oparta na 4 filarach-wartościach firmowych, są to : rozwój, innowacyjność, odpowiedzialność i wiarygodność. W firmie funkcjonuje **Drogowskaz Pracownik** oraz Kodeks Etyki FAKRO. Drogowskaz to 10 kluczowych zasad: 1. Jesteśmy odpowiedzialni każdego dnia; 2. Rzetelnie realizujemy obowiązki; 3. Staramy się dobrze zorganizować pracę i czas; 4. Budujemy wzajemne relacje; 5. Pracujemy zespołowo; 6. Wykorzystujemy swój potencjał; 7. Pamiętamy o zdrowiu; 8. Rozmawiamy o problemach; 9. Dostrzegamy wagę docenienia i uznania w pracy; 10. Dbamy o wizerunek firmy. W wyniku badania opinii pracowniczej Zarząd FAKRO wraz z całym zespołem zobowiązał się do: upowszechniania wartości firmowych, poprawy komunikacji, kultury feedbacku, redukowania negatywnych postaw i zachowań.

4000

W 2022 r. **Global Cosmed** przyjął strategię zrównoważonego rozwoju. Powstały grupy robocze, które we współpracy z Zarządem przez 7 miesięcy pracowały nad dokumentami strategicznymi według modelu: przegląd praktyk, analiza ryzyk, warsztaty wewnętrzne, draft (cele, zarządzanie etc.), Zarząd (uwagi, akcept), komunikacja, monitoring. W ten sposób powstał firmowy **ekosystem zrównoważonego rozwoju** obejmujący obszary, takie jak polityka klimatyczna, łańcuch dostaw, BHP, zaangażowanie społeczne oraz kodeks etyki.

540

Zespół roboczy **Global Cosmed** złożony z pracowników kilku działów przygotował program pn. **Zintegrowany Proces Tworzenia, czyli model zarządzania produktem i jego oddziaływaniem na społeczeństwo i środowisko**. Model uwzględnia czynniki środowiskowe (ekoprojektowanie), ekonomiczne i społeczne (np. dostępność dla osób niepełnosprawnych – współpraca ze środowiskiem OzN). To spis zasad od projektowania (70% dalszego śladu środowiskowego opakowania decyduje się na tym poziomie), poprzez produkcję, po transport i edukację konsumenta. Model oparty jest m.in. na piramidzie postępowania z odpadami, kieruje się m.in. wytycznymi Fundacji Ellen MacArthur, każdy element jest owskaźnikowany.

540

31 października 2022 r. redakcja „Gazety Wyborczej" i Wyborcza.pl **Grupa AGORA** przedstawiła drugą **Deklarację klimatyczną**, a w niej swoje plany angażowania się w ochronę klimatu i środowiska na najbliższe 12 miesięcy. W „Deklaracji klimatycznej" znajdują się najważniejsze zasady, którymi zespół „Wyborczej" kieruje się, przygotowując materiały dziennikarskie na temat ekologii oraz odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji. Celem stworzenia deklaracji jest potrzeba strategicznego podejścia do działań na rzecz środowiska w obszarze medialnym. Deklaracja została opublikowana na stronie Wyborcza.pl Klimat. Praktyka została więc zmierzona poprzez liczbę wyświetleń dokumentu oraz aktywność czytelników, w tym indywidualne kontakty z redakcją.

2586

Grupa ANG, jako piąta firma w Polsce i jedyna z branży finansowe, otrzymała w 2020 r. prestiżowy **Certyfikat B Corp**. Firmy z certyfikatem B Corp równoważą misję i zysk. Są formalnie zobligowane do brania pod uwagę wpływu swoich decyzji na pracowników, klientów, dostawców, społeczność i środowisko. Certyfikat jest przyznawany na 3 lata, po tym czasie konieczna jest recertyfikacja. Od momentu uzyskania certyfikacji w 2020 r. firma podjęła działania w 5 głównych obszarach wpływu definiowanych przez B Corp: podejście do zarządzania/ład, współpracownicy i współpracowniczki, klienci, społeczność oraz środowisko.

1000

Grupa CCC przeprowadziła **analizę odporności modelu biznesowego i strategii rozwoju w różnych scenariuszach zmiany klimatu**. Analiza obejmowała dwa scenariusze klimatyczne w krótkim, średnim i długim horyzoncie czasu. Wnioski i opisy wpływu scenariuszy na główne etapy łańcucha wartości będą wykorzystane do wzmocnienia odporności Grupy CCC. Analiza uwzględniała główny obszar działalności operacyjnej grupy - była ograniczona do segmentu obuwia. Firma koncentrowała się na regionach geograficznych o najwyższym znaczeniu dla funkcjonowania łańcucha wartości: Europa, Azja Wschodnia, Azja Południowo-Wschodnia.

15828

W listopadzie 2022 r. została ogłoszona pierwsza **Strategia zrównoważonego rozwoju Grupy PBI na lata 2023–2025 z perspektywą do roku 2030**. Jest oparta na trzech filarach: 1. Środowisko naturalne; 2. Ludzie w aspekcie pracowniczym i w aspekcie środowisk lokalnych; 3. Ład organizacyjny. Strategia **Grupy PBI** uwzględnia analizę trendów i regulacji prawnych oraz działań otoczenia konkurencyjnego, a także oczekiwań pracowników w kwestii zaangażowania społecznego i środowiskowego. Jest ona jednocześnie sposobem na uporządkowanie działań komunikowanych za pośrednictwem specjalnie w tym celu stworzonej podstrony www.grupapbi.eu/csr. Wyznacza również konkretne cele na najbliższą przyszłość.

1200

Wśród 5 kluczowych kierunków przyjętej przez **IKEA Retail Strategii Równości, Różnorodności i Włączania** znalazły się wsparcie osób LGBT+ w pracy, równość płci, zatrudnianie osób z niepełnosprawnością, budowanie otwartości na różne kultury i narodowości, wsparcie różnorodności wiekowej. W ramach tego podejścia, współpracując z organizacjami pozarządowymi, które przeciwdziałają wykluczeniu, firma chce także inspirować społeczności lokalne, biznes i klientów/-ki do podejmowania działań; dba o sprawiedliwe traktowanie współpracowników/-czek, o równe szanse i włączające miejsce pracy. Przyjęta strategia była realizowana w 3 obszarach – działań skierowanych do pracowników, biznesu oraz społeczeństwa. W ciągu 3 lat przygotowano i zrealizowano strategiczne zadania w zakresie równości (równe traktowanie, dostęp i szanse) oraz włączania (świadomość, docenianie wyjątkowości i wzmacnianie przynależności). Skuteczność prowadzonych działań wobec pracowników mierzona jest dzięki różnorodnym narzędziom, takim jak: Inclusion Index (wewnętrzne badanie opinii), badanie Ingka Includes (dobrowolne i anonimowe badanie różnorodności), badanie Gender Pay Gap (coroczne badanie nierówności płac), podejście 50/50 gender balance na stanowiskach, także kierowniczych. Strategia będzie kontynuowana.

6000

W 2022 r. Zarząd **ING Bank Śląski** powołał dwa komitety stałe w strukturze organizacyjnej: Komitet ESG oraz Komitet Ryzyka ESG. Mają one pomóc w lepszym **zarządzaniu obszarem ESG w organizacji**. Pełnią funkcje decyzyjne wobec jednostek organizacyjnych oraz funkcje doradcze wobec Zarządu. Istotnym celem Komitetu ESG jest kreowanie właściwego ekosystemu, aby ESG stało się ważnym, trwałym i inherentnym elementem całej organizacji z grupą zaangażowanych pracowników. ING Bank Śląski powołał interdyscyplinarne zespoły – gildie, które dbają o ciągłość prac i synergię działań w kontynuowanych inicjatywach. Wielowątkowe, złożone zadania realizowane i koordynowane są poprzez Program Transformacyjny ESG. Gildie powołano w 3 obszarach: przyjazne miejsce pracy, zdrowie finansowe klientów i działania na rzecz społeczeństwa. Efektywność pracy w takiej formule zmierzona została poprzez informację zwrotną uczestników gildii oraz rezultaty prac przedstawione na Komitecie ESG. Istotne korzyści dotyczą: budowania mostów pomiędzy poszczególnymi częściami organizacji, uzupełniania się i synergii w realizacji inicjatyw ESG, inspirowania, zwiększania wiedzy i wzmacniania zaangażowania pracowników. Praca w takiej formule w organizacji będzie kontynuowana.

8500

W kwietniu 2022 r. Grupa **InPost** opublikowała swoją pierwszą **strategię ESG – na lata 2022–2026**. Strategia została oparta na trzech filarach (środowisko, klienci, pracownicy i partnerzy biznesowi), które są kluczowe dla firmy zarówno z perspektywy wagi biznesu, jak i realnego wpływu, jaki InPost wywiera na otoczenie. Zostały zidentyfikowane obszary, w których Grupa może mieć realny wpływ i wykorzystać swoje mocne strony do tworzenia rozwiązań i budowania programów wspierających m.in. walkę ze zmianami klimatu, równość płci, poprawę jakości życia w miastach czy walkę z wykluczeniem geograficznym. Strategia ESG jest powiązana z Celami Zrównoważonego Rozwoju oraz inicjatywami międzynarodowymi, takimi jak UN Global Compact i Science Based Targets initiative.

5080

W ramach działalności biznesowej spółki **Lubelski Węgiel Bogdanka** skoncentrowanej na celach z zakresu zrównoważonego rozwoju, jak również w związku z zakończeniem obowiązywania Strategii Społecznej Odpowiedzialności na lata 2018–2021 oraz planami ciągłego doskonalenia, a tym samym zwiększania zaangażowania spółki w rozwój organizacji oraz lokalnego otoczenia w aspekcie gospodarczym, społecznym i środowiskowym, podjęta została decyzja o opracowaniu i przyjęciu **pierwszej Strategii ESG**. Dokument określa ścieżkę kierunek transformacji, by utrzymać pozycję rynkową w oparciu o najlepsze praktyki środowiskowe, wzrost wartości społecznej i odpowiedzialny ład organizacyjny.

4761

W 2022 r. **Lyreco Polska** kontynuowało **Lyreco Pioneers** – zainicjowany rok wcześniej wewnętrzny program wsparcia przedsiębiorczości mający na celu zmobilizowanie każdego z 12 tys. pracowników do aktywnego udziału w opracowywaniu rozwiązań w odpowiedzi na kluczowe wyzwania w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz technologii.

600

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego w ramach pilotażowego projektu **GovTech** udziela pakietu wsparcia 48 jednostkom samorządu terytorialnego w zakresie: podniesienia kompetencji cyfrowych oraz wiedzy w obszarze wdrażania innowacji. Działania oferowane jednostkom to m.in.: szkolenia typu agile, scrum, smart city oraz doradztwo w zakresie dopasowania najlepszych rozwiązań technologicznych na rynku lub stworzenia nowych, zgodnie z indywidualnym zapotrzebowaniem jednostki. Projekt jest realizowany przy wsparciu ekspertów i w stałym współdziałaniu z nimi, co ma pozwolić na lepszą i szybszą przyswajalność wiedzy oraz zwiększyć bezpieczeństwo wdrażanych zmian.

186

Co miesiąc 10% z dochodu uzyskanego przez **Nieagencję** zasila wewnętrzny **fundusz money4sth**, poprzez który firma wspiera projekty realizujące Cele Zrównoważonego Rozwoju.

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Od 2019 r. Nieagencja wspomaga finansowo i merytorycznie organizacje pozarządowe. Pierwszym projektem wspartym środkami z funduszu była pomoc w remoncie i wyposażeniu domu dla bezdomnej młodzieży Fundacji po DRUGIE w czerwcu 2022 r. W sumie w okresie czerwiec–sierpień na fundusz money4sth przeznaczono 13 057 zł.

5

W firmie **Nowy Styl** w ramach **komunikacji zintegrowanej** wdrożono system wideokonferencyjny Avaya, czyli portal do tworzenia spotkań wideo zarówno na potrzeby wewnętrzne, jak i spotkań z firmami zewnętrznym. Ma to na celu zapewnienie pracownikom większej elastyczności i komfortu pracy oraz zmniejszenie emisji związanych z podróżami służbowymi.

6883

W 2021 r. **Pepco** opracowało i przyjęło do realizacji **plan działań z zakresu zrównoważonego rozwoju**, którego wdrożenie przewidziano na lata 2021–2022. Był to pierwszy w historii plan strategiczny firmy, który kompleksowo obejmował wszystkie obszary ESG. W 2022 r. Pepco rozszerzyło program na lata 2023–2025 i zdefiniowało konkretne zakresy działań wraz z Celami Zrównoważonego Rozwoju. Działania dotyczą: produktów, opakowań, efektywności energetycznej, pracowników, inicjatyw charytatywnych i łańcucha dostaw. W ramach każdego obszaru wskazano konkretne cele i działania na kolejne lata. Na przykład dla produktów określono konkretne cele ilościowe (np. do 2025 r. 25% bawełny w Pepco będzie licencjonowane przez Better Cotton Initiative), w kwestiach pracowniczych zaplanowano realizację działań wokół polityki różnorodności. Plan powstał we współpracy z odpowiednimi działami firmy i grupą Pepco. Jego opracowanie pozwoliło rozszerzyć działania ustalone w ramach planu 2021–2022, dostosować je do rosnącej skali Pepco, a także ustalić KPI, które pomagają mierzyć efektywność wprowadzonych działań. W ten sposób konkretne zadania dotyczące zrównoważonego rozwoju stają się częścią DNA całej organizacji.

23262

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. W 2022 r. firma po raz drugi została certyfikowana przez Fundację EQUAL-SALARY. Ponowna certyfikacja potwierdza, że Philip Morris Polska płaci swoim pracownikom jednakowo za jednakową pracę. Z procesu certyfikacyjnego sporządzony został raport zawierający szczegółowe wnioski. Potwierdził on, że firma wynagradza pracowników równo, a ich wysiłki włożone w rozwój firmy są cenione w ten sam sposób, niezależnie od płci. Audyt jest regularnie powtarzany.

7500

Firma **Polpharma** wprowadziła proces **digitalizacji i optymalizacji obszaru compliance**. Digitalizacja objęła: współpracę z interesariuszami zewnętrznymi (algorytmizacja zarządzania ryzykiem korupcyjnym w relacjach z przedstawicielami zawodów medycznych; elektroniczny i zautomatyzowany system zgłoszeń dotyczący polityki prezentowej); obszar pracowniczy (e-learningi, webinary i testy online; elektroniczny system zbierania oświadczeń, obecności na listach sankcyjnych oraz znajomości procedur; proste, zrozumiałe i przyjazne wizualnie procedury – legal design); obszar analityczny (zmiany w systemach księgowych ułatwiające raportowanie; system zarządzania zbieraniem oświadczeń dotyczących publikacji danych osobowych w Raporcie Przejrzystości oraz ich publikacja w postaci wyszukiwarki). Digitalizacja, sprawniejsza komunikacja oraz automatyzacja zgłoszeń i raportowania w ramach systemu compliance umożliwiły skupienie się Zespołu Compliance na rozwiązywaniu sytuacji problemowych. Uproszczenie języka procedur wewnętrznych oraz wykorzystanie w nich elementów wizualnych (legal design) znacząco poprawiło ich odbiór i zrozumienie. Projekt realizuje również cele firmy w zakresie biura bez papieru. Nie bez znaczenia są innowacyjne zmiany w umowach zwiększające transparentność relacji z sektorem publicznym. Podjęte działania zostały nagrodzone w 2022 r. jako „Pomysł Compliance Roku" przez Instytut Compliance.

7500

Dzięki wprowadzeniu **Lean Management** **Specjalistyczny Szpital Onkologiczny NU-MED w Tomaszowie Mazowieckim** ma szansę w pełni wykorzystać swój potencjał. Wśród już widocznych efektów wdrożenia Lean w SSO można wymienić wzrost wydajności, poprawę jakości, optymalne wykorzystanie sprzętu,racjonalne gospodarowanie zapasami oraz stworzenie w placówce przyjaznej atmosfery, kultury pracy.To samodoskonalenie, które poprawia zarówno pracę w jednostce, jak i opiekę nad pacjentem. Spółka osiągnęła zamierzone cele (w tym oszczędności na poziomie 20 tys.), usprawniono komunikację między działami.

637

W 2022 r. **Stena Recycling** przyjęła pierwszą **Strategię zrównoważonego rozwoju 2025** dotyczącą działalności w Polsce. W jej zdefiniowanie zaangażowany był interdyscyplinarny 21-osobowy zespół pracowników. Strategia obejmuje cztery filary działań: odpowiedzialny partner, cyrkularny biznes, nowoczesny pracodawca i dobry sąsiad. Strategia określa nowe i rozwija już prowadzone projekty w obszarze zrównoważonego rozwoju i działań GOZ. W jej ramach uruchomiono kilkanaście projektów, w tym zmierzające do poszerzania wiedzy społecznej o gospodarowaniu surowcami i gospodarce o obiegu zamkniętym.

594

Wirtualna Polska Holding przyjęła **Strategię Zrównoważonego Rozwoju** na lata 2022–2025. W dokumencie opisane zostały trzy główne obszary działań – środowisko, społeczeństwo i ład korporacyjny, w których spółka realizować będzie wyznaczone zadania. Wśród najważniejszych celów są: niezależność mediów, zielona energia, edukacja klimatyczna, różnorodność oraz cyberbezpieczeństwo. Strategia zawiera także założenia długoterminowe, z zakresem realizacji do 2030 r.

2500

Żabka Polska jest pierwszą polską firmą z certyfikatem Equal Salary wskazującym na **równość płac** w organizacji bez względu na płeć. Przyznane przez Fundację EQUAL-SALARY wyróżnienie oparte jest na wytycznych ONZ i uznawane przez Komisję Europejską. Proces certyfikacji obejmuje analizę danych dotyczących wynagrodzeń oraz audyt oceniający obowiązujące w firmie polityki HR, funkcjonujące w spółce rozwiązania z perspektywy grupy pracowniczej oraz zaangażowanie kierownictwa firmy w kwestię zapewnienia równego wynagrodzenia. Jednakowe traktowanie kobiet i mężczyzn to przekaz mówiący, że spółka jest uczciwym pracodawcą. Posiadanie certyfikatu równych płac wzmacnia pozycję spółki wśród najlepszych pracodawców, którzy nie tylko mówią o swoim zaangażowaniu w zapewnianie równości, ale także demonstrują je realnym działaniem. Żabka od lat konsekwentnie tworzy kulturę organizacyjną opartą na wartościach. Zaufanie do firmy jest rezultatem podejmowanych przez nią działań i buduje wiarygodność procesów, w jakich uczestniczą pracownicy. W październiku 2022 r. Żabka Polska uczestniczyła w XIV Kongresie Kobiet, organizowanym przez Stowarzyszenie Kongres Kobiet, dzieląc się swoim doświadczeniem w zakresie equal salary.

2573

PRAWA CZŁOWIEKA

168 firm

282 praktyki

Do obszaru praw człowieka firmy zgłosiły 282 praktyki, co oznacza prawie dwukrotny wzrost w porównaniu do ubiegłego roku (102 praktyki). Wpływ na to miała zapewne nowa kategoria – „Pomoc dla Ukrainy". Biznes ruszył ze wsparciem dla ogarniętego wojną kraju, aż 177 zgłoszonych praktyk dotyczyło pomocy dla ofiar tej wojny. Firmy angażowały się w rozmaity sposób: organizowały ewakuację pracowników i pracownic swoich ukraińskich oddziałów, udostępniały siedziby na rzecz uchodźców i uchodźczyń, przekazywały potrzebującym środki finansowe, towary i usługi, wspierały działania podejmowane oddolnie przez zatrudnionych. Z nadesłanych praktyk widać też, że w tej sytuacji istotną rolę odegrał wolontariat pracowniczy. Pomoc dla Ukrainy to najliczniejsza kategoria w obszarze „Prawa człowieka".

Drugą pod względem liczby praktyk kategorią jest różnorodność (48 praktyk), kolejną „Kobiety w biznesie" (32 praktyki). Idzie to w parze m. in. z prawodawstwem unijnym dotyczącym udział kobiet we władzach spółek giełdowych czy jawności wynagrodzeń.

Podobnie, jak w ubiegłorocznej edycji raportu, firmy zgłosiły też praktyki podnoszące kompetencje zawodowe kobiet w obszarach STEM (nauka, technologia, inżynieria i matematyka) czy polegające na mentoringu.

Wśród grup, do których pracodawcy kierowali swoje praktyki, są też osoby neuroróżnorodne, inne narodowości oraz osoby należące do mniejszości ze względu na orientację psychoseksualną.

Z praktyk nadesłanych do obszaru praw człowieka rysuje się obraz biznesu aktywnie reagującego na aktualne problemy. Wyzwaniem wydaje się wciąż pozostawać działanie systemowe w obrębie organizacji, polegające m. in. na wdrażaniu polityk w obszarze DEI.

Sergiej Podus,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Liczba zatrudnionych pracowników w 2022 r.

Mikro / małe / średnie przedsiębiorstwo

Podsumowanie Celów Zrównoważonego Rozwoju – str. 317

EDUKACJA

Gabinety z Różową Wstążką to projekt co roku realizowany przez **AVON COSMETICS POLSKA** we współpracy ze Stowarzyszeniem „Amazonki" Warszawa-Centrum w ramach Kampanii Avon Kontra Rak Piersi. Celem akcji jest ułatwienie Polkom dostępu do badań USG piersi oraz budowanie pozytywnego nawyku regularnego potwierdzania zdrowia swoich piersi – w domu poprzez samobadanie raz w miesiącu oraz w gabinecie lekarskim, robiąc USG raz w roku. W ciągu 15 lat trwania kampanii Avon dofinansował 63 tys. badań USG piersi, przekazując na ten cel ok. 500 tys. zł rocznie. Dotychczas, w każdej edycji projektu brało udział ok. 100 gabinetów w blisko 60 miastach w Polsce. Kampania Avon Kontra Rak Piersi realizowana jest od 1989 r. i jest stałym elementem kalendarza wydarzeń „różowego października" – światowego miesiąca świadomości raka piersi.

600

We wrześniu 2022 r. spółka **AVON COSMETICS POLSKA** rozpoczęła kampanię edukacyjną **Normalne, że ich dotykam**, której celem jest zwiększenie świadomości dziewcząt od 16 r.ż. na temat tego, jak ważne dla profilaktyki jest poznanie swoich piersi i ich regularne sprawdzanie. W ramach pierwszej edycji kampanii przeszkolone konsultantki firmy przeprowadziły bezpłatne lekcje samobadania piersi w 100 szkołach. Dzięki tej akcji uczennice dowiedziały się, że obserwowanie swojego ciała jest naturalne, a regularne badanie pozwala na wczesne wykrycie możliwych zmian i jest istotnym elementem świadomego dbania o własne zdrowie. Do końca 2022 r. szkoły zgłosiły do udziału w projekcie blisko 8 tys. nastolatek w placówkach na terenie całej polski. Program zajęć jest zgodny z podstawą programową lekcji biologii, WDŻ i WF. Ambasadorką kampanii została wokalistka Natalia Nykiel, która w ramach promocji kampanii nagrała utwór zachęcający do samoakceptacji i poznawania swojego ciała. Partnerami merytorycznymi są Fundacja Rak'n'Roll i Klinika Ginekologiczna Gini.

600

Avon Alert to przeciwprzemocowa aplikacja zainicjowana przez **AVON COSMETICS POLSKA**. Platforma poprzez szybki, dyskretny kontakt z telefonem Fundacji Feminoteka i całodobowym czatem oferuje przede wszystkim bezpłatną i profesjonalną pomoc dla osób doświadczających przemocy. Narzędzie udostępnia również mapę miejsc pomocy dla kobiet doświadczających przemocy, dostępną także w języku ukraińskim. Avon Alert to też platforma edukacyjna, z której użytkownicy mogą dowiedzieć się m.in. o rodzajach przemocy, skutecznej pomocy i historiach kobiet dotkniętych tym problemem. Aplikację stworzono w ramach kampanii Avon Kontra Przemoc, której celem jest wspieranie działań i inicjatyw na rzecz bezpieczeństwa kobiet, budowanie świadomości społecznej i inicjowanie publicznej dyskusji wokół tematu przemocy oraz rozwiązań. Dotychczas z Avon Alert skorzystało blisko 53 tys. osób.

600

W ramach kampanii **Avon Kontra Przemoc – działania w powiecie garwolińskim** Avon podejmuje szereg inicjatyw, które mają na celu przeciwdziałanie przemocy w lokalnej społeczności. W 2022 r., wspólnie z Komendą Powiatową Policji oraz CSiK w Garwolinie, firma **Avon Operations Polska** zorganizowała konferencję „Pomoc dziecku krzywdzonemu" oraz „Przemoc i inne zachowania krzywdzące dzieci w dobie pandemii. Diagnoza, terapia, profilaktyka", a dla młodzieży spotkanie z Joanną Bator o przemocy w relacjach międzyludzkich. Po raz piąty została też sponsorem konkursu filmowego, w którym zadaniem było nakręcenie filmu o przeciwdziałaniu przemocy rówieśniczej, a także konkursu literackiego, którego celem było zwrócenie uwagi na zjawisko agresji w relacjach międzyludzkich.

1000

Bieg „Avon Kontra Przemoc – biegnij w Garwolinie" organizowany jest od 2010 r. przez CSiK w Garwolinie oraz Stowarzyszenie Truchtacz.pl w partnerstwie z **Avon Operations Polska**. Jego celem jest zwrócenie uwagi na problem przemocy, której w Polsce doświadczają dziesiątki tysięcy osób, a także realna pomoc takim osobom poprzez przekazywanie środków na funkcjonowanie poradni telefonicznej i e-mailowej, prowadzonej przez „Niebieską Linię". W 2022 r., a więc w trzynastej edycji biegu uczestniczyło ok. 450 osób.

1000

W **Deloitte Polska** funkcjonuje GLOBE, sieć pracownicza zrzeszająca osoby LGBT+ i sojuszników (obecnie liczy 142 osoby). Działania GLOBE obejmują liczne **programy wsparcia dla pracowników LGBT+**, są to m.in. szkolenia, celebracja Miesiąca Dumy, webinary organizowane we współpracy z organizacjami pozarządowymi; raz w miesiącu – tęczowa kawa online, a co drugi miesiąc wydarzenia skierowane do osób członkowskich sieci, tj. wyjścia do teatru, do klubu, leśne spacery, spotkanie z prezesem itp. Cała kadra Deloitte otrzymuje wiedzę, wzrasta zrozumienie, poczucie bezpieczeństwa oraz integracja zespołów. Poprawia się samopoczucie i efektywność w pracy osób nieheteronormatywnych oraz ich kolegów z zespołów. W czerwcu 2022 r. firma wsparła konferencję Open For Business jako oficjalny partner; w październiku 2022 r. była również oficjalnym partnerem LGBT+ Diamond Awards. Organizacja wzięła udział w raporcie „Bezpieczne przystanie: po co mówić o osobach LGBT+ w miejscu pracy?", a także sponsoruje cykl artykułów w magazynie „Replika".

3000

Prawnicy **DWF Poland** w każdy czwartek w godzinach 19–21 odbywają dyżury na specjalnej infolinii **stworzonej dla nieodpłatnej pomocy prawnej dla podopiecznych Fundacji Rak'n'Roll**. Infolinia ma zasadniczy związek z działalnością biznesową kancelarii zatrudniającej prawników różnych specjalności, natomiast podopieczni Fundacji napotykają wiele problemów prawnych związanych z sytuacją osób chorych oraz ich opiekunów, przede wszystkim w zakresie ich praw na rynku pracy, dostępnych świadczeń z ubezpieczeń społecznych czy ubezpieczenia zdrowotnego. Praktyka będzie kontynuowana – jest stałe zapotrzebowanie na taką formę pomocy chorym na raka.

150

Z okazji obchodów Światowego Dnia Zespołu Downa 20 marca 2022 r. odbył się I Gliwicki **Bieg Kolorowych Skarpetek** połączony z rodzinnym piknikiem sportowym, zorganizowany przez Fundację Tośka i Przyjaciele. **Energopomiar** wsparł finansowo organizację tego lokalnego wydarzenia, a w biegu firmę reprezentowali dwaj pracownicy (w tym jeden pracownik z córką). Bieg był promowany za pośrednictwem poczty firmowej – nie tylko po to, by zachęcić do aktywności pracowników, ale też aby poszerzać świadomość społeczną na temat zespołu Downa. Oprócz wsparcia biegu w 2022 r. Energopomiar ufundował także koszulki na potrzeby projektu „Tośka i przyjaciele na treningu, czyli UP AND DOWN W KOLOROWYCH SKARPETKACH". Firma już wpłaciła darowiznę na rzecz II Gliwickiego Biegu Kolorowych Skarpetek planowanego w 2023 r.

239

W 2022 roku **IKEA Retail** w Polsce dołączyła do globalnego projektu **„Skills for Employment"**, skierowanego do osób z doświadczeniem uchodźczym. Osoby te często nie mają możliwości zatrudnienia z uwagi na stereotypy. Projekt zrealizowany w IKEA obejmował organizację półrocznych płatnych staży, podczas których uczestnicy i uczestniczki pracowali_ły w sklepie IKEA Targówek oraz brali_ły udział w kursie j. polskiego. Inicjatywę tę IKEA zrealizowała wspólnie z Fundacją Ocalenie, która przeprowadziła w sklepie szkolenia przygotowujące do współpracy z osobami z doświadczeniem uchodźczym, wspierała proces rekrutacji oraz objęła stażystów i stażystki opieką prawną, psychologiczną i mentorską. Celem IKEA Retail było, aby po ukończonym programie 70% stażystów znalazło zatrudnienie w Polsce. Udało się osiągnąć wynik 60%. IKEA Retail dostrzegła również wzrost znajomości języka polskiego o 1 lub 2 stopnie w skali Rady Europy. Zaobserwowano też pozytywną zmianę o 8 p.p. w ramach wskaźnika włączania w wewnętrznej ankiecie zadowolenia pracowników. Inicjatywa w 2023 zostanie rozszerzona do 5 sklepów oraz 52 uczestników.

6000

W 2021 r. we Wrocławiu zarejestrowano ponad 108 tys. migrantów z Ukrainy, często nie mogących odnaleźć się w nowym środowisku. Dlatego **Ingka Centres Polska**, Aleja Bielany, której misją jest odgrywanie istotnej roli w życiu lokalnej społeczności, podjęła długofalowe działania integracyjne, edukacyjne i terapeutyczne dla osób z doświadczeniem migracyjnym i uchodźczym. Stworzone zostało **FOROOM-Międzykulturowe Miejsce Spotkań**, które zapewnia konsultacje prawne, kursy językowe, warsztaty specjalistyczne, integracyjne półkolonie, terapię dzieci itp. Program dla Polaków to kursy liderów w walce z uprzedzeniami, warsztaty antydyskryminacyjne, szkolenia dla nauczycieli.

100

W ramach długofalowej **współpracy z Fundacją Kobiety Wędrowne** firma **KABAK** zorganizowała i wypromowała otwarte warsztaty z projektowania skarpetek, których celem było stworzenie projektu skarpetki-cegiełki mającej wesprzeć realizację misji Fundacji, jaką jest zapewnienie bezpiecznej i godnej pracy dla osób uchodźczych. Po wyłonieniu zwycięskiego projektu firma KABAK zajęła się jego kompleksowym przygotowaniem do produkcji oraz koordynacją procesu produkcyjnego. W efekcie do Fundacji Kobiety Wędrowne trafił produkt w pełni gotowy do sprzedaży, a sama Fundacja zyskała kolejne narzędzie służące samofinansowaniu swojej działalności. Warsztaty zgromadziły prawie 30 uczestników, którzy dzięki wydarzeniu mieli okazję poznać Fundację Kobiety Wędrowne i jej misję, a także odwiedzić restaurację prowadzoną przez członkinie Fundacji.

11

Z badań wynika, że 84% kobiet doświadczyło molestowania w miejscach publicznych. Tylko w 31% przypadków ktoś okazał im wsparcie, a 86% świadków molestowania nie wiedziało, jak reagować. W związku z tym firma **L'Oréal Polska**, we współpracy z Centrum Praw Kobiet, zrealizowała **kampanię społeczną „Stand Up – sprzeciw się molestowaniu w miejscach publicznych"**. Globalny partner organizacja Right To Be opracował METODĘ 5D – techniki będące wsparciem dla osoby molestowanej oraz sposób pokazania sprawcy i świadkom, że jego zachowanie nie jest akceptowane. Przeszkolono już ponad 1,3 mln osób na całym świecie, w tym 20 tys. w Polsce. Kampania w Polsce została objęta patronatem honorowym Rzecznika Praw Obywatelskich oraz Prezydenta m.st. Warszawy i prezydentów Łodzi, Poznania, Gdańska, Krakowa i Wrocławia.

1150

Firmy **Relations Maria Pawłów** oraz **Monika Klonowska Szkolenia** oferują szkolenia i materiały z zakresu **wdrażania polityki antymobbingowej i antydyskryminacyjnej oraz dobrych praktyk zarządczych**. Udostępniają artykuły, aktualne orzecznictwo oraz komentarze do sytuacji

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

społecznej mające na celu stałe podnoszenie wiedzy, świadomości pracowników i kadry kierowniczej. Kompleksowe wdrożenie rekomendowanych dobrych praktyk w zakresie przeciwdziałania wszelkim nieetycznym zachowaniom pomogło wielu organizacjom zmienić system komunikacji oraz wprowadzić w życie kodeks etyki i specjalne procedury.

1

Podcast „Przerwa na compliance" emitowany od marca 2022 r. ma na celu podniesienie świadomości pracowników **ROHLIG SUUS Logistics** na temat zgodności i praw człowieka. Z materiałów można dowiedzieć się m.in., w jaki sposób pracownicy powinni zgłaszać nieprawidłowości, weryfikować dostawców oraz czym jest Kodeks Etyczny i jakie informacje można w nim znaleźć. Prowadzący w przystępny sposób przedstawiają tematy trudne oraz sytuacje, na które każdy można być narażony w codziennej pracy. Odcinki kierowane są do pracowników firmy i emitowane za pomocą intranetu. Poprzez realizację praktyki firma podniosła świadomość pracowników na temat ich praw w miejscu pracy, sposobu zgłaszania nieprawidłowości oraz przybliżyła zakres działań w obszarze compliance.

2000

TVN Warner Bros. Discovery, we współpracy z Divercity+, przeprowadził **cykl szkoleń z języka inkluzywnego dla redaktorów i dziennikarzy wybranych redakcji**. Celami szkoleń były rozwój świadomości dotyczącej roli języka i komunikacji włączającej w mediach, podniesienie wiedzy na temat (nie) inkluzywności określonych kontekstów i wypowiedzi stosowanych w mediach oraz katalogu zwrotów (nie) inkluzywnych. Sesje szkoleniowe (stacjonarne i online) prowadzone były w oparciu o materiały TVN WBD, by urealnić treści i odpowiedzieć na potrzeby osób uczestniczących. Na podstawie treści szkoleniowych oraz pytań i zgłaszanych wątpliwości zostały wypracowane materiały podsumowujące i uzupełniające treści szkoleniowe. Szkolenia prowadziły Dominika Sadowska, prawniczka specjalizująca się w problematyce zachowań negatywnych, zarządzaniu różnorodnością i budowaniu kultury włączenia w organizacjach biznesowych, oraz Ane Piżl, edukatorka równościowa, trenerka w zakresie języka inkluzywnego i współprowadząca program „Miasto Kobiet" emitowany na antenie TVN Style. Wzięło w nich udział 110 osób.

4400

TVN Warner Bros. Discovery w 2022 r. wziął udział we **współtworzeniu przewodnika „TRANSformacja"**, czyli praktycznej publikacji dla firm i organizacji pokazujących dobre praktyki, dzięki którym można tworzyć miejsca pracy bezpieczne i przyjazne dla osób transpłciowych, w tym niebinarnych. Publikacja dostarcza praktycznej wiedzy, która została usystematyzowana w 3 częściach: o transpłciowości i niebinarności, o języku i praktykach inkluzywnych oraz o roli pracodawców i pracodawczyń w budowaniu włączających miejsc pracy. TVN WBD reprezentował w projekcie Rafał Mikołajczyk, dyrektor ds. komunikacji wewnętrznej i CSR. Nad publikacją wolontaryjnie pracowały osoby praktykujące DEI, osoby z działów HR, osoby transpłciowe i niebinarne, praktycy i praktyczki z wielu organizacji. Publikacja powstała także dzięki zaangażowaniu indywidualnych osób sojuszniczych. Zaangażowanie firmy polegało na przygotowaniu wybranych treści przewodnika, działaniach redakcyjnych, wsparciu organizacji webinaru promującego publikację – webinar poprowadził Piotr Jacoń, dziennikarz TVN24. Wydrukowano i rozdysponowano ponad 550 sztuk.

4400

KOBIETY W BIZNESIE

Celem powołanego w 2021 r. **Forum Kobiet** jest aktywna zmiana postrzegania w **ArcelorMittal Poland** kobiet profesjonalistek, tj. pracownic produkcyjnych i umysłowych oraz przedstawicielek organizacji związkowych, tak aby wszystkie kobiece głosy były słyszane i szanowane. Wdrażane są przedsięwzięcia promujące i wzmacniające pozycję kobiet w pracy oraz wzmacniana jest długofalowa współpraca z uczelniami technicznymi, aby zachęcić studentki do kariery w przemyśle stalowym. W 2022 r. odbyło się 5 spotkań. Wśród inicjatyw Forum Kobiet są: instalacja dystrybutorów środków higieny osobistej dla pań w zakładach produkcyjnych i budynkach biurowych we wszystkich lokalizacjach ArcelorMittal Poland; wydanie „Dobrych praktyk dotyczących równowagi i dobrostanu pracowników ArcelorMittal Poland".

10000

W ramach polityki różnorodności **ALLEGRO** wspiera inicjatywy **edukacyjne i mentorskie** skierowane do różnych grup odbiorców. Jedną z nich są kobiety, które chcą rozwijać swoją karierę w branży e-commerce (m.in. w obszarze technologii). W latach 2018–2022 pracownicy i pracownice Allegro wzięli udział w ponad 30 wydarzeniach tego typu (Women in Tech Summit, DareIT, Women in Technology, Women in Business, Her Impact i in.). W jednej z edycji programu mentoringowego DareIT wzięło udział 28 mentorek z Allegro. Firma była też partnerem strategicznym TEDxWarsaw Women. Allegro stara się też zachęcać kobiety do reprezentowania firmy w inicjatywach zewnętrznych, których jest partnerem. 30% wszystkich prelegentów reprezentujących Allegro w ramach inicjatyw employer branding w 2022 r. stanowiły kobiety.

4848

Kobiety stanowią ponad 70% pracowników **Banku Pekao**. **Program dla kobiet „Bez cukru"** wspiera i inspiruje panie do rozwoju w życiu i w biznesie. W jego ramach organizowane są webinary dotyczące rozwoju kompetencji osobistych i zawodowych, np.: job crafting, komunikacja, treningi twórczości, świadomość liderska, psychologia relacji. Do rodziców kierowane były webinary z udziałem certyfikowanej trenerki i edukatorki podejmujące temat wyzwań rodzicielskich. W ramach 7-miesięcznego projektu rozwojowego „emPower Women" realizowanego przez Microsoft z partnerem, firmą Avanade, wzmacniano kompetencje technologiczne kobiet z naciskiem na rozwiązania chmurowe. Uczestniczki biorą udział w szkoleniach Microsoft oraz opracowują innowacje dla banku. Łącznie w ramach programu w 2022 r. zorganizowano 35 webinarów, w których wzięło udział ponad 4 tys. osób. Webinary zostały pozytywnie ocenione w ankietach ewaluacyjnych, w których wskaźnik NPS wyniósł aż 86,96 (gdzie: 80,52% to promotorzy, 7,92% stanowiły osoby pasywne, a jedynie 2,56% to krytycy). Spośród blisko 100 zgłoszeń do projektu „emPower Women" wyłoniono pięć uczestniczek z banku, które znalazły się w gronie kobiet z różnych korporacji, by m.in. rozwijać swoje kompetencje w nowoczesnych technologiach. Zgłoszono 44 prace konkursowe w ekologicznym wyzwaniu, dodano 415 komentarzy i aż 921 polubień projektów.

12483

Kampania społeczna „Chemia jest Kobietą" ma na celu pokazanie wizerunków kobiet, które pracują na stereotypowo męskich stanowiskach, lub które podjęły odważne zawodowe decyzje, wpływające także na ich życie prywatne. Kampania **BASF Polska** ma na celu zachęcanie kobiet do podejmowania odważnych decyzji zawodowych i podążania za swoimi marzeniami, obalenie stereotypów nt. „męskich zawodów w branży chemicznej", a także zbadanie sytuacji kobiet na rynku chemicznym, poprzez przygotowanie raportu wspólnie z KANTAR i PIPC. W ramach 3 edycji została zorganizowana także debata nt. Sytuacji kobiet na rynku chemicznym wspólnie z Polską Izbą Przemysłu Chemicznego. Powstały 2 obszerne artykuły w Forbes Women napisane na podstawie wspomnianego raportu.

780

Program **Murowany sukces** firmy **Budimex** wspiera rozwój kobiet, a także stwarza możliwość do zwiększenia ich liczby na stanowiskach menedżerskich. Dedykowany jest kobietom pracującym na kontraktach budowlanych oraz w funkcjach centralnych. W 2022 r. w programie wzięła udział rekordowa liczba uczestniczek pełniących funkcje od specjalistek do menedżerek. Program składa się z 4 modułów: „Moje umiejętności, moje talenty, moje nowe ja", „Moja efektywność osobista", „Moje ja jako Menedżerka" i „Moja marka, mój autorytet". Moduły prowadzone są przez zewnętrznych ekspertów. Pomiędzy spotkaniami zaplanowane są odpowiednio długie przerwy, aby każda uczestniczka mogła wdrożyć w swojej codziennej pracy zdobytą wiedzę. Miernikiem praktyki jest liczba edycji programu oraz liczba uczestniczek. Praktyka będzie kontynuowana. Poprzez program Budimex wspiera uczestniczki w ich rozwoju zawodowym, a także wzmacnia ich umiejętności interpersonalne oraz kompetencje menedżerskie. W edycji z 2022 r. wzięło udział 47 uczestniczek.

8000

Kobiece szlaki to jeden z programów realizowanych w ramach Polityki Różnorodności, Równości i Inkluzywności. Ma on na celu wsparcie w rozwoju zawodowym kobiet w **Carlsberg Polska** w oparciu o wzajemną pomoc i wymianę doświadczeń. Postawiono na autorytety i wzorce do naśladowania, dlatego pierwszymi gośćmi spotkań były kobiet sukcesu w Carlsberg Polska: Joanna Glonek, wiceprezeska Zarządu ds. Sprzedaży, i Izabela Głodek, wiceprezeska Zarządu ds. Marketingu. Liderki dzieliły się z uczestnikami historią swoich karier, wyzwaniami, jakie przed nimi stoją, umiejętnościami radzenia sobie ze stresem, a także radziły, jak się rozwijać zawodowo i jak dbać o work-life balance. W programie wzięło udział już blisko 200 pracowników, którzy uczestniczyli w spotkaniach w biurze i online. Każde z nich kończyło się dyskusją i pytaniami. Relacje z nich zostały umieszczone w intranecie i gazetce „Carlsbergowo". Spotkania #KobieceSzlaki to okazja do lepszego zrozumienia przez kobiety i mężczyzn wzajemnych punktów widzenia i aspiracji zawodowych, co służy Polityce Diversity, Equality & Inclusion Grupy Carlsberg.

1300

W 2022 r. firma **CFE Polska** rozpoczęła skierowany do pracownic program **CFE WOMEN** mający na celu stworzenie otwartej przestrzeni do rozmów i planu szkoleń z obszaru wsparcia kobiet. Zakres tematyczny obejmuje pracę kobiet w branży budowlanej, trudne sytuacje w codziennej pracy, wzmacnianie kompetencji, ochronę zdrowia psychicznego, edukację i promocję równouprawnienia oraz przeciwdziałanie dyskryminacji i przemocy wobec kobiet w miejscu pracy. Działania prowadzono na platformie Microsoft Teams, gdzie kobiety dzieliły się pomysłami dotyczącymi szkoleń, spotkań z możliwością wymiany doświadczeń czy tworzenia wspólnych projektów. W 2022 r. w ramach CFE WOMEN odbyły się: 8 marca webinar online z psycholożką pt. „O byciu dla siebie dobrą", o tym, jak ważna jest równowaga pomiędzy pracą a życiem rodzinnym oraz własnym rozwojem i dbaniem o swoje potrzeby; 2-dniowe szkolenie wyjazdowe na temat wyzwań w codziennej pracy, a także wybranych przez uczestniczki obszarów (rozwijanie kompetencji miękkich, poprawa komunikacji, przeciwdziałanie agresji, wspieranie zdrowia psychicznego).

200

Program **WELCOME!** **Citi Handlowy** ma na celu wsparcie kobiet w ich rozwoju zawodowym. Skierowany jest do Polek i przybyłych z terenów wojennych Ukrainek, którym ma pomóc w wejściu na polski rynek pracy. Uczestniczki nie tylko otrzymują wiedzę, ale również tworzą przestrzeń wzajemnego wsparcia i rozwoju zawodowego oraz osobistego. W 2022 i 2023 r. weźmie w nim udział 300 kobiet, które będą uczestniczyć w stacjonarnych spotkaniach warsztatowo-integracyjnych, webinarach oraz kursach języka angielskiego. Dodatkowo będą współpracowały z mentorkami z obszaru HR, prawa pracy czy LinkedIn. Projekt daje szansę na wzmocnienie kompetencji biznesowych uczestniczek; w bezpiecznej przestrzeni mogą one szukać nowej drogi zawodowej. Praktyka będzie kontynuowana w 2023 r., a działania projektowe są aktualnie realizowane w 4 miastach w Polsce (Warszawa, Kraków, Olsztyn, Wrocław). Celem projektu jest wsparcie kobiet z Ukrainy i Polski w ich rozwoju

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

zawodowym i stworzenie społeczności, w której będą mogły sobie wzajemnie pomagać w budowaniu kariery.

3700

Nagroda Women's Energy In Transition – Polish Edition przyznawana jest za najlepsze prace dyplomowe poświęcone zagadnieniu transformacji energetycznej, napisane przez studentki kierunków związanych z energetyką. Pierwsza edycja programu została zorganizowana we współpracy z Politechniką Śląską i dotyczyła prac inżynierskich, magisterskich i doktorskich obronionych w latach 2021–2022. Ideą programu jest wspieranie kobiecych talentów w branży energetycznej, promowanie kobiecych karier w działaniach związanych z transformacją energetyczną, a tym samym zmniejszanie nierówności dotyczących zatrudnienia kobiet w sektorze energii. Firma będzie kontynuować program, zapraszając kolejne uczelnie. **Dalkia Polska** od zawsze wspiera kobiety oraz docenia ich rolę w sektorze energetycznym. Dlatego od 2018 r. Dalkia we Francji przyznaje specjalną nagrodę Women's Energy In Transition. Wyróżnienie trafia do studentek i profesjonalistek, które zdecydowały się związać swoją przyszłość naukową i zawodową z kierunkami technicznymi. Niedawne badanie przeprowadzone przez Międzynarodową Agencję Energii Odnawialnej IRENA wykazało, że kobiety stanowią 22% siły roboczej w sektorze ropy i gazu oraz 32% w sektorze energii odnawialnej. Zdaniem MAEO IRENA przejście na gospodarkę niskoemisyjną będzie wymagało innowacyjnych rozwiązań i modeli biznesowych oraz większego udziału zróżnicowanej puli talentów.

400

Woman that matters to program mentoringowy skierowany do studentek, które wkraczają na rynek pracy i chcą świadomie zaplanować swoją ścieżkę kariery przy wsparciu doświadczonych ekspertek. Dzięki spotkaniom z liderkami **Deloitte Polska** miały one przestrzeń do wymiany doświadczeń, inspiracji oraz budowania sieci kontaktów biznesowych i poznania dobrych praktyk przydatnych przy rozpoczynaniu kariery. W ramach programu w 2022 r. 74 pary mentoringowe spotkały się min. 3 razy, by porozmawiać o możliwościach dalszego rozwoju mentees. Pierwszy raz wyszczególniono ścieżkę TECH dla studentek zainteresowanych rozwojem w technologiach – w ramach niej utworzono 31 par mentoringowych. W 2022 r. odbyły się 232 sesje mentoringowe o łącznym czasie 346 godz. W ankiecie ewaluacyjnej oceniono program na 8,6/10 pkt, określono jako pomocne przygotowanie do wejścia na rynek pracy, a 3 uczestniczki dołączyły po programie do Deloitte. Inicjatywa otrzymała wewnętrzną nagrodę w konkursie Impact Awards.

3000

Działania związane z promowaniem kobiet stanowią kluczowy element The Purpose całej organizacji na świecie. Celem projektu **Energia kobiet** jest wspieranie kobiet przez **Fundację Veolia Polska** w ich codziennej pracy, wdrażanie silnych kompetencji kobiecych w kulturze pracy i firmy jako pracodawcy promującego kobiety w specyficznym „męskim" sektorze energetycznym. Odbiorczyniami programu są 3 grupy kobiet: sukcesorki i wysokie potencjały w organizacji (wszystkie spółki), kobiety świeżo zatrudnione na stanowiskach kierowniczych (maksymalnie rok), kobiety, które zgłosiły chęć rozwoju zawodowego, świadome swoich celów zawodowych lub zgłoszenia mobilności funkcjonalnej. Program jest jedną z inicjatyw Stowarzyszenia Liderki Veolii. W kontekście mierzalnych celów w The Purpose – Veolia w Polsce plasuje się w czołówce krajów korporacji na świecie. Od lat wskaźnik kobiet w najwyższej kadrze zarządzającej wynosi ok. 40%. Realizując program, firma na bieżąco monitoruje liczbę kobiet na stanowiskach menedżerskich, w tym liczbę kobiet, które w ciągu roku od zakończenia programu dokonały ewolucji zawodowej. Podczas współpracy mentorki ustalają z mentees bardzo konkretne cele mentoringowe do realizacji, zakończone raportem, a wyniki ankiety satysfakcji z udziału w programie są uzasadnieniem do prowadzenia kolejnych edycji. Program Energia kobiet trwa 8–10 miesięcy. Został nagrodzony w konkursie „Super M".

4300

Redakcja Gazeta.pl **Grupa AGORA** angażuje się w walkę o prawa kobiet, wspiera równouprawnienie płci i porusza ważne społecznie zagadnienia. W Dzień Matki, 26 maja 2022 r., na stronie niewidzialnyetat.pl opublikowany został specjalny **kalkulator, który pozwoli wyliczyć stawkę** pracy opiekuńczej – opieki nad domem, dziećmi i osobami starszymi, czyli zajęć wykonywanych głównie przez kobiety, oraz pokazać rząd wielkości tego pomijanego w gospodarce **„niewidzialnego etatu"**. Redakcja Gazeta.pl zachęca, abyśmy jako społeczeństwo zaczęli gromadzić dane na temat pracy w domu i aby nie była ona traktowana jako darmowy zasób. Niepłatna, domowa praca kobiet i mężczyzn powinna być wliczana do wycen i prognoz gospodarczych, ponieważ tylko wówczas decydenci zaczną poważnie podchodzić do takich kwestii, jak rozwój infrastruktury edukacyjnej czy społecznej.

2586

Latem 2022 roku odbyło się czwarte wydanie **European Female Leadership Academy** in the Digital Age. 29 liderek – każda z innego kraju europejskiego – miała okazję wyjechać do Pragi, gdzie w towarzystwie ekspertów doskonaliły umiejętności potrzebne w cyfrowym świecie przyszłości. Panele, warsztaty i wykłady poświęcone były zarządzaniu pracą w grupie, skutecznemu argumentowaniu, cyberbezpieczeństwu czy kreatywnej empatii. W tym roku **Huawei Polska** zaprosił do udziału kandydatkę z Ukrainy i Bałkanów Zachodnich. Program służy umacnianiu roli kobiet, jako przyszłych liderek w branży ICT i poszerzaniu ich kompetencji cyfrowych, dając okazję do międzynarodowej wymiany doświadczeń.

800

Huawei Polska jest partnerem Fundacji Sukces Pisany Szminką, skupiającej się na promocji przedsiębiorczości kobiet w Polsce. Od 14 lat fundacja organizuje rozdanie nagród Bizneswoman Roku, w którym docenia polskie liderki i liderów wspierających równość i inkluzywność w biznesie. Konkurs jest przeznaczony umacnianiu pozycji kobiet i promocji równości w biznesie w Polsce. Huawei jest partnerem tego wydarzenia, a w 2020 roku zaproponował włączenie do konkursu specjalnej kategorii pod swoim patronatem pod hasłem: **„Przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu"**. W ramach tej kategorii Huawei nagradza przedsiębiorczynie dbające o równość i inkluzję w świecie digitalowym. W XIII edycji nagrodę w kategorii patronowanej przez Huawei otrzymały współzałożycielki Future Collars, czyli platformy edukacyjnej przeznaczonej do nauki programowania, poszerzania kompetencji ICT i innych umiejętności. Ostatnia edycja konkursu zebrała rekordową liczbę 1300 zgłoszeń, czyli o 30% więcej niż w ubiegłym roku.

800

L'Oréal-UNESCO Dla Kobiet i Nauki to program stypendialny **L'Oréal Polska** wspierający rozwój naukowy kobiet i promujący różnorodność w środowisku naukowym. Partnerami są: Polski Komitet ds. UNESCO, Ministerstwo Edukacji i Nauki, PAN i UNGC Network Poland. W 2022 r. o stypendium ubiegały się 122 naukowczynie, spośród których jury wyłoniło 6 utalentowanych kobiet realizujących przełomowe projekty badawcze w dziedzinie nauk o życiu. Stypendia wręczono w Centrum Nauki Kopernik podczas gali, która została wpisana w program konferencji naukowej z okazji 200. rocznicy urodzin Ludwika Pasteura, zorganizowanej przez Uniwersytet Warszawski. W ciągu 22 edycji programu w Polsce wyróżniono 117 wybitnych badaczek. Cele realizowane w ramach programu obejmują: wyrównywanie szans kobiet w nauce, wsparcie finansowe polskich naukowczyń, zachęcanie do kontynuacji kariery naukowej, a także popularyzacja ich osiągnięć naukowych i wkładu w rozwój nauki wśród przedstawicieli środowiska naukowego oraz opinii publicznej. Ponadto budowanie świadomości barier, które stoją na ścieżce kariery naukowej kobiet, oraz korzyści płynących z różnorodności zespołów naukowych, zarówno dla jakości nauki, jak i całych społeczeństw. W badaniu przeprowadzonym wśród stypendystek aż 88% respondentek przyznało, że stypendium pozytywnie wpłynęło na rozwój ich kariery naukowej.

1150

Projekt dla kobiet „Aktywne i spełnione" realizowany przez **Lubelski Węgiel Bogdanka** we współpracy ze Starostwem Powiatowym w Łęcznej był skierowany do kobiet powiatu łęczyńskiego – zamieszkujących tereny wiejskie, zazwyczaj z ograniczonymi możliwościami rozwoju czy samodoskonalenia. Uczestniczki reprezentujące każdą z gmin w powiecie otrzymały dwa rodzaje wsparcia: psychospołeczne, w tym mentoringowe (mające na celu rozwój kompetencji społeczno-emocjonalnych, identyfikację zasobów i mocnych stron, wzmocnienie aktywności, zwiększenie świadomości kobiet w zakresie ich praw i szans), oraz aktywizacyjne (warsztaty i zajęcia w modułach, m.in związane z rozwijaniem biznesu, lokalnością, zdrowiem). Celem projektu „Aktywne i spełnione" było budowanie poczucia własnej wartości i niezależności w poczuciu równowagi i dobrostanu. Projekt podzielony został na 6 modułów, tyle, ile gmin w powiecie, każdy moduł zrealizowany został w partnerstwie z wybranym kołem gospodyń wiejskich. Projekt stworzył przestrzeń, w której uczestniczki odkryły swoją osobistą moc i niepowtarzalną jakość.

4761

Podczas **Global Mentoring Walk** organizowanego przez **Vital Voices** mentorki i mentorzy spotykają się z kobietami, które aspirują do bycia liderkami. Podczas tegorocznej, jedenastej edycji w ogrodach warszawskich Łazienek Królewskich spacerowało ponad 200 osób. Liderki i liderzy dzielili się wiedzą z mentees – kobietami chcącymi rozwinąć swoje kompetencje zawodowe. Wydarzenie opiera się na konwencji, w której dobierana jest para mentora i mentee. Eksperci doradzają i wspierają swoje podopieczne. Uczestniczki mogą dyskutować i wymieniać się doświadczeniami. Mają również możliwość nawiązania relacji biznesowych i zrealizowania wspólnych projektów. **Nationale-Nederlanden** wspiera kobiety i pomaga pokonywać im bariery na zawodowej drodze. Mentoring stanowi dla uczestniczek możliwość rozwoju, a także szansę na dostrzeżenie ich potencjału przez innych. To ważny etap w rozwoju kariery. Global Mentoring Walk jest inicjatywą, która przyczynia się do wyrównywania szans. Dzięki programowi młode kobiety zyskują odwagę do działania i motywację, by o siebie zawalczyć.

839

Uniwersytet Sukcesu to jedyny w Polsce bezpłatny i tak kompleksowy program edukacyjno-zawodowy, który pozwala zdobyć kompetencje w takich dziedzinach, jak m.in.: komunikacja, programowanie czy digital marketing. Skierowany jest do dziewcząt w wieku 18–25 lat, które są podopiecznymi domów dziecka, placówek opiekuńczo-wychowawczych lub znajdują się w trudnej sytuacji osobistej czy materialnej. W ramach Uniwersytetu Sukcesu uczestniczki zdobywają wiedzę, umiejętności oraz kwalifikacje, dzięki którym będzie im łatwiej odnaleźć się na rynku pracy i rozpocząć karierę zawodową. **Nationale-Nederlanden**, jako partner główny, wspiera program od 2019 r., kiedy to wystartowała pierwsza edycja. Celem Uniwersytetu Sukcesu jest wzmocnienie kompetencji zawodowych i technologicznych uczestniczek. W trakcie trwania programu dziewczęta biorą udział w licznych warsztatach. Spotykają się też z mentorami, którzy dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniami. W tę rolę wcielają się wolontariusze z Nationale-Nederlanden. W programie, w trakcie czterech edycji, udział wzięło ponad 200 dziewcząt, które spędziły kilkaset godzin, uczestnicząc w warsztatach i rozmawiając ze swoimi mentorami.

839

Pracownicy firmy **NatWest** kolejny rok z rzędu aktywnie zaangażowali się w programy **IT for SHE** oraz **Women in Tech Summit** organizowane przez fundację edukacyjną

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Perspektywy Women in Tech we współpracy z partnerami. Celami programów są: pomoc utalentowanym studentkom, doktorantkom i absolwentkom kierunków informatycznych w wejściu na rynek pracy oraz zachęcanie wszystkich kobiet do edukacji w kierunkach STEM i do rozwijania kariery w technologiach. Praktyka ta adresuje nierówny udział kobiet w branży technologicznej, zgodnie z celami firmy i polityką D&I NatWest dąży do równości w tym zakresie. W firmie w projekty IT for SHE i Women in Tech Summit zaangażowało się ponad 50 osób. Firma wzięła udział we wszystkich częściach programu (w 6-miesięcznym programie mentoringowym dla 5 kobiet, wolontariacie dla dzieci oraz dla nauczycieli – łącznie 60 adresatów praktyki, a także w Tech Campie dla 150 najzdolniejszych studentek), jak również w Women in Tech Summit – największej konferencji dla kobiet w nowych technologiach, gdzie poprzez udział Keynote i techspeakerów oraz poprowadzone warsztaty dotarła do setek kobiet zainteresowanych nowymi technologiami, przekazując wiedzę oraz prezentując kobiece role models.

1500

W 2022 r. firma **NatWest** Polska wraz z pracowniczą Siecią Kobiet podjęła temat zdrowia menstruacyjnego. W odnowionym biurze, w części toalet umieściła tzw. różowe skrzynki, aby zapewnić bezpłatny i swobodny dostęp osobom menstruującym do środków higienicznych oraz dopasowane miejsce z dostępem do umywalki i prysznica. NatWest Polska jako pierwsza duża globalna firma przystąpiła do programu Kulczyk Foundation **Cykl Kariery**, aby poruszać i normalizować ten temat w przestrzeni publicznej i korporacyjnej. Adresaci praktyki otrzymali dostęp do środków higienicznych, opublikowano artykuły na temat zdrowia menstruacyjnego, a pracownicy dostali dostęp do webinarów organizowanych przez Kulczyk Foundation w ramach programu Cykl Kariery. Firma realizuje poprzez tę praktykę swoje cele strategii DEI, wszystkim zapewniając równe traktowanie w miejscu pracy.

1500

Sieć pracownicza kobiet – NatWest Poland Women Network działa od 2016 r. Jest to oddolna sieć pracownicza, która ma na celu inspirowanie do rozwoju, organizowanie wydarzeń oraz szkoleń, a także wspieranie i promowanie inicjatyw wyrównujących szanse kobiet na płaszczyznach biznesowych i edukacyjnych wewnątrz i na zewnątrz organizacji. Sieć wspiera również inicjatywy zewnętrzne skierowane do kobiet i dziewczynek, m.in. partnerstwo w programie IT for SHE czy działania edukacyjne we współpracy z Fundacją Perspektywy Women in Tech oraz Vital Voices. NatWest Poland Women Network jest rozwinięciem globalnej sieci Gender Network. jej efektywność była mierzona zaangażowaniem uczestników w wydarzenia oraz liczbą członków należących do sieci (150). Sieć organizowała webinary i spotkania edukacyjne; wysłała 11 newsletterów, w których promowała kobiece „role models" oraz możliwości rozwojowe w firmie i poza nią (programy mentoringowe, webinary rozwojowe); zorganizowała lokalnie międzynarodowy miesiąc kobiet, miesiąc profilaktyki raka piersi (Pink October) oraz miesiąc profilaktyki raka prostaty i jąder (Movember). Ponad 50 osób zaangażowało się w zewnętrzne programy wspierający kobiety, takie jak IT for SHE, Tech Days, Women in Tech Summit 2022.

1500

Philip Morris International ogłosił osiągnięcie swojego globalnego celu w zakresie poprawy równowagi płci, zapewniając do 2022 r. co najmniej 40-proc. **udział kobiet na stanowiskach menedżerskich**. O sukcesie można też mówić w przypadku rynku polskiego, gdzie taką funkcję pełni już ponad 45% zatrudnionych kobiet w **Philip Morris Polska**. Firma wyznacza kolejne kierunki w drodze do budowania środowiska równych szans, np. 35% kobiet na wyższych stanowiskach kierowniczych do 2025 r. Posiadanie zróżnicowanej kadry pracowniczej jest kluczowym elementem w trwającym właśnie procesie transformacji. Nowy cel świadczy o dążeniu firmy do poprawy reprezentacji płci.

7500

Polenergia angażuje się czynnie w **edukację młodych kobiet**, absolwentek oraz studentek. Jako partner strategiczny Fundacji im. Lesława A. Pagi wspiera merytorycznie oraz organizacyjnie Akademię Liderek Biznesu. Polenergia uczestniczyła w projekcie Perspektyw – Dziewczyny na Politechniki!, który obejmuje prowadzenie dni otwartych dla ostatnich klas techników i liceów, w tym w szczególności dla młodych kobiet. Polenergia została także partnerem merytorycznym studiów podyplomowych „Edukacja na rzecz zrównoważonego rozwoju: Morska energetyka wiatrowa (MEW)" na Uniwersytecie Gdańskim, gdzie oprócz prowadzenia części zajęć sfinansowała też 2 miejsca dla studentek tego kierunku. Działania związane ze wsparciem edukacji kobiet w branży energetycznej są dla Polenergii bardzo istotne. Poprzez takie podejście firma angażuje młode, ambitne kobiety do działania w branży uważanej za typowo męską, przez co obala ten mit. Dodatkowo przyczynia się do poszerzania wiedzy z zakresu, w którym prowadzona jest działalność firmy, czyli odnawialne źródła energii i transformacja energetyczna. Działania w tym zakresie będą kontynuowane w 2023 r. (m.in. staż dla jednej kobiety z Akademii Liderek Biznesu w Dziale Ochrony Środowiska i Zrównoważonego Rozwoju). Polenergia rozpoczyna współpracę z Uniwersytetem Gdańskim.

232

Polski Fundusz Rozwoju wspiera przedsiębiorców i wzmacnia kompetencje w zakresie przedsiębiorczości, a poprzez program **Akademia Rozwoju** realizowany przez Fundację PFR wspiera kobiety z mniejszych miejscowości i ze wsi w zdobyciu kompetencji cyfrowych, z prowadzenia działalności i design thinking. Praktyka jest odpowiedzią na problem bierności zawodowej kobiet w Polsce (raport „Human Development Report 2021/2022", UNDP: % osób biernych zawodowo w grupie kobiet w wieku 15 lat i więcej wynosi w Polsce ponad 49%). Mamy grupę ok. 3 mln niepracujących Polek – jest to zasób niewykorzystany, a bardzo potrzebny na rynku pracy. Uczestniczki programu otrzymują darmowe szkolenia online. Inicjatywa umożliwia zdobycie umiejętności w zakresie przedsiębiorczości i kompetencji cyfrowych oraz wyrównuje szanse na rynku pracy. Do programu zarejestrowało się ponad 1560 pań, głównie w wieku 35–47 lat i z małych miast. Ponad 1 tys. już wzięło udział w warsztatach kompetencji cyfrowych. Fundacja prowadzi pomiary wzrostu kompetencji oraz ankiety ewaluacyjne zajęć. Wynika z nich, że 75% uczestniczek zwiększyło swoje kompetencje cyfrowe, a 100% z ankietowanych poleciłoby program, większość ankietowanych zaobserwowała pozytywną zmianę w swoim życiu – zamierzają działać online lub dalej kształcić się w obszarze IT.

220

W firmie **Provident Polska** ponad 50% wyższych stanowisk menedżerskich zajmują kobiety. Na czele firmy także stoi kobieta. W zespole sprzedaży proporcje wyglądają nieco inaczej. Im wyższe stanowiska, tym większa jest przewaga mężczyzn. Stąd pomysł na program **Siła Kobiet Providenta**, który został zainicjowany w 2021 r. Celami projektu są: wzmacnianie kobiet i ich motywacji do planowania ścieżki kariery w oparciu o swoje mocne strony, budowanie odwagi i pewności siebie w świadomym łączeniu ról oraz networking i wymiana doświadczeń. Program jest efektem międzynarodowej konferencji „Power of women", która odbyła się w 2021 r. i była dedykowana wszystkim kobietom z grupy IPF, do której należy Provident. Przed wdrożeniem projektu firma przeprowadziła wewnętrzne badania, z których wynikało, że główne przeszkody w rozwoju kariery zawodowej kobiet to: brak przekonania o możliwości pogodzenia obowiązków służbowych z życiem prywatnym, stereotypowe myślenie, że kariera oznacza zaniedbywanie rodziny, brak wiary we własne umiejętności i niska mobilność. Pierwszym krokiem po zainicjowaniu programu było zaproszenie uczestniczek do udziału w teście identyfikacji talentów Gallupa i identyfikacja pięciu TOP/dominujących talentów. W 2022 r. w ramach Siły Kobiet Providenta odbyło się 40 sesji coachingowych dla kobiet z Departamentu Sprzedaży oraz firmowy Kongres Kobiet.

1800

Mother Empower to program mentoringowy, który firma **Robert Bosch** organizuje wspólnie z Fundacją Mamo Pracuj. Program jest skierowany do kobiet wracających do aktywności zawodowej po przerwie związanej z opieką nad dzieckiem/dziećmi. Mentorkami i mentorami wspierającymi je w procesie powrotu na rynek pracy są pracownicy firmy Bosch, a mentee to osoby niezwiązane z firmą. Inicjatywa to cenne doświadczenie dla obu stron – poza wymianą doświadczeń zawodowych czy aktualizacji CV i profilu LinkedIn, to okazja do podzielenia się spostrzeżeniami i perspektywą życiową między mentee i mentorem lub mentorką. Jest też szansą rozwoju dodatkowych umiejętności dla samych mentorów. Firma Bosch przyjęła m.in. następujące wskaźniki: samoocena dotycząca szans na rynku pracy mentee, liczba par mentorskich, liczba osób ubiegających się o udział w programie. W trzeciej edycji programu Mother Empower wzięły udział 32 pary mentorskie: 24 mentorki i 8 mentorów oraz 32 mentees (uczestniczek) – wybranych spośród 267 zgłoszonych kandydatek. Pary mentorskie przez 3 miesiące wspólnie pracowały nad nowymi możliwościami zawodowymi i nie tylko. Ponadto dla mentees zostały ufundowane stypendia przeznaczone na rozwijanie kompetencji zawodowych.

750

Rödl & Partner jest **partnerem merytorycznym 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. Jako kancelaria prawnopodatkowa, firma chce dzielić się doświadczeniem, wiedzą z prawniczkami i przyczyniać się do wyrównywania szans kobiet w branży. W 2022 r. Rödl & Partner brał udział w kilku najważniejszych inicjatywach Fundacji (program mentoringowym, w którym partnerka i radczyni prawna Monika Behrens dzieliła się z młodymi prawniczkami wiedzą, doświadczeniem i dobrymi praktykami zawodowymi; partner konferencji „Ja Prawniczka", której głównym tematem jest wspieranie różnorodności i pozycji kobiet w kancelariach, a także tematy związane z ESG w kancelariach prawnych; współtworzenie pomocnika „Słoneczko, zrób mi kawę", którego celem jest zwrócenie uwagi na problem m.in. dyskryminacji i pomoc kobietom, których to zjawisko dotyka w miejscu pracy). W tę inicjatywę zaangażowała się Aleksandra Ludynia, liderka zespołu.

533

Akcja **Graj o tron** była realizowana przez Fundację Ajkum im. Anny i Józefa Kumorek w ramach projektu grantowego „Transfer Hub – inkubator innowacji społecznych w obszarze zatrudnienia". W projekcie uczestniczyło 5 pracownic **Samsic Polska** – testerek projektu. Odbiorcą innowacji są kobiety w wieku 30+, posiadające minimum 8-letnie doświadczenie zawodowe. Innowacja to specjalnie zaprojektowana gra szkoleniowa rozwijająca kompetencje menedżerskie kobiet. Gra wyposażyła kobiety w wiedzę o tym, jak zarządzać i budować zespół w oparciu o własny styl zarządzani, bazując na własnych doświadczeniach i wartościach. Projekt odpowiada na nierówności na rynku pracy dotyczące szczególnie kobiet w wieku 30+. W Polsce nadal zdarzają się sytuacje, w których kobiety od razu znajdują się na przegranej pozycji wobec mężczyzn. Tymczasem praktyka pokazuje, że panie potrafią być równie dobrymi liderami jak panowie. Kobiece przywództwo może pomóc rozwiązać wiele kryzysów, które pojawiły się w firmach od czasu wybuchu pandemii, szczególnie w obszarze HR, zarządzania zespołem itp. Użytkownikiem projektu mogą być wszystkie firmy zainteresowane wsparciem i zatrudnieniem kobiet na stanowiskach kierowniczych.

100

W ramach polityki **Wspieranie rozwoju zawodowego kobiet** firma **Sodexo Polska** zobowiązuje się do zaangażowania najwyższego szczebla managementu firmy do działań na

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

rzecz równości płci, równego traktowania kobiet i mężczyzn w pracy – szanowania i wspierania praw człowieka oraz do działań antydyskryminacyjnych, zapewnienia bezpieczeństwa, ochrony zdrowia i dobrego samopoczucia kobiet i mężczyzn w miejscu pracy. Firma postawiła sobie cel zatrudniania ponad 60% kobiet, a odnosząc się wyłącznie do kadry zarządzającej, procent zatrudnionych kobiet osiąga blisko 70%. Sodexo planuje kontynuować wspieranie aktywności zawodowej kobiet, kierując się przyjętymi założeniami na płaszczyźnie polityki rekrutacyjnej, ale także na co dzień wspierając pracowniczki w rozwoju.

1800

Wewnętrzny **program rozwojowo-empowermentowy „Leading Women"** realizowany jest we współpracy z Fundacją Liderek Biznesu oraz trenerką Agnieszką Bilińską. Program został zainicjowany w ramach działalności grupy pracowniczej (ERG) WBD Women's Network i skierowany jest do kobiet zatrudnionych w firmie, które nie pełnią jeszcze funkcji menedżerskich, ale w przyszłości chciałyby rozwijać się w tym kierunku, poprzez świadomą pracę w interesujących je obszarach, potwierdzanie talentów przy wsparciu narzędzia diagnostycznego, a także budowanie indywidualnej ścieżki kariery w **TVN Warner Bros. Discovery**. Dotychczas odbyły się 2 edycje programu, w którym łącznie udział wzięło ponad 40 kobiet. W ramach programu uczestniczki odbyły ponad 36 godzin szkoleń podzielonych na 6 modułów (Moje wartości: liderka w czasach zmiany; Poznaj siebie: indywidualna diagnostyka extended Disc; Inteligencja emocjonalna kluczem do sukcesu; Marka osobista: budowanie widoczności w organizacji, Zarządzanie stresem i emocjami, pozytywne myślenie & wellbeing oraz Sztuka autoprezentacji i wystąpień publicznych). Każda z uczestniczek wzięła także udział w indywidualnym badaniu Extended DISC, które pokazuje indywidualne predyspozycje, obszary rozwojowe i naturalne style zachowania oraz komunikacji. W ramach programu odbyły się również indywidualne sesje coachingowe oraz spotkania z kobietami sukcesu TVN.

4400

Diversity Tracker to zapoczątkowana w 2019 r. inicjatywa **TVN Warner Bros. Discovery**, której celem jest zwiększenie reprezentacji kobiet wśród gości programów stacji TVN24. W statystykach uwzględniane są także osoby niebinarne i transpłciowe. Pozwala również na analizę gości pod względem tożsamości płciowej. Program skierowany jest do dziennikarek i dziennikarzy stacji TVN24 i ma zwrócić ich uwagę na to, by w swojej codziennej pracy dążyli do zwiększania parytetów na antenie. Inicjatywa powstawała przy udziale wszystkich członków zespołu, a rozwój programu polega na stałej współpracy Zespołu Standardów z wydawczyniami i wydawcami oraz producentkami i producentami programów i pasm TVN24. TVN obserwuje pozytywny wpływ inicjatywy na zwiększenie obecności kobiet w programach TVN24 – z 20–25% w 2019 r. do 35–40% w 2022 r. To więcej niż średnia krajowa i światowa. Z globalnych danych wynika, że w telewizyjnych studiach gości zaledwie 19–26% ekspertek – kobiet. Jak pokazuje raport Global Media Monitoring Project z 2020 r., średnia ogólnopolska dla telewizji wynosiła 25%. W redakcji TVN24 znajduje się również osoba odpowiedzialna za wspieranie wydawców i wydawczyń w poszukiwaniu nowych ekspertek do programów.

4400

Kobiece perspektywy WP to wewnętrzna inicjatywa zapoczątkowana przez kobiety pracujące w spółkach **Wirtualna Polska Holding**. Misją projektu było wzajemne inspirowanie się i wsparcie w budowaniu wiary, że kobiety są gotowe sięgać po więcej, stworzenie przestrzeni do wymiany doświadczeń i wzajemnej motywacji. Co 2 miesiące odbywały się spotkania, każde skupiało się wokół innego tematu, w programie były wystąpienia gości specjalnych, prezentacje, rozmowy, warsztaty. Spotkania odbywały się w formie hybrydowej, nagrania można było obejrzeć w późniejszym terminie. Praktyka jest skierowana do kobiet na wszystkich szczeblach kariery, w każdym wieku, którym wymiana doświadczeń mogła przynieść wartość w rozwoju – zawodowym i nie tylko.

2500

POLITYKI I PROCEDURY

ALLEGRO, Microsoft Polska, Orange Polska i Santander Bank Polska są członkami-założycielami **Business Accessibility Forum (BAF)**, inicjatywy partnerskiej Fundacji Widzialni. BAF jest płaszczyzną dyskusji i wymiany doświadczeń dla zwiększania dostępności cyfrowej oraz implementacji Europejskiego Aktu o Dostępności (EAA). Celem BAF jest współpraca i wzajemna inspiracja w opracowywaniu i promowaniu najlepszych standardów oraz dobrych praktyk w dostępie do usług oferowanych za pośrednictwem Internetu osobom z indywidualnymi potrzebami, w tym także edukacja w tym zakresie. W ramach BAF opracowano narzędzie do badania dostępności w organizacji – ankietę zawierającą pytania dotyczące dostępności cyfrowej, architektonicznej i informacyjno-komunikacyjnej. Członkowie BAF brali udział w konsultacjach projektu oraz spotkaniu z przedstawicielami Komisji Europejskiej i państw członkowskich dotyczącym wdrażania EAA w krajach UE organizowanym przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej.

4848

W celu minimalizowania luki płacowej spółka **Budimex** przeanalizowała szczegółowo dane wewnętrzne, w oparciu o które przygotowano działania w celu zminimalizowania luki. Spółka dokonuje podwyżek wynagrodzeń w ramach procesu podwyżkowego z zachowaniem zasad równouprawnienia płci. W procesie podwyżkowym uruchomiono dodatkową pulę – na podwyżki dla osób wracających po długotrwałej nieobecności. Po powrocie do pracy osoba taka otrzymuje 50% średniej podwyżki dla pracowników jej pionu za okres, w którym jej nie było. Druga część jest uzależniona od oceny. Ponadto w procesie rekrutacji na nowe stanowiska pracy oferowane są wynagrodzenia w takiej samej wysokości – niezależnie od kryterium płci. Celem **polityki Gender Pay Gap** realizowanej przez spółkę jest osiągnięcie **równości wynagrodzeń**

w poszczególnych grupach w perspektywie najbliższych lat. Miernikiem tej praktyki jest raportowany co roku współczynnik gender pay gap ratio.

8000

Firma **Capgemini Polska** opracowała **procedurę wdrażania** do organizacji **osób transpłciowych, w tym osób w trakcie procesu korekty płci**. Adresatami tej praktyki są działy zaangażowane w proces onboardingowy, w tym osoby rekrutujące chcące nie upowszechniać informacji o procesie tranzycji, a także pracownicy, którzy są w trakcie procesu korekty płci i chcą zmienić dane metrykalne w systemach firmy. Firma dzieliła się m.in. tymi praktykami w ramach współtworzenia przewodnika „TRANSformacja. Dobre praktyki włączające w miejscu pracy". Dokument ma na celu przeprowadzić pracowników HR oraz inne działy zaangażowane w proces onboardingowy przez właściwy proces pozwalający na utajenie informacji prywatnych w systemach organizacji.

12000

Global Cosmed, we współpracy ze środowiskiem osób z niepełnosprawnością wzroku, stworzył system w pełni dostępnej produktowej **etykiety cyfrowej**. Jego częścią jest wprowadzone na opakowanie uwypuklenie, które pomaga osobie niewidzącej odnalezienie kodu QR wydrukowanego na etykiecie, oraz strona internetowa przygotowana zgodnie z wytycznymi WCAG 2.0 – to zbiór dokumentów zawierających zalecenia dotyczące tworzenia dostępnych dla wszystkich serwisów internetowych. Rozwiązanie jest odpowiedzią na problem czytelności etykiet na opakowaniach. Zakupiony produkt – w tym wypadku płyn do płukania Sofin – jest w pełni identyfikowalny dla osób z niepełnosprawnością wzroku, bezpieczny i przy tym daje swobodę korzystania bez udziału osób trzecich.

540

Firma **Jet Line**, jako **partner w programie Child Alert**, we współpracy z Komendą Główną Policji opracowała procedurę uruchomienia i odwołania alertu o zaginięciu dziecka. Taki komunikat policji jest niezwłocznie publikowany na należących do Jet Line ekranach digital out of home (DOOH), działających niezwłocznie na terenie całego kraju. Komunikaty mogą być uruchomione w bardzo krótkim czasie, co ma kluczowe znaczenie dla tempa działania w sytuacji nagłej .Procedura jest sprawdzana i aktualizowana corocznie. Child Alert działa w Polsce od 2103 r. Jest narzędziem wykorzystywanym przez policję w absolutnie wyjątkowych sytuacjach i ogłaszany niezwykle rzadko. Od chwili przystąpienia Jet Line do platformy, Child Alert był ogłoszony dwa razy, ostatni raz w 2022 r. Komunikaty pojawiły się na ekranach w ciągu kilku minut od przesłania ich przez policję.

33

Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni**, podobnie jak w poprzednich latach, wybrała świąteczne, **charytatywne kartki dobroczynne** dla partnerów. W 2022 r. wsparła Fundację „Serca dla Maluszka". W relacjach z partnerami biznesowymi wspólnicy Kancelarii poruszają tematy ochrony praw i zaspokojenia potrzeb najbardziej potrzebujących. Efektywność była mierzona w trakcie rozmów z klientami. Kancelaria przyjmuje wskaźnik liczby klientów zainteresowanych wsparciem dobroczynności poprzez deklaracje skorzystania z tej formy w okresie świątecznym lub przy innych okazjach.

8

Firma **Objectivity**, poprzez wdrożenie Anti-Slavery and Human Trafficking Statement, **zobowiązała się do przestrzegania praw człowieka** na wszystkich poziomach współpracy oraz do zapobiegania współczesnemu niewolnictwu i handlowi ludźmi w operacjach i łańcuchu dostaw. Firma oczekuje wysokich standardów od swoich dostawców, wykonawców i innych partnerów biznesowych. Z dokumentem i podejściem do praw człowieka zapoznawany jest w procesie Induction każdy pracownik już na początku swojej pracy w firmie. Dokument jest ogólnodostępny i każdy może do niego wracać. Firma promuje wśród pracowników zakupy produktów oznaczonych jako fair-trade, ponowne wykorzystywanie rzeczy, ponieważ konsumpcjonizm napędza wiele ekonomicznych motywacji stojących za niewolnictwem.

742

Zgodnie z Kodeksem etyki GK ORLEN oraz w celu określenia zasad działań realizowanych na rzecz obecnych i byłych pracowników wdrożono wewnętrzną regulację, która określa rozwiązania w zakresie programu **Pracodawca Przyjazny Rodzinie**. W ramach programu **Polski Koncern Naftowy ORLEN** dedykuje pracownikom i pracowniczkom dodatkowe rozwiązanie – prawo do nadprogramowych **2 dni wolnych od pracy w danym roku kalendarzowym w związku z pełnieniem ról opiekuńczych** z zachowaniem prawa do wynagrodzenia. Firma podejmuje działania mające na celu wspieranie rodziny poprzez budowanie organizacji wspierającej pracowników w wypełnianiu ról opiekuńczych.

11355

W 2022 r. Zarząd **Polski Koncern Naftowy ORLEN** przyjął **Politykę Ochrony Praw Człowieka w GK ORLEN**. Polityka określa kluczowe zasady działań i zachowań, które są związane z dbałością o przestrzeganie praw człowieka i obejmuje działania w odniesieniu do pracowników, do relacji z interesariuszami oraz kontrahentami w łańcuchu dostaw. Zawiera opis zgłaszania nieprawidłowości i ich rozpatrywania oraz zobowiązania Grupy i monitoring prowadzonych

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

działań. W celu stworzenia dokumentu powołano interdyscyplinarny zespół. Dokument powstał m.in. w oparciu o regulacje wewnętrzne Grupy, ustawodawstwo krajowe, a także międzynarodowe standardy, np. Powszechną deklarację praw człowieka. Wdrożenie polityki pozwoliło na usystematyzowanie zagadnień związanych z ochroną praw człowieka i na przedstawienie wyraźnego stanowiska Grupy w tym zakresie. Jednym z ważniejszych aspektów wdrożenia polityki jest proces należytej staranności, tj. określenie wszystkich realnych i potencjalnych ryzyk – zarówno w działalności bieżącej, jak i w ramach planowanych inwestycji. Grupa posiada mierniki efektywnościowe, kolejne lata poświęcone będą rozwojowi tych zagadnień, a także wszelkich kwestii komunikacyjnych i zgłaszania nieprawidłowości oraz umacniania zapisów polityki w świadomości pracowników i otoczenia zewnętrznego.

11355

RÓŻNORODNOŚĆ

Grupa projektowa odpowiedzialna za CSR w **Bee Talents** zorganizowała **szkolenie dla pracowników – „Diversity&Inclusion"** we współpracy z My Network. Rekruterzy zgłaszali, że nie potrafią udzielać informacji zwrotnej kandydatom, u których niepełnosprawność realnie wpływa na brak możliwości przystąpienia do danego zawodu. Również rekruterzy wskazywali na problem ze sposobem komunikacji względem tematów, które mogą być uznane za tematy tabu. 80% pracowników zrealizowało szkolenie poszerzające ich wiedzę. Pracownicy po szkoleniu zgodnie stwierdzili, że pomogło ono im spojrzeć z innej strony na pewne zagadnienia, co ułatwi im przyszłą współpracę z innymi ludźmi.

100

W 2022 r. przedstawicielka firmy **Benefit Systems** wzięła udział w serii warsztatów dla firm, które miały na celu stworzenie **poradnika „TRANSformacja. Dobre praktyki włączające w miejscu pracy"**, w ramach partnerstwa z Divercity+. Poradnik przeznaczony jest dla wszystkich pracowników firm, ale w szczególności dla obszaru HR, menedżerów, kierowników, w organizacjach inkluzywnych, dla których wartościami są: minimalizowanie wykluczenia osób niebinarnych i transpłciowych, a także edukacja i oswajanie z tym zagadnieniem, przeciwdziałanie niechęci do rekrutowania takich osób. Firma zaangażowała się w proces edukacji szerszego grona odbiorców, poprzez udział w tworzeniu poradnika przydatnego nie tylko w kontekście wiedzy o różnorodności i inkluzji w organizacji, ale także w przypadku, gdy do zespołu trafia osoba transpłciowa, niebinarna lub pracownik, który jest już od jakiegoś czasu w organizacji i dokonuje coming outu.

3689

Potrzeba różnorodności w filmie wpływa na otwartość pracowników firmy **Budimex**, dzięki czemu pojawia się możliwość wypracowania bardziej odkrywczych i nowatorskich rozwiązań. W związku z tym w ramach **4 Tygodni Różnorodności**: różnice międzypokoleniowe, różnice między płciami, niepełnosprawność, różnice międzykulturowe Budimex organizuje różnego rodzaju aktywności, w tym między innymi: kampanię informacyjna jak wspierać różnorodność w zespołach, konkursy dla pracowników budujące ich zaangażowanie i pokazujące jak wygląda temat różnorodności w zespołach. Każdy tydzień różnorodności to również spotkania z ciekawymi gośćmi-ekspertami. Każdy tydzień poświęcony jest innemu zagadnieniu. Celem tej praktyki jest promowanie wartości płynących z różnorodności w firmie, a także wzrost świadomości pracowników w tym obszarze. Praktyka mierzona liczbą uczestników, które wzięły udział w webinarach, konkursach oraz liczbą publikacji w intranecie.

8000

Firma **Capgemini Polska** przygotowała **raport z badań wizerunku branży IT („All genders make a difference")**, którego głównym celem jest przyjrzenie się tematowi równości/różnorodności płci w obszarze IT. Przeprowadzono dwa badania. W pierwszym z nich podzielono respondentów i respondentki na grupy, które nazwano „białymi kołnierzykami" i „grupą podstawową". W drugim badaniu takie same pytania zadano pracownikom i pracowniczkom Capgemini. Sprawdzono, jak konkretna kultura pracy w określonej organizacji wpływa na badane zjawisko. Wyniki badań firma skonsultowała z Janiną Bąk. 5 grudnia 2022 r. Capgemini zorganizowało debatę „Równi czy różni w IT", w którą zaangażowani byli przedstawiciele i przedstawicielki Capgemini, Diversity Hub, Perspektywy Women in Tech. Ideą była edukacja branży na temat sytuacji zatrudnienia kobiet w IT, zwrócenie uwagi na kluczowe umiejętności, a nie płeć, realizacja celów strategii ESG z zakresu diversity & inclusion, dotarcie z raportem do szerokiego grona. Raport pobrało 350 osób, 70 osób obejrzało debatę live, a 419 ją wyświetliło. Procent zatrudnienia kobiet w Capgemini w działach zajmujących się IT w 2022 r. wynosił: CIS 43%, w SSC – 36%, a w FS – 30%, co daje średnią 38%. Na koniec 2022 r. w Capgemini Polska średnio zatrudnionych było 52,43% kobiet. Praktyka będzie kontynuowana poprzez stały monitoring stanu zatrudnienia i poziomu zaszeregowania kobiet i mężczyzn w organizacji.

12000

Osoby zatrudnione w **CD PROJEKT** pochodzą z 43 krajów, a obcokrajowcy stanowią 22% kadry. W związku ze Światowym Dniem Różnorodności Kulturowej na rzecz Dialogu i Rozwoju obchodzonym 21 maja zorganizowano w dniach 16–20 maja 2022 r. **Tydzień Różnorodności Kulturowej**. W ramach wydarzenia Fundacja Ocalenie przybliżyła sytuację osób uchodźczych w Polsce, odbyły się warsztaty tworzenia motanek, webinary dotyczące kompetencji międzykulturowych prowadzone przez Diversity Hub, spotkanie z ekspatami – culture connect, a kantyna każdego dnia serwowała dania z innych zakątków świata. Poprzez inicjatywę firma buduje międzykulturową wrażliwość zatrudnionych oraz stwarza okazję, aby pracownicy mogli lepiej poznać zwyczaje kulturowe swoich koleżanek i kolegów. Projekt został dobrze oceniony przez pracowników w rozmowach feedbackowych.

1300

W kwietniu 2022 r. firma **Cellnex Poland** dołączyła do grona przedsiębiorstw, które zobowiązały się do wprowadzenia zapisów karty różnorodności, będącej pisemnym zobowiązaniem sygnowanym przez organizacje deklarujące chęć wprowadzenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością, a także chcą aktywnie przeciwdziałać dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy. Podpisanie karty miało miejsce w ramach lokalnego Tygodnia Równości i Różnorodności w Cellnex Poland podczas którego zorganizowano szereg wydarzeń online dla pracowników takich jak quizy, debata czy warsztaty na temat stereotypów. Dodatkowo przez cały tydzień pracownicy otrzymywali tematycznych mailingów. **Podpisanie karty różnorodności** jest spójne ze strategią ESG Cellnex tzw. Master Planem ESG 2021–2025, której jednym z podstawowych filarów jest Różnorodność i inkluzyjność (wraz z wspieraniem talentów).

500

Clariter Poland w środowisku pracy aktywnie podejmuje **działania na rzecz wspierania różnorodności** w celu zapobiegania dyskryminacji ze względu na przekonania, płeć, orientację seksualną, niepełnosprawność, rasę, narodowość, pochodzenie etniczne lub narodowe, czy ze względu na jakiekolwiek inne cechy osobowości lub preferencje. Wszystkie te założenia mają swoje formalne odzwierciedlenie w politykach Firmy. Wśród pracowników zatrudnione są osoby z Izraela i Brazylii. Na różnych szczeblach w hierarchii firmy pracują ludzie w różnym wieku i różnej płci. Aby bardziej podkreślić stanowisko firmy w obronie różnorodności w środowisku pracy Clariter Poland podpisał Kartę Różnorodności koordynowaną przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. W zarządzie firmy Clariter Poland kobiety stanowią 20% ogółu członków. Kadra menadżerska to w 2/5 kobiety. Pośród wszystkich nowo zatrudnionych pracowników 50% stanowią kobiety i 50% mężczyźni. W stosunku do ogólnej liczby pracowników, również osiągnęliśmy parytet płci, 50 % stanowią kobiety i 50% stanowią mężczyźni. Warto także zwrócić uwagę na różnorodność wśród pracowników Clariter Polska ze względu na wiek: najmłodszy z nich ma 25 lat, a najstarszy ma 76 lat. Nie ma dyskryminacji płacowej.

18

Jedną z inicjatyw wspierających różnorodność pod względem płci w **Coca-Cola HBC Polska** jest uruchomienie networku kobiet **Power of female**. Celem było zebranie oraz wysłuchanie głosu kobiet reprezentujących wszystkie funkcje firmy w obszarze ich potrzeb w rozwoju kariery. Określono korzyści płynące ze stworzenia networku, tj.: dalsze uwalnianie potencjału kobiet i zrozumienie ich potrzeb, rozszerzenie wewnętrznego i zewnętrznego networkingu, inspirowanie do rozwoju osobistego i zawodowego, zwiększenie widoczności kobiet w organizacji. Adresatem networku są wszystkie kobiety w firmie. Uczestniczki networku spotkały się z globalnymi liderami Coca-Cola HBC, brały udział w mityngach z reprezentantkami innych kobiecych networków z innych krajów CCHBC oraz z innych firm, wymieniały się doświadczeniami w ramach tzw. „Power of Female summer challenge", a także brały udział w spotkaniach i w szkoleniu z budowania marki osobistej.

1810

Celem inicjatywy **#różnoroDNI** było wspieranie inkluzywnej kultury organizacyjnej **DB CARGO POLSKA** przez edukowanie pracowników w zakresie różnorodności i równego traktowania, a także stworzenie przestrzeni do dyskusji. W ramach inicjatywy odbyły się webinary online, które poprowadzili m.in. przedstawiciele organizacji pozarządowych: Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Polskiego Towarzystwa Prawa Antydyskryminacyjnego. Do promocji wykorzystano intranet, firmową aplikację mobilną, mailing i e-gazetę ze specjalną sekcją poświęconą różnorodności. W każdym z organizowanych webinarów uczestniczyło ok. 200 pracowników różnych działów oraz szczebli firmy. Efektem pracy interdyscyplinarnego zespołu projektowego było stworzenie i wprowadzenie dokumentacji niezbędnej do zarządzania różnorodnością w organizacji (polityka, wizja i strategia różnorodności), opracowanie programów edukacyjnych oraz działań, które będą wspierać zarządzanie różnorodnością w firmie kolejowej.

2800

W ramach Polityki **Różnorodności i Inkluzji** firma **Ferrero Polska Commercial** zdefiniowała 5 podstawowych wymiarów różnorodności: płeć, narodowość, pokolenie, kultura pracy oraz niepełnosprawność. W 2020 r. projekt został wdrożony globalnie, również w Polsce. W ramach projektu powołano 17 ambasadorów we wszystkich regionach świata, którzy przewodniczą Radom D&I na całym świecie. Dzięki działalności Rady, która spotyka się regularnie, kilka razy w r., Ferrero zachęca pracowników do angażowania się i przyczyniania do zmian, poprzez wspólne tworzenie kultury opartej na różnorodności, włączeniu i zaangażowaniu. W intranecie powstała dedykowana różnorodności i inkluzji w środowisku pracy 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 pracy.

351

25 czerwca 2022 r., czyli w dniu Parady Równości w Warszawie, **Gazeta.pl, „Gazeta Wyborcza", Wyborcza.pl i Wysokieobcasy.pl opublikowały wiadomości z Polski równej i tęczowej**. Newsy te pozwoliły czytelniczkom i czytelnikom **Grupy AGORA** wyobrazić sobie, jak w przyszłości mogłaby wyglądać Polska przyjazna społeczności LGBTQA+. Zachęcały one do odwiedzenia strony Jutrowpolsce.pl i dzie-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

lenia się w mediach społecznościowych „nagłówkami z przyszłości", jak również do podpisania petycji Stowarzyszenia Miłość Nie Wyklucza z postulatami wspierającymi osoby LGBTQA+, jak: prawo do bezpieczeństwa w szkole i na ulicy, prawo do życia rodzinnego bez strachu o ukochaną osobę, prawo do bycia sobą bez upokorzeń i szykan oraz wiele innych.

2586

First-aid for Expats to cykl spotkań informacyjnych adresowanych do pracowników **HSBC Service Delivery Polska** pochodzących spoza Polski. Spotkania są prowadzone przez wolontariuszy z grup Diversity & Inclusion działających w HSBC oraz przedstawicieli Działu HR. Celem spotkań jest przekazanie obcokrajowcom potrzebnych informacji w sprawach administracyjnych i urzędowych (np. legalizacja pobytu, pozwolenie na pracę) oraz społecznych i kulturalnych (np. sposoby spędzania wolnego czasu w Krakowie i okolicach, atrakcje dla dzieci, polecane restauracje). Inicjatywa pozwala wzmocnić relacje w grupie ekspatów, nawiązać więź z osobami innych narodowości, tworzyć grupy zainteresowań oraz wspierać wielokulturowość w HSBC. Do tej pory odbyło się 18 spotkań (średnio jedno na kwartał).

4350

W 2018 r. **ING Hubs Poland** rozpoczęło program **Firma bez Barier** dotyczący wspierania osób z niepełnosprawnościami. W 2022 r. działalność ta była kontynuowana w zakresie wprowadzania osób z niepełnosprawnościami na rynek pracy. ING Hubs Poland wspólnie z Fundacją Poland Business Run zrealizowało szereg działań skierowanych do beneficjentów tejże fundacji; były to: szkolenia „Jak budować swój profil na LinkedIn", „Rozmowa kwalifikacyjna – praktyczne porady dla kandydatów", a także artykuł na Aktywizuj.pl na temat przygotowania do rozmowy kwalifikacyjnej, publikacja ogłoszeń o pracę na stronie Aktywizuj.pl. Dostęp do działań był otwarty, to znaczy, że dołączyć mógł każdy. Kontynuując program Firma bez Barier, ING Hubs Poland miało na celu rozszerzenie rekrutacji na osoby z niepełnosprawnościami. W każdym ze szkoleń brało udział ok. 25 osób. Realizacja działań była poparta aktywnością w kanałach mediów społecznościowych firmy, co jeszcze bardziej zwiększyło świadomość otwartości firmy na różnorodnych kandydatów.

3000

W 2022 firma **ING Hubs Poland** zrealizowała **działania związane z różnorodnością i włączaniem**. Warto tu wyróżnić dwie aktywności: 1. D&I Week (3-7.10.2022), podczas którego pracownicy firmy brali udział w takich wydarzeniach, jak np. webinar jak wspierać społeczność LGBTQ+, warsztaty z języka migowego, debata z udziałem manangerów i pracowników. 2. Diversity Group – wolontaryjne grupy, w ramach których pracownicy opracowują i wdrażają działania wspierające mniejszości w firmie. Poprzez realizację tej praktyki firma miała na celu zbudowanie świadomości wśród jak największej liczby pracowników odnośnie do korzyści, jaką niesie różnorodna firma. Udało się to osiągnąć, łącznie w wydarzeniach D&I Week wzięło udział ponad 750 osób, czyli 1/3 firmy. Jeśli chodzi o Diversity Group, to zgłosiło do nich łącznie 50 osób. Natomiast ich działania w zakresie wsparcia kobiet odnoszą się do 35% pracowników, a w zakresie różnorodności kulturowej – około 15%.

3000

Kompania Piwowarska otrzymała **najlepszy wynik w ewaluacji LEAD Network**. LEAD Network to organizacja, której misją jest wyrównanie zawodowych szans kobiet w branży FMCG. W ciągu kilkunastu lat organizacja ta zgromadziła kapitał w postaci wiedzy i doświadczeń liderów czołowych firm z branży. Jednym z narzędzi, jakie LEAD udostępnia, jest ocena poziomu dojrzałości w obszarze pracy na rzecz różnorodności i włączania (D&I). Dzięki zaangażowaniu w promowanie tych wartości firma osiągnęła 5 – najwyższy poziom. Po raz pierwszy Kompania Piwowarska dokonała oceny LEAD za rok 2000 i uzyskała wtedy poziom 3 – „Świadomość". Znacząca poprawa wyniku jest efektem wysiłku, zmian i konsekwencji.

2716

Kronospan Polska podejmuje działania mające na celu ułatwienie **pomocy w zatrudnianiu obcokrajowców w Polsce**. W latach 2021–2022 Kronospan udzielił pomocy potrzebującym w Ukrainie na kwotę ok. 310 tys. zł. Firma uczciwie podchodzi do relacji pracowniczej ze wszystkimi, niezależnie od kraju pochodzenia, i wszystkich pracowników zatrudnia na tych samych zasadach (zarówno rodzaj zatrudnienia, jak i oferowane stawki). Nie ma różnicy pomiędzy formą zatrudnienia i stawką wynagrodzenia dla pracowników z Polski i z zagranicy. Umowy o pracę przygotowane są w dwóch językach. Firma oferuje obcokrajowcom pracę, bezpłatne kursy języka polskiego i zapewnia zakwaterowanie przez pierwszy okres pobytu w Polsce. W roku 2021 na kursy językowe zostało zapisanych 80% pracowników z zagranicy. Dzięki nauce języka jest coraz lepsza komunikacja w zespołach pracowniczych. Dzięki udziałowi w szkoleniach organizowanych przez Kronospan pracownicy z zagranicy systematycznie podnoszą swoje kwalifikacje i w stosunkowo szybkim czasie są w stanie obejmować coraz bardziej odpowiedzialne stanowiska

1150

Grupa **KRUK** za swój największy i najważniejszy kapitał uważa swoich pracowników, dlatego też tworzy wspierające ich rozwój środowisko pracy. Wspiera też rozwój zawodowy kobiet i stara się pokazywać innym firmom, że takie podejście po prostu się opłaca. Od 2013 roku KRUK jest sygnatariuszem Karty Różnorodności. W związku z tym KRUK promuje różnorodność wśród pracowników wszystkich spółek należących do całej Grupy Kapitałowej. Każdy ma **równe szanse** na zatrudnienie, rozwój czy awans w KRUKu. Ważne są wartości pasujące do kultury organizacyjnej KRUKa (m.in. szacunek, współpraca), a także zaangażowanie i chęć rozwoju. KRUK jest przykładem, że taki model jest korzystny i opłacalny dla firmy. Grupa KRUK działa w Europie Środkowej. Dzięki różnorodności w zespole ma możliwość dynamicznego rozwoju, spojrzenia na różne zagadnienia wielowymiarowo. W 2022 roku firma dzieliła się swoimi dobrymi praktykami m.in. w debatach publicznych nt. korzyści płynących ze wsparcia rozwoju kobiet w biznesie, wskazując jednocześnie plusy działań na rzecz równego traktowania i różnorodności. KRUK jest kobietą, bo pracownikami firmy są w ok. 60% panie. Co jest unikatowe szczególnie w branży finansowej w Grupie KRUK ponad 60% stanowisk menadżerskich piastują kobiety. Equal pay gap w KRUKu wynosi zaledwie 1,5 proc. W hiszpańskiej spółce z Grupy KRUK pracują np. osoby reprezentujące 19 państw.

3500

Lidex od ponad 15 lat działa **przeciw nierówności i wykluczeniu**. Firma realizowała pierwsze w Polsce projekty w ramach programu „Kino poza ciszą i ciemnością" oraz spektakle z audiodeskrypcją. We współpracy z Zamkiem Królewskim pracownicy i tłumacze firmy przygotowali przewodnik na tablety dla osób niesłyszących i niedosłyszących. Lidex dostosował także stronę internetową do potrzeb osób niesłyszących i niedowidzących. Na początku pandemii firma przygotowała w języku migowym i rozpowszechniła instrukcję skutecznego mycia rąk, a także audiodeskrypcję poradnika na temat COVID-19. Po wybuchu wojny w Ukrainie, we współpracy z Muzeum Śląskim, firma stworzyła słowniczek polsko-ukraiński. Lidex uzyskał pierwsze miejsce w konkursie „Strona internetowa bez barier".

38

Różnorodność i włączanie w sklepach Lidl Polska to ważny temat w strategii CSR firmy. Pierwszą inicjatywą z tego obszar jest współpraca z Fundacją „Labrador – Pies Przewodnik" w celu wspierania osób niewidomych w nabieraniu szerszych kompetencji społecznych. **Lidl Polska** sfinansowała szkolenia dla psów asystujących oraz przeszkoliła swoich pracowników ze standardów obsługi tej grupy osób. Drugą praktyką są „Ciche godziny", czyli wprowadzenie w sklepach udogodnień w robieniu zakupów dla osób ze spektrum autyzmu. W określonych dniach i godzinach muzyka oraz komunikaty głosowe są wyciszone, a osoby ze spektrum autyzmu są obsługiwane poza kolejnością. Akcje, oprócz wprowadzenia ułatwień dla osób z niepełnosprawnościami, mają również wymiar edukacyjny. Dzięki szerokiej komunikacji w kanałach wewnętrznych i zewnętrznych Lidla, firma przypomina klientom, pracownikom i innym interesariuszom, że wśród nas żyją osoby o różnorodnych potrzebach.

24000

LOTTE Wedel motywuje do uważności i wrażliwości na drugiego człowieka – każdego dnia w pracy i poza nią. W oddolnie zorganizowanej **Grupie ds. Różnorodności** uczestniczą osoby ze wszystkich obszarów firmy, a jej celem jest podejmowanie działań promujących poszanowanie różnorodności, równości i przeciwdziałanie dyskryminacji. Jednym z jej ubiegłorocznych działań (w odpowiedzi na sytuację migracyjną, zgodnie z 6 punktem Deklaracji Różnorodności firmy „Jesteśmy międzynarodowi i czerpiemy z tego") było zaproszenie pracowników do akcji wspierającej osoby przyjeżdżające do Polski, w tym pracowników Wedla innych narodowości. W ten sposób podkreślano wartość różnorodności, jej potencjał i możliwość inspirowania innych. W ramach Grupy ds. Różnorodności, na początku 2022 roku LOTTE Wedel podpisał Kartę Różnorodności koordynowaną przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Została uruchomiona cykliczna komunikacja w wewnętrznym newsletterze; a podczas Miesiąca Różnorodności przedstawiono krótki słownik podstawowych zwrotów w językach ojczystych pracowników obecnych w Wedlu. Była to okazją do integracji reprezentantów innych narodowości. Słowniczek wraz ze zdjęciami pracowników znalazł się również na LinkedIn, promując temat różnorodności i przeciwdziałania dyskryminacji. Członkowie grupy to 42 osoby ze wszystkich obszarów firmy.

1300

Ważnym elementem budowania różnorodności w firmie **LOTTE Wedel** jest inkluzywne podejście do wszystkich grup narażonych na wykluczenie zawodowe, w tym osób z niepełnosprawnościami, do których jest kierowany program **„CzekoSprawni"**. Dzięki niemu firma zwiększa zatrudnienie osób z niepełnosprawnościami (OzN), edukuje w tym obszarze oraz szeroko wspiera te osoby na rynku pracy. W ramach działań: uruchomiono monitoring zatrudnienia OzN, powołano stanowisko specjalisty wsparcia OzN, wraz z Fundacją Aktywizacja zrealizowano cykl otwartych webinarów pod hasłem #AktywizujeMYRekrutujeMY, opublikowano 10 tekstów w wewnętrznej komunikacji, serię postów na LinkedIn i w Internecie o tematyce OzN. Zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami przede wszystkim zmienia kulturę organizacyjną firmy. W ramach programu Wedel zwiększa świadomość i wrażliwość, obala stereotypy, wzmacnia różnorodność i inkluzywność oraz zwiększa efektywność współpracy i zatrudnienie OzN. Od startu programu do października 2022 r. do firmy dołączyło kilkanaście osób z niepełnosprawnościami, a poziom zatrudnienia OzN w skali roku wzrósł z 0,85% do 3,85%. LOTTE Wedel planuje zatrudnienie kolejnych osób z niepełnosprawnościami.

1300

Wsparcie społeczności LGBTQ+ przez marki Kiehl's i NYX Professional Makeup wpisuje się w wieloletnie zaangażowanie firmy **L'Oréal Polska** w globalne działania na rzecz praw człowieka i walki z wykluczeniem. Była to odpowiedź na rosnące zapotrzebowanie konsumentów na kampanie realnie wspierające tę społeczność, mające wpływ na budowanie świadomości i w otwarty sposób komunikujące wartości marek. W ramach obchodów we współpracy z polskim artystą ilustratorem, projektantem mody i artystą nowych mediów – Mateuszem Sudą przygotowano limitowaną edycję opakowań wybranych kosmetyków Kiehl's oraz T-shirty. W dniu Parady Równości w miasteczku stanęło stoisko, w którym odbywały

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

się konsultacje kosmetyczne, a uczestnicy mogli skorzystać z możliwości wykonania makijażu przez makijażystów NYX Professional Makeup.

1150

W 2022 r. firma **LPP** przyjęła pierwszą „Politykę różnorodności" – formalne zobowiązanie do budowania miejsca pracy zgodnie z ideą równego traktowania i przeciwdziałania dyskryminacji. Spółka postanowiła też rozwijać kompetencje i zdobywać nową wiedzę w tym zakresie. We współpracy z Divercity+ LPP uruchomiło **Akademię Diversity & Inclusion** – cykl 5 interaktywnych webinarów skierowanych do wszystkich pracowników centrali firmy, w tym zespołu menedżerskiego i dyrekcji najwyższego szczebla. Każde ze spotkań organizowanych raz w miesiącu poświęcone było innym aspektom różnorodności. W ramach Akademii uczestnicy analizowali, w jaki sposób postrzegają innych, jak się komunikują, czy rozumieją swoje intencje, dlaczego i w jaki sposób zachowanie może wskazywać na faworyzowanie lub wykluczanie oraz czym są mikroprzekazy. W każdym z 5 spotkań brało udział ok. 400 osób. Po zakończeniu Akademii wszystkie webinary są dostępne na firmowej platformie e-learningowej w wersji polsko- i angielskojęzycznej.

31808

Many Mornings włączyło się w celebrację Pride Month 2022, komunikując cele z zakresu różnorodności społecznej i eksponując wartości firmy (w tym zwłaszcza bezwzględne prawo do bycia sobą i emancypację wszystkich indywidualności). Tegoroczna kampania odbyła się pod hasłem **Many Colors of Love. Many Mornings wspiera społeczność LGBT+**. Praktyka była realizowana w partnerstwie z organizacjami, które posiadają mandat do reprezentacji tej społeczności. Dlatego Many Mornings stworzyło dedykowany produkt „Pride Box", z którego całość zysków (w wysokości 12 312 zł) została przekazane dla Stowarzyszenia Grupa Stonewall. W ramach akcji zdobyto 1300 reakcji w mediach społecznościowych oraz 400 sprzedanych tęczowych skarpetek w punktach stacjonarnych firmy (a więc w bezpośrednim kontakcie z odbiorcą).

35

W ramach **World Down Syndrome Day 2022** Many Mornings wspiera społeczne włączenie osób z zespołem Downa. 21 marca firma **Many Mornings** organizowała akcję solidarnościową przez noszenie skarpetek nie do pary jako widocznego, symbolicznego znaku wsparcia. Przekazała także darowiznę finansową – w 2022 r. było to 9489 zł dla Stowarzyszenia Bardziej Kochani, Teatru 21 i Stowarzyszenia Tęcza (każda z organizacji reprezentowała inny obszar). Skutkiem tego jest wsparcie beneficjentów na rozmaitych polach aktywizacji społecznej, m.in. zawodowo oraz przez sztukę.

35

W 2022 r. w firmie **Mars Polska** została stworzona **Associates Resource Groups**. ARG wspiera kulturę organizacyjną w zakresie włączania i różnorodności (I&D; inclusion & diversity). Utworzono grupę nawigującą całością działań oraz 5 grup tematycznych zajmujących się aspektami I&D wskazanymi przez współpracowników jako priorytetowe: rodzicielstwo, pokolenia, zdrowie, płeć, narodowość, różnice kulturowe i religia. Około 10% współpracowników jest zaangażowanych w tworzenie i realizowanie strategii na rzecz I&D. Misja firmy Mars opiera się na budowaniu przyszłości, w której każdy może być sobą i rozwijać swój pełny potencjał. Firma chce realizować strategie grup ARG również w częściach fabrycznych. Celem grup ARG jest rozwijanie świadomości, inspirowanie i angażowanie zespołu w tworzenie włączającego środowiska pracy. Miernikami sukcesu była skuteczna rekrutacja do ARG oraz realizacja planu komunikacji i wydarzeń. Grupy ARG skoncentrowane są na ważnych dla współpracowników obszarach (wskazanych w ankiecie, w której udział wzięła połowa pracowników z całej firmy). W 2022 r. współpracownicy zorganizowali 2 duże wydarzenia oraz 3 kampanie edukacyjne związane z ideą I&D.

3100

W ramach realizacji swojej strategii **mBank** przyjął w 2022 r. **Politykę różnorodności i inkluzywności**. Koncentruje się ona na 4 obszarach: świadomość pracowników, przeciwdziałanie dyskryminacji, neutralność płciowa w procesach i zwiększenie zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami. Bank regularnie prowadzi liczne działania wzmacniające świadomość różnorodności i inkluzywne praktyki w organizacji. Adresatami tych działań są wszyscy pracownicy Grupy mBanku, a także ich bliscy. Dużym sukcesem w 2022 r. był wzrost zaangażowania pracowników i wzmocnienie ich świadomości o znaczeniu tej tematyki w pracy i życiu codziennym. W 2022 r. mBank osiągnął postęp w wyrównywaniu szans pracowników i budowaniu w organizacji kultury różnorodności i inkluzywności.

7000

Portret bez Barier to projekt realizowany przez Zespół Szkół Specjalnych w Biłgoraju i objęty jest mecenatem przez firmę **Model Opakowania**. Bohaterami inicjatywy są uczniowie z niepełnosprawnościami z ZSS w Biłgoraju, którzy razem z profesjonalnymi modelkami wystąpili na stronach kalendarza na rok 2023. Firma Model opłaciła obróbkę graficzną zdjęć, ufundowała wydruk kalendarza, wyprodukowała tekturowe opakowania na kalendarze oraz czynnie uczestniczyła w organizacji wernisażu. Projekt „Portret bez Barier" ma na celu przełamywanie uprzedzeń wobec osób z niepełnosprawnością intelektualną.

830

Wielokulturowość w Objectivity to charakterystyczna cecha firmy, której szeregi zasilają koledzy i koleżanki różnych narodowości. Aby poznać się lepiej i zrozumieć, na czym polegają różnice kulturowe, na spotkaniach online przedstawiane są poszczególne kraje, w których firma ma swoje oddziały. Dodatkowo firma opublikowała w intranecie serię artykułów o tradycjach świątecznych. Dotyczą one krajów, w których Objectivity jest obecne – Polska, Wielka Brytania, Niemcy, Rwanda i Mauritius. W spotkaniach uczestniczyło łącznie blisko 500 pracowników.

742

Pod koniec r. 2022 **Pepco** przyjęło politykę różnorodności koncentrującą się na zapewnieniu równego traktowania oraz równych szans dla osób i grup znajdujących się w niekorzystnej sytuacji. Fundamentalną częścią Pepco jest kultura oparta na wzajemnym szacunku, w którą włączeni są wszyscy oraz w której ceni się tak podobieństwa, jak i różnice. Polityka jest częścią strategii Pepco „Growing our business, growing our people". W ramach wprowadzenia polityki zapewnione zostaną szkolenia, badanie oczekiwań pracowników Pepco, a także kampanie pracownicze i wydarzenia mające na celu podniesienie świadomości w kwestiach związanych z różnorodnością, włączeniem i dyskryminacją. Nowa **polityka różnorodności** jest częścią działań określonych w ramach planu zrównoważonego rozwoju. W związku z tym, że taki dokument został wprowadzony po raz pierwszy, podjęte zostaną badania oczekiwań pracowników Pepco, a także szkolenia i wydarzenia powiązane z DEI (diversity, equity, inlusion). Następnie polityka będzie regularnie rewidowana, a kolejne działania wprowadzane będą w zależności od potrzeb, oczekiwań i wyników badań. Wdrożenie takiego dokumentu pozwala usystematyzować działania z tego zakresu oraz włączyć tematy DEI w kulturę organizacji.

23262

Polityka **Równość płci w rekrutacjach** w firmie **Philip Morris Polska** polega na tym, że ogłoszenia rekrutacyjne kierowane są do wszystkich kandydatów i kandydatek, występuje w nich forma żeńska i męska. Ogłoszenia jasno prezentują także benefity oferowane przez firmę, które są elastyczne i dopasowywane do potrzeb różnych grup przyszłych pracowników. Jednocześnie ogłoszenia mocno podkreślają równość płac istniejącą w firmie bez względu na płeć, potwierdzoną uzyskanym Certyfikatem Równych Płac lokalnie i globalnie. Firma mierzy proporcje kobiet i mężczyzn wśród osób nowo zatrudnionych, jak również na różnych poziomach organizacji. Jednocześnie w ramach polityki płacowej i zatrudniania pracowników oferty płacy są takie same bez względu na płeć.

7500

Grupa **Polenergia** zorganizowała **warsztaty dla pracowników z języka inkluzywnego**, które mają na celu włączanie ludzi do zespołów i do różnych grup społecznych. Istotne jest bowiem poznanie granic tolerancji i środowiska językowego, gdzie funkcjonujemy, tak aby zachować poszanowanie dla innych – różnych osób. W ramach inicjatywy odbyły się 4 webinary prowadzone przez Ane Piżl, która od 19 lat działa na rzecz równości. Jest członkinią Towarzystwa Edukacji Antydyskryminacyjnej i sieci edukatorów i edukatorek Amnesty International. Webinary z zakresu diversity & inclusion są elementem cyklu działań edukacyjnych realizowanych w Grupie Polenergia dla pracowników.

232

W 2022 r. **Polpharma** w ramach polityki **DEI w Polpharmie** wprowadziła nowy system wartości i zachowań, podkreślając w nich znaczenie różnorodności. Aby połączyć dalszy rozwój kultury organizacyjnej i formalnych instrumentów wspierających różnorodność, firma zdiagnozowała obecną sytuację i zaplanowała adekwatne działania. Z pomocą zewnętrznych doradców wykonano DEI Scanning. Wszystkich pracowników zaproszono do udziału w badaniu dotyczącym równości oraz percepcji różnorodności i włączania w firmie w formie anonimowych ankiet i wywiadów pogłębionych (udział wzięły 743 osoby). Wyniki pomogły w sformułowaniu polityki DEI, przyjętej w grudniu 2022 r., oraz zaplanowaniu dalszych działań edukacyjnych, wspierających kulturę różnorodności. W 2022 r. zaproponowano również wszystkim chętnym wybór formy żeńskiej nazwy stanowiska. Feminatywy stały się naturalnym elementem komunikacji w firmie, jak też formalnych umów o pracę. W organizacji powstała także silna oddolna sieć pracownicza, działająca na rzecz wzmocnienia roli kobiet, dialogu międzypokoleniowego oraz partnerskiego rodzicielstwa.

7500

PwC Shine w Polsce działa od 2021 r. i zrzesza osoby ze społeczności LGBT+ oraz osoby sojusznicze, liczy ponad 120 członków i otwarta jest na wszystkich pracowników, którzy chcą wspierać te działania. Sieć posiada własny budżet i kanały komunikacji wewnętrznej. Działalność PwC Shine zainaugurowana została spotkaniem z Armenem Mekhakyanem, na którym podjął on temat dobrego sojusznictwa; w evencie wzięło udział ponad 200 osób. Firma organizuje spotkania edukacyjne, jak i towarzyskie. Celem jest propagowanie równości i otwartości zgodnie z zasadami i wartościami **PwC**. Firma współpracuje ze Stowarzyszeniem Lambda Warszawa, Fundacją Trans-Fuzja i Stowarzyszeniem Miłość Nie Wyklucza. Z okazji World Mental Health Day PwC zaprosiło psychologa na warsztat o zdrowiu ludzi LGBT+ w miejscu pracy. PwC wzięło czynny udział w marszach równości w Gdańsku i Warszawie. W ramach współpracy z Open for Business Partner PwC odpowiedzialny za PwC Shine wziął udział w konferencji „Budowa inkluzywnego miejsca pracy wobec napędzanego dyskryminacją drenażu mózgów" i spotkaniu organizowanym przez British Embassy i Open for Business ("The Economic Case for LGBT+ Inclusion"). PwC Shine znalazło się w raporcie „Bezpieczne przystanie".

6000

disAbility@PwC to jeden z kluczowych projektów w ramach strategii inclusion & diversity w PwC. W 2021 r. PwC zostało uhonorowane medalem „Przyjaciela Integracji", a biuro

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PwC w Warszawie otrzymało certyfikat „Obiekt bez barier" Fundacji Integracja. Pracownicy z niepełnosprawnością i z obowiązkami opiekuńczymi mają swojego rzecznika. Dostępna jest wewnętrznie strona informacyjna i dedykowana skrzynka dla osób, które szukają informacji lub wsparcia. Zespoły wsparcia, w tym HC, przeszły szkolenia nt. współpracy z osobami z niepełnosprawnością z zewnętrznym ekspertem, wprowadzone zostały inkluzywne procedury rekrutacji i materiały informacyjne dla pracowników działów wsparcia i team leaderów. PwC stawia sobie za cel, by wprowadzić trwałą zmianę w podejściu do niepełnosprawności. Z okazji międzynarodowego dnia osób z niepełnosprawnością wraz z Fundacją Integracja PwC zorganizowało Dzień Integracji. Wszyscy pracownicy otrzymali przewodnik i mogli wziąć udział w warsztacie „Savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnością", w biurach w Warszawie i Gdańsku dostępny był Park Integracji z torem przeszkód dla wózków, laską osób niewidomych oraz goglami symulującymi wady wzroku. Rzecznik osób z niepełnosprawnością PwC pełnił funkcję jurora w konkursie Nagrody Karty Różnorodności.

6000

Projekt wspiera zatrudnienie osób z niepełnosprawnościami. W 2022 r. **Santander Bank Polska** realizował różne inicjatywy z cyklu **Różnosprawni**, tj. kurs języka migowego „Migać każdy może", grupowe zwiedzanie Niewidzialnej Wystawy, webinary i spotkaniami z ekspertami zewnętrznymi; „Niepełnosprawność – to nie mój problem?", „W pracy jesteśmy tacy sami. Zarządzanie zespołem różnorodnym pod kątem sprawności", „Orzeczenie o niepełnosprawności – jakie daje możliwości?" to niektóre z nich. Bank rozszerzył ofertę benefitów dla osób z niepełnosprawnościami: dodatek finansowy na cele prozdrowotne został wydłużony o kolejny rok, od 2023 r. osoby z lekkim stopniem niepełnosprawności mogą skorzystać z 2 dodatkowych dni wolnych. Działania w ramach projektu przekładają się na tworzenie przyjaznego środowiska pracy, w którym pracownik nie ma obaw przed podzieleniem się informacją o posiadanej niepełnosprawności. Bank odnotowuje systematyczny wzrost zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami. Od 2019 r. wskaźnik zatrudnienia OzN wzrósł z 0,8 do 1,42%. Chcąc tworzyć wspierające środowisko pracy, bank rozszerza ofertę benefitów dla tej grupy pracowników. Zatrudnienie osób z niepełnosprawnościami jest strategicznym celem banku w budowaniu inkluzywnej i różnorodnej kultury organizacyjnej.

9584

W 2021 r. **Santander Bank Polska** zainaugurował **program Sieci Pracowniczych**, kształtujących włączającą kulturę organizacyjną, poczucie przynależności i sprawczości: Santander Women – dla osób ceniących tematy równościowe, walki ze stereotypami, zasypywania luki płacowej; IT kobiecym okiem – dla osób chcących się przebranżowić, odczarować mit, że praca w IT przeznaczona jest tylko dla mężczyzn; Embrace – dla osób LGBT+ oraz dla ich sojuszników; Rodzice Santander – dla rodziców, którzy szukają rozwiązań, jak godzić role rodzicielskie z pracą; Ekologia – dla miłośników tematów związanych z ekologią; Różnosprawni – grupa skupiona na działaniach dla osób z niepełnosprawnościami, by te czuły się bezpiecznie w banku. Liderzy pełnią strategiczną funkcję przy promowaniu różnorodności w banku. W 2022 r. została powołana Grupa Ambasadorów Różnorodności – dyrektorki i dyrektorzy z wieloletnim stażem pracy. Bycie ambasadorem różnorodności to misja, której celem jest edukowanie innych na tematy związane z różnorodnością, włączaniem, językiem inkluzywnym, mikroagresjami, nastawieniami i uprzedzeniami. Najważniejsze osiągnięcia Sieci Pracowniczych: 350 pracowników dołączyło do Sieci, organizacja 4 komitetów sterujących realizacją celów i wyzwań sieci, cykliczne spotkania każdej z Sieci, nagrania 4 podcastów z gośćmi w ramach Santander Women, organizacja 5 webinarów, strona dotycząca działalności Sieci – ułatwiająca zapisy.

9584

Obecnie w **Shell Polska** pracuje 55 osób z niepełnosprawnością. Firma wspiera je w codziennej pracy m.in. poprzez dostosowanie przestrzeni biurowej (wejście dla osób jeżdżących na wózku), mebli i akcesoriów (oznaczenia w alfabecie Braille'a w windach, na miejscach parkingowych i szafkach kuchennych). Shell wprowadził też specjalne rozwiązania, np. programy czytające czy warunki biurowe dla psa przewodnika. Firma zwraca uwagę na komunikację wolną od barier (sesje edukacyjne o etykiecie zachowań i „języku niepełnosprawności"); dba też o zdrowie i bezpieczeństwo OzN (indywidualny plan ewakuacji, dodatkowy pakiet medyczny) i zapewnia poczucie wspólnoty (coroczny DE&I Festiwal). Celem firmy jest **wspieranie i zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami**, zwiększanie liczby zatrudnionych osób z niepełnosprawnościami i tworzenie kultury bezpieczeństwa psychologicznego, by pracownicy, którzy nabywają niepełnosprawność w trakcie zatrudnienia, czuli komfort w ujawnieniu. Praktyka jest skierowana nie tylko do osób z niepełnosprawnością, ale także do menedżerów (wiedza na temat zarządzania zespołem i dobrego wdrożenia pracownika w trakcie onboardingu).

5000

Shell Polska w ramach **wspierania różnorodności w firmie** zatrudnia w oparciu o kompetencje i dopasowanie do wartości firmy i jej kultury organizacyjnej. W 2022 r. Shell kontynuował prace nad: obszarem tematycznym Gender Balance in Leadership, w wyniku którego 55% senior managerów to kobiety; tematyką niepełnosprawności: 55 osób w Shell to osoby z niepełnosprawnościami; szacunkiem dla osób LGBTQ+. Firma posiada plany wieloletni i roczne, ujęte są w nich m.in. organizacje wydarzeń – D&I Festival, International Coming Out, uczestnictwo w Paradzie Równości, wspieranie działalności networku LGBTQ+ & Allies, edukacja w zakresie różnorodności kulturowej, np. Day for Cultural Diversity. Shell zatrudnia już ponad 900 obcokrajowców (65 narodowości). Różnorodność, sprawiedliwość i włączenie (DE&I) przynoszą korzyści firmie i pracownikom, a otwarte środowisko pracy wnosi do Shell wyjątkowe talenty. Skupiając się na podobieństwach i szacunku dla różnic, pracownicy czują się bardziej doceniani i bezpieczni, co tworzy lepszą kulturę organizacji. W 2022 r. Shell w swoim krakowskim biurze organizował 3-dniowy DE&I Festiwal, w którym wzięło udział prawie 2 tys. uczestników. Ponadto w spotkaniach dotyczących Gender Balance wzięło udział prawie 1 tys. osób, a na temat różnorodności kulturowej ok. 1350 pracowników.

5000

Wspieranie działalności sieci pracowniczej LGBTQ+ „Place of Pride" w spółce biurowej Skanska ma na celu tworzenie inkluzywnych, bezpiecznych miejsc pracy. Sieć funkcjonująca w **spółce biurowej Skanska w regionie Europy Środkowo-Wschodniej** dba o tworzenie przestrzeni do pełnej realizacji zawodowej osobom z tęczowych społeczności i współpracuje m.in. ze Stowarzyszeniem Miłość Nie Wyklucza, z którym zainicjowała akcję naklejkową Biznes Nie Wyklucza i opublikowała raport o sytuacji osób LGBTQ+ na rynku pracy pt. „Bezpieczne przystanie". Inicjatywa ta wyszła od 2 osób, obecnie zrzeszonych jest ponad 30, a także ma charakter regionalny: Polska, Czechy, Rumunia i Węgry. Sieć przeprowadziła szkolenia wewnętrzne w obszarze DE&I, organizuje webinary o tematyce LGBT+, zainicjowała audyt regulacji prawnych i ich wpływu na sytuację osób LGBT+ w 4 krajach Europy Środkowo-Wschodniej, w której działa spółka. Wyniki audytu służą do wdrażania działań wyrównujących. Sieć działa w ramach nieformalnego stowarzyszenia tęczowych sieci pracowniczych Network of Networks w Warszawie.

174

Sprawny staż to program dla studentów i absolwentów z niepełnosprawnościami z całej Polski. Płatne staże oferują duże i cenione przedsiębiorstwa, którym bliska jest kultura organizacji włączającej, gdzie równość i różnorodność są wartościami wyznaczającymi kierunek biznesowego rozwoju. Celem Fundacji Integralia było stworzenie przestrzeni do współpracy pomiędzy młodymi, ambitnymi osobami z niepełnosprawnościami a społecznie odpowiedzialnym biznesem. Z eksperckiego wsparcia Fundacji Integralia **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** skorzystały firmy Bayer, IKEA, Siemens Healthineers.

2800

Jednym z istotnych elementów strategii D&I **T-Mobile Polska** jest zwrócenie uwagi na potrzeby osób z niepełnosprawnościami. W ramach polityki **pełnej dostępności dla osób niesłyszących** głusi mogą od początku 2022 r. skorzystać ze wszystkich dostępnych form kontaktu. Korzystając ze specjalnej strony niesłyszący klienci mogą połączyć się z tłumaczem języka migowego online, który będzie uczestniczył w rozmowie pomiędzy tą osobą a pracownikiem contact centre firmy. Operator zdecydował się także rozszerzyć dostępność usługi tłumacza migowego z wybranych 120 salonów do wszystkich salonów sprzedaży.

5000

Realizacja inicjatywy „Pride Month" w ramach **TVN Warner Bros. Discovery** ma na celu budowanie różnorodnego, równego i włączającego środowiska pracy. Pracownicy i współpracownicy TVN WBD uczestniczyli w spotkaniach i webinarach organizowanych w ramach międzynarodowej grupy pracowniczej Diversity & PriDe (D&P). Jednym z najważniejszych wydarzeń było dołączenie przez firmę do grona sygnatariuszy Karty Różnorodności w Polsce. W związku z tym w holu głównym TVN powstała interaktywna instalacja, do której każda osoba mogła przypiąć własną definicję różnorodności. Plansza zawierała też specjalny kod QR, odsyłający do wirtualnego muralu oraz przestrzeni dedykowanej grupie D&P. W ramach wewnętrznych obchodów pracownicy mogli uczestniczyć w spotkaniach z twórcami oraz bohaterkami i bohaterami produkcji firmy związanych z tematyką LGBTQ+, w spotkaniach online z cyklu Sharing Sessions, w których wzięło każdorazowo udział blisko 200 pracowników, oraz w warsztatach z języka inkluzywnego, prowadzonych przez ekspertkę Dominikę Sadowską z Divercity+.

4400

W **UBS** w Polsce funkcjonuje 5 utworzonych oddolnie sieci pracowniczych: Wellbeing, Gender, Pride, Ability i Cultural Awareness Network, działających pod egidą Różnorodności, Równości i Inkluzywności. Sieci te, przy wsparciu Zarządu firmy, zajmują się budowaniem świadomości w zakresie **różnorodności, równości i inkluzywności w UBS** oraz inicjowaniem i wspieraniem działań wdrażanych przez firmę. Organizują regularne sesje uświadamiające, w tym comiesięczne spotkania z nowymi pracownikami, szkolenia i webinary, przyczyniając się do tworzenia inkluzywnego środowiska pracy. W działanie networków zaangażowanych jest kilkudziesięciu pracowników, a społeczność skupiona wokół nich liczy ponad 1 tys. członków. W ramach starań o podnoszenie standardów dostępności, UBS dołączył do globalnej inicjatywy Valuable 500, systematycznie wdrażając ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami.

5100

W 2022 r. już po raz piąty firma **Volkswagen Motor Polska** obchodziła **Dzień Różnorodności**. Różnorodność jest wpisana w kulturę organizacyjną koncernu VW, w wartości i fundamenty postępowania. „Czerpiemy z różnorodności" to czwarty fundament, na którym koncentrują się liczne działania VW, skierowane do wszystkich pracowników w ramach programu „Diversity wins @Volkswagen". W poprzednich edycjach Dni Różnorodności firma prezentowała m.in. pasje pracowników i ich często niecodzienne hobby. Celem wydarzenia, nad którym patronat objął Respekt-team, było nawiązanie do wartości firmy: razem, uważnie, uczciwie, wydajnie, blisko klienta. Chcąc pokazać, jak bardzo pracownicy są różnorodni, zaproponowano wyrażenie siebie poprzez ubiór, fryzurę czy makijaż. Na kolorowych tłach pracownicy mogli wykonać sobie pamiątkowe zdjęcia. Głównym punktem były pigułki

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

EDUkacyjne, krótkie formy szkoleniowe w obszarze różnorodności i inkluzji, czyli włączania i przeciwdziałania wykluczeniu. Ponadto rozmawiano o nieuświadomionych uprzedzeniach oraz o bezpieczeństwie psychologicznym.

1300

Volkswagen Poznań edukuje swoich pracowników na temat komunikowania się z osobami o innych kulturach oraz dba o włączenie społeczne takich osób w miejscu pracy. Praktykę Fabryka Różnorodności otwarto w maju; w jej ramach odbyły się warsztaty i webinary z ekspertami kierowane do wszystkich pracowników. Praktyka została wypracowana w ramach strategii diversity & inclusion. Wszystkie aktywności zdefiniowane dla praktyki i skierowane do pracowników firmy wzmocnione zostały kampanią komunikacyjną **#STOPhejt – Tak się składa, że hejt wysiada**. Kampania jest widoczna we wszystkich mediach Volkswagen Poznań zarówno digitalnych, jak i statycznych. Jest ona także wzbogacana treściami związanymi z polityką antydyskryminacyjną oraz postami i artykułami o tematyce włączenia społecznego.

9500

W 2022 r. firma **Walstead Central Europe/ Walstead Kraków** została sygnatariuszem **Karty Różnorodności**. To potwierdzenie istniejącej w organizacji nadrzędnej wartości, jaką jest poszanowanie godności i uczciwość. Opracowany przez firmę dokument – Kodeks Etycznej Działalności Gospodarczej – stanowi odzwierciedlenie jej zobowiązań do kierowania się najwyższymi standardami we wzajemnych relacjach oraz w kontaktach z klientami, dostawcami i partnerami biznesowymi, a także ze społecznościami, w których żyją i pracują pracownicy firmy. Firma, opierając się na założeniach Karty Różnorodności, dokonuje przeglądów i audytów polityk i procedur w cyklu rocznym. Dzięki temu dostosowuje swoje działania do efektywnego zarządzania różnorodnością w całej firmie.

1200

Wirtualna Polska Holding zainicjowała program **WP razem**, w ramach którego firma ogłosiła i wdrożyła politykę różnorodności, przeprowadziła coroczny projekt „Listopad miesiącem różnorodności", udzielała się w 30% Club Poland, którego jest członkiem-założycielem, stworzyła przestrzeń wymiany wiedzy i doświadczeń dla kobiet pracujących w spółkach Holdingu. W ramach programu odbyły się 3 webinary: 1) Język inkluzywny w kontekście osób LGBT+; 2) Neuroróżnorodności w organizacji; 3) Kobiety są z ziemi, mężczyźni są z ziemi, czyli o wspieraniu równości szans. W webinarach wzięło udział ok. 1 tys. pracowników (otrzymali oni sporo materiałów edukacyjnych). W ramach praktyki został nagrany film „Co dla ciebie oznacza różnorodność". Polityka różnorodności określa reguły postępowania w spółce w zakresie zarządzania ryzykiem dyskryminacji i w aspekcie poszanowania różnorodności. Uwzględnia zasady, które obowiązują w WP i dotyczy wszystkich pracowników.

2500

POMOC DLA UKRAINY

W obliczu działań wojennych w Ukrainie, firma **AB** podjęła działania mające na celu **pomoc społeczności ukraińskiej** (uchodźcom wojennym i niemal 150 pracownikom firmy pochodzących z Ukrainy i ich rodzinom), a także organizacjom i placówkom pomocowym oraz bezpośrednio społeczności ukraińskiej zagranicą. Zorganizowanie i przekazanie pomocy potrzebującym organizacjom w formie finansowej i materialnej (sprzęt, materiały pierwszej potrzeby, leki – także te zebrane w firmie przez pracowników). Utworzenie specjalnego funduszu w celu niesienia pomocy pracownikom firmy AB z Ukrainy i ich rodzinom (bezinteresowne przekazanie środków finansowych, przekazanie materiałów 1-potrzeby).

419

Adamed Pharma **wspiera Ukrainę**. Priorytetem działań pomocowych było zabezpieczenie dostaw leków. Firma otoczyła także opieką swoich współpracowników z Ukrainy oraz ich rodziny. Zagwarantowano im pomoc o charakterze bytowym, materialnym i psychologicznym. Wspierani byli też pracownicy, którzy przebywają na terenach objętych wojną. Firma przeznaczyła na pomoc Ukrainie prawie 13 mln zł. Fundacja Adamed przekazała wyprawki szkolne oraz udostępniła swoje materiały edukacyjne w języku ukraińskim. 2100 wyprawek szkolnych za pośrednictwem instytucji samorządowych oraz rządowych w Warszawie, Lublinie i Rzeszowie trafiło do ukraińskich dzieci rozpoczynających edukację w polskich szkołach.

2000

Projekt Saving Lives to humanitarna inicjatywa firm SCM – Metinvest i DTEK, przy wsparciu Kancelarii Prezydenta Ukrainy, we współpracy z Fundacją Rinata Achmetova i wspólnie z organami administracji miejskiej. W ramach projektu ludzie dobrej woli postanowili połączyć swoje siły z doświadczeniem **ALDI**. Właśnie dlatego ruszyła współpraca pod kątem przygotowania paczek humanitarnych z produktami spożywczymi ALDI dla dziesiątek tysięcy Ukraińców. Produkty zakupione w ALDI w wyjątkowo i znacząco obniżonych cenach to aż 50 tysięcy paczek z pomocą humanitarną dla mieszkańców obszaru frontowego na Ukrainie.

3600

W odpowiedzi na kryzys uchodźczy spowodowany rosyjską inwazją na Ukrainę, w Warszawie, przy ulicy Towarowej 25a, Bank uruchomił kompleksowe **Centrum Pomocy** **Alior Banku**. Centrum oferuje wsparcie psychologiczne, prawne, zawodowe oraz edukacyjne, a także opiekę nad małoletnimi, stanowiska do nauki zdalnej czy pomoc rzeczową dla obywateli Ukrainy. Jest to blisko 4 tys. m2, które zostały zagospodarowane jako miejsce kompleksowej pomocy. Partnerami projektu zostali m.in. Caritas Polska, Miasto Stołeczne Warszawa oraz UNICEF.

7034

Po wybuchu wojny **ALLEGRO** zaangażowało się we **wsparcie dla ofiar wojny w Ukrainie** i przekazało organizacjom pozarządowym darowizny finansowe na działania dla poszkodowanych w Ukrainie oraz uchodźców w Polsce. Firma wykorzystała swoją technologię i uruchomiła charytatywne cegiełki, które klienci mogli dodać do koszyka podczas zakupów. Do pomocy włączyli się pracownicy: w ramach działań Allegro Foundation zrealizowano konkurs grantowy #pomagamy_bo_umiemy oraz program Kręć Kilometry, którego celem było wsparcie schronisk w Ukrainie. NGO mogą też korzystać z Allegro Charytatywni, platformy służącej do zbierania środków na cele charytatywne, od których Allegro nie pobiera prowizji. Jednym z zrealizowanych projektów był rozwój Przystani Fundacji św. Mikołaja, w ramach którego otwarto 33 nowe przystanie w całej Polsce. W przystaniach dzieci z Ukrainy brały udział w koloniach letnich, przygotowując się do roku szkolnego w nowym kraju, ucząc się języka polskiego i korzystając ze wsparcia psychologicznego. Łączna wartość pomocy rzeczowej, niematerialnej i finansowej dla Ukrainy wyniosła ponad 11,7 mln zł, w tym 2,9 mln zł z darowizn od Grupy Allegro dla organizacji pozarządowych.

4848

W związku z wybuchem wojny w Ukrainie firma **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** zaangażowała się we **wsparcie dla Ukrainy**. Zorganizowano zbiórkę na rzecz Fundacji Ocean Marzeń, która wspiera dzieci z domu dziecka z Ukrainy, podczas której zebrano 10 tys. zł, oraz zbiórkę odzieży, środków czystości i żywności dla Centrum Pomocy Puławska 20, które pełniło funkcję .in.. free shopu dla imigrantów z Ukrainy. Razem z Servier Polska i Egis Polska zakupiono 180 plecaków z wyposażeniem dla dzieci z Ukrainy, które zaczynały szkołę w Polsce. Przekazano 10 tys. euro na zakup karetki dla miasta Lwów. Zakupiono także prezenty na Święta Bożego Narodzenia dla dzieci z Ukrainy, które przebywają w placówce Panda w Kozienicach.

250

Po wybuchu wojny na Ukrainie, **ArcelorMittal Poland**, podobnie jak inne oddziały Grupy na całym świecie, zareagował oferując **pomoc uchodźcom**, którzy znaleźli schronienie w Polsce oraz szpitalom w zaatakowanym kraju. Działania były prowadzone wspólnie z Fundacją Ochrony Zdrowia w Dąbrowie Górniczej i obejmowały zarówno pomoc finansową dla ukraińskich szpitali oraz uchodźców przebywających w województwie śląskim.

10000

Asseco Poland po wybuchu wojny na Ukrainie podjęło szereg **działań pomocowych** na rzecz osób, które przybyły na teren naszego kraju. Firma zapewniła zakwaterowanie dla blisko 170 rodzin z dziećmi przez pierwszy miesiąc ich pobytu i wspierała ich w zależności od potrzeb m.in. w kwestiach mieszkaniowych, formalno-prawnych, medycznych czy edukacji dzieci. Zapewniła im także wsparcie materialne i finansowe. Ponadto Asseco zorganizowało spotkanie mikołajkowe dla 40 dzieci z Ukrainy uczących się w rzeszowskich szkołach. Spółka przekazała też środki finansowe wybranym fundacjom i wspierała je w ich działaniach. W 2022 r. spółka przeznaczyła na pomoc osobom z Ukrainy ponad 1,7 mln zł.

3400

Z magazynu **Auto Partner** do Ukrainy oraz na granicę wyjechały tysiące rzeczy – ciepła odzież, powerbanki, termosy, koce, przedłużacze, ładowarki, latarki. Do tego kupowano żywność i środki medyczne. W pierwszych dniach transporty wyjeżdżały codziennie. **Zaangażowanie Ukrainie** pokazali także pracownicy filii AP, marek własnych. Firma wspierała także prywatne inicjatywy pracowników, organizowała przejazdy uchodźców z granicy do woj. śląskiego, użyczyła flotę na przejazdy i przewóz pomocy humanitarnej, opłacała mieszkania i domy dla uchodźców i ich zwierząt, wysyłała paczki żywnościowe, a także zakupiła samochód dla wojska i – we współpracy z innymi podmiotami – karetkę.

2300

Avon Operations Polska pozyskiwał **darowizny dla obywateli Ukrainy**, w ramach których przekazał różnym podmiotom niosącym pomoc Ukrainie łącznie ponad 27 ton kosmetyków i odzieży oraz artykuły spożywcze. Pomoc trafiła do Urzędu Miasta Garwolin, gmin Garwolin, Siedlce, Góra Kalwaria, Borowie, tymczasowego ośrodka pobytu uchodźców w Głoskowie, Hotelu Robotniczego w Garwolinie, Powiatowego Centrum Kultury i Promocji w Miętnem, ośrodka dla rodzin z Ukrainy Fundacji OTTO w Biskupicach Podgórnych, Fundacji Porozumienie Bez Barier i Fundacji Wsparcie. Urząd Miasta Garwolin oraz Fundacja Ocalenie otrzymały też darowizny finansowe. Dodatkowo pracownicy firmy podjęli inicjatywy oddolne, zbierając żywności i sprzęt sportowy oraz udzielając schronienia uchodźcom.

1000

Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK) oraz jego pracownicy wykazali **solidarność z Ukrainą** i zaangażowali się w działania pomocowe w punkcie recepcyjnym na Hali Torwar w Warszawie. Ponad 230 wolontariuszy z BGK działało przez 35 dni, 24 h na dobę w podziale na 4 sześciogodzinne zmiany. Wspólnie z Fundacją BGK ufundowane zostało ponad 11 tys. drugich dań, ponad 8 tys. zup i prawie 18 tys. kanapek. Firma przekazała ponadto 3 pralki, 3 suszarki, kuchenki mikrofalowe, regały magazynowe i komputery.

1893

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Bank Millennium przykłada dużą wagę do angażowania pracowników w akcje społeczne. W 2022 roku Fundacja Banku Millennium realizowała kolejną edycję swojego głównego programu wolontariatu pracowniczego #słuchaMYwspieraMY jako programu dedykowany wszystkim pracownikom banku, którzy chcą nieść pomoc najbardziej potrzebującym, sami weryfikują ich potrzeby i zgłaszają inicjatywy w ramach programu, chcąc uzyskać grant na ich realizację. Od 1.03 do 31.05.22, realizowano specjalną edycję programu pod nazwą **#słuchaMYwspieraMY dla obywateli Ukrainy**. Program został przygotowany na rzecz Uchodźców i ich rodzin, którzy trafili do Polski, do domów opieki, prywatnych rodzin, także do pracowników Millennium

6860

Firma **Bayer** – kierująca się wizją „Health for all, hunger for none" – **wsparła ukraińskich uchodźców** w Polsce bezpośrednią pomocą, aranżując schronienie i transport, służąc wsparciem psychologicznym i prawnym. Już w pierwszych dniach rosyjskiej agresji liderzy Bayer utworzyli zespół kryzysowy, który ustalił formy potrzebnego wsparcia, w tym transportu z granic ukraińskich pracowników i ich rodzin. W Gdańsku, gdzie Bayer posiada duże centrum usług biznesowych, stworzono zespół szybkiego reagowania – uruchomiona tam infolinia w języku ukraińskim pracowała 7 dni w tygodniu, dzień i noc, aranżując potrzebną pomoc.

1100

W marcu 2022r. zorganizowano w **Benefit Systems** w porozumieniu z Fundacją Nienieodpowiedzialni zbiórkę pieniężną w celu **pomocy Ukrainie**. Zebrano ponad 30 000 PLN. Zarząd Benefit Systems postanowił potroić tę kwotę i przeznaczyć łącznie 100 000 PLN na pomoc mieszkańcom Ukrainy. Przekazane środki finansowe wsparły m.in. zakup karetki pogotowia ratunkowego, artykułów medycznych i produktów pierwszej potrzeby. Karetka jest użytkowana przez wolontariuszy – ratowników medycznych Fundacji Humanosh. Pomagają oni osobom poszkodowanym w wyniku agresji w Ukrainie, które wymagają pilnych zabiegów ratujących życie, hospitalizacji czy kontynuacji leczenia.

3689

Firma **Biofarm** zaangażowała się w **działania dla Ukrainy**. Zapewniła swoich pracowników z Ukrainy, że wesprze ich w tej trudnej sytuacji. Zorganizowano szereg akcji wewnętrznych oraz 5 transportów humanitarnych zawierających m.in. leki, suplementy diety, żywność, środki higieny osobistej, środki do dezynfekcji, żywność oraz pieluchy dla dzieci, apteczki, odzież, sprzęt medyczny (m.in. koncentrator tlenu oraz respirator). W inicjatywę udało się zaangażować inne firmy oraz organizacje pozarządowe.

500

Blue City zorganizowało w części biurowej kompleksu Blue Office **tymczasowy hotel dla uchodźców** pod nazwą roboczą „Hotel Taras", gdzie mogli się schronić przybywający do Warszawy obywatele Ukrainy. Udostępniono 29 miejsc noclegowych, obszerną, w pełni wyposażoną kuchnię oraz łazienki. Firma zaopatrzyła hotel w łóżka, pościel, ręczniki. Do pomocy uchodźcom włączyli się najemcy centrum, przekazując ubrania, chemię, kosmetyki i produkty spożywcze. Restauracje i kawiarnie oferowały kupony na darmowe posiłki, a miejsca rozrywki – na darmowy wstęp. „Hotel Taras" działał od końca lutego do maja 2022 r. i przyjmował głównie kobiety i dzieci, które przebywały w Blue City w większości rotacyjnie. Z noclegów skorzystało kilkudziesięciu obywateli Ukrainy.

14

Po rosyjskiej agresji na Ukrainę firma **BNP Paribas Oddział w Polsce** zrealizowała szereg inicjatyw społecznych, których celem była pomoc uchodźcom. Jednym z pierwszych projektów, przeprowadzonym jeszcze w marcu 2022 r., było przygotowanie **plecaków dla ukraińskich uczniów**. W ciągu jednego weekendu pracownicy firmy samodzielnie zakupili plecaki z pełnym wyposażeniem szkolnym, zeszytami i materiałami piśmienniczymi, a także butami na zmianę. Wyprawki, uzupełnione o słodycze, zostały dostarczone do Campusu Leszno, w którym bezpieczne schronienie znalazło kilkuset uchodźców z Ukrainy, głównie kobiety z dziećmi.

950

Po wybuchu wojny w Ukrainie firma **BNP Paribas Oddział w Polsce** zaangażowała się w pomoc uchodźcom, którzy pojawili się w naszym kraju. Wiosną 2022 r., wraz z falą uchodźców z Ukrainy, pojawiła się konieczność zapewniania im pomocy materialnej. Pracownicy Banku zaangażowali się w akcję **Solidarnej Paczki** - specjalnej edycji projektu Szlachetna Paczka, organizowanego przez Stowarzyszenie Wiosna. Bank BNP Paribas jest partnerem strategicznym stowarzyszenia od 2018 r. i współpraca projektowa obejmuje wszystkie polskie spółki z Grupy BNP Paribas.

950

Budimex w obliczu wybuchu wojny na Ukrainie zorganizował szereg inicjatyw mających na celu pomoc ofiarom wojny: akcje organizowane przez wolontariuszy w celu doraźnego wsparcia zarówno pracowników obywatelstwa ukraińskiego, uchodźców oraz Ukraińców, którzy pozostali w kraju (zbiórki pieniędzy, darów, remont mieszkań itp.) Budimex uruchomił projekt **„Razem Pomagamy Ukrainie"**, w ramach którego suma zebrana przez pracowników grupy została podwojona i wpłacona przez firmę na konto organizacji humanitarnych działających na rzecz uchodźców.

8000

Firma **Business Support Solution** zaangażowała się w organizację **wsparcia dla Ukrainy**. Poza zbiórką potrzebnych produktów i przekazaniem darowizn rzeczowych, w Dzień Kobiet zorganizowała akcję Bukiet dla Ukrainy, której celem było zebranie środków na pomoc ukraińskim kobietom. W ramach akcji każdy pracowników mógł kupić żółto-niebieski bukiet tulipanów za dowolną kwotę. Kwota ze sprzedaży bukietów została przekazana Polskiej Akcji Humanitarnej. Spółka zaangażowała się również w utworzenie stacjonarnego punktu pomocy, w którym schronienie i opiekę medyczną znalazło blisko 50 osób. Dodatkowo umożliwiła osobom z Ukrainy pracę, zapewniając im naukę zawodu i języka polskiego.

400

Capgemini Polska włączyła się w **pomoc Ukrainie**, oferując wsparcie w relokacji pracowników Capgemini Ukraina do Polski oraz gwarantując im zakwaterowanie i transport. Poprzez platformę Helping Others, z której pracownicy korzystają, kiedy szukają pomocy lub ją oferują, w pomoc zaangażowało się ponad 400 wolontariuszy z firmy. Ich działania ukierunkowane były na pomoc ukraińskim pracownikom poprzez organizację transportu, zbiórki rzeczy, naukę języka polskiego, pomoc doraźną na miejscu czy organizację zajęć dla dzieci razem z „Bajką Pana Kleksa". Firma uruchomiła dodatkową linię Helpline w języku ukraińskim i rosyjskim oraz zaoferowała webinary z psychologami dla swoich pracowników. W ramach szerszego wsparcia dokonała darowizny na rzecz PAH i UNICEF.

12000

Grupa Carlsberg ma 3 browary na terenie Ukrainy, gdzie zatrudnionych jest 1300 osób. 28.02.2022 r. **Carlsberg Polska** zmobilizował zasoby i zorganizował kompleksowe **wsparcie dla pracowników Carlsberg Ukraina oraz ich rodzin**. Utworzono do komunikacji specjalną stronę w intranecie oraz grupę na Teams, która pomagała zorganizować transport, lokum, pomoc rzeczową czy wsparcie w komunikacji i załatwianiu spraw już w Polsce. Pracownicy-wolontariusze organizowali i dostarczali pomoc w formie i miejscu i gdzie była ona potrzebna. Zorganizowano wyjazd do Polski dla 52 rodzin pracowników Carlsberg Ukraina (149 os.), część z nich znalazła schronienie w domach pracowników CP (10 rodzin).

1300

Cellnex podjął działania na poziomie globalnym oraz lokalnie w Polsce. Firma przeprowadziła globalną akcję darowizn od pracowników na rzecz Ukraińców. Organizacja podwajając środki ofiarowane przez pracowników, przekazała niemal 100 000 Euro na fundacje **wspierające mieszkańców Ukrainy**. Dodatkowo **Cellnex Poland** przekazał w sumie 250 000 zł na organizacje wspierające długoterminową pomoc na rzecz Ukrainy. Ponadto firma zachęcała pracowników do podejmowana wolontariatu w ramach trzech płatnych dni wolnych od pracy, a także otworzyła wewnętrzny kanał na platformie teams dedykowany oddolnym inicjatywom pracowników na rzecz Ukrainy.

500

CEMEX Polska zapewniła **wsparcie uchodźcom z Ukrainy**, szczególnie w Chełmie, mieście położonym blisko granicy z Ukrainą, gdzie znajduje się największy zakład firmy – Cementownia Chełm. Zależało nam, żeby nasze działania wobec kryzysu uchodźczego miały charakter długofalowy i przyczyniały się do świadczenia systemowej pomocy. W 13. Konkursie „Fabryka Pomysłów" Fundacja dofinansowała 12 projektów, dot. włączenia ukraińskich dzieci do polskiego systemu edukacji oraz integrację środowisk polskich i ukraińskich w ośmiu lokalizacjach w Polsce, na łączną kwotę prawie 100 tys. złotych. Dodatkowo przekazano darowiznę 400 tys. zł na rzecz Agencji ONZ ds. Uchodźców oraz 600 wyprawek szkolnych dla ukraińskich dzieci.

1000

Program powstał w pierwszych dniach wojny aby **wesprzeć obywateli Ukrainy** znajdujących się w najcięższej sytuacji. Objął dotacje celowe skierowane na projekty pomocowe organizacji partnerskich. Przez dedykowaną bramkę wolontariusze **Citi Handlowy** wpłacali środki, podwojone na koniec zbiórki przez bank. Zebrane środki (200 tys. złotych), zostały przekazane na : Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce (ewakuacja dzieci z ukraińskich domów dziecka), Fundacja Onkologiczna Rakiety (ewakuacja z terenów Ukrainy osób chorych onkologicznie). Przyznano też 60 mikrograntów (60 tys. złotych) dla wolontariuszy Citi na ich działania pomocowe w pierwszych tygodniach wojny (m.in. benzyna na przejazdy na granicę, art.spożywcze, itd.)

3700

W II 2022, **Citi Handlowy** uruchomił **program pomocy doraźnej dla obywateli Ukrainy**, dotkniętych skutkami wojny. Obejmował on udzielanie natychmiastowej pomocy interwencyjnej (m.in.transport na/z granicy, ubrania,produkty spożywcze i pierwszej potrzeby) oraz wsparcie uchodźców w organizacji życia w Polsce. Działania obejmowały m.in: zbiórki i przekazanie potrzebnych artykułów, remont świetlicy w ośrodku w Dębaku, zorganizowanie Dnia Dziecka (zajęcia+paczki) dla 200 dzieci i ich mam w warszawskim Oratorium, przekazanie środków i materiałów na zajęcia i pomoc psychologiczną w Fundacji ART, paczki świąteczne dla rodzin uchodźczych, seria bezpłatnych webinarów np. jak integrować i rozmawiać z dziećmi o wojnie

3700

Od początku wojny **Compensa** angażuje się w **pomoc uchodźcom z Ukrainy**. Dla pracowników siostrzanych spółek z grupy VIG w Ukrainie i ich rodzin zostało udostępnionych kilkadziesiąt mieszkań, których właścicielem jest Compensa. Na granicę po uchodźców zorganizowano 8 transportów. Pracownicy Compensy (ok 200 osób) zaangażowali się w charytatywną pomoc, koordynowaną przez firmę i pomogli

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

w przystosowaniu się, zorganizowaniu informacji i pomocy medycznej oraz zaopiekowali się wybranymi rodzinami. Firma zaangażowała się w pomoc rzeczową dostarczając m.in. jedzenie, ubrania, potrzebne rzeczy, organizując zbiórki darów dla instytucji pomagających, zapewniając pomoc w zakwaterowaniu.

1935

System firm Coca-Cola, w tym **Coca-Cola HBC Polska** i **Coca-Cola Poland Services** przekazał **pomoc humanitarną na rzecz Ukrainy**. Coca-Cola m.in. wsparła swoich ukraińskich pracowników (wypłaty pomocowe) oraz pozostałych obywateli przeznaczając na ten cel 18.5 mln euro. Fundusze pozwoliły również na utworzenie m.in. 4 mobilnych recepcji dla przybywających do Polski uchodźców. Przyjęto też pracowników z Ukrainy z ich rodzinami. Drzwi swoich domów otworzyli również pracownicy Coca-Coli. Zaangażowali się też w pomoc rzeczową, wraz z Fundacją IWP przekazano produkty potrzebującym. Wartość pomocy materialnej udzielonej w Polsce wyniosła 5 mln zł. Sytuacja jest stale monitorowana przy współpracy z organizacjami pozarządowymi, by system firm Coca-Cola mógł udzielać pomocy adekwatnie do potrzeb, w każdy możliwy sposób.

1810 Coca-Cola HBC Polska

260 Coca-Cola Poland Services

Credit Agricole Bank Polska wprowadził **nową ofertę dla klientów z Ukrainy**, która obejmuje: bezpłatne wypłaty z bankomatów w Polsce, brak opłat za konto i za kartę do konta. Z Migam.org bank udostępnił darmowy zdalny dostęp do tłumaczy ukraińskiego języka. Dla pracowników z Credit Agricole Ukraina i ich bliskich bank zorganizował transporty z granicy, wynajął mieszkania oraz zapewnił wsparcie formalne, finansowe, pomoc medyczną i psychologiczną. Każdemu pracownikowi przysługuje płatny urlop, finansowe świadczenie socjalne i zapewnienie ciągłości zatrudnienia, jeśli sprowadza bliskich z Ukrainy. Bank nawiązał też współpracę ze Stowarzyszeniem Polska Misja Medyczna.

4300

Credit Suisse Poland zaangażowało się w **pomoc uchodźcom** w związku z wybuchem wojny w Ukrainie i zorganizowało wsparcie dla pracowników Credit Suisse z Ukrainy oraz ich rodzin. Firma zachęcała także innych do pomocy humanitarnej. Pracownicy firmy pochodzenia ukraińskiego otrzymali dodatkowe wsparcie finansowe i uzyskali pomoc w sprowadzeniu swoich rodzin do Polski. Mogli również liczyć na dodatkowe dni wolne i wsparcie psychologiczne. Uruchomiony został program poleceń pracowniczych, którego celem było zatrudnienie osób z Ukrainy. Firma zachęcała pracowników do przeznaczenia swoich charity days na pomoc uchodźcom. W pomoc zaangażowało się ponad 160 pracowników, a firma przekazała ponad 520 tys. zł wsparcia finansowego.

5000

Dalpo od niedawna jest właścicielem kamienicy przy ulicy Hetmańskiej, która została udostępniona rodzinom naszych pracowników, którzy uciekali przed **wojną na Ukrainie**. Pracownicy podjęli się wyremontowania lokali na koszt firmy + firma zorganizowała zbiórkę. Już po 4 dniach od wybuchu wojny, dzięki zaangażowaniu pracowników mieszkanie zostało przystosowane dla nowych lokatorów.

320

„Solidarni z Ukrainą" to nazwa grupy wolontariuszy **DB CARGO POLSKA** w reakcji na wojnę w Ukrainie. Jedną z akcji wolontariackich, którą zorganizowali, było wydarzenie sportowo-rozrywkowe dla dzieci z sierocińców i ich opiekunów z Ukrainy, którzy zostali zakwaterowani w uzdrowisku w Ustroniu (Beskid Śląski). Wydarzenie obfitowało w różne aktywności, dostosowane do wieku i zainteresowań dzieci. Wolontariusze nawiązali współpracę z podmiotami zewnętrznymi: Urząd Miasta Ustroń, Uzdrowisko Ustroń, KS Kuźnia Ustroń, Akademia Piłkarska Górnika Zabrze, Fundacja Czerwone Noski. Odbył się również koncert zespołu muzycznego Czornobrywc'i, którego założycielem i liderem jest pracownik – wolontariusz firmy.

2800

DB Schenker co roku organizuje program wolontariatu pracowniczego pod nazwą „Czas Pomagania". Wiosenna edycja w 2022 r. należała do wyjątkowych jako **Czas Pomagania dla Ukrainy**. DB Schenker zrealizował 55 projektów, z czego aż 45 było poświęconych pomocy Ukrainie. Pracownicy firmy, m.in. w Łodzi, Lublinie, Bydgoszczy, Krakowie i Katowicach, zaangażowali się w 45 akcji pomocowych. Wsparcie dotyczyło zarówno Ukraińców przebywających w ojczystym kraju, w tym dzieci i osób starszych, jak i uchodźców znajdujących się w Polsce. Wśród zrealizowanych projektów były zbiórki potrzebnych przedmiotów, warsztaty plastyczne czy spotkania integracyjne i aktywizacyjne. W akcji uczestniczyło ponad 1000 pracowników oraz 210 kurierów i przewoźników, a także klienci firmy. Pomoc dotarła do blisko 4500 potrzebujących. Oprócz pracowników DB Schenker projekt realizowało blisko 500 osób ze społeczności lokalnych, rodzin oraz różnorodnych organizacji pomocowych.

2300

Od pierwszego dnia rosyjskiej agresji **Deloitte Polska** zaangażowało się w **pomoc Ukrainie** i wspierało obywateli ukraińskich. Utworzony został zespół zarządzania kryzysowego, który organizował pomoc w 3 obszarach: pomoc pracownikom Deloitte Ukraina, pomoc NGO organizującym pomoc humanitarną w Polsce, Ukrainie i krajach CE za pośrednictwem Fundacji Deloitte, koordynacja wolontariatu pracowniczego. Efektem była pomoc 437 osobom w przesiedleniu z obszarów ogarniętych wojną oraz wsparcie ich w znalezieniu zakwaterowania. Prawie 500 pracowników zaangażowało się w różne akcje pomocy, przeprowadzając ponad 50 oddolnych inicjatyw. Fundacja Deloitte współpracowała z 22 NGO w organizacji pomocy humanitarnej dla blisko 10 tys. uchodźców na terenie Ukrainy, Polski, Litwy, Łotwy, Rumunii, Czech i Słowacji. Wspólnie udało się wesprzeć m.in. Dom Ukraiński Fundacji Nasz Wybór, zakupić tira z wyposażeniem medycznym dla szpitali w Ukrainie we współpracy z Fundacją Zarys oraz zorganizować spotkania dla 1200 dzieci z Ukrainy w ośrodkach recepcyjnych i świetlicach z Dr Clown.

3000

Wraz z partnerami Social Progress Imperative oraz Play Verto **Deloitte Polska** zrealizowało **badanie uchodźców z Ukrainy oraz projekt dla Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej** (MRiPS). Celem badania było ukazanie realnych potrzeb uchodźców przebywających w Polsce. Firma dotarła z ankietami do 1040 osób oraz wykonała analizę wstępnych wyników do raportu. Zespół Analiz Ekonomicznych Deloitte w ramach projektu dla MRiPS przygotował raporty dotyczące sytuacji uchodźców z Ukrainy na rynku pracy oraz zielonej odbudowy Ukrainy. Wyniki analiz pomagały w kształtowaniu działań wspierających uchodźców z Ukrainy w Polsce.

3000

Wraz z wybuchem wojny **dentsu Polska** zbudowało w swoim biurze warszawskim przestrzeń **„4U Hub"** skupiając się na pomocy uchodźcom. Oferta 4U Hub jest przede wszystkim skierowana do pracowników (i ich rodzin) z oddziału dentsu w Kijowie. Z benefitów w praktyce korzystają również osoby zaprzyjaźnione i spoza dentsu. Firma od marca 2022 zapewnia: zatrudnienie, zamieszkanie, obiady w stołówce, naukę języka polskiego, artykuły pierwszej potrzeby, na życzenie porady prawne i psychologiczne, wspólne świętowanie Wigilii i Wielkanocy, przestrzeń do spędzania czasu z przekąskami, kawą i kafejką internetową, dostęp do Day Care (dzieci) oraz możliwości reskillingowe.

800

We wszystkich swoich punktach pobrań firma **DIAGNOSTYKA** zorganizowała **bezpłatne badania laboratoryjne dla uchodźców z Ukrainy**. Pacjenci mogli skorzystać z badań z zakresu podstawowej opieki zdrowotnej. Byli obsługiwani bez skierowania, na podstawie okazanych dokumentów potwierdzających przekroczenie granicy. W ramach akcji wykonano kilkadziesiąt bezpłatnych badań laboratoryjnych.

7000

W związku z wybuchem wojny w Ukrainie do Polski przyjechało wiele ludności ukraińskiej. Brakowało im przede wszystkim środków higienicznych i pierwszej potrzeby. **DOZ** Fundacja chcąc włączyć się w pomoc wspólnie z partnerami zorganizowała **akcję pomocy i zbiórkę** do koszy produktów kosmetycznych i higienicznych. Akcja prowadzona była w aptekach oraz drogeriach. Dzięki hojności ludzi którzy włączyli się do akcji otrzymane produkty trafiły do PCK, a dzięki nim do ludności przebywającej w Polsce. Część produktów dzięki współpracującej z fundacją organizacji została przekazana ludności w Ukrainie.

4500

Firma **DWF Poland** zaangażowała się we **wsparcie prawne i nie-prawne dla obywateli Ukrainy**. Powstał zespół koordynujący pomoc uchodźcom w 3 obszarach. Stworzono infolinię pomocową, na której prawnicy przekazywali uchodźcom informacje o sytuacji prawnej, przekierowywali do odpowiednich urzędów, odpowiadali na podstawowe pytania prawne. Koordynatorka DWF zbierała informacje od osób z całej grupy DWF chcących pomóc i łączyła ich z konkretnymi uchodźcami w pilnej potrzebie. Wydawano też newslettery po polsku, ukraińsku i rosyjsku o najważniejszych regulacjach oraz zmianach w prawie związanych z wojną na Ukrainie, np. o dokumentach obywateli ukraińskich w Polsce, o pomocy medycznej. Za pośrednictwem Fundacji DWF zorganizowano zbiórkę pieniędzy na rzecz Ukrainy. Zebrane 100 tys. funtów szterlingów rozdzielono między 10 NGO działających na rzecz Ukrainy.

150

Z okazji Dnia Kobiet firma **Egis Polska** **wsparła finansowo Fundację BloomPro** organizującą spotkanie dla kobiet z Ukrainy. W spotkaniu uczestniczyło wiele kobiet, które schroniły się w Polsce przed wojną. Kobiety otrzymały podarunki, przekazano im 300 pakunków z bielizną i kosmetykami. Firma chciała okazać wsparcie i solidarność z kobietami, które znalazły się w bardzo trudnej sytuacji przymusowego przesiedlenia w związku z wojną w Ukrainie.

250

Egis Polska stworzyła **dwujęzyczne materiały** umożliwiające skuteczną komunikację personelu medycznego i pacjentów z Ukrainy. Powstał kompleksowy pomocnik dla pacjentów - osób posługujących się j. ukraińskim, który pomaga w komunikacji w przychodni np. w czasie wizyty lekarskiej, w aptece.

250

W 2022 r. **EPP** pomagało uchodźcom z Ukrainy. W lutym EPP działało głównie w Zamościu, z uwagi na bliskość przejść granicznych oraz lokalizację centrum w tym mieście, **wyposażając punkty recepcyjne**, transportując uchodźców oraz kupując środki medyczne. Wszystkie 24 zespoły EPP zaangażowały się w pomoc. Oprócz zbiórek finansowo-rzeczowych, organizowano zajęcia edukacyjne, sportowe, fundowano posiłki, przeprowadzano lub finansowano kursy j. polskiego czy IT, pomagano w znalezieniu pracy. W kaliskim centrum powstał sklep społeczny z bezpłatnymi produktami pierwszej potrze-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

by. Współpracowano z władzami miast, szpitalami i organizacjami non-profit, przy wsparciu najemców i pracowników EPP.

210

epruf to fintech, który od 14 lat rozwija z towarzystwami ubezpieczeniowymi prywatny system refundacji leków. Opracował Program **Health4Ukraine**, umożliwiający uchodźcom z Ukrainy dofinansowanie do zakupów w aptekach. Z pomocy skorzystano w niemal 100% powiatów w Polsce. Wsparcie w farmakoterapii to zwiększenie szans na włączenie w społeczeństwo na równych zasadach. epruf pozyskuje darowizny (m.in.: Direct Relief, PCK, Fundacja ING Dzieciom, Fundacja Deloitte Polska) i przekazuje je do uczestników w formie kodów płatniczych o wartości 500 zł, wykorzystując technologiczny system epruf.

30

W związku z **wojną w Ukrainie** spółki Grupy Credit Agricole współpracowały z organizacjami społecznymi, lokalnymi inicjatywami a pracownicy angażowali się osobiście. Spółki Grupy **Europejskiego Funduszu Leasingowego** zorganizowały m.in.: pomoc finansową Polskiej Misji Medycznej na rzecz szpitali w Ukrainie, wsparcie dla fundacji Mathesianum w utworzeniu świetlicy dla dzieci z Ukrainy, bezpłatne lekcje języka polskiego dla uchodźców we Wrocławiu, 500 apteczek dla Ukrainy.

409

Na **pomoc uchodźcom z Ukrainy** **EY Polska**, Fundacja EY i EY GDS Poland przeznaczyli w 2022 ponad 2 mln zł, która obejmowała m.in. organizowanie transportu, noclegu, wsparcie w procedurach imigracyjnych. Aby ułatwić pracownikom EY zaangażowanie wprowadzono dodatkowy dzień wolny na wolontariat oraz platformę, umożliwiającą zgłaszanie się do działań pomocowych jak i dodanie własnej inicjatywy. Wolontariusze EY wspierali m.in. PAH, Caritas, Fundację EY, Fundację św. Jadwigi we Wrocławiu angażowali się w oddolne zbiórki, przygotowali cykl darmowych lekcji języka polskiego dla osób z Ukrainy oraz EY Emergency Respond Application, która wspiera dystrybucję najpotrzebniejszych produktów dla uchodźców.

5000

FAKRO zaangażowało się w **pomoc Ukrainie**. W Polsce ugoszczono 205 osób, zapewniono im transport i zakwaterowanie oraz wsparto w załatwianiu spraw urzędowych. Zorganizowano także zbiórki artykułów odzieżowych i higienicznych, a dla gości przygotowano warsztaty lepienia pierogów oraz wycieczki. Centrum logistyczne FAKRO we Lwowie służyło jako miejsce przeładunku darów. Firma zorganizowała 11 konwojów i wysłała 29 tirów z pomocą humanitarną o wartości ok. 2 mln zł. Transportowano sprzęt medyczny, zakupiono odzież taktyczną dla wojska, a razem z UN Global Compact wysłano materiały budowlane do Buczy.

4000

Firma **FAMUR** zaangażowała się w działania mające na celu **pomoc uchodźcom z Ukrainy**. 80 uchodźców z Ukrainy znalazło dom dzięki pomocy pracowników Grupy Famur, zorganizowano pomoc w transporcie rodzin pracowników z Ukrainy. Firma wzięła udział w zbiórce na rzecz dzieci z domu dziecka, które trafiły do ośrodka w Gliwicach, oraz przeprowadziła zbiórkę żywności i medykamentów na rzecz ośrodka w Tarnopolu. Udostępniła także lokal na magazyn dla uchodźców, który funkcjonował jako sklep społeczny, prowadzony przez Stowarzyszenie Mieszkańcy dla Katowic. W sklepie wolontaryjnie udzielali się pracownicy firmy, a firma w formie darowizny przekazywała do niego żywność i środki higieniczne.

1600

Z powodu **wojny w Ukrainie**, miliony ludzi przekroczyło granice Polski w poszukiwaniu schronienia. **Fujitsu Technology Solutions** podjęła szereg działań, które dały wsparcie poszkodowanym w konflikcie osobom. W ramach współpracy z Fundacją Słonie na Balkonie pracownicy pomagali podopiecznym organizacji m.in. w znalezieniu pracy, tłumaczeniu dokumentów, rozmów urzędowych i opiece nad dziećmi. Wielu pracowników przyjęło pod swoje dachy nowe rodziny przybywające z Ukrainy. 14 z nich skorzystało ze wsparcia firmy na ten cel. Firma przeprowadziła zbiórkę dla beneficjentów_ek Centrum Dialogu w Łodzi. Pracownicy utworzyli poradnik dla menadżerów osób z Ukrainy oraz poradnik dla osób goszczących Ukraińców.

3000

Generali Polska wraz z fundacją THSN i Caritas Polska zorganizowało **program czasowego zakwaterowania** wraz z wyżywieniem dla ukraińskich rodzin z dziećmi w ośrodkach w Warszawie i Firleju. Program trwał od 1.03 do 30.06 w Firleju i do połowy sierpnia w Warszawie. Osoby z Warszawy mogły uczestniczyć w kursie j. polskiego w PIU. By umożliwić dzieciom w Firleju udział w lekcjach online, Generali przekazało sprzęt, w tym laptopy. Wśród pracowników została zorganizowana zbiórka produktów dla uchodźców z Ukrainy. Ukraińscy pracownicy Generali otrzymali wsparcie finansowe, a wszyscy zatrudnieni - możliwość pomocy psychologicznej.

1600

Good One PR pro bono prowadziła **intensywną kampanię PR** dla Grupy Transgranicznej – oddolnej inicjatywy kilku polskich kierowców, którzy od pierwszych dni wojny na Ukrainie brali urlopy, zostawiali rodziny i prywatnymi autami transportowali najbardziej potrzebujących do polskiej granicy. Firma przez 2 miesiące zapewniała obecność Grupy w mediach: online, prasie, telewizji i radiu oraz w mediach społecznościowych. Dzięki temu Transgraniczni mogli skuteczniej realizować swoje cele takie jak: zbiórka finansów na paliwo i środki sanitarne, rekrutowanie kolejnych kierowców.

14

W **GPEC** w ramach działania **Razem dla Ukrainy** rozwinięto projekty charytatywne oraz wolontaryjne na rzecz uchodźców. Pod opiekę Grupy GPEC trafiło ponad 20 kobiet i dzieci, którzy uciekli przed wojną. Wolontariusze firmy zapewnili im opłacane przez firmę mieszkania, opiekę zdrowotną, ubrania, żywność, leki oraz zajęcia edukacyjne dla dzieci. Każdego dnia działało ponad 30 wolontariuszy. W Gdańsku Grupa GPEC zaangażowała się we wsparcie Fundacji Adiutare w organizacji konwoju humanitarnego z karetką, wysyłkę agregatu prądotwórczego przy współpracy z Fundacją Gdańską i sfinansowanie pobytu 25 kobiet z dziećmi. W Sopocie sfinansowała przestrzenie noclegowe w sanatorium. W Tczewie zapewniła meble i artykuły spożywcze.

460

Od marca 2022 r. prawie 50 pracowników firmy **Grand Parade** było zaangażowanych w **pomoc uchodźcom z Ukrainy**. Jako wolontariusze działali w Szafie Dobra, krakowskim magazynie dystrybuującym ubrania dla osób, które uciekły przed wojną w Ukrainie. Firma ufundowała operatorowi magazynu, Internationaler Bund Polska, 3 etaty koordynatorów magazynu na okres 3 miesięcy, umożliwiając rozwinięcie działalności.

430

Od lipca 2022, **Grand Parade**, we współpracy z Fundacją Ignatianum i organizacją ASPIRE, zrzeszającą firmy z sektora IT i business services, prowadzi **Edu Hub**, przestrzeń, w której grupa ukraińskich nastolatków uczestniczy w różnorodnych warsztatach i zajęciach (dziennikarstwo, język angielski, język polski, zajęcia plastyczne) a także w komfortowych warunkach bierze udział w lekcjach zdalnych organizowanych przez swoje macierzyste szkoły ukraińskie. W 2022 w programie uczestniczyło 17 osób.

430

14 marca 2022 r. na antenie 168 stacji radiowych w Polsce pojawiły się 2 specjalne bloki charytatywne jako efekt akcji **I Love Radio na rzecz Ukrainy. Stacje radiowe Agory wzięły w niej udział.** Dzięki akcji udało się zebrać 300 tys. zł, które trafiły do Polskiej Misji Medycznej. Do inicjatywy włączyły się rozgłośnie Grupy Radiowej Agory z **Grupy AGORA**: Radio TOK FM, Radio Złote Przeboje, Radio Pogoda i Rock Radio.

2586

W marcu 2022 r. w kinach Helios odbył się **cykl bezpłatnych seansów familijnych w języku ukraińskim** skierowany do rodzin licznie przybyłych z objętą wojną Ukrainy. Inicjatywie **Grupy AGORA** od samego początku przyświecał jeden cel: dać szansę uchodźcom z Ukrainy na oderwanie się od brutalnej rzeczywistości wojny. Dzięki staraniom zespołu sieci kin Helios udało się przekształcić tę inicjatywę w czteromiesięczny cykl repertuarowy, który umożliwił Ukraińcom przebywającym w Polsce dostęp do kinowej przestrzeni rozrywki i kultury. Ukraińscy widzowie zobaczyli 22 filmy dostępne w 52 obiektach w 44 miastach. Kina Helios na bezpłatnych seansach familijnych odwiedziło łącznie blisko 100 tys. ukraińskich widzów. Projekt został dofinansowany przez Polski Instytut Sztuki Filmowej dotacją wysokości 200 tys. złotych.

2586

Gazeta.pl (**Grupa AGORA**) i Ukrayina.pl wspólnie z Polskim Centrum Pomocy Międzynarodowej i platformą Allegro Charytatywni zebrały ponad 120 tys. zł w **aukcji wyjątkowych znaczków** wydanych przez Pocztę Ukraińską. Redakcje zachęcają teraz czytelników do licytowania swoich przedmiotów i wsparcia zakupu karetek oraz sprzętu medycznego dla Ukrainy.

2586

„Gazeta Wyborcza" z **GRUPY AGORA** wspólnie z Fundacją Nidaros w październiku 2022 r. stworzyła **inicjatywę Wieziemy ciepło do Ukrainy**. W ramach akcji czytelnicy i czytelniczki „Wyborczej" wpłacili na konto fundacji ponad 183 tys. zł, dzięki którym dziennikarze wraz z wolontariuszami dotarli do Ukrainy z kilkoma tonami żywności oraz rzeczy niezbędnych do przetrwania zimy. Dary trafiły m.in. do uchodźców wewnętrznych oraz domów dziecka. Z kolei generator prądu, przekazany przez Agorę, trafił do Kupiańska, niedaleko linii frontu, gdzie służył lekarzom w szpitalach polowych.

2586

Grupa Amica w ramach działań **Amica dla Ukrainy** zorganizowała systemowe wsparcie dla uchodźców ukraińskich, w tym rodzin swoich ukraińskich pracowników. Firma przygotowała zakwaterowanie dla blisko 50 osób, a systemowe wsparcie umożliwiło im szybką adaptację do nowego otoczenia. Grupa zrealizowała także na dużą skalę darowizny sprzętu AGD, który trafił m.in. do tymczasowego punktu na Międzynarodowych Targach Poznańskich, Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej we Wronkach i Fundacji Barka. We współpracy z Fundacją Polskiego Funduszu Rozwoju producent wyposażył w zestawy AGD 70 mieszkań w Mińsku Mazowieckim, w sumie przekazując 280 sztuk sprzętu. Blisko 200 sztuk trafiło do m. st. Warszawy, które zorganizowało miejsca pobytu dla uchodźców. Firma wysłała do magazynu pod Lwowem środki opatrunkowe i produkty pierwszej potrzeby dla kobiet i dzieci. Ponadto 22 uczniów z Polski i Ukrainy przeżyło niezapomnianą kulinarną przygodę na warsztatach integracyjnych zorganizowanych przez firmę w swojej siedzibie.

3100

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Grupa ANG jest inicjatorem projektu społecznego **„Po stronie odpowiedzialności"** NNO (Nienieodpowiedzialni) realizowanego w ramach Fundacji Nienieodpowiedzialni. Do rozmów, dyskusji i debat prowadzonych w NNO zaprasza filozofów, etyków, psychologów, socjologów, działaczy praw człowieka, ekologów oraz liderów biznesu. Od lutego 2022 roku w związku z wybuchem wojny Nienieodpowiedzialni przy wsparciu Grupy ANG zaangażowali się w pomoc Ukrainie. Objęła ona m.in.: budowę bazy noclegowej, transport uchodźców z granicy w głąb kraju, pomoc w znalezieniu pracy w Polsce uchodźcom, wysłanie ponad 20 transportów z pomocą humanitarną do Ukrainy, zakup (dzięki Darczyńcom) czterech ambulansów dla grupy medyków Med Evacuation (pojazdy jeżdżą do dziś w konwojach humanitarnych i ewakuują rannych do Polski). W ramach NNO i przy wsparciu Grupy ANG zorganizowano koncert charytatywny na rzecz Ukrainy, z którego przychód przeznaczono na zakup sprzętu do karetki.

1000

Grupa ANG od pierwszego dnia wojny podjęła działania związane z przeciwdziałaniem katastrofie humanitarnej w Ukrainie. Powołana została grupa robocza – wolontariuszy składająca się z pracowników centrali Grupy ANG (20 osób). Ich działania polegały na budowaniu bazy lokali mieszkaniowych i koordynacji transportu obywateli ukraińskich z granicy. W projekt włączył się serwis Nieruchomosci-online.pl oraz agenci nieruchomości biorący udział w akcji „Pośrednicy dla Ukrainy". **Wolontariusze ANG** zaangażowali się także – przy współpracy z Fundacją Nienieodpowiedzialni – w organizację transportów z pomocą humanitarną do Ukrainy oraz wsparciem w poszukiwaniu pracy dla uchodźców pozostających w Polsce. W ciągu 4 tygodni od wybuchu wojny w bezpieczne miejsca w Polsce trafiło prawie 1000 rodzin Ukraińskich. Łącznie od marca do czerwca 2022 r. zorganizowano ponad 2000 miejsc noclegowych. Wolontariusze pomogli zorganizować 20 transportów z pomocą humanitarną zawierającą: leki, specjalistyczne opatrunki, środki pierwszej pomocy medycznej, żywność, ubrania, sprzęt elektroniczny. Grupa ANG była współorganizatorem koncertu charytatywnego, z którego dochód przeznaczono na zakup sprzętu medycznego do karetki ratującej życie rannym (cywile, żołnierze).

1000

Natychmiast po wybuchu wojny, **Grupa Azoty Zakłady Azotowe „Puławy"** we współpracy z Wojewodą Lubelskim, przystąpiła do **organizacji zbiórki darów** wśród swoich pracowników. Utworzono całodobowy punkt przyjmowania i pakowania darów. Do akcji dołączyły także spółki z Grupy Kapitałowej Grupy Azoty PUŁAWY – Agrochem oraz Fosfory, które wysłały do Puław swoje transporty zebranych środków. Dary zostały przekazane w kilku transportach do magazynów centrum pomocowego koordynowanego przez służby wojewody. Napływająca stale fala uchodźców sprawiła, że Zarząd Grupy Azoty PUŁAWY, w uzgodnieniu z Wojewodą Lubelskim, podjął decyzję o udostępnieniu hotelu pracowniczego Spółki przybyszom z Ukrainy.

3500

Grupa Enea i jej pracownicy angażowali się w **niesienie pomocy Ukrainie**. Podczas zbiórek organizowanych w spółkach Grupy w 50 lokalizacjach w Polsce zebrano ponad 13 ton darów: środków czystości, żywności długoterminowej i przedmiotów codziennej potrzeby. Dary zostały przekazane do punktów PCK, ośrodków recepcyjnych w dużych miastach oraz ośrodków wypoczynkowych Grupy Enea, w których udzielono schronienia potrzebującym. W 3 ośrodkach przebywa niezmiennie ok. 250 osób. Zorganizowano również edycję specjalną Potęgi poMocy, w ramach której pomoc otrzymali dorośli i dzieci m.in. z domów dziecka i przebywające w szpitalach. Fundacja Enea wsparła finansowo organizacje pozarządowe kwotą ponad 900 tys. zł. Łącznie na pomoc dla Ukrainy przeznaczono ponad 3 mln zł.

17480

Grupa Eurocash podjęła szereg działań na rzecz **wsparcia uchodźców z Ukrainy**. Przekazała, poza wsparciem finansowym, ok. 150 ton żywności, która dzięki mobilnym sklepom abc na kołach trafiła do potrzebujących już na granicy. Wspierała pracowników z Ukrainy w sprowadzeniu swoich rodzin do Polski, zakwaterowaniu ich i znalezieniu im pracy. Stworzyła narzędzia ułatwiające rekrutację osób z Ukrainy, w tym kursy językowe, podręczniki, webinary i kursy e-learningowe w języku ukraińskim. Realizowała zbiórkę darów w hurtowniach i prowadziła ukraińskojęzyczną infolinię z pomocą psychologiczną. W pomoc zaangażowały się również poszczególne sieci z Grupy Eurocash. Udało się wesprzeć kilkaset rodzin pracowników. Łącznie na wsparcie Ukrainy przeznaczono ponad 2 mln zł. Podjęto współpracę z klientami Eurocash, agencjami pracy tymczasowej, samorządami i innymi organizacjami rządowymi oraz pozarządowymi, m.in. Caritas Polska.

20000

W związku z wybuchem wojny w Ukrainie, Fundacja **Grupy Muszkieterów** zorganizowała akcję, w ramach której dzieci z Ukrainy spędziły **wakacyjny tydzień na Mazurach**. Wyjazd został opłacony przez fundusz Humanis Mousquetaires powołany przez Fundację Le Roch – les Mousquetaires z Francji. Czas na Mazurach spędziły dzieci, które na co dzień przebywają w ośrodkach w Gdyni (Pogórze), Halinowie, Kwidzynie, Krotoszynie, Wschowie, Strzelcach Krajeńskich (Ługi), Trzebini, Łodzi i Tomaszowie Lubelskim. Wyjazd miał na celu odwrócenie uwagi od wojny w Ukrainie, zagwarantowanie spokojnego wypoczynku, a przy tym poznanie polskiego języka i tradycji.

13000

Grupa PBI nie pozostała obojętna na los Ukraińców po wybuchu wojny w lutym 2022 r. Zarządy spółek podjęły decyzję o wsparciu finansowym poprzez **przekazanie środków pieniężnych** w wysokości 50 000,00 USD na rzecz organizacji Batalion Medyczny Szpitalnicy skupiającej wolontariuszy, którzy udzielają pierwszej pomocy medycznej na linii frontu. Inną formą pomocy było użyczenie środków transportu do przewożenia pomocy rzeczowej z miejsc lokalnych zbiórek do baz bezpośredniej pomocy uchodźcom przy granicy z Ukrainą.

Pracownicy Grupy PBI w ramach wolontariatu również podjęli inicjatywę zbiórki najniezbędniejszych rzeczy, w tym: śpiworów, mat, leków, materiałów opatrunkowych i medycznych.

1200

GXO zaangażowało się we **wsparcie dla osób z Ukrainy** i konkretne działania pomocowe w centrach logistycznych. Firma przekazała darowizny finansowe dla Banku Żywności SOS w Warszawie i Polskiej Akcji Humanitarnej na akcję SOS Ukraina. Dla kolegów z Ukrainy, pracownicy zainicjowali i przeprowadzili kilkanaście zbiórek żywności, odzieży i środków czystości, a GXO dostarczało gorące posiłki. Firma przyznała dodatkowe dni urlopu, umożliwiła wyjazd po krewnych, zapewniła pomoc w znalezieniu mieszkania i pracy, a także konsultacje prawne i psychologiczne. GXO zachęcało do wsparcia Banku Żywności i PAH umieszczając linki do stron z darowiznami na świątecznej e-kartce dla pracowników i klientów.

1500

W związku z **wybuchem wojny w Ukrainie**, firma **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** włączyła się w pomoc uchodźcom poprzez zbiórki i wsparcie wolontariuszy. Jednocześnie firma podjęła decyzję o nieodpłatnym udostępnieniu powierzchni biurowej we wrocławskim oddziale na potrzeby wsparcia uchodźców. W porozumieniu z lokalnymi władzami, firma nawiązała współpracę z Fundacją Ukraina – najbardziej aktywną w regionie organizacją adresującą problemy migrantów i uchodźców. Od czerwca 2022 r. na 250m2 wysokiej klasy powierzchni biurowej, Fundacja oferowała kursy językowe, wsparcie prawne i psychologiczne dla uchodźców wojennych.

1000

Firma **HSBC w Polsce** zaangażowała się w szereg inicjatyw mających na celu niesienie pomocy ofiarom konfliktu w Ukrainie. W ramach inicjatywy **„Solidarna Paczka"** organizowanej przez Fundację Wiosna pracownicy HSBC w Polsce przekazali paczki dla 11 rodzin uchodźczych. Firma przekazała wsparcie finansowe dla Domu Kultury Warszawa-Śródmieście oraz Ukraińskiego Domu w Warszawie, które pomogły m. in. w organizacji lekcji dla dzieci oraz zakupie niezbędnych artykułów. Ponadto firma wynajęła samochód dostawczy w celu dostarczania artykułów pierwszej potrzeby do punktów pomocy w Warszawie. HSBC w Polsce pokryło też prywatne wydatki pracowników związane z pomocą ofiarom konfliktu w Ukrainie.

102

Refugee Refund Scheme to wewnętrzny program wsparcia finansowego dla pracowników **HSBC Service Delivery Polska** pomagającym uchodźcom z Ukrainy. W odpowiedzi na kryzys migracyjny wywołany atakiem Rosji na Ukrainę każdemu pracownikowi HSBC, który przyjął pod swój dach uchodźcę lub przekazał materialną pomoc na jego rzecz (bezpośrednio lub przez organizację pomocową) firma zaoferowała zwrot poniesionych kosztów do wysokości 5000 zł. Od marca do grudnia 2022 HSBC przeznaczyła na Refugee Refund Scheme łącznie 3,5 mln złotych. Dodatkowo, aby ułatwić pracownikom wsparcie uchodźców, każdy z nich otrzymał dodatkowe 2 dni płatnego urlopu – łącznie na rzecz uchodźców pracownicy przeznaczyli 17,5 tys. godzin wolontariatu. Łącznie w programie zaangażowało się 1500 pracowników. Pomagali oni indywidualnie oraz w grupach – łącząc siły by wesprzeć potrzebujących: osoby indywidualne, rodziny oraz szkoły. Uchodźcy otrzymali m.in.: produkty higieniczne (16% wniosków o refundacje), jedzenie (15%), ubrania (12%), wyposażenie mieszkań (11%), materiały edukacyjne (8%) czy elektronikę (7%). Oprócz „Refugee Refund Scheme" HSBC przekazała 4 organizacjom wspierającym uchodźców dodatkowe 0,5 mln zł, tym samym pomagając większej liczbie potrzebujących.

4350

Poczucie wspólnoty i troska o ludzi od zawsze pozostawała w samym sercu kultury **IKEA Retail**. Dlatego od początku zaostrzenia działań wojennych w Ukrainie IKEA w Polsce, zaangażowała się na poziomie krajowym i lokalnym, w pomoc osobom, które odczuwają jej skutki, również swoim pracownikom i pracowniczkom z Ukrainy. We współpracy z partnerami, m.in. UNHCR, UNICEF, Fundacją Ocalenie i PCK IKEA dobrze poznała i zrozumiała potrzeby ludzi, by dotrzeć z odpowiednią pomocą do najbardziej potrzebujących. Zdecydowana większość osób, które uciekły przed brutalną wojną w Ukrainie, to kobiety i dzieci, osoby starsze i osoby z niepełnosprawnościami.

6000

ING Bank Śląski w ramach działań **#Pomoc Ukrainie** zorganizował akcję pomocy uchodźcom i poszkodowanym w wyniku wojny. Bank przekazał 1 mln zł organizacjom zajmującym się wsparciem uchodźców w Polsce i opieką nad nimi. Darowizny otrzymały: Fundacja Instytutu Matki i Dziecka, Polska Misja Medyczna, SOS Wioski Dziecięce oraz Związek Ukraińców w Polsce. Ponadto bank przekazał 500 tys. zł na strukturalne rozwiązania wspierające uchodźców, a także uruchomił zbiórkę wśród klientów i pracowników, a jej wynik podwoił. Do 30 czerwca zebrano 5 381 480,29 zł, które podwojone dały łączną kwotę 10 766 897,30 zł. Zebrane fundusze trafiły do 15 różnych organizacji niosących pomoc. Bank wdrożył także produkty i usługi dla uchodźców z Ukrainy, wprowadził do oferty konto pomocowe, które daje dostęp do podstawowych usług płatniczych „Konto dla Uchodźców w ING". Klienci mogą korzystać z infolinii obsługiwanej w języku ukraińskim. Bank udzielił pomocy swoim pracownikom pochodzenia ukraińskiego, a pracownicy banku, którzy przyjęli uchodźców, otrzymali m.in. świadczenie w formie bonów podarunkowych. Pracownicy stworzyli społeczność „Wspieram gości

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

z Ukrainy", aby dzielić się informacjami, wymieniać dobrymi praktykami oraz sprawdzonymi sposobami na rozwiązywanie problemów. Bank realizował również sankcje ekonomiczne nałożone na Rosję.

8500

Po wybuchu wojny w Ukrainie **ING Hubs Poland** podjęła szereg działań, by **wspierać pracowników** w tej trudnej sytuacji, m.in. przygotowała cykl webinarów – spotkań z psychologiem (tematy spotkań zostały dopasowane do różnych grup: wszystkich pracowników, liderów i rodziców, pracowników jednostek wspierających, np. HR). Każdy chętny pracownik miał możliwość skorzystania z dodatkowych płatnych dni wolnych na udział w akcjach wspierających Ukrainę oraz mógł skorzystać z darmowej infolinii wsparcia psychologicznego. Firma objęła opieką pracowników – obywateli Ukrainy, Rosji, Białorusi i ich rodzin. Niosła pomoc w sprowadzeniu członków rodziny do Polski, opłaceniu zakwaterowania, transportu i pakietów medycznych. Celem podjętych przez firmę działań było jak najlepsze wsparcie psychologiczne i materialne wszystkich pracowników. Dzięki podjęciu tego typu działań pracownicy mogli poczuć zaopiekowanie i wsparcie ze strony firmy. Firma mierzyła zainteresowanie spotkaniami z psychologiem, by móc reagować (np. zwiększyć liczbę spotkań w razie potrzeby). We wszystkich webinarach wzięło udział przeszło 700 osób. Największym zainteresowaniem cieszyły się webinary o tym, jak radzić sobie z lękiem i niepewnością oraz jak rozmawiać z dziećmi o wojnie.

3000

Firma reaguje na wydarzenia, które mają miejsce na świecie. Tak więc w obliczu wojny na Ukrainie również postanowiła działać. **ING Hubs Poland** zaangażowało się w **materialną i finansową pomoc Ukrainie oraz uchodźcom**. Firma przekazała: darowiznę na pomoc Stowarzyszeniu Wiosna w zorganizowaniu „Solidarnej Paczki – razem dla uchodźców z Ukrainy", darowizny materialne i finansowe na rzecz szpitali w Ukrainie, sprzęt AGD oraz laptopy dla Fundacji ING Dzieciom, która opiekuje się dziećmi z Ukrainy, sprzęt IT oraz meble na rzecz szkół podstawowych, darowizny wg listy potrzeb dla Polskiego Czerwonego Krzyża w Warszawie i Katowicach.

3000

W związku z tym, że Lublin stał się drugim domem dla rodzin uciekających przed wojną w Ukrainie, a dzieci z Ukrainy, które trafiły do szkół miały problem z adaptacją, **Ingka Centres Polska**, SKENDE, we współpracy z UM, Społecznym Komitetem Pomocy Ukrainie i lokalnymi NGOs stworzyło **miejsce i program działań integrujących**. Na terenie Centrum powstała Miejscówka – przestrzeń, w której organizowane są warsztaty, spotkania i eventy, mające na celu wspólne zaangażowanie i łączenie młodych przez to, co mimo pochodzenia i innego języka jest wspólne – sztukę, muzykę i sport. Uczestnicy mogą bezpłatnie wziąć udział w zajęciach, poznać rówieśników i odkryć w sobie nowe pasje.

100

W październiku 2022 firma **Intel Technology Poland** wraz z Fundacją Edukacyjną Perspektywy ogłosiła dedykowany **program dla studentek pochodzących z Ukrainy**, studiujących na Polskich uczelniach na kierunkach STEM. Projekt to aż 1 mln zł wsparcia dla ukraińskich studentek. Intel dąży do zwiększania jakości życia każdej osoby na świecie, dlatego aktywnie angażuje się w kształtowanie karier ludzi. Studentki z Ukrainy na polskich uczelniach technicznych straciły wsparcie finansowe swoich rodzin w związku z trwającą wojną na Ukrainie. Dlatego stworzono program, który wesprze je finansowo 20 tys zł, merytorycznie i warsztatowo. W roku 2022 firma rozdała 50 stypendiów dla studentek z Ukrainy o łącznej wartości miliona złotych, stworzyła plan szkoleń technicznych i softkillowych, sesje z planowania kariery oraz zachęciła 50 alumnitek, które otrzymały stypendium od firmy Intel w latach 2015-2021, aby zostały mentorkami w programie i pomagały w rozwijaniu umiejętności technicznych i miękkich laureatek. Podczas konferencji 1-2 grudnia w Lublinie uczestniczki opowiedziały o tym jak ważne, jest dla nich to wsparcie, które pozwoli im rozwijać swoje pasje i czerpać wiedzę od ekspertów z firmy Intel i jak bardzo są wdzięczne i dumne, że zostały laureatkami.

3000

Praktyka **InterKadra** polegała na **udziale w targach pracy** organizowanych m.in. przez International Organization for Migration, głównie dla uchodźców z Ukrainy, aby ich wesprzeć i zachęcić do podjęcia pracy w naszym kraju. Takie firmy jak nasza odgrywają kluczową rolę w pomaganiu uchodźcom z Ukrainy – właśnie przez pomaganie im w znalezieniu pracy. Biorąc udział w tym wydarzeniu, firma pomaga uchodźcom z Ukrainy długofalowo, dając im perspektywy znalezienia pracy, z której będą mogli utrzymać zarówno siebie, jak i członków swojej rodziny.

214

W obliczu wybuchu wojny w Ukrainie w sieci Biedronka **Jeronimo Martins Polska** natychmiast zostały podjęte działania mające na celu **wsparcie pracowników pochodzenia ukraińskiego** oraz ich rodzin. Firma uruchomiła specjalny program, w ramach którego pracownicy mogli ubiegać się o bezzwrotne zapomogi – z programu skorzystało blisko 1400 osób. Od lutego 2022 r. pracownicy mieli również możliwość korzystania z usług dedykowanej infolinii zapewniającej wsparcie psychologiczne. Aby efektywniej komunikować się z pracownikami pochodzącymi z Ukrainy, na wewnętrznych kanałach komunikacji powstały specjalne sekcje newsowe w języku ukraińskim, oferujące dostęp do najbardziej istotnych informacji. Jako pracodawca wzmocniliśmy również komunikację z kandydatami do pracy w naszej firmie, udostępniając liczne oferty pracy w języku ukraińskim. Od dawna dbamy o komfort zatrudnianych w Jeronimo Martins Polska pracowników z Ukrainy, dostarczając im materiały wdrożeniowe, szkolenia i komunikację w języku ukraińskim, a przede wszystkim zapewniając im opiekę dedykowanych osób do spraw zatrudnienia, które zajmują się stroną formalną, np. pozyskiwaniem zezwoleń. W momencie kryzysu byliśmy gotowi, gdyż od lat budujemy naszą strategię zatrudniania osób zza wschodniej granicy.

80000

Jeronimo Martins Polska i jej klienci razem z Fundacją Biedronki i Grupą Jeronimo Martins przeznaczyły łącznie na **wsparcie Ukrainy** ponad 65 mln zł. Kilka dni po inwazji sieć Biedronka stworzyła mechanizm, który pozwalał klientom wpłacać środki na kasach, jak również przekazywać produkty na rzecz Ukrainy. Łącznie klienci sieci w ciągu 17 tygodni przekazali ponad 650 ton produktów, a w ciągu 6 miesięcy 8 mln zł. na rzecz 8 organizacji partnerskich. Ponadto Biedronka przeznaczyła 5 milionów złotych na darowizny produktowe na rzecz zarówno dużych organizacji, jak i mniejszych inicjatyw, a Grupa Jeronimo Martins przekazała 5 mln euro dla 5 organizacji: PCK, PAH, PMM, Caritas oraz SOS Wiosek Dziecięcych.

80000

Job Impulse powołał **Centrum Pomocy Ukrainie**. Wsparcie koordynowała Tetiana Hrytsyk, pracownica firmy, która od wielu lat mieszka w Polsce. Firma wspierała w ten sposób uchodźców w poszukiwaniu pracy. Działania ukierunkowane były na wsparcie pracowników Job Impulse pochodzących z Ukrainy oraz ich bliskich, którzy zmuszeni byli opuścić ojczyznę. Utworzony też został budżet pomocowy, z którego przekazano pomoc finansową pracownikom wewnętrznym firmy pochodzącym z Ukrainy. Dofinansowany został także wolontariat pracowniczy oraz organizowane w firmie zbiórki żywności, artykułów higienicznych i leków oraz lokalne zbiórki dla centrów recepcyjnych.

150

Niedługo po rosyjskiej napaści zbrojnej na Ukrainę, firma **KABAK** zainicjowała akcję **„Nadzieja"**, której celem było wsparcie osób uciekających przed wojną. W ramach akcji powstały tematyczne skarpetki-cegiełki, które miały stanowić nie tylko wyraz solidarności i zrozumienia, ale przede wszystkim realną pomoc dla osób uchodźczych. Cały przychód z ich sprzedaży został przeznaczony na wsparcie osób uciekających z Ukrainy.

11

Kaufland Polska Markety podjął szereg działań w ramach **pomocy uchodźcom z Ukrainy**. Za pośrednictwem Polskiej Akcji Humanitarnej i Caritas Polska firma przekazała darowiznę finansową w kwocie 500 tys. euro oraz artykuły pierwszej potrzeby. W placówkach położonych najbliżej granicy Kaufland obniżył ceny podstawowych produktów. Sieć była otwarta na zatrudnianie osób pochodzących z Ukrainy, którym zaoferowała kurs języka polskiego. Swoich pracowników Kaufland objął opieką psychologa, udostępniając im infolinię w języku polskim i ukraińskim. Pracownicy firmy angażowali się w wolontariat – pomagali w wydawaniu posiłków na dworcu oraz organizowali zbiórki produktów.

15000

Kompania Piwowarska uruchomiła **fundusz pomocowy i wolontariat Wspieramy Ukrainę**. Fundusz wysokości 1 mln zł dla organizacji działających w Ukrainie przeznaczony był na pomoc medyczną i psychologiczną dla mieszkańców terenów objętych działaniami wojennymi oraz dla instytucji i fundacji pomagających uchodźcom, głównie kobietom i dzieciom, poszukującym schronienia w Polsce. Projekty wolontariatu pracowniczego obejmowały m.in.: organizację zbiórek darów i posiłków, przygotowanie pakietów żywnościowych i chemii gospodarczej dla uchodźców, wsparcie w załatwianiu spraw urzędowych, organizację kursów języka polskiego, remonty pomieszczeń do zamieszkania przez uchodźców. W wolontariacie, we współpracy z różnymi fundacjami, 78 wolontariuszy Kompanii Piwowarskiej przepracowało 740 godzin. Dodatkowo 83 wolontariuszy firmy wsparło akcję Stowarzyszenia Wiosna: Solidarna Paczka, w ramach której przygotowało paczki dla 16 rodzin z zawartością odpowiadającą na potrzeby uchodźców. Wsparto finansowo również Stowarzyszenie WIOSNA w organizacji Infolinii dla uchodźców.

2716

Polska i Ukraina są częścią tego samego klastra organizacyjnego w **KONE**, więc jeszcze przed wybuchem wojny pracownicy wraz z przełożonymi przygotowywali się na wszelkie scenariusze. Jak tylko wybuch wojny stał się faktem, KONE od razu odpowiedziało **wsparciem dla pracowników** – zarówno tych, którzy zdecydowali się zostać w Ukrainie, jak i tych, którzy podjęli trudną decyzję, by opuścić swój kraj i rodzinę. Oprócz pomocy w relokacji (przejazd, mieszkania itp.) wdrożony został program wsparcia pracowników. Została zorganizowana zbiórka darów również dla osób spoza firmy. Zarząd KONE pozostaje w nieustannym kontakcie z pracownikami, a w grudniu odbyła się kolejna zbiórka, która wsparła pracowników. Wsparcie, współpraca i odwaga to wartości KONE, a dzięki pomocy pracownikom z Ukrainy firma może wdrażać je w życie. Polski zespół KONE będzie wspierał zespół ukraiński, mając cały czas nadzieję, że sytuacja na Ukrainie się poprawi.

500

Kopalnia Soli „Wieliczka" i jej pracownicy zaangażowali się w **pomoc walczącej Ukrainie**. W przygotowanych pomieszczeniach w Młynie Solnym stałe schronienie znajduje ok. 40 osób, głównie mamy z dziećmi i seniorzy. Z tego schronienia skorzystało łącznie ok. 100 osób. Pracownicy udzielali pomocy materialnej i w załatwianiu formalności. Kilka osób znalazło zatrudnienie w kopalni, m.in. w gastronomii. Na początku marca na terenie Kopalni Soli „Wieliczka" ruszył Powiatowy Magazyn Pomocy, a do pracy przy pakowaniu darów w ramach wolontariatu zgłosiło się ponad 60 pracowników.1200 Ukraińców i Ukrainek skorzystało z bezpłatnego zwiedzania kopalni i inhalacji w tężni. Firma wsparła także pikniki i licytacje pomocowe, a 9 listopada utalentowane ukraińskie dzieci wystąpiły w koncercie „zaŚPIEWAJ I TY NIEPODLEGŁEJ", który odbył się w komorze Warszawa.

807

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

W pierwszych dniach od wybuchu wojny w Ukrainie firma **KPMG w Polsce** powołała **zespół kryzysowy Help4Ukraine**, którego celem było zapewnienie wszelkiej możliwej pomocy pracownikom KPMG w Ukrainie i ich rodzinom oraz członkom rodzin ukraińskich pracowników KPMG w Polsce. W ścisłej współpracy z pozostałymi praktykami KPMG z regionu Central and Eastern Europe (CEE) ustalono natychmiastowy plan operacyjny pomocy ludziom uciekającym z Ukrainy, zapewniając im bezpieczny odbiór z granic – polskiej, rumuńskiej, mołdawskiej, węgierskiej i słowackiej. Zespół „Help4Ukraine" działał 24 godziny na dobę, prowadząc dyżury telefoniczne i e-mailowe, organizując transfer z granicy, zakwaterowanie oraz wsparcie medyczne dla pracowników KPMG w Ukrainie oraz ich rodzin. W sumie KPMG w Polsce udzieliło kompleksowego wsparcia ponad 100 osobom.

2100

Wiosną 2022 r. **Fundacja KPMG** wsparła dzieci uchodźców z Ukrainy, które rozpoczęły naukę w polskich szkołach. Na podstawie próśb pracowników **KPMG w Polsce** wybrano 165 szkół i ufundowano 3000 wyprawek szkolnych dla ukraińskich uczniów. Wyprawki zawierały rekomendowane przybory szkolne i materiały do nauki dla klas 1–3 lub 4–8. Dystrybucją wyprawek w ramach wolontariatu zajęli się pracownicy KPMG, którzy osobiście zawieźli je do wskazanych szkół. W 2022 r. Fundacja kontynuowała rozpoczęty podczas pandemii COVID-19 program użyczania komputerów do nauki i część sprzętu trafiła do grupy uczniów, którzy po przyjeździe do Polski kontynuowali zdalnie naukę w szkołach ukraińskich. Dodatkowo w ramach wsparcia uchodźców Fundacja KPMG doposażyła 4 szkoły wiejskie, które przyjęły ukraińskich uczniów, w ławki, krzesła, tablice szkolne i inne niezbędne akcesoria wyposażenia sal lekcyjnych. Ponadto Fundacja ufundowała produkty spożywcze dla uczniów szkoły gastronomicznej, którzy przez miesiąc, ucząc się gotować, zapewniali posiłki uchodźcom na dworcu w Katowicach. Prowadzona była także zbiórka finansowa pracowników KPMG, która dofinansowała działania organizacji takich jak PCK i PAH bezpośrednio na terenach objętych wojną. W sumie na wszystkie działania przeznaczono ponad 750 tys. zł.

2100

Wielu pracowników **KPMG w Polsce** zaangażowało się w niesienie pomocy osobom uciekającym przed wojną w Ukrainie. Pracownicy firmy aktywnie **wspierali ukraińskich uchodźców**, np. pomagali w transporcie, przygotowywali posiłki czy opiekowali się uchodźcami na dworcach.
W odpowiedzi na zaangażowanie w pomoc podczas kryzysu wywołanego przez wojnę w Ukrainie firma KPMG zaoferowała pracownikom dodatkowe 2 dni wolne na wolontariat. KPMG w Polsce udostępniło wewnętrzną platformę internetową, na której pracownicy mogli ogłosić, jaki rodzaj pomocy aktualnie prowadzą i jakiej pomocy potrzebują. Dzięki temu inne osoby w firmie mogły zaangażować się w działania swoich koleżanek i kolegów. Poprzez platformę pracownicy m.in. wspólnie zebrali i przekazali uchodźcom na stacjach kolejowych ponad 1500 opakowań kosmetycznych i ponad 1000 zestawów do szczotkowania zębów.

2100

W związku z agresją Rosji na Ukrainę wiele osób, szczególnie dzieci i młodzieży, pozostało bez sprzętu elektronicznego, który umożliwiałby im kontynuację nauki czy zdalny kontakt z bliskimi, którzy zostali w Ukrainie. Dlatego też firma **KRUK** przekazała m.in. Fundacji ZOBACZ MNIE, która stworzyła we Wrocławiu Dom Ukraiński dla obywateli Ukrainy uciekających przed wojną, darowiznę rzeczową w postaci laptopów i tabletów oraz aparatów telefonicznych z wgranym do ich obsługi językiem ukraińskim. Sprzęt ten umożliwia głównie dzieciom i młodzieży kontynuację nauki w szkole, która powstała w Domu Ukraińskim we Wrocławiu. Jedną z fundamentalnych wartości w Grupie KRUK jest szacunek do drugiego człowieka i traktowanie go tak, jak sami chcielibyśmy być traktowani. Dlatego w tak trudnym dla obywateli Ukrainy czasie pracownicy firmy, jak i sama firma, zaangażowali się w pomoc na rzecz **eliminacji wykluczenia cyfrowego obywateli Ukrainy**, a zwłaszcza dzieci i młodzieży. KRUK przekazał ponad 80 laptopów, ok. 40 tabletów i ponad 130 aparatów telefonicznych na rzecz wsparcia działań zmierzających przeciwko wykluczeniu cyfrowemu obywateli Ukrainy.

3500

W związku z agresją Rosji na Ukrainę Grupa **KRUK** przekazała 320 tys. euro na **wsparcie działań pomocowych dla Ukrainy**. Środki te zostały podzielone pomiędzy kraje graniczące z Ukrainą, w których działa KRUK (Polska, Rumunia, Słowacja). Większość tych środków została przekazana spółce KRUK S.A. w Polsce. Celem przewodnim działań było długoterminowe wsparcie organizacji i fundacji, które pomagają osobom z Ukrainy, w znalezieniu i wsparciu w sfinansowaniu zakwaterowania, zatrudnienia, wyżywienia, w zapewnieniu zdrowia, pomocy prawnej, wsparcia psychologicznego, nauki języka polskiego itp. Spółka zaangażowała też pracowników w Bieg dla Ukrainy zorganizowany przez fundacje Everest i SiePomaga. Grupa KRUK wsparła wiele mniejszych i większych inicjatyw zorganizowanych przez różne organizacje prowadzące działania na rzecz pomocy obywatelom Ukrainy, m.in. działania zespołu ds. Ukrainy powołanego w UN GC Network Poland, działania Fundacji BloomPro dla kobiet i dzieci z Ukrainy, Fundacji Nienieodpowiedzialni pomagającej w zakwaterowaniu czy transporcie uchodźców z Ukrainy. KRUK odpowiedział też na zbiórkę Pracodawców RP i Fundacji Siepomaga „Pomoc dla Ukrainy", wsparł zakup karetki w ramach akcji „Yes, we care. Life ambulance for Ukraine", zaangażował się w Bieg dla Ukrainy fundacji Everest i SiePomaga. Wsparł też działania Fundacji Zobacz Mnie na rzecz stworzenia Domu Ukraińskiego we Wrocławiu.

3500

Lenovo Technology Oddział w Polsce wspiera uchodźców z Ukrainy. We współpracy z Fundacją Dobrych Inicjatyw organizuje zbiórki pieniężne na zakup niezbędnych środków, jedzenia, leków, artykułów higienicznych oraz zbiórki rzeczowe. Firma przekazała też sprzęt komputerowy. Wolontariusze Lenovo pomagali w pakowaniu i dostarczaniu paczek dla uchodźców. Pracownicy firmy pomagali uchodźcom w zorganizowaniu pobytu w Polsce, udostępniając swoje mieszkania, służąc pomocą w załatwieniu spraw urzędowych. W ciągu ostatnich 10 miesięcy Lenovo przekazało za pośrednictwem Fundacji Dobrych Inicjatyw ponad 100 notebooków, 100 tabletów i klikaset aparatów telefonicznych dla uchodźców. W ten sposób firma realizuje jeden ze swoich najważniejszych celów, czyli wsparcie w dostępnie do edukacji i nowoczesnej techologii. Lenovo wsparło też akcję fundacji Nadzieja na Mundial, przekazując nagrody rzeczowe na XIII Mistrzostwa Polski i Mistrzostwa Ukrainy Dzieci z Domów Dziecka w Piłce Nożnej, które odbyły się w czerwcu 2022 r.

120

Fundacja **Leroy Merlin Polska** wkrótce po inwazji Rosji na Ukrainę uruchomiła projekt **POMOC DLA UKRAINY** dla uchodźców z Ukrainy. Projekt zakładał wsparcie finansowe i rzeczowe dla wszystkich organizacji, które wspierają uchodźców w Polsce oraz w Ukrainie (fundacje, gminy, kościoły, stowarzyszenia, szkoły). Wolontariusze z lokalnych sklepów i centrali firmy zgłaszali zapotrzebowanie na wsparcie lokalne przez zakup niezbędnych produktów lub przekazanie środków dla konkretnej organizacji. Były to takie produkty, jak: żywność, leki, ubrania termiczne, produkty z oferty LM potrzebne dla wojska i ludności cywilnej, wyposażenie punktów recepcyjnych i noclegowni. Fundacja pozyskiwała potrzebne produkty także od dostawców. Fundacji udało się wesprzeć 38 organizacji, niektóre wielokrotnie (52 darowizny). Łącznie Fundacja wydała na ten cel 358 008,00 zł. Na stałe Fundacja objęła swoim wsparciem noclegownię w Warszawie prowadzoną przez Fundację „Oczami Nieba", sierociniec dla ukraińskich dzieci w Kawęczynku prowadzony przez Fundację „Honor pomagania Dzieciom" oraz polską szkołę w Mościskach. Dzięki współpracy z innymi stowarzyszeniami i dostawcami przekazujemy również potrzebującym transporty z Humany, środki gospodarstwa domowego, żywność. Działania będą kontynuowane w 2023 r.

13000

W kwietniu 2022 r. Fundacja **Leroy Merlin Polska** uruchomiła projekt pod nazwą **Fundusz Solidarnościowy**. Jest to projekt pomocy uchodźcom z Ukrainy, który polega na rewitalizacji miejsc na ich pobyt w Polsce. Fundacja współpracuje z lokalnymi społecznościami, samorządami oraz organizacjami humanitarnymi. Beneficjentów poszukują wolontariusze Fundacji. Oni też koordynują projekty lokalnie. Dostarczają produkty do realizacji grantu oraz zapewniają obsługę montażystów z Leroy Merlin. Do końca roku Fundacja podpisała 35 umów grantowych na łączną kwotę 21 mln zł, zapewniając ok. 1500 miejsc dla uchodźców z Ukrainy. 12 z tych projektów zostało już ukończonych. Ukraińcy zamieszkali w lokalach. Projekt jest odpowiedzią na sytuację wojenną w Ukrainie. Fundacja na początku wspierała lokalne inicjatywy wolontariuszy Leroy Merlin związane z szybką, niezbędną pomocą na początku wojny, jak dostarczenie żywności, ubrań, leków, produktów niezbędnych dla ludności cywilnej i wojskowej w Polsce oraz Ukrainie. Kolejny krok wynikał z celów i sposobu działań Fundacji Leroy Merlin, która swoje działania opiera na projektach remontowych, co jest spójne z misją firmy Leroy – pomoc klientom w realizacji domów ich marzeń. Zauważając pojawiającą się potrzebę tworzenia miejsc dla uchodźców, Fundacja realizuje granty remontowe, które wspierają różne organizacje w pomaganiu Ukrainie. W 2023 r. kontynuujemy projekt.

13000

Lewiatan Holding w ramach działania **Solidarni z Ukrainą** przekazał pomoc wysokości 200 tys. zł na rzecz PCK, w tym 100 tys. zł darowizny finansowej oraz 100 tys. zł darowizny rzeczowej w postaci najbardziej potrzebnych produktów żywnościowych i higienicznych. We współpracy z Unilever Polska przekazano także paletę herbat. Fundacja PSH Lewiatan koordynowała zbiórkę żywności w blisko 1000 swoich sklepów, a w ponad 250 sklepach realizowano akcje na rzecz uchodźców. Firma brała udział w wysyłaniu transportów na granicę i z zagranicy, przygotowywaniu mieszkań lub udostępniania posiadanych lokali. W ramach akcji „Apteczka dla Ukrainy" przekazano wodę oraz chusteczki nawilżane.

80

Lidex w ramach działania **Solidarni z Ukrainą** zaangażował się w pomoc uchodźcom. Firma wsparła organizacje pomocowe (UNICEF, PAH), ale skoncentrowała się – ze względu na profil firmy – na wsparciu tłumaczeniowym. Realizowała tłumaczenia w programach telewizyjnych, ułatwiała dostęp do wiedzy i informacji, tłumaczyła dokumenty obywateli Ukrainy, zaangażowała się w tłumaczenie tworzonego przez ukraińskich lekarzy słownika na temat wyrobów medycznych i leków, wsparła tłumaczeniami organizacje pomocowe, we współpracy z Muzeum Śląskim stworzyła słowniczek polsko-ukraiński.

38

Od momentu wybuchu wojny **Lidl Polska** na bieżąco podejmował działania pomocowe dla Ukrainy za pośrednictwem m.in. Caritas Polska, Federacji Polskich Banków Żywności czy Polskiej Akcji Humanitarnej. Łącznie Grupa Schwarz, do której należy m.in. Lidl Polska, przeznaczyła na pomoc obywatelom Ukrainy ponad 47 mln zł. W sklepach Lidl nadal trwają zbiórki żywności na rzecz Ukrainy – do chwili obecnej zebrano ponad 850 ton artykułów. W celu ułatwienia komunikacji wprowadzono język ukraiński – do ogłoszeń rekrutacyjnych, do informacji na kasach samoobsługowych i na plakatach rozpowszechniających adres pomagamukrainie.gov.pl, pod którym obywatele Ukrainy mogą znaleźć informacje o formach wsparcia. Celem firmy była **pomoc obywatelom Ukrainy** w kryzysie uchodźczym. Efektywność działań mierzono przede wszystkim wielkością przekazanych darowizn finansowych i rzeczowych oraz sposobem ich rozdystrybuowania.

24000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Grupa L'Oréal, we współpracy z organizacjami pozarządowymi, wdrożyła plan działań na rzecz złagodzenia kryzysu humanitarnego i uchodźczego. Firma przekazała darowiznę w wysokości 5 mln euro dla organizacji pozarządowych wspierających obywateli Ukrainy (Czerwony Krzyż, agendy ONZ, UNICEF, PAH, La Strada). Ponadto przekazano około 400 tys. produktów higienicznych, jak żele pod prysznic, odżywki do włosów i dezodoranty, dla uchodźców w polskiej strefie granicznej. W ramach **Solidarności z Ukrainą** uruchomiono też mechanizmy wsparcia dla 326 pracowników z ukraińskiego oddziału firmy oraz ich rodzin. Otrzymali zakwaterowanie, niezbędne rzeczy i wszelkiego rodzaju wsparcie: prawne, psychologiczne, medyczne czy logistyczne. Pracownicy **L'Oréal Polska** nieśli pomoc uchodźcom w ramach wolontariatu. Od marca 2022 r. każdy pracownik mógł przeznaczyć 2 dni w miesiącu na pomoc poprzez zaangażowanie się w działania partnerów firmy z organizacji pozarządowych. Firma prowadziła też w swoich polskich placówkach zbiórki artykułów pierwszej potrzeby, których dystrybucją zajął się PCK.
W trosce o zdrowie psychiczne wszystkich pracowników L'Oréal przygotował webinaria z psychologiem dotyczące zdrowia emocjonalnego (np. radzenia sobie z lękiem). Kontynuowano też Program Pomocy dla Pracowników, który jest dostępny dla nich i członków ich rodzin w każdej chwili. Mogą oni skorzystać m.in. z porad psychologicznych, finansowych i prawnych.

1150

W obliczu wydarzeń w Ukrainie firma **LOTTE Wedel** podjęła działania pomocowe **My z Wami**, również dlatego, że bezpośrednio dotknęły one pracowników firmy. W pierwszej kolejności udzielono im bezzwrotnej zapomogi finansowej, przyznano dodatkowe dni urlopu, zorganizowano opiekę medyczną dla ich rodzin. Uruchomiono dla nich i ich rodzin konsultacje psychologiczne. Dzięki zbiórce zorganizowanej przez pracowników zebrano środki dla współpracowników z Ukrainy. W pierwszych dniach wojny dostarczono do punktów pobytowych stolicy i przy granicy, za pośrednictwem m.in. Urzędu Dzielnicy Praga-Południe w Warszawie czy Urzędu miasta stołecznego Warszawy, 12 ton słodyczy o wartości przekraczającej 300 tys. zł. Wsparcie rzeczowe otrzymały również: Bank Żywności SOS w Warszawie oraz Fundacja Dobrych Inicjatyw. Pracownicy mieli możliwość zawnioskowania o produkty i przekazania ich w wybrane przez siebie miejsce, dzięki czemu trafiono z pomocą również do mniejszych instytucji czy organizacji.

1300

Od początku wojny w Ukrainie **LPP** wspierało osoby dotknięte jej skutkami. Priorytetem było bezpieczeństwo ukraińskich pracowników i ich najbliższych. Spółka wsparła też finansowo i rzeczowo działania organizacji społecznych: okręgowych oddziałów PCK, Fundacji Gdańskiej i Polskiego Centrum Pomocy Międzynarodowej. Działania te miały na celu zapewnienie najpilniejszych potrzeb uchodźców przybywających do Polski oraz pozostających w Ukrainie, w tym zakwaterowania oraz pomocy psychologicznej i prawnej, koordynowanie wewnętrznych działań wolontariackich oraz transportu i zakwaterowania w krajach UE. Spółka przyłączała się też do zbiórki #Power4Ukraine ZPPHiU i projektu WoshWosh „Otwarte serca – otwarte szafy". Działania realizowane przez LPP, także te w partnerstwie z organizacjami społecznymi, miały na celu **zapewnienie bezpieczeństwa uchodźcom z Ukrainy** i pomoc w adaptacji do nowych warunków w obliczu konfliktu. W ramach pomocy o łącznej wartości ponad 20 mln zł LPP udzieliło wsparcia ok. 300 pracownicom i pracownikom z Ukrainy oraz ich bliskim, którzy zdecydowali się na przyjazd do Polski. Kwota wsparcia dla pracowników, obejmująca kwestie socjalne, zakwaterowanie, karty przedpłacone i vouchery na odzież, wyniosła ok. 3 mln zł. W ramach 20 mln zł firma przekazała ponadto 50 organizacjom ok. 300 tys. sztuk ubrań, które trafiły do ok. 50 tys. potrzebujących.

31808

Organizacja akcji pomocowej wynikającej z trwającego konfliktu zbrojnego toczącego się na terytorium Ukrainy rozpoczęła się na terenie spółki **Lubelski Węgiel Bogdanka** zaraz po informacji o rozpoczęciu działań wojennych. Warto zauważyć, że Bogdanka jest pierwszą dużą spółką od granicy z Ukrainą, więc znalazła się na pierwszej linii pomocy. **Pomoc dla uchodźców z Ukrainy** oraz osób pozostających w Ukrainie przewidziana została jako pakiet działań ściśle powiązanych z polityką zaangażowania społecznego spółki. Objęła wieloobszarową pomoc organizacyjną, materialną i finansową, udzielaną w ścisłej współpracy z instytucjami pomocowymi, wolontariuszami, samorządami i odpowiednimi służbami. Po spotkaniu przedstawicieli Fundacji Solidarni Górnicy, związków zawodowych, Klubu Honorowych Krwiodawców, pracowników działu Społecznej Odpowiedzialności i Zrównoważonego Rozwoju oraz Działu Komunikacji przygotowany został katalog działań pomocowych. W obliczu wydarzeń w Ukrainie i tragicznej sytuacji tamtejszej ludności, zwłaszcza kobiet i dzieci, spółka nie pozostała obojętna.

4761

Grupa **LUX MED** w niespełna 48 godzin od wybuchu wojny wprowadziła **pakiet Pomoc dla Ukrainy**, oferując pomoc medyczną dla uchodźców. Następnie wprowadzony został program wsparcia medycznego i zawodowego dla uchodźców, oparty na 3 filarach: pomocy doraźnej, leczeniu szpitalnym i rozwoju zawodowym. W ramach pomocy medycznej w ponad 270 centrach medycznych na terenie całego kraju świadczone są bezpłatne usługi medyczne. Pacjenci mogą kontynuować np. leczenie onkologiczne czy skorzystać ze specjalistycznej pomocy okulistycznej lub ortopedycznej w 14 szpitalach Grupy LUX MED. Grupa koordynuje także duży punkt medyczny w Ptak Warsaw Expo. W budynku hotelu Marriott w Warszawie stworzyła Centrum Medyczne dla Uchodźców, gdzie zatrudniony został personel medyczny z Ukrainy. Projekt jest finansowany przez firmę Bupa, właściciela Grupy LUX MED. Do tej pory Grupa LUX MED wsparła ponad 166 tys. osób, realizując ponad 300 tys. usług medycznych. Działania realizowane są głównie przez Fundację LUX MED im. dr Joanny Perkowicz.

20000

Akcja pracownicza **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego**, przekształcona w ustrukturyzowane działanie, przyjęła 2 sposoby wsparcia. Jednym z nich było zbieranie pieniędzy na realizację potrzeb osób przybyłych do Krakowa. Wpłaty dokonywane przez pracowników oraz kooperantów spółki były zbierane na jednym koncie, a następnie zostały przekazane jednej z organizacji pomagającej uchodźcom. Drugim sposobem wsparcia była pomoc rzeczowa – zbiórka darów: nowych przedmiotów, odzieży i żywności, które przekazane zostały osobom poszkodowanym w konflikcie oraz mieszkańcom Ukrainy. W lutym 2022 r., zaraz po wybuchu konfliktu za naszą wschodnią granicą, pracownicy i zarząd MARR spontanicznie rozpoczęli **wspieranie uchodźców z Ukrainy**. Zaangażowanie dotyczyło zarówno pracowników, którzy przekazali pieniądze i zakupili wiele potrzebnych przedmiotów, jak i zasobów spółki, która na potrzeby akcji udostępniła samochód dostawczy oraz przestrzeń magazynową w jednym ze swoich obiektów. Dodatkowo poprzez kanały informacyjne Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego przekazywane były zainteresowanym kontakty do osób i organizacji, które odpowiedzialne są za pomoc w tej drastycznej dla uchodźców sytuacji. Osoby odpowiedzialne za informację zadbały o to, aby przekazywane informacje były rzetelne i sprawdzone.

186

Many Mornings zareagowało na wybuch wojny w Ukrainie. W ramach akcji **#StandWithUkraine** firma wsparła finansowo organizacje niosące pomoc humanitarną zarówno na terenach bezpośredniego konfliktu, jak i w graniach Polski. Łącznie w ramach darowizn zostało przekazanych 81 370 zł dla: The Hospitallers, Fundacji Ocalenie, Fundacji Dobrych Inicjatyw, Fundacji „W Człowieku Widzieć Brata" i Stowarzyszenia Społecznie Zaangażowani. W wolontariat zaangażowali się też pracownicy firmy. Ponadto do ośrodków i prywatnych domów trafiły darowizny rzeczowe w postaci 7700 par skarpet. Powstał specjalny produkt-cegiełka „Stand With Ukraine", z którego zyski przekazano na wsparcie organizacji partnerskich.

35

mBank w ramach akcji **mBank wspiera Ukrainę** ułatwia przekazywanie darowizn na rzecz Ukrainy. Nawiązał współpracę z Polskim Centrum Pomocy Międzynarodowej (PCPM). Klienci mogli łatwo przekazać wpłatę na PCPM za pomocą specjalnego przycisku w bankowości internetowej i w aplikacji mobilnej mBanku. Każdy może to zrobić na stronie www.mbank.pl/ukraina. Dodatkowo mBank zapewnił opiekę uchodźcom oraz edukację ukraińskim dzieciom w Polsce. Wspólnie z PCPM otworzył Centrum edukacyjno-kreatywne w Warszawie. W tej samej lokalizacji działa też ukraińska szkoła Materynka, z ośmioma klasami. Ponadto mBank zorganizował tymczasowe miejsce pobytu dla uchodźców z Ukrainy w Warszawie i Zbeninach. W działania te zaangażowali się wolontariusze z mBanku. Klienci mBanku przekazali na rzecz PCPM niemal 13,8 mln zł (dane na koniec 2022 r). PCPM przeznacza je na pomoc humanitarną na terenie Ukrainy, pomoc uchodźcom w Polsce, wsparcie dzieci ukraińskich w edukacji, a także na odbudowę zniszczonych ukraińskich miast, szkół, szpitali i pozostałej infrastruktury krytycznej. Z Centrum edukacyjno-kreatywnego PCPM i mBanku codziennie korzysta kilkadziesiąt dzieci. W zajęciach prowadzonych przez szkołę Materynka bierze udział ok. 120 uczniów. W tymczasowych miejscach pobytu zorganizowanych przez mBank schronienie znalazło ponad 60 uchodźców.

7000

Czy można nauczyć się języka polskiego w 3 miesiące? Tyle czasu wystarczyło 64 osobom z Ukrainy, by poznać nasz język na poziomie komunikatywnym. Od maja do grudnia 2022 r. firma **Merck**, we współpracy z Fundacją Teach for Poland i Fundacją Umbrella, działającą w Centrum Sektor 3, zorganizowała we Wrocławiu 2 edycje bezpłatnych **kursów języka polskiego dla uchodźców z Ukrainy**. Pierwsza edycja miała być przeznaczona dla osób dorosłych, jednak do zajęć dołączyły także dzieci, które od września podjęły naukę w polskich szkołach. Lekcje prowadzone były przez doświadczone nauczycielki z Ukrainy, a zapisy były otwarte dla wszystkich zainteresowanych. Do pierwszej edycji kursu zgłosiło się 96 osób, z czego 64 ukończyły go na poziomie A1 lub A2. 75% uczestników kursu znalazło dzięki niemu pracę, a 30% pochwaliło się przy rekrutacji uzyskanym certyfikatem ukończenia kursu. Do kursu dołączyło 25 dzieci i nastolatków, które idąc później do polskiej szkoły, czuły się pewniej. Do drugiej edycji również zgłosiło się 96 osób, z czego 73 zakończyły kurs na poziomie A1, a 70% chciałoby go kontynuować. 90% uczestników potwierdziło, że nauka języka pomogła im w znalezieniu pracy. Celem firmy Merck była pomoc uchodźcom w zaaklimatyzowaniu się w naszym kraju oraz znalezieniu pracy.

150

Merck zareagował na **potrzeby ukraińskich pacjentów**. Jednym z wyzwań, z jakimi mierzą się przebywający w Polsce pacjenci z Ukrainy, jest dostęp do aktualnych informacji po ukraińsku o lekach wydawanych na receptę. Firma zdecydowała się dołączyć do inicjatywy EFPIA, która we współpracy z firmą GS1 wprowadziła specjalną bezpłatną aplikację umożliwiającą szybki i bezpośredni dostęp do ulotek dla pacjentów. Po zeskanowaniu dostępnego na opakowaniu leku kodu DataMatrix pacjent otrzymuje dostęp do informacji po ukraińsku. Firma opracowała ulotki dostarczanych produktów leczniczych w języku ukraińskim i zintegrowała je z aplikacją. Na bieżąco aktualizuje zawarte w nich informacje zgodnie z wprowadzanymi zmianami rejestracyjnymi.

150

Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice zrealizował akcję **Pomoc Ukrainie #PROSTOzKRAKOWA** kierowaną do osób uchodźczych z Ukrainy. Przygotowano m.in. materiały i komunikaty informacyjne w języku ukraińskim, a przy współpracy ze

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

spółkami zależnymi zapewniono podróżnym posiłki i napoje, środki higieny i ochrony osobistej, usługi zabezpieczenia lub zapewnienia bagażu. Finansowano też międzynarodowe rozmowy telefoniczne. Dla najmłodszych przygotowano w terminalu strefę bajek w języku ukraińskim oraz zajęcia warsztatowe. Spółka udostępniła również swój budynek w gminie Morawica na potrzeby tymczasowego lokum rodzin uchodźczych oraz wsparła finansowo i materialnie lokalne zbiórki pomocowe.

689

Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** przygotowała **Przewodnik po ustawie o pomocy obywatelom Ukrainy**. Przewodnik był dostępny zarówno w języku polskim, jak i ukraińskim. W ten sposób kancelaria ułatwiła obywatelom Ukrainy zapoznanie się z nowymi przepisami i szybsze skorzystanie z przysługujących im świadczeń.

8

Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** zorganizowała **zbiórkę na obiady dla dzieci z Ukrainy**. Każdy członek zespołu, wspólnicy i pracownicy, dołożył swoją cegiełkę. Udało się zebrać 5100 zł, co pozwoliło ufundować 18 dzieciom obiady do końca roku szkolnego.

8

W ramach projektu **Otwarte serca, otwarte szafy**, którego **MODIVO** było partnerem, we wszystkich sklepach stacjonarnych Grupy MODIVO w Polsce (czyli eobuwie.pl i MODIVO) przez 2 tygodnie (14–28 marca 2022 r.) prowadzone były zbiórki odzieży i obuwia. Akcja zaangażowała nie tylko klientów – do inicjatywy włączyli się również pracownicy spółki, którzy zbierali rzeczy dla potrzebujących w biurach w Zielonej Górze, Wrocławiu oraz Warszawie. Zebrane artykuły zostały odświeżone i poddane dezynfekcji przez firmę WoshWosh, a następnie przekazane na rzecz potrzebujących uchodźców z Ukrainy. Celem współpracy z WoshWosh było dbanie o środowisko i realizowanie założeń gospodarki o obiegu zamkniętym w połączeniu z działaniami pomocowymi, a także realizowanie celów strategii ESG.GO.25 Grupy CCC (cel do 2025: Zbiórka obuwia używanego – rozszerzenie programu do 100% sklepów w Polsce i za granicą) oraz celów CSR MODIVO SA. Zbierane były produkty zadbane, które po odświeżeniu zostały ponownie wykorzystane. Zgromadzone artykuły przekazano ponad 30 organizacjom zajmującym się dystrybucją pomocy ofiarom wojny w Ukrainie. Produkty zbierano we wszystkich 26 sklepach eobuwie.pl i MODIVO i dano drugie życie niemal 130 tys. par butów i ubrań.

3000

MODIVO podjęło działania mające na celu **wsparcie uchodźców wojennych, pracowników z Ukrainy** i ich rodzin. Firma m.in. zorganizowała dla pracowników hub informacyjny, zapewniła pomoc mieszkaniową, prawną i psychologiczną oraz wsparcie finansowe. Spółka przekazała produkty techniczne i medyczne osobom wyjeżdżającym na wojnę. Podjęła współpracę z Urzędem Marszałkowskim Województwa Lubuskiego na rzecz pomocy uchodźcom oraz wsparła darowiznami finansowymi i rzeczowymi lokalne, ogólnopolskie i globalne fundacje i organizacje zajmujące się dystrybucją pomocy (np. PAH). Dodatkowo spółka przekazała na rzecz potrzebujących część dochodów ze sprzedaży produktów marki Rage Age. Wysokość pomocy finansowej w pierwszych 3 miesiącach wojny wyniosła ok. 640 tys. zł (były to m.in. darowizny 250 tys. zł na PAH czy dochód ze sprzedaży produktów marki własnej Rage Age z 9–10 marca 2022 r. na rzecz Polskiej Misji Medycznej w wysokości 24 834,99 zł). Pomoc rzeczowa składała się m.in. z ubrań, butów, śpiworów, środków czystości, leków, miejsc noclegowych i trafiła do niemal 20 organizacji. Pomoc niematerialna dotyczyła m.in. wsparcia prawnego i psychologicznego, pomocy w znalezieniu zatrudnienia i organizacji miejsca do zamieszkania oraz innego wsparcia (webinary i szkolenia dla pracowników). Wsparcie MODIVO SA jest długofalowe, ponieważ firma solidaryzuje się z osobami, które cierpią przez wojnę w Ukrainie.

3000

Od pierwszych dni wojny w Ukrainie **Nationale-Nederlanden** podejmowało działania mające na celu **wsparcie psychologiczne, materialne oraz finansowe obywateli Ukrainy**. Firma przekazała darowiznę Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę, dzięki której możliwe było zrealizowanie ukraińskiej wersji programu „Sieciaki.pl". Celem projektu jest edukacja dzieci w zakresie bezpiecznego korzystania z internetu. Ubezpieczyciel przekazał również darowizny dla PIU, PAH, Alivii oraz SOS Wioski Dziecięce. Wielu pracowników firmy pomagało w ramach wolontariatu, organizując się indywidualnie lub zespołowo. Przeprowadzali zbiórki potrzebnych rzeczy, a także pracowali jako wolontariusze w punktach wsparcia. Konieczność podjęcia działań na rzecz pomocy Ukrainie oraz jej obywatelom było bezsporne. Już w pierwszych dniach w Nationale-Nederlanden zapadły decyzje, w jaki sposób firma może udzielić wsparcia uchodźcom, a także osobom, które zostały w kraju objętym wojną. Dzięki przekazanym środkom finansowym oraz akcjom wolontariuszy udało się pomóc wielu najbardziej potrzebującym – m.in. dzieciom, kobietom i osobom starszym.

839

W odpowiedzi na kryzys wywołany wojną w Ukrainie firma **Natura** wraz z Pelion zapewniły **pomoc dla ukraińskiej projektantki mody**, Olgi Solovey, która przez 16 lat prowadziła pracownię mody we Lwowie. W Polsce, dzięki wsparciu wolontariuszy, Olga znalazła dach nad głową w punkcie pomocy w Łodzi uruchomionym przez Pelion. Wiadomość o talencie Olgi dotarła do spółki Natura, która zaproponowała Oldze stworzenie kolekcji ręcznie malowanych ubrań na finał Konkursu Miss Polonia 2022. W zaledwie kilka tygodni Olga zaprojektowała i uszyła 10 wyjątkowych kreacji. Dochód uzyskany z ich sprzedaży trafił na szczytny cel – pomoc dla dzieci z Ukrainy będących pod opieką Domu Dziecka nr 1 w Łodzi. Dzięki przekazanemu przez Naturę wsparciu pochodzącemu z charytatywnej aukcji podczas finału Konkursu Miss Polonia 2022 oraz zbiórki publicznej przeprowadzonej na portalu Siepomaga.pl, 20 podopiecznych Domu Dziecka nr 1 w Łodzi ze szczególnymi potrzebami zdrowotnymi pojechało na wakacyjny turnus rehabilitacyjny. Dla Olgi spotkanie z dziećmi z jej rodzinnego kraju i możliwość rozmowy z nimi w ojczystym języku miały szczególne znaczenie. Każde dziecko otrzymało na pamiątkę zdjęcie z autografem Miss Polonia 2022 i Olgi. Dzieci z Ukrainy także przygotowały pamiątkowe obrazki. Od lipca 2022 r., dzięki pomocy Pelion i Natury, Olga rozwija swój talent w pracowni na OFF Piotrkowska w Łodzi.

1200

W odpowiedzi na kryzys wywołany wojną w Ukrainie należąca do Pelion spółka **Natura** uruchomiła **platformę pomocową Solidarni z Ukrainą**. Platforma powstała, aby skupić w jednym miejscu wszystkie najbardziej potrzebne informacje dla osób, które schroniły się w Polsce przed wojną w Ukrainie. Nad rozwojem platformy i bieżącym aktualizowaniem treści na stronie tak, aby jak najpełniej odpowiadały na wszystkie potrzeby Ukrainek i Ukraińców trafiających do Polski, czuwała mieszkająca od kilku lat w Polsce Ukrainka. Choć sama przyjechała do Łodzi z Odessy na studia w 2018 r., doskonale wiedziała, jakie są potrzeby uchodźców. Na stronie znalazło się m.in. ponad 100 ofert pracy z całej Polski, interaktywna mapa z punktami pomocy, miejsca, w których można było otrzymać numer PESEL, samouczek języka polskiego do pobrania na telefon, oferta bezpłatnych telekonsultacji medycznych w języku ukraińskim czy porady prawne. Oferta pomocy była cały czas poszerzana o nowe informacje. Wiele ofert pracy skierowanych było do kobiet, bowiem to Ukrainki stanowiły większość osób przyjeżdżających do Polski. Pracę oferowała im m.in. sieć drogerii Natura. Panie mogły znaleźć pracę w kilkunastu drogeriach na terenie całej Polski lub w magazynie w Błoniu przy pakowaniu kosmetyków.

1200

W odpowiedzi na kryzys wywołany wojną w Ukrainie należąca do Pelion spółka **Natura** przygotowała dla uchodźców **boxy z artykułami higieny osobistej**. Każdy członek Klubu Natura mógł przekazać paczkę o wartości 89,99 zł, opłacając jedynie koszty pakowania i przesyłki w cenie 19,99 zł. Aby wziąć udział w akcji, wystarczyło być członkiem Klubu Natura, wypełnić formularz zgłoszeniowy na stronie www.klubnatura.pl, pobrać jednorazowy kod, który uprawniał do zakupu paczki ze zniżką na stronie www.drogerienatura.pl i tam zrealizować zakup, opłacając jedynie koszty dostawy. Box był wysyłany pod wskazany przez darczyńcę adres. W formularzu każdy członek Klubu Natura musiał zadeklarować, komu przekaże box. Jeśli była to osoba prywatna, należało opisać historię osoby lub rodziny, do których pomoc miała zostać skierowana. Jeśli ktoś chciał pomóc, ale nie znał osobiście nikogo, kto przyjechał z Ukrainy, mógł zanieść box do dowolnego punktu pomocy czy punktu recepcyjnego. Lista takich miejsc była publikowana na stronie https://klubnatura.pl/pages/solidarni-z-ukraina. W akcję włączyło się kilkaset osób, które przekazały paczki potrzebującym z Ukrainy – zarówno osobom indywidualnym, jak i rodzinom.

1200

Nestlé Polska od początku rosyjskiej agresji solidaryzuje się z narodem ukraińskim. W pierwszym okresie była to pomoc humanitarna – dotycząca zapewnienia bezpieczeństwa pracowników Nestlé i ich rodzin przybywających do Polski, a także dostarczenia niezbędnej żywności dla uchodźców. Wsparcie produktowe jest kontynuowane we współpracy z zaufanymi organizacjami. Dodatkowo firma, chcąc wspierać Ukraińców przebywających w Polsce, w ramach realizowanych programów edukacyjnych wprowadza działania skierowane właśnie do tej grupy osób. Nestlé Polska we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości realizują program adresowany do ukraińskiej młodzieży przebywającej w Polsce. Inicjatywa ma na celu wzmocnienie kompetencji na polskim rynku pracy. W pierwszym etapie warszawskie biuro główne Nestlé odwiedziła w grudniu grupa 30 młodych ludzi. Uczestniczyli w praktycznych, prowadzących przez specjalistów firmy **warsztatach dla młodzieży**, obejmujących m.in. trening udziału w procesie rekrutacji, a także zajęcia skoncentrowane na rozwoju kompetencji pomagających świadomie kierować swoim rozwojem.

5500

Ważną częścią wsparcia udzielanego przez **Nestlé Polska** stały się zarówno **darowizny produktowe jak i finansowe na rzecz obywateli Ukrainy**. Pomoc przekazywano na rzecz osób znajdujących się na terytorium ogarniętego wojną kraju oraz uchodźców przebywających w Polsce. Pomocy udzielano we współpracy z administracją centralną: Rządową Agencją Rezerw Strategicznych, oraz NGO: Caritas Polska, Polskim Czerwonym Krzyżem, Fundacją Wsparcia Ratownictwa RK, Federacją Polskich Banków Żywności, Fundacją VIVA! i partnerami lokalnymi. Pracownicy Nestlé angażują się w wolontariat Caritas. Nestlé Polska przekazało zarówno donacje finansowe, jak i ponad 1000 ton produktów żywnościowych. Wśród najbardziej potrzebnych znalazły się: woda butelkowana, dania typu instant, kawa rozpuszczalna, produkty dla dzieci i mleka modyfikowane dla najmłodszych, produkty kulinarne czy słodycze, a także karma dla zwierząt. Wartość udzielonej przez Nestlé Polska pomocy w 2022 r. wyniosła ponad 22,5 mln zł. W ramach wolontariatu pracownicy pomagali w najróżniejszych pracach, m.in. pakowaniu paczek dla uchodźców.

5500

Nestlé Polska wsparła bezpośrednio ponad 1000 osób – pracowników wraz z rodzinami, aranżując im transport, zakwaterowanie, wsparcie psychologiczne i prawne, przestrzeń do pracy czy miejsce do zabawy dla dzieci. W pierwszych dniach wojny uruchomiono infolinię w języku ukraiń-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

skim dla pracowników uciekających z Ukrainy, która służyła do organizowania potrzebnej pomocy. W pomoc zaangażowali się pracownicy we wszystkich lokalizacjach firmy w Polsce. Uruchomiono 2 **punkty recepcyjne i noclegowe** w fabryce w Rzeszowie i biurze głównym w Warszawie. Pomocą służyła Grupa Wsparcia Koleżeńskiego, licząca kilkuset pracowników Nestlé Polska z całego kraju, która oferowała zakwaterowanie w swoich domach, organizowała czas dzieciom i dorosłym, prowadziła zbiórki żywności, ubrań, leków, zabawek, wspierała przy zapisach dzieci do przedszkoli i szkół. Sale konferencyjne w Rzeszowie i Warszawie zostały zaadaptowane na punkty recepcyjne i tymczasowego pobytu dla pracowników z Nestlé w Ukrainie. Zapewniono żywność dla niemowląt, dzieci i dorosłych, wodę, kawę, słodycze, karmę dla zwierząt, artykuły higieniczne, kosmetyki, ręczniki, ubrania. W warszawskim biurze zaaranżowano salkę dla dzieci z opiekunką mówiącą po ukraińsku, udostępniono miejsce i sprzęt do nauki (np. laptopy).

5500

Centra Handlowe Auchan zarządzane przez **Nhood Polska** wspierały uchodźców z Ukrainy, którzy od lutego 2022 r. szukali schronienia w Polsce. Centrum Handlowe Auchan Krasne we współpracy z hipermarketem Auchan w jednym z lokali zorganizowało punkt odpoczynku dla uchodźców. Galeria Łomianki utworzyła specjalne stanowisko pod nazwą „Łomiankowska szafa", gdzie uchodźcy mogli bezpłatnie wybrać dla siebie ubrania. Obiekt włączył się również w lokalną akcję „Łomianki robią kanapki dla Ukrainy". Ponadto prawie 20 Centrów Handlowych Auchan w całym kraju wspólnie z organizacjami pozarządowymi prowadziło zbiórki żywności, środków higienicznych i innych potrzebnych produktów. Wszystkie **akcje wsparcia uchodźców z Ukrainy** były realizowane przez zarządzane przez Nhood Polska centra i galerie handlowe we współpracy z samorządami i organizacjami pożytku społecznego. W zbiórki darów czy robienie kanapek angażowali się również pracownicy centrali firmy w Warszawie. Dzięki wsparciu organizacji pozarządowych i pożytku społecznego produkty trafiły do potrzebujących.

80

Nowy Styl w ramach gestu solidarności z Ukrainą podjął decyzję o wycofaniu się z rynku rosyjskiego. Stworzył również specjalny **fundusz pomocy ukraińskim pracownikom i ich rodzinom**. Dodatkowo zorganizowano zbiórkę pracowniczą, dzięki której Nowy Styl zakupił środki pierwszej potrzeby, a następnie dostarczył je do Charkowa i rozdysponował wśród ukraińskich pracowników.

6883

W 2022 r. w ramach **działań związanych z pomocą Ukrainie** wolontariusze Fundacji **Orange Polska** skoncentrowali się na pomocy osobom uciekającym przed wojną w Ukrainie. Podjęli takie działania, jak: pomoc na granicy, na dworcach, w miejscach pobytu uchodźców. Wolontariusze gościli w swoich domach osoby i rodziny z Ukrainy oraz organizowali inną pomoc, korzystając ze środków w ramach grantów od Fundacji Orange. W Fundacji została uruchomiona specjalna edycja programu grantowego. Wolontariusze zrealizowali 160 grantów. Dodatkowo Fundacja Orange przyznała pomoc finansową wolontariuszom, którzy gościli w swoich domach rodziny z Ukrainy – przyznano 75 takich dofinansowań. Po pierwszej fali pomocy przyszedł etap pomocy długofalowej. Fundacja Orange sfinansowała 12 takich projektów. Były to granty w wysokości od 20 tys. do 50 tys. zł przeznaczone na wsparcie inicjatyw na rzecz integracji społecznej wokół kryzysu humanitarnego, które miały na celu sprawienie, aby osoby, które znalazły w Polsce schronienie przed wojną, mogły stać się częścią społeczności, do których trafiły. W ramach projektów zostały sfinansowane: kursy i warsztaty dla mam z Ukrainy (szycia, księgowości), aby mogły znaleźć w Polsce pracę, kursy nauki języka polskiego, warsztaty artystyczne, kulinarne i taneczne dla dzieci, rajdy rowerowe, pikniki, koncerty i kino plenerowe, zwiedzanie miast, pomoc psychologiczna.

10880

Fundacja **Orange Polska**, która działa w obszarze edukacji, podjęła szereg działań, aby wesprzeć osoby z Ukrainy – szczególnie dzieci. Do najważniejszych należą **dyżury w telefonie zaufania 116 111**, pod którym młode osoby z Ukrainy przebywające w Polsce mogą bezpłatnie porozmawiać o wszystkim, co je niepokoi i martwi. Dyżury prowadzone są w języku ukraińskim i rosyjskim przez psycholożki z Ukrainy. Inicjatywa realizowana jest z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę. Fundacja Orange Polska przeprowadziła także inne działania. Wsparła działanie szkoły online, tak aby dzieci uczyły się w ukraińskim systemie nauczania. Umożliwiła naukę języka polskiego we współpracy z Ukraińskim Domem w Warszawie. Zorganizowała webinary na temat wojny. Podczas dyżurów telefonu zaufania 116 111 psycholożki od czerwca do grudnia 2022 r. odpowiedziały na ponad tysiąc zgłoszeń od dzieci i młodzieży z Ukrainy. Młode osoby dzieliły się swoimi obawami dotyczącymi wojny, tęsknoty za rodziną, uczuciem samotności w nowym miejscu. Fundacja uznała, że wsparcie zdrowia psychicznego pozwoli zmniejszyć traumy najmłodszych Ukraińców i pozwoli im na integrację w nowym kraju. Dyżury pod numerem 116 111 będą kontynuowane. W zajęciach szkoły online udział wzięły setki dzieci, a 240 osób skorzystało z nauki języka polskiego w Domu Ukraińskim.

10880

Orange Polska realizował praktykę **Orange dla NGO pomagających Ukrainie**. Dostęp do informacji i dobra łączność stały się kluczowe dla wielu organizacji i ośrodków pomocy tworzonych przez władze lokalne, które pomagały uchodźcom z Ukrainy. Dużym zainteresowaniem cieszyły się telefony, karty SIM, routery, wirtualne centralki czy infolinie, które pomagały sprawnie zarządzać zbiórkami darów, transportami, wolontariuszami czy ustaleniami dotyczącymi zakwaterowania. Firma nawiązała współpracę z Polską Akcją Humanitarną, dostarczając pomoc technologiczną, sprzętową i usługową dla zorganizowanych centrów zarządzania kryzysowego. Współpracuje z Domem Ukraińskim, gdzie współstworzyła centrum zarządzania kryzysowego. Ponad 50 organizacji pozarządowych i samorządów otrzymało ponad 8000 kart SIM dających dostęp do bezpłatnych usług, ponad 1000 telefonów i 30 routerów mobilnych. Dzięki usługom firmy

powstały ośrodki pomocy prawnej, socjalnej czy psychologicznej. Obecnie pomoc zmieniła charakter i odpowiada na aktualne potrzeby organizacji zajmujących się pomocą dla uchodźców i uchodźczyń z Ukrainy.

10880

Orange Polska zapewniło działania sieci i dystrybucję polskich kart SIM z bezpłatnymi usługami na granicy polsko-ukraińskiej w ramach działania **jesteśmy z Wami - oferta dla uchodźców/czyń z Ukrainy**. Dla osób przekraczających granicę bardzo ważny stał się dostęp do informacji i możliwość pozostawania w kontakcie z bliskimi. Firma uruchomiła specjalną ofertę bezpłatnych połączeń na Ukrainę oraz darmowe usługi roamingowe. W celu zapewnienia dobrej łączności i sprawnego dostępu do internetu konieczne było wzmocnienie i doposażenie sieci, dlatego w pobliżu terenów przygranicznych zbudowano 6 mobilnych stacji bazowych oraz zwiększono przepustowość. Orange zapewniał dodatkowy dostęp na dworcach kolejowych i w innych punktach informacyjnych, które potrzebowały bezpłatnego Wi-Fi, oraz w punktach, które przyjmowały uchodźców i udzielały im pierwszej pomocy i zakwaterowania. Firma uruchomiła ponad 25 hotspotów. Pracownicy Orange byli na granicach od pierwszych dni wojny, aby rozdawać darmowe karty SIM. Działały również specjalne zespoły wolontariuszy rejestratorów kart. Do końca 2022 r. rozdano ponad 1,2 mln kart.

10880

Firma **Panattoni** podjęła natychmiastowe działania w związku z wybuchem wojny – udostępniła powierzchnie przemysłowe firmom ukraińskim, umożliwiając relokację zasobów. **Działania na rzecz społeczeństwa ukraińskiego** trwały przez cały rok. W pierwszych godzinach zorganizowano zbiórki, przygotowano i dostarczano pożywienie dla uchodźców (wolontariat). Wsparto finansowo organizacje pomocowe, m.in. Fundację Leny Grochowskiej oraz PAH. W zbieranie funduszy dla PAH byli zaangażowani pracownicy Panattoni uczestniczący w charytatywnym rajdzie rowerowym. Podczas corocznej Gali Panattoni zorganizowano aukcję charytatywną, a dochód uzyskany z licytacji dzieł polskich artystów przekazano również PAH. 24 lutego 2022 r. zmienił tę część świata na zawsze. Pomoc dla Ukrainy to nie kategoria dobrej praktyki, ale obowiązek i przyzwoitość. Działania Panattoni trwały niemalże cały rok. Kwota, którą udało się przekazać w ramach wsparcia Ukrainy, to 140 tys. euro. Jednak to, co najważniejsze, i co zasługuje na wyróżnienie, to zaangażowanie pracowników – od drobnych gestów, telefonów, zbiórek, przygotowywania posiłków i przede wszystkim ich dostarczania, przez organizację akcji krwiodawstwa krwi, do której dołączyła szersza społeczność, po uczestnictwo i zaangażowanie w międzynarodowych charytatywnych rajdach i dostarczenie bazy logistycznej pod relokacje firm ukraińskich i na potrzeby NGO.

500

W odpowiedzi na kryzys wywołany wojną w Ukrainie **Pelion** wraz ze swoją spółką-córką Daruma uruchomił obok swojej siedziby w Łodzi **punkt pomocy dla przymusowych migrantów z Ukrainy**. W organizację punktu aktywnie włączyli się pracownicy spółek Pelion, którzy w kilka dni zorganizowali zbiórkę artykułów higienicznych, środków czystości, ubrań, produktów spożywczych oraz zabawek. Z pomocą przyszli też inni przedsiębiorcy, którzy pomogli w wyposażeniu punktu w pościel, ręczniki, nakładki na materace oraz mały sprzęt AGD. Kilkanaście osób z Ukrainy znalazło schronienie w należącym do firmy ośrodku wczasowym w Zawoi. W punkcie w Łodzi znalazło schronienie blisko 50 osób, w tym dzieci. Goście mieli do dyspozycji 10 pokoi, dwie łazienki, kuchnię z wyposażeniem, pralnię z prasowalnią, telewizję oraz pokój zabaw dla najmłodszych. Firma pomogła również w zapewnieniu całodziennego wyżywienia, także w weekendy. Dodatkowo, dzięki działającej obok punktu przychodni POZ Dimedic, uchodźcy mieli zagwarantowaną bezpłatną opiekę medyczną w języku ukraińskim. Mogli również korzystać z konsultacji telefonicznych oraz porad online na stronie www.onlayn-likar.com. Punkt pomocy miał charakter tymczasowego miejsca pobytu, ale każda z osób, które się zgłosiły, otrzymała niezbędną pomoc i dach nad głową tak długo, jak było to potrzebne.

11500

W obliczu wojny w Ukrainie spółki **Pelion** uruchomiły wielokanałową **pomoc dla Ukrainy i osób w kryzysie uchodźczym**: lekarską, psychologiczną, finansową i rzeczową. Teleporady w języku ukraińskim świadczone przez lekarzy przychodni Dimedic 7 dni w tygodniu, punkt pomocowy z 50 miejscami noclegowymi dla uchodźców, boxy z artykułami higieniczno--kosmetycznymi od Natury, zbiórki pieniężne i rzeczowe organizowane przy wsparciu DOZ Fundacji dbam o zdrowie, transporty humanitarne czy uruchomiony przez epruf we współpracy z amerykańską organizacją humanitarną Direct Relief program wsparcia w zakupie leków dla przymusowych migrantów z Ukrainy przebywających w Polsce Health4Ukraine to kluczowe formy wsparcia, jakiego udzieliły spółki Pelion. Moralnym obowiązkiem Pelion, która od 33 lat wypełnia misję dbania o jakość i długość życia, jest wsparcie osób w kryzysie uchodźczym i odpowiedź na najbardziej podstawową ludzką potrzebę, jaką jest zachowanie zdrowia. Za sprawą wsparcia finansowego otrzymanego od darczyńców (m.in. Direct Relief, Polskiego Czerwonego Krzyża oraz Fundacji ING Dzieciom) ponad 170 tys. obywateli Ukrainy otrzymało dofinansowanie do zakupu leków w postaci elektronicznych kodów, każdy o wartości 500 zł, do wykorzystania na zakupy we wszystkich aptekach na terenie Polski. Skala potrzeb cały czas jest ogromna, dlatego spółki Pelion włączają się w długofalowe działania na rzecz Ukrainy i osób w kryzysie uchodźczym.

11500

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Od pierwszych chwil agresji Rosji na Ukrainę **PKO Bank Polski** zaangażował się w **pomoc dla Ukrainy**. Jako pierwszy bank w kraju zainicjował akcję #PomocdlaUkrainy i powszechną zbiórkę pieniędzy dla osób cierpiących z powodu wojny w Ukrainie. Zebrane środki trafiały bezpośrednio do wyspecjalizowanych organizacji w Polsce i Ukrainie, a przeznaczane były głównie na organizację transportu i zakwaterowania, zapewnienie pomocy medycznej, prawnej i psychologicznej oraz opiekę nad dziećmi i zaspokajanie innych bieżących potrzeb. Ponadto bank zaproponował Ukraińcom pomoc w korzystaniu z podstawowych usług bankowych na terenie Polski. Bankowi wolontariusze angażowali się w różne formy pomocy. W ciągu kilku dni od rozpoczęcia zbiórki na konto bankowej fundacji wpłynęły 3 mln zł, a bank do tej kwoty dołoży dodatkowe 3 mln zł. Łącznie w 2022 r. bank wraz ze swoją Fundacją przekazał na działania pomocowe dla uchodźców 12 mln zł z budżetu Fundacji, oraz 8 mln zł pochodzących z dobrowolnych wpłat na konto Fundacji. Bank otworzył dla Ukraińców 323 tys. rachunków w specjalnej ofercie. Jako jedyny w Polsce umożliwił również wymianę hrywny na złote po kursie ustalonym przez Narodowy Bank Ukrainy. W ramach programu 103 tys. obywateli Ukrainy dokonało wymiany 728 mln hrywien. Bank zapewnił też pomoc dla prawie 900 pracowników swojej ukraińskiej spółki Kredobank.

22000

Polenergia w ramach działania **Godna praca dla uchodźczyń wojennych z Ukrainy** zapewniła godną pracę dla 7 ukraińskich kobiet psycholożek, recepcjonistek i animatorek, które pracują z ukraińskimi dziećmi w dziennym punkcie opieki psychologicznej dla dzieci w Mazowieckim Centrum Neuropsychiatrii w Warszawie. Firma sfinansowała stanowisko pracy dla ukraińskiej trenerki zapaśniczek w Klubie Sportowym „Bloczek Team" z Pelplina oraz dofinansowała stanowiska pracy dla Ukrainek w Pucku i Nowej Sarzynie. Finansowanie będzie kontynuowane w 2023 r.

232

Grupa **Polenergia** włączyła się w **organizację pomocy wojennym uchodźcom z Ukrainy**. Firma przekazywała wsparcie doraźne oraz rozpoczęła organizację bezpiecznego dachu nad głową. Wewnątrz Grupy wyszukiwana jest możliwość zatrudnienia, by zaoferować uchodźcom godną pracę. W celu lepszej komunikacji działań została stworzona wewnętrzna strona internetowa #solidarnizUkrainą (polenergia.pl). Zrealizowano w sumie 61 akcji pomocowych.

232

Przyjazd do Polski milionów ukraińskich obywateli spowodowało pojawienie się w aptekach i gabinetach lekarskich pacjentów, z którymi komunikacja była trudna i stresująca dla obu stron ze względu na różnice językowe. Aby wyjść naprzeciw temu wyzwaniu, **Polpharma**, w ramach akcji **Mój Ukraiński Pacjent** przygotowała ilustrowane materiały z rzetelnymi informacjami w dwóch językach ułatwiające komunikację, adresowane do farmaceutów i lekarzy oraz pacjentów z Ukrainy. Materiały były w formie zarówno fizycznej: karta wywiadu lekarskiego, wielojęzyczny słownik medyczny do pogłębionego wywiadu, ilustrowane karty komunikacji medycznej, materiały edukacyjne, folder dla farmaceuty, jak i cyfrowej: dwujęzyczna strona likytut.eu również w wersji mobilnej. Ogólnopolski projekt wsparła komunikacja (prasa specjalistyczna, online, reklamy w aptekach, kod QR kierujący na www z informacjami w jęzuku ukraińskim w reklamach firmy). Zapewnienie dostępu do skutecznego leczenia i wiedzy o zdrowiu jest podstawą strategii ESG Polpharmy. Dzięki ułatwieniu komunikacji pacjentów z Ukrainy z polskimi lekarzami i farmaceutami zadbaliśmy o dobrostan naszych gości, ułatwiając im uzyskanie pomocy medycznej, wsparliśmy też lekarzy i farmaceutów, redukując ich stres i zwiększając satysfakcję z udzielonej pomocy. Materiały drukowane cieszą się dużym zainteresowaniem. Aby zapewnić bezpieczeństwo, zostały wyprodukowane ze specjalnego laminatu umożliwiającego dezynfekcję.

7500

Od początku wojny w Ukrainie **Polpharma** zaangażowała się w **pomoc dla Ukrainy**. W pierwszej kolejności skupiła się na wsparciu swoich pracowników w Ukrainie, zapewniając im możliwość relokacji do Polski i pomoc bytową. Osobom, które znajdowały się w Polsce, zorganizowała kurs języka polskiego, udzieliła pomocy w znalezieniu pracy i nostryfikacji dyplomów. Równolegle wspierała pacjentów, przekazując szpitalom w Ukrainie niezbędne leki – antybiotyki szpitalne, leki anestezjologiczne i produkty ratujące życie, których jest jedynym producentem w Polsce. Dzięki współpracy z Ministerstwami Zdrowia Polski i Ukrainy, Agencją Rezerw Strategicznych, Kancelarią Prezydenta RP oraz Caritas Polska pomoc trafiła do szpitali, gdzie była najbardziej potrzebna. Pomocą firmy zostali objęci: pracownicy z Ukrainy – firma objęła opieką ponad 60 osób; pacjenci w Ukrainie – przekazano 1,1 mln opakowań leków ratujących życie o wartości 12,8 mln zł; pracownicy w Polsce – goszczący uchodźców, zaangażowani w akcje produkcji morfiny, zbierający dary (efektem był wzrost zainteresowania wolontariatem, który zyskał ok. 80 nowych osób); polscy lekarze i farmaceuci – dzięki akcji Mój ukraiński pacjent otrzymali narzędzia wspierające ich w komunikacji z pacjentami. Pomoc dla Ukrainy zintegrowała pracowników wokół pomagania, zwiększyła zaangażowanie poprzez realizację wartości „Działamy razem", dała przykład solidarności z pacjentami, co jest podstawą Kodeksu Etyki firmy.

7500

Polska Grupa Farmaceutyczna przekazała **pomoc dla szpitali w Ukrainie** w postaci leków, które trafiły do Lwowskiego Szpitala Dziecięcego oraz szpitala w Żytomierzu. Lekami i środkami opatrunkowymi wsparto punkt pomocy dla uchodźców prowadzony przez warszawski szpital na Solcu. Przeprowadzano zbiórki wśród pracowników firmy oraz klientów uczestniczących w programie marketingowym Klub Farmaceuty, a także podczas dorocznych konferencji Polskiej Grupy Farmaceutycznej wśród klientów i dostawców. Firma wsparła logistycznie i darami rzeczowymi akcje innych podmiotów: zbiórkę Okręgowej Izby Aptekarskiej w Olsztynie, inicjatywę Farmaceuci.org. wspierającą mobilne punkty pomocy dla uchodźców w Siemianowicach i ośmiu innych miastach na Śląsku. Zapewniono również w koordynacji z innymi spółkami Grupy Pelion wsparcie psychologiczne, prawne i informacyjne dla pracowników Polskiej Grupy Farmaceutycznej pochodzących z Ukrainy, w tym pomoc przy sprowadzaniu do Polski ich rodzin.

2000

Mając na względzie okoliczności konfliktu zbrojnego na Ukrainie, jak również szczególne zaangażowanie pracowników w niesienie pomocy potrzebującym, Prezes Zarządu PGZ S.A. przyznał pracownikom prawo do **dodatkowych dni wolnych w celu wykonywania wolontariatu pracowniczego** w maksymalnym wymiarze 2 dni w roku kalendarzowym 2022 r. Każdy pracownik firmy **Polska Grupa Zbrojeniowa** mógł starać się o przyznanie: 1 dnia roboczego na pomoc na terenie kraju (poza miejscem zamieszkania) lub 2 dni roboczych na pomoc poza granicami kraju. Działanie skierowane było do pracowników spółki w związku z bezpodstawną agresją Rosji na Ukrainę oraz dużym zaangażowaniem zatrudnionych w firmie osób na rzecz Ukrainy i jej obywateli.

300

Polski Fundusz Rozwoju (PFR) poprzez działania Fundacji PFR zaangażował pracowników w **wolontariat dla uchodźców z Ukrainy**. Ponad 60 pracowników Grupy Kapitałowej PFR zaangażowało się w pomoc w punkcie recepcyjnym w halach warszawskiego Global Expo, gdzie schronienie znalazło ok. 2000 uchodźców, w tym przede wszystkim matki z dziećmi. Wolontariusze wspierali organizatorów punktu w pracach związanych m.in. z wydawaniem żywności, ubrań czy podstawowych środków czystości. Ponadto pracownicy Grupy Kapitałowej PFR wzięli udział w akcji przygotowywania i roznoszenia posiłków dla uchodźców na warszawskim Dworcu Centralnym.

220

Polski Fundusz Rozwoju (PFR) w ramach działań Fundacji PFR przygotował **działania edukacyjne dla uchodźców z Ukrainy**. Były to całodniowe bezpłatne wydarzenia mające na celu wsparcie informacyjne i edukacyjne osób, które w pierwszych dniach wojny schroniły się w Polsce. Fundacja zorganizowała Dzień Edukacyjny, podczas którego osoby dorosłe otrzymały rzetelne informacje wprost od ekspertów z Urzędu Miasta, Ministerstwa Zdrowia, NFZ odnośnie do aspektów formalnych pobytu w Polsce. W ramach Dnia Dziecka w Centralnym Domu Technologii ponad 200 osób, rodzin i dzieci, uczestniczyło w zajęciach z edukatorami Centralnego Domu Technologii z programowania, robotyki i STEAM. Wydarzeniach zorganizowane były bezpłatnie i z tłumaczeniem.

220

Polski Fundusz Rozwoju (PFR) poprzez Fundację PFR realizował projekt społeczny **Mieszkania dla uchodźców**, który polegał na przygotowaniu, wyposażeniu i przekazaniu bezpłatnie rodzinom ukraińskim, na okres kilku miesięcy, 361 nowych mieszkań w Mińsku Mazowieckim, Dębicy i Krakowie. Celem projektu było zapewnienie dachu nad głową rodzinom uciekającym przed wojną. W akcję zaangażowało się blisko 90 wolontariuszy w Grupy Kapitałowej PFR. Duże wsparcie w wyposażaniu mieszkań zapewniły firmy Amica, IKEA i Krosno, które przekazały darowizny. Łączna wartość projektu przekroczyła 4,5 mln zł. Dzięki projektowi schronienie otrzymało ok. 1200 uchodźców z Ukrainy, głównie rodzin. Zakupiony sprzęt AGD i meble po zakończeniu projektu podarowano organizacjom udzielającym wsparcia Ukraińcom, m.in.: Lwowskiej Obwodowej Administracji Państwowej na wyposażenie schronienia dla uchodźców, lokalnym ośrodkom pomocy społecznej, domom dziecka. Łącznie wsparto 40 organizacji. Po upływie najmu, dzięki współpracy z wojewodą małopolskim i Polskim Holdingiem Hotelowy, mieszkańcy, którzy nie byli w stanie się usamodzielnić, otrzymali możliwość bezpłatnego zakwaterowania w nowym miejscu.

220

Polski Koncern Naftowy ORLEN wraz z Fundacją ORLEN zaangażował się we **wsparcie mieszkańców Ukrainy**. W 4 miejscowościach na granicy polsko-ukraińskiej oraz przy Dworcu Centralnym w Warszawie zorganizował tzw. punkty przystankowe, w których uchodźcy mogli zjeść ciepły posiłek. Mogli również znaleźć schronienie w 2 hotelach należących do Grupy ORLEN. W punktach recepcyjnych największych hal dla uchodźców koncern zorganizował świetlice dla dzieci. Firma przekazała Ukrainie zestawy do łączności z internetem, funkcjonujące w ramach systemu Starlink. Fundacja ORLEN poprzez darowizny finansowe wsparła kilkadziesiąt NGO oraz instytucji, które pomagają ofiarom wojny. Koncern umożliwił kierowcom .in.. przekazywanie punktów w programie lojalnościowym VITAY na rzecz Ukrainy. Przekazano punkty o łącznej wartości 177 295 zł. W ramach ORLEN Paczka umożliwił bezpłatne przekazywanie darów we wszystkich automatach paczkowych w Polsce. Ponad 440 wolontariuszy w ramach programu wolontariatu pracowniczego Fundacji ORLEN poświęciło na działania pomocowe 5,7 tys. godzin, a pomoc otrzymało ok. 14,5 tys. uchodźców. Ponadto pracownicy ruszyli z pomocą humanitarną na ukraińską granicę, pomagali w punktach recepcyjnych, prowadzili zbiórki darów, gościli rodziny.

11355

Po rozpoczęciu agresji Rosji na Ukrainę do Gminy Pniewy przyjechała duża grupa uchodźców. Reagując na bieżący problem, jakim było zapotrzebowanie na jedzenie, firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** zaangażowała się w **zbiórkę żywności dla uchodźców z Ukrainy**. Po skontaktowaniu się z Urzędem Gminy Pniewy zidentyfikowano, jakie produkty są najbardziej potrzebne. Zorganizowano wewnętrzną zbiórkę,

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

skupiając się na wytycznych otrzymanych od gminnego organizatora zbiórki. Dostarczono 5 kartonów i 2 toby pełne żywności, które zaspokoiły potrzeby na kilka dni.

60

Procter & Gamble DS Polska, którego produkty znajdują się w miliardach domów na całym świecie, zintensyfikował działania w duchu swojej kluczowej misji: poprawy jakości codziennego życia i niesienia pomocy tym, którzy najbardziej jej potrzebują, w obliczu wojny w Ukrainie. Okazał **wsparcie dla Ukrainy** i przekazuje pomoc materialną w formie regularnych darowizn produktowych dla Ukraińców dotkniętych wojną po obu stronach granicy. Firma nawiązała współpracę z ponad 30 organizacjami charytatywnymi, takimi jak PCK, SOS Wioski Dziecięce, Caritas czy UNICEF, a także organizacjami rządowymi i lokalnymi fundacjami, aby produkty trafiły do rąk osób najbardziej potrzebujących. Pierwsza darowizna została wysłana do Ukrainy już w pierwszym tygodniu wojny. Wsparcie osób dotkniętych wojną w Ukrainie to naturalne przedłużenie misji firmy. Od 24 lutego 2022 r. firma przekazała łącznie ponad 1,8 mln produktów pierwszej potrzeby, takich jak pieluszki Pampers, produkty do higieny codziennej Always, Oral-B, Gillette, H&S itp. Łączna wartość darowizn produktowych przekracza 10 mln zł i wciąż rośnie. Produkty trafiały m.in. do szpitali pediatrycznych, punktów recepcyjnych i podopiecznych organizacji partnerskich. Firma wyszła też naprzeciw zaangażowaniu swoich pracowników, którzy wspierali mieszkańców Ukrainy, oferując m.in. transport czy zakwaterowanie. Każdy pracownik dostał 3 dodatkowe, pełnopłatne dni na wolontariat

4000

Już 3 dni po wybuchu wojny w Ukrainie zarząd firmy **Provident Polska** Polska z prezeską Agnieszką Kłos-Siddiqui na czele podjął decyzję o stworzeniu bezpiecznego miejsca dla kobiet w ciąży i z małymi dziećmi, które musiały uciekać z Ukrainy. Uruchomiony został **Dom Matki**, co było naturalną konsekwencją zaangażowania firmy w wolontariat i działania na rzecz kobiet. Wybór obiektu, podpisanie formalności i remont placówki zajął niecały miesiąc. Wszystkie prace remontowe zostały wykonane przez pracowników firmy w ramach wolontariatu. 70 firmowych wolontariuszy przepracowało popołudniami i w weekendy ponad 400 godzin. Inicjatywa jest realizowana we współpracy z Fundacją Inna Przestrzeń oraz z Urzędem Dzielnicy Warszawa-Białołęka. Mieszkanki Domu mają zapewnione nie tylko bezpieczne miejsce do życia, ale także naukę polskiego, opiekę psychologa oraz warsztaty aktywizacji zawodowej. Dzieci w zależności od wieku chodzą do przedszkola lub szkoły. W Domu mieszka 35 osób, a z pomocy placówki skorzystało już ponad 100. Dom Matki to długofalowy projekt, który będzie kompleksowo wspierał kobiety w trudnej sytuacji życiowej także po zakończeniu wojny w Ukrainie. Projekt został wielokrotnie nagrodzony, m.in. Platynowym Inwestorem ESG, Złotym Laurem Super Biznesu, otrzymał także wyróżnienie w kategorii „Komunikacja na rzecz wsparcia Ukrainy" w konkursie PR Wings.

1800

PwC w ramach działania **PwC dla Ukrainy** uruchomiło pomocową bezpłatną infolinię, na której eksperci po polsku, ukraińsku i angielsku odpowiadali na pytania dotyczące zagadnień prawnych, m.in. legalizacji pobytu i zatrudnienia w Polsce, formalności związanych z tranzytem do innych krajów UE. Infolinię obsługiwało 10 osób. Powołany został wewnętrzny zespół kryzysowy, którego celem była pomoc wszystkim pracownikom PwC Ukraina, którzy opuścili swój kraj. W skład zespołu weszły 24 osoby. Fundacja PwC prowadziła zbiórkę, dzięki której możliwe były działania pomocowe dla pracowników PwC Ukraina oraz NGO w Polsce. Zebrano 100 tys. zł dla Fundacji Teach for Poland, 20 tys. zł dla Fundacji Nagle Sami, 32 470 zł dla Stowarzyszenia Wspólne Podwórko. Firma zwiększyła w marcu pulę godzin do wykorzystania w ramach wolontariatu pracowniczego, które można było przeznaczyć na pomoc Ukrainie. Uruchomiony został program inicjatyw wolontariackich pracowników PwC, w którym mogli oni zgłosić inicjatywę na rzecz pomocy Ukrainie i otrzymać wsparcie finansowe na realizację pomysłu. PwC finansuje także lekcje języka polskiego dla chętnych pracowników PwC Ukraina.

6000

W związku z wybuchem wojny w Ukrainie firma **Robert Bosch** zaangażowała się w **pomoc uchodźcom z Ukrainy**. Przekazała darowizny: Polskiej Akcji Humanitarnej, Polskiemu Forum Migracyjnemu, UN Global Compact Network Poland, Fundacji Ocalenie, Fundacji Świętego Mikołaja. Przekazała darowiznę na wyjazd dzieci uchodźców z Ukrainy na zieloną szkołę. Udzieliła wsparcia blisko 90 osobom z 26 rodzin uchodźczych, wynajmując dla nich mieszkania lub organizując zakwaterowanie w hotelach. Organizowała warsztaty nauki języka polskiego, ale także warsztaty dla ukraińskich dzieci i ich opiekunów. Oferowała pomoc w znalezieniu pracy. Zorganizowała Dzień Wolontariatu pracowniczego na rzecz Ukrainy. Firma chciała przede wszystkim udzielić pomocy potrzebującym uchodźcom z Ukrainy. Oprócz wsparcia finansowego, jakiego firma udzieliła instytucjom zajmującym się profesjonalnie pomocą, pracownicy firmy sami zaczęli tę pomoc organizować, angażując swój czas i zasoby. Podstawowym celem firmy było zapewnienie uchodźcom warunków do życia w tej ekstremalnie trudnej sytuacji, w jakiej się znaleźli.

750

W ramach pomocy Ukrainie firma **Rödl & Partner** nawiązała współpracę z wrocławskim Stowarzyszeniem na Rzecz Osób Niepełnosprawnych Intelektualnie „Bonitum". Partnerzy podjęli decyzję o odwołaniu wspólnego świętowania 30-lecia Rödl & Partner w Polsce, by wesprzeć działania niosące **pomoc objętej wojną Ukrainie**. Firma przekazała darowiznę w wysokości 200 tys. zł, która została przeznaczona na zakup wyposażenia karetki pogotowia. Ze względu na brak pojazdów przeznaczonych do udzielania pomocy ludności cywilnej Stowarzyszenie prowadziło akcję „Karetki dla Kijowa", której celem było wyposażenie karetek i przekazanie ich do ukraińskich szpitali lub ośrodków wspierających osoby z niepełnosprawnością i starsze. Dzięki darowiźnie przekazanej przez Rödl & Partner Stowarzyszenie zakupiło kompleksowe wyposażenie dla jednej karetki pogotowia (urządzenia medyczne i monitorujące stan zdrowia oraz sprzęt używany w najcięższych przypadkach zagrożenia życia). Stowarzyszenie „Bonitum" działa na terenie Wrocławia, gdzie znajduje się jedno z biur firmy. Dodatkowo zaraz po wybuchu wojny Rödl & Partner zorganizował pomoc dla kolegów i koleżanek z ukraińskich oddziałów firmy, którzy zdecydowali się na przyjazd do Polski. Duże znaczenie miało wsparcie udzielone z inicjatywy i zbiórek pracowników w Polsce.

533

ROHLIG SUUS Logistics zaraz po zbrojnym napadzie Rosji na Ukrainę w lutym 2022 r. zadeklarował swoje pełne **wsparcie finansowe i kompetencyjne** Ukrainie. Firma uczestniczyła w licznych transportach produktów pierwszej potrzeby. Podjęto współpracę m.in. z Centrum Medycznym Damiana i w jej ramach przetransportowano ponad 4 tony wsparcia humanitarnego – artykułów spożywczych, mebli, środków do higieny osobistej, a także sprzętu medycznego. W ramach współpracy z Polską Radą Biznesu zakupiono i przetransportowano obuwie specjalistyczne. Wsparcie Ukrainy ma na celu wyrażenie solidarności z pracownikami pochodzącymi z tego kraju oraz pomoc humanitarną ofiarom napadu zbrojnego. Firma zadeklarowała wsparcie w wysokości miliona zł.

2000

Sanofi rozpoczęło program **pomoc Ukrainie** kierowany do kolegów i koleżanek z ukraińskiej filii Sanofi. W jego ramach wysyłano zapasy leków dla pacjentów w ukraińskich szpitalach oraz organizowano transport i zakwaterowanie dla przekraczających granicę pracowników Sanofi. Pracownicy w Polsce komunikowali potrzeby pomocowe przez kanały w aplikacji MS Teams, tak by odpowiadać na konkretne potrzeby rodzin z Ukrainy. Powstała też grupa opiekunów buddies, którzy pomagali kolegom z Ukrainy oraz ich rodzinom w zorganizowaniu pobytu w Polsce. Udało się pomóc ponad 40 rodzinom z Ukrainy.

900

Fundacja **Santander Bank Polska** wraz ze spółkami Grupy Santander Bank Polska już po raz trzeci uruchomiła akcję charytatywną **Podwójna Moc Pomagania**. W 2022 r. inicjatywa została dedykowana pomocy Ukrainie. Podwajaliśmy wpłaty, przeznaczając na to 1,5 mln zł. W zbiórce charytatywnej wzięło udział ponad 26,5 tys. osób. Wraz z naszymi klientami i pracownikami zebraliśmy ponad 4 mln 250 tys. zł. Pieniądze ze zbiórki zostały przekazane organizacjom koordynującym pomoc dla osób dotkniętych wojną w Ukrainie: Polskiej Akcji Humanitarnej, UNICEF Polska oraz Polskiemu Czerwonemu Krzyżowi. Darowiznę otrzymało także miasto Przemyśl. Fundacja Santander, realizując projekt „Podwójna Moc Pomagania", reaguje na bieżącą sytuację w Polsce i na świecie. W 2022 r. praktyka miała na celu wsparcie organizacji, które angażują się w działania pomocowe i medyczne dla osób poszkodowanych w trwającej wojnie w Ukrainie. Projekt „Podwójna Moc Pomagania" będzie kontynuowany, a cel dostosowywany do bieżących potrzeb. W poprzednich latach zabrane fundusze były przekazane na: remonty oddziałów i wyposażenie sal terapeutycznych dla pacjentów przebywających na oddziałach psychiatrii dzieci i młodzieży (2021 r.) i na wsparcie służby zdrowia podczas pandemii COVID-19 (2020 r.).

9584

SEGRO Poland uruchomiło **pomoc dla Ukrainy**. Wsparło Fundację Ocalenie oraz UNHCR, a każdy pracownik polskiego zespołu otrzymał dodatkowe dni na wolontariat w wybranej organizacji charytatywnej pomagającej Ukrainie w kryzysie. Wiosną 2022 r., w ramach programu Odpowiedzialne SEGRO, rozpoczęła się całoroczna współpraca z Fundacją Ocalenie w Łodzi, celem wyrównania szans uchodźców i uchodźczyń na polskim rynku pracy. Zorganizowane zostały kursy językowe, szkolenia zawodowe i warsztaty, a także porady psychologiczne. Dzięki przekazanym funduszom w łódzkim Centrum Pomocy Cudzoziemcom do jesieni 2022 r. odbyło się 179 konsultacji zawodowych i 65 konsultacji prawnych.

40

Profil działalności firmy **Sela** jest ściśle związany z bezpieczeństwem społecznym, zarówno pod kątem bezpieczeństwa i higieny pracy, jak również pod kątem przeciwpożarowym. W związku z profilem działalności firma Sela **przekazała kilkadziesiąt urządzeń gaśniczych na rzecz walczącej Ukrainy**, w tym gaśnice i agregaty śniegowe. Odbiór urządzeń przez osoby odpowiedzialne za transport odbył się w dwóch turach. Firma, przekazując na ręce potrzebujących sprzęt gaśniczy, chciała wesprzeć ukraińską ludność cywilną w walce z ogniem i pożarem związanym z niszczeniem m.in. infrastruktury przez wojska rosyjskie.

16

Po wybuchu wojny na Ukrainie firma **Sela** dołączyła do ogólnokrajowego ruchu pomocy uchodźcom uciekającym z ogarniętej wojną Ukrainy. W tym celu firma ogłosiła **zbiórkę najpotrzebniejszych rzeczy dla uchodźców z Ukrainy** (zbierano m.in. odzież, obuwie, długoterminową żywność, medykamenty, środki higieniczne i opatrunkowe) oraz zobligowała się do dostarczenia zebranych produktów do odpowiednich instytucji i jednostek bezpośrednio współpracujących z ośrodkami na Ukrainie. Akcja została rozpowszechniona za pomocą ogłoszeń w social mediach oraz na stronie www i przez mailing do zaprzyjaźnionych firm, współpracowników, partnerów biznesowych oraz klientów. Pracownicy oraz CEO firmy również dołączyli się do zbiórki. Zbiórka spotkała się z ogromnym odzewem i zainteresowaniem społeczności lokalnej. Na rzecz uchodźców zebrano m.in.: kaski strażackie, buty taktyczne żywność długoterminową, medykamenty dla dorosłych i dzieci, odzież itp. Ze względu na skalę procesu mierzalność efektów zbiórki nie jest możliwa do zweryfikowana, gdyż akcja

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

trwała przez kilka tygodni i nie była akcją jednorazową (miała charakter ciągły).

16

Servier Polska uruchomiło **wsparcie polskich i ukraińskich pracowników w czasie wojny w Ukrainie**. Powołano Sztab Kryzysowy w firmie, stworzono strukturę wsparcia składającą się z wolontariuszy i pracowników, tzw. buddies, odpowiedzialnych za transport, zakwaterowanie, pomoc rzeczową i opiekę bieżącą nad pracownikami z Ukrainy i ich rodzinami. Uruchomiono wsparcie psychologiczne dla pracowników. W ramach Hubu Informacyjnego – platformy z informacjami o aktualnych potrzebach rodzin z Ukrainy, realizowano zbiórki, wsparcie finansowe, giełdę dla potrzebujących i chętnych do udzielenia pomocy.

620

Servier Polska w ramach **pomocy Ukrainie** wsparło organizacje mające doświadczenie w niesieniu pomocy w warunkach wojennych. Firma przekazała darowiznę rzeczową w postaci leków o wartości 1 mln zł za pośrednictwem Rządowej Agencji Rezerw Strategicznych. Przeznaczyła 100 tys. zł dla Polskiej Misji Medycznej na pilną pomoc medyczna w Ukrainie, 100 tys. zł dla Polskiej Akcji Humani-tarnej, 100 tys. zł dla organizatorów akcji „Life Ambulance For Ukraine – Yes, we care!" na zakup karetki dla lekarzy w Ukrainie, 180 plecaków i piórników z wyposażeniem dla dzieci z Ukrainy w Gminnym Ośrodku Pomocy w Rejowcu, 1000 wyprawek dla dzieci w akcji Misio dla Maszy i Saszy organizowanej przez Play Therapy Poland, wspomagających dzieci uchodźców w szybkim powrocie do zdrowia.

620

Shell Polska aktywnie angażuje się w pomoc potrzebującym po wybuchu wojny w Ukrainie. Częściowo jako grupa, a częściowo jako spółka działająca w Polsce przez cały 2022 r. przekazała prawie 50 mln zł na rzecz organizacji charytatywnych, **wspierając uchodźców z Ukrainy**. Przekazano: 8,5 mln zł dla PAH, 8,5 mln zł na Czerwony Krzyż w Ukrainie, 16,5 mln zł do Mercy Corps, 4,3 mln zł dla Państwowej Straży Pożarnej, 850 tys. zł do RARS, 12 mln zł na PCK i PMM. Ponadto firma przekazała powyżej 100 tys. litrów paliwa organizacjom zajmującym się transportem uchodźców. Do osób potrzebujących trafiło także 1200 laptopów z krakowskiego biura Shell. Krakowska stołówka biurowa przed kilka miesięcy przygotowywała tygodniowo 1300 posiłków dla uchodźców przebywających w mieście. Firma pomagała na wielu obszarach – zarówno poprzez pomoc doraźną (pożywienie, paliwo, ogrzewane namioty na stacjach), jak również poprzez długofalową pomoc (bony podarunkowe Sodexo przekazywane przez PCK, laptopy dla uchodźców czy sprzęt dla służb niosących pomoc osobom z Ukrainy). Poza pomocą finansową i materialną spółka globalnie ogłosiła zamiar wyjścia ze wspólnych przedsięwzięć z Gazpromem i podmiotami powiązanym oraz wycofanie się z inwestycji w rosyjskie węglowodory i sprzedaż swojego biznesu retailowego i olejowego w Rosji.

5000

SimCorp w ramach **wsparcia pracowników z Ukrainy w związku z wojną** zapewnił relokację do bezpieczniejszych państw. W Polsce zapewniono zakwaterowanie dla około 160 osób w okresie od lutego do 30 września 2022 r. Po 30 września zapewniono wsparcie w znalezieniu mieszkania. Koledzy i koleżanki z Ukrainy mogli też liczyć na pomoc w znalezieniu szkoły dla dzieci oraz w rozliczeniu podatku w Polsce. Oprócz działań firmowych realizowane były oddolne inicjatywy pracowników: zbiórki darów dla uchodźców, zbiórki finansowe i zakup potrzebnych rzeczy, organizacja atrakcji dla rodzin pracowników z Ukrainy – wycieczki do warszawskiego zoo, na warsztatów budowania budek lęgowych, do parku trampolin i Centrum Nauki Kopernik.

160

Firma **Skanska** szybko zareagowała na wyzwania związane z sytuacją pochodzących z Ukrainy pracowników firm podwykonawczych, kiedy wybuchła wojna. W projektach prowadzonych przez Skanska pracowały wówczas pracowały takie osoby. By udzielić im wsparcia, została przygotowana **akcja informacyjna**. Pochodzący z Ukrainy pracownicy mogli się dowiedzieć z niej, w jaki sposób uzyskać pomoc. Jednocześnie podjęto starania, by w każdym zespole pracującym w składzie międzynarodowym lider przeprowadził rozmowę, jak reagować na sytuacje stresowe i potencjalnie niebezpieczne, takie jak nagłe zmiany stanu liczbowego brygad, niepokoje, konflikty na tle politycznym. Przygotowano materiały do przeprowadzenia takich rozmów. Materiały informacyjne dostarczono do każdego projekt, w którym pracowali pracownicy pochodzący z Ukrainy. Akcja pozwoliła na uniknięcie sytuacji konfliktowych wynikających z niepokoju związanego z nową niebezpieczną sytuacją oraz na zachowanie bezpiecznych warunków pracy pracowników, niezależnie od ich pochodzenia i związanego z wojną stresu.

1200

Program **Marzenia Mamy** zorganizowany przez **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** został dedykowany dzieciom uchodźców ukraińskich. W związku z trwającą wojną tysiące ukraińskich rodzin znalazło bezpieczne miejsce zamieszkania w Polsce. Ich bagaż trudnych przeżyć, emocji i doświadczeń jest bardzo duży, a trudności w adaptacji ogromne. Celem programu Marzenia Mamy jest wspieranie dzieci i rodzin w nowej i trudnej dla nich sytuacji, budowanie wiary w siebie, wspieranie emocjonalne i rozwój twórczy. Program przeznaczony jest dla dzieci w wieku 5–14 lat i powstał dzięki współpracy z artystami i terapeutami. Realizowany jest w wybranych miastach Polski we współpracy z Fundacją Artystyczna Podróż Hestii, Fundacją Integralia oraz lokalnymi partnerami. Tworzenie pozwala wyrazić uczucia, emocje, potrzeby i lęki. Jest to doskonały sposób, by poprzez zabawę dzieci mogły lepiej poznać siebie, więcej zrozumieć, a także zrelaksować i wyciszyć. Z programu skorzystało prawie 500 dzieci w różnych miastach Polski. Projekt rozpoczął się w połowie kwietnia i trwał do końca wakacji.

2800

Po wybuchu wojny w Ukrainie do Polski przybyło wielu uchodźców. Niektórzy z nich znaleźli zatrudnienie w firmie **SumiRiko Poland**. Chcąc wesprzeć potrzebujących, zorganizowano w firmie **zbiórkę odzieży dla uchodźców z Ukrainy**, artykułów szkolnych oraz innych niezbędnych do życia artykułów. Pracownicy firmy, solidaryzując się ze swoimi koleżankami i kolegami z pracy narodowości ukraińskiej, postanowili pomóc im w tej ciężkiej sytuacji.

1400

Program Solidarni Fundacji Świętokrzyskich Kopalni Surowców Mineralnych Kaganek to program pomocy humanitarnej dla Ukrainy, realizowany od 28 marca 2022 r. Fundacja Kaganek zorganizowała sprawny system transportu pomocy humanitarnej bezpośrednio na teren Ukrainy. Poza przekazaniem środków rzeczowych na bieżąco angażuje inne fundacje i spółki do organizacji niezbędnej pomocy humanitarnej na terenie Ukrainy. Fundacja zamawia przede wszystkim niezbędne produkty spożywcze, ale zapewniła również agregaty i wózki widłowe dla wsparcia procesów logistycznych na miejscu. W szkołach zorganizowano zbiórkę dziecięcych ubrań zimowych. Fundacja współpracuje z Caritas Spes Archidiecezji Lwowskiej. W działania zaangażowano pracowników spółki, kontrahentów oraz lokalną społeczność. Fundacja stara się zapewnić podstawowe wsparcie mieszkańcom Ukrainy, którzy znaleźli się w ciężkiej sytuacji po wybuchu wojny. Zapewnia wsparcie dla wewnętrznych przesiedleńców oraz dla osób znajdujących się przy linii frontu. Fundacja wypracowała stały schemat transportu przy przekraczaniu granicy, a z czasem pracownicy zaczęli uczestniczyć w transportach w głąb Ukrainy. Pomoc dostarczono osobiście do obwodów: donieckiego, charkowskiego, odeskiego, chersońskiego, do miast: Kupiańsk, Bałaklija czy Chersoń po wyzwoleniu. **Świętokrzyska Grupa Przemysłowa INDUSTRIA** zyskała stałych partnerów we współpracy na rzecz niesienia pomocy, co stworzyło nowe partnerstwa na poziomie NGO i korporacyjnym na rzecz pokoju.

320

T-Mobile Polska w ramach **wsparcia Ukrainy** starało się zadbać o to, aby zapewnić łączność wszystkim, którzy tego potrzebują, rozdając darmowe karty SIM na przejściach granicznych oraz dworcach w całej Polsce oraz dostarczając niezbędny sprzęt. Firma zaangażowała się w strategiczne partnerstwo z miastem Lublin, przekazując środki na przygotowanie 10 tys. posiłków w punktach noclegowych. Wsparła także fundację Happy Kids, która przejęła opiekę nad dziećmi z ukraińskich domów dziecka, Polski Czerwony Krzyż oraz PCPM, przygotowała także kompleksowy program wolontariatu.

5000

W obliczu wojny firma **TIM** podjęła **działania wspierające ukraińskich imigrantów** oraz osoby pozostające w swojej ojczyźnie. W pierwszych tygodniach wojny przeznaczono na ten cel 100 tys. zł – połowę w formie darowizn dla ukraińskich fundacji, połowę w formie środków na wolontariat pracowniczy. W ramach wolontariatu pracownicy mogli uzyskać wsparcie finansowe bądź produkty z oferty TIM.pl. Przeprowadzono też kampanię dotyczącą odpowiedzialnej pomocy i założono zbiórkę w serwisie SiePomaga.pl, adresowaną także do klientów. Z kolei w czerwcu zdecydowano, że druga edycja akcji #DreamTIM dla Dzieciaków (charytatywna sprzedaż produktów) zostanie ukierunkowana na pomoc ukraińskim dzieciom. Założono, że w ramach wolontariatu pracowniczego zostanie wykorzystane minimum 80% budżetu przeznaczonego na wsparcie inicjatyw na rzecz Ukrainy (40 tys. zł) i zaangażuje się w to minimum 10 pracowników. Ostatecznie wykorzystano 46 080,11 zł (92,2%) na wnioski 16 pracowników. Łącznie z budżetu firmy w ramach wolontariatu oraz darowizn finansowych przekazano na pomoc Ukrainie 114 130,11 zł. Ponadto w zbiórce w serwisie SiePomaga.pl zebrano 2290 zł, a w ramach akcji #DreamTIM dla Dzieciaków przekazano 17 tys. zł.

308

W marcu 2022 r. **Totalizator Sportowy** uruchomił **Zakłady Specjalne na rzecz Ukrainy** – grę liczbową, z której cały przychód, z wyłączeniem dopłat ustawowych, został przekazany na pomoc Ukrainie. Losy można było nabyć we wszystkich punktach Totalizatora Sportowego, a wszelkie koszty organizacji gry, w tym wartość wygranych, pokrywał Totalizator Sportowy. W trakcie pierwszej i drugiej edycji Zakładów udało się zebrać łącznie 4 270 904 zł na pomoc Ukrainie. Pieniądze przeznaczone zostały na pomoc uchodźcom w przystosowaniu się do życia w nowym kraju, naukę języka, wsparcie w znalezieniu pracy oraz działania integracyjne.

5257

Inicjatywą podjętą przez Fundację LOTTO im. Haliny Konopackiej, której fundatorem jest **Totalizator Sportowy**, było stworzenie dla ukraińskich uchodźców **punktu informacyjnego na Dworcu Zachodnim w Warszawie**. Działał on nieprzerwanie przez kilka tygodni po wybuchu wojny, oferując przybyłym ciepłe posiłki, słowo wsparcia, a także praktyczne porady, jak poradzić sobie z nową rzeczywistością w obcym kraju. Fundacja LOTTO koordynowała pomoc i dyżury wolontariuszy reprezentujących firmę. Pomoc w punkcie uzyskało łącznie 4840 osób uciekających z ogarniętej wojną Ukrainy. W punkcie działało 200 wolontariuszy i 11 koordynatorów, którzy przepracowali 590 godzin.

5257

Totalizator Sportowy zorganizował **pomoc uchodźcom w Ośrodku Szkoleniowo-Wypoczynkowym „Sportowiec" w Krynicy-Zdroju**. Firma udostępniła należący do niej ośro-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

dek, który został przeznaczony do zamieszkania przez osoby uchodźcze od 14 marca 2022 r. Schronienie znalazło łącznie 79 osób. Obecnie ośrodek zamieszkują 52 osoby. Ośrodek będzie działał co najmniej do lipca 2023 r.

5257

Fundacja LOTTO im. Haliny Konopackiej, której fundatorem jest **Totalizator Sportowy**, podjęła decyzję o zorganizowaniu specjalnej edycji projektów wolontariatu pracowniczego **Kumulacja Dobrej Woli Teraz Ukraina!**. Każdy pracownik mógł zgłosić swój projekt mający na celu niesienie ratunku ukraińskim uchodźcom oraz zbieranie środków na odbudowę Ukrainy. Przeprowadzone zostały takie akcje, jak zbiórki żywności i pieniędzy we wszystkich oddziałach na terenie Polski, pomoc ciężarnym kobietom, ewakuacja i organizacja domów tymczasowych dla porzuconych zwierząt. Zorganizowano w sumie 43 projekty, na które przyznano dofinansowanie wysokości 185 139 zł. W działania w ramach wolontariatu pracowniczego włączyło się 168 pracowników Totalizatora Sportowego.

5257

W związku z chęcią pomocy naszym wschodnim sąsiadom ewakuującym się z Ukrainy, **Totalizator Sportowy** wprowadził **dodatkowy czas wolny dla wolontariuszy**. Wolontariat obejmował m.in. prowadzenie punktu recepcyjnego czynnego 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu na Dworcu Zachodnim. Firma ustaliła z góry, jak dużo wolnego można wziąć i w jakich ramach czasowych. Łącznie udzielono 1454 godziny dodatkowego czasu wolnego w ramach wolontariatu, z którego skorzystało 219 pracowników.

5257

TVN Warner Bros. Discovery (WBD) w Polsce podjął szeroką **współpracę z Polską Akcją Humanitarną**. Na polskich kanałach WBD wyemitowano ponad 3 tys. ogłoszeń społecznych PAH i 900 innych NGO o ekwiwalencie reklamowym około 11,5 mln zł. TVN WBD zorganizował koncert „Razem z Ukrainą", który obejrzało ponad 6 mln osób. Ponad 8 mln zł zebranych w czasie koncertu trafiły na konto PAH. 2 mln zł z tej kwoty stanowiła darowizna WBD. Globalnie firma wsparła też inne organizacje pomocowe działające na rzecz Ukrainy w kwocie ponad 300 tys. zł. Uruchomiono także darmowe emisje ukraińskich kanałów informacyjnych. W ramach współpracy z PAH zorganizowano liczne webinary dla pracowników i współpracowników TVN WBD, przybliżające mądre sposoby niesienia pomocy humanitarnej osobom dotkniętym przez wojnę w Ukrainie. Pracownicy i współpracownicy otrzymywali także cykliczny newsletter dotyczący akcji pomocowych PAH.

4400

Szafa Dobra to projekt zorganizowany przez **UBS** we współpracy z fundacją Internationaler Bund Polska w celu pomocy uchodźcom uciekającym do Polski z ogarniętej wojną Ukrainy. W dwóch krakowskich lokalizacjach Szafy wydawane są ubrania, bielizna, obuwie i zabawki dla dzieci. Wolontariusze pracują w następujących obszarach: kontrola kolejki, zameldowanie / wymeldowanie (kontrola dokumentów), sortowanie, uzupełnianie zapasów, przymierzalnia, utrzymywanie czystości pomieszczeń socjalnych, obsługa rampy i inne zadania specjalne. Przed każdą zmianą wolontariusze przechodzą szkolenie dostosowane do ich stanowiska. W 2022 r. ze wsparcia oferowanego w ramach Szafy Dobra skorzystało ok. 80 tys. uchodźców z Ukrainy. W inicjatywie wzięło udział 136 wolontariuszy z UBS. Będzie ona kontynuowana również w przyszłości.

5100

Unum Życie TUiR w ramach działania **Pomagamy razem Ukrainie** zaangażowało się w pomoc uchodźcom: dostarczenie leków, pomoc dla mam i dzieci, zbiórkę darów, zakup sprzętu na zajęcia dla dzieci. We współpracy z Polską Izbą Ubezpieczeń przekazało 5000 zł darowizny na zakup i transport materiałów medycznych do Ukrainy. Przygotowano 1000 pakietów higienicznych i 1000 plecaków dziecięcych dla matek z dziećmi. Zbiórka żywności dla potrzebujących z Ukrainy, we współpracy z SOS Bankiem Żywności, pozwoliła zebrać 1102 kg żywności dla uchodźców. Firma wsparła także wolontariuszy kwotą 200 zł na wolontariusza na zakup najpotrzebniejszych artykułów.

600

Firma **Vantage Development** włączyła się na różnych szczeblach w **pomoc uchodźcom z Ukrainy**. W poznańskim projekcie Vantage Rent (mieszkania na wynajem) udostępniono 10 lokali na potrzeby podopiecznych Fundacji Erbud, którzy przyjechali do miasta po wybuchu konfliktu u naszego sąsiada. Firma wsparła Polską Akcję Humanitarną darowizną w wysokości kilkudziesięciu tysięcy złotych oraz zakupiła 10 agregatów prądotwórczych, które zostały dostarczone na wschodnią granicę. Ponadto lokalnie zaangażowała się w pomoc uchodźcom przyjeżdżającym do Wrocławia na Dworzec Główny (gdzie zorganizowano punkt pomocowy) poprzez zakupy artykułów spożywczych, higienicznych oraz tekstyliów. Spółka umożliwiła również pracownikom skorzystanie z jednego dodatkowego dnia wolnego, które mogli wykorzystać na wolontariat skierowany do osób potrzebujących z Ukrainy. Wielu pracowników skorzystało z niego, angażując się w zbiórki i segregację darów dla uchodźców oraz pomoc organizacyjną na Dworcu Głównym we Wrocławiu. Tuż przed startem roku szkolnego firma przekazała mieszkańcom lokali w Poznaniu dodatkowe wsparcie w postaci bonów Sodexo na bieżące wydatki, a w grudniu dokonała kolejnych zakupów spożywczych na potrzeby uchodźców, które zostały dostarczone do lokalnych punktów pomocowych we Wrocławiu.

170

Volkswagen Motor Polska od początku wybuchu wojny na Ukrainie regularnie **pomaga Ukrainie**, organizując zbiórki żywności, odzieży i leków. Wielu pracowników pomaga indywidualnie, np. Tomasz przyjął pod swój dach 5 osób uciekających przed wojną w Ukrainie i od roku dzieli swój dom z dwoma rodzinami z Ukrainy. Taką decyzję podjęli razem z żoną już na samym początku wojny. „Chcieliśmy pomóc naszym sąsiadom w potrzebie" – mówi pracownik. Ich goście to dwie matki z trójką dzieci w wieku od 4 do 8 lat. Na 50 m^2 jest trochę ciasno, ale mimo to zaproszone rodziny doceniają gest Tomasza. Cieszą się z własnego i bezpiecznego miejsca. „Spożywamy wspólne posiłki i bardzo się zaprzyjaźniliśmy" – podkreśla pracownik firmy.

1300

Volkswagen Poznań w ramach praktyki **PomagaMY ofiarom wojny w Ukrainie** zaoferował Polskiemu Czerwonemu Krzyżowi wsparcie w zakresie zaplecza logistycznego i transportowego. W pierwszych dniach pomocy na terenie zakładu Volkswagen Poznań w Poznaniu uruchomiono magazyn PCK, w którym cały czas gromadzona jest pomoc materialna dla uchodźców. Drugim magazynem udostępnionym przez Volkswagen Poznań był duży magazyn o powierzchni 1500 m^2, zlokalizowany na szlaku humanitarnym do obsługi ciężkiego transportu. Spółka udostępniła również PCK flotę lekkich samochodów dostawczych oraz przekazała na własność dalekobieżny autobus MAN do przewozu uchodźców. Wolontariusze Volkswagen Poznań wspólnie zbierali, sortowali, liczyli, pakowali i katalogowali dary w magazynie PCK na terenie firmy. Dzięki wspólnym działaniom udało się udzielić wsparcia ponad 35 tys. obywatelom Ukrainy, którzy znaleźli schronienie w Wielkopolsce. Volkswagen Poznań przeznaczył na pomoc Ukrainie w 2022 r. 1,5 mln zł.

9500

Wawel i Fundacja „Wawel z Rodziną" przekazały **wsparcie dla Ukrainy** w postaci produktowej, finansowej i rzeczowej. Trafiło ono do wybranych instytucji koordynujących działania na rzecz obywateli Ukrainy. Marka Wawel wsparła także wydarzenia kulturalne i familijne organizowane dla ukraińskich rodzin przebywających w Polsce. Firma przygotowała też gorzką czekoladę 70% cocoa z linii Premium w specjalnie zaprojektowanym opakowaniu, nawiązującym do ukraińskiej flagi. Wawel nawiązał współpracę z lokalnymi władzami i Rządową Agencją Rezerw Strategicznych. Na tereny dotknięte wojną przekazanych zostało ponad 24 tys. sztuk czekolady. Wawel przekazał też gorzkie czekolady na organizację warsztatów czekoladowych w szkołach podstawowych w Uhrusku i Chełmie. W Uhrusku uczestniczyło w nich 20 dzieci z Ukrainy, w Chełmie 24. W dniach 1–5 czerwca Fundacja „Wawel z Rodziną" i Fundacja Teatru STU zorganizowały kilkudniowy wyjazd dla 9 rodzin z Ukrainy do mazurskiej miejscowości Grom.

1097

W sytuacji wojny w Ukrainie Spółka **Wodociągi Miasta Krakowa** zapewniła **pomoc uchodźcom z Ukrainy** oraz osobom, które nadal mieszkają w kraju objętym wojną. Przekazano głównie artykuły pierwszej potrzeby (medyczne, higieniczne, spożywcze). Sukcesywna i systematyczna pomoc odbywa się od pierwszych dni wojny, przez cały czas jej trwania do dzisiaj. Wysyłane są konwoje z najbardziej potrzebnymi artykułami, jak żywność z długim terminem przydatności, lekarstwa, środki czystości, środki higieniczne dla dzieci i dorosłych. Pomoc odbywa się przy współpracy z merem miasta Drohobycza oraz dyrektorem tamtejszego przedsiębiorstwa wodociągowego. Spółka choć w najdrobniejszym stopniu chce polepszyć jakość życia mieszkańców Ukrainy. Tamtejszym seniorom przygotowuje paczki żywnościowe na święta. Pracownicy spółki są zaangażowani w zakup środków, ich pakowanie oraz transport na Ukrainę.

1200

Firma **wonga.pl** zatrudnia Ukraińców w Warszawie i Kijowie. Po wybuchu wojny zarząd potępił atak Rosji na Ukrainę. W ramach działania **Chwała Ukrainie** powstał kanał w aplikacji Teams, który ciągle służy do przekazywania informacji o potrzebach pracowników, ich rodzin i bliskich. Firma pomaga rodzinom pracowników w przyjeździe do Polski, zorganizowała zbiórki na rzecz ich bliskich i znajomych, także tych na froncie. Zaoferowano wsparcie psychologiczne dla ukraińskich pracowników. W intranecie zawisła niebiesko-żółta flaga tego kraju, a jedną z sal konferencyjnych przemianowano na „Kijów".

150

Firma **Wunderman Thompson Technology** włączyła się we **wsparcie dla Ukrainy**. Zaangażowała się w pomoc osobom opuszczającym Ukrainę, polegającą na przekazywaniu darowizny i pomocy rzeczowej bezpośrednio do organizacji pomagających uchodźcom oraz na wsparciu inicjatyw oddolnych. W ramach darowizny przekazano środki na posiłki dla 700 osób w punkcie obsługi uchodźców oraz kilkadziesiąt sztuk sprzętu do pracy i nauki. Właściciel Wunderman Thompson Technology, grupa WPP, zachęcał do zbiórki finansowej, podwajając kwotę wpłat. Pracownikom umożliwiono wzięcie dnia pracy na wolontariat. Oddolnie stworzono grupę mentoringową Tech for Ukraine. Wykorzystując akcję Project Shoebox, zebrano 1500 sztuk kosmetyków i środków higienicznych dla potrzebujących. Wspierano pracowników goszczących u siebie uchodźców, oferując im pomoc rzeczową i psychologiczną. Dodatkowo zorganizowano 4 webinary na temat wsparcia emocjonalnego w kryzysie.

240

Firma **Zentiva Polska** w ramach działania **#WeHelpUkraine** zorganizowała szereg działań pomocowych. Pracownikom ukraińskiego oddziału i ich bliskim, którzy uciekali z terenów objętych wojną, zapewniono miejsca noclegowe i posiłki oraz wsparcie medyczne. Sztab kryzysowy pozostawał w kontakcie z pracownikami uciekającymi z kraju, a osoby

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

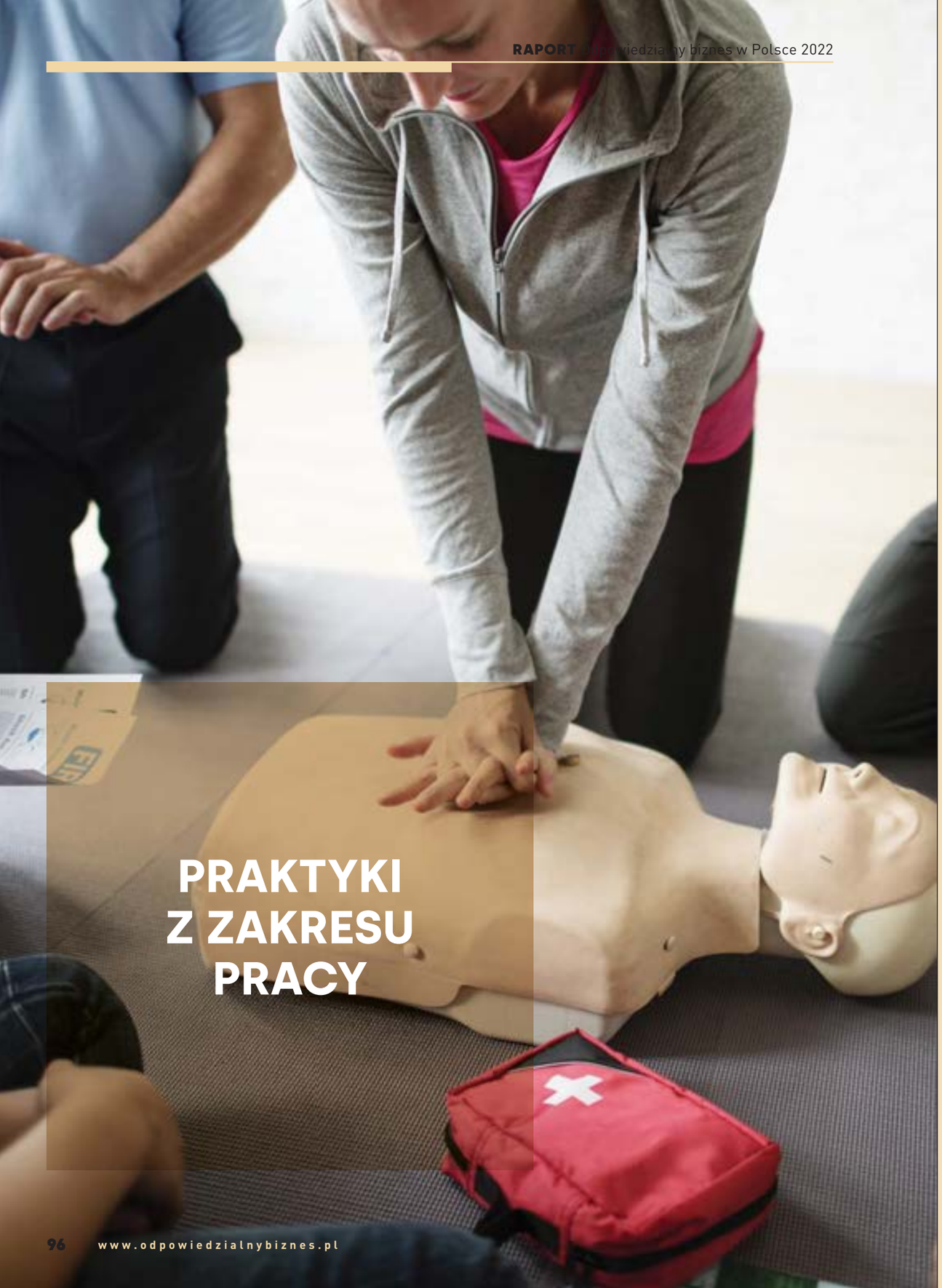
przekraczające granicę były przejmowane przez wolontariuszy firmy, którzy zawozili je do przygotowanych przez firmę miejsc pobytu. Równolegle pracownicy inicjowali i włączali się w akcje pomocy humanitarnej, np. zbiórkę opatrunków dla szpitala miejskiego we Lwowie. Firma, przy współpracy z RARS, przekazała także 11,8 tys. opakowań leków.

300

Solidaryzując się ze społecznością ukraińską **Żabka Polska** podjęła wiele inicjatyw: wsparła finansowo i rzeczowo organizacje pomocowe, wysyłała **pomoc dla ludności cywilnej na Ukrainie** (4 pociągi; przekazano 525 ton żywności i artykułów higienicznych), uruchomiła program wolontariatu pracowniczego związanego z sytuacją w Ukrainie. Grupa Żabka oferowała pomoc w znalezieniu pracy obywatelom Ukrainy – stworzyła platformę www.praca.zabka.pl. Klienci Żabki mogli wesprzeć finansowo działania PAH i PCK za pomocą płatności kartą lub zbliżeniowo – przy pomocy zegarka czy telefonu – i wymienić punkty lojalnościowe, tzw. żappsy, na cegiełki charytatywne. Na terenie centrów logistycznych powołano punkty konsultacyjne. W punktach konsultacyjnych Żabki udzielano informacji o oferowanym przez firmę wsparciu, m.in. o: pomocy psychologicznej i prawnej, pomocy logistycznej i materialnej w transporcie osób znad granicy polsko-ukraińskiej, poszukiwaniu i dofinansowywaniu lokali mieszkaniowych i pozyskiwaniu informacji dotyczących potrzeb osób wymagających wsparcia. Firma finansowała wynajem mieszkań dla rodzin pracowników, współpracowników i franczyzobiorców, ściągających rodziny do Polski z Ukrainy, organizowała transport dla rodzin pracowników z granicy do miejsc pobytu w Polsce, dofinansowywała koszty wynajmu mieszkań dla uchodźców z Ukrainy. Żabka wstrzymała też zamówienia produktów pochodzących z Rosji i Białorusi.

2573

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki



PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

160 firm

419 praktyk

W tegorocznym Raporcie w obszarze działań z zakresu pracy znalazły się 419 praktyki zgłoszone przez 160 firm. Znaczna część praktyk stanowiła kontynuację inicjatyw z ubiegłych lat.

Najwięcej zgłoszonych praktyk, aż 106, dotyczyło zdrowia pracowników i pracowniczek. Prawdopodobnie jest to pokłosie doświadczeń ostatnich lat pandemii koronawirusa. Duża część z nich odnosi się do profilaktyki i zachęcała do regularnych badań. Pracodawcy zdają sobie sprawę, że muszą troszczyć się o dobrą kondycję zatrudnionych – nie tylko fizyczną, ale i psychiczną. Firmy wykorzystują do tego różne aplikacje i programy. Ich celem jest motywowanie do podejmowania codziennych, małych wyzwań, które w rezultacie mają poprawić dobrostan załogi. Przedsiębiorstwa starają się również zachęcać do udziału w inicjatywach sportowych i promują wysiłek fizyczny wśród pracowników i ich rodzin.

Firmy chętnie dzieliły się też praktykami dotyczącymi zachowania równowagi między życiem zawodowym a prywatnym, w szczególności skierowanymi do rodziców i opiekunów. Przedsiębiorstwa podejmowały dialog z pracownikami, aby wsłuchać się w ich indywidualne potrzeby, co w konsekwencji prowadziło do realnych zmian, takich jak choćby modyfikacja infrastruktury miejsc pracy czy bardziej elastyczne podejście do pracy zdalnej.

Pracodawcy stawiają też na szkolenia i rozwój. Uzupełnianie wiedzy i nabywanie nowych umiejętności przez zespół niesie za sobą wiele korzyści. Przede wszystkim jest to nabieranie motywacji do nieustannego rozwoju zawodowego, dostrzeganie sensu swojej pracy i podchodzenie do obowiązków z większym zaangażowaniem.

Naturalne jest, że w tym obszarze najczęściej realizowanym Celem Zrównoważonego Rozwoju jest Cel 8, który odnosi się do wzrostu gospodarczego i godnej pracy. To właśnie z Celu 8. w sposób szczególny wynika, że aby móc budować stabilne, rentowne i odpowiedzialne przedsiębiorstwa, trzeba w pierwszej kolejności zatroszczyć się o własnych pracowników. Deklaracje o tym, że najcenniejszym kapitałem pracodawcy są ludzie, znane są od dawna. Z raportu wynika, że słowa te nabierają prawdziwego znaczenia i mocy. Dbałość o zatrudnionych staje się tematem strategicznym, a rola HR – kluczową w organizacji.

Anna Szczerbaczewicz
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Liczba zatrudnionych pracowników w 2022 r.

Mikro / małe / średnie przedsiębiorstwo

Podsumowanie Celów Zrównoważonego Rozwoju – str. 317

BEZPIECZEŃSTWO W MIEJSCU PRACY

Od 2013 r. **ANWIL** organizuje **Dni Bezpieczeństwa Pracy i Ochrony Zdrowia**. Głównym celem przedsięwzięcia jest pogłębianie wiedzy pracowników nt. bezpiecznej pracy i oceny zagrożeń dla zdrowia, życia i środowiska oraz utrzymanie najwyższych standardów bezpieczeństwa, jak i warunków pracy. W 2022 r. pracownicy mogli wziąć udział w specjalistycznych szkoleniach oraz wykładach, a także skorzystać z bezpłatnych badań profilaktycznych i konsultacji medycznych. Zdobytą wiedzę uczestnicy szkoleń mogli zweryfikować i ugruntować, biorąc udział w konkursach i grach online. Miernikiem efektywności praktyki jest zaangażowanie pracowników w poszczególne działania podejmowane w ramach projektu. W 2022 r. materiały informacyjno-promocyjne dotarły do wszystkich pracowników; wszyscy pracownicy – 1654 osoby – skorzystali też z proponowanych form aktywności; ze specjalistycznych badań lekarskich natomiast – 110 osób.

1300

Program **Zgłoś zagrożenie** powstał w celu zapewnienia w firmie najwyższych standardów bezpieczeństwa poprzez stosowanie działań zapobiegających wypadkom. Pracownicy spółki **ANWIL** mają do czynienia z substancjami, które stosuje się w określonych warunkach z przestrzeganiem rygorystycznych zasad postępowania. Dzięki programowi „Zgłoś zagrożenie" sami identyfikują potencjalne niebezpieczeństwa, proponując sposób ich eliminacji. Zgłaszanie zagrożeń odbywa się poprzez formularz dostępny w intranecie dla każdego pracownika. Jego intuicyjna forma pozwala w precyzyjny sposób dokonać zgłoszenia, co przekłada się na szybkość wdrożenia zaproponowanego rozwiązania. W 2022 r. zgłoszono 317, a wyeliminowano 291 zagrożeń, co daje 91,80% realizacji. W latach 2017–2022 pracownicy zgłosili 2172 zagrożenia, z których firma wyeliminowała 2112, co daje 97,2%.

1300

Parasol Bezpieczeństwa dla Kierowców i Dostawców to program skierowany do kierowców pojazdów ciężarowych oraz dostawców przybywających do **ArcelorMittal Poland**. W ramach działań proaktywnych zapobiegających wypadkom z udziałem kierowców zewnętrznych, zespół specjalistów przyjrzał się obszarowi związanemu z załadunkiem/rozładunkiem materiałów oraz poruszaniem się pojazdów ciężarowych na terenie firmy. Efektem prac było wyodrębnienie 14 różnych akcji poprawiających bezpieczeństwo oraz komfort kierowców, z których większość została wdrożona i ich efekty są już widoczne.

10000

Konkurs BHP „W podróży do zera wypadków" ma na celu dzielenie się dobrymi praktykami w zakresie projektów dotyczących bezpieczeństwa w miejscu pracy opracowywanymi przez pracowników **ArcelorMittal Poland**, a także promowanie ich i nagradzanie inicjatyw pracowników w sprawie budowania kultury bezpieczeństwa. Konkurs składający się z dwóch etapów cieszy się popularnością wśród pracowników, którzy zgłaszają wiele dobrych pomysłów na poprawę stanu bezpieczeństwa. Rozwiązania proponowane w projektach są dobrymi praktykami przenoszonymi na inne obszary, a udział w konkursie pozwala na zaprezentowanie ich wszystkim zakładom wchodzącym w skład ArcelorMittal Poland.

10000

W kwietniu 2022 r. **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** zorganizował **Tydzień Bezpieczeństwa**. Każdy dzień był poświęcony innemu zagadnieniu: 25.04 BEZPIECZNI W PRACY – komunikacja i klip dotyczący bezpieczeństwa w miejscu pracy; 26.04 BEZPIECZNI W DRODZE – komunikacja oraz webinar; 27.04 BEZPIECZNI W DOMU – komunikacja i statystyki; 28.04 Rocznica korporacyjnego programu SAFE i webinar zorganizowany przez Grupę Sevier „Neuronauka a bezpieczeństwo"; każdy pracownik otrzymał czujnik czadu; 29.04 Podsumowanie i quiz z nagrodami, start akcji charytatywnej na rzecz Fundacji Forani, która pomaga osobom poszkodowanym w wypadkach. Podczas Tygodnia Bezpieczeństwa zostało poruszonych wiele zagadnień, które wynikały ze statystyk i z faktów zaistniałych w firmie; mówiono o najczęstszych przyczynach wypadków i zdarzeń w miejscu pracy, jak i w drodze do i z domu.

250

Avon Operations Polska w fabryce w Garwolinie kładzie nacisk na **bezpieczeństwo i higienę pracy** i ma istotny wkład w tworzenie standardów BHP dla innych zakładów Avon na świecie. Wysokie standardy BHP, sprawne systemy zabezpieczeń, działania wewnętrznej grupy ratowniczej, akcje i szkolenia z prewencji zagrożeń i świadomość pracowników są doceniane przez CIOP-PIB. W 2022 r., siódmy rok z rzędu, Avon Operations Polska otrzymał Złotą Kartę Lidera Bezpiecznej Pracy. W Avon Garwolin działa program ZIP, w ramach którego pracownicy zgłaszają pomysły na poprawę zabezpieczeń. Firma konsekwentnie inwestuje też w automatyzację i digitalizację najbardziej niebezpiecznych procesów w obszarze produkcji. Wprowadzane są usprawnienia z zakresu bezpieczeństwa; w 2022 r. pracownicy wzięli udział w ćwiczeniach ppoż. ze strażakami, ćwiczeniach z gaśnicą, webinarze dotyczącym ergonomii pracy oraz quizie tematycznym z nagrodami pomagającymi lepiej zadbać o zdrowie i bezpieczeństwo na co dzień.

1000

Zero wypadków – jeden z filarów strategii ESG **Carlsberg Polska**. **Bezpieczeństwo pracy** – traktowane jest priorytetowo. Carlsberg Polska dba o stworzenie bezpiecznych warunków pracy i bezwzględnie wymaga stosowania się do przepisów, ale kluczem jest bezpośrednie zaangażowanie pracowników. To oni widzą sytuacje potencjalnie niebezpieczne i mają możliwość reakcji poprzez zgłaszanie swoich obserwacji i tzw. near miss, czyli zdarzeń mogących skutkować wypadkiem. Zgłoszenia dokonywane są przez specjalną aplikację Safety First, dostępną dla pracowników, jak i podwykonawców. W 2022 r. zgłoszono17 531 obserwacji behawioralnych i 8418 technicznych, o ponad 1/3 więcej niż w 2021 r. Strategia ESG Together Towards ZERO and Beyond uwzględnia kulturę zero wypadków. Aby usprawnić system zgłaszania obserwacji, wprowadzono aplikację, do której każdy ma dostęp (kody QR do aplikacji są dostępne na plakatach). Aplikacja jest także przydatna podczas tzw. Safety Walk, których w 2022 r. było 3196.

1300

Jednym z celów i strategicznych kierunków działania Grupy Cellnex jest zapewnienie bezpieczeństwa pracownikom oraz promowanie zrównoważonej jazdy (tj. ekojazdy). Dlatego w celu zapobiegania i zmniejszenia liczby wypadków drogowych oraz zwiększenia świadomości w ww. zakresie na korporacyjnej platformie e-learningowej udostępniono pracownikom 2 moduły szkoleniowe (dostępne również w języku polskim) pt. „Bezpieczeństwo na drodze i czynniki ryzyka" oraz „Zrównoważona jazda". **E-learningi** są częścią realizacji tzw. planu mobilności, realizowanego we wszystkich krajach, w których obecna jest firma **Cellnex Poland**.

500

Od wielu lat w przedsiębiorstwie **CEMEX Polska** odnotowuje się coraz niższą liczbę wypadków: zarówno śmiertelnych, jak i powodujących niezdolność do pracy. Firma dąży do osiągnięcia celu **Zero Wypadków Dzisiaj** – i pod tym hasłem odbywały się spotkania dla pracowników, które miały pomóc w wypracowaniu mentalności stawiającej przede wszystkim na bezpieczeństwo w miejscu pracy, a także wzmocnić świadomość i kulturę BHP w firmie poprzez stworzenie przestrzeni, dzięki której wszyscy uczestnicy ponownie ocenią rolę zdrowia i bezpieczeństwa w ich życiu. Docelowo 100% pracowników zostało przeszkolonych w ramach szkoleń tradycyjnych w zakładach oraz online. W 2022 r. udało się osiągnąć zero wypadków powodujących niezdolność do pracy.

1000

Coca-Cola HBC Polska wprowadziła **elektroniczny system zarządzania kontraktorami w zakładach produkcyjnych w Polsce** obejmujący proces rejestracji i oceny ryzyka kontraktora, szkolenia wszystkich pracowników oraz kontrolę dostępu na terenie zakładu, co ma podnieść bezpieczeństwo kontraktora i zminimalizować ryzyko urazów i wypadków. Program obejmuje rejestrację wizyt (awizacja) poprzez link wysłany w zaproszeniu mailowym; następnie powiadamianie opiekuna (hosta) o przyjściu gościa/ kontrahenta; dodatkowo generowanie listy ewakuacyjnej. Każdy pracownik otrzymuje wydruk imiennych przepustek. System obejmuje generowanie raportów wejść i wyjść; nieograniczony dostęp do terminala samodzielnej rejestracji danych osobowych; dostęp do wszystkich funkcji systemu na urządzeniach mobilnych. Każdy pracownik ma obowiązek odbycia zdalnego szkolenia BHP ważnego rok kalendarzowy.

1810

Priorytetem **Coca-Cola HBC Polska** jest wysoka kultura bezpieczeństwa w miejscu pracy, a celem – zero wypadków związanych z pracą. W drodze do realizacji tego celu, poprzez zwiększanie świadomości pracowników, firma wdrożyła program 5 sekund pomyśl, zanim zaczniesz. Poprzez atrakcyjny graficznie i przystępny materiał program pomaga w łatwy sposób identyfikować zagrożenia przed rozpoczęciem wykonywanych prac. Tytułowe **5 sekund pomyśl, zanim zaczniesz – budowanie świadomości wśród pracowników odnośnie do oceny ryzyka tuż przed wykonaniem zadania** to czas, który wystarczy pracownikowi, aby upewnić się, czy ma wystarczające zasoby, wiedzę, narzędzia i czy jego działanie nie zagrozi współpracownikom. Program zwraca uwagę na rutynowość, która często jest źródłem wypadków. Poza pracownikami firmy udział w projekcie biorą także kontraktorzy wykonujący prace na terenie firmy Coca-Cola HBC Polska oraz w obiektach magazynowych zewnętrznych operatorów logistycznych.

1810

W ramach długofalowego programu rozwoju i propagowania **kultury bezpieczeństwa** pracy wśród pracowników firma **DB CARGO POLSKA** w 2022 r. wdrożyła System Zarządzania Bezpieczeństwem ISO 45001; zrealizowała kampanię informacyjną na temat zdarzeń potencjalnie wypadkowych, a także szkolenie „Przywództwo w Bezpieczeństwie"; omówiła z pracownikami przykłady niebezpiecznych sytuacji i zachowań wraz z wnioskami i zaleceniami na przyszłość – tzw. „Minutka dla bezpieczeństwa" i „Lekcje ze zdarzeń"; wydawała e-biuletyn o tematyce bezpieczeństwa pt. „#dbcargoheroes", który docierał do ok. 2800 pracowników; we współpracy z Polską Grupą Ratownictwa Medycznego przeprowadziła szkolenie dla wszystkich pracowników z udzielania pierwszej pomocy prowadzone. W 2022 r. w celu zadbania o zdrowie i życie pracowników firma zamontowała dodatkowe zabezpieczenie w krytycznym miejscu; przedłużyła łańcuszki do przeładunku wiązek z aluminium; zabezpieczyła pracę na dachu lokomotywy w serwisie mobilnym oraz zamontowała dodatkowe oświetlenie stopni wejściowych i rolet przeciwsłonecznych na lokomotywach.

2800

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

We wszystkich zakładach produkcyjnych **Fabryk Mebli „FORTE"** istnieją 20–30-osobowe zastępy strażackie (w sumie ok. 80 osób). Zadaniem strażaków ochotników jest codzienna kontrola zagrożenia pożarowego i przede wszystkim 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 wspólne ćwiczenia z lokalnymi oddziałami Państwowej Straży Pożarnej na terenie zakładów Grupy „FORTE". Dzięki strażakom z zastępów **Ochotniczej Straży Pożarnej** zmniejsza się ryzyko zagrożenia pożarowego na terenie firmy.

3000

GXO wdrożyło narzędzia służące do regularnej komunikacji BHP z pracownikami we wszystkich centrach logistycznych GXO w Polsce. Miesięczne **newslettery i kwartalne kwadranse BHP** służą do podnoszenia świadomości pracowników w zakresie BHP, budowania bezpiecznego miejsca pracy oraz unikania wypadków i sytuacji potencjalnie niebezpiecznych. Materiały komunikacyjne są podstawą spotkań i wymiany informacji z pracownikami w związku z wdrożonym Zintegrowanym Systemem Zarządzania. Poprzez działania komunikacyjne prowadzone w sposób regularny oraz w oparciu o wypracowane materiały firma podnosi bezpieczeństwo swoich pracowników oraz dąży do rozwijania świadomości znaczenia bezpieczeństwa w miejscu pracy. W efekcie liczba wypadków i zdarzeń potencjalnie wypadkowych zmniejszyła się o 30%.

1500

Bezpieczeństwo jest najwyższym priorytetem **GXO** i jedną z podstawowych wartości firmy, dlatego wyposażyła ona wszystkie swoje centra logistyczne w Polsce w urządzenia AED: automatyczne defibrylatory zewnętrzne. Jednocześnie firma zadbała o to, aby w każdej z kilkudziesięciu lokalizacji znalazły się osoby przeszkolone z zastosowania AED oraz uprawnione do udzielania pierwszej pomocy. Ważne jest, aby w razie wypadku pracownicy mogli skutecznie zareagować w ciągu kilkudziesięciu sekund. **Wyposażenie centrów w AED** oraz szkolenia z korzystania z urządzenia przeprowadziła certyfikowana firma. GXO podnosi bezpieczeństwo swoich pracowników oraz dąży do rozwijania świadomości znaczenia bezpieczeństwa w miejscu pracy; od momentu wdrożenia AED liczba wypadków i zdarzeń potencjalnie wypadkowych zmniejszyła się o 30%. W ten sposób firma realizuje także swoją strategię ESG opartą na wartościach, takich jak bezpieczeństwo.

1500

Branża chemiczna wymaga zachowania najwyższych standardów bezpieczeństwa, dlatego to zagadnienie obecne jest w każdym aspekcie działalności firmy **Henkel Polska**. Stąd lista szkoleń z zakresu bezpieczeństwa, realizowanych co roku w zakładzie produkcji detergentów w Raciborzu, jest bardzo długa. Jednym z nich jest szkolenie z udzielania pierwszej pomocy. W 2022 r. chęć wzięcia udziału w nim zgłosiło 137 na 164 pracowników zakładu produkcji detergentów Henkel Polska w Raciborzu. Częścią szkolenia **Safety First** były ćwiczenia ze sztucznego oddychania i korzystania z defibrylatorów, które są na wyposażeniu każdego wydziału w zakładzie.

970

Jastrzębskie Zakłady Remontowe, które należą do Grupy **Jastrzębskiej Spółki Węglowej**, dostarczyły do zakładu Ruch Knurów Kopalni Knurów-Szczygłowice kompleks 143 sekcji zmechanizowanej obudowy ścianowej. To pierwsze sekcje w całości zaprojektowane i wykonane przez pracowników JZR. Dzięki współpracy zespołu projektowego (9 konstruktorów i technologów) i grupy doświadczonych górników Ruchu Knurów powstała nowoczesna konstrukcja zapewniająca bezpieczeństwo w miejscu pracy. Każda nowa **obudowa stworzona przez pracowników** jest projektowana na podstawie dokładnie sprecyzowanych wymagań i potrzeb kopalni oraz warunków górniczo-geologicznych ściany, w której ma pracować. Średnio w ciągu doby Jastrzębska Spółka Węglowa będzie wydobywać z tej ściany ok. 3,5 tys. tony urobku.

30686

Jastrzębska Spółka Węglowa wprowadziła sterowanie radiowe na stacjach materiałowych w KWK Borynia-Zofiówka Ruchu Borynia. Dzięki temu usprawniono proces załadunku i rozładunku, podnosząc jednocześnie bezpieczeństwo operatora. To pierwsze takie rozwiązanie w Polsce. W Ruchu Borynia zestawy transportowe wyposażone w **sterowanie radiowe** są na poziomach 950 oraz 838 m, czyli w newralgicznych punktach kopalni. Opracowanie sterowania w dzisiejszym kształcie zajęło rok. Za pomocą pilota możliwe są nie tylko przejazdy ciągnikiem, lecz także kierowanie zespołem środków transportowych, czyli tzw. belek, na których podwieszane są wozy, kontenery czy bezpośrednio materiały. Sterowanie radiowe pozwala niezależnie sterować jedną lub drugą wciągarką albo – w zależności od potrzeb – dwoma wciągarkami jednocześnie.

30686

Jak co roku w maju **KONE** zorganizowało **Tydzień Bezpieczeństwa**, podczas którego pracownicy mogli wziąć udział w stacjonarnych szkoleniach z pierwszej pomocy oraz uczestniczyć w webinarach poświęconych ochronie środowiska oraz dbaniu o swój dobrostan. Szkolenia z pierwszej pomocy odbyły się w sześciu lokalizacjach w Polsce, gdzie dodatkowo pracownicy biurowi mieli możliwość lepiej poznać codzienne obowiązki pracowników działu serwisu oraz montażu, którzy na co dzień pracują w terenie. Dla dzieci pracowników został zorganizowany konkurs „Moi Bliscy pracują bezpiecznie w KONE". Tydzień Bezpieczeństwa zakończył się wręczeniem nagród pracownikom, którzy zostali Liderami BHP 2022 r.

500

Lyreco Polska stawia na rozwój **kultury bezpieczeństwa** w organizacji i poza nią poprzez szerzenie wiedzy i budowanie świadomości w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy. Lyreco Polska realizuje wiele projektów aktywizujących pracowników i lokalną społeczność, prowadzonych poprzez wewnętrzne kanały komunikacji. Ponad 130 pracowników Lyreco przeszło szkolenie z pierwszej pomocy i obsługi automatycznego, zewnętrznego defibrylatora (AED). Firma udostępniła 2 AED w aplikacji, która pomaga zlokalizować urządzenie w sytuacji kryzysowej, oznakowała dodatkowo obiekt, aby każda osoba, która będzie potrzebowała pomocy mogła skorzystać z AED. Po raz drugi Lyreco Polska nawiązało współpracę z OSP Falenty w zakresie szkoleń dla psów cywilnych grup poszukiwawczo-ratowniczych.

600

W 2022 r. **MAKRO Polska** pod hasłem **#razemlepiej-bezpieczniej** przeprowadziło ogólnokrajową kampanię promującą bezpieczne i higieniczne warunki pracy. W ramach kampanii firma przygotowała dla pracowników szereg materiałów edukacyjnych w postaci filmów instruktażowych, które były emitowane w wewnętrznej telewizji Makro TV, oraz plakatów, które zostały udostępnione pracownikom na tablicach informacyjnych we wszystkich lokalizacjach. W realizacji kampanii brali udział pracownicy firmy z całej Polski, przede wszystkim zatrudnieni w halach MAKRO, w tym partnerzy społeczni z organizacji związkowej, menedżerowie i członkowie Zarządu spółki. Realizując kampanię, MAKRO miało na celu zwiększenie bezpieczeństwa zarówno pracowników, jak i klientów poprzez zminimalizowanie ryzyka w kluczowych obszarach: bezpiecznej obsługi wózków jezdniowych, bezpiecznej eksploatacji regałów, ręcznych prac transportowych, bezpiecznego składowania towaru. Priorytetem jest stałe podnoszenie standardów dotyczących bezpiecznego środowiska pracy, co jest zgodne z postawionymi mierzalnymi celami ESG.

5000

W ramach Europejskiego Miesiąca Cyberbezpieczeństwa firma zorganizowała miesięczny cykl **Cybersecurity Month**, skupiający się na zjawiskach phishingu i ransomware. Eksperci wewnętrzni z zespołu Cybersecurity przygotowali dla uczestników prawie 10 godzin materiałów, 8 spotkań online, 10 postów oraz konkurs z nagrodami. **MODIVO** minimalizuje ryzyko braku świadomości z zakresu cyberbezpieczeństwa, a długofalowo – zapobiega atakom hakerskim na firmę zajmującą się sprzedażą online. Cykl Cybersecurity Month był skierowany do wszystkich pracowników MODIVO i spotkał się ze sporym zaangażowaniem. Firma chciała zwiększyć świadomość o najpopularniejszych atakach phishingowych i ransomware w sieci. Mierzalnym celem bezpieczeństwa w miejscu pracy było ponowienie tzw. phishingowych testów penetracyjnych w firmie i sprawdzenie ich efektów. Wyniki pokazują zdecydowaną poprawę cyberbezpieczeństwa firmy.

3000

Kampania **„Kierunek: Bezpieczni w pracy"** kierowana jest do ok. 14 tys. pracowników **PKP CARGO**. Jej celem jest zwiększenie bezpieczeństwa pracy poprzez budowanie kultury bezpiecznego miejsca pracy, zmianę świadomości, kształtowanie postaw sprzyjających bezpiecznemu wykonywaniu obowiązków. Kluczowe założenie to dotarcie do ok. 7 tys. pracowników na stanowiskach bezpośrednio związanych z ruchem pociągów. Projekt uruchomiono w 2019 r. i od tego czasu rozwijany jest poprzez kampanię informacyjną dla pracowników. W latach 2021–2022 włączono profilaktykę powiązaną z innym projektem CSR (Psychologiczne Wsparcie Powypadkowe). Zaangażowanie partnerów społecznych we wspólnej deklaracji poparcia dla kampanii Zarządu PKP CARGO i Związków Zawodowych przynosi wymierne efekty, np. protokół dodatkowy nr 12 do Zakładowego Układu Zbiorowego Pracy Spółki określającego m.in. kwestie bezpieczeństwa pracy maszynistów oraz zapewnienia profesjonalnej opieki psychologicznej po wypadku kolejowym.

14800

Cykl szkoleń z posługiwania się bronią palną dla pracowników **Polskiej Grupy Zbrojeniowej** zorganizowany został przez PGZ S.A. w partnerstwie z Wojskową Akademią Techniczną, Wojskowymi Zakładami Łączności oraz Wojskowymi Zakładami Elektronicznymi. Pracownicy 7 spółek zlokalizowanych w województwie mazowieckim przeszli praktyczne szkolenie z zasad bezpiecznego posługiwania się bronią i trening strzelecki. Szkolenie odbywało się w specjalnie do tego celu przeznaczonej krytej, mobilnej strzelnicy udostępnionej przez Zakłady Mechaniczne „Tarnów" S.A. Uczestnicy strzelali na 15 m z wykorzystaniem obu typów broni – długiej i krótkiej. **Zajęcia strzeleckie dla pracowników PGZ** odbyły się z udziałem 2 instruktorów. W 3 cyklach szkolenia wzięło udział ponad 800 osób. Organizacja zajęć wynikała z potrzeb zgłaszanych przez samych pracowników, przy wykorzystaniu zasobów posiadanych w Grupie – strzelnicy kontenerowej produkcji Zakładów Mechanicznych „Tarnów" oraz MSBS Grot i pistoletu samopowtarzalnego VIS-100 produkcji Fabryki Broni „Łucznik" w Radomiu. Szkoleniu towarzyszył instruktaż z zakresu pierwszej pomocy.

300

Z okazji **Światowego Dnia Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy** firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** zorganizowała dla pracowników aktywności mające na celu zwiększenie świadomości dotyczącej BHP. W związku z ryzykiem związanym z wykonywaną pracą fizyczną w przedsiębiorstwie produkcyjnym przestrzeganie tych zasad jest bardzo ważne. Dla pracowników zorganizowano warsztaty z fizjoterapeutą, podczas których pokazano, w jaki sposób można zadbać o zdrowie fizyczne i zapobiec wadom postawy przy pomocy prostych ćwiczeń. Firma chciała poprzez obchody Dnia Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy zwrócić uwagę na dbanie o zdrowie na co dzień oraz na profilaktykę mającą wpływa na zdrowie fizyczne i psychiczne.

60

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Konkurs „Bezpieczne miejsce pracy" prowadzony jest w oddziałach **ROHLIG SUUS Logistics**. Inicjatywa ma na celu zachęcenie pracowników do zwiększania swojej wiedzy z zakresu BHP oraz budowanie świadomości w tym obszarze. Co miesiąc w intranecie publikowany jest ranking oraz nagradzane są oddziały, w których została wykryta najmniejsza liczba nieprawidłowości. Nagrody oraz duch rywalizacji międzyoddziałowej sprzyjają poprawie stanu bezpieczeństwa na stanowiskach pracy. Działanie prowadzi do stopniowego zmniejszania się wykrytych nieprawidłowych zachowań, co pozytywnie wpływa również na zwiększenie bezpieczeństwa współpracujących z firmą przewoźników i kierowców.

2000

Skanska inwestuje w rozwój nowoczesnego podejścia do budowania bezpiecznego środowiska pracy na prowadzonych przez siebie budowach. Diagnoza postaw nadzoru oraz pracowników fizycznych miała na celu sprawdzenie, które działania okazują się skuteczne, a z jakimi głównymi wyzwaniami nadal mierzą się zespoły projektowe. Na podstawie rezultatów badania sformułowano plan działań budujący kulturę bezpieczeństwa wśród pracowników. Przyjęty wskaźnik miary dla tej praktyki to liczba respondentów ankiety – odpowiedziało 50% spośród adresatów badania w grupie nadzoru i 47% pracowników produkcyjnych. Udzielono wielu komentarzy otwartych, co pomoże w głębszej analizie faktycznego stanu bezpieczeństwa. Przeprowadzenie **diagnozy kultury bezpieczeństwa organizacji** pozwoli na określenie rzeczywistych potrzeb pracowników w tym zakresie i da realny punkt wyjścia dla planowanych działań.

1200

Obszary zarządzania technicznego nieruchomościami i gastronomii to środowiska pracy, w których kluczowa jest prewencja naruszeń bezpieczeństwa. W ramach **systemu prewencji „Zero mindset – Zero wypadków"** każdy pracownik **Sodexo Polska** zapraszany jest do zainstalowania na swoim telefonie aplikacji Sodexo, która pozwala na samodzielne, intuicyjne monitorowanie bezpieczeństwa w zakładzie pracy i zgłaszanie zdarzeń potencjalnie niebezpiecznych. Firma obsługuje w ten sposób dużą liczbę zgłaszanych zdarzeń, co wskazuje na zaangażowanie pracowników w zagadnienia związane z BHP oraz na przekonanie, że świadomość wystąpienia niebezpiecznej sytuacji przekłada się na większą uważność przy wykonywaniu danej czynności. W 2022 r. zgłoszono 5721 zdarzeń.

1800

Kampania Bezpieczna Kopalnia to projekt, którego celem jest promocja zagadnień BHP w kopalniach spółki, tak aby w przystępny i przyjazny sposób podnieść świadomość i bezpieczeństwo w miejscu pracy. W ramach kampanii realizowane są: Konkurs „Twój pomysł na bezpieczeństwo"; kampania informacyjna „VI Zasad bezpieczeństwa"; Konkurs „Bezpieczna Kopalnia". Kampania przyczynia się do zmniejszenia odsetka wypadków w pracy oraz uczy świadomości zachowania bezpieczeństwa w miejscu pracy. Adresatem są pracownicy spółki, a koordynowana jest przez specjalistę ds. BHP. Kampania **Świętokrzyskiej Grupy Przemysłowej INDUSTRIA** jest realizowana stale od 2021 r.

320

Wyborowa Pernod Ricard, realizując cel zero wypadków, prowadzi regularne szkolenia BHP oraz objęła pracowników programem **Mistrzowie Bezpieczeństwa** poprzez m.in. szkolenia z zakresu pierwszej pomocy, bezpiecznej pracy na wysokości i ergonomii pracy. W ramach programu firma organizuje Dzień Bezpieczeństwa skierowany do zespołu zakładu produkcyjnego. Dodatkowo w 2021 r. uruchomiono cykl szkoleń zakładowych – Care by Learning w systemie Train the Trainer. Cały program wspierany jest przez kampanię świadomości bezpieczeństwa, w której ambasadorami są pracownicy. W Dniu Bezpieczeństwa w roku 2022 wzięło udział 164 pracowników. Liczba roboczogodzin dedykowana szkoleniom w 2022 r. wyniosła 1074.

150

DIALOG Z PRACOWNIKAMI

Cykliczne spotkania Zarządu z pracownikami zostały wprowadzone w firmie **ANWIL** na początku 2015 r. Stanowią one kluczowe narzędzie dwustronnej komunikacji w spółce. Organizowany raz na kwartał cykl spotkań daje możliwość bezpośredniego spotkania pracowników wszystkich obszarów oraz szczebli z przedstawicielami Zarządu. Istotnym elementem **spotkań kwartalnych** jest sesja pytań i odpowiedzi, podczas której pracownicy mają możliwość zadania pytania i uzyskania odpowiedzi bezpośrednio od Zarządu, a także podzielenia się z jego członkami swoimi spostrzeżeniami i uwagami dotyczącymi funkcjonowania firmy. W 2022 r. w firmie, ze względu na obostrzenia epidemiologiczne, zorganizowano jeden cykl 18 spotkań w mniejszych grupach. Frekwencja osiągnęła poziom ponad 30%. W sumie w spotkaniach wzięło udział ponad 500 pracowników firmy.

1300

Sprawna komunikacja wewnętrzna w firmie przynosi wiele korzyści. Przede wszystkim zwiększa efektywność pracowników, angażuje ich do osiągania wspólnych celów, wspiera wymianę wiedzy i przyczynia się do rozwoju całej organizacji. **Business Support Solution** postanowił więc dokonać **diagnozy komunikacji** na poziomie firmy i zespołów, tak aby poznać sytuację wyjściową i zbudować strategię komunikacji. W ramach badania pracownicy mieli za zadanie wypełnić kwestionariusz online. Następnie zebrany został zespół projektowy, który na podstawie odpowiedzi rozmawiał o potrzebach organizacji i pracowników, tak aby możliwe było dogłębne zrozumienie problemów i wdrożenie adekwatnych rozwiązań.

400

Firma przeprowadza 2 razy w roku **badanie satysfakcji pracowników. Pulse Survey** ma formę anonimowej ankiety online we wszystkich 12 państwach, w których firma prowadzi działalność, i jest koordynowane przez centralę. Ankieta dostarcza informacji na temat poziomu zaangażowania, znajomości strategii biznesowej, różnorodności, poczucia integracji oraz dobrostanu pracowników. Wyniki badania są szczegółowo analizowane przez Zarząd spółki i kaskadowane w dół organizacji. Menedżerowie przy wsparciu działu People & Organization wraz z pracownikami wdrażają działania służące zwiększeniu poziom satysfakcji i zadowolenia załogi. W pierwszym badaniu w **Cellnex Poland** przeprowadzonym w maju 2022 r. wzięło udział 88% pracowników. Najwyżej oceniono obszary różnorodności i inkluzyjności.

500

Biuro Controllingu firmy **DB CARGO POLSKA** opracowało wewnętrzne **rekomendacje w zakresie projektowania raportów i prezentacji** w oparciu o Międzynarodowe Standardy Komunikacji Biznesowej IBCS®. Dotyczą m.in. formatu komunikatu, tytułu, liczb, stosowania kolorów i deseni, oznaczenia czasu, scenariuszy, walut, typów i właściwości wykresów, formatu tabel. Wraz z rekomendacjami opracowano gotowe szablony raportów i prezentacji, możliwe do pobrania przez pracowników z intranetu. Rekomendacje można stosować przy użyciu ogólnodostępnych w firmie programów MS Excel i MS Power Point, bez konieczności zakupu płatnych aplikacji wspierających wizualizację danych. do korzyści z wdrożenia i stosowania rekomendacji w firmie należą: zwiększenie jakości dostarczanych informacji; ujednolicenie oznaczeń wykorzystywanych w raportach i prezentacjach; zapewnienie spójnej komunikacji wewnątrz organizacji; budowanie jasnego i prostego przekazu przez twórców raportów; poprawienie percepcji i skrócenie do minimum czasu niezbędnego na zrozumienie informacji przez odbiorcę na każdym etapie podejmowania decyzji; skrócenie czasu potrzebnego na przygotowanie raportów i prezentacji.

2800

DB CARGO POLSKA wdrożyło aplikację, dzięki której przy użyciu **rzeczywistości wirtualnej (VR)** firma może prezentować swoją działalność w obszarze produkcji. Zakładając gogle VR, można przenieść się do zakładu utrzymania w Rybniku, a następnie zapoznać się z procesami naprawy wagonów oraz linii regeneracji zestawów kołowych. Głównym celem stworzenia aplikacji było dotarcie z ofertą i prezentacją firmy do jak najszerszego grona interesariuszy. Aplikacja jest i będzie stale wykorzystywana do różnych celów, w zależności od obszaru: 1) komunikacja: przedstawienie oferty firmy na targach branżowych, sympozjach, konferencjach; 2) HR: prezentacja pracy i używanych technologii na poszczególnych stanowiskach nowym pracownikom; 3) sprzedaż: przedstawienie oferty firmy na spotkaniach z klientami; 4) BHP: szkolenie BHP na konkretnym stanowisku pracy. Aplikacja jest w języku polskim. Firma przygotowuje też wersję angielską.

2800

W firmie **Emitel** realizowane jest coroczne **badanie opinii z gwarancją poufności i anonimowości**. Jego celem jest ocena satysfakcji pracowników z rozwiązań dotyczących zaangażowania, przywództwa, współpracy i komunikacji, rozwoju, warunków pracy, CSR i innowacyjności. Badanie, realizowane przez firmę zewnętrzną, jest poufne i anonimowe, a raporty zawierają tylko dane zbiorcze, bez informacji pozwalających na identyfikację odpowiedzi pojedynczych respondentów. W firmie wdrożone są też kwartalne badania Pulse Check realizowane z gwarancją poufności i anonimowości przez zewnętrzną firmę doradczą, w których respondenci odpowiadają na 5 pytań będących barometrem aktualnych nastrojów w organizacji. Frekwencja w badaniach Pulse Check wynosi ok. 50%.

450

W listopadzie 2022 r. **Energopomiar** z pomocą firmy zewnętrznej przeprowadził **badanie satysfakcji z pracy**. Badanie miało na celu poznanie opinii pracowników na temat pracy w firmie (m.in. satysfakcja z wynagrodzenia, relacje z przełożonymi i ze współpracownikami, autonomia w pracy, organizacja pracy, więź z firmą, ocena wizerunku firmy jako pracodawcy, rozwój zawodowy) oraz zidentyfikowanie obszarów możliwych do poprawy. Dodatkowe pytania dotyczyły występowania mobbingu w firmie. Badanie w tym obszarze oraz przeprowadzone w 2022 r. szkolenie z przeciwdziałania mobbingowi wpisuje się w planowaną do wdrożenia w najbliższych latach politykę antymobbingową spółki i realizację celów HR. Raport z badania został udostępniony kadrze menedżerskiej, a wszystkim pracownikom został zaprezentowany na spotkaniu online z prezesem firmy. Zlecenie badania firmie zewnętrznej było gwarantem zapewnienia anonimowości oraz rzetelności. Wnioski z badania satysfakcji zostały wykorzystane przy opracowaniu strategii społecznej odpowiedzialności na lata 2023–2027.

239

Crowne Plaza dopasowuje benefity do potrzeb pracowników oraz prowadzi regularny dialog m.in. przez coroczne rozmowy przeprowadzane przy współpracy z niezależnym partnerem zewnętrznym. Anonimowe badania mają na celu zebranie opinii i wyznaczenie kierunków rozwoju na podstawie zebranych danych. Kwestionariusze mierzą stopień zadowolenia pracowników, najwyżej ocenione zostały m.in. bezpieczeństwo w pracy, równe traktowanie, dostęp do informacji o możliwościach rozwoju i doskonalenia, a także jasność formułowania celów przez kadrę zarządzającą.. Na podstawie analizy zebranych danych **Ghelamco Hotel** wprowadził plan działań. Firma dba o **dobrostan oraz rozwój pracowników** w swoich strukturach. W 2021 r. wprowadziła politykę, dzięki której pracownicy mają pierwszeństwo ubiegania się o wolne stanowiska pracy w hotelu Crowne Plaza Warsaw – The HUB oraz w sieci IHG Hotels & Resorts. Szefowie działów zobowiązani są do wspierania zespołów w rozwijaniu ich kariery zawodowej zgodnie z Osobistymi Planami Rozwoju i zachęcania ich do

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ubiegania się o odpowiednie stanowiska pracy. W 2022 r. aż 98% pracowników określiło Crowne Plaza Warsaw – the HUB jako dobrego pracodawcę.

132

W 2021 r. w **Grupie Schiever w Polsce** w celu wzmocnienia komunikacji wewnętrznej stworzono nowe proste narzędzie, jakim jest firmowy newsletter. **Newsletter Schiever** to powstające cyklicznie treści z najważniejszymi informacjami, nowościami i zmianami, które wysyłane są na skrzynkę mailową pracownika Grupy. Newsletter firmowy ma na celu przekazywanie informacji, przede wszystkim bieżących planów firmy, statusu ich realizacji, ważnych zmian, wydarzeń, akcji CSR i konkursów. Pozostałe wątki są przekazywane w sposób zwięzły i możliwie prosty. Dobra praktyka została wdrożona w 8 sklepach bi1 (Białystok, Bielsko-Biała, Czeladź, Ełk, Legnica, Wałbrzych, Rzeszów, Szczecin); 2 sklepach Auchan (Zielona Góra, Racibórz) i siedzibie spółki.

1100

Pandemia COVID-19 znacząco zmieniła styl pracy, a model hybrydowy zagościł w **LOTTE Wedel** na dłużej, dlatego postanowiono **dostosować biuro do potrzeb pracowników**. W tym celu najpierw przeprowadzono rozmowy, przeanalizowano ankiety, zorganizowano webinary i konsultacje, w tym osób z niepełnosprawnościami, by wspólnie z pracownikami stworzyć biuro, w którym można pracować z przyjemnością. Remont miał również pozytywny wpływ na środowisko, m.in. poprzez segregację odpadów, zmniejszenie zużycia energii elektrycznej, ograniczenie zużycia wody, ograniczenie strat energii chłodniczej i grzewczej. Przed remontem ponad 200 pracowników przedstawiło swoje preferencje i potrzeby, przeanalizowano 125 ankiet na temat nowego stylu pracy; 21 osób pracowało w 3 zespołach konsultacyjnych i służyło radą na każdym etapie remontu. Dzięki tym działaniom udało się wprowadzić kilka udogodnień, m.in.: zlikwidowano schody przy wejściu – przestrzeń ta jest w pełni dostępna dla OzN, przygotowano toalety i kuchnie, które spełniają prawne wymogi dostosowania dla OzN, zrezygnowano z kołowrotkowych bramek wejściowych, dzięki czemu pracownicy i goście z ograniczeniami ruchu nie mają kłopotów z wejściem do siedziby, stworzono nowy, w pełni komfortowy pokój dla rodziców z dziećmi.

1300

Keep in Touch jest inicjatywą **NatWest**, która ma zapewnić osobom przebywającym na dłuższych urlopach bądź nieobecnym z innych powodów kontakt z pracodawcą i środowiskiem pracy. Program powstał w odpowiedzi na potrzeby zgłaszane przez pracowników. Działalność programu jest nakierowana na rodziców przebywających na urlopach rodzicielskich i wychowawczych. Raz na kwartał organizowane są spotkania, na których przekazywane są informacje z zakresu HR oraz dotyczące wydarzeń i polityk firmowych, a także możliwości rozwoju. Jest to przestrzeń do budowania relacji między pracownikami w podobnej sytuacji zawodowej. NatWest kontynuuje i rozwija praktykę z roku na rok. Firma poprosiła pracowników o wypełnianie ankiet, w których otrzymała pozytywną informację zwrotną. W ankietach przyjęto wskaźnik satysfakcji z korzyści płynących z udziału w tejże praktyce, którego wynik był na poziomie 9 lub 10 (najwyższe możliwości).

1500

W 2022 r. Pelion wdrożył nową odsłonę **intranetu spółek Pelion: PelioNet**. Platforma w jednym miejscu zapewnia dostęp do firmowych aplikacji, wpisów dotyczących aktualności z życia firmy, szkoleń, narzędzi, kalendarza wydarzeń, a także plików, nagrań, galerii zdjęć, wniosków i dokumentów do pobrania. PelioNet spełnia wiele ważnych i przydatnych w codziennej pracy funkcji – jest bazą wiedzy o firmie, platformą do współpracy i kanałem komunikacji. W procesie budowania i aktualizowania intranetu punktem centralnym jest pracownik. To właśnie pracownicy spółek **Pelion** na bieżąco rozwijają platformę i dbają o to, aby PelioNet był użytecznym narzędziem dla pracowników oraz odpowiadał na ich potrzeby.

11500

Pelion to dziś rodzina ponad 200 spółek. Wyzwaniem dla tak dużej organizacji było stworzenie wydawnictwa, które będzie zawierało treści w równym stopniu ważne dla firmy, jak i ciekawe z punktu widzenia pracowników. Dzięki ich zaangażowaniu udało się stworzyć kwartalnik „Nasza Firma", który ukazuje się nieprzerwanie od lipca 2000 r. Latem 2021 r. ukazało się setne wydanie magazynu. Na jego łamach firma relacjonuje kluczowe wydarzenia, dzieli się sukcesami spółek, przedstawia pracowników i ich pasje. **Kwartalnik „Nasza Firma"** to jeden z kluczowych kanałów komunikacji wewnętrznej w spółkach Pelion, tworzony przez pracowników dla pracowników. Od ponad 20 lat magazyn jest cennym źródłem informacji, a także platformą wymiany poglądów. Sięgają po niego zarówno pracownicy, jak i członkowie ich rodzin.

11500

Komunikacja społecznie odpowiedzialna w **PKP CARGO** prowadzona jest w sposób skoordynowany, spójny i całościowy. Jest adresowana do ok. 14 tys. pracowników, a jej celem jest edukowanie i promocja odpowiedzialnych działań Spółki w obszarach: kultura bezpiecznego miejsca pracy – dotyczy zwłaszcza pracowników bezpośrednio związanych z bezpieczeństwem ruchu kolejowego, a stałym elementem komunikacji jest Newsletter PWP dla maszynistów; partnerski dialog społeczny – do komunikacji na temat ważnej dla Spółki i pracowników tematyki zapraszane są Związki Zawodowe.

14800

Virtualny Newsletter CSR firma **PKP CARGO** uruchomiła bezpośrednio po pojawieniu się pandemii COVID-19. Stanowi on nową platformę wymiany informacji w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu. Virtualny Newsletter CSR jest skuteczną formą promowania działań CSR spółki. Integrowanie wokół CSR/ESG, inspirowanie, podejmowanie wspólnych inicjatyw w sferze online było sposobem na kontynuację działań CSR/ESG w pandemii,, bez względu na zmienną sytuację w otoczeniu biznesowym i sytuację wojenną na Ukrainie.

W 2022 r. zwiększono częstotliwość z min. 1 na 2 miesiące na 1 na miesiąc. Łącznie przygotowano 13 miesięcznych wydań Virtualnego Newslettera. Pozwolił on na włączenie do wspólnych projektów koordynatorów CSR z 5 spółek córek Grupy PKP CARGO, zapewnił bieżącą partycypację we współtworzeniu dobrych praktyk CSR przez spółki zależne. W 2022 r. umożliwił włączenie w inicjatywy CSR pracowników spółek zależnych (np. Sztafeta Biegowo-Rowerowa dookoła Ziemi, kampania profilaktyki zdrowotnej „Wygraj"; akcje krwiodawstwa).

14800

Polpharma w swojej strategii postawiła na rozwój otwartej i przyjaznej kultury organizacyjnej, która wspiera wspólne działanie na rzecz organizacji, pacjentów i klientów. Elementem takiej kultury jest **nowy system wartości**, do stworzenia którego zaproszono 400 pracowników wszystkich szczebli. W procesie dialogu sformułowano 3 wartości: „działamy razem, z odpowiedzialnością i z otwartością" oraz 12 zachowań, które pomagają je realizować. Wdrożenie wartości objęło edukację pracowników (e-learning, spotkania, Q&A), uwzględnienie ich w procesie oceny rocznej, intensywne działania komunikacyjne z pomocą narzędzi (cykl mailingów „Wartościowe środy", konkursy dla pracowników, materiały wideo). Celem nowego systemu wartości była ewolucja kultury firmy, aby Polpharma była angażującym i atrakcyjnym miejscem pracy by panowała w niej atmosfera otwartości i zaufania i by stwarza warunki do kreatywności i pracy zespołowej. Włączenie ok. 400 pracowników do procesu zwiększyło zaangażowanie (wzrost o 12 p.p.) i poprawiło identyfikację pracowników z firmą. Do ewaluacji wykorzystano cykliczne badanie zaangażowania Pulse Check. W szkoleniu dotyczącym wartości wzięło udział 3,5 tys. osób, a w tworzenie treści edukacyjnych było zaangażowanych 50 osób.

7500

W ramach corocznego badania nastrojów w firmie pracownicy mogą wyrazić opinię nt. kultury organizacji, wskazać mocne strony oraz obszary wymagające poprawy. **Badanie Samsung Culture Index** jest informacją zwrotną dla kadry kierowniczej i impulsem do zmian, również na poziomie globalnym. Wyniki, frekwencja oraz rysujące się trendy są prezentowane w newsletterze pracowniczym. Dalej są omawiane w zespołach oraz pomiędzy menedżerami zespołów a pracownikami HR. Kolejnym krokiem są warsztaty, w trakcie których zespoły definiują wyzwania oraz proponują rozwiązania. W efekcie powstają innowacje usprawniające kulturę organizacyjną firmy **Samsung**. Wyzwaniem jest utrzymanie zainteresowania pracowników tym badaniem i stała poprawa wyników. W badaniu w 2022 r. wzięło udział ponad 88% załogi, z czego 78% badanych wskazało pozytywne odpowiedzi. Oceniane były: współpraca w zespole, zaangażowanie, zaufanie do firmy i ocena marki. Ankieta zawierała 30 pytań zamkniętych i kilka pytań otwartych. O efektywności badania 2022 świadczy wysoki wynik dla Polski, która znalazła się w pierwszej trójce najlepszych oddziałów w Europie. Wypracowano wiele praktyk, które zaprezentowano innym krajom, np. automatyzacja procesów dla obniżenia czasochłonności, skuteczniejsze działania w zakresie łańcucha dostaw czy 10 złotych zasad organizacji pracy, np. w modelu hybrydowym.

2500

W świecie pracy hybrydowej w firmie **Samsung** ważne są dbałość o kulturę, etykę i zaangażowanie kadry. Stąd inicjatywa budująca kulturę pozytywnej organizacji, którą tworzą pracownicy dla pracowników, dla współpracy i realizacji celów. Przez 3 miesiące pracownicy różnych działów pracowali z ekspertem zewnętrznym nad zestawem praktyk i zachowań wokół etycznego środowiska pracy. Zbiór to rekomendacje działań w 5 obszarach (wartości kultury organizacyjnej, komunikacja, zarządzanie konfliktami, rozwój kompetencji oraz organizacja i planowanie pracy). Wdrożono też „Politykę przeciwdziałania zachowaniom nieetycznym, dyskryminacji i mobbingowi", na straży której stoją Ambasadorzy Etyki i Komisja Etyki i Kultury. 440 pracowników i współpracowników odbyło szkolenie **Samsung Fair Play**. Działanie oceniane po raz pierwszy otrzymało aż 10% wskazań w corocznej ankiecie Samsung Culture Index. Ambasadorów Etyki i członków Komisji drogą głosowania wybrali pracownicy. Od wdrożenia praktyki poprawie uległa komunikacja wewnętrzna i zaangażowanie pracowników: do lipca 2022 r. Komisja Etyki i Kultury odbyła łącznie 13 spotkań. Zarząd firmy jest regularnie informowany o pracach Komisji i Ambasadorów. Dla usprawnienia procesu zgłoszeń nt. nieprawidłowości stworzono adres: react.sepol@samsung.com. Fair Play wzmacnia pożądane zachowania w organizacji, eliminując niewłaściwe.

2500

Biuro centrali **Wiener TU Vienna Insurance Group** w Warszawie przeszło generalny remont. Aby przestrzeń spełniała potrzeby i oczekiwania jak największej liczby pracowników, postanowiono włączyć ich w proces planowania i projektowania. Przed podjęciem decyzji dotyczących zmian przeprowadzono ankiety. Pracownicy dzielili się pomysłami i oceniali proponowane rozwiązania. Na potrzeby remontu powstał zespół projektowy „Dzień dobry", złożony z pracowników każdego pionu Wiener. Biorąc pod uwagę postulaty pracowników, wspólnie z nimi została zaprojektowana przestrzeń, która zapewnia lepszą komunikację między zespołami i jest przyjazna oraz nowoczesna. Inicjując **zaangażowanie pracowników w planowanie remontu biura**, firmie zależało na wspólnej przestrzeni oraz udowodnieniu, że ich zadowolenie i komfort pracy jest ważny. Pracownicy zaangażowali się w projekt, wypełniając ankiety i proponując własne rozwiązania. Do projektu zaproszone zostały także grupy pracowników zrzeszonych w klubach – Drużyna Różnorodności i Klub Ekoentuzjastów.

525

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

FIRMA PRZYJAZNA RODZINIE

Program **Pracodawca Przyjazny Rodzinie** obejmuje wiele działań skierowanych do pracowników zatrudnionych w spółce **ANWIL** oraz ich rodzin. Celem programu jest wdrażanie rozwiązań zapewniających zachowanie równowagi pomiędzy aktywnością zawodową a życiem rodzinnym. W ramach programu firma oferuje dodatkowe świadczenia poza uprawnieniami związanymi z rodzicielstwem, wynikającymi z Kodeksu pracy i Regulaminu pracy, np. dodatkowe 2 dni opieki nad dzieckiem niepełnosprawnym do 24. roku życia, dzieckiem do lat 3 oraz opieki nad rodzicami i teściami, pokoje dla matek karmiących, upominek z okazji narodzin dziecka, wsparcie psychologa, organizuje rodzinne konkursy oraz zajęcia sportowe. Z dodatkowych świadczeń korzysta 100% uprawnionych pracowników.

1300

Firma **ArcelorMittal Poland** posiada dwa **zakładowe przedszkola**. Oferta przedszkolna skierowana jest przede wszystkim do pracowników, ale również, w miarę możliwości, do pracowników spółek zależnych i osób spoza firmy. Do przedszkoli może uczęszczać 100 dzieci w Krakowie oraz 116 w Dąbrowie Górniczej. Godziny otwarcia (od 5.30 do 18.00) są dostosowane do godzin pracy załogi ArcelorMittal Poland. Przedszkola oferują bardzo bogaty program, m.in. zajęcia muzyczne, plastyczne, teatralne, taneczne, naukowe, metodę Dobrego Startu, elementy metody M. Montessori, warsztaty plastyczne, koncerty muzyczne, warsztaty kulinarne oraz wyjazdy do okolicznych teatrów i muzeów oraz kin. Przedszkolami opiekuje się Fundacja Nasze Dzieci w Dąbrowie Górniczej.

10000

W okresie świątecznym Grupa **Cellnex Poland** zaprasza dzieci pracowników do wspólnego przygotowania świątecznych ozdób oraz kartek. Inicjatywa inspiruje do wspólnych, rodzinnych przygotowań do świąt. Wszystkie nadesłane prace pokazywane są podczas corocznego spotkania wigilijnego wszystkich pracowników, na którym wręczane są **przedświąteczne upominki dla dzieci pracowników**. W 2022 r. do firmy napłynęło 170 prac wykonanych przez dzieci w wieku od kilku miesięcy do 17 lat.

500

W lipcu i sierpniu 2022 r. firma **Coca-Cola HBC Polska** organizowała **Piątki dla rodzin i przyjaciół**. Była to wakacyjna akcja umożliwiająca pracownikom, ich dzieciom i przyjaciołom wspólne spędzanie czasu w biurze. Pracownicy mogli pokazać swoje miejsce pracy dzieciom, dla których w co drugi piątek były organizowane atrakcje pod opieką profesjonalnych animatorów. Dodatkowo, pracownicy mogli zaprosić do biura również przyjaciół, pokazać im swoje miejsce pracy i ugościć w specjalnie przygotowanych strefach relaksu. Grupą docelową tej inicjatywy byli wszyscy pracownicy warszawskiego biura firmy oraz ich rodziny i przyjaciele. W inicjatywie wzięło udział ok. 100 osób (dorosłych i dzieci). Firma otrzymała bardzo pozytywne informacje zwrotne od pracowników, którzy docenili możliwość pokazania swojego miejsca pracy.

1810

Wonderland to firmowy punkt opieki dla dzieci pracowników **dentsu Polska** funkcjonujący w biurze od 8 lat. Jest to bezpłatna usługa realizowana przez wykwalifikowaną nianię z zewnętrznej firmy Nanny Bell, która codziennie czeka na dzieci pracowników w godzinach 9–17 w przeznaczonej do tego przestrzeni. Day Care wspiera rodziców w łączeniu ról: zawodowej i prywatnej.

800

W ramach praktyki **odpowiedzialnie i z troską o bliskich oraz rodziny pracowników** każdy pracownik firmy **Emitel** zostający rodzicem otrzymuje upominek z życzeniami. Dla dzieci i wnucząt pracowników organizowane są konkursy plastyczne, a na Dzień Dziecka dzieci otrzymują książkę. Firma uczestniczy w globalnej kampanii „2 godziny dla Rodziny" oraz organizuje prelekcje o tematyce związanej z bezpieczeństwem i zdrowiem bliskich. W konkursach dla dzieci w 2022 r. wzięło udział 250 uczestników. W akcji Książka na Dzień Dziecka przekazano dzieciom ponad 200 książek, a blisko 50 osób wzięło udział w 2 prelekcjach z zakresu dobrostanu bliskich: „Jestem OK taki jaki jestem – o budowaniu poczucia własnej wartości u dzieci" oraz „Fonoholizm i higiena cyfrowa – jak zapobiegać e-uzależnieniom u dzieci i dorosłych".

450

Do **przyzakładowych przedszkoli FORTE „Żółty Słonik"** uczęszczają dzieci pracowników; **Fabryki Mebli „FORTE"** pokrywają zdecydowaną część kosztów. Zajęcia prowadzone są w systemie dwujęzycznym (polsko-angielskim) na podstawie autorskiego programu nauczania wspierającego wszechstronny rozwój dziecka, w szczególności w obszarach budowania umiejętności społecznych i inteligencji emocjonalnej. Placówki przykładają również dużą wagę do zajęć ruchowych, prawidłowej diety, co pomaga kształtować zdrowe nawyki od najmłodszych lat. Oba przedszkola zostały zaprojektowane tak, by odpowiadać na potrzeby dzieci, zapewniać maksymalne bezpieczeństwo oraz pobudzać ich wyobraźnię. Dzięki prowadzonym placówkom FORTE wspiera pracowników, pomagając im godzić życie prywatne z zawodowym.

3000

Dzieciom pracowników w wieku 14–17 lat Ferrero oferuje **program stypendialny INTERCULTURA**. Program umożliwia zdobycie doświadczenia edukacji międzykulturowej. Uczestnik spędza rok szkolny za granicą, mieszka u rodziny goszczącej i uczęszcza do szkoły. Podczas programu uczeń ma 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 miejscowych organizacji. Dzięki realizacji programu przez **Ferrero Polska Commercial** wzrasta atrakcyjność zatrudnienia w firmie.

351

Każda osoba pracująca w **Grupie Amica**, czy to mężczyzna, czy kobieta – decydując się na skorzystanie z urlopu rodzicielskiego, miała w 2022 r. zagwarantowane przez firmę 100% wynagrodzenia zasadniczego, także w przypadku, gdy przepisy obowiązujące w Polsce zapewniały 60 lub 80%. Program Grupy Amica **Rodzina jest ważna** zakładał bowiem równy dostęp do urlopu rodzicielskiego. Program wprowadził także możliwość skorzystania z dodatkowego dnia wolnego od pracy dla ojców dzieci, przy zachowaniu prawa do pełnego wynagrodzenia. Od 2019 r. z programu „Rodzina jest ważna" skorzystało ponad 270 pracowników. Celem wdrożenia programu było to, aby na każdym etapie rodzicielstwa pracownik miał poczucie, że jest to wyzwanie, jakie pracodawca może z nim dzielić na miarę swoich możliwości. To ważne, by w procesie zmiany społecznej udział brał także pracodawca, który powinien dawać rodzinom możliwość wyboru, a kobiety wspierać w szybszym powrocie do pracy, jeśli tego właśnie chcą. Obecnie program jest wygaszany, a w jego miejsce powstanie nowy, który będzie jeszcze pełniej odpowiadał na potrzeby obecnych i przyszłych rodziców.

3100

Od 2013 r. **Grupa Eurocash** prowadzi **programy stypendialne Fundacji Eurocash** dla dzieci pracowników oraz dzieci personelu franczyzobiorców i partnerów. W programie wspierania rozwoju przyznaje stypendia szczególnie uzdolnionym uczniom szkół średnich oraz studentom z rodzin o skromnych możliwościach finansowych (w 2022 r. przyznano 153 stypendia, a przez 10 lat trwania programu – 1365 o łącznej wartości 7 mln zł). W programie opiekuńczym Grupa wspiera dzieci osierocone przez jednego lub oboje rodziców – bez dodatkowych kryteriów (w 2022 r. stypendium otrzymały 44 osoby). Praktyka adresuje problem ograniczonych środków na rozwój i edukację dzieci, wyrównuje szanse, ułatwia życiowy start i realizację pasji. Stypendium talentowe otrzymują najlepsi kandydaci, natomiast stypendium opiekuńcze przyznawane jest bez dodatkowych wymogów, do czasu ukończenia nauki w szkole średniej o wybranym profilu. W obu grupach programowych stypendia wypłacane są w comiesięcznych transzach przez cały rok szkolny lub akademicki. Praktyka Eurocash pozwala realizować cele walki z ubóstwem, wyrównywania szans edukacyjnych i rozwojowych i ułatwienia życiowego startu oraz godnej pracy.

20000

Grupa PBI przez różne działania **buduje zaangażowanie pracowników**. W czerwcu dla dzieci całej załogi został zorganizowany Dzień Dziecka na kopalni. Obecność dzieci w miejscu pracy rodziców pomogła poznać dzieciom, jak ciężką, ale i godną szacunku pracę wykonują ich rodzice. Na okres wakacji ogłoszony został konkurs dla dzieci pracowników „Aktywne wakacje", zachęcający do przedstawienia, jak w sposób aktywny można spędzić wolny czas. Systematycznie, przy okazji wprowadzania na rynek nowych produktów bądź usług, organizowane są konkursy dla pracowników na nazwy, które stają się markami Grupy PBI. Działania mają aktywizować pracowników i ich rodziny oraz budować poczucie przynależności do społeczności Grupy PBI.

1200

Poprzez **wyprawki dla nowo narodzonych dzieci pracowników** firma **InterKadra** chce pokazać swoim pracownikom, którzy aktualnie przebywają na urlopach macierzyńskich lub ojcowskich, że są jednym zespołem i bez względu na aktualną nieobecność firma czeka na ich powrót.

214

Zarząd **KGHM Polska Miedź** składa gratulacje pracownikom KGHM Polska Miedź, którym urodziło się dziecko. 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 sierpniu 2022 r., po 2,5 roku trwania akcji odnotowano tysięcznych CUdownych Rodziców KGHM, a ubiegły rok był rekordowy pod względem liczby zgłoszeń narodzin dzieci pracowników. Ze względu na bardzo dobry odbiór programu przez pracowników i zainteresowanie promowaniem rodzicielstwa, w partnerstwie z KGHM zainicjowano go również w jednym z lokalnych samorządów, a zainteresowane są nim również inne firmy z regionu.

18500

Od 2020 r. **KGHM Polska Miedź** proponuje swojej załodze **warsztaty Tato.Net – doskonalące kompetencje rodzicielskie**. Pracownicy biorą udział w warsztatach w czasie wolnym. 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 2022 r. zrealizowano łącznie 9 edycji warsztatów dla ojców i mam, a także webinary dla rodziców pomagające w utrzymaniu lepszych relacji w rodzinie i równowagi między życiem prywatnym i zawodowym. Dzięki udziałowi w warsztatach pracownicy mogli m.in. rozwinąć swoje kompetencje wychowawcze, poznać metody efektywnego zaangażowania się w wychowanie dziecka oraz sposoby rozmawiania i budowania właściwych relacji ze swoimi pociechami w różnym wieku.

18500

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Każda osoba **wracająca z urlopu macierzyńskiego/rodzicielskiego** jest zapraszana ponownie na tzw. Induction, aby być na bieżąco ze zmianami w procesach, odpowiedzialnościach, strategii firmy **Objectivity**. Jest również witana po przerwie w oficjalnym mailu do wszystkich pracowników. Jeśli ma taką potrzebę, może wrócić na część etatu albo rozłożyć swoją pracę tak elastycznie, jak wymaga jej osobista sytuacja. Zazwyczaj osoby wracają na swoje stanowisko sprzed urlopu. Jednak gdy w trakcie jego trwania zostanie ono zajęte – nowe stanowisko zostaje dobrane do zainteresowań i umiejętności danej osoby. Dodatkowo, aby podnieść swoje kompetencje, otrzymuje ona budżet szkoleniowy na wybrane przez siebie szkolenia lub kursy.

742

Dbając o potrzeby rodziców, firma **Objectivity** przygotowała **„Poradnik dla rodzica"**, w którym opisała najważniejsze formalne kwestie związane z okresem ciąży oraz urlopu macierzyńskiego i wychowawczego. To kompendium wiedzy zawiera również informacje dla rodziców adopcyjnych. Poradnik podzielony jest na 4 główne działy: „Jestem w ciąży", „Zostałam mamą / Zostałem tatą", „Sytuacje losowe" (np. utrata dziecka) oraz „Dla rodziców adopcyjnych". Pracownicy znajdą w nim m.in. informacje o zasadach pracy w ciąży, badaniach i zwolnienia lekarskich, urlopach: macierzyńskim, tacierzyńskim, rodzicielskim, wychowawczym, oraz o benefitach oferowanych przez firmę. Poradnik jest dostępny w intranecie, można go również otrzymać drogą mailową.

742

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 8 tygodni. Efektywność praktyki mierzona jest liczbą osób korzystających z niej.

7500

Od 2021 r. firma **Rödl & Partner** realizuje **program wsparcia dla pracowników i ich rodzin**. We współpracy z dostawcą zewnętrznym realizowany jest program EAP24 (pracownicy i ich rodziny) oraz usługi YAP24 (dzieci pracowników). W ramach programu pracownicy mogą skorzystać ze wsparcia psychologicznego (dzieci i dorośli) oraz wsparcia menedżerskiego. Dodatkowo mogą skorzystać z bogatej oferty edukacyjnej. Program został wdrożony, ponieważ firma chciała zaoferować swoim pracownikom adekwatne wsparcie psychologiczne w sytuacji światowego kryzysu zdrowotnego i w związku z wyzwaniami, jakie się z nim wiążą (izolacja, praca w rozproszonym zespole, niepewność związana z sytuacją na świecie).

533

W ramach **wsparcia mężczyzn w rodzicielstwie** firma **Shell Polska** zorganizowała sesje, na których mogli oni wymienić się doświadczeniami z zakresu urlopów ojcowskich. W firmie w 2022 r. 100 ojców wzięło urlop ojcowski. Dzięki aktywnej komunikacji i organizacji sesji edukacyjnych Shell promuje ważną rolę mężczyzn w wychowaniu dzieci, równość i szacunek dla różnorodności. Firma dba też o edukację pracowników, nawet gdy są na urlopie rodzicielskim, oferując im dostęp do platformy edX i Shell Open University.

5000

Sodexo Polska podejmuje **działania na rzecz pracujących matek i ojców**, a podstawowym działaniem w tym zakresie jest edukacja. Firma przekazuje pracownikom podstawowy pakiet informacji dla rodziców, w którym zebrane są nie tylko obowiązujące rozwiązania prawne, ale także możliwości i benefity, z których mogą skorzystać rodzice. W Sodexo można skorzystać z opcji rodzinnego pakietu opieki medycznej, pracownicy dostają bonusy pieniężne na każde dziecko z okazji określonych w planie wykorzystania środków z ZFŚS. Sodexo nawiązało partnerstwo z Fundacją „Rodzic w mieście", która organizuje program „Pracuję i wychowuję". Podczas współpracy przedstawiciele Sodexo brali udział w spotkaniach służących wymianie wiedzy i doświadczeń w przewodnim temacie, jak również współtworzyli opracowanie „Ojciec na urlopie rodzicielskim". Podczas obchodów Dnia Dziecka firma zaprosiła dzieci do towarzyszenia rodzicom podczas dnia pracy na wspólne warsztaty robienia pizzy, połączone z debatą o wymarzonym miejscu pracy.

1800

Dzięki **wyprawkom dla nowo narodzonych dzieci pracowników** firma **Wodociągi Miasta Krakowa** pokazuje pracownikom przebywającym na urlopach macierzyńskich lub ojcowskich, że są członkami zespołu, który czeka na ich powrót. Na wyprawkę składają się maskotka w kształcie kropelki, termos, segregator pediatryczny, okrycie kąpielowe i list gratulacyjny od prezesa spółki z okazji urodzenia dziecka. Wyprawki zyskały bardzo pozytywny odbiór ze strony pracowników. W roku 2022 zostało przekazanych 14 wyprawek.

1200

INTEGRACJA PRACOWNIKÓW

W ciągu ostatnich dwóch lat firma **C&F** urosła ze 120 do 420 osób i umożliwiła pracownikom pracę hybrydową. C&F organizuje regularne spotkania integracyjne **Spotkajmy się podczas C&F Office Days** w realu, przeznaczone dla pracowników i współpracowników firmy. Podczas spotkań integracyjnych firma stawia na wymianę doświadczeń, warsztaty technologiczne i udział w projektach integracyjnych. Bierze w nich udział średnio 130 pracowników i współpracowników. Dzięki spotkaniom integracyjnym udało się osiągnąć lepszą współpracę i komunikację między zespołami w czasie realizowanych projektów. Podczas spotkań firma współpracuje z dostawcami lokalnymi.

420

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Hellenic Cup to turniej sportowy dla pracowników **Coca-Cola HBC Polska**, organizowany w dwóch konkurencjach: piłka nożna (kobiety/ mężczyźni) oraz street basketball. Jego celem jest integracja, motywacja do podjęcia aktywności sportowej oraz wellbeing. Do udziału w wydarzeniu zaproszeni zostali nie tylko uczestnicy zawodów (ponad 20 zgłoszonych drużyn), ale także wszyscy pracownicy, którzy dodatkowo mogli zaprosić swoich bliskich do wspólnego kibicowania. Poza emocjami sportowymi firma zapewniła animacje dla dzieci i atrakcje dla dorosłych, m.in. symulator dachowania. Grupą docelową wydarzenia byli wszyscy pracownicy Coca-Cola HBC Polska i Kraje Bałtyckie oraz ich rodziny i przyjaciele. Łącznie w Hellenic Cup wzięło udział ok. 350 osób.

1810

DB Schenker w 2022 r. celebrował swoje 150-lecie, angażując się w akcje ekologiczne i społeczne. W październiku w Nadleśnictwie Lipusz odbyło się wydarzenie **Czas na Las!**. Firma zaprosiła do wspólnego sadzenia drzew swoich pracowników wraz z rodzinami, klientów i partnerów biznesowych. Uczestnicy, pod okiem leśników, posadzili prawie 15 tys. sadzonek sosen i modrzewi. Sadzenie wpisało się w działania na rzecz odbudowy utraconego ekosystemu po przechodzącej tamtędy nawałnicy, która pięć lat wcześniej zniszczyła blisko 50 tys. ha drzew. Podobne przedsięwzięcie było realizowane z Nadleśnictwem Siewierz, gdzie pracownicy firmy DB Schenker zasadzili ok. 4 tys. sadzonek. W akcji „Czas na las" wzięło udział kilka oddziałów firmy z północnej Polski. Oprócz aspektów ekologicznych, celem przedsięwzięcia była także edukacja, szczególnie skierowana do najmłodszych, dlatego właśnie do współpracy zostały zaproszone całe rodziny. Ważna była też integracja z lokalnymi społecznościami. Poza leśnikami, firma zaangażowała do wspólnych działań lokalne Koło Gospodyń Wiejskich. W sumie w przedsięwzięciu wzięło udział ponad 200 osób.

2300

Po przerwie spowodowanej pandemią **Energopomiar** wrócił do organizacji imprez integracyjnych dla pracowników. **Piknik Energetyczny** odbył się we wrześniu 2022 r. Przyświecało mu hasło „W zdrowym ciele zdrowy duch". Program obejmował turniej sprawnościowy i zabawy sportowe, warsztaty tematyczne (rękodzielnicze, tworzenia zielonych dekoracji, przygotowywania koktajli warzywno-owocowych) oraz zajęcia profilaktyki zdrowotnej (m.in. zdrowy kręgosłup w biurze, domu i w podróży – porady na temat ergonomii stanowiska pracy, a także ergonomii używania smartfonów). Pracownicy uczestniczyli też w zajęciach udzielania pierwszej pomocy z wykorzystaniem okularów VR. W imprezie wzięło udział 82% pracowników; 4 drużyny uczestniczące w turnieju otrzymały bony o wartości 500 zł do wykorzystania na zakup małego AGD do pomieszczeń socjalnych w firmie.

239

FAMUR w ramach wydarzenia **Sportowy FAMUR** oferuje swoim pracownikom: Sportową Ligę Firm, rozgrywki piłki nożnej i charytatywne biegi Poland Business Run oraz Bieg dla Aniołów, z których dochód przekazywany jest na cele społeczne. Zaangażowanie się pracowników w tego typu inicjatywy ma wymierne korzyści dla ich zdrowia. Ci, którzy w ramach w Sportowej Ligi Firm wygrali nagrodę w postaci vouchera do sklepu sportowego, przekazali go na rzecz Ośrodka Opiekuńczego, który na co dzień jest wspierany przez pracowników firmy.

1600

Firma **Fujitsu Technology Solutions** tworzy miejsca pracy dla osób z bardzo różnych krajów. Pracownicy i pracownice chcą poznawać nawzajem swoje kultury i wiedzieć więcej o tradycjach, dlatego firma organizuje **kulturowe spotkania**, które prowadzą sami pracownicy. Opowiadają oni o obyczajach w ich kraju, jedzeniu, języku oraz dają praktyczne wskazówki dla podróżujących. Większość z tych spotkań odbyła się w wersji online, jednak Ukraiński Dzień został zorganizowany we współpracy z Centrum Dialogu w siedzibie instytucji w Łodzi. Fujitsu zorganizowało do tej pory spotkania m.in. o Brazylii, Białorusi, Iranie, Ukrainie, Turcji oraz warsztaty kuchni indyjskiej. Dla pracowników Fujitsu z całego świata oddział w Polsce zorganizował także specjalny webinar o polskiej kulturze. Firma sięga do swoich korzeni i oferuje aktywności umożliwiające poznanie kultury japońskiej, m.in. warsztaty tradycyjnego łucznictwa, gotowania, naprawiania porcelanowych naczyń metodą kintsugi, warsztaty matematyczne z pomocą liczydła Soroban czy kursy językowe. Szacunkowa liczba uczestników tych wydarzeń to 200 osób.

3000

Pracownicy **Grand Parade** to bardzo różnorodna grupa. Pracownicy pochodzą z około 20 krajów. Niektórzy z nich przeprowadzili się do Polski dla nowej pracy. Dlatego od 2017 roku firma oferuje pracownikom **darmowe kursy języka polskiego** jako jeden z benefitów. Celem jest ułatwienie adaptacji w nowym kraju. Od 2020 lekcje odbywają się w trybie online. W 2022 w zajęciach wzięło udział 35 pracowników. Od czasu wybuchu wojny w Ukrainie, bezpłatne kursy polskiego zostały również zorganizowane dla 30 członków rodzin pracowników, którzy schronili się w Polsce.

430

Firma **Grand Parade** zorganizowała warsztaty dla pracowników w metodologii design thinking, których celem było wypracowanie nowych rozwiązań na rzecz stworzenia miejsca jeszcze bardziej przyjaznego dla osób przeprowadzających się z zagranicy. Efektem było wdrożenie programu **„Local Buddy"**, dzięki któremu każdy relokujący się nowy pracownik, ma swojego buddy'ego, który może podzielić się radami i prak-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

tycznymi informacjami na temat życia w Krakowie. Kolejnym efektem są comiesięczne wycieczki po Krakowie, na które są zaproszani pracownicy wraz z rodzinami. Zrealizowano 5 spacerów, na których było w sumie ok 60 osób.

430

Wrocław Wellness Challenge organizowane przez **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** przybrało formułę zespołowej gry miejskiej, w której pracownicy grupami realizowali zadania i aktywności. Wydarzenie miało na celu umożliwić pracownikom integrację i wzmocnić umiejętność współpracy przy rozwiązywaniu wyzwań. Wzięło w nim udział ponad 150 pracowników w 20 drużynach. Doceniona została formuła przyjaznej rywalizacji i rozwiązywanie zadań we współpracy z grupą, a przede wszystkim umożliwienie aktywności w realnym, a nie wirtualnym środowisku, w którym na co dzień w większości pracują i wchodzą w interakcje z innymi. Zgodnie z globalną strategią firmy Hewlett Packard Enterprise, dotyczącą szeroko pojętego dobrostanu pracowników, jednym z jego filarów jest tzw. Community Wellness, który polega na budowaniu i podtrzymywaniu pozytywnych więzi społecznych.

1000

Praktyka polega na zaprezentowaniu w formie zdjęcia kreatywnej i promującej interpretacji 2 z 5 poniższych haseł: Rekrutacyjne hokus-pokus, Pracownik przyszłości, Nieodkryty potencjał, Żywa legenda HR, Witaj na pokładzie! Dla firmy **InterKadra** była to okazją aby nasi pracownicy wykazali się pomysłowością i nieszablonowym myśleniem. Wdrażając tę praktykę firma chciała zjednoczyć pracowników w obrębie różnych działów co finalnie przełożyło się świetną **integrację zespołów**.

214

Z okazji Światowego Dnia Ziemi firma **KPMG w Polsce** zaprosiła swoich pracowników do udziału w szczególnym wyzwaniu: **KPMG Move4Climate**. Celem wyzwania było zachęcenie pracowników do aktywności fizycznej i jednocześnie zebranie środków finansowych na stworzenie lasu KPMG i uratowanie części dzikiej przyrody w Polsce. Podczas sportowej rywalizacji, od maja do lipca 2022 r., pracownicy, pokonując kolejne kilometry na rowerze, hulajnodze, rolkach czy też biegając i spacerując, zbierali środki finansowe na posadzenie lasu z Fundacją Las Na Zawsze. W KPMG Move4Climate wzięło udział 567 pracowników, którzy pokonali ponad 186 tys. km. W październiku wolontariusze KPMG posadzili z Fundacją Las Na Zawsze ok. 1300 młodych sadzonek drzew liściastych (m.in. dąb szypułkowy, lipa drobnolistna i grab pospolity), oddając tym samym przyrodzie 1 ha młodego lasu.

2100

Kronospan Polska ramach akcji **Grow** zasadził w Polsce w 2021 r. prawie 100 tys. drzew. W Szczecinku w akcji wzięło udział ponad 600 pracowników firmy wraz z rodzinami. Ze względu na dużą popularność akcji w 2022 r. nasadzenia odbyły się dwa razy, wiosną i jesienią. W sumie, w ciągu ostatnich dwóch dekad firma Kronospan posadziła wraz z leśnikami, władzami samorządowymi, klientami, mieszkańcami i pracownikami oraz ich rodzinami ponad 1,6 mln drzew różnych gatunków, w Polsce i na świecie.

1150

Kronospan Polska urządził 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. **Siłownia KronoGym** jest kolejnym elementem szerokiej polityki firmy, której element stanowi zachęcanie pracowników do aktywności ruchowej. Z siłowni regularnie korzysta duże grono pracowników, miesięcznie firmowy system odnotowuje 400 wejść. Jest to doskonała platforma służąca integracji pracowników, która w połączeniu z ćwiczeniami fizycznymi pozytywnie wpływa na sprawność psychofizyczną, co w efekcie niesie także mniejszą absencję chorobową.

1150

Korzystając z hali sportowej SP nr 7 w Szczecinku, **Kronospan Polska** angażuje się w organizację imprez sportowo-tanecznych m.in. Ogólnopolskiego Turnieju Tańca Towarzyskiego czy turnieju siatkowego **KronoCup**. Dzięki tym inicjatywom pracownicy mogli doświadczyć niecodziennych emocji. Kronospan Polska ufundował również nagrody dla uczestników. Wydarzenia są kolejnym elementem polityki CSR firmy, mającej na celu zachętę do udziału w inicjatywach społecznych i sportowych oraz zacieśnianie relacji z lokalną społecznością. Jest to również doskonała platforma integracji pracowników, która w połączeniu z aktywnością fizyczną pozytywnie wpływa na zmniejszenie absencji chorobowych. Ponad 50 pracowników w ramach KronoCup systematycznie bierze udział w imprezach sportowych.

1150

Elementem przemyślanej integracji pracowniczej był **konkurs fotograficzny**. Pracownicy biorący w nim udział prezentowali efekty pasji fotograficznej i opowiadali o swoich ulubionych miejscach. Zwycięzcy konkursu otrzymali nagrody finansowe, a 12 najwyżej ocenionych prac zostało opublikowane w ściennym kalendarzu firmowym, który jest szeroko dystrybuowany wśród partnerów, klientów i innych zewnętrznych i wewnętrznych interesariuszy **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego**. MARR S.A. to średnie przedsiębiorstwo zatrudniające ok. 200 osób, ma rozproszoną strukturę i kilka lokalizacji. Przekłada się to na słabą integrację pracowników. Pracodawca jest świadomy, jak ważna jest dobra kultura organizacyjna, i podejmuje różne działania, aby pracownicy utożsamiali się z organizacją, znali się i dobrze ze sobą współpracowali. Stara się też, aby efekty takich działań były trwałe. W tym celu w organizacji podejmowane są aktywności i inicjatywy nakierowane na współpracę pomiędzy działami.

186

Wyzwanie rowerowo-biegowe „W ramach Rödl & Partner 2022" miało formę grywalizacji sportowej i zostało podzielone na trzy edycje, które trwały po miesiącu. Uczestnicy, jeżdżąc na rowerze, biegając lub spacerując, rywalizowali ze sobą w kreatywnych kategoriach indywidualnych i zespołowych. Dzięki platformie pracowniczej oraz aplikacji mogli oni sprawdzać nie tylko swoje wyniki, ale także swój pozytywny wpływ środowiskowy. Organizatorzy zachęcali pracowników, aby się przesiedli z samochodu na rower. W związku z 30-leciem obecności **Rödl & Partner** w Polsce pracownicy mieli do osiągnięcia ambitny cel – wyjeżdżenie, wychodzenie, wybieganie 60 tys. km. Firma zaś zadeklarowała posadzenie tysiąca drzew. Pracownicy zdobyli ponad 55 tys. km, a firma we współpracy z organizacją Posadzimy.pl zasponsorowała sadzenie 930 drzew w gminie Ogrodzieniec na terenie woj. śląskiego. Łącznie w ramach akcji posadzono dotychczas ponad 1700 sadzonek.

533

Międzynarodowy SuperFestiwal Kultur to przedsięwzięcie **SuperDrob**. W 2022 r. został on objęty honorowym patronatem starosty otwockiego, a hasłem przewodnim czwartej – edycji było „Piękno tkwi w różnorodności Kultur". Wartością nadrzędną wydarzenia jest integracja pracowników międzynarodowych (prezentacja tradycji, kulinariów i dziedzictwa kulturowego różnych krajów). W czasie SuperFestiwalu rozgrywany jest turniej sportowy o Puchar Prezesa. W 2022 r. w wydarzeniu wzięło udział blisko 500 osób z takich krajów, jak Mołdawia, Kirgistan, Kolumbia, Indonezja, Nepal, Ukraina i Polska. Praktyka jest jednym z kluczowych wydarzeń w kalendarzu firmy.

2000

Akcja dla pracowników „Wodociągowiec po godzinach" organizowana przez **Wodociągi Miasta Krakowa** ma na celu integrację załogi poprzez pokazanie pasji, jakie pracownicy realizują poza godzinami pracy, docenienie ich zainteresowań, ale także możliwość lepszego poznania przez współpracowników i spojrzenie na siebie z trochę innej perspektywy niż służbowa relacja. Raz w miesiącu prezentowany jest jeden pracownik, który chce pokazać innym swoją pasję. Komunikacja w formie treści, zdjęć, filmików zamieszczana jest w mediach społecznościowych spółki oraz w wewnętrznym kwartalniku „Woda i My".

1200

WTT Events / Letnie Integracje to odpowiedź **Wunderman Thompson Technology** na potrzebę integracji pracowników po okresie pandemii. Pracownikom zaproponowano udział w serii zajęć w małych grupach, tworzonych w oparciu o podobne zainteresowania: pływanie, łucznictwo, ścianka wspinaczkowa czy tenis. Na fanów sportów wodnych czekało żeglarstwo i pływanie, a na miłośników gotowania warsztaty kucharskie. W biurze oraz online można było dołączyć do zajęć jogi oraz aktywnej przerwy w pracy, a także do warsztatów nauki gry logicznej Go. W integracjach wzięło udział 146 pracowników.

240

We Train Together to wyzwanie sportowe **Wunderman Thompson Technology**. Wydarzenie ma na celu zachęcenie i motywację pracowników do podejmowania aktywności fizycznej oraz ograniczania śladu węglowego. W ramach wyzwania pracownicy, pojedynczo lub w zespołach, rywalizują o zdobycie punktów, na które przekładają się pokonane kilometry i wykonywane ćwiczenia. Dodatkowe premiowanie ekologicznych sposobów dotarcia do pracy zachęca do rezygnacji z dojazdów samochodem oraz wybranie zamiast niego roweru lub spaceru. 111 uczestników. biegając, spacerując i jeżdżąc rowerem, pokonało ponad 57 tys. km. 1154 razy dotarli oni do pracy lub wrócili do domów, wybierając ekologiczne środki transportu. Zaoszczędzili w ten sposób 14,4 ton CO_2 wyemitowanego do atmosfery, czyli tyle, ile rocznie pochłania 1805 drzew.

240

Zentiva Polska zorganizowała akcję **Activity for Charity – eco edition**, w ramach której zaprosiła pracowników do aktywności sportowej. Pokonane przez zespół kilometry zostały przeliczone na drzewa i w efekcie wiosną 2023 r. firma posadzi 1000 drzew. Akcja jest związana z firmową platformą PlanetZ, w ramach której w wielu krajach na świecie Zentiva organizuje sadzenie drzew. W ekowyzwaniu w Polsce wzięło udział 50 pracowników, którzy łącznie przebiegli ponad 400 km, przeszli 2,5 tys. km, pokonali na rowerze 1025 km, a na łyżwach przejechali ponad 80 km.

300

KULTURA ORGANIZACYJNA

Pierwszą społecznością, która zawiązała się w **BNP Paribas Bank Polska**, by podejmować tematy równościowe, były kobiety, które stworzyły oddolny program Kobiety zmieniające BNP Paribas. Obecnie w banku funkcjonują także: BNP Paribas Pride Poland; sieć ojców Tato, masz to jak w banku (której celem jest promocja partnerskiego modelu rodziny) oraz sieć stworzona przez pracowników/czki 50+: Wiek Agawy. Ich członkowie/inie wspólnie angażują się w działania edukacyjne i promujące różnorodność w całej organizacji, m.in. poprzez Dni Różnorodności – tydzień poświęcony tematyce D&I, podczas którego pracownicy/czki poszerzają wiedzę dotyczącą aspektów różnorodności. **Wsparcie sieci pracowniczych** jest jednym z elementów budowania kultury organizacyjnej otwartej na różnorodność. Sieci pracownicze są siłą napędową do kolejnych inicjatyw promujących D&I

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

w organizacji. W program Kobiety zmieniające BNP Paribas zaangażowanych jest kilkaset kobiet i mężczyzn z różnych obszarów banku. Do najważniejszych inicjatyw podjętych przez uczestników/czki programu należą m.in. Dekalog Równego Traktowania, WomenUP oraz FutureUP. Inicjatywy te pozwalają na realizację celów zawartych w filarze Together strategii GObeyond banku, który zakłada zwiększenie zaangażowania pracowników, m.in. poprzez tworzenie przyjaznego i różnorodnego środowiska pracy wspierającego rozwój.

9200

Pracownik na medal to coroczny konkurs – polega on na tym, że pracownicy BSS głosują na współpracowników, którzy w danym roku szczególnie się wyróżniali. Pracownicy głosowali w kategoriach: Najwyższe Standardy, Pomocna Dłoń, Dobry Duch Zespołu, a dodatkowe nagrody zostały przyznane przez Zarząd **Business Support Solution** w kategorii Partnerstwo i Zaufanie. Poprzez konkurs firma buduje wśród pracowników świadomość wartości, jakimi kieruje się w pracy z klientami i współpracownikami. Dodatkowo jest to element integracyjny. Zwycięzcy zostali ogłoszeni podczas spotkania – na którym obecni byli wszyscy pracownicy BSS – podsumowującego rok 2022.

400

Firma **Capgemini Polska** jest otwarta na kandydatów z różnorodnymi doświadczeniami, stąd chcąc wzmacniać ich rozwój, poczucie bezpieczeństwa i pozycję w firmie, zdecydowała się na założenie dedykowanych networków pracowniczych dla poszczególnych grup, m.in. dla kobiet, obcokrajowców i społeczności LGBT+. Mierzona jest partycypacja, realizacja wdrażanych projektów oraz ocena satysfakcji. OUTfront Community ma na celu zapewnienie przestrzeni na edukację i dyskusje, tak aby umożliwić rozwój oraz aktywne włączenie w miejscu pracy osób LGBT+ oraz allies, poprzez tworzenie bezpiecznego środowiska pracy. Misją Cultural **Diversity Community** jest wsparcie nowych osób, zmieniających kraj zamieszkania i zapoznanie ze społecznością, która oferuje wsparcie. Women@Capgemini to sieć mająca na celu inspirować i zachęcać kobiety do osobistego i profesjonalnego rozwoju w firmie. Liderki sieci tworzą przestrzeń do dzielenia się doświadczeniami, ideami, inspiracjami oraz organizują szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne.

12000

Firma **Clariter Poland** zorganizowała konkurs na pracownika roku **Superbohatera Clariter**, chcąc wyrazić uznanie dla pracowników za wybitne osiągnięcia, a także szczególny wkład w misję, cele, wartości i plan strategiczny firmy. Każdy pracownik mógł nominować kogoś do konkursu. Z tej grupy wybierano odpowiednio 5 i 3 osoby. Następnie jury, w skład którego wchodzili: dyrektor generalny Grupy; Dział Kadr Grupy; krajowi dyrektorzy generalni; lokalni dyrektorzy oraz finalista z poprzedniego roku – wybierało pracownika roku. Nagroda została ogłoszona i przyznana 15 grudnia 2022 r. podczas spotkania online całej Grupy. Głosowanie odbywało się w ramach całej Grupy Clariter, podobnie jak i nominowani pracownicy pochodzili ze wszystkich spółek Grupy. Firma mierzy efektywność programu poprzez aktywność pracowników oraz liczbę zgłaszanych kandydatów. Z Clariter Poland sp. z o.o. wpłynęło 18 nominacji, z czego jedna osoba dotarła do ścisłego finału. W pierwszym etapie głosowania wzięło udział 60% pracowników. Liczba ta utrzymywała się w kolejnych etapach.

18

Power People to program dla pracowników **Credit Agricole Bank Polska**. Jego celem jest kreowanie kultury pracy, która rozwija sprawną, elastyczną, zwinną i odpowiedzialną społecznie organizację wykorzystującą siłę różnorodności. Osiągnięcie tych celów wspiera seria wydarzeń i webinarów, które inspirują do wzmocnienia wellbeingu oraz zwiększają świadomość na temat wpływu na społeczeństwo i środowisko. W 2022 r. bank zorganizował też **Social Impact Days** – cykl webinarów i spotkań bezpośrednich z organizacjami, które działają na rzecz dzieci, osób z niepełnosprawnościami, społeczności LGBT+, osób w kryzysie bezdomności, zwierząt i środowiska naturalnego. W 2022 r. bank zorganizował 3 edycje **People Power Days**, na które składało się 46 wydarzeń i webinarów o różnorodnej tematyce. Programy typu People Power wpływają na wynik corocznego badania wskaźnika odpowiedzialności społecznej (IMR) oraz kwartalnych badań pulsacyjnych, w których biorą udział wszyscy pracownicy. W ubiegłorocznym badaniu uczestniczyło 91% pracowników. IMR wynosi 84% – o 2 p.p. wyżej niż średnia rynku europejskiego.

4300

IMPACT Values to sześć wartości, którymi **Credit Suisse Poland** kieruje się w zakresie postępowania i etyki w biznesie (inclusion, meritocracy, partnership, accountability, client focus, trust). W 2020 r. w firmie powstała grupa robocza **Culture Ambassadors**, której zadaniem jest informowanie i edukowanie pracowników w Polsce na temat wartości oraz ich zastosowania w codziennej pracy. W lipcu 2021 r. po raz pierwszy została przeprowadzona globalna ankieta „IMPACT survey", której wyniki wskazały obszary działania na 2022 r. Grupa współorganizowała inicjatywy i panele dyskusyjne, na których adresowano tematy stresu, otwartości/ zabierania głosu, podejścia do ryzyka i koncentracji na kliencie. Zastosowanie standardów w codziennej pracy wspiera osiąganie odpowiednich rezultatów dla klientów firmy, zapewnia optymalny poziom zarządzania ryzykiem i promuje pozytywne zachowania. Mierząc działania, pod uwagę wzięto: liczbę adresatów, do których wysyłano raz w miesiącu komunikaty (ok. 5,5 tys. osób), osoby, które brały udział w wydarzeniach (ok. 400), osoby, które brały udział w działaniach grupy (30), oraz pozytywne opinie pracowników. Działalność grupy będzie kontynuowana w roku 2023 i poszerzona o nowe inicjatywy na podstawie wyników ankiety z 2022 r.

5000

W 2021 i 2022 r. **Credit Suisse Poland** obchodził 5 lat działalności biura w Warszawie, 15 lat działalności biura we Wrocławiu i 30 lat nieprzerwanej obecności w Polsce. Z tych okazji firma przygotowała **kampanię rocznicową**, która miała na celu po pierwsze promowanie jej wizerunku jako stabilnej organizacji o ugruntowanej pozycji i wieloletniej obecności na rynku finansowym w Polsce, a po drugie zaangażowanie pracowników do podjęcia działań w obszarach strategicznych dla firmy, które mają wpływ zarówno na pracowników, jak i społeczności lokalne oraz partnerów. Firma uhonorowała osoby pracujące 5 i 15 lat, a dla wszystkich pracowników wdrożyła program benefitowy związany z osiągnięciem przez nich stażu pracy w wymiarze 5, 10, 15 i 20 lat. Firma dołączyła do projektu Ambasady Szwajcarii polegającego na budowie na fasadzie ambasady instalacji outdoorowej podkreślającej dwustronną współpracę obu krajów. Oprócz tego firma zasponsorowała wyposażenie strefy wypoczynku i rozwoju dla studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz posadziła 200 drzew na terenie szkół i przedszkoli.

5000

W **DWF Poland** funkcjonuje **platforma DWF Achievers**, na której wszyscy w organizacji mogą doceniać siebie nawzajem za pracę i wkład w rozwój firmy. Celem platformy jest zauważanie dobrze wykonanej pracy – zarówno spektakularnych sukcesów, jak i codziennej staranności, zaangażowania, pomysłowości i życzliwości. Dzięki platformie DWF Poland rozwija kulturę organizacyjną, która uczy dawania pozytywnej informacji zwrotnej i docenia ludzi żyjących zgodnie z wartościami organizacji. Efektem praktyki dla adresatów jest poczucie wpływu na budowanie przyjaznej atmosfery pracy i nawiązywanie zawodowych relacji z kolegami i koleżankami z innych biur. Line Managerowie DWF mają możliwość przyznawania pracownikom punktów na platformie, które są wymieniane na wybrane przez zdobywcę nagrody. Dla firmy są możliwością dodatkowego nagrodzenia pracowników, a dla pracowników uzyskania dodatkowych gratyfikacji za postawy zgodne z firmowymi wartościami.

150

W 2022 r. odbyła się trzecia edycja DWF Rubie Awards, corocznego globalnego programu nagród, w którym doceniany jest wkład pracowników w rozwój organizacji. Koncepcja nawiązuje do głównego koloru marki DWF, rubinowej czerwieni i rubinowych kamieni szlachetnych, które są rozpoznawane na całym świecie, szanowane ze względu na ich właściwości oraz bardzo poszukiwane. **Firmowe nagrody Rubie** otrzymują odnalezione wśród pracowników DWF perełki, których sukces jest celebrowany na forum całej firmy. Nagrody są przyznawane w 10 kategoriach, każdy pracownik może nominować. Od 2022 r. globalnemu konkursowi towarzyszą lokalne wybory Lokalnych Bohaterów/ Lokalnych Bohaterek. Pracownicy są sercem działalności DWF. Dlatego ich zaangażowanie w realizację firmowej strategii zasługuje na docenianie. W 2022 r. na 550 globalnych nominacji aż 13 otrzymali pracownicy **DWF Poland**, z czego 3 osoby trafiły do finału, a 2 zostały laureatkami nagrody (pierwszy raz w historii konkursu). Głosami pracowników warszawskiego biura Lokalną Bohaterką została asystentka biurowa. Jedna z nagród została przyznana za koordynację pomocy dla Ukrainy.

150

Ambasadorzy funkcjonującego w spółce **epruf** Zespołu Wartości zorganizowali **konkurs na Pracownika Roku** mający wyłonić laureatów w 6 kategoriach odpowiadających każdej z wartości. Głosowanie odbyło się za pomocą anonimowej ankiety, w której każdy mógł oddać głos na maksymalnie 18 osób będących w jego ocenie najbardziej zasłużonymi w kategoriach konkursu. Dzięki tego typu przedsięwzięciom pracownicy wciąż pamiętają o obowiązujących w spółce wartościach, a także poznają lepiej pracę innych. Laureaci natomiast czują się doceniani. Wyniki konkursu są ogłaszane podczas wigilii pracowniczej, wtedy również następuje wręczenie personalizowanych nagród. W głosowaniu wzięło udział prawie 80% pracowników, co wpłynęło na decyzję o kontynuacji konkursu w kolejnych latach.

30

Zespół Ambasadorów Wartości epruf stanowi ciało doradcze i wsparcie dla działu HR i menedżerów. Inicjuje działania zmierzające do wdrożenia wartości bliskich pracownikom w całej spółce. Członkowie Zespołu Ambasadorów Wartości współtworzyli m.in. politykę kształcenia, proces rekrutacji oparty na wartościach, proces onboardingu przybliżający wartości nowym pracownikom. Zespół prowadzi cykliczne działania komunikacyjne popularyzujące wartości, organizuje Dni Wartości oraz gry integracyjne oparte na wartościach, rekomenduje szkolenia dla pracowników wspierające działania zgodne z wartościami oraz przeprowadza cykliczne Badanie Obecności Wartości wśród pracowników. Działania Zespołu Ambasadorów Wartości epruf są bardzo dobrze oceniane zarówno przez pracowników **epruf**, jak i kadrę zarządzającą. Wartości firmowe są nie tylko regularnie komunikowane, ale również pracownicy mają okazję doświadczyć wartości poprzez praktyczne działania i aktywne uczestnictwo w organizowanych wydarzeniach. Zespół cyklicznie przeprowadza Badanie Obecności Wartości, które pozwala pracownikom ocenić, na ile ich zdaniem wartości firmowe są obecne w spółce oraz na ile oni sami je realizują w codziennej pracy. Frekwencja udziału pracowników w Badaniach Obecności Wartości wynosi ponad 70%.

30

Zespół ds. Szczęścia epruf prowadzi działania, które budują zaangażowanie pracowników we wzmacnianie kultury organizacyjnej. Członkami Zespołu ds. Szczęścia są pracownicy, dzięki temu mają oni realny wpływ na kreowanie działań odpowiadających na ich potrzeby. Zespół organizuje przedsięwzięcia dopasowane do oczekiwań, wspierające komunikację, budujące relacje. Inicjatywy podejmowane przez Zespół cieszą się zainteresowaniem, a poziom frekwencji w akcjach jest

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

bliski 100%. Pracownicy **epruf** w opiniach wskazują, że tego rodzaju działania pozwalają im nawiązać bliższy kontakt ze współpracownikami, co przekłada się na jakość pracy. Zauważają, że akcje Zespołu pozwalają wytworzyć w miejscu pracy atmosferę wzajemnego zrozumienia, wsparcia i zaufania, budują również otwartość na różnorodność wśród pracowników i pozwalają wykazać się inicjatywą. W efekcie wpływają na budowanie zgranych zespołów skutecznie realizujących założone cele.

30

#ExoHero to inicjatywa polegająca na docenianiu pracowników firmy **Exorigo-Upos** za postawę współpracy i otwartości firmy. W pierwszym etapie każdy pracownik mógł zgłosić koleżankę czy kolegę wyróżniających się postawą, motywujących swoim działaniem i wspierających zespół w każdej sytuacji. Następnie odbyło się głosowanie online na ExoHero spośród wszystkich nominowanych, których było 56 w pierwszej edycji konkursu w 2022 r. W głosowaniu brali udział wszyscy pracownicy firmy. Nagrodę laureat otrzymał podczas uroczystego spotkania, do którego mógł dołączyć każdy pracownik. Działanie miało na celu docenienie pracowników, pokazanie, że dobre postawy są zauważone i docenione. W przedsięwzięciu wzięło udział dużo osób (56 zgłoszonych kandydatów do ExoHero, 260 pracowników biorących udział w głosowaniu).

800

Kultura organizacyjna odgrywa ważną rolę w strategii **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** – wpływa na zaangażowanie pracowników, satysfakcję z pracy i efektywność. W 2020 r. firma globalnie ogłosiła nowy plan kulturowy, określając sposób, w jaki prowadzi swoją działalność i traktuje innych, a także towarzyszące temu wartości. Lokalnie został uruchomiony program **HPE Wrocław Culture Catalyst Network**, którego głównym celem było budowanie świadomości pracowników o kulturze firmy oraz zaangażowanie ich we wdrażanie wartości HPE w aktywnościach związanych z pracą. Inicjatywy realizowane w ramach programu we współpracy z lokalnymi grupami zaangażowania wzmocniły u pracowników świadomość i zrozumienie kultury organizacyjnej firmy, co wygenerowało dodatkowe zaangażowanie i zwiększyło udział w lokalnych inicjatywach. W 2022 r. zorganizowano ponad 150 różnych wydarzeń, w których sumarycznie zajętych było ponad 9 tys. miejsc.

1000

Know Your Company Better (KYCB) to cykl spotkań informacyjnych. Pracownicy **HSBC Service Delivery Polska** w luźnej atmosferze wymieniają się z kolegami z innych działów firmy opowieściami o specyfice pracy w danym zespole, przybliżają obowiązki, wskazują na korelacje i zależności z innymi zespołami, nakreślają, w jaki sposób ich praca wpływa na realizację strategii firmy. Celem KYCB jest wzmocnienie wizerunku HSBC jako pracodawcy i pokazanie możliwości dalszego rozwoju wewnątrz firmy. Z 15 sesji prowadzonych w formule online przez 20 reprezentantów różnych zespołów skorzystało ponad 1700 pracowników, 65% słuchaczy stanowiły kobiety. KYCB jest częścią długoterminowej strategii oddziaływania na pracowników oraz wsparciem dla procesu rekrutacyjnego. Tym samym wymierne efekty (liczba awansów, zmian stanowisk itp.) są oczekiwane w dłuższej perspektywie. Poprzez inicjatywę KYCB firma promuje także siłę rozwoju horyzontalnego, który daje potencjał do dalszego rozwoju wertykalnego wewnątrz HSBC.

4350

Praktyka **Aktywne promowanie wiedzy nt. działalności firmy** polega na corocznym konkursie wiedzy o firmie **InterKadra**. Ma ona na celu dokładne zaznajomienie się z działalnością organizacji, jej funkcjonowaniem, z oferowanymi usługami oraz bliższe poznanie pracowników firmy.

214

Praktyka odpowiada na promowaniu wiedzy na temat jakości w firmie **InterKadra**. Jednym z celów propagowania tego święta jest podkreślenie **znaczenia jakości** i jej nieustającej kontroli. Jakość świadczonych usług dla naszej firmy to podstawa sukcesu dzięki któremu jesteśmy rozpoznawani na rynku jako jedna z 10 największych agencji zatrudnienia. W ramach mierzenia tej praktyki zaobserwowaliśmy rok do roku wzrost zainteresowania uczestnictwem w tej akcji.

214

Zespół **InterKadra** wybiera na obowiązujący rok **Ambasadora InterKadra**. Zostaje nim pracownik, który wyróżnia się w swojej codziennej pracy, jest osobą nietuzinkową, profesjonalną, pełną optymizmu, lubiącą ludzi i swoją pracę. Ambasador reprezentuje firmę w lokalnych społecznościach i jest wizytówką firmy. Spółka obserwuje duże zainteresowanie podczas zgłoszeń współpracowników na ambasadora marki.

214

W ramach nowego **programu „Wedel to My"** na LinkedInie przez cały rok prezentowano sylwetki pracowników **LOTTE Wedel** przez pryzmat ich profesji, wspomnień i doświadczeń z pracy. W ten sposób firma pokazywała konkretne osoby, które składają się na załogę Wedla, ale też przybliżała charakter różnych zawodów potencjalnym pracownikom. „Wedlowy świat" został pokazany od kuchni, a standardowe ogłoszenia o pracę urozmaicone ludzkimi historiami. Drugą gałęzią programu jest projekt ambasadorski na LinkedInie, który tworzą pracownicy ze wszystkich obszarów organizacji (biuro, produkcja, sprzedaż). W programie „Wedel to My" opublikowano 7 historii (wzbogaconych grafikami) osób pracujących na różnych stanowiskach; 4 historie z działu kategorii lodowej w formie wideo oraz film o technikach. Pokazano również 13 ambasadorów marki. Jedenaście historii wygenerowało 45 695 wyświetleń (organicznych) na LI, a film o technikach zdobył blisko 23 tys. wyświetleń (organicznych). Z kolei program ambasadorski, w którego skład wchodzą pracownicy aktywnie działający na LinkedInie, funkcjonuje od kwietnia i będzie kontynuowany. Jedynie w ciągu 6 miesięcy ambasadorzy opublikowali blisko 140 postów (różnych historii, praktyk), a ich dotarcie w tym okresie to 500 tys. wyświetleń.

1300

Każdy pracownik **Philip Morris Polska** w Polsce dostaje miesięcznie do dyspozycji budżet, który może przeznaczać na benefity dla siebie czy swoich bliskich na platformie **kafeterii benefitów „Benefity w Moich Rękach"**. Na platformie może też administrować swoimi pozostałymi benefitami. Część benefitów jest związana z bezpieczeństwem zdrowotnym i finansowym (PPE, ubezpieczenie). Założono, że każdy pracownik od pierwszego dnia pracy będzie brał udział w kafeterii i będzie miał możliwość wyboru dodatkowych opcji i pakietów.

7500

Program **Dialog Pokoleń**, którego inicjatorem jest Krajowy Instytut Gospodarki Senioralnej, jest platformą do działań międzypokoleniowych w zakładach pracy. Program bada poziom umiejętności zarządzania różnorodnością wiekową w danej organizacji. W 2022 r. za skuteczne łączenie i wykorzystywanie potencjału różnych pokoleń w organizacji został wyróżniony **Philip Morris Polska** – spółki: Philip Morris Polska Distribution sp. z o.o. i Philip Morris Polska S.A., jako pierwsze w kraju otrzymały certyfikat „Pracodawcy Dialogu Pokoleń". Pierwszym z elementów programu jest podpisanie deklaracji, czyli zbioru standardów w obszarze świadomości różnorodności wiekowej w organizacji, rekrutacji, edukacji i rozwoju, wynagradzania i doceniania, zdrowia i ergonomii pracy, przejścia na emeryturę – do których stosowania zobowiązuje się organizacja przystępująca do programu. Kolejnym krokiem jest audyt diagnozujący. Ostatnia faza to analiza istniejących programów zarządzania wiekiem, która pozwala na ocenę wskaźnika poziomu dostosowania pracodawcy do potrzeb różnorodnych wiekowo osób.

7500

„Firma to ludzie" to cykl artykułów publikowanych na łamach Biuletynu Informacyjnego **Polskiej Grupy Zbrojeniowej** (redagowanego przez PGZ S.A.), jednego z narzędzi komunikacji wewnętrznej w ramach kilkudziesięciu spółek należących do Grupy Kapitałowej PGZ. W każdym numerze, w formie wywiadu, przedstawiana jest sylwetka pracownika jednej ze spółek Grupy. Oprócz zagadnień związanych z pracą zawodową danej osoby, podejmowane są kwestie prywatnych zainteresowań, w tym działalności dobroczynnej. Bohaterami cyklu są szeregowi pracownicy i prezesi spółek. Za sprawą cyklu prezentowana jest różnorodność i bogactwo Grupy, czyli jej kapitał ludzki. Cykl „Firma to ludzie" wspiera proces integracji pracowników Grupy Kapitałowej, w której skład wchodzi ok. 19 tys. osób, a poszczególne spółki zlokalizowane są w różnych częściach kraju. Artykuły z tej serii pojawiły się na łamach Biuletynu przeszło 60 razy, a sam cykl cieszy się sporą popularnością. Przyjmowane są jednocześnie kolejne zgłoszenia.

300

Modern workplace to program dotyczący przyjaznego i nowoczesnego miejsca pracy, które jest bezpieczne i charakteryzuje się troską o pracowników, otwartą komunikacją, zapobieganiem wykluczeniu, gdzie pracownicy czują się zmotywowani i zaangażowani, a to bezpośrednio wpływa na efektywność biznesu. Firma **Stena Recycling** zaproponowała 15 obszarów dotyczących środowiska pracy. Wszyscy pracownicy (680 osób) brali udział w wyborze najważniejszych i wskazali 68 działań do zaadresowania. Część działań została już zrealizowana, a inne trwają – w obszarach tematycznych: atrakcyjny pracodawca, edukacja i rozwój wszystkich pracowników, warunki socjalne na produkcji i w lokalnych biurach, narzędzia i rozwiązania IT.

594

W listopadzie 2022 r. **Żabka Polska** zorganizowała **Miesiąc Franczyzobiorcy**, którego celem było szerzenie idei franczyzocentryczności. W trakcie 8 spotkań pod hasłem „InspirujMY się", zorganizowanych dla 7,5 tys. osób, franczyzobiorcy uczestniczyli w panelach dyskusyjnych dotyczących konkretnych projektów. W ramach 16 stoisk tematycznych rozmawiali z osobami odpowiedzialnymi za poszczególne inicjatywy. Miesiąc Franczyzobiorcy to kontynuowana od 3 lat praktyka bezpośrednich rozmów z franczyzobiorcami i dzielenia się doświadczeniami. Poza mityngami z franczyzobiorcami w regionach, w całej firmie odbyło się kilkanaście tematycznych webinarów, konkursów, quizów oraz spotkań. W Miesiącu Franczyzobiorcy firma zaproponowała aktywności do lepszej edukacji pracowników i budowania wzajemnych relacji, jak np. zorganizowany w jednym ze sklepów w Centrum Merchandisingowym – Escape room, w którym wzięło udział ok. 200 osób w 54 zespołach.

2573

PARTYCYPACJA PRACOWNICZA

Firma **Credit Suisse Poland** wspiera oddolne inicjatywy, **Sieci Pracownicze D&I**, dające możliwości zaangażowania i budujące poczucie wspólnoty. Pracownicy organizują się w sieci tematyczne i otrzymują corocznie budżety na organizację wydarzeń związanych z tematyką danej sieci – wsparcie dobrostanu (Wellbeing & Care Network), rozwój zawodowy kobiet (Poland Women's Network), wsparcie pracujących rodziców (Family Network), przeciwdziałanie dyskryminacji (Poland LGBT & Ally Network), różnorodność kulturowa (Multicultural Network). Organizowane są sesje z ekspertami z obszaru medycyny, psychologii, rozwoju osobistego, wychowania dzieci czy działań antydyskryminacyjnych. Sieci pra-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

cownicze są ważną częścią strategii różnorodności i integracji skoncentrowanej na zróżnicowaniu talentów, zwiększaniu możliwości rozwoju kariery oraz promowaniu zachowań integracyjnych poprzez programy edukacyjne. Sieci zapewniają przestrzeń do dzielenia się doświadczeniami i rozpoznawania wyzwań, jednocześnie dając wsparcie w ich rozwiązywaniu. Wspierają rozwój kariery poprzez udział w spotkaniach ze specjalistami i ekspertami z różnych dziedzin oraz zapewniają nieformalny mentoring. Ich praca ma pozytywny wpływ na morale, utrzymanie pracowników oraz ich przynależność do Credit Suisse. W 2022 r. sieci pracownicze zorganizowały ponad 100 wydarzeń dla blisko 5 tys. pracowników.

5000

Sala **SIGMA** to idea oparta na wykorzystaniu nowoczesnych technologii, takich jak Virtual Reality (VR), webex, smart glasses i smart mining. Umożliwia użytkownikom współpracę online z klientami, pozwala na prowadzenie analizy parametrów maszyny w czasie rzeczywistym, a także na połączenie się z wyposażonym w okulary serwisowe operatorem przebywającym w dowolnym miejscu na świecie. W sali SIGMA prowadzone są szkolenia, konferencje oraz spotkania z klientami zarówno z polski, jak i z zagranicy. Działanie ma na celu szybkie dotarcie do klientów, ale także ograniczenie zbędnych lotów do klientów, których liczba w ciągu roku była znacząca. Rozwiązania wykorzystywane w sali SIGMA umożliwiają spotkania z serwisami i klientami z całego świata. **FAMUR** jest jedną z pierwszych firm w Polsce, które oferują produkty dla przemysłu i korzystają z narzędzi smart grid w relacjach z klientami. Za pomocą gogli VR w sali SIGMA uczestnicy szkoleń mogą zobaczyć trójwymiarowe modele urządzeń, uczą się, jak je konserwować, eksploatować i jak wykonywać naprawy.

1600

W 2022 r. Grupa **GPEC** wdrożyła **autorską kulturę pracy**. Łączenie pracy zdalnej i stacjonarnej nabrało innowacyjnego wymiaru w drugiej połowie roku, kiedy firma przeniosła się do nowej siedziby w pełni dostosowanej do obecnej kultury pracy. Pozytywnie wpłynęło to na efektywne zarządzanie projektami w modelu hybrydowym oraz wzmacnianie więzi wśród pracowników, dla których powstała komfortowa i przyjemna przestrzeń do pracy indywidualnej i zespołowej. Udogodnienia objęły: sale spotkań z nowoczesnym sprzętem – pentouch TV – telewizor i tablica interaktywna w jednym; teams room do spotkań teamsowych i hot-deski do pracy w formacie open space, strefa malucha oraz rooftop room – sala spotkań na dachu biurowca. Dla większego komfortu pracowników wszystkie sale można rezerwować w dedykowanej aplikacji Zonifero. Wdrożono ofertę hybrydowej rekrutacji oraz adaptacji nowych pracowników. Spotkania mogą odbywać się online lub tradycyjnie. W nowej siedzibie zadbano o przyjemną atmosferę podczas rekrutacji, które odbywają się w dedykowanej, komfortowej sali.

460

W **Grupie Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia)** działa program szkoleniowo-rozwojowy o charakterze talentowym – **Akademia Innowacji**. Wzięło w nim udział już kilkudziesięciu pracowników Polkomtela i Cyfrowego Polsatu, którzy wykazali się najwyższym zaangażowaniem w działania innowacyjne. Akademia Innowacji to wypracowywanie nowych rozwiązań, warsztaty (dyskusje, burze mózgów, goście specjalni), wiedza i możliwość poznania różnych metodyk pracy (np. Design Thinking). Finał Akademii Innowacji to tzw. Pitch Day. Drużyny wtedy stają przed jury, które dokonuje oceny przygotowanych rozwiązań i wybiera laureatów. Zwycięzcy otrzymują status Gwiazdy Innowacji. Akademia Innowacji to jedno z kluczowych rozwiązań, które odpowiadają na potrzeby rozwojowe pracowników Grupy Polsat Plus. Między innymi z jej pomocą definiowana jest perspektywa rozwoju i utrzymania pracowników w Grupie oraz następuje realne rozpoznanie osób posiadających określone umiejętności możliwe do wykorzystania w przyszłych projektach. Poza tym rozwiązaniem Grupa proponuje także cykl wydarzeń i prezentacji poświęconych tematyce szeroko pojętych innowacji, nowych technologii oraz działań wspierających wdrażanie nowoczesnych rozwiązań na rynku.

7500

W 2022 r. firma **Hochland** we wszystkich lokalizacjach uruchomiła aplikację **Sherlock Waste**, która pozwala w prosty sposób identyfikować pola do ewentualnych usprawnień procesów, do likwidacji marnotrawstwa, zwiększenia poziomu bezpieczeństwa i higieny prac oraz ochrony środowiska. Dzięki temu każdy pracownik ma realny wpływ na usprawnienie realizowanych przez niego procesów i zadań. Za wdrożenie systemu odpowiadał Zespół Customer Success z firmy Sherlock Waste. Firma Hochland poprzez wdrożenie aplikacji miała na celu zaangażowanie pracowników w proces ciągłego doskonalenia i poszukiwania najefektywniejszych rozwiązań. Od początku uruchomienia programu zgłoszono 224 problemy oraz 280 pomysłów, z czego wdrożono 59 rozwiązań. W systemie zarejestrowanych jest 215 pracowników. Zrealizowane rozwiązania powinny przełożyć się w przyszłości na zmniejszenie liczby i częstotliwości wypadków, a także zmniejszenie zużycia zasobów, co w efekcie pozytywnie wpłynie na realizację celów produkcyjnych.

800

Na prośbę jednego z pracowników biurowych została stworzona wewnętrzna **aplikacja LGESWA GO** umożliwiająca znalezienie osoby z okolicy do wspólnych dojazdów do i z pracy. Jej najważniejszą funkcją jest mapa z zaznaczonymi osobami chętnymi do wspólnych dojazdów. W aplikacji mogą zarejestrować się zarówno osoby, które jako kierowcy oferują wspólne dojazdy, jak i te, które szukają możliwości dojazdu jako współpasażerowie. W tak dużej korporacji, jaką jest **LG Energy Solution Wrocław**, zatrudniającej ponad 10 tys. pracowników, tego rodzaju narzędzie jest zdecydowanym ułatwieniem w komunikacji pomiędzy członkami zespołu. Praktyka wpisuje się w cele firmy dotyczące dbałości o środowisko, jak i o dobrostan pracowników. Dotychczas w aplikacji zarejestrowało się 750 użytkowników oraz wysłano 800 propozycji wspólnych dojazdów. Kontakt dzięki aplikacji znalazło 350 osób. Aplikacja wspiera środowisko – więcej osób w aucie oznacza mniej aut na ulicach, a to z kolei

powoduje mniejszą emisję spalin oraz ograniczanie śladu węglowego.

10000

Kaizen – Razem możemy więcej – program inicjatyw pracowniczych realizowany jest w **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego** od 2018 r. Aktualnie zostały wprowadzone w nim duże zmiany. Innowacja polega na przejściu z charakteru konkursu na działania bliżej pracownika. W miejsce dwóch półrocznych okresów oceny pomysłów pracowniczych wprowadzone zostały weryfikacje miesięczne, zespół odpowiedzialny za realizację pomysłów na bieżąco informuje pracowników o zgłaszanych inicjatywach i aktualnym statusie ich realizacji lub weryfikacji. Zgłaszane pomysły nakierowane są na wprowadzenie drobnych zmian i udogodnień w miejscu pracy, są bardzo szybko realizowane. Praktyka jest przykładem ewaluacji programu pracowniczego w odpowiedzi na zapotrzebowanie otoczenia organizacji i samych jej uczestników. Bieżąca konstrukcja programu i komunikacja jest dobrze przyjmowana przez załogę, sprawia, że program stał się standardowym procesem pracy, a nie okazjonalnym wydarzeniem. Miernikiem sukcesu jest zgłaszanie średnio 7 pomysłów pracowniczych od czasu wprowadzenia zmian w programie, a więc większa aktywność i zaangażowanie pracowników.

186

Mars Polska prowadzi działania na rzecz angażowania, rozwijania oraz integrowania zespołu. W kontekście różnorodnego i rozproszonego zespołu oraz pracy w modelu hybrydowym jednym z nowo wprowadzonych narzędzi w Mars Wrigley jest wewnętrzna **platforma Social Media (Grupa Yammer MW Jesteśmy razem)**, z której aktywnie korzysta ok. 93% współpracowników. Platforma uzupełniła paletę narzędzi komunikacji wewnętrznej, odpowiadając na potrzeby zespołu pracującego zarówno w biurze/hybrydowo, jak i w terenie (siły sprzedaży), tworząc przestrzeń do dzielenia się informacjami, wymiany doświadczeń i opinii między współpracownikami, a także budując communities wokół ważnych dla współpracowników tematów. Wprowadzając powyższe działania, firma miała na celu zwiększenie zaangażowania współpracowników w komunikację wewnętrzną oraz dopasowanie dostępnych narzędzi komunikacji do zmieniającego się otoczenia (pandemia, praca hybrydowa), łącząc rozproszone zespoły. Narzędzie z roku na rok zyskuje na znaczeniu – jego ocena przez użytkowników wzrosła (z 3,90 do 4,41 w 5-stopniowej skali w badaniu komunikacji wewnętrznej), co znajduje odzwierciedlenie w analizie danych systemowych. Na zaangażowanie współpracowników w korzystanie z narzędzia pozytywnie wpływa wysoka aktywność członków zespołu zarządzającego.

3100

We4Us – pod taką nazwą Centrum Usług Biznesowych **Merck** angażuje swoich pracowników w kształtowanie życia zespołu. Obok działających już grup Wellbeing & Environment, Career & Recognition i CSR, w 2022 r. powstała grupa Diversity, Equity & Inclusion. Jej działania skupiały się na organizacji szkoleń oraz warsztatów mających na celu zwiększenie świadomości w obszarze DEI (Woman in Leadership, Family in Diversity Spectrum, Savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnościami). Ponadto do działającej już firmowej biblioteki zakupiono ok. 40 pozycji o tematyce DEI dla dorosłych i dla dzieci. Działania obejmowały szkolenia wewnętrzne prowadzone przez pracowników; wspieranie zdrowego stylu życia przez dofinansowanie do aktywności sportowych, organizacje webinarów o tematyce prozdrowotnej, prowadzenie akcji CSR (biegi charytatywne, zbiórki na rzecz lokalnej społeczności, promowanie akcji krwiodawstwa). Atrakcyjność inicjatyw mierzona była ankietą wśród pracowników.

150

Program Sugestii Pracowniczych to projekt, dzięki któremu pracownicy fabryk **Nowy Styl** mogą zgłaszać pomysły usprawnień technologicznych i konstrukcyjnych, utrzymania ruchu oraz zwiększenia bezpieczeństwa w zakładach produkcyjnych. Dzięki temu, że mogą śledzić status swoich zgłoszeń, mają pewność, że są one rzetelnie oceniane, a jeśli przejdą pozytywnie weryfikację – wdrażane. Oprócz premii za każde zgłoszenie, przyznawane są też nagrody roczne za najlepsze pomysły i dla uczestników, którzy byli najaktywniejsi. Dzięki programowi pracownicy otrzymali przestrzeń i zachętę do zgłaszania wszelkich usprawnień i innowacji mogących zwiększyć bezpieczeństwo pracy i wydajność produkcji.

6883

Polpharma rozwija kulturę ciągłego doskonalenia i buduje zaangażowanie pracowników dzięki programowi Kaizen. Dodatkowo poszukuje nowych rozwiązań i wspólnie świętuje osiągnięcia. Powiązany z programem konkurs nagradza inicjatywy pracowników związane z usprawnianiem procesów oraz miejsca pracy, dzięki którym mają oni realny wpływ na funkcjonowanie organizacji i są za to dodatkowo nagradzani. Konkurs realizowany jest w trzech kategoriach: Najlepszy pomysł, Najbardziej aktywny uczestnik i Najlepszy Zespół. W 2022 r. firma świętowała **10-lecie programu Kaizen**. W czasie tej dekady zgłoszonych zostało ponad 17 tys. pomysłów, z których ponad 14,5 tys. zostało zaakceptowanych, przynosząc firmie korzyści w postaci poprawy efektywności i bezpieczeństwa procesów, zwiększenia motywacji pracowników oraz ponad 28 mln zł oszczędności. W ostatniej edycji konkursu jako najlepszy pomysł nagrodzono koncepcję zmiany sposobu transportu wybranych substancji czynnych importowanych z Chin z lotniczego na morski, co pozwoliło nie tylko na oszczędności, ale też na redukcję śladu węglowego w zakresie 3.

7500

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W 2022 r. **ROHLIG SUUS Logistics** zrealizował pierwszą edycję **programu „Znam, rozumiem, szanuję"**. Celem projektu było zrozumienie wzajemnych obowiązków i poprawa komunikacji między zespołami, a tym samym jeszcze lepsza współpraca z klientami. Pracownicy biorący udział w projekcie dzień pracowali ramię w ramię z kierowcami i dyspozytorami, poznając zadania i codzienne wyzwania. Przed projektem i po nim zapytano uczestników o poziom trudności pracy osób, z którymi mieli spędzić dzień. W projekcie wzięło udział 128 osób, wyniki ankiety wskazują, że inicjatywa odniosła zamierzone rezultaty i wszyscy uczestnicy lepiej rozumieją wyzwania stojące na co dzień przed współpracownikami.

2000

Podziel Się Wiedzą to projekt szkoleniowy, któremu przyświeca myśl „od Hestian dla Hestian". Kadrę trenerską stanowią koledzy i koleżanki, którzy na co dzień mijają się na firmowych korytarzach. Na czas spotkań szkoleniowych zostają przewodnikami po świecie ubezpieczeń, ale nie tylko. Dzielą się również swoimi pasjami, m.in. fascynacją językiem polskim, tajnikami psychologii czy miłością do sztuki. Firma tworzy przestrzeń do networkingu – wymiany dobrych praktyk i zdobytych doświadczeń. Dla pracowników **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** rozwój to nie tylko hasło, a realna wartość, zarówno w perspektywie osobistej, jak i ogólnofirmowej. Aby rozwijać umiejętności szkoleniowe pracowników prowadzących zajęcia (w 2022 r. 27 osób) dla innych, firma dała im możliwość uczestnictwa w programie przygotowanym wspólnie z Akademią Leona Koźmińskiego. W 2022 r. na szkolenia zgłosiło się prawie tysiąc pracowników.

2800

Pracownicy i współpracownicy **TVN Warner Bros. Discovery** mogą dobrowolnie uczestniczyć w **grupach pracowniczych** ERGs (Employee Resource Groups) i angażować się w ich działalność. Buduje to ich zaangażowanie, pozwala na lepsze poznanie się, ale przede wszystkim ma realny wpływ na tworzenie otwartej, inkluzywnej kultury organizacyjnej. Wśród tych grup znajdują się: WBD Diversity & PriDe – Różni i Dumni (zajmująca się tematyką LGBT+, osób z niepełnosprawnościami, osób narażonych na wykluczenie ze względu na wyznanie, pochodzenie etniczne, poglądy czy inne kwestie); WBD Women's Network (wspierająca kobiety w rozwoju w ramach organizowanych aktywności) WBD GreenD (koncentrująca się na tematach ekologicznych).

4400

PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

W firmie **Kuehne+Nagel** obowiązuje Polityka Różnorodności; jej celem jest przeciwdziałanie dyskryminacji, nękaniu czy mobbingowi, ustanawia ona także **równe szanse i prawo do równego traktowania**. Firma podjęła działania na rzecz równości kobiet w dostępie do zatrudnienia (w każdym procesie rekrutacyjnym w puli finałowych kandydatów znajduje się kobieta), podnoszenia kwalifikacji (równy dostęp pracowników do szkoleń i międzynarodowych programów rozwojowych oraz talentowych, które kształtują przyszłą kadrę menedżerską), awansów (90% wyższych stanowisk menedżerskich ma w puli sukcesorów kobietę) oraz równości wynagrodzeń. Celem firmy jest zagwarantowanie równego traktowania i możliwości zatrudnienia oraz awansu w oparciu o kompetencje. Kuehne +Nagel monitoruje liczbę kobiet w sukcesji, w programach talentowych i rozwojowych, a system wynagradzania oparty jest o wartościowanie Korn Ferry i wynagrodzenie zgodne z widełkami płacowymi i benchmarkiem rynkowym dla wszystkich poziomów stanowisk w firmie, dodatkowo została obliczona luka płacowa, która będzie korygowana działaniami w 2023 r.

2300

W 2022 r. **MODIVO** po raz czwarty zorganizowało loterię świąteczną wśród pracowników. **Charytatywna loteria świąteczna** ma na celu zapobieganie zachowaniom korupcyjnym. Od początku grudnia do połowy stycznia pracownicy, którzy otrzymali od kontrahenta prezent, mogli przekazać go na loterię. W pierwszym kwartale roku odbywa się sprzedaż losów i prowadzone jest losowanie. Poza wyrównywaniem szans i eliminowaniem ryzyka nadużyć związanych z przyjmowaniem takich prezentów, firma wspiera zaangażowanie pracowników w obszar CSR. Dochód ze sprzedaży losów przekazywany jest na cel charytatywny. Praktyka jest powtarzana od 4 lat i planowana jest kontynuacja. Z loterii 2021/2022 przekazano 4 tys. zł na pomoc niewidomej dziewczynce (wartość losu 10 zł). Firma realizuje cele strategii ESG.GO.25 GK CCC z filaru Społeczeństwo – transparentność łańcucha dostaw (do 2030: podnoszenie standardów etycznych oraz współpraca tylko z dostawcami, którzy się z nimi zgadzają).

3000

Firma **Sodexo Polska** rozwija **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. Firma monitoruje statystyki korzystania z narzędzia i prowadzi badania satysfakcji pracowników. Wprowadzenie narzędzia przełożyło się na większe zaufanie względem pracodawcy, większe poczucie bezpieczeństwa w miejscu pracy i większą identyfikację z wartościami i zasadami etycznymi firmy. Planowane są kolejne inicjatywy edukacyjne oraz promocja używania narzędzia Sodexo Speak Up Ethics Line.

1800

REKRUTACJA I ADAPTACJA

ArcelorMittal Poland od 2008 r. prowadzi **program stażowy zainSTALujsie**, który ma na celu zachęcić studentów i studentki uczelni technicznych do pracy w przemyśle stalowym oraz umożliwić im zdobycie pierwszego doświadczenia w zawodzie. Każdy ze stażystów objęty jest opieką mentora, który ma za zadanie wprowadzić nowego pracownika w obowiązki i życie firmy oraz ułatwić budowanie sieci kontaktów. Najmniejszy wymiar etatu wynosi 20 godzin tygodniowo, co pozwala na połączenie pracy ze studiami. Roczny staż zakłada tworzenie własnej ścieżki kariery oraz perspektywę zatrudnienia po jego zakończeniu. We współpracy ze środowiskiem uczelnianym firma poszukuje stażystów we wszystkich lokalizacjach organizacji. ArcelorMittal Poland stale współpracuje ze środowiskiem uczelnianym oraz dba o to, by branża stalowa stawała się wśród studentów atrakcyjnym miejscem pracy. Firma ma na celu przyciągnąć do pracy studentów w różnych sektorach – technicznych, informatycznych oraz logistycznych. W ramach obecnej edycji programu w 2022 r. przyjęto 30 stażystów, a także zbudowano stałe relacje biznesu z nauką. Firma organizowała również praktyki uczniowskie i studenckie, wizyty studyjne, a pracownicy prowadzili wykłady na uczelniach.

10000

W 2022 r. **Avon Operations Polska** dołączył do **programu PSML Top Young 100** integrującego studentów wyższych uczelni z Polski z pracodawcami z obszaru łańcucha dostaw. Współpraca rozpoczęła się od wystąpienia Macieja Kaniowskiego, członka Zarządu AOP, na konferencji „Powerful Connection academia-science-business". Prelekcja dotyczyła przywództwa i zarządzania operacjami w środowisku VUCA. Następnie 8 studentów trafiło do 2 grup projektowych, prowadzonych przez liderów Avon Garwolin. Przez 10 miesięcy mieli oni możliwość pracy nad innowacyjnymi rozwiązaniami, pomagającymi zwiększyć efektywność pracy oraz przyspieszyć proces podejmowania decyzji biznesowych. Studenci objęci zostali również programem mentoringowym. Avon Garwolin wierzy, że międzynarodowa wymiana wiedzy, doświadczeń i pomysłów oraz ciekawość innych punktów widzenia otwierają nowe perspektywy i stwarzają możliwości dalszego rozwoju. Firma stawia przy tym na rozwój młodych talentów. W AOP pracuje wielu ekspertów z ogromnym doświadczeniem w zarządzaniu międzynarodowym łańcuchem dostaw, którym chętnie dzielą się ze studentami. Dzięki pracy w grupach projektowych młodzi ludzie mogli zdobyć bezcenne doświadczenie zawodowe, poszerzyć perspektywy i poznać swoje mocne strony.

1000

Firma **Bee Talents** we współpracy z Fundacją Integralia zorganizowała **Szkolenie Zmień Perspektywę**. Zostały poruszone kwestie prawne, które są związane z zatrudnianiem osób z orzeczeniem o niepełnosprawności oraz z przywilejami z tego wynikającymi. Podjęto też zagadnienie savoir-vivre'u wobec tych osób. Jest to wiedza niezbędna dla rekrutera, ale również służy to przyszłym kandydatom. Firma chciała zwiększyć dostępność rekrutacji dla kandydatów oraz zwiększyć poziom wiedzy u pracowników, wpłynąć na jakość procesów oraz employer branding. Bee Talents w pierwszej kolejności zaktualizowało formularz aplikacyjny, tak aby kandydat mógł od początku czuć się swobodnie w kwestii równości traktowania pracowników.

100

Firma **Bee Talents** zorganizowała **Dni Otwarte** online (Bee Talents dla społeczności rekrutacyjnej), w których były poruszane tematy diversity & inclusion. Inicjatywa służyła pokazaniu kandydatom, jak wygląda firma, i była promowana na grupach tematycznych zrzeszających osoby z niepełnosprawnością. Bee Talents współpracowało przy organizacji tego eventu z pracownikami. Służyło to osobom z mniejszych miejscowości i osobom z niepełnosprawnościami, które chciałyby rozpocząć karierę rekrutera w IT. Firma chciała zwiększyć świadomość na temat pracy rekrutera.

100

Firma **Benefit Systems** wprowadziła **dodatkowy etap rekrutacji** „Spotkanie z zespołem". Osoba rekrutowana ma możliwość spotkać się z potencjalnymi przyszłymi kolegami i zadać im pytania. Praktyka ta pozwala na lepsze dopasowanie nowych pracowników do danego zespołu oraz angażuje zespół w wybór nowego członka grupy. Adresatem są pracownicy i kandydaci do pracy. Dla zespołu udział w rekrutacji jest ciekawym zadaniem, oderwaniem się od codzienności. Dla kandydatów – przede wszystkim możliwością poznania osób, z którymi być może przyjdzie im pracować, ale też lepsze poznanie organizacji. Poprzez udział w tym dodatkowym etapie rekrutacji pracownicy mają możliwość bardziej się zaangażować w funkcjonowanie własnego zespołu, a także poczuć się bardziej odpowiedzialnym za jego przyszłość. Kandydaci natomiast mają szansę poznać firmę, jej wartości i zrozumieć specyfikę pracy na danym stanowisku.

3689

Firma **DB CARGO POLSKA** wprowadziła program **#zaKOLEJujsięznami – projekt LEON** w odpowiedzi na rosnący problem z pozyskaniem wykwalifikowanych osób do pracy na kolei wynikający z małej dostępności tego typu specjalistów na rynku. Celem programu było pozyskanie kandydatów do pracy lub wyszkolenie osób bez doświadczenia. Dodatkowo celem kampanii marketingowo-rekrutacyjnej było dotarcie do osób z różnych grup, w tym do kobiet, pokazując, że praca na kolei jest atrakcyjnym i stabilnym kierunkiem rozwoju zawodowego w firmie, która oferuje środowisko pracy wspierające ideę różnorodności. Spotkania rekrutacyjne z kandydatami stanowiły dla nich okazję do poznania bliżej branży kolejowej, specyfiki pracy na poszczególnych stanowiskach oraz możliwości rozwoju zawodowego w firmie. Uczestnicy mogli skorzystać z mobilnego symulatora jazdy lokomotywą Vectron, zwiedzić zakład taboru kolejowego w Rybniku, a za pomocą okularów VR zwiedzić linię potokową do regeneracji zestawów kołowych. Jednym z efektów projektu było pozyskanie większej liczby aplikacji kobiet na stanowiska promowane w trak-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

cie kampanii w porównaniu z 2021 r. Projekt stanowi przykład nowoczesnej i kreatywnej formy budowania wizerunku marki pracodawcy.

2800

DIAGNOSTYKA stawia na edukację nie tylko swoich pacjentów, ale również studentów i przyszłych pracowników branży medycznej. Laboratorium Centralne DIAGNOSTYKI w Warszawie, na mocy porozumienia z Warszawskim Uniwersytetem Medycznym, realizowało **zajęcia z przedmiotu praktyczna nauka zawodu dla studentów** V roku analityki medycznej Wydziału Farmaceutycznego. Przyszli diagności, pod okiem doświadczonych opiekunów z DIAGNOSTYKI, zapoznali się z organizacją pracy i zasadami bezpieczeństwa zarówno w Medycznym Laboratorium Diagnostycznym, jak i Medycznym Laboratorium Mikrobiologicznym. W ten sposób mają okazję do rozwijania swoich umiejętności i pogłębiania zdobytej na uczelni wiedzy w największym i najnowocześniejszym laboratorium medycznym w Polsce.

7000

Dla firmy **Emitel** udział w targach pracy oraz współpraca z uczelniami to świadome i w pełni **zaangażowane działanie w obszarze otoczenia społecznego**. Emitel angażuje się w wydarzenia organizowane na rynku pracy, rozmawiając z uczestnikami, prezentując atuty firmy oraz budując jej pozytywny wizerunek, a równocześnie realizuje prelekcje dotyczące działalności firmy na rzecz młodzieży w całej Polsce oraz wystąpienia z zakresu doradztwa zawodowego. W ramach współpracy z uczelniami Emitel wspiera studentów w dostępie do wiedzy z zakresu działalności firmy oraz w formie prelekcji i spotkań indywidualnych udziela im wskazówek z obszaru doradztwa zawodowego i kształtowania ścieżki kariery. W 2022 r. Emitel przeprowadził ponad 100 indywidualnych i grupowych rozmów doradczo-rozwojowych; 2 prelekcje o świadomym planowaniu kariery zawodowej oraz prelekcję o programie partnerskim firmy w ramach olimpiady Zwolnieni z Teorii. Emitel rozwija też działalność edukacyjną na uczelniach (warsztat na AGH, politechnikach Gdańskiej, Poznańskiej, Rzeszowskiej, Wrocławskiej, Śląskiej, Krakowskiej i Warszawskiej). Firma bierze udział w targach pracy (9300 odsłon ofert pracy, 700 zgłoszeń do pracy). Emitel jest organizacją realizującą społecznie odpowiedzialną działalność w obszarze doradztwa zawodowego na zewnętrznym rynku pracy, prowadzi transfer wiedzy o firmie na rynek, nawiązuje kontakt z potencjalnymi przyszłymi pracownikami firmy.

450

W firmie **Emitel** wdrożono **program poleceń pracowniczych**, który wspiera pozyskiwanie kandydatów do pracy za pośrednictwem rekomendacji udzielanych przez osoby pracujące w spółce, równocześnie oferując polecającym możliwość uzyskania nagrody finansowej z tytułu zatrudnienia rekomendowanego kandydata. Jest to działanie zrównoważone adresujące zarówno potrzeby organizacji przez zapewnienie możliwości pozyskania wartościowych kandydatów do pracy, jak i wspierające udział pracowników w procesie doboru kadr oraz angażujące ich do odgrywania roli ambasadorów firmy. W corocznym badaniu opinii wskaźnik satysfakcji z pracy w organizacji wynosi: 2021 – 93%, 2022 – 82,6%, wskaźnik gotowości do polecenia firmy jako dobrego miejsca pracy: 2021 – 77,3%, 2022 – 58,9%. Regulamin programu poleceń pracowniczych wdrożono w 2021 r. W okresie funkcjonowania programu uzyskano 17 poleceń osób do pracy oraz zatrudniono 4 osoby posiadające rekomendację pracownika firmy. Korzyści takiego systemu to kształtowanie wśród pracowników postawy bycia włączonym i współodpowiedzialnym oraz angażowanie ich do pełnienia funkcji ambasadorów firmy. Co ważne, program zapewnia możliwość dotarcia i pozyskania wartościowych kandydatów do pracy również z grona osób pasywnych.

450

Aby zminimalizować stres pierwszego dnia pracy, spółka **epruf** wprowadziła **ulepszoną formułę systemu rekrutacji**. Nowemu pracownikowi przez okres wprowadzenia towarzyszy „buddy" – osoba z tego samego zespołu, która zaznajamia nowicjusza z firmą, a także odpowiada na pytania dotyczące miejsca pracy oraz powierzonych zadań. Do wszystkich pracowników zaś wysyłany jest mail przedstawiający nową osobę. Wartości firmy przybliża jeden z Ambasadorów Zespołu Wartości. Prezentacja onboardingowa jest w formie multimedialnej, aby ułatwić pracownikowi zrozumienie celów i zasad pracy w firmie. Nowy pracownik jest również umawiany na spotkania z działami, z którymi będzie bliżej współpracował. Dzięki ulepszonemu procesowi onboardingu nowi pracownicy szybciej wdrażają się w obowiązki, poznają większość spółki w pierwszym tygodniu pracy, a także znają cele, które firma chce osiągnąć, co przekłada się na efektywność pracy. Wdrażanie nowego pracownika przez doświadczonego kolegę/koleżankę ułatwia nawiązanie relacji, a także niweluje stres związany z pracą w nowym miejscu.

30

Osoby neuroróżnorodne wyróżniają się cennymi kompetencjami na rynku pracy, ale nadal wyzwaniem dla nich pozostaje znalezienie i utrzymanie pracy. Firma **EY Polska**, rozumiejąc potencjał, jaki drzemie w osobach neuroróżnorodnych, jak i ich specyficzne potrzeby, w 2021 r. wdrożyła i obecnie rozwija **EY Neurodiversity Center of Excellence w Warszawie**. Wsparciem we wdrożeniu były wiedza i doświadczenie globalnego zespołu EY Neurodiversity Center of Excellence oraz Fundacji asperIT. Stworzono odpowiedni dla potrzeb osób neuroróżnorodnych proces rekrutacji i onboardingu. Osoby neuroróżnorodne dołączyły do zespołu Cybersecurity, którego charakter realizowanych projektów odpowiada potencjałowi tych osób. Wdrożenie EY Neurodiversity Center of Excellence w Warszawie pozwoliło na dostosowanie rekrutacji, onboardingu i warunków pracy do potrzeb osób neuroróżnorodnych i na umożliwianie im realizacji ich zawodowego potencjału. Obecnie w ramach EY NCoE jest zatrudnionych 6 osób, planowane są kolejne rekrutacje. W ramach NCoE realizowane są też szkolenia dla pracowników EY. Przeszkolono ponad 50 osób na temat efektywnej komunikacji z osobami neuroróżnorodnymi oraz ponad 70 pracowników nt. potrzeb, jak i kompetencji tej grupy. Pracownicy neuroróżnorodni wnieśli do zespołu cenne umiejętności, które są wykorzystywana na rzecz wewnętrznych projektów EY oraz projektów realizowanych dla klientów.

5000

Trzy lata temu w ramach zakładu produkcyjnego **FAMUR** oddział Glinik w Gorlicach wraz z Zespołem Szkół Technicznych im. Wincentego Pola w Gorlicach oraz gorlickim Centrum Kształcenia Zawodowego uruchomione zostały **klasy patronackie** w zawodzie operator maszyn CNC. Problemem w miejscowości Gorlice były wyjazdy sporej liczby młodych osób za granicę w poszukiwaniu pracy, dlatego wraz ze szkołą przygotowano taki zakres nauki praktycznej i teoretycznej, aby uczniowie po ukończeniu szkoły mogli być zatrudnieni od razu w oddziale produkcyjnym, który poznali w ramach trwających 3 lat praktyk w zakładzie produkcyjnym. Celem praktyki było pozyskanie do pracy osób posiadających odpowiednie kompetencje zdobyte w szkole, zaoferowanie stabilnej pracy wśród lokalnej społeczności oraz promocja pracy w zakładzie produkcyjnym, która znacząco zmieniła się na przestrzeni lat. Po zakończeniu przez pierwszy rocznik nauki zatrudniono w firmie 11 uczniów, którzy pracują na samodzielnych stanowiskach pracy.

1600

Przesłaniem inicjatywy **Zmień pracę, ale nie pracodawcę** – jest zapewnienie dostępu do wolnych stanowisk pracy wszystkim pracownikom Grupy FORTE, niezależnie od obecnie zajmowanego stanowiska. Jest to program rekrutacji wewnętrznych, dzięki któremu wielu pracowników **Fabryk Mebli „FORTE"** otrzymało możliwość rozwoju zawodowego w innych obszarach firmy. Ogłoszenia regularnie pojawiają się w powszechnie dostępnych w FORTE mediach firmowych. W ramach funkcjonowania programu rekrutacji wewnętrznych stanowisko zmieniło 86 pracowników.

3000

Program „Polecaj i zarabiaj z FORTE" jest częścią polityki personalnej firmy i daje pracownikom **Fabryk Mebli „FORTE"** możliwość polecenia ofert pracy znajomym lub rodzinie. Za pozyskanie nowego pracownika osoba polecająca otrzymuje dodatek do wynagrodzenia, który wypłacany jest w 3 transzach (I transza – wypłacana po podpisaniu umowy o pracę na okres próbny przez poleconego pracownika, II transza – wypłacana po przepracowaniu 3 miesięcy przez poleconego pracownika, III transza – wypłacana po przepracowaniu 7 miesięcy przez poleconego pracownika). Praktyka została wprowadzona jako odpowiedź na problemy z pozyskiwaniem pracowników na lokalnym rynku pracy oraz jako zachęta dla osób zatrudnionych w FORTE do promocji firmy wśród rodziny i znajomych. Przyczynia się też do ograniczenia kosztów związanych z prowadzeniem zewnętrznego procesu rekrutacyjnego, do skrócenia czasu pozostawania wolnego wakatu oraz ograniczenia fluktuacji nowo zatrudnianych pracowników. Od początku funkcjonowania w ramach systemu poleceń złożono 298 aplikacji.

3000

W firmie **FAMUR** został wprowadzony **program Opiekuna Nowego Pracownika**. Osoba zaczynająca pracę w zakładzie produkcyjnym lub w biurze dostaje dedykowanego opiekuna, który przez minimum 3 miesiące wdraża nowego pracownika do obowiązków. Pracownik otrzymuje dokument osoby szkolonej, w którym ustalane są zadania realizowane w kolejnych miesiącach. Po każdym miesiącu szkolenia następuje wzajemna ocena szkolonego, opiekuna, a także przełożonego nowego pracownika, który ocenia poziom zdobytej wiedzy. Za pełnienie funkcji opiekuna oraz za pozytywne wdrożenie pracownika w życie firmy opiekun otrzymuje dodatkową gratyfikację. Program ma na celu zmniejszenie poziomu szybkiej rotacji pracowników (w ciągu jednego roku od zatrudnienia). Dzięki niemu pracownik otrzymuje podstawową wiedzę, a przez aktywne działania opiekuna szybciej zaznajamia się z organizacją, panującymi zasadami, a także z całym zespołem. Pracownicy łatwiej nawiązują pozytywne i nieformalne relacje, a nowy pracownik czuje się pewniej w organizacji, mając dedykowaną osobę, do której może się zwrócić z problemem. Dodatkowo opiekunowie traktowani są w firmie jako eksperci w swojej dziedzinie.

1600

W 2022 r. **Grupa Eurocash** w ramach Akademii Umiejętności Eurocash zorganizowała szkolenia i warsztaty edukacyjne w ramach promocji zawodów sprzedawcy i magazyniera-logistyka w szkołach branżowych oraz technika handlowca i technika logistyka w szkołach technicznych. Akademia uruchomiła także czwartą edycję Wirtualnego Festiwalu Umiejętności Zawodowych, podczas którego specjaliści podzielili się doświadczeniem z ponad 14 tys. uczestników z 280 szkół. W ramach Ogólnopolskiego Tygodnia Kariery w szkołach średnich – na zaproszenie placówek edukacyjnych – odbyły się także prelekcje online. Łącznie uczestniczyło w nich 70 osób. Praktyka **podnosi kwalifikacje młodych ludzi** i zachęca do prowadzenia działalności gospodarczej. Wsparcie młodego pokolenia jest ważnym obszarem działań Grupy Eurocash. Akademia Umiejętności Eurocash chce zainteresować młodzież pracą w handlu, który zmaga się ze stałym deficytem pracowników. Wdrażając działania edukacyjne skierowane do młodych, Eurocash chce także podnosić ich kwalifikacje i aktywizować ich zawodowo – również w sklepach sieci organizowanych przez Eurocash i w centrach logistycznych Grupy.

20000

GXO uruchomiło **projekt edukacyjny „Akademia Kariery"** wspierający rozwój zawodowy uczniów i studentów logistyki oraz zarządzania łańcuchem dostaw. Objął on wykłady, staże i praktyki, wizyty w centrach logistycznych oraz rekrutację na

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

stanowiska w GXO. Firma dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem, a także zwiększa szansę na budowanie i rozwój kariery w logistyce. Projekt realizowany jest wspólnie z Akademią Leona Koźmińskiego w Warszawie, Akademią Ekonomiczną w Katowicach oraz szkołami zawodowymi. Do tej pory zorganizowano kilka wizyt, wykładów, uruchomiono staż, w którym łącznie wzięło udział kilkudziesięciu uczniów i studentów. GXO chce rozwijać wiedzę i kompetencje logistyczne w Polsce, umożliwiając rozwój zawodowy w tym obszarze. Jednocześnie dąży do budowania wizerunku atrakcyjnego pracodawcy i pozyskania nowych talentów. W ramach programu kilkadziesiąt osób mogło odwiedzić centra logistyczne GXO oraz wziąć udział w wykładach. W ten sposób firma realizuje także swoją strategię ESG opartą na wartościach, m.in. pozytywny wpływ na ludzi i środowisko.

1500

Program High Potential funkcjonuje w **Kronospan Polska** od 2009 r. Składa się z 2 bloków: Junior i Senior. Junior High Potential to program skierowany do osób młodych stażem, które w krótkim czasie po dołączeniu do organizacji pokazały, że mają potencjał. Dla każdego uczestnika programu określa się zindywidualizowaną ścieżkę szkoleń wewnętrznych i zewnętrznych, która cyklicznie jest aktualizowana przez mentora przy współpracy z HR. Natomiast Senior High Potential to projekt dla pracowników, którzy pełnią funkcje kierownicze, a w przyszłości mogą stać się dyrektorami, zarządzać szerszymi obszarami lub uczestniczyć w budowaniu nowych fabryk. Osoby zaproszone przez firmę do programu High Potential odbyły szereg szkoleń dostosowanych do konkretnych potrzeb rozwojowych, które pozwoliły na zwiększenie jakości, wydajności lub poszerzenie obszaru odpowiedzialności. Przykładów skuteczności programu jest wiele (np. automatyk, który po 3 latach pracy został mistrzem na swoim wydziale; technolog z Wydziału Lakierni, który po włączeniu do programu w 2018 r. został kierownikiem Działu Produkcji Farb i Lakierów; specjalistka ds. personalnych pracująca w Szczecinku, która obecnie zajmuje stanowisko interim HR Managera w innej lokalizacji; operator prasy, który w krótkim czasie został kierownikiem 60-osobowego zespołu).

1150

Leroy Merlin Polska od lat angażuje się we wspieranie osób wchodzących na rynek pracy bądź poszukujących na nim swojego miejsca. Tym razem, z oddolnej inicjatywy kierowników zasobów ludzkich, w sklepach w Regionie Południowo-Centralnym oraz Regionie Zachodnim rozpoczęto test **projektu „Pierwsza Praca – Włącz Zielone".** Wraz z rozpoczęciem nowego roku szkolnego 2022/2023 do sklepów trafili pierwsi uczniowie w celu praktycznej nauki zawodu. W ramach projektu planowane jest objęcie patronatem szkół współpracujących ze sklepami Leroy Merlin oraz umożliwienie zatrudnienia najlepszych absolwentów. Projekt adresowany jest do uczniów szkół średnich odbywających praktyki w sklepach Leroy Merlin, w szczególności do tych, którzy niebawem pojawią się na rynku pracy. Poza wsparciem młodzieży, celem projektu jest budowanie wizerunku Leroy Merlin jako pożądanego pracodawcy oraz pozyskanie nowego źródła rekrutacji na przyszłość. Pierwsza edycja projektu trwa do 30 czerwca 2023 r., wtedy też pojawi się możliwość przedstawienia końcowych wniosków. Zostaną podjęte także dalsze decyzje co do firmy i zasięgu takich działań.

13000

Każdy nowy pracownik/pracownica ma możliwość określenia swoich **5 mocnych stron**, zwanych talentami. Rozpoczynając pracę w **Objectivity**, wypełniają oni ankietę online i otrzymują raport wraz z opisem poszczególnych talentów. Dodatkowo mają możliwość ich omówienia podczas indywidualnego spotkania z opiekunem HR oraz zgłębienia ich w dedykowanej książce „Clifton Strengths". Najsilniejsze, najbardziej dominujące talenty ujawniają się codziennie w różnych sytuacjach. Ułatwiają szybkie uczenie się i mają największy wpływ na zachowanie i osiągnięcia. Dzięki tej praktyce firma chce budować poczucie własnej wartości swoich pracowników oraz zwiększyć świadomość o nich samych. Pracownicy trafniej znajdują dla siebie role w firmie i wykorzystują je, by realizować swoje cele/ambicje. Liderzy zespołów, znając talenty swoich ludzi, wiedzą, jak z nimi pracować, jakiego typu zadania im przydzielać, dzięki czemu wzrasta efektywność zespołów. Wszyscy pracownicy Objectivity znają swoje talenty, wykorzystują je w codziennej pracy.

742

Różnorodność jest częścią strategii biznesowej **Procter & Gamble DS Polska**, która zakłada, że społeczność pracowników powinna być tak różnorodna jak konsumenci, którym służy na co dzień; 15–20% populacji ma cechy neuroróżnorodne. Mimo ponadprzeciętnych umiejętności analitycznych i matematycznych – dla wielu z nich znalezienie odpowiedniego zatrudnienia jest wyzwaniem. P&G dostrzega ich wyjątkowe cechy i widzi w nich wartość biznesową. Po sukcesie pilotażowego projektu z 2020 r., wraz z fundacją asperIT spółka stworzyła kolejną, rozszerzoną edycję wieloetapowego **programu rekrutacyjnego dla osób neuroróżnorodnych**. Program obejmuje wyłonienie kandydatów, przygotowanie ich do pracy, a także szkolenia dla aktualnych pracowników. P&G Polska zatrudnia obecnie 11 osób neuroróżnorodnych do wykonywania określonych zadań w centrach usług biznesowych, IT i planowania. Osoby te objęte są stałym wsparciem tutoringowym specjalistów z Fundacji asperIT, co wpływa pozytywnie na proces ich adaptacji. Program Neurodiversity pomaga również zwiększać świadomość społeczną o osobach w spektrum i wspiera je w znalezieniu zatrudnienia odpowiadającego ich wymaganiom i aspiracjom. Specjalny odcinek podcastu Andrzeja Tucholskiego dotyczący programu został odsłuchany ponad 50 tys. razy i spotkał się z pozytywnym odbiorem.

4000

W ramach wewnętrznego **programu poleceń „Poszukiwacze talentów"** pracownicy **Rödl & Partner** mogą zgłaszać osoby na wolne stanowiska, na które prowadzona jest rekrutacja. Warunkiem formalnym (w dbałości o bezpieczeństwo danych) jest przesłanie CV do wewnętrznej bazy rekrutacyjnej za pośrednictwem formularza aplikacyjnego, ze wskazaniem pracownika, który polecił kandydata. Po pozytywnym zakończeniu rekrutacji pracownik otrzymuje bonus 700 lub 2500 zł netto (w zależności od stanowiska, na jakie prowadzona była rekrutacja). Zatrudniona osoba musi przepracować minimum miesiąc. Od 2019 r., kiedy został uruchomiony program, w ramach „Poszukiwaczy talentów" zostało zatrudnionych blisko 80 pracowników. Jest to bardzo skuteczny sposób dotarcia do wartościowych kandydatów, a także budowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy.

533

Konkurencyjność w sektorze technologii i innowacji z roku na rok rośnie. Coraz trudniej pozyskać pracownika z odpowiednią wiedzą i doświadczeniem w danej dziedzinie w placówkach R&D. Jeszcze trudniej o weryfikację kompetencji kandydatów. Odpowiedzią na ten problem stał się **program rekruterów technicznych Samsung R&D**. Rolą rekrutera technicznego jest ścisła współpraca z działem HR, od etapu przygotowania odpowiedniego opisu stanowiska, poprzez udział w rozmowach technicznych w celu weryfikacji umiejętności technicznych kandydatów, aż po ocenę testów i przygotowanie informacji zwrotnej. Celem programu jest zatem pozyskiwanie czołowych kandydatów z rynku o najlepszych kompetencjach. Dzięki wewnętrznej kampanii informacyjnej, szkoleniom z dziedziny rekrutacji oraz wdrożeniu bazy wiedzy w systemie dla pracowników udało się pozyskać 250 rekruterów technicznych wspierających na co dzień procesy rekrutacji w firmie **Samsung**. Zgłaszający się pracownicy mogli również poszerzyć swoje kompetencje dzięki specjalnie przygotowanym dla nich szkoleniom czy też wziąć udział w targach/konferencja pracy. Stali się oni również ambasadorami firmy, a podczas specjalnego wydarzenia wewnętrznego oraz za pośrednictwem mailingu do pracowników zostali oni szczególnie docenieni i nagrodzeni w ramach prezentacji wyników poprawy procesów rekrutacyjnych w firmie.

2500

Program stażowy „Student on Board" jest kierowany do młodych, odważnych ludzi, studentów i absolwentów uczelni, którzy chcą nabrać doświadczenia i rozpocząć karierę zawodową na międzynarodowym rynku pracy. To program pozyskiwania talentów, który pozwala stażystom na angażowanie się w złożone projekty biznesowe, pracę w międzynarodowym środowisku pod okiem doświadczonych menedżerów. **Sanofi** dba o to, by warunki pracy dla stażystów były jak najbardziej korzystne, a zadania odpowiedzialne, tak by stażyści mogli zyskać cenne doświadczenie jeszcze w trakcie studiów lub tuż po nich, a ich praca była uczciwie wynagradzana. Program stażowy Student on Board w Sanofi w Polsce trwa już od 13 lat. W tym czasie firma współpracowała z ponad 300 stażystami i stażystkami, a blisko połowa z nich została w Sanofi na dłużej.

900

SZKOLENIE I ROZWÓJ

ALAB laboratoria dba o rozwój pracowników, oferując im szeroki wachlarz **szkoleń wewnętrznych** z umiejętności twardych, miękkich i przywódczych. Zajmuje się tym Dział Rozwoju i Szkoleń, zobowiązany do przedstawienia kilku projektów szkoleniowych wykorzystujących najnowsze technologie i rozwiązania w duchu blended learningu i mikrolearningu, łączących tradycyjne warsztaty na sali ze spotkaniami online, które w części są realizowane w firmowym green roomie. Praktyka usprawnia i optymalizuje pracę oraz zapewnia stały rozwój pracowników. W 2022 r. odbyły się takie szkolenia i programy jak: cykl szkoleń Rozwojowe Poranki (20 Rozwojowych Poranków, w których łącznie udział wzięło 494 pracowników, Uniwersytet Liderów (14 menadżerów rozwijało swoje kompetencje i umiejętności), szkolenia dedykowane (107 szkoleń dla 3401 osób).

4000

Po trudnym dla wszystkich okresie pandemii i izolacji, której skutkiem było m.in. zawieszenie szkoleń stacjonarnych, firma **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** zorganizowała w październiku 2022 r. **praktyczne szkolenie z pierwszej pomocy dla wszystkich pracowników**. Każdy pracownik mógł przećwiczyć zdobyte umiejętności z zakresu udzielania pierwszej pomocy, takie jak: resuscytacja i użycie AED, pomoc dzieciom w przypadku zadławień, resuscytacja niemowląt oraz starszych dzieci, pomoc w przypadku poparzeń, pomoc w przypadku poważnych i mniejszych ran. Szkolenie prowadzili profesjonalni ratownicy medyczni.

250

Firma **ArcelorMittal Poland** zrealizowała 2 programy wprowadzające dla pracowników obejmujących nowe stanowiska menadżerskie: **mistrz na starcie i kierownik liniowy na starcie**. Programy składają się z dwóch części: 4 moduły szkoleniowe z obszaru BHP i 6 modułów szkoleniowych z umiejętności miękkich, opierających się na kompetencjach ArcelorMittal, m.in.: świadomości swojej roli i odpowiedzialności, motywowania, delegowania, kontrolowania, informacji zwrotnej, zarządzania zmianą, emocjami i konfliktem, efektywnej komunikacji z zespołem, bezpiecznego przywództwa. W ramach programów realizowano warsztaty online i stacjonarne. Liczba uczestników programów w 2022 r. to 9 kierowników i 35 mistrzów.

10000

Avon Operations Polska prowadzi kilka **programów mentoringowych dla pracowników**: #STEPUP, Talk2Learn, Meet2Learn i Mentoring w Workday. Umożliwia im też korzystanie z LinkedIn Learning i udział w wydarzeniach organizowanych we współpracy z partnerami zewnętrznymi, np.

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

w webinarach czy programie mentoringowym „Pod Rękę". Flagowym programem firmy są Orły Supply Chain, w którym pracownicy nagradzani są za pomysły na usprawnienia w różnych obszarach działalności organizacji. W programie pracownicy mogą otrzymywać nagrody kwartalne oraz roczną. Średnio w kwartale nominowanych jest ok. 50 projektów, a w edycji z 2022 r. nagrody otrzymało 7 projektów.

1000

Program rozwojowy Talents Up kierowany jest do wszystkich pracowników **Banku Pekao**, bez względu na płeć, stanowisko, wiek czy staż. Po 3-etapowym procesie rekrutacji drużynę Talents Up tworzyło 50 osób pracujących w różnych obszarach organizacji, zmotywowanych, chcących zmieniać i bank, i siebie. Uczestnicy programu rozwijali się na dwóch równoległych ścieżkach: projektowej i rozwojowej. Ścieżka projektowa zakładała naukę różnych kompetencji, wszechstronność i dywersyfikację technik i narzędzi. Ścieżka rozwojowa stawiała na różnorodność form i doświadczeń rozwojowych.

12483

Jesienna Gra Leona w **Benefit Systems** to gamifikacja stworzona w formie 5 fabularyzowanych escape roomów i zawartych w nich zagadek, na podstawie wybranych, uniwersalnych szkoleń e-learnignowych dostępnych na platformie pracowników Benefit Systems – LEON. Do każdego z pięciu szkoleń, które objęte były gamifikacją, stworzono fabularyzowany escape room z zagadkami, będącymi sprawdzeniem wiedzy z ukończonego szkolenia. Za każde zadanie uczestnik otrzymywał punkty. Gra trwała 5 tygodni. Uczestnicy zdobywali nagrody co tydzień za najlepsze wyniki w danym escape roomie oraz nagrody główne – po zakończeniu gamifikacji. W gamifikacji udział wzięły 222 osoby. Szkolenia zostały ukończone 698 razy.

3689

Akademia ESG Banku **BNP Paribas Bank Polska** to 7-miesięczny program edukacyjny dla ponad 200 pracowników należących do Sustainability Community – grona ambasadorów i ambasadorek zrównoważonego rozwoju w banku. Został przygotowany we współpracy z firmą doradczą SAPERE, a jego merytoryka została wzbogacona wiedzą zewnętrznych ekspertów i ekspertek, m.in. z FOB, UNGC, UNEP/GRID-Warszawa. Na podstawie zbadanych potrzeb szkoleniowych w zakresie ESG bank przeprowadził 7 szkoleń składających się z 23 lekcji pogłębiających wiedzę o zrównoważonym rozwoju. Uczestnicy i uczestniczki analizowali, jak można ją przełożyć na działalność banku, by wzmacniać kontrybucję do realizacji SDGs. Celem przygotowanego przez Bank BNP Paribas programu edukacyjnego było zapewnienie członkom i członkiniom Sustainability Community wiedzy i umiejętności, które pomogą efektywniej pracować na rzecz realizacji Agendy 2030, która jest kierunkowskazem w strategii GObeyond Banku BNP Paribas na lata 2022–2025. Celem banku jest wzmacnianie pozycji lidera zrównoważonych finansów i partnera w zrównoważonej transformacji wszystkich klientów. Ponad 150 osób otrzymało certyfikat potwierdzający ukończenie Akademii ESG z wynikiem ponad 80%.

9200

Business Support Solution dba o to, by pracownicy mieli realny wpływ na swoją ścieżkę rozwoju w firmie poprzez zdobywanie niezbędnych kwalifikacji. W ramach **Akademii BSS** firma zorganizowała szkolenia o różnych stopniach zaawansowania oraz zaprosiła część pracowników na wewnętrzny kurs prowadzony przez wykwalifikowanego trenera, którego program odpowiada szkoleniom drugiego stopnia certyfikacji w obszarze rachunkowości. Przy współpracy Działu Zarządzania Wiedzą tworzone są bezpłatne cykle szkoleń obejmujące obszary: wiedza specjalistyczna, umiejętności miękkie, kompetencje cyfrowe.

400

Superbohaterowie to społeczność pracowników **Carrefour Polska**, otwarta dla wszystkich pracowników, niezależnie od miejsca zatrudnienia: sklepy, centrala, magazyny. To osoby szczególnie zaangażowane w działania w obszarze transformacji żywieniowej, rozumianej m.in. jako promowanie zdrowego stylu życia, troska o klimat i środowisko naturalne, propagowanie odpowiedzialnych wyborów konsumenckich. Ich działania mają charakter całkowicie dobrowolny, odbywają się w godzinach pracy i nie pobierają za nie dodatkowego wynagrodzenia. Obecnie jest to grupa 15 aktywnie działających osób. Celem praktyki było propagowanie idei transformacji żywieniowej wśród pracowników i klientów sklepu i wzrost świadomości na temat odpowiedzialnych wyborów konsumenckich, dotyczących składu, pochodzenia i opakowań produktów. W 2022 roku społeczność była reaktywowana po pandemicznym ograniczeniu działań.

11146

W odpowiedzi na problem wykluczenia cyfrowego pewnej grupy pracowników, **Carrefour Polska** powołał do życia **Digitalentów** - społeczność osób, które są pasjonatami nowych technologii i jednocześnie pragną się rozwijać zawodowo. Digitalenci mają możliwość brać udział w licznych kursach i warsztatach, w obszarze kluczowych dla Carrefoura aplikacji i narzędzi cyfrowych. Od czerwca 2022 było to aż 14 różnych aktywności. Digitalenci swoimi działaniami wspierają ekipy sklepowe oraz czynnie uczestniczą we wdrażaniu nowych rozwiązań cyfrowych. Dodatkowo opiekują zagadnieniem onboardingu cyfrowego oraz zarządzają profilem firmy w Google, stając się specjalistami w bezpośredniej komunikacji z klientami. Adresatami praktyki są zarówno sami Digitalenci, jak i pracownicy Carrefour, dla których nowe technologie są zagadnieniem przysparzającym trudności. Udało się osiągnąć dwojaki cel - z jednej strony Digitalenci znacząco podnieśli swoje kompetencje, a z drugiej - liczna grupa osób nabyła niezbędną w pracy wiedzę z zakresu nowych technologii. Dzięki temu firma wyraźnie zmniejsza odsetek pracowników wycofanych cyfrowo.

11146

Szkoła Liderów to program rozwojowy **Carrefour Polska** dla pracowników, którzy chcą rozwijać się w strukturach firmy i w przyszłości objąć stanowisko kierownika/kierowniczki supermarketu. Pracownicy biorący udział w Szkole Liderów otrzymują m.in. pakiet szkoleń i działań rozwojowych oraz wsparcie mentora i koordynatorów programu. Jednym z tematów szkolenia są kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem i CSR. W drugiej edycji programu w 2022 r. uczestniczyło 18 osób. Do stycznia 2023 r. 6 z nich otrzymało nominacje na nowe stanowiska pracy.

11146

Firma **C&F** zorganizowała cykl spotkań na żywo i online **dzielimy się wiedzą – C&F Tech Happy Hours**, podczas których pracownicy dzielą się wiedzą z zakresu swoich umiejętności technologicznych ze współpracownikami. Spotkania przeznaczone są dla wszystkich pracowników i współpracowników C&F. W 2022 r. odbyło się 5 spotkań, 420 minut prezentacji, dyskusji i warsztatów. W spotkaniach uczestniczyło średnio 100 osób.

420

Każdy z pracowników **Cellnex Poland** miał możliwość uczestniczenia w 2022 r. w **programie rozwojowym** polegającym na poznawaniu swoich mocnych stron i obszarów do rozwoju. Pracownicy byli także zachęcani do przygotowania indywidualnych planów rozwoju w oparciu o metodologię 70/20/10, czyli 10% nauki opartej na szkoleniach i kursach, 20% informacji zwrotnych, porad i wyjaśnień od kolegów oraz 70% nauki opartej na codziennie wykonywanych obowiązkach. Podczas tworzenia planów pracowników wspierali menadżerowie. W 2022 r. indywidualne plany rozwoju zostały przygotowane przez 99% pracowników.

500

CFE Polska od 2020 r. prowadzi cykl cotygodniowych webinarów **CFE Share It**. Początkowym założeniem spotkań było przywrócenie łączności między pracownikami w firmie przez zachęcenie ich do korzystania z platformy i komunikatora w trakcie pandemii COVID-19. Projekt trwa nadal, a obecnym jego celem jest prowadzenie cyklu szkoleniowego dla wszystkich pracowników, niezależnie od tego, gdzie w danym momencie przebywają, oraz podnoszenie jakości poprzez dzielenie się wiedzą. Główna tematyka spotkań to usprawnianie procesów budowlanych, ciekawe i innowacyjne rozwiązania techniczne, poszerzanie wiedzy w zakresie cyberbezpieczeństwa i ochrony środowiska, najważniejsze informacje o bieżącej sytuacji firmy i wydarzeniach, rozpoczętych, prowadzonych i zakończonych projektach oraz specjalnych akcjach, w tym akcjach charytatywnych. Łącznie odbyły się 102 webinary, w których udział brało średnio 40–50 osób.

200

Projekt **#AmbasadorESG** był realizowany w **Columbus Energy** od lipca 2022 r. Jego głównymi celami były: edukacja w zakresie kultury ESG skierowana do pracowników i współpracowników Grupy Columbus, inkluzywność projektu m.in pod kątem kompetencji, stanowiska, doświadczenia, zainteresowań, wieku, płci oraz kompleksowa promocja ESG wewnątrz i na zewnątrz firmy. Przeprowadzono 3 interdyscyplinarne i interaktywne warsztaty dla pracowników biurowych i terenowych z następujących tematów: Jak policzyliśmy ślad węglowy Grupy Columbus, „Od farmera do farmy PV" – proces tworzenia farm fotowoltaicznych, proces raportowania ESG w Columbus. Szkolenia zwiększają wiedzę pracowników, wpływają też na wzrost ich świadomości z zakresu zrównoważonego rozwoju. W warsztatach wzięło udział łącznie ok. 90 uczestników.

3000

Aby zapoznać pracowników ze Strategią ESG **Compensa** zorganizowała cykl **„5 tygodni z ESG"**, w ramach którego w każdy poniedziałek do pracowników wysyłany był newsletter z informacjami dotyczącymi danego filaru Strategii ESG. W czwartki organizowano akcję wewnętrzną dla pracowników związaną z danym filarem: filar środowisko – zbiórka elektrośmieci (0,7 tony) w zamian za kwiaty doniczkowe, filar pracownik – porady z psychologiem dotyczące wypalenia zawodowego, filar społeczeństwo – badania mammograficzne dla pracowników oraz mieszkańców Warszawy, filar Klient – Customer Experience Film Festiwal dla pracowników, filar Odpowiedzialna Organizacja – quiz wiedzy ESG dla departamentów. W wydarzeniach wzięło udział ponad 800 osób z Centrali oraz Oddziałów firmy.

1935

W maju 2022 **Compensa** we współpracy ze Stowarzyszeniem Demagog przeprowadziła dla swoich pracowników **webinar na temat dezinformacji** w mediach. Po wybuchu wojny w Ukrainie nasiliła się dezinformacja głównie w mediach elektronicznych. Dezinformacja została zdiagnozowana jako zagrażająca dobrym relacjom w firmie, mogła w skrajnych przypadkach narażać na utratę zdrowia i eksponować na silny stres. Webinar miał na celu nauczenie pracowników odróżniania prawdziwych informacji od fakenewsów i przekazywał praktyczne narzędzia, dzięki którym można sprawdzić pochodzenie informacji i z dużym prawdopodobieństwem stwierdzić, czy mamy do czynienia z fakenewsem. W webinarze wzięło udział 300 pracowników firmy.

1935

Wdrażanie kultury inkluzywności w **Credit Suisse Poland** jest jednym z kluczowych priorytetów. Jego celem jest zapewnienie, aby wszyscy współpracownicy firmy czuli się szanowani i cenieni. W tym celu przeprowadzono **szkole-**

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

nie z zakresu przywództwa włączającego i współpracy, skierowane do wszystkich menadżerów: Inclusive Leadership Training. Celem szkolenia jest nauka rozpoznawania i zwalczania uprzedzeń i mikroagresji. Poprzez dzielenie się przykładami i doświadczeniami na temat sposobów angażowania i wspierania wszystkich współpracowników pracownicy biorą czynny udział w tworzeniu jeszcze bardziej sprawiedliwego i inkluzywnego środowiska pracy. Łącznie przeprowadzono w tym roku 20 sesji szkoleniowych, w których wzięło udział prawie 500 liderów oraz pracowników działu zasobów ludzkich. 99% uczestników szkolenia potwierdziło, że pomoże im ono zarządzać bardziej inkluzywnie, a 94% potwierdziło, że dostarczyło ono praktycznych rozwiązań. W przyszłym roku planowana jest kontynuacja szkolenia zaadresowana do nowych menadżerów oraz tych, którzy nie mieli okazji wziąć w nim udziału w tym roku.

5000

Firma **Dalpo** zorganizowała **kurs pierwszej pomocy** dla pracowników. Szkolenie prowadził zespół ratowników medycznych reprezentujących grupę Pomogę, bo mogę. W kursie wzięło udział 60 pracowników z każdego szczebla organizacji i z każdego działu. Trenerzy bardzo mocno postawili na praktykę, ćwiczenia na fantomach, ludziach, przy użyciu AED oraz opatrunków. Firma zakupiła 3 sztuki AED, które zostały zamontowane w Rosnowie, Niepruszewie oraz Poznaniu.

320

Deloitte Polska kontynuuje uruchomiony w 2021 r. program edukacyjny **ESG Academy**, aby pomóc pracownikom zdobyć wiedzę na temat wyzwań związanych z ESG. Jest to seria wewnętrznych webinariów na temat najważniejszych aspektów ESG, które mogą mieć kluczowe znaczenie dla klientów firmy, oraz wyzwań z obszaru ESG, przed którymi stoją dzisiaj klienci. Pracownicy dowiadują się też, w jaki sposób kwestie ESG wpływają na działalność firm oraz na ich wartość dla interesariuszy i akcjonariuszy. W 2022 r. odbyły się 4 webinary, w których wzięło udział ok. 900 uczestników z całej firmy w Polsce i w regionie Europy Środkowej.

3000

Do międzynarodowego programu **Mentoring CEE** realizowanego w **dentsu Polska** zaproszono pracowników ze wszystkich 7 krajów wchodzących w skład klastra CEE. Przeprowadzono szereg sesji informacyjnych dla mentorów oraz mentees, proces selekcji i matchowania par oraz szkolenia i testy Gallupa. W trakcie programu odbywały się cykliczne spotkania z mentorami i mentees. Działanie spotkało się z bardzo dużym zainteresowaniem. W programie wzięło udział 32 mentees i 26 mentorów, w tym kadra najwyższego szczebla z kilku krajów.

800

Firma **Dobrowolscy** jako partner Akademii Umiejętności Eurocash zapewnia ekspertyzę i wspiera **edukację przedsiębiorców działających w handlu detalicznym** w zakresie zarządzania kategorią mięs i wędlin. Wyszkoleni pracownicy profesjonalnie obsługują klientów, budują atrakcyjniejszą i efektywniejszą ekspozycję, generują mniejsze straty oraz zapewniają wzrost sprzedaży. Firma dzięki współpracy z Akademią Umiejętności Eurocash ma możliwość dotarcia do ok. 15 tys. sklepów detalicznych w Polsce. Wiedza dostarczona przez firmę została zebrana w materiałach edukacyjnych zgromadzonych na platformie edukacyjnej (blisko 25,6 tys. użytkowników), wykorzystywanych podczas praktycznych warsztatów dla sklepów (5,8 tys. uczestników w 2022 r.) oraz podczas konferencji (4,8 tys. uczestników w 2022 r.). Firma we współpracy z Akademią Umiejętności Eurocash prowadziła także webinary edukacyjne dla sklepów, w których w 2022 r. wzięło udział 9641 osób.

600

W **DWF Poland** funkcjonuje system **zarządzania przez cele**. Wszyscy pracownicy raz w roku wyznaczają wspólnie z Line Managerami sześć celów. Dzięki temu lepiej rozumieją, w jaki sposób w swojej roli i swoimi codziennymi działaniami mogą się przyczynić do realizacji celów firmy. Od 2022 r. jeden z celów musi dotyczyć kwestii ESG i jeden obszaru D&I. Celem praktyki jest budowanie i rozwijanie świadomość wszystkich pracowników DWF na temat ESG i D&I, które są ważną częścią strategii organizacji. Adresatem praktyki są pracownicy, środowisko naturalne i społeczeństwo. Warunkiem powstania i utrwalenia się dobrych praktyk w tym zakresie jest w pierwszej kolejności edukacja społeczeństwa i stwarzanie przestrzeni do podejmowania prospołecznych i prośrodowiskowych inicjatyw. W efekcie konieczność wyznaczenia celów rocznych z zakresu ESG oraz D&I stała się okazją do zdobycia wiedzy nt. ESG i D&I.

150

Firma **Egis Polska** zorganizowała **Dni Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego**. W ich ramach odbyły się: konkurs na najwyższy ecologic index pod hasłem „Bezpieczna i ekologiczna majówka", webinar z Akademią Bezpiecznej Jazdy i prowadzącym Kubą Bielakiem oraz quiz z wiedzy na temat bezpiecznej jazdy. Do wygrania była lekcja bezpiecznej jazdy na torze Modlin, organizowana przez szkołę jazdy Renault. Przyznano łącznie 20 nagród. Szkolenia praktyczne nauczyły kierowców, jak radzić sobie podczas różnorodnych sytuacji zagrożenia na drodze. Zapoznały ich też ze skutecznymi metodami na uniknianie wypadków i kolizji. Ponad 70% pracowników firmy to osoby, które codziennie korzystają z samochodu służbowego w pracy.

250

Mentoring w **Emitel** to relacja między pracownikiem bardziej doświadczonym (mentorem) a pracownikiem o mniejszym doświadczeniu lub o znacznie krótszym stażu (podopiecznym mentora). Mentor udziela podopiecznemu rad w zakresie konkretnych zadań oraz wspiera go w rozwoju osobistym i w kształtowaniu ścieżki zawodowej. W firmie wdrożono 2 programy mentoringowe: program w procesie adaptacji do pracy oraz program dla kandydatów do roli trenera wewnętrznego. Funkcję mentora może pełnić każdy pracownik. W ramach programu dla nowych pracowników wsparcie mentorskie otrzymało 13 osób, w ramach programu dla kandydatów do roli trenera wewnętrznego 3 osoby. Zrealizowano 7 szkoleń z zakresu umiejętności istotnych w roli mentora.

450

Pracownicy **epruf** mieli okazję diagnozowania swoich osobowości oraz predyspozycji zakończonego **raportem FRIS dla każdego pracownika**. Raporty zawierały informacje o indywidualnym stylu myślenia i były omawiane z trenerem. Dzięki przeprowadzeniu diagnozy pracownicy poszerzyli swoją wiedzę na temat swoich mocnych i słabych stron, a także indywidualnych sposobów myślenia i stylów działania. W konsekwencji spółka zweryfikowała kompetencje pracowników i zestawiła je z obecnie zajmowanymi przez nich stanowiskami, a następnie dała niektórym z nich możliwość zmiany działu/stanowiska, aby mogli wykorzystać posiadane umiejętności.

30

Akademia Menedżera to program firmy **Europejski Fundusz Leasingowy** mający na celu rozwój nowych menadżerów. Program składa się z 9 modułów szkoleniowo-warsztatowych, z czego 4 odbywają się w formie stacjonarnej, a pozostałe online. Szkolenia są prowadzone przez ekspertów z zakresu finansów, zarządzania, coachingu, mentoringu, psychologii. Akademia jest także przestrzenią wymiany doświadczeń, co daje menadżerom wzajemne wsparcie. W programie wzięło udział 14 kobiet i 10 mężczyzn.

409

Kluczowym wspólnym projektem realizowanym przez **EY Polska** w **partnerstwie z Fundacją Liderek Biznesu** jest program mentoringowy, którego celem jest wspieranie świadomego rozwoju zawodowego i wzmacnianie koncepcji różnorodności i partnerstwa w biznesie. Mentees korzystają w ramach programu m.in. z sesji indywidualnych z mentorem, warsztatów rozwojowych, sesji networkingowych. Firma EY pomaga Fundacji w dotarciu do grupy docelowej jej działań, zdobywaniu mentorów oraz organizacji dużych przedsięwzięć, np. corocznej Gali Programu Mentoringowego. W dziewięciu dotychczasowych edycjach programu wzięło udział ponad 2000 mentorów i mentees, w ostatnich latach jest to prawie po 250 par mentoringowych na każdą edycję. Program otrzymał główną nagrodę w prestiżowym konkursie „Super M" realizowanym przez EMCC Poland, w kategorii „programy mentoringowe organizowane przez NGO".

5000

Firma **Exorigo-Upos** zorganizowała **cykl spotkań o komunikacji**, aby zainspirować pracowników do korzystania z prostych narzędzi usprawniających codzienną komunikację. Zostały przygotowane webinaria z ekspertami, w których – oprócz wykładu – znalazły się odtwarzane przez aktorów scenki inspirowane sytuacjami wziętymi z życia z firmy. Cykl spotkań obejmował obszary: „Świadomość celu w komunikacji", „Empatia – slogan czy prawdziwa wartość", „Samoświadomość – czy początkiem rozumienia innych jest poznanie siebie" oraz „Feedback i komunikacja interpersonalna w dobie home office". W spotkaniach wzięło udział ponad 300 pracowników.

800

Firma **Exorigo-Upos** rozpoczęła **transformację modelu pracy**, polegającą na wdrożeniu nowej metodyki zarządzania usługą serwisową IT. Nowe podejście wiąże się ze zmianą postrzegania efektów pracy, które powinny być na każdym odcinku zwymiarowane i policzone. Jednym z filarów transformacji jest cykl szkoleń Green Belt. Firma wdraża dodatkowo metodykę Lean Management. Efektem tych działań jest optymalizacja procesów, która pozwoliła usprawnić komunikację i zwiększyć efektywność współpracy między zespołami oraz klientami.

800

Akademia Trenera Wewnętrznego to program rozwojowy dla pracowników **Fabryki Mebli „FORTE"** i Grupy FORTE, poszerzający kompetencje osób pełniących funkcje trenerów w firmie, a także przygotowujący nowe osoby do tej pracy. W Akademii biorą udział pracownicy zatrudnieni na różnych szczeblach i stanowiskach, którzy są ekspertami w swoich dziedzinach. W trakcie zajęć zdobywają wiedzę i umiejętności z zakresu prowadzenia i tworzenia szkoleń oraz opracowują szkolenia, które będą realizować w firmie. Łącznie w trzech edycjach Akademii wzięło udział 48 osób. W kwietniu 2022 r. ruszył w FORTE pierwszy cykl ogólnofirmowych szkoleń prowadzonych przez trenerów wewnętrznych. Akademia jest częścią programu wdrażania projektu samouczącej się organizacji.

3000

W oddziałach produkcyjnych firmy **FAMUR** uruchomiono cykl szkoleń w ramach **Akademii Lidera Przyszłości**, przeznaczonych dla kierowników, mistrzów i liderów produkcji. Cykl szkoleń trwał pół roku i obejmował takie tematy jak: komunikacja, zarządzanie zespołem, radzenie sobie ze stresem czy inteligencja emocjonalna. Uczestnicy nie tylko poznali nowe obszary zarządzania, ale przede wszystkim poprawili współpracę między sobą. Finałem Akademii było stworzenie dekalogu lidera. Dekalog w 2023 r. zostanie wywieszony na terenie oddziałów.

1600

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Ludzie nie są szkoleni w udzielaniu pierwszej pomocy swoim pupilom, co w nagłych sytuacjach zwiększa ryzyko trwałego uszczerbku na zdrowiu lub nawet śmierci. Troszczymy się o zdrowie i bezpieczeństwo nie tylko ludzi, ale także zwierząt, dlatego firma **Fujitsu Technology Solutions** postanowiła zorganizować **szkolenia z udzielania pierwszej pomocy czworonogom**. W dzisiejszych czasach wiele osób traktuje zwierzęta jak członków rodziny i szuka sposobów na poprawę zdrowia swoich pupili. Celem szkolenia było edukowanie pracowników, uwrażliwienie ich na potrzeby pupili oraz nauczenie radzenia sobie w trudnych sytuacjach stresowych związanych z udzielaniem im pierwszej pomocy. Firma zorganizowała 3 szkolenia z udzielania pierwszej pomocy zwierzętom domowym, w których uczestniczyły 132 osoby. Pracownicy nauczyli się praktycznych umiejętności, które można wykorzystać w życiu codziennym, by ratować życie psów i kotów w nagłych wypadkach. Uczestnicy poznali m.in. techniki bandażowania czy resuscytacji krążeniowo-oddechowej, a także dowiedzieli się, jak reagować w przypadku udaru lub ugryzienia kleszczy. Szkolenia zebrały bardzo pozytywne opinie pochodzące od właścicieli zwierząt.

3000

Firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowała warsztaty, których celem było zapoznanie pracowników z wyzwaniami, jakie spotykają osoby z niepełnosprawnościami, oraz ich potrzebami, by mogli tworzyć jeszcze bardziej inkluzywne miejsce pracy. Okazją był Międzynarodowy Dzień Osób z Niepełnosprawnościami. **Warsztaty na temat wyzwań i potrzeb osób niedowidzących** zorganizowane zostały z firmą Black World, która udostępniła specjalne przestrzenie, gdzie 13 uczestników i uczestniczek uczyło się rozpoznawać kształty, ale zagrożenia, poruszając się w całkowitej ciemności. Po zadaniach specjalnych oprowadzały osoby z niepełnosprawnością wzroku. Organizacja warsztatów w Black World pozwoliła na wsparcie tej firmy, jej misji edukacyjnej oraz jej pracowników.

3000

Grupa ANG wspiera edukację swoich pracowników i współpracowników. W 2022 r. powstał cykl spotkań w formie webinarów z ekspertami różnych dziedzin **Porozmawiajmy o...** Wpływ na podejmowane tematy mieli pracownicy i współpracownicy ANG. W 2022 r. zorganizowano ponad 20 spotkań. Większa część z nich dotyczyła spraw biznesowo-ekonomicznych, np. związanych ze skuteczną i efektywną komunikacją, wyzwaniami w kontakcie z klientem, budowaniem trwałych relacji, ale również z trendami na rynku kredytów i wyzwaniami wynikającymi z inflacji. Dwa spotkania były poświęcone fake newsom, dezinformacji i manipulacji - je rozpoznać i gdzie szukać wiarygodnych informacji. Pojawiła się również potrzeba webinaru z psychologiem dziecięcym w związku z obawami, jakie przyniosła wojna. Innym tematem spotkania był mobbing w miejscu pracy oraz język włączający.

1000

Akademia Umiejętności Eurocash realizowana w **Grupie Eurocash** to program edukacyjno-szkoleniowy skierowany do właścicieli i pracowników sklepów detalicznych związanych z Grupą, prowadzony za pomocą platformy. W 2022 r. z platformy skorzystało 25,6 tys. osób, a z warsztatów 5,8 tys. W webinarach uczestniczyło 10 tys. osób, w tym w 14 webinarach wellbeingowych zrealizowanych w odpowiedzi na bieżące potrzeby i dotyczących m.in. emocjonalnych aspektów radzenia sobie z wybuchem wojny w Ukrainie. Jakość oferty Akademii Umiejętności Eurocash jest zagwarantowana certyfikatem ISO 9001:2015. 58% uczestników szkoleń potwierdza, że wykorzystuje zdobytą wiedzę w codziennej pracy, a 50% sięga po nią też w kontekście rozwoju biznesu. W sumie w latach 2020–2022 w wydarzeniach Akademii wzięło udział ponad 53 tys. osób.

20000

Na podstawie uprawnień nadanych przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii **Grupa Eurocash** w ramach Akademii Umiejętności prowadzi **certyfikację kwalifikacji** sprzedawców: **obsługa klienta i sprzedaży w punkcie handlowym**. Certyfikat jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji uznawanego w całej UE. Daje to jego posiadaczom szansę na uzyskanie lepszej pozycji na rynku pracy i dalszy rozwój. Co ważne, certyfikacja jest dostępna dla wszystkich, nie tylko dla pracowników sklepów związanych z Eurocash. Praktykę zrealizowano we współpracy z przedstawicielami sieci franczyzowych i partnerskich Grupy Eurocash oraz z partnerami Akademii Umiejętności – Grupą Żywiec oraz firmą Spomlek. W 2022 r. wydano 260 certyfikatów.

20000

Grupa Schiever w Polsce udostępniła swoim pracownikom **platformę e-learningową** ze szkoleniami online. Platforma daje możliwość śledzenia na bieżąco zmian w regulaminach i zasadach panujących w firmie, podnoszenia kwalifikacji oraz zapoznawania się z obowiązującymi przepisami prawa.

1100

Firma **GXO** zorganizowała roczny **program szkoleniowy Green Belt Certification** dla kilkunastu dyrektorów centrów logistycznych. Jego celem jest rozwój umiejętności rozwiązywania problemów przez pracowników oraz generowanie oszczędności finansowych dla firmy. Uczestnicy szukają optymalizacji konkretnych procesów logistycznych, takich jak: przyjęcie towaru, pakowanie, zwroty, transport na przykładzie klientów, dla których świadczą usługi. Program służy przeprowadzeniu transformacji LEAN 3D: diagnoza, dopasowanie, doskonalenie, i ma na celu zwiększenie o 20–30% efektywność procesów oraz zaangażowanie pracowników. Partnerem projektu jest certyfikowana organizacja Leanpassion. Wszyscy uczestnicy programu przygotowali projekt, zdali egzamin i otrzymali certyfikat.

1500

Zgodnie z globalną strategią **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** dotyczącą szeroko pojętego dobrostanu pracowników w jego skład wchodzi tzw. **Wellness Finansowy**. Firma od 2018 r. realizowała poświęcone temu obszarowi warsztaty dla pracowników. Założeniem programu jest poszerzanie świadomości i wiedzy o tym, jak dbać o osobiste finanse, by nie stanowiły czynnika stresogennego, a przyczyniały się do poczucia komfortu i bezpieczeństwa. W ramach programu prowadzonego w latach 2018–2021 realizowano spotkania z ekspertami na temat oszczędności, inwestycji, kredytów, bezpiecznej bankowości i ubezpieczeń. W 2022 r. tematem przewodnim był Polski Ład i wpływ wprowadzanych zmian na wynagrodzenia pracowników. W 2022 r. odbyły się 4 sesje, w każdej uczestniczyło ponad 600 pracowników.

1000

Program **Brown Bag Sessions** powstał w **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** w 2017 r. jako dodatkowa propozycja dla pracowników, której celem jest kultywowanie dzielenia się wiedzą poprzez aktywizację własnych ekspertów. Pracownicy dzięki sesjom mają okazję pozyskać wiedzę z obszaru finansów i funkcjonowania otoczenia biznesowego oraz rozwinąć umiejętności miękkie. Program sprzyja także zaangażowaniu pracowniczemu i budowaniu pozytywnych relacji w miejscu pracy. W 2022 r. zrealizowano 32 h treningów, w których sumarycznie uczestniczyło ponad 1600 osób.

1000

Ideą inicjatywy **Language Buddy** realizowanej w **HSBC Service Delivery Polska** jest doskonalenie umiejętności językowych pracowników przez wzajemne dzielenie się posiadanymi kompetencjami. Zainteresowani udziałem w programie pracownicy dobierani są w pary na podstawie zadeklarowanej znajomości języków. Forma spotkań i sposób nauki ustalana jest między pracownikami i może to być spotkanie przy kawie, rozwiązywanie testów, wspólne zakupy czy oglądanie filmu. Inicjatywa jest bezpłatną, dobrowolną formą rozwoju kompetencji językowych. Funkcjonuje równolegle z finansowanymi przez HSBC kursami językowymi organizowanymi w godzinach pracy i prowadzonymi przez wykwalifikowana kadrę. Z inicjatywy skorzystało do tej pory 100 osób, czyli 50 par.

4350

ING Hubs Poland wspiera w ramach **Learning HUB** rozwój, edukację i doskonalenie pracowników. Jest to cykl wewnętrznych szkoleń prowadzonych przez pracowników i ekspertów w danej dziedzinie, którzy chcą przekazywać wiedzę swoim kolegom z pracy. Pracownicy, po konsultacji z menadżerem, mogą uczestniczyć w dowolnej liczbie kursów. Uczestnicy mogą zdobywać wiedzę zarówno technologiczną (Java, Python), specjalistyczną (dotyczącą phishingu), jak i z kompetencji miękkich (zarządzanie stresem, świadome podejmowanie decyzji). W 2022 r. odbyło się 128 szkoleń prowadzonych przez 78 trenerów, a wzięło w nich udział 1108 osób.

3000

W kwietniu 2022 r. firma **InPost** wystartowała z programami rozwojowymi **#0ut0fTheBox** z zakresów: First Leadership Program, General Leadership Program oraz Strategic Leadership Program. Szkolenia, w zależności od stopnia zaawansowania, przewidziane były na okres sześciu do osiemnastu miesięcy. Grupa ponad 140 pracowników wykazujących zdolności przywódcze miała możliwość wzięcia udziału w: warsztatach, webinarach, badaniach kompetencji, projektach (także prowadzeniu ich) oraz sesjach peer-to-peer. Program był realizowany w partnerstwie z Korn Ferry, SchererCenter oraz Nowe Motywacje.

5080

Firma **Intrum** zrealizowała szereg inicjatyw zebranych pod parasolem **Akademii Intrum**. Zrealizowano Akademię Zdrowej Windykacji, czyli program szkoleń dla działów CC i B2B, w ramach której przeprowadzono łącznie 1812 h szkoleń, w których uczestniczyło średnio 55 uczestników miesięcznie. Realizowano także szkolenia online w Workday HUB, szkolenia wewnętrzne i coaching, porady z zakresu finansów osobistych, ekologii i wellbeing oraz cykle mentoringowe.

520

Jastrzębska Spółka Węglowa uruchomiła cykl warsztatów dla pracowników dozoru i dozoru wyższego – **Studium Kompetencji JSW**. Trenerami na warsztatach są pracownicy całej Grupy Kapitałowej Jastrzębskiej Spółki Węglowej. Na podstawie przeprowadzonej ankiety określono zakres tematyczny pierwszych warsztatów, które obejmowały: zamawianie materiałów, procedury przetargowe, compliance, ekonomikę górniczą, racjonalizację oraz umiejętności interpersonalne. Dodatkowo przeprowadzono także warsztaty dotyczące specyfikacji warunków zamówienia, kontroli przeprowadzanych przez OUG oraz odpowiedzialności prawnej osób dozoru.

30686

Job Impulse od lat zatrudnia osoby z niepełnosprawnościami na stanowiska różnego szczebla, dlatego **edukacja na temat niepełnosprawności**, budowanie świadomości jest niezwykle ważne. Fundacja TAKpełnosprawni wraz z Agatą Spałą przygotowała dla pracowników cykl edukacyjnych, miesięcznych newsletterów.

150

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W lutym 2022 r. w **LG Energy Solution Wrocław** powstało **centrum szkoleniowe Learning Center**, które daje pracownikom możliwość rozwoju swoich kompetencji oraz nabycia uprawnień. Na terenie centrum zlokalizowana jest m.in. sala do szkoleń technicznych, a także 4 symulatory do szkoleń z procesów produkcyjnych. Od początku jego działania zrealizowano blisko 10 tys. godzin działań edukacyjnych. Pracownicy mają możliwość odbycia tam zarówno szkoleń dedykowanych, takich jak onboarding dla nowych pracowników, szkolenia menadżerskie, szkolenia techniczne dla inżynierów i techników, jak i szkoleń rozwijających umiejętności miękkie.

10000

By podnieść bezpieczeństwo pracowników na drogach, firma **LOTTE Wedel** wróciła do realizacji **cyklu szkoleń z bezpiecznej jazdy**. „Ktoś na Ciebie czeka" to program edukacyjno-motywacyjny, w którym szerzona jest świadomość i wiedza na temat bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Szkolenia zawierają kilka modułów: znajomość przepisów o ruchu drogowym, udzielanie pierwszej pomocy w wypadkach drogowych, podstawowa znajomość auta, jazda na torze, szarpak (urządzenie destabilizujące tor jazdy pojazdu). Program przyczynia się do zwiększenia bezpieczeństwa wedlowskiej załogi w ruchu drogowym. W 2022 r. przeszkolono 25 kierowców, w tym 9 kobiet. Dla 11 z tych osób były to pierwsze tego typu szkolenia. W ciągu 2 lat przeszkolono ponad 20% użytkowników aut służbowych w firmie.

1300

Lyreco Polska zobowiązuje się do zapewnienia pracownikom środowiska pracy, w którym mają jak najlepsze możliwości rozwoju. Stawia sobie za cel słuchanie pracowników i podejmowanie działań mających na celu poprawę ich życia zawodowego. Co roku firma przeprowadza ankietę **Great People Survey** (GPS) w 25 krajach, w których prowadzi działalność.

600

Pracownicy **Leroy Merlin Polska** mają możliwość **nauki języków z eTutor**. W 2022 r. do platformy eTutor dodano naukę języka polskiego po ukraińsku, a także język włoski i francuski. Dzięki platformie każdy pracownik może bezpłatnie rozpocząć naukę online także języka angielskiego, niemieckiego i hiszpańskiego. Ponadto każdy z nich ma możliwość zaprosić 2 bliskie osoby do wspólnej nauki. W ciągu pierwszego roku działania eTutora pracownicy wykonali 753 281 zadań, przeznaczając na nie łącznie 535 646 minut.

13000

Aby wesprzeć strategię odpowiedzialnego biznesu poprzez rozwój ludzi, pomysłów i możliwości, **MAKRO Polska** uruchomiło półtoraroczny **Program MSLP** (czyli MAKRO Sustainable Leadership Program), cykl szkoleń dla pracowników. Podczas programu tworzone są projekty zgodne z ideą zrównoważonego rozwoju i niosące realną zmianę. Program wzmacnia zrównoważony rozwój w całej firmie, koncentrując się na zmianach organizacyjnych oraz na budowaniu społeczności Liderów Odpowiedzialnego Biznesu we wszystkich departamentach. Jednym z wdrożonych projektów jest Zero Plate, czyli projekt promowania finger food, jedzenia spożywanego rękami, bez używania jednorazowych talerzy i sztućców. Program funkcjonuje od 7 lat. Przeszło go już ponad 170 uczestników z całej grupy METRO, w tym 6 z MAKRO Polska.

5000

Nest Uniwersytet organizowany przez **Nest Bank** to program dzielenia się wiedzą wewnątrz organizacji. Każdy pracownik ma możliwość poprowadzić szkolenie dla współpracowników z obszaru, w którym czuje się ekspertem. Może to być temat związany z pracą lub zainteresowaniami prywatnymi, takimi jak np. ekologia, zdrowie, sport, odżywianie. Dodatkowo dla trenerów, którzy spełnią określone warunki, przewidziano nagrody w formie punktów do wymiany na usługi lub produkty na wewnętrznej platformie. Program powstał w odpowiedzi na zapotrzebowanie pracowników dotyczące szkoleń. W edycji 2022 wzięło w nim udział 665 osób, które miały okazję zdobyć wiedzę z zakresu m.in. customer experience, a także nauczyć się podstaw programowania.

844

W **Objectivity** w ramach działania **Złote Karty** każdy z pracowników może wykorzystać 8 dni rocznie na rozwój swoich kompetencji, z czego 3 dni na działalność charytatywną i wolontariat. Są to pełnopłatne dni, w czasie których pracownik może podnosić swoje kompetencje poprzez czytanie literatury fachowej oraz udział w szkoleniach i konferencjach. Może także poświęcić czas na działania charytatywne i inne aktywności wolontaryjne. Praktyka jest realizowana w firmie od 2014 r., a w 2022 r. została poszerzona o działalność społeczną.

742

W **Objectivity**, jako międzynarodowej firmie, wiodącym językiem komunikacji jest angielski. Aby zapewnić komfort i łatwość komunikacji, firma oferuje pracownikom bezpłatną, nielimitowaną w czasie **naukę języków obcych**, szczególnie lekcje angielskiego na wszystkich poziomach nauczania. Lekcje odbywają się w godzinach pracy w wymiarze 1 h na tydzień. Objectivity oferuje również lekcje niemieckiego i francuskiego, a obcokrajowcy zatrudnieni w firmie mogą korzystać z lekcji języka polskiego. Firma prowadzi także kącik językowy, w którym raz w tygodniu promowane są nowe zwroty. Każda osoba może sprawdzić wzrost swoich umiejętności językowych w tzw. teście postępu. Jeśli pracownik zwiększy swoje umiejętności, wówczas może liczyć na bonus finansowy, który jest dodatkowym bodźcem motywacyjnym.

742

Ørsted Polska wybrał Warszawę na siedzibę **inżynieryjnego centrum kompetencji EPCO** (Engineering, Procurement, Construction and Operation). Centra kompetencji są tworzone przez firmę na rynkach uznanych przez nią za szczególnie perspektywiczne i strategiczne. Za taki uważana jest Polska, gdzie Ørsted inwestuje w partnerstwie z Polską Grupą Energetyczną w największą morską farmę wiatrową MFW Baltica o mocy do 2,5 GW. Specjaliści zatrudnieni w warszawskim centrum EPCO będą pracować przy polskich projektach morskich farm wiatrowych, a także wspierać operacyjną działalność grupy na innych rynkach. Obecnie Ørsted zatrudnia już ponad 100 ekspertów w obszarze EPCO w Warszawie.

270

Philip Morris Polska uruchomił wewnętrzny **program mentoringowy Siła Mentoringu**, dzięki któremu utalentowane liderki i liderzy stają się mentorkami dla pracowników firmy. Każdy mentee pracuje nad swoim indywidualnym celem mentoringowym. Są w tym gronie także osoby, które koncentrują się na rozwoju kariery.

7500

W odpowiedzi na potrzeby rozwojowe pracowników i firmy **Polpharma** stworzyła **program Talent UP**, który łączy rozwój indywidualny pracowników z rozwojem organizacji i efektywności w działaniu. W ramach programu wyłoniono grupę 28 osób (14 kobiet i 14 mężczyzn) otwartych na zmiany i chętnych do rozwoju. Uczestnicy w trakcie 8-miesięcznego procesu rozwojowego pod okiem firm szkoleniowych oraz wybranych ekspertów z organizacji pracowali nad: rozwojem w praktyce poprzez warsztaty z metodyki Lean oraz samodzielne prowadzenie projektu Leanowego w organizacji; uczeniem się od innych dzięki wsparciu mentora i coacha oraz spotkaniom z wyższym kierownictwem Polpharmy; rozwojem indywidualnym m.in. poprzez warsztaty. Uczestnicy zostali podzieleni na 2–3 osobowe cross-funkcyjne grupy, w których realizowali projekty mające na celu zmniejszenie kosztów, zwiększenie efektywności procesu lub lepsze wykorzystanie zasobów. Nad projektami czuwał Komitet Talentowy i mentorzy wspierający uczestników w trakcie wyboru, oceny i wdrożenia. Program umożliwił indywidualny rozwój 28 pracowników – poprawił ich widoczność w organizacji i nagrodził certyfikatami LeanGreenBelt, umożliwił rozwój 11 mentorów, a także wdrożenie 11 procesów usprawniających pracę i przekładających się na oszczędność minimum 1,40 mln zł.

7500

Wobec narastających na początku 2022 r. napięć wywołanych sytuacją polityczną **Polska Grupa Zbrojeniowa** we współpracy z Akademickim Centrum Komunikacji Strategicznej z Akademii Sztuki Wojennej zorganizowała **szkolenie z przeciwdziałania dezinformacji**. Jego uczestnikami byli przedstawiciele niemal wszystkich spółek Grupy Kapitałowej Polskiej Grupy Zbrojeniowej. Zajęcia prowadziło pięcioro wykładowców Akademickiego Centrum Komunikacji Strategicznej. Podjęto na nich kluczowe zagadnienia, takiej jak: zintegrowana komunikacja proaktywna, monitorowanie mediów i identyfikowanie zagrożeń, ataki na wizerunek oraz sposoby radzenia sobie z tym zagrożeniem, bezpieczeństwo mediów społecznościowych i stron internetowych.

300

Procter & Gamble DS Polska wprowadził nowy program zaangażowania pracowników, obejmujący serię regularnych szkoleń i warsztatów dotyczących różnych aspektów działania firmy i wszystkich elementów łańcucha dostaw. Regularnie aktualizowana jest również platforma wiedzy, dostępna dla pracowników. Jednym z podjętych działań był **Zielony Tydzień – event edukacyjny dla pracowników P&G w Warszawie**, w którym wzięło udział ponad 240 pracowników.

4000

Bomba Rozwojowa to autorski projekt wewnętrznej wymiany wiedzy między pracownikami **PZU Zdrowie**. Rolę trenerów odgrywali pracownicy, którzy dzielili się swoją wiedzą, kompetencjami i pasjami. W pierwszej edycji projektu warsztaty poprowadziło 18 trenerów. Zainteresowani mogli wybierać spośród 27 tematów, od zajęć związanych z praktyką zawodową, po zainteresowania prywatne. Warsztaty dotyczyły m.in. pierwszej pomocy, VR, samobadania piersi, obsługi Excela, jogi i karate. Spotkania odbywały się stacjonarnie w biurze lub w formie online. W warsztatach wzięło udział 646 uczestników.

7000

Dla wielu pracowników **Sanofi** podróże samochodem to część codziennej pracy. **Akademia Świadomego Kierowcy** to cykl wideolekcji i webinarów, podczas których pracownicy mogli znaleźć odpowiedzi na pytania i problemy, z jakimi często borykają się kierowcy. Inicjatywa powstała z myślą o ich komforcie i bezpieczeństwie. We współpracy z ekspertami, trenerami, fizjoterapeutami powstały materiały poruszające tematy takie jak: wyposażenie samochodu – obowiązkowe oraz rekomendowane, poprawna pozycja za kierownicą, ćwiczenia rozluźniające po długiej podróży czy nowo wprowadzone zmiany w kodeksie drogowym.

900

Działająca w **Santander Bank Polska** szkoła ryzyka **Risk Pro Banking School** powstała, aby edukować pracowników w zakresie ryzyka i budować jego świadomość. W jej ramach przez cały rok odbywają się webinary prowadzone przez specjalistów z zakresu ryzyka oraz C&C i etyki. Szczególnym wydarzeniem są Dni Risk Schoola – 3 dni wypełnione webinarami i warsztatami skierowanymi do całego banku, których maskotką jest Hrabia Drakula Risk Schoola. Podczas wyda-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

rzenia pracownicy mogą również sprawdzić swoją wiedzę o ryzyku w konkursach. W ciągu 2022 r. szkoła ryzyka gościła ponad 1500 osób.

9584

Przez 3 miesiące 8 osób z warszawskiego biura **SimCorp** przeszło przez **szkolenie nt. wystąpień publicznych i prezentacji z wykorzystaniem metody intencjonalnego uczenia się** 3 x 3 x 3 (3 cele, 3 miesiące, 3 inne osoby). W efekcie każdy z uczestników wygłosił na żywo przemówienie na temat związany z pracą. Pracownicy mieli możliwość wypróbowania się w roli prelegenta, który musi w jasny sposób przekazać biznesowe zagadnienie.

160

W ramach Tygodnia Bezpieczeństwa 2022 r. w **Skanska** poruszane były m.in. zagadnienia związane z potrzebą okazywania szacunku w relacjach zawodowych. **Warsztaty z zakresu języka inkluzywnego** miały na celu uwrażliwienie pracowników na sposób, w jaki zwracają się do innych, szczególnie do współpracowników. Poruszone zostały kwestie nierówności społecznych i wyzwań, z jakimi spotykają się przedstawiciele grup mniejszościowych w branży budowlanej. Spotkania miały pozytywny oddźwięk wśród odbiorców. Przeszkolono 180 pracowników organizacji. Warsztaty pozwoliły na praktyczne przećwiczenie zastosowania języka inkluzywnego w relacjach między pracownikami. Pokazały, jak zastępować w komunikacji zwroty wykluczające przez włączające. Podniosły świadomość pracowników i zwiększyły ich empatię. Przykładem zmiany jest używanie określeń niewskazujących na płeć w nazwach stanowisk poszukiwanych w ramach rekrutacji nowych pracowników.

1200

Firma **SumiRiko Poland** zorganizowała dla wszystkich pracowników biurowych **szkolenie z zasad savoir-vivre w pomieszczeniach biurowych**, tzw. open space'ach. Szkolenie poprzedzone zostało przeprowadzeniem anonimowej ankiety wśród wszystkich pracujących w open spasie. W ankiecie można było wyrazić swoją opinię, jakie czynniki wpływają na dekoncentrację, jakiego typu zachowania przeszkadzają osobom pracującym w otwartej przestrzeni biurowej. Opinie zawarte w ankiecie stały się inspiracją do opracowania kodeksu zachowania pracownika biurowego w open spasie, który w humorystyczny sposób zaprezentowany został podczas szkolenia. Szkolenie uświadomiło pracownikom, że niektóre ich zachowania mogą przeszkadzać sąsiadom.

1400

Firma **SumiRiko Poland** przygotowała kieszonkową wersję **Kodeksu Postępowania w Praktyce**, w której oprócz merytorycznych wiadomości, takich jak zasady prowadzenia działalności, filozofia zarządzania grupą, regulamin postępowania etycznego, zawarte są również praktyczne przykłady. Kodeks otrzymują wszyscy pracownicy podczas interaktywnego szkolenia. Po zapoznaniu się z kieszonkową wersją Kodeksu pracownicy przekazują do działu Administracji podpisane przez siebie deklaracje znajomości i przestrzegania zasad zawartych w Kodeksie. Jednocześnie w celu utrwalenia wiedzy przygotowywana jest w ogólnodostępnym miejscu tablica informacyjna pt. „Jak być odpowiedzialnym pracownikiem?". Przeszkolono wszystkich pracowników, którzy wykonują pracę w Wolbromiu oraz w oddziale firmy w Zagórzu. Na bieżąco szkoleni są również nowi pracownicy.

1400

Akademia Wonga to inicjatywa w firmie **wonga.pl**, dzięki której pracownicy dzielą się swoją wiedzą i wspierają się wzajemnie w zdobywaniu nowych umiejętności. Jest realizowana przez portal wiedzy w wewnętrznym intranecie. Na portalu publikowane są artykuły, nagrania, „pigułki wiedzy", wywiady, podcasty, bibliotekę firmową oraz cykle wewnętrznych szkoleń, warsztatów i webinarów prowadzonych przez pracowników na różne tematy. Wśród obszarów, które porusza Akademia, są: biznes i trendy, narzędzia i oprogramowanie, bezpieczeństwo w sieci, kompetencje miękkie, kompetencje mendżerskie. W 2002 r. firma zorganizowała 28 wewnętrznych szkoleń prowadzonych przez pracowników, w których wzięło udział 205 osób. Największym zainteresowaniem cieszyły się warsztaty z inteligencji emocjonalnej i z języka SQL.

150

Rozmowy Rozwojowe w **wonga.pl**, oparte o model kompetencji wypracowany przez pracowników, zostały przeprowadzone po raz pierwszy na przełomie 2020 i 2021 r. Od października 2022 r. trwa druga edycja działania. Prowadząc rozmowy w oparciu o ważne dla pracowników i ich szefów tematy, każdy przełożony może planować rozwój i diagnozować potrzeby szkoleniowe swoich podwładnych. W efekcie tego działania przełożeni lepiej zrozumieją indywidualne motywacje, firma umacnia budowaną kulturę feedbacku, wzmacniane są relacje przełożony–pracownik. W trakcie Rozmowy Rozwojowej nie tylko przełożony może ocenić i określić kompetencje pracownika, także pracownik ocenia swojego szefa. W pierwszej edycji Rozmów wzięło udział 70% pracowników. Pojedyncze rozmowy trwały od 1 do 3 godzin. Uczestnicy mówili, że plusem był brak rozliczania z pracy, możliwość budowania głębszych relacji i zaufania, stworzenie przestrzeni do otwartości, zatrzymania się w biegu.

150

Celem **Tygodnia Customer Experience** w **wonga.pl** było pokazanie, że każdy pracownik ma wpływ na to, jak klient oceni firmę, jej produkt i obsługę. Działy firmy wonga.pl zajmujące się na co dzień obsługą klienta nagrały film, który przedstawia, jak wygląda zajęcie się zgłoszonym przez klienta przykładowym problemem i ile działów jest zaangażowanych w jego jak najszybsze rozwiązanie. Film obejrzeli wszyscy pracownicy. 42 osoby wzięły udział w warsztatach przygotowanych przez zespoły: CS, windykacji i sprzedaży. Pracownicy, którzy nie obsługują na co dzień klientów, zmierzyli się z trudnymi przypadkami. Edycja z 2022 r. zakończyła się nie tylko testem wiedzy o customer experience dla pracowników, ale także przygotowaniem listy projektów, które poprawią jakość obsługi klienta, i projektów, które wyeliminują powtarzające się problemy klientów.

150

Responsib'ALL Day to globalna inicjatywa Grupy **Wyborowa Pernod Ricard**, zgodnie z którą wszyscy pracownicy powinni angażować się w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu. W 2022 r. w jej ramach pracownicy Wyborowa Pernod Ricard zrewitalizowali ogród Domu Pomocy Społecznej dla Kombatantów w Zielonej Górze oraz Dom Pomocy Społecznej „Budowlani" w Warszawie. Dzień ten ma na celu podniesienie świadomości pracowników w zakresie tematyki zrównoważonego rozwoju, która może dotyczyć kwestii środowiskowych, społecznych lub socjalnych. Pracownicy posadzili kwiaty i krzewy, rozmieścili hotele dla owadów, odświeżyli alejki parkowe, odnowili lub zbudowali altany ogrodowe, dzięki czemu domy pomocy nabrały nowych barw. Począwszy od inauguracji Responsib'ALL Day w 2009 r. w każdej edycji tej niezwykłej inicjatywy bierze udział ok. 1900 pracowników Grupy. Projekt to sposób na wcielenie w życie jednej z kluczowych wartości firmy, czyli Conviviality, która oznacza dzielenie się serdeczną atmosferą zarówno w pracy, jak i poza nią. W 2022 r. w Responsib'ALL Day wzięło udział ponad 300 pracowników Wyborowa Pernod Ricard.

150

Akademia Lidera 2.0 to autorski program rozwojowy **VGL Solid Group** dla menadżerów. Jest to półroczny program szkoleniowy, w którym biorą udział wszyscy liderzy zespołów, a poprzedza go „Ocena 360°". Tematy warsztatów dotyczą 9 obszarów: komunikacji, świadomości osobistej, budowania relacji, delegowania zadań, przywództwa, motywowania, rozwijania pracowników, zarządzania zmianą oraz prawnych aspektów pracy menadżera. Celem projektu jest zwiększanie wiedzy w kluczowych kompetencjach, przekładające się na lepszą współpracę z członkami zespołów i odpowiednie podejście do pracowników. W szkoleniach drugiej edycji Akademii Lidera przeszkolonych zostało 40 liderów i menadżerów organizacji.

750

WOLONTARIAT PRACOWNICZY

ALAB laboratoria przeprowadziła w 2022 r. kilka **akcji dobroczynnych** na rzecz lokalnego środowiska, społeczności oraz zwierząt. W poniższe akcje zaangażowało się kilkudziesięciu wolontariuszy: Dzień Ziemi – wolontariusze posprzątali okolicę siedziby. Dzień Dziecka – wolontariusze ALAB zorganizowali kiermasz charytatywny ciast, a zebrana kwota w wysokości 1300 zł została przekazana jako darowizna dla Fundacji Ronalda McDonalda. Dzień Psa – zbiórka 53 kg karmy oraz darów dla lokalnego schroniska. Wolontariusze odwiedzili schronisko, przekazali dary i wyprowadzili psy. Listy do Św. Mikołaja – wolontariusze ALAB zakupili 88 prezentów dla podopiecznych Fundacji Dobrodzieje się. Ponadto przekazano 100 voucherów dla podopiecznych Fundacji Sedeka.

4000

Od 9 lat **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** organizuje **Akcję Mikołaj**, do której zgłaszają się Pracownicy jako wolontariusze kupujący prezenty na gwiazdkę dla potrzebujących dzieci i rodzin, w odpowiedzi na napisane przez nich listy do Mikołaja. W 2022 roku przed świętami zgłosiło się 119 pracowników, którzy indywidualnie bądź grupowo zakupili prezenty dla 91 potrzebujących osób. W ramach akcji firma wsparła: Podopiecznych Domu Dziecka Panda w Kozienicach (w tym dzieci z Ukrainy), Podopiecznych Fundacji Krasnal, Wdowę z 8 dzieci, Panią Marzenę i jej córkę, która od urodzenia walczy z ciężkimi chorobami m.in. z porażeniem. Na przestrzeni 9 lat dzięki Akcji Mikołaj zostało spełnione 450 marzeń. Akcja Mikołaj w Anpharmie od początku cieszy się ogromną popularnością wśród Pracowników Firmy. W 2022 do akcji zgłosiła się rekordowa liczba osób (25% więcej niż w poprzednim roku). Dodatkowym plusem tej akcji jest coroczne wsparcie tych samych placówek i rodzin, dając im poczucie stabilności oraz pewność, że dzieci będą mieć ciepłe i radosne Święta, a Mikołaj na pewno do nich zawita.

250

Wolontariat pracowniczy w firmie **ANWIL** wpływa na zaangażowanie pracowników w działania na rzecz lokalnej społeczności. Znacząca większość podejmowanych aktywności to inicjatywy oddolne, zgłoszone przez pracowników i przez nich realizowane w ramach programu „ANWIL pomaga". Wśród podejmowanych inicjatyw przez załogę ANWILU są zbiórki rzeczowe dla placówek opiekuńczo-wychowawczych, schronisk dla zwierząt, osób fizycznych, zajęcia rekreacyjne, animacyjne dla dzieci ze świetlic środowiskowych, jak również prace remontowe, porządkowe na rzecz beneficjentów wsparcia. W wielu przypadkach do autorskich projektów pracownicy angażują również swoje najbliższe otoczenie - rodziny, znajomych, współpracowników. W 2022 roku pracownicy firmy zaangażowali się w 27 projektów wolontariackich, w realizacji projektów wzięło udział ponad 300 wolontariuszy.

1300

Aquanet realizuje swoje **działania wolontariackie** na terenie Poznania i części gmin Wielkopolski. W roku 2022 ze względu na szczególną sytuacją firma włączyła się też w działania na rzecz Ukrainy - zbiórki, pomoc przy remoncie mieszkania dla Ukraińskiej rodziny oraz pomoc w prowadzeniu Miejskiego Punktu Zbiórek (codzienny dyżur przez ponad miesiąc). Dodatkowo firma dołączyła do pomocy innym orga-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

nizacjom pozarządowym, we współpracy ze społecznościami lokalnymi oraz z firmami poznańskimi, zorganizowała Koncert dla Wolontariuszy, który miał być podziękowaniem za zaangażowanie i ich pomoc. Ostatecznie wolontariusze przepracowali 748 godzin. Wolontariusze włączali się w działania ekologiczne (Sprzątania Świata, Sprzątanie Brzegów Warty), w działania na rzecz ubogich i bezdomnych – szykując posiłki oraz działania remontowe, w szpitalach i ośrodkach pomocy dzięki, którym ośrodki te mogą realizować swoje cele na rzecz osób z niepełnosprawnością czy chorych. Firma i pracownicy dołączyli też do niesienia pomocy obywatelom Ukrainy. Firma otrzymała nagrodę za najlepszy Wolontariat Pracowniczy 2022

860

Misją **AVON COSMETICS POLSKA** jest tworzenie lepszego świata dla kobiet i dla nas wszystkich. Firma wprowadziła **program wolontariatu dla pracowników**. Inicjatywa zachęca do indywidualnego zaangażowania w działania charytatywne. Każdy pracownik otrzymuje dodatkowe 3 dni płatnego urlopu, które może przeznaczyć na wolontariat na rzecz wybranej instytucji. Dni wolne przysługują wszystkim osobom w każdym roku kalendarzowym i niezależnie od formy zatrudnienia. Firma rekomenduje przede wszystkim wspieranie głównych kampanii marki: Avon Kontra Przemoc i Avon Kontra Rak Piersi oraz organizacji, których programy są związane z profilaktyką raka piersi, eliminacją przemocy wobec kobiet, wspieraniem ich niezależności finansowej i społecznej. Wśród innych rekomendacji znajdują się również działania na rzecz ochrony środowiska, dobrostanu zwierząt i ekologii.

600

Avon Operations Polska zainicjował w Polsce nowy **program wolontariatu Purpose at Heart**, przyznając każdemu pracownikowi, niezależnie od formy zatrudnienia, 3 dni płatnego urlopu na działania charytatywne. Mogą oni wybrać organizacje, których działania są nakierowane na pomoc ludziom i zwierzętom. Chcąc ułatwić swoim pracownikom zadanie, Avon Garwolin zmapował organizacje potrzebujące wsparcia wolontariuszy działające w województwie mazowieckim. Pracownicy zaangażowali się w pomoc m.in. podopiecznym Warszawskiego Hospicjum dla Dzieci. Ok. 60 osób z 7 zespołów Avon Garwolin pomogło ojcu rodziny w pracach w sadzie i zebrało ponad 46 ton jabłek, które zawiózł na skup. Ok. 30 osób zaangażowało się w przygotowanie Szlachetnej Paczki – zebrano łącznie ponad 5,5 tys. zł, za które kupiono sprzęt RTV i AGD, koce, pościel, chemię, kosmetyki i żywność.

1000

Bank Gospodarstwa Krajowego skupił się na środowisku naturalnym w ramach akcji **Angażujemy się! Zielony wolontariat**. Firma zachęciła swoich pracowników, aby w październiku i listopadzie zbierali śmieci na terenach leśnych. Chciała w ten sposób zadbać o polskie lasy i parki. Każda taka inicjatywa to działanie na rzecz natury, które równoważy niszczycielską działalność człowieka. Nawet najmniejsze akcje pomagają odbudować leśny ekosystem. Dodatkowo dzięki takim działaniom wzrasta świadomość pracowników odnośnie do ochrony środowiska naturalnego. Firma chciała oczyścić lasy i parki ze stert śmieci, ale także dać przykład innym podmiotom, że można łączyć działania wolontariackie pracowników z działaniem środowiskowym. Zachęcając swoich pracowników (oraz ich rodziny) do udziału w takich akcjach, firma zwiększa ich wiedzę na temat tego, jak dbać o lokalne tereny zielone oraz przenosić dobre zwyczaje na grunt życia prywatnego.

1893

Program „Wolontariat jest super!" w **Banku Gospodarstwa Krajowego** jest elementem wolontariatu pracowniczego. Dzięki akcjom wolontariackim pracownicy pomagają w różnych instytucjach (Domy Dziecka, Hospicja, DPSy). Wspólne akcje wolontariackie nie tylko służą podopiecznym ale również integrują i inspirują pracowników. Działania wolontariackie wzmacniają więź pracowników z organizacją oraz zwiększają świadomość znaczenia zaangażowania społecznego. Przyczyniają się do budowania pozytywnego wizerunku organizacji. Dzięki wolontariuszom, mogliśmy rozpoznać potrzeby domów dziecka, DPSów, schronisk dla zwierząt. Na podstawie złożonych wniosków wolontariackich w systemie informatycznym, firma miała informację ilu pracowników zaangażowało się w dany projekt (wymagana liczba zgodnie z regulaminem to minimum 4 pracowników do jednego projektu). Na podstawie tego samego systemu firma uzyskała informację o liczbie podopiecznych w danym projekcie. Firma zrealizowała 61 projektów. W projektach wolontariackich uczestniczyło ponad 430 pracowników. Firma pomogła prawie 7650 potrzebującym.

1893

Projekty zgłaszane w ramach **„Mikrodotacji"** Fundacji **Banku Ochrony Środowiska** angażują pracowników w działania na rzecz społeczeństwa obywatelskiego i rozwoju lokalnych społeczności. Partnerami i odbiorcami inicjatywy są organizacje pozarządowe i instytucje publiczne (np. szkoły, domy dziecka, ośrodki szkolno-wychowawcze, hospicja, szpitale). Co roku odbywają się dwie edycje programu – wiosenna i jesienna. Aby otrzymać dotację na realizację swoich działań, zespół pracowników (min. 3 os.) musi zgłosić swój projekt z dokładnym opisem prac, instytucji z którą go zrealizują, harmonogramem prac oraz kosztorysem. Po zrealizowaniu działań wolontariusze przedstawiają sprawozdanie wraz z dokumentacją przebiegu akcji. Fundacja Banku Ochrony Środowiska wdrażając program „Mikrodotacji" miała na celu rozwój wolontariatu wśród pracowników Grupy BOŚ. Dzięki otrzymanym dotacjom organizują wydarzenia dla dzieci i młodzieży promujące aktywność fizyczną i ochronę środowiska, odnawiają woliery dla zwierząt, sadzą drzewa, krzewy i kwiaty, działają na rzecz integracji w społecznościach lokalnych. W 2022 r. Bank Ochrony Środowiska zwiększył liczbę dni na wolontariat z 1 na 3.

1200

Inicjatywa „Jesteśmy blisko" to konkurs grantowy na wolontariat dla lokalnej społeczności. Pracownicy **Banku Pekao** zgłaszają pomysł na pomaganie, wskazują odbiorców i podmiot przyjmujący pomoc (fundacja, stowarzyszenie, placówka edukacyjna, klub sportowy, gmina). Określają budżet inicjatywy. Komisja konkursowa wybiera pomysły nagrodzone grantem z Fundacji Banku Pekao. Liderzy wolontariatu pomagają wraz z zespołem składającym się z pracowników banku oraz członków społeczności lokalnej. W roku 2022, w wiosennej i jesiennej edycji konkursu, zrealizowano 93 inicjatywy. Wśród zrealizowanych projektów znalazły się remonty w placówkach opiekuńczo-wychowawczych, doposażenie schronisk dla zwierząt i praca na ich terenie. Granty z fundacji pomogły w doposażeniu biblioteczek szkolnych, lokalnych klubów sportowych. Wolontariusze organizowali wydarzenia kulturalne, wycieczki krajoznawcze oraz zajęcia edukacyjne. Wskaźnik efektywności: Wolontariat zrealizowano w 65 miejscowościach. Pomoc dotarła do 11 981 osób, w tym: dzieci i młodzieży (1125), osób z niepełnosprawnością (1056), uchodźców z Ukrainy (3238), osób uprawiających sport (1132). Inicjatywy z obszaru ochrony zdrowia i życia dotarły do 4720 odbiorców. Liczba wolontariuszy: 651. Liczba godzin: 3255.

12483

Pod koniec 2022 r **BASF Polska** wprowadziła oficjalny **wolontariat pracowniczy**. Zgodnie z regulaminem w każdym roku firma będzie dysponowała budżetem na projekty wolontariackie zgłaszane przez pracowników firmy. Dodatkowo w każdym roku pracownicy będą mogli wziąć 1 dzień wolny na działania wolontariackie.

780

Od 2011 r. w **BNP Paribas Bank Polska** działa program wolontariatu pracowniczego „Możesz na mnie polegać". W ramach programu pracownicy Banku oraz spółek Grupy BNP Paribas przy wsparciu Fundacji BNP Paribas – działają na rzecz swojego otoczenia. Mogą działać indywidualnie lub zespołowo, realizować własne pomysły lub wziąć udział w akcjach koordynowanych przez Fundację wraz z innymi organizacjami pozarządowymi. Wszystkie te działania znajdą się teraz w jednym miejscu - na wdrożonej przez Fundację **platformie wolontariatu**. Beneficjentami tej innowacji są pracownicy Banku oraz Grupy BNP Paribas, a także organizacje na rzecz których działają. Fundacja zdecydowała się wdrożyć platformę ze względu na rosnąca skalę działań oraz coraz większe grono osób, chcących działać na rzecz innych. Narzędzie to jest rozwiązaniem, które ułatwi komunikację pomiędzy zespołem fundacji, a wolontariuszami rozproszonymi w całej Polsce, zapewni bieżący dostęp do informacji o trwających akcjach społecznych. Zgodnie z ogłoszoną strategią GObeyond Banku BNP Paribas na lata 2022-2025, celem na rok 2025 jest to, by zaangażowanie pracowników wynosiło średnio 4 godziny rocznie na pracownika.

9200

Budimex, poprzez **wolontariat pracowniczy**, od lat angażuje się w pomoc lokalnej społeczności w pobliżu kontraktów, które realizuje. Po zakończeniu budowy pracownicy w ramach wolontariatu starają się zostawić coś trwałego i dobrego dla ludzi i społeczności, żyjących w sąsiedztwie zrealizowanego kontraktu. Akcje przybierają najrozmaitsze formy, takie jak np.: wsparcie lokalnych organizacji dobroczynnych, modernizacje domów dziecka, szkół integracyjnych/specjalnych, domów opieki/seniora, pomieszczeń szpitalnych; organizacja różnorodnych zbiórek (pieniędzy, książek, produktów, materiałów budowlanych), realizacja nasadzeń, sprzątanie terenów zielonych; coroczny udział w programie „Szlachetna Paczka" i wiele innych. Miernikiem praktyki jest liczba akcji oraz liczba beneficjentów.

8000

Capgemini Polska wprowadziła **politykę wolontariatu**, która wspiera pracowników w ich działalności społecznej na rzecz środowisk lokalnych. Dzięki temu w ramach czasu pracy każdemu pracownikowi zatrudnionemu w ramach UoP przysługuje 1 pełnopłatny dzień wolny z tytułu wolontariatu w roku. Tak jak istnieją globalne inicjatywy z zakresu CSR, które czynią świat lepszym miejscem do życia, tak polityka ta umożliwia naszym pracownikom poświęcenie czasu na uczynienie lokalnych społeczności lepszymi miejscami do życia, pracy i nauki. Misją polityki jest wzmacnianie kultury „dawania" poprzez Wolontariat wśród pracowników firmy, którzy mają różne sposoby myślenia, różne umiejętności i doświadczenia, pochodzą z różnych środowisk. Celem jest stworzenie forum i zachęcenie pracowników do wolontariatu w działaniach Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Polityka została wprowadzona 01.09.2022 roku i od tej pory już prawie 500 pracowników firmy skorzystało z możliwości wzięcia jednego dodatkowego dnia wolnego na wolontariat.

12000

Projekt angażujący wolontariuszy **Citi Handlowy** w przygotowanie **świątecznych paczek** to sposób na podtrzymanie ich relacji z organizacjami, które wspierają w ciągu roku. W okresie przedświątecznym wolontariusze kontaktują się z nimi, poznają ich konkretne potrzeby związane m.in. z jedzeniem, środkami czystości oraz artykułami higienicznymi. Paczki trafiają do podopiecznych placówek. Oprócz standardowych produktów, do każdej paczki dokładany jest drobny osobisty/świąteczny prezent. Dzięki dofinansowaniu projektu przez Fundację, w 2022 roku, wolontariusze Citi spakowali i dostarczyli prawie 2000 paczek m.in. do DPS-ów, Warsztatów Terapii Zajęciowej, Świetlic Środowiskowych, Oratorium.

3700

Program **Clariter Cares** realizowany przez **Clariter Poland** zakłada 3 działania charytatywne w ciągu roku, które na stałe wpisane są w program CSR firmy. W 2022 r. firma

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

wzięła udział w akcji List do św. Mikołaja. Wraz z Fundacją Herosi zrealizowaliśmy listy do św. Mikołaja dla 21 dzieci z oddziału onkologicznego w Instytucie Matki i Dziecka w Warszawie. Pracownicy losowo brali listy, w których dzieci opisywały swoje wymarzone prezenty, i przygotowywali paczki, które zostały im rozdane na oddziale w Wigilię. Clariter uczestniczył też w akcji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Do utworzonej dla pracowników „puszki" trafiło 900 zł, które zasiliły zbiórkę WOŚP.

18

Zaangażowanie społeczne pracowników jest jednym celów **Compensy** wpisanych do strategii ESG, dlatego w ramach **wolontariatu pracowniczego** firma organizuje akcje pomocowe, w których mogą brać udział pracownicy. W ramach wolontariatu pracownicy Compensy uczestniczyli w akcjach: pomoc uchodźcom z Ukrainy, remont sali do terapii dziennej w Centrum Onkologii w Warszawie, pomoc przy organizacji OnkoBiegu w Warszawie, włączenie się w Szlachetną Paczkę, akcję oddawania krwi 2 razy w roku, zbiórkę karmy dla zwierząt w schroniskach - 0,5 tony, akcję sprzątania świata. Wolontariusze mogą także w wybranym dniu pomagać w wybranej przez siebie fundacji – ten dzień jest dla nich dniem wolnym od pracy. W 2022 roku w Wolontariat pracowniczy włączyło się ponad 40% pracowników.

1935

Firmie **Credit Suisse Poland** prowadzi działania charytatywne oraz edukacyjne w procesie realizacji **celów zrównoważonego rozwoju**, takich jak m.in.: czysta i dostępna energia, zrównoważone miasta i społeczności, odpowiedzialna konsumpcja i produkcja, działania w dziedzinie klimatu. W 2022 r. wraz z fundacją Dotlenieni posadzono 2500 drzew podczas 3 wydarzeń, w które zaangażowanych było 85 wolontariuszy. Od kilku lat firma zaangażowana jest w program „Biznes vs. Smog", prowadzony wraz z Krakowskim Alarmem Smogowym, PWC oraz innymi partnerami. Ma on na celu edukację dzieci i młodzieży na temat smogu oraz zmian klimatu, prowadzoną przez pracowników firmy. W edycji 2021/2022 11 wolontariuszy przeszkoliło 599 dzieci i młodzieży w polskich szkołach. Wraz z partnerami NGO zorganizowano 13 warsztatów na temat ochrony środowiska, m.in. o zarzadzaniu zasobami, ekoinnowacjach, odnawialnych źródłach energii, transporcie, zero waste, pszczołach itp., dla 289 uczestników. Odbyło się 7 akcji sprzątania, w których uczestniczyło 273 pracowników (m.in. z podopiecznymi Młodzieżowego Ośrodka Socjoterapii) we Wrocławiu i Warszawie, zebrano 354 worków z tworzywem sztucznym, 289 ze szkłem, 180 ze śmieciami komunalnymi, 18 z papierem oraz inne przedmioty: telewizor, meble, ubrania, opony itd. Od 3 lat zbierane są stare tablety oraz smartfony do recyklingu w ramach projektu Okapi Conservation Project.

5000

Credit Suisse Poland oferuje pracownikom do 4 pełnopłatnych dni rocznie na wolontariat. Pracownicy dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem w ramach tzw. wolontariatu kompetencyjnego lub biorą udział w wolontariacie akcyjnym oferując czas i dodatkowe ręce do pracy. Inicjatywa wpisuje się w cele firmy w zakresie budowania inkluzywnej przyszłości i zaspokajania najpilniejszych potrzeb społecznych i środowiskowych. **Wolontariat pracowniczy** jest ważnym narzędziem do budowania zespołów i współpracy w nowym hybrydowym środowisku pracy. Praktyka wspiera rozwój umiejętności i dba o wellbeing personelu. Wolontariat sprzyja również pozytywnej kulturze pracy, która jest zgodna z naszymi wartościami kulturowymi. W 2022 ponad 1300 pracowników uczestniczyło w ponad 180 wydarzeniach wolontariackich. Wolontariusze angażowali się w programy mentorskie, zajęcia dla młodzieży z obszaru poszukiwania pracy, realizowali projekty marketingowe i analizy danych, które wspierały funkcjonowanie organizacji charytatywnych. Praktyczny wolontariat obejmował pomoc ukraińskim uchodźcom, wsparcie partnera charytatywnego Ekostraz w schronisku dla zwierząt, sadzenie drzew lub sprzątanie terenów zielonych.

5000

Całoroczny budżet **inicjatyw wolontariackich** przeznaczono na rzecz pomocy uchodźcom z Ukrainy, w tym w pierwszej kolejności pracownikom firmy **DB CARGO POLSKA** i ich rodzinom. Wolontariusze zrealizowali zbiórki: pieniężną, środków higienicznych, czystości i medycznych, odzieży, sprzętu gospodarstwa domowego; przygotowali wyprawki szkolne dla uczniów; zorganizowali wydarzenie sportowo-rozrywkowe dla dzieci i dorosłych. Oprócz tego firmowymi samochodami przewozili uchodźców do nowych domów. Maszyniści angażowali się w przejazdy specjalne pociągów pasażerskich. Współpraca z samorządami miast: Zabrze, Rybnik, Bolesław, oraz ze Stowarzyszeniem „17-tka" w ramach projektu dla uchodźców „28 Dzielnica". Budżet wolontariacki i przeprowadzona zbiórka pieniężna (ok. 47 000 zł) pozwoliły m.in. zakupić wyposażenie zajmowanych przez rodziny pracowników mieszkań i opał, zapłacić czynsz. Do potrzebujących trafiło 45 plecaków szkolnych z akcesoriami. Pomoc zorganizowaną przez wolontariuszy otrzymali uchodźcy, w tym w pierwszej kolejności 160 pracowników z Ukrainy. Cyklicznie odbywają się spotkania, aby monitorować ich sytuację życiową. Pracownicy Grupy DB Cargo Polska, zwłaszcza DB Cargo Spedkol, stale pomagają w wywozie ukraińskiego zboża i realizują transport dostaw pomocy humanitarnej w ramach sieci logistycznej z Niemiec na Ukrainę.

2800

Z okazji 121 urodzin dentsu pracownicy **dentsu Polska** na całym świecie udali się 1 lipca na wspólny wolontariat pracowniczy w ramach akcji **One Day for Change**. Wszystkie działania globalne skupiły się na wsparciu natury w duchu zero waste. Dodatkowo były to działania edukacyjne i integrujące pracowników poza biurem. W Polsce firma przeprowadziła 3 inicjatywy: sprzątanie Zwierzyńca w Białymstoku, obsadzenie skweru na Mokotowie oraz przygotowanie siedzisk nad Wisłą dla warszawiaków z europalet. Firma współpracowała w tym zakresie z dwoma fundacjami i miastem Warszawa. Na te działania pracownicy wykorzystali specjalne dni wolne na wolontariat. Działania te wpisują się w strategię CSR firmy („Sustainable World"). Adresatami inicjatywy było środowisko naturalne, ale też sami pracownicy, którzy bardzo wysoko ocenili w ankietach wartość takich wolontariackich wydarzeń

realizowanych w ramach dostępnych w firmie dni na wolontariat. W sumie 82 pracowników zaangażowało się w posadzenie 100 bylin na skwerze Szewczenki w Warszawie, zbudowanie 32 siedzisk z europalet nad Wisłą i zebranie 11 worków śmieci z parku Zwierzynieckiego w Białymstoku.

800

Firma **dentsu Polska** rokrocznie w ramach wolontariatu pracowniczego udziela **wsparcia schroniskom dla zwierząt**. To stałe działanie, o które apelują sami pracownicy – młodzi, wrażliwi ludzie, lubiący zwierzęta i chętni do pracy na ich rzecz. Jesienią 2022 r. 29 wolontariuszy spędziło 1 dzień w schronisku w Celestynowie pod Warszawą. Pracownikom udało się rozłożyć piasek na zimę w setkach boksów, wykonać prace malarskie i grabienie. Akcji jak co roku towarzyszyła firmowa zbiórka darów i funduszy. Dla pracowników był to pożytecznie spędzony czas. Atmosfera podczas wolontariatu pracowniczego jest niezwykła, a praca w oderwaniu od codziennych, biurowych obowiązków daje dużo satysfakcji. Liczba zaangażowanych osób (29) była rekordowa! Wykonano prace fizyczne, które pracownikom schroniska zajęłyby kilka dni. Bezpośredni adresaci – bezpańskie psy – otrzymały piasek na zimę do swoich boksów. Dodatkowo zebrano w firmie 1300 zł na zakup piasku do boksów oraz dary rzeczowe o wartości około 1000 zł: karmę, środki higieniczne, smycze, zabawki, miski, klatki.

800

Emitel realizuje **odpowiedzialne pomaganie poprzez wolontariat pracowniczy**. Każdy pracownik może skorzystać z 2 dodatkowych dni wolnych przeznaczonych na pomoc potrzebującym. Wolontariat jest rozumiany szeroko jako wsparcie potrzebujących, pomoc chorym, z niepełnosprawnością, samotnym, dzieciom i starszym, a także opieka nad zwierzętami. Działać można indywidualnie bądź z organizacjami non profit. Firma zapewnia wolontariuszom wsparcie organizacyjne, np. możliwość korzystania z samochodów, telefonów, wyposażenia czy urządzeń biurowych.

450

„Potrzebna pomoc" to konkurs wolontariatu pracowniczego, polegający na wsparciu finansowym projektów podejmowanych przez pracowników **Energopomiar** we współpracy z podmiotami zewnętrznymi, ukierunkowanych na rozwój społeczności lokalnej w obszarach: Przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu. Zdrowie i profilaktyka zdrowotna. Ochrona środowiska, działania proekologiczne. Edukacja i nauka. Kultura i sztuka. Sport dzieci i młodzieży. Budżet programu wynosił 20 tys. zł. Na realizację projektów firma udzielała dodatkowego dnia wolnego – do wykorzystania w całości lub godzinowo. Do konkursu zostały zgłoszone 4 projekty pracowników, realizowane w partnerstwie ze Stowarzyszeniem na rzecz Dziedzictwa Kulturowego Gliwic „Gliwickie Metamorfozy", Fundacją im. św. Cyryla i Metodego prowadzącą Tato.Net oraz Fundacją Gruszętnik. W 4 projektach uczestniczyło 6 wolontariuszy z Energopomiaru. Projekty: Warsztaty dla ojców „Bliżej – pełna łączność"; Aleja Dyrektorów na Cmentarzu Hutniczym w Gliwicach; 200-lecie urodzin gliwiczanina Wilhelma Blandowskiego – podróżnika, odkrywcy i fotografika; Budowa gołębnika dla podopiecznych Fundacji Gruszętnik oraz schroniska dla zwierząt w Gliwicach (zakończenie tego projektu w 2023 r.).

239

Dzięki zaangażowaniu pracowników firma **EY Polska** w 2022 r. posadziła łącznie 9350 drzew. W akcjach **sadzenia drzew** wzięło udział 200 wolontariuszy z Wrocławia i Warszawy. Inicjatywy zostały przeprowadzone we współpracy ze Stowarzyszeniem Ekologicznym Klub Gaja oraz Fundacją Las Na Zawsze. Jesienne akcje sadzenia drzew odbyły się w Górach Stołowych na Dolnym Śląsku. Z kolei wiosenna akcja z okazji Dnia Ziemi odbyła się w Borach Tucholskich. Tereny leśne wzbogaciły się m.in. o sosny, lipy, dzikie grusze i jabłonie, które zwiększają różnorodność biologiczną odnawianych lasów. Zaangażowanie EY GDS Polska w akcje sadzenia drzew jest jednym z elementów działań podejmowanych w celu przyśpieszenia zrównoważenia środowiskowego. Inicjatywy te mają bowiem zbawienny wpływ na środowisko i przyczyniają się do zwiększenia bioróżnorodności naszej planety. Wolontariusze nie tylko sadzili drzewa, ale też edukowali się z zakresu ochrony przyrody, by zadbać o lepsze jutro naszej Ziemi. Wymiar edukacyjny pozwoli przekazać wiedzę i odpowiednie postawy przyszłym pokoleniom.

5000

Schroniska w Głownie i Gliwicach opiekują się ok. 100 psami i kotami, zapewniając im dach nad głową, leczenie i jedzenie. Niedobory kadrowe powodują, że nie wszystkie psy mają okazję codziennie iść na spacer. Pracownicy schroniska potrzebują też wsparcia w zakresie sprzątania klatek, socjalizowania i czesania psów. Wolontariusze i wolontariuszki z **Fujitsu Technology Solutions** co miesiąc jeżdżą do schronisk i wspierają ich pracowników. Wyprowadzają psy na spacer. Sprzątają wybieg i teren wokół schroniska. Czeszą i socjalizują psy. Przynoszą dobrej jakości karmę dla zwierząt. Sprzątają przestrzenie, w których żyją koty. Robią również zdjęcia, które są potem wykorzystywane, by znaleźć psom i kotom nowe domy. Podczas jednego wyjazdu wolontariusze Fujitsu wyprowadzają wszystkie dostępne psy oraz wykonują wszystkie prace porządkowe wskazane przez pracowników schroniska. Psy i koty mają dzięki temu lepsze warunki bytowe. Są też trenowane i socjalizowane do życia z ludźmi, co pomaga im później w znalezieniu nowego domu. Do tej pory odbyło się 20 wyjazdów do schroniska, podczas których udało się wyprowadzić 271 psów i posprzątać boksy ok. 40 kotom. Miarą sukcesu tego projektu jest duża liczba adoptowanych zwierząt, m.in. przez pracowników firmy.

3000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Od początku istnienia wolontariatu pracowniczego w **Grupie Enea** jego fundamentem jest program **Nie taki prąd straszny**. W ramach praktyki pracownicy przekazują wiedzę dotyczącą powstawania prądu, bezpiecznego korzystani z niego, oszczędzania oraz odnawialnych źródeł energii. Program cieszy się ogromnym zainteresowaniem wśród zarówno pracowników, jak i szkół oraz przedszkoli, które samodzielnie zgłaszają się z prośbą o przeprowadzenie zajęć. W 2022 r. z zajęć skorzystało 5500 dzieci. Opracowany został również materiał dydaktyczny w formach książeczki, filmu oraz krzyżówki, który umożliwia organizację zajęć każdemu pracownikowi.

17480

Potęga poMocy to program, w ramach którego pracownicy mają możliwość zaangażować się w rozwój swojej okolicy i szansę na wsparcie osób potrzebujących lub zrealizowanie ważnej dla siebie inicjatywy. W ramach programu Fundacja **Grupy Enea** wspiera zgłoszone projekty grantami, przekazując je placówkom non-profit, z którymi pracownik chciałby zrealizować projekt. Wszystkie działania realizowane są w ramach wolontariatu pracowniczego. W roku 2022 pracownicy zgłosili ponad 40 projektów, na realizację zwycięskich Fundacja Enea przekazała 67 tysięcy złotych, dzięki czemu wspólnie zrealizowano między innymi kąciki przyjazne dzieciom z ASD, wspierano rehabilitację osób niepełnosprawnych, profilaktykę raka piersi oraz promowano aktywność ruchową wśród dzieci.

17480

W **Grupie Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia)** działa **Formacja Obrony Cywilnej** (FOC), którą tworzy blisko 130 ratowników przeszkolonych z zakresu pomocy przedmedycznej, 30 ratowników z certyfikatami kwalifikowanej pierwszej pomocy i 11 drużyn Formacji Obrony Cywilnej w najważniejszych obiektach w kraju. Wszyscy ratownicy pełnią swoje funkcje w ramach wolontariatu równolegle z wykonywaniem obowiązków zawodowych. Członkami FOC są zarówno pracownicy operacyjni, jak i członkowie kadry menadżerskiej. Istnienie FOC jest także efektywnym rozwiązaniem organizacyjnym w zakresie podnoszenia poziomu bezpieczeństwa i higieny pracy oraz w sposób istotny przyczynia się do minimalizacji ryzyka zagrożenia bezpieczeństwa i zdrowia pracowników.

7500

Grupa Schiever w Polsce zrealizowała działania **Wolontariatu Pracowniczego DobroCzynni**. Była to już 5 edycja programu. W wolontariacie uczestniczyło 9 jednostek Grupy Schiever w Polsce, w tym sklepy oraz siedziba spółki. Wśród odbiorców znalazły się dzieci, osoby z niepełnosprawnością oraz bezdomne zwierzęta. W działania włączyło się 74 wolontariuszy.

1100

Pomaganie innym jest ważnym elementem kultury organizacyjnej **Grupy Żywiec** i jest na stałe wpisane w jej DNA. Od początku wybuchu wojny w Ukrainie firma angażowała się w pomoc uchodźcom poprzez wsparcie lokalnych społeczności i organizacji pozarządowych. Spółka przekazała kilka darowizn dla organizacji pozarządowych i samorządów, a jej pracownicy aktywnie uczestniczyli w akcjach pomocowych w formie zbiórek darów. Wsparcie otrzymała między innymi organizacja Habitat for Humanity, która udziela długoterminowej pomocy Ukraińcom znajdującym się w naszym kraju. Jedną z większych akcji pomocowych było także wyremontowanie i urządzenie przez pracowników firmy wraz z pracownikami organizacji Habitat for Humanity domu w Gliwicach dla dwóch rodzin z Ukrainy. Habitat for Humanity na co dzień zajmuje się poprawą warunków mieszkaniowych ludzi w różnych krajach. W sumie w domu pracowało 5 ekip wolontariuszy z różnych organizacji, którzy wykonali niesamowitą pracę – głównie dzięki nim dom właściwie udało się przygotować na przyjęcie nowych mieszkańców. Wolontariusze pomagali w pracach wykończeniowych, malowaniu, montażu paneli i kładzeniu tapet, skręcaniu mebli oraz sprzątaniu.

1800

Wolontariat w roku 2022 był szczególny. Od momentu wybuchu wojny na Ukrainie ponad 200 pracowników **Henkel Polska** zaangażowało się w różnorodne działania na rzecz ponad 60 rodzin pracowników Henkel Ukraina poszukujących bezpieczeństwa w Polsce. Wolontariusze Henkla pomagali także innym uchodźcom z Ukrainy. Na wszystkie te działania poświęcali prywatny czas oraz, za zgodą firmy, oficjalne godziny pracy. Budżet pomocowy, który firma Henkel Polska wyasygnowała w 2022 na różnego rodzaju pomoc charytatywną dla Ukrainy i jej obywateli, sięgnął poziomu 3,7 miliona złotych. W tej kwocie zamykają się także środki przekazane wyspecjalizowanym organizacjom pomocowym w Polsce tj. Caritas czy PCK. **Make an Impact on Tomorrow (MIT)** to globalny program wolontariatu pracowniczego w firmie Henkel, którego podstawowym celem od 1998 roku jest pomoc w rozwiązywaniu problemów lokalnych społeczności. Obszary wsparcia, w ramach których wolontariusze Henkla realizują projekty to: edukacja, ochrona zdrowia, kultura i ekologia. Dzięki programowi i zaangażowaniu pracowników w działania charytatywne, firma realizuje swoją misję społecznej odpowiedzialności i wspierania lokalnych społeczności. Program buduje zewnętrzną i wewnętrzną reputację firmy.

970

Koncepcja „Force for Good", czyli **„Siła Dobra"**, jest jedną z kluczowych wartości w globalnej strategii **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** i polega na promowaniu wolontariatu jako formy zaangażowania w społeczności lokalnej i narzędzia rozwoju osobistego pracowników. Wrocławski oddział firmy od wielu lat zajmuje czołowe miejsce jeśli chodzi o zaangażowanie w tego typu inicjatywy, a w 2022 firma zaproponowała miesiące z Force for Good, w których poza sesjami promującymi wolontariat, we współpracy z partnerami NGO organizujemy wolontariat – m.in. regularne wyjścia do kuchni charytatywnej, sadzenie drzew, zbiórki darów czy przygotowanie paczek świątecznych, spotkania z Seniorami z domu pomocy społecznej. Dzięki organizacji wydarzeń z obszaru Force for Good firma odnotowała znaczący wzrost zainteresowania programem HPE Gives, który promuje wolontariat i inicjatywy nakierowane na społeczność lokalną. Nie bez znaczenia jest także wzrost zaangażowania pracowników w okresie po pandemii, w środowisku pracy zdalnej - na koniec roku fiskalnego 2022 zaangażowanie w program sięgnęło blisko 38%.

1000

W **Hilti Poland** każdy pracownik w ramach programu **2 dni dla lepszej przyszłości** otrzymuje dodatkowe 2 dni płatnego urlopu do wykorzystania na wybraną przez siebie aktywność społeczną w formie wolontariatu. Wolontariat pracowniczy jest częścią globalnego projektu Hilti Engaged Beyond Business i ma na celu realizowanie założeń strategii zrównoważonego rozwoju firmy, czyli tworzenie pozytywnego wpływu na lokalne społeczności oraz środowisko. Pracownicy mogą indywidualnie zorganizować wolontariat dla siebie lub grupy albo wziąć udział w akcji organizowanej przez firmę. W 2022 r. wolontariat w Hilti Poland odbył się 13 razy, łącznie pracownicy firmy przeznaczyli 630 h na działania. Współpracowano z 6 organizacjami.

620

W 2022 r. firma **HSBC w Polsce** zaangażowała się w akcję tworzenia nowych rabat w Warszawie. Przy współpracy z Zarządem Zieleni m. st. Warszawy pracownicy zasadzili setki krzewów przy ul. Prostej w dzielnicy Wola. W akcji **wolontariatu pracowniczego – sadzenia krzewów** wzięło udział 25 pracowników firmy. Dzięki wspólnemu zaangażowaniu pracowników HSBC w Polsce, stołeczne ulice wzbogaciły się o 300 nowych krzewów na obszarze 120 m^2.

102

Po zaostrzeniu działań wojennych w Ukrainie **IKEA Retail** widząc konieczność większego wsparcia utworzyła specjalną wewnętrzną stronę internetową pod nazwą **PomagaMY Razem** – centrum informacji o działaniach pomocowych dla pracowników dotkniętych kryzysem wojennym. Na stronie informowano o całym zakresie pomocy z IKEA (dni wolne, pomoc w transporcie, psychologiczna i prawna, możliwości zatrudnienia) oraz darowizn organizowanych we współpracy z partnerami. W momencie uruchomienia wolontariatu pracowniczego, oprócz wskazówek „Jak możesz pomóc?" stworzono też formularze ułatwiające zapisy na wolontariat. Pracowniczki i pracownicy IKEA zjednoczyli swoje siły, niosąc pomoc we współpracy z lokalnymi organizacjami pozarządowymi i samorządami. Działania były organizowane zazwyczaj przez Lokalnych Koordynatorów ds. Zrównoważonego Rozwoju we wsparciu zespołów People&Culture. Pomoc w zorganizowaniu zakwaterowania dla uchodźczyń w Fabryce Porcelany w Katowicach, wspieranie procesów w Szafie Dobra w Krakowie, wspólna akcja z warszawskim oddziałem PCK w magazynach wydających dary dla osób uchodźczych to tylko kilka przykładów. Poza akcjami, w które angażowali się pracownicy i pracowniczki IKEA w ramach godzin pracy, wykorzystano 371 Dni na Pomoc oraz 1368,5 godzin wolontariatu pracowniczego.

6000

Moje środowisko to wspólny program grantowy **ING Banku Śląskiego** i Fundacji ING Dzieciom, w którym wolontariusze ING mogą zdobyć środki na działania ekologiczne z wybranym przez siebie partnerem społecznym (szkołami, przedszkolami i organizacjami pozarządowymi). Konkurs służy wspieraniu pracowników ING (wolontariuszy) w działaniach na rzecz środowiska. Jego celem jest realizacja projektów wolontariackich na rzecz dzieci i młodzieży, które: wpływają pozytywnie na środowisko, odpowiadają na ważne i aktualne potrzeby środowiskowe w lokalnej społeczności, przyczyniają się do rozwiązywania problemów środowiskowych, promują zaangażowanie w ochronę środowiska i edukację klimatyczną. Założono sobie cel: realizacja minimum 20 ekoprojektów. Finalnie w 2022 r. zgłoszono 54 projekty, z czego 33 otrzymało grant na zaplanowane ekodziałania. Wolontariusze ING wspólnie ze swoimi beneficjentami angażowali najmłodszych w takie projekty, jak: tworzenie ogródków warzywnych i ziołowych, łąk kwietnych, ogrodów sensorycznych, wspieranie ochrony zwierząt (hotele dla owadów, budki lęgowe), prowadzenie warsztatów z zakresu edukacji ekologicznej oraz ekogry w terenie. W realizację projektów zaangażowało się 285 wolontariuszy, którzy ze swoimi działaniami dotarli do 4784 dzieci. W grudniu 2022 r. ogłoszono nabór wniosków do drugiej edycji programu Moje środowisko. Rozstrzygnięcie konkursu nastąpi w pierwszym kwartale 2023 r.

8500

W roku 2022 **Intel Technology Poland** zdecydowała się dać **5 dodatkowych dni urlopu płatnego na akcje wolontaryjne**, które miały na celu wsparcie uchodźców z Ukrainy. Wiele pracowników zaangażowało się w różne aktywności, które miały na celu pomoc uchodźcom- zbiórka żywności, pomoc w punktach recepcyjnych, udzielenie schronienia.

3000

Misją **Intrum** jest pomaganie. **Realizując działania CSR**, które wynikają z modelu – sustainability, firma umożliwiła pracownikom działanie w ramach wolontariatu pracowniczego. Wsparła działania charytatywne zrealizowane oddolnie przez pracowników Intrum w 4 lokalizacjach (Warszawa, Białystok, Wrocław i Katowice) – udostępnianie środków finansowych, przestrzeni biurowych, czasu pracy. Dzięki temu pracownicy realizują swoje ambicje dot. pomagania – lokalnym społecznościom, instytucjom i podmiotom. Firma umożliwiła pracownikom zrealizowanie działań CSR, co zgłaszali

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

w badaniu My voice 2021. Pracownicy, przy wsparciu Intrum, zorganizowali 25 akcji charytatywnych – pomoc objęła ok 5 tys. osób.: m.in.: schronisko we Wrocławiu i w Mediarach, podopieczni Fundacji Spełnienie, Siepomaga.pl, pacjenci szpitala Przylądek Dobrej Nadziei, oddanie krwi w 4 lokalizacjach, wsparcie Ukraińców.

520

Troska o naszą planetę jest jednym z głównych filarów strategii **Kompanii Piwowarskiej**. Działania na rzecz zmniejszenia obciążenia środowiska i wzmocnienia inicjatyw związanych z rozwiązywaniem problemu śmiecenia są częścią programu „Jak się masz, Planeto?". W 2022 r. w ramach współpracy z Fundacją Nasza Ziemia zorganizowany został **wolontariat eko Sprzątanie Świata**. Miał jasno określony cel – zachęcić pracowników Kompanii Piwowarskiej do przyłączenia się do 29. edycji akcji Sprzątania Świata. W efekcie przeprowadzonych działań 71 wolontariuszy Kompanii Piwowarskiej przepracowało 406 godzin, w ramach których nie tylko zebrano 4660 kg odpadów, ale także posadzono 2500 drzew i nawiązano współpracę z 5 nowymi lokalnymi partnerami, m.in. nadleśnictwami.

2716

Kompania Piwowarska prowadzi program wolontariatu pracowniczego od kilkunastu lat. Około 60% pracowników firmy angażuje się w działania wolontaryjne, z których największe jest przygotowywanie „Szlachetnych paczek" wspólnie ze Stowarzyszeniem Wiosna. W 2022 r. firma wydatnie wspierała uchodźców z Ukrainy oraz rozwijała kolejny rodzaj wolontariatu związany z troską o środowisko naturalne. W tym celu na stałe wprowadzono zasadę i procedurę przyznawania **2 płatnych dni roboczych na wolontariat**. W różne formy wolontariatu zaangażowało się 1728 pracowników (65%). W ramach projektu „Solidarna paczka" (pomoc dla uchodźców z Ukrainy) pracownicy stworzyli 16 zespołów. Wyremontowano pomieszczenia, w których zamieszkali uchodźcy, zbudowano plac zabaw dla dzieci z Ukrainy. Przy sadzeniu drzew oraz w ramach współpracy z Fundacją „Nasza Ziemia", która organizuje akcje sprzątania świata pracowało 71 osób z Kompanii Piwowarskiej. Efektem ich pracy jest 2500 zasadzonych drzew i 4,6 tony zebranych odpadów.

2716

Problem bezdomności zwierząt jest w Polsce jest bardzo duży. Schroniska są pełne psów i kotów, a w 2022 r. wiele organizacji pomocowych przyjęło dodatkowo kolejne zwierzęta z Ukrainy. Los zwierząt nie jest obojętny wielu pracownikom **KPMG w Polsce**, dlatego regularnie wspierają schroniska, stowarzyszenia i fundacje zajmujące się zwierzętami. Chcąc wspomóc ich zaangażowanie, firma KPMG przygotowała specjalną inicjatywę dofinansowania wolontariuszy. Grupy wolontariuszy pomagające bezdomnym zwierzętom przebywającym w schroniskach lub pod opieką organizacji pozarządowych okresie czerwiec–sierpień 2022 r. otrzymały granty na zakup najpotrzebniejszych darów. W akcji **Wolontariusze KPMG dla zwierząt** wzięło udział 182 pracowników, którzy zaangażowali się w pomoc 19 schroniskom i organizacjom opiekującym się bezdomnymi zwierzętami.

2100

Firma **Kuehne+Nagel** zaangażowała się w projekty **zalesiania i tworzenia terenów zalesionych**. Ze wsparciem przedstawicieli Leśnictwa Dąbrówka (Kampinoski Park Narodowy) zasadzono 60 sadzonek w ramach zobowiązania do posadzenia drzewa za każdą opinię klienta przesłaną za pośrednictwem formularza na stronie internetowej. W Kampinoskim Parku posadzono sadzonki m.in. kaliny, tarniny, leszczyny, trzmieliny, jałowca, kruszyny i jarzębiny. Wraz z Fundacją Las Na Zawsze pracownicy firmy (ok. 50 osób) wraz z Zarządem zalesili powierzchnię 1 ha ponad 1400 sadzonkami buków, dębów, lipy, klonów, grabów, jesionów, jabłoni i leszczyny. Teren został specjalnie wybrany do rekultywacji przez Fundację i znajduje się w województwie kujawsko-pomorskim. Firma Kuehne+Nagel zaangażowała się w rekultywację terenów, z których będą mogły korzystać przyszłe pokolenia. Celem było stworzenie czegoś, co zostanie na zawsze i pomoże zwiększyć świadomość pracowników na temat znaczenia lasów w ekosystemie (podcast). Współpraca z Fundacją Las na zawsze była odpowiedzią na te potrzeby. Fundacja jest edukatorem społecznym i zgodnie ze statusem jest właścicielem zasadzonego lasu, który udostępni dla ludności. Firma otrzymuje raporty z postępów w rozwoju lasu.

2300

Z okazji 30-lecia **Kuehne+Nagel** zaprosiła pracowników do celebrowania jubileuszu Kuehne+Nagel poprzez działania przynoszące korzyść środowisku lub lokalnej społeczności. Inicjatywa miała poszerzać wiedzę na temat znaczenia **bioróżnorodności**. Firma wydała e-book o łąkach kwietnych dedykowany kontrahentom, klientom i pracownikom, a w listopadzie stworzyła podcast z Karolem Podymą. W kilku naszych lokalizacjach logistyki kontraktowej wysiano łąki kwietne. Pracownicy firmy w ciągu roku zaangażowali się w akcje wolontariackie, takie jak przekazanie nasion łąk kwietnych klientom, wysianie miniłąk kwietnych, budowanie domków dla owadów, spotkania edukacyjne o ziołach, konkurs wiedzy, sadzenie drzew i rabat kwiatowych. Celem tego działania było podniesienie świadomości i wiedzy oraz zaangażowanie pracowników, klientów i wynajmujących w wolontariat prośrodowiskowy. Zastosowano takie mierniki, jak: długofalowość projektów, liczba osób zaangażowanych w aktywność, dokumentacja fotograficzna obrazująca rezultat, liczba pobrań e-booka oraz odtworzeń podcastu.

2300

Projekt **Paczka dla Seniora** to akcja realizowana przez **Lenovo Technology Oddział w Polsce** 2 razy w roku we współpracy z Fundacją Dobrych Inicjatyw. Projekt opracowały dzieci z domu dziecka w ramach projektu edukacyjnego Junior Project Manager it's Me!, a polega on na współpracy dzieci z placówek, fundacji FDI i wolontariuszy z różnych firm. Dzieci i FDI znajdują w swojej okolicy seniorów, którzy potrzebują wsparcia. Wolontariusze organizują zbiórkę pieniężną oraz rzeczową, a także pomagają w pakowaniu paczek dla seniorów. Każda paczka zawiera produkty żywnościowe i higieniczne o wartości ok. 200 zł. Lenovo wspiera ten projekt, ponieważ obejmuje on grupę społeczną, o której często zapominamy. Jest to nie tylko wsparcie rzeczowe, ale czasem też okazja do rozmowy z samotnym seniorem. Pracownicy Lenovo angażują do tej akcji także swoje rodziny, realizując w ten sposób wolontariat międzypokoleniowy. W ósmej edycji akcji w grudniu 2022 r. Fundacja Dobrych Inicjatyw dostarczyła 450 paczek do seniorów.

120

Linklaters Poland w trosce o środowisko naturalne i aby przeciwdziałać zmianom klimatycznym co roku sadzi drzewa. W poprzednich latach wolontariusze pod nadzorem leśników posadzili 2 nowe fragmenty lasów pod Warszawą, a także 1 w obrębie miasta. Natomiast w 2022 r. wolontariusze Linklaters wspólnie z seniorami z Fundacji Emeryt posadzili drzewa ozdobne w parku Szymańskiego na Warszawskiej Woli, inaugurując tym samym akcję Fundacji **Biznes Rozpoczyna Grę w Zielone**, mającą na celu współpracę sektora prywatnego z fundacją na rzecz ochrony środowiska. Linklaters wspierało akcję zarówno finansowo, jak i poprzez zaangażowanie wolontariuszy, którzy wraz z seniorami oraz swoimi rodzinami sadzili drzewa. W ramach akcji zostały posadzone 3 kilkumetrowe drzewa, które będą wzbogacały bioróżnorodność parku, a także dostarczały pożywienia ptakom i owadom zapylającym. Współpraca z Fundacją przy tym projekcie miała na celu nie tylko wspieranie środowiska naturalnego, ale także budowanie międzypokoleniowej więzi i odpowiedzialności społecznej. Działania Linklaters miały też cel edukacyjny, polegający na podniesieniu świadomości pracowników na temat zachodzących zmian klimatycznych, możliwości zapobiegania im czy też łagodzenia ich skutków. Ważnym aspektem było zaangażowanie pracowników w wolontariat oraz pozyskanie poparcia władz dzielnicy, które wspierały projekt sadzenia drzew.

200

Citizen Day 2022 to dzień umożliwiający pracownikom **L'Oréal Polska** działalność na rzecz organizacji non profit i ich beneficjentów. Aktywności podejmowane przez pracowników L'Oréal Polska i fabryki L'Oréal mają różnorodny charakter. W 2022 r. wolontariusze wsparli akcję krwiodawstwa, wzięli udział w działaniach edukacyjnych i warsztatach urodowych dla opiekunów i podopiecznych: Zakładu Opiekuńczo-Leczniczego w Warszawie, Domu Dziecka Chata, warszawskiego Towarzystwa Przyjaciół Dzieci, Centrum Praw Kobiet i Interwencyjnego Ośrodka Preadopcyjnego w Otwocku. Pracownicy fabryki zaangażowali się w akcje wspierające pruszkowskie Towarzystwo Przyjaciół Dzieci i schronisko dla zwierząt oraz Ośrodek Opiekuńczo-Rehabilitacyjny w Milanówku. Ponadto w ramach Citizen Day 2022 realizowano także aktywności związane z pielęgnowaniem bioróżnorodności w parku Arkadia na warszawskim Mokotowie oraz w okolicach Centrum Dystrybucyjnego w Błoniu, gdzie przy wsparciu ekspertów pracownicy posadzili rośliny oraz posprzątali okolicę. W ramach 10 projektów wolontariackich (łącznie w L'Oréal Polska i w Fabryce L'Oréal Warsaw Plant) udział wzięło ok. 170 wolontariuszy i wolontariuszek, którzy wsparli ok. 300 bezpośrednich beneficjentów i beneficjentek. W ramach akcji w parku Arkadia i w centrum dystrybucyjnym posadzono prawie 1000 roślin. Zebrano 9 litrów krwi.

1150

Pracownicy **LOTTE Wedel** od lat chętnie włączają się w różne formy **wolontariatu pracowniczego**. W 2022 r. w XVI edycji programu grantowego „Wedel od Serca" wolontariusze firmy zrealizowali 20 projektów społecznych w całej Polsce. W tym roku firma w ramach „Akademii Wedla" postanowiła po raz pierwszy na żywo, a nie online, zaprosić podopiecznych Fundacji Dobrych Inicjatyw do edukacyjnej podróży po Wedlu. Wychowankowie ośrodków opiekuńczo-wychowawczych odbyli warsztaty z zakresu m.in. sprzedaży, prawa konsumenckiego, negocjacji. Celem projektu jest usamodzielnianie młodzieży poprzez przekazywanie wiedzy i nowych umiejętności, które pozwolą im na lepsze funkcjonowanie w placówce oraz po jej opuszczeniu. Od 2019 r. o wyborze projektów do wsparcia grantowego w ramach programu „Wedel od Serca" decydują pracownicy w wewnętrznym głosowaniu. Przez 16 lat zrealizowano już ponad 240 projektów społecznych. Program „Akademia Wedla" rozszerza dotychczasowe działania wolontariackie o podejście kompetencyjne i włączanie nowej grupy wolontariuszy, którzy dotychczas nie odnajdowali dla siebie niszy.

1300

Firma **LPP** angażuje się w działania niosące korzyści społeczne i zachęca do tego swoich pracowników, którzy w ramach wolontariatu mogą inicjować własne akcje lub włączać się w akcje organizowane przez firmę. **WolontWariaci** to grupa działająca na rzecz potrzebujących i środowiska głównie w skali lokalnej. Przy wsparciu firmy realizuje ona projekty w najbliższym sąsiedztwie, kierowane do grup szczególnie zagrożonych wykluczeniem. Są to zarówno działania długofalowe, prowadzone we współpracy z partnerami społecznymi, jak i jednorazowe, inicjowane przez pracowników. Firma wspomaga też oddolne inicjatywy, dofinansowując wybrane projekty społeczne zgłaszane przez pracowników w ramach wewnętrznego programu Minigrantów. Miarą efektywności wolontariatu jest skala działań – liczba projektów, zaangażowanych osób i godzin poświęconych na pomoc. W 2022 r. w 20 akcji zaangażowało się 975 pracowników. Przeznaczono na nie 8212 godzin, w ramach których w Gdańsku m.in. utworzono ogród przy placu zabaw Szpitala Dziecięcego Polanki, uszyto ok. 200 poduch rehabilitacyjnych i 500 toreb na butelki Redona dla Wojewódzkiego Centrum Onkologii, zbudowano schronienia dla trójmiejskich kotów podczas akcji Kocie Budki, a także zorganizowano festyn dla mieszkańców Dolnego Miasta. Program przyczynia się do zacieśniania więzi z otoczeniem lokalnym firmy i jest okazją do budowania relacji wpływających na dobrą atmosferę w pracy.

31808

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

W październiku w ramach inicjatywy pracowniczej zrealizowana została, wraz z Regionalnym Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa (RCKiK) w Krakowie, **akcja oddania krwi przez pracowników Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego**. Działanie zostało w pełni skoordynowane i zabezpieczone przez pracowników, a Zarząd udzielił wsparcia administracyjnego i organizacyjnego. W określonym dniu RCKiK podstawiło na wyłączony w tym dniu z działalności komercyjnej parking Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego autobus wraz z zabezpieczeniem medycznym, a pracownicy – po uprzednim zgłoszeniu –oddawali krew. Pracodawca wsparł akcję poprzez udzielenie czasu wolnego i urlopu dla zaangażowanych pracowników oraz przeprowadzenie szerokiej akcji informacyjnej w ramach własnych kanałów przekazu. Pracownicy i Zarząd firmy aktywnie angażują się również w praktyczne działania, których celem jest zmiana otoczenia i realna pomoc osobom potrzebującym. Akcja okazała się sukcesem, nie tylko pod względem frekwencji, ale również skali świadomości i bezinteresownego zaangażowania pracowników na rzecz innych.

186

Od 10 lat pracownicy firmy **Merck** angażują się w **remontowanie domów dziecka**. W grudniu 2022 r. zrobili to po raz trzynasty! Tym razem odnowili 2 rodzinne domy dziecka na terenie województwa łódzkiego. Wolontariat został zrealizowany dzięki grantowi Fundacji Rodziny Merck, który umożliwił zakup farb, paneli podłogowych, drzwi oraz części umeblowania. Podopieczni mają teraz wyremontowane i odmalowane nie tylko pokoje, ale też te miejsca, w których wspólnie spędzają czas. Pracownicy firmy zorganizowali dodatkowo we własnym zakresie zbiórkę pieniędzy, za które zostały zakupione elementy wystroju wnętrz. Dzieci otrzymały też od nich nowe zabawki. Akcja została przeprowadzona we współpracy z Fundacją Happy Kids. Program wolontariatu, obejmujący remontowanie domów dziecka, powstał z okazji jubileuszu 20 lat działalności firmy w Polsce. Celem działania firmy jest pomoc dzieciom pokrzywdzonym przez los w stworzeniu im przyjaznych warunków życia. Firma finansuje zakup niezbędnych materiałów i wyposażenia, natomiast pracownicy oferują swój czas i remontowo-budowlane doświadczenie. Zakres prac jest każdorazowo awansem uzgadniany z danym domem dziecka. Dzięki temu wsparcie odpowiada konkretnym potrzebom danej placówki.

150

Nationale-Nederlanden od wielu lat umożliwia pracownikom zaangażowanie się w **wolontariat pracowniczy Pomagamy**. Firma zachęca ich również do zgłaszania własnych pomysłów i projektów, na których realizację przewidziane są granty. Dzięki temu każdy z pracowników może wskazać obszar działania, który jest dla niego szczególnie ważny. Co roku finansowe wsparcie udzielane jest kilkunastu takim inicjatywom. Wolontariat pracowniczy cieszy się ogromnym zainteresowaniem. Pracownicy działają wspólnie w szczytnym celu, a przy tym integrują się. Dzięki realizacji ważnych społecznie projektów mogą pomóc potrzebującym, wesprzeć lokalne społeczności, a także fundacje i stowarzyszenia. W 2022 r. zrealizowano w sumie 34 projekty.

839

Tydzień Wolontariatu powstał z myślą o aktywizacji pracowników **Nationale-Nederlanden**. Jego główną ideą jest podejmowanie działań na rzecz lokalnych społeczności i środowiska. Inicjatywa polega na realizowaniu projektów charytatywnych, wspieraniu dzieci i seniorów, a także udzielaniu pomocy potrzebującym. W ramach Tygodnia Wolontariatu każdy pracownik może przeznaczyć godziny swojej pracy na udział w akcjach społecznych. W 2022 r. Nationale-Nederlanden włączyło się w: aktywność na rzecz dzieci w placówkach opiekuńczo-wychowawczych, pomoc zwierzętom przebywającym w schroniskach, wsparcie seniorów, a także sprzątanie otoczenia. Pracownicy chętnie i licznie zaangażowali się w niesienie pomocy. W Tydzień Wolontariatu włączyło się ponad 160 pracowników firmy, wypracowując 478 godzin wolontariatu. Wolontariusze zorganizowali Dzień Dziecka dla wychowanków placówki opiekuńczo-wychowawczej, przeprowadzili również prace remontowe w dwóch takich placówkach. Zbudowali boisko do gry w bule w domu pomocy społecznej dla seniorów. W schronisku dla zwierząt w Celestynowie spacerowali z podopiecznymi i przeprowadzili rewitalizację terenu. Kolejną aktywnością było wspólne sprzątanie brzegu Wisły. Pracownicy podjęli też wyzwanie charytatywne – w ramach biegów i spacerów „NN Charity Run" przebyli w sumie 380 km i zebrali 21 tys. zł dla Powiślańskiej Fundacji Społecznej.

839

Akcja **Zostań Świętym Mikołajem** polega na realizacji, przy współpracy z fundacjami, potrzeb wychowanków ośrodków opiekuńczo-wychowawczych na podstawie napisanych przez nich listów. Każdy pracownik **Nest Bank** miał możliwość wybrać list, by spełnić opisane w nim dziecięce marzenie. Działanie miało na celu zniwelowanie różnic między dziećmi z placówek a ich rówieśnikami, także w zakresie dobrostanu psychicznego. Adresatem praktyki są z jednej strony wychowankowie instytucji działających w konkretnych społecznościach (Warszawa, Gdańsk), a z drugiej pracownicy firmy. Akcja jest jedną z wielu inicjatyw banku mających na celu włączanie pracowników w różnego rodzaju przedsięwzięcia społeczne. Angażuje całe działy w firmie. Przy realizacji projektu firma chciała wesprzeć wychowanków placówek opiekuńczo-wychowawczych i włączyć pracowników w działania wolontariackie i społeczne. W 2022 r. liczba zaangażowanych w akcję wolontariuszy wzrosła ponad czterokrotnie w porównaniu do 2015 r. Przeprowadzono szeroką, wewnętrzną kampanię komunikacyjną, a efekty projektu podsumowano m.in. na korporacyjnym profilu banku na LI.

844

Procter & Gamble DS Polska angażuje się w rozwiazywanie problemów społeczności, w których funkcjonuje. Jedną z form takiego zaangażowania są działania wolontariackie, które firma organizuje dla swoich pracowników. Obecnie wsparcie dla osób potrzebujących jest szczególnie istotne, zwłaszcza dla dzieci. W 2022 r. Procter & Gamble ponownie zorganizowało akcję **Choinka marzeń**, w ramach której pracownicy przygotowują prezenty pod choinkę dla dzieci z najuboższych rodzin, w tym również tych z Ukrainy, które uciekły przed wojną. Akcja ta realizowana jest we wszystkich placówkach firmy w Polsce, we współpracy z lokalnymi organizacjami społecznymi. Wolontariat pracowniczy jest ważnym elementem budowania więzi pracowników zarówno z firmą, jak i lokalną społecznością. Jednocześnie społeczność lokalna widzi realną korzyść z bezpośredniego sąsiedztwa firmy. Dlatego program „Choinka marzeń" kontynuowany jest w firmie już od ponad 12 lat. Efektywność inicjatywy mierzona jest liczbą dzieci, które otrzymują pomoc, oraz liczbą pracowników zaangażowanych w przygotowanie prezentów. Dzięki tegorocznej edycji prezenty świąteczne trafiły do ponad 340 dzieci i rodzin z lokalnych społeczności Procter & Gamble.

4000

Provident Polska od 2006 r. realizuje program wolontariatu pracowniczego **Tak! Pomagam**. Do tej pory odbyło się 29 edycji. W wolontariat angażują się zarówno pracownicy, w tym zarząd, jak i doradcy klienta. Wolontariusze sami zgłaszają projekty, bo ze względu na charakter swojej pracy są blisko społeczności lokalnych i znają ich problemy. Projekty są oceniane przez niezależną Radę Programową. Wolontariusze mają płatny dzień wolny na realizację wolontariatu. Na pomaganie firma przeznaczyła ponad 2 mln zł. W całej grupie IPF, do której należy Provident, od kilku lat maj jest miesiącem wolontariatu. W 2022 r. wspólnie z UMK w Toruniu firma zorganizowała konferencję Porozmawiajmy o wolontariacie. W 2022 r. firma zrealizowała tylko jedną (jesienną) edycję programu wolontariatu pracowniczego Tak! Pomagam. Budżet edycji wiosennej został przeznaczony na remont domu matki – placówki, w której przybywają kobiety z małymi dziećmi z Ukrainy. Prace remontowe zostały wykonane przez firmowych wolontariuszy. W obecnej 29. edycji 254 wolontariuszy zrealizowało 26 projektów. Przepracowali 1293 godzin na rzecz blisko 11 tys. beneficjentów. Wszystkie projekty miały charakter ekologiczny i były realizowane na zewnątrz. Wolontariusze sprzątali lasy i parki, zrobili budki lęgowe dla ptaków oraz wyremontowali pomieszczenia dla hipopotamów w warszawskim zoo.

1800

Firma **Refinitiv Poland** zdecydowała się prowadzić edukację finansową, rozumiejąc jej wagę i jednocześnie obserwując jej brak. Wykorzystuje do tego swoje zasoby wiodącego globalnego dostawcy danych dla rynków finansowych. W ramach akcji **FINteligent – Edukacja Finansowa** zespół składający się z 7 osób stworzył scenariusze i materiały do 6 lekcji, które poruszają takie tematy, jak m.in.: budżetowanie, oszczędzanie, świadomy konsumpcjonizm, bezpieczeństwo pieniędzy. Wolontariusze z firmy sami prowadzą lekcje. Program pilotażowy został wprowadzony we współpracy ze Szkołą Podstawową nr 26 w Gdyni i uczniami klasy piątej. Głównym celem jest nauka świadomego podejmowania decyzji finansowych oraz gospodarowania swoim budżetem. Dzięki dodatkowym lekcjom przeprowadzanym przez pracowników firmy 25 uczniów klasy piątej uczy się, jaki wpływ na ich życie mogą mieć podejmowane przez nich decyzje finansowe. Zaangażowani wolontariusze mają z kolei satysfakcję z wykorzystania swojej wiedzy w nowych okolicznościach. Po programie pilotażowym firma planuje kontynuację programu w nadchodzących latach, z możliwym rozszerzeniem go na kolejne szkoły.

1071

Samsic Polska opracowała **innowacyjny system wolontariatu** skierowany na wsparcie osób 60 +. Jest to system mentorski gdzie osoby 60+, z doświadczeniem w wolontariacie, szkolą pracowników do wsparcia osób potrzebujących 60+. W trakcie realizacji projektu współpracowaliśmy z Fundacją AJKUM im. Anny i Józefa Kumorek oraz z Fundacją „Park Śląski". Jest to odpowiedź na potrzeby - Osoby 60+ potrzebujące pomocy - Osób 60+ będące aktywnymi wolontariuszami - Pracodawców i pracowników, którym bliska jest idea CSR - III Sektor, którego jednym z celów jest sieciowanie. Środki na realizację projektu pozyskaliśmy w ramach działalności Generatora Innowacji Sieć Wsparcia 2. W ramach projektu powstała platforma wolontariacka umożliwiająca pracę w systemie mentorskim oraz e- book zbierający wiedzę z zakresu wolontariatu. Projekt przynosi szereg korzyści dla lokalnych społeczności m.in przez powstanie nowych społecznych sieci, wymiany wiedzy międzypokoleniowej. Projekt promowany jest na różnych wydarzeniach ogólnopolskich, co ma przyczynić się do jego upowszechnienia m.in na konferencji „Co nowego" w Gliwicach czy Stefie Społecznej w Gdańsku.

100

Dla **Sanofi** ważne jest, by pracownicy firmy chętnie i licznie angażowali się w wolontariat pracowniczy i nie musieli przy tym rezygnować z czasu wolnego z bliskimi. Firma umożliwiła im więc skorzystanie z dedykowanego dnia wolnego do wykorzystania na pomoc innym w ramach akcji **We Volunteer**. Pracownicy są regularnie informowani o wydarzeniach i akcjach, w które mogą się zaangażować jako wolontariusze. Dedykowany dzień wolny ma zachęcić ich do udziału w wolontariacie i sprawić, że będzie on bardziej przystępny. Dedykowany dzień oraz sprawna komunikacja sprawiły, że coraz więcej pracowników angażuje się w akcje wolontariatu.

900

Podaj rękę to program wolontariatu pracowników **Skanska**. Od 2014 r. pracownicy wybierają kilka organizacji, aby pomagać im w ramach wolontariatu. Należą do nich organizacje non profit, a także placówki edukacyjne i opieki zdrowotnej. Od 2021 r. Tydzień Wolontariatu odbywa także w Polsce. W 2022 r. w ciągu tygodnia przeprowadzono szereg działań, m.in. malowanie pomieszczeń w DPS „Serafitki" w Poznaniu, prace porządkowe na terenach zielonych na rzecz Fundacji L'ARHE we Wrocławiu oraz Fundacji Serduszko dla Dzieci w Warszawie, prace remontowe oraz aranżacyjne na rzecz Ośrodka Szkolenia Wolontariuszy w Starej Dąbrowie, prace porządkowe w Klubie Hula-Hop dla dzieci z niepełno-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

sprawnościami w Krakowie. Miarą efektywności tej praktyki jest liczba uczestników programu oraz liczba organizacji, które otrzymały wsparcie. W 23 aktywnościach organizowanych w 2022 r. w Skanska Europa Środkowa wzięło udział 180 osób, które przepracowało na rzecz potrzebujących łącznie 1104 h. Program wspiera budowanie relacji z otoczeniem firmy, wzmacniając pozytywny odbiór marki Skanska. Przyczynia się do rozwoju kluczowych kompetencji pracowników i wzmocnienia więzi pracowników z firmą, a tym samym prowadzi do zwiększenia lojalności pracowników.

1200

SLODKIE wspiera lokalne społeczności. W ramach wolontariatu pracownicy SLODKIE odmalowali wnętrza w jednym z dziennych domów opieki **dla dzieci z Fundacji Joanny Radziwiłł**. Fundacja przeciwdziała wykluczeniu społecznemu dzieci i wyrównuje ich szanse. Dzięki zaangażowaniu pracowników SLODKIE pomieszczenia, w których dzieci spędzają czas wolny, zyskały nowy, odświeżony wygląd, przyjazną przestrzeń na wzór domu rodzinnego, w którym uzyskują wsparcie i pomoc w rozwiązywaniu trudności. Jest to nie tylko zaangażowanie społeczne i wspomaganie społeczności lokalnej, ale także kolejna z inicjatyw wspomagająca dbałość o relacje ludzkie, zarówno wewnątrz SLODKIE, jak i w jej otoczeniem. Bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza dla SLODKIE inwestowanie m.in. w relacje z otoczeniem, kształtowanie warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego. Tę poważną regułę SLODKIE przekłada na działania realne, niosące wartości dodatnie dla ich adresatów. SLODKIE jest i chce być społecznie odpowiedzialne i chce to komunikować, aby odbiorcy mieli tego świadomość i wiedzieli, jakie działania SLODKIE w tym zakresie podejmuje. Pracownikom SLODKIE największą radość dało to, że mogli realnie przyczynić się do poprawy warunków dzieci, które potrzebują pomocy. Zwykłe malowanie, a niezwykły efekt w postaci przyjaznego i domowego środowiska.

60

Od drugiej połowy 2019 r. pracownicy firmy **TIM** mogą zgłaszać propozycje działań z zakresu **wolontariatu pracowniczego**, które firma wesprze organizacyjnie lub finansowo. Przez ponad 2 lata nabór wniosków odbywał się co kwartał. Od jesieni 2021 r. jest prowadzony w sposób ciągły. Beneficjentami mogą być: organizacje pożytku publicznego (stowarzyszenia, fundacje), instytucje publiczne (szkoły, przedszkola, szpitale, domy pomocy społecznej itp.), inne osoby i organizacje potrzebujące wsparcia. O wyborze inicjatyw, które wesprze firma, decyduje wewnętrzna komisja. Preferowane są lokalne społeczności prowadzące działania o charakterze edukacyjno-oświatowym, prozdrowotnym, proekologicznym, kulturalnym, pomocowym. W 2022 r. pozytywnie zaopiniowano 22 z 24 złożonych wniosków. Gros z nich dotyczyło działań na rzecz uchodźców z Ukrainy (szerzej opisane w praktyce „TIM dla Ukrainy"). Pozostałe zrealizowane wolontariaty dotyczyły wymiany niesprawnego oświetlenia w szkolnej sali gimnastycznej, remontu mieszkania zniszczonego przez zalanie itp.

308

Działająca w firmie **UBS** sieć pracownicza Pride przeprowadziła we współpracy z organizacją Federacja Znaki Równości program wolontariacki **Power of inclusion at UBS**. Działanie miało na celu ułatwienie osobom transseksualnym odnalezienie się na rynku pracy. Zorganizowano osiem warsztatów skupionych m.in. na konstruowaniu CV, przygotowaniu się do rozmów kwalifikacyjnych czy nauce priorytetyzacji. Dodatkowo zrealizowano szereg indywidualnych sesji szkoleniowych z zakresu nauki języka angielskiego i obsługi pakietu MS Office oraz sesje mentoringu. W trakcie programu udało się pomóc 20 osobom, które dzięki uczestnictwu w nim nabyły umiejętności niezbędne do rozwoju kariery. W 2022 r. network Pride zainicjował także zakończone sukcesem prace nad rozszerzeniem urlopu okolicznościowego na pary pozostające w niesfromalizowanych związkach oraz wyznaczeniem specjalnych, inkluzywnych toalet, które znajdują się we wszystkich budynkach UBS w Polsce.

5100

We wrześniu 2022 r. wolontariusze **UBS** z Krakowa i Wrocławia wzięli udział w inicjatywie sadzenia drzew upamiętniającej **15-lecie UBS w Polsce**. Z pomocą Fundacji Aeris Futuro posadzono drzewa w Parku Narodowym Gór Stołowych koło Wrocławia i w miejscowości Polanka Hallera pod Krakowem, wspierając lokalne ekosystemy i przyczyniając się do zmniejszenia śladu węglowego. To radosne i spajające zespół wydarzenie, w którym wzięło udział prawie 200 wolontariuszy z firmy UBS, zostało połączone z warsztatami budowania budek lęgowych dla ptaków, sprzątaniem okolicy i sesjami edukacji ekologicznej prowadzonymi przez zespół Fundacji. Działania firmy w zakresie nasadzenia 15 tys. drzew przyczyniły się do skompensowania emisji ok. 1125 ton dwutlenku węgla i stanowiły cenny wkład w ochronę klimatu oraz środowiska naturalnego, będąc jednocześnie elementem realizacji strategii społecznej odpowiedzialności biznesu.

5100

Firma **UBS** gwarantuje swoim pracownikom możliwość przeznaczenia minimum 16 h rocznie na potrzeby **wolontariatu pracowniczego** (a w 2022 r., ze względu na potrzebę wsparcia poszkodowanych przez wojnę w Ukrainie, były to aż 32 h). Wolontariusze angażują się w inicjatywy integracyjne, edukacyjne, sportowe i charytatywne, które realizowane są we współpracy z organizacjami pozarządowymi. Podejmowane przez nich działania sprzyjają integracji i umożliwiają rozwój różnorodnych kompetencji, np. liderskich. Program wolontariacki cieszy się w UBS dużą popularnością – tylko w 2022 r. w realizowanych w Polsce projektach wzięło udział ponad 1000 wolontariuszy. Celem wolontariatu pracowniczego w UBS jest wspieranie edukacji i rozwoju umiejętności w lokalnych społecznościach poprzez strategiczne połączenie finansowania, zaangażowania pracowników i wykorzystania ich umiejętności. UBS jako pracodawca i jako firma wspiera projekty i inicjatywy mające na celu wyrównywanie szans i tworzenie znaczącego, trwałego i wymiernego pozytywnego wpływu na społeczność. W 2022 r. UBS zrealizował w Polsce 21 zróżnicowanych projektów wolontariackich.

5100

W ramach wolontariatu firmowego pracownicy i współpracownicy **Unum Życie TUiR** angażują się w dobroczynne inicjatywy w całej Polsce. Fundacja Unum zapewnia im wsparcie organizacyjne, merytoryczne i finansowe. Program wspiera organizacje, w których działają nasi wolontariusze. W ramach **programu działania wolontariuszy** dofinansowaliśmy grantem wskazane przez nich organizacje. Była to realna pomoc finansowa dla lokalnych organizacji, fundacji, schronisk działającym. O dofinansowanie dla organizacji może ubiegać się pracownik, który jest jej wolontariuszem.

600

Program wolontariatu **Leśne Porządki z Wiener** powstał w 2021 r. z potrzeby realizacji działań ekologicznych i środowiskowych. Jego głównym założeniem jest zaangażowanie pracowników **Wiener TU Vienna Insurance Group**, ich najbliższych oraz współpracowników, partnerów biznesowych i lokalnej społeczności w akcję sprzątania lasów, w których problemem są zalegające śmieci. W 2022 r. odbyły się akcje sprzątania lasów we Wrześni, Nadleśnictwie Oława, Kwidzyn oraz Chojnów. W ramach każdej akcji odbyły się edukacyjne rozmowy z leśnikiem, a pracownicy mogli też zdobyć ekologiczną wiedzę z firmowych newsletterów ze wskazówkami i ciekawostkami. Dzięki dwuletniej działalności projektu udało się zebrać kilka ton odpadów. Wdrażając tę inicjatywę, firma chciała osiągnąć takie efekty, jak: realna pomoc w rozwiązaniu problemu zanieczyszczenia lasów, zaangażowanie pracowników firmy w działania na rzecz środowiska i edukacja uczestników akcji. Dzięki „Leśnym porządkom" zebrano z lasów kilka ton odpadów, które stanowiły zagrożenie dla ekosystemu oraz znajdujących się tam zwierząt.

525

Vantage Development po raz pierwszy uruchomił **program wolontariatu DOBROCZYNNI**, łączący w sobie konkurs grantowy oraz wolontariat pracowniczy. Członkowie zespołu Vantage Development mogli zgłaszać swoje inicjatywy prospołeczne i prośrodowiskowe, uzyskując na nie finansowanie od organizacji w wysokości do 10 tys. zł na projekt. Ponadto każdy pracownik otrzymał 1 dodatkowy dzień wolny w roku na realizację działań wolontariackich. W pierwszej edycji programu zrealizowano 8 projektów, skierowanych m.in. do placówek zakładu opiekuńczo-leczniczego, jadłodajni dla osób ubogich, schroniska dla zwierząt czy dzieci z osiedla Gaj we Wrocławiu.

170

Wolontariat grantowy **Wiener PomagaMY** działa w firmie **Wiener TU Vienna Insurance Group** od 2022 r. Pracownicy i ich bliscy mogli zgłaszać swoje pomysły z zakresu działań edukacyjnych, wspierając lokalne organizacje czy pomagając osobom potrzebującym. W konkursie wyłoniono 9 projektów. Każdy zespół otrzymał grant (5 tys. zł) na realizację swoich działań, angażując do nich m.in. współpracowników i lokalną społeczność. Wśród zrealizowanych projektów znalazły się m.in. zakup książek do szkolnej biblioteki, budowa schronienia dla zwierząt, sadzenie drzew przy szkole, turniej tenisa stołowego, wsparcie wymiany młodzieży, edukacja w zakresie cyberprzemocy czy wakacyjny wyjazd nad morze dla dzieci w trudnej sytuacji materialnej. O efektach działań pracowników firma regularnie informowała w wewnętrznych newsletterach oraz kanałach social media.

525

W 2022 r. firma **Żabka Polska** przyspieszyła uruchomienie wolontariatu pracowniczego, aby wesprzeć działania pracowników na rzecz osób z Ukrainy szukających schronienia w Polsce. Firma zorganizowała też inicjatywę wewnętrzną **Paczka z uśmiechem**, w ramach której pracownicy w centrali w Poznaniu przez 2 tygodnie w grudniu pakowali prezenty świąteczne dla potrzebujących dzieci. W akcję zaangażowało się ponad 80 osób, przeznaczając ponad 200 h na wolontariat. Pracownicy spakowali ponad 2500 paczek, które zostały przekazane potrzebującym znajdującym się w poznańskich szpitalach oraz pod opieką fundacji „Happy Kids", „Dar szpiku" i „In_Spire", a także dla dwóch punktów recepcyjnych w Poznaniu. Jednym z projektów z obszaru zaangażowania społecznego jest program wolontariatu pracowniczego, którego celem jest zaangażowanie pracowników i współpracowników w działania na rzecz innych, zwłaszcza o charakterze lokalnym. W Żabce każdy ma do wykorzystania do 8 h w miesiącu na wolontariat w ramach czasu pracy, a hasło przewodnie tej inicjatywy brzmi: „Uwalniamy Twój czas, abyś zrobił coś dobrego!".

2573

WORK-LIFE BALANCE

Firma **ArcelorMittal Poland** wspiera pracowników w dbaniu o ich **dobrostan**. W 2022 r. odbył się cykl webinarów dla pracowników pod hasłem „Nerwy ze stali", kadra menadżerska otrzymała wsparcie w postaci webinarów „Profilaktyka wypalenia zawodowego, czyli jak budować odporność na stres", „Menadżer jako firewall", pracownicy działu BHP i HR wzięli udział w webinarium „Jak rozmawiać z pracownikami o zdrowiu psychicznym, jak rozpoznawać niepokojące objawy", odbyły się również spotkania z psychologiem psychoterapeutą, a we współpracy z Fundacją Ochrony Zdrowia organizowane były badania profilaktyczne dla pracowników. Dzięki współpracy z Fundacją Ochrony Zdrowia udało się zwiększyć zasięg i zakres wsparcia świadczonego pracownikom oraz wzmocnić przekaz dotyczący dbania o dobrostan własny, rozumiany jako zdrowie fizyczne i psychiczne.

10000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W ramach akcji **Dwie godziny dla Rodziny** każdy pracownik **BNP Paribas Real Estate Poland** w czerwcu 2022 r. mógł skrócić czas pracy w jeden dzień o 2 h, po uzgodnieniu z przełożonym. Pozwoliło to pracownikom spędzić więcej czasu z najbliższymi i tym samym zadbać o relacje. Z dwóch godzin wolnych od pracy skorzystało 95% pracowników.

160

W ramach dbania o dobrobyt pracowników firma **Cellnex Poland** umożliwia wszystkim swoim pracownikom wzięcie dodatkowego płatnego **dnia wolnego z okazji urodzin** w ciągu dwóch tygodni poprzedzających lub dwóch tygodni następujących po dacie urodzin.

500

W 2022 r. firma **Emitel** udostępniła pracownikom **platformę ebooków i audiobooków**, na której znajduje się 75 000 pozycji z wielu kategorii tematycznych. Pakiet biblioteczny jest darmowy i dostępny jest za pośrednictwem aplikacji dostępnej na urządzenia mobilne i stacjonarne. Książki można czytać lub słuchać w trybie online lub offline. Katalog pozycji bibliotecznych jest dla pracowników dostępny przez całą dobę, każdego dnia tygodnia. W 2022 r. korzystało około 35% pracowników, łącznie przeczytali 486 200 cyfrowych stron z różnych kategorii: biznes, rozwój, prawo, języki obce ale też kryminały, powieści obyczajowe, czy książki dla dzieci i młodzieży. Praktyka wspiera równowagę work-life balance oraz ideę samorozwoju.

450

Z okazji Międzynarodowego Dnia Rodziny, który przypada 15 maja, **KONE** dołączyło do akcji **2 godziny dla rodziny** organizowanej przez Instytut Humanites. Dzięki temu pracownicy mogli pracować o 2 h krócej, a zaoszczędzony czas zainwestować w budowanie wartościowych relacji z osobami bliskimi ich sercu. Motto przewodnie akcji brzmiało „Nasi pupile i wspólne chwile", a na zakończenie tegorocznej edycji pracownicy mieli szansę wziąć udział w konkursie na wybór motta przewodniego kolejnej edycji. W akcji wzięło udział 5 państw Europy Wschodniej tworzących jeden klaster organizacyjny z Polską.

500

KRUK dołączył do akcji **Dwie godziny dla rodziny** prowadzonej przez Instytut Humanites. Kampania przeciwdziała kryzysowi więzi, a także ma działanie profilaktyczne dla naszego zdrowia mentalnego i emocjonalnego. Jest realizowana przez pracodawców na całym świecie i symbolizuje integrację życia zawodowego i prywatnego w myśl hasła „Mamy jedno życie w wielu rolach". W związku z akcją każdy pracownik KRUK-a w maju 2022 r. mógł skrócić swój czas pracy o 2 h, po uzgodnieniu ze swoim przełożonym.

3500

Pracownicy biurowi **Philip Morris Polska** mogą każdego miesiąca w ramach **elastycznego czasu pracy** korzystać z pracy zdalnej i wykonywać swoje obowiązki zawodowe poza biurem. Mogą także wybrać odpowiedni dla siebie 8-godzinny czas pracy w godzinach od 7:30 do 18:30. Spotkania online odbywają się w godzinach 9:30-16:00, z uwzględnieniem przerw pomiędzy kolejnymi. Nie odbywają się spotkania w piątki po godz. 14:00. Dzięki m.in. takim rozwiązaniom pracownicy mają możliwość łączenia życia zawodowego z osobistym w sposób najbardziej odpowiadający ich potrzebom.

7500

WSPARCIE PRACOWNIKÓW

Firma **AB** uruchomiła **bezpłatny dostęp do internetowej poradni psychologicznej** dla wszystkich pracowników, ze względu na lęk i napięcie spowodowane bieżącą, zmienną sytuacją wojenną w Ukrainie i przedłużającą się pandemię COVID-19. Jest to ważne dla pracujących w firmie 150 osób z Ukrainy. Wsparcie obejmowało pomoc psychologiczną w zakresie sytuacji w firmie, np. rozwiązywania konfliktów, wypalenia zawodowego oraz w kontekście problemów rodzicielsko-wychowawczych. Pomoc oferowana była w języku polskim, angielskim, ukraińskim.

419

ANWIL w ramach programu **ANWIL Pasja** wspiera rozwój pracowników nie tylko w sferze zawodowej, ale także po godzinach pracy. Pracownicy spółki mogą ubiegać się o dofinansowanie ich hobby, realizowanych samodzielnie lub wspólnie z innymi członkami załogi. O dofinansowanie realizacji swoich zainteresowań ubiegają się m.in. wędkarze, biegacze, nurkowie, trekkingowcy, motocykliści, rowerzyści i artyści. Jednym z zatrudnionych, którego talent firma postanowiła wesprzeć finansowo i zaprezentować szerokiej publiczności, był akordeonista, który dzięki pozyskanym środkom do tej pory wydał 2 autorskie płyty. W 2022 r. liczba zgłoszonych wniosków wyniosła 129 (indywidualne) i 26 (grupowe). Dofinansowanie przyznano 122 wnioskodawcom.

1300

Capgemini Helpline to rozwiązanie **Capgemini Polska** wspierające wszystkie osoby zatrudnione w zakresie zdrowia psychicznego, dbałości o rozwój emocjonalny i budowania efektywnych relacji z ludźmi. Jest to uruchomiony numer telefonu wsparcia, pod którym czekają wykwalifikowani psychoterapeuci oferujący pomoc w trudnych sytuacjach. Usługa realizowana jest w języku polskim i angielskim, a w okresie marzec–czerwiec 2022 r. była dostępna również w językach ukraińskim i rosyjskim. Od sierpnia 2022 r. usługę poszerzono o chat z terapeutą. Inicjatywa jest przygotowana we współpracy z Instytutem Psychoterapii MindMed. Promocja telefonu połączona jest z kampanią budowania świadomości na temat zdrowia psychicznego wpisującą się w realizację celów strategii wellbeingowej organizacji.

12000

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Carlsberg Polska uruchomił **program wsparcia psychologicznego i rozwojowego dla pracowników Kurs na dobrostan**, obejmujący 4 obszary wsparcia: zawodowy, fizyczny, psychologiczny i społeczny. Do dyspozycji pracowników są: webinary, podcasty i szkolenia m.in. nt. poprawy produktywności, empatycznej komunikacji, radzenia sobie ze strachem i niepokojem w trudnych okresach, a także z wypaleniem zawodowym. Przygotowano materiały i nagrania dotyczące zdrowego stylu życia, odżywiania i dobrych nawyków oraz porad, jak wzmacniać więzi z innymi, dbać o integrację, przynależność i komunikację. Pracownicy mogą też korzystać z konsultacji online z psychologiem, psychodietetykiem czy mentorem biznesu. Z programu skorzystało w 2022 r. blisko 400 pracowników. Największą popularnością cieszył się warsztat „Kryzysy jako nierozłączny element naszego życia" – wzięło w nim udział ok. 600 osób. Obszary, które najbardziej interesowały pracowników, to: emocje, zdrowie, psychologia i leadership. Program jest promowany w intranecie, newsletterze, gazetce pracowniczej „Carlsbergowo" oraz na plakatach.

1300

W 2022 r. Fundacja **Leroy Merlin Polska** w ramach **pomocy dla pracowników z Funduszu Solidarnościowego ADEO** wypłaciła łącznie ponad 450 tys. zł świadczeń dla pracowników Grupy Adeo (Leroy Merlin Polska, Bricoman Polska), których dotknęły zdarzenia losowe. Większość z wypłaconych środków trafiła do pracowników Leroy Merlin Ukraina, którzy uciekli do Polski przed wojną. Fundacja przydzieliła w formie pomocy humanitarnej mieszkaniowe pakiety startowe oraz pakiety żywnościowe. Celem ASF Funduszu Solidarnościowego ADEO jest niesienie doraźnej pomocy, zwłaszcza pomocy materialnej, pracownikom Grupy Adeo, ich rodzinom, a także byłym pracownikom, którzy doświadczają poważnych trudności w wyniku kryzysów lub wydarzeń nadzwyczajnych, takich jak katastrofy naturalne, pandemia, katastrofy technologiczne, pożar w miejscu zamieszkania, akty przemocy, wypadki drogowe, wojny i zamachy. W każdym z 7 zdarzeń Fundacja może udzielić wsparcia finansowego dla pracownika lub jego najbliższych członków rodziny. Projekt powstał we Francji w odpowiedzi na pandemię COVID-19.

13000

Objectivity dba o tworzenie przyjemnego i przyjaznego środowiska pracy. Jednym z działań Zespołu Administracji jest „zazielenianie" biura oraz domów pracowników. Pracownicy w ramach akcji **sadzonki roślin dla każdego** co pewien czas pobierają sadzonki roślin, które rosną w biurach: w Gdańsku i we Wrocławiu. Rośliny przesadzane są do małych ekologicznych doniczek, a następnie udostępniane pracownikom, którzy mogą zabrać je do swoich domów lub do pokoi w biurach. Firma pokazuje, że małym nakładem środków może przyczynić się do zaaranżowania przyjaznej przestrzeni oraz poprawienia jakości powietrza. Z sadzonek może skorzystać każdy pracownik, niezależnie od tego, czy pracuje w biurze, czy w domu. Jest to jedno z wielopłaszczyznowych działań edukacyjnych, które ma na celu zaangażowanie kolegów i koleżanek w tematy związane z dbaniem o zdrowie i lepsze samopoczucie, wpisujące się w trend zrównoważonego rozwoju.

742

Polski Koncern Naftowy ORLEN realizuje program **ORLEN Pasja** w odpowiedzi na potrzeby pracowników chcących realizować i rozwijać swoje hobby oraz pozazawodowe zainteresowania. Pracownicy zyskują dodatkowe środki finansowe lub rzeczowe na realizowanie takich aktywności, jak: uczestnictwo w zawodach sportowych, udział w projektach kulturalno-naukowych, uczestnictwo w wystawach fotograficznych, plastycznych i rękodzieł, publikacje, udział w projektach o charakterze historycznym, kulturalnym i edukacyjnym oraz inne – przynoszące potencjalne korzyści wizerunkowe i wpisujące się w wartości firmy.

11355

Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia w ramach wewnętrznej **Kampanii Ja też** prowadzi działania informacyjne o programie benefitów dla pracowników z niepełnosprawnościami. Firma m.in. dofinansowuje leczenie, rehabilitację oraz zakup leków związanych z niepełnosprawnością, zapewnia dodatkowe 2 dni urlopu czy konsultacje ze specjalistami. W tym roku, w odpowiedzi na potrzeby beneficjentów, firma zdecydowała się podwoić kwotę dofinansowania i dodatkowo zapewnić bezpłatne wizyty u psychologa. Program realizowany jest przy współpracy z Fundacją Integralia i Centrum Pomocy Osobom Poszkodowanym. Celem programu jest podniesienie świadomości menadżerów i pracowników na temat obecności w pracy osób z niepełnosprawnością, ich praw i potrzeb, budowanie kompetencji menadżerskich w zarządzaniu różnorodnością oraz zmobilizowanie osób z niepełnosprawnością do profilaktyki. W 2022 r. firma zatrudniała 100 osób z niepełnosprawnością.

2800

ZDROWIE PRACOWNIKÓW

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne **wspiera inicjatywy sportowe pracowników**. Dofinansowuje karty multisport (dostępna dla wszystkich i w ok. 90% finansowana przez pracodawcę) oraz inne inicjatywy sportowe, np. wynajem boiska dla drużyny piłki nożnej, aktywności związane z grą w petanque, zwraca też koszty pakietów startowych dla członków drużyny biegowej „Anpharm Run Team". Firma współfinansuje zakup akcesoriów i sprzętu niezbędnego do rozwijania poszczególnych dyscyplin sportowych. Dodatkowo, z inicjatywy drużyny biegowej, Anpharm przekazuje pieniądze na akcje charytatywne za „wybiegane kilometry" członków

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Run Team. Każdy pokonany kilometr to 10 zł na cele charytatywne. W 2022 r. łącznie zebrano ponad 4000 zł. W ramach wellbeingu firma Anpharm troszczy się o pracowników w różnych aspektach, nie tylko oferując im benefity. Odpowiada też na ich potrzeby rozwijania swoich pasji oraz integracji zespołowej poza godzinami pracy, współfinansując inicjatywy sportowe oraz wspierając drużyny firmowe. Sport pozytywnie wpływa na samopoczucie, co niewątpliwie korzystnie wpływa na zdrowie i jest elementem profilaktyki zdrowotnej.

250

Firma **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** w 2022 r. zorganizowała 2 **akcje profilaktyczno-zdrowotne dla pracowników**. Jedna z nich odbyła się w październiku – w miesiącu świadomości kobiecych nowotworów. W recepcji utworzono „różowe stoisko" z plakatami oraz komunikacją na ekranie zachęcającą do badań profilaktycznych. Każda pracownica otrzymała voucher na darmowe badanie CA 15-3 (marker raka piersi). Większość pań tego dnia ubrana była na różowo, a wszystkim pracowników rozdawano babeczki z różową wstążką. Podobną akcję zorganizowano w listopadzie. Było stoisko z plakatami, babeczkami, koszulkami z wąsem oraz hasłem akcji „Nie rób jaj – badaj się", a panowie otrzymali darmowe vouchery na badanie PSA. Firma Anpharm, jako firma farmaceutyczna, promuje zdrowy styl życia oraz badania profilaktyczne jako 2 najważniejsze działania prewencyjne zapobiegające chorobom. Co roku stara się organizować darmowe badania dla swoich pracowników oraz kampanie prozdrowotne podnoszące świadomość zagrożeń, jakie niesie za sobą brak profilaktyki. Tym samym włącza w to swoich pracowników, promując dobre zdrowie i jakość życia.

250

AVON COSMETICS POLSKA wdrożył **Politykę Wsparcia Menopauzalnego**, której celem jest m.in. tworzenie pozytywnego środowiska pracy i przestrzeni na rozmowy o własnych doświadczeniach, a także dostarczenie wartościowych informacji w tym obszarze. Osoba doświadczająca objawów menopauzy, perimenopauzy lub okresu przed menopauzą może skorzystać z udogodnień, m.in. z: elastycznego czasu pracy, indywidualnego rozkładu czasu pracy, wyjścia prywatnego do odpracowania w okresie rozliczeniowym, pracy zdalnej w zwiększonej częstotliwości. Każda osoba w ramach przyjętej polityki ma również możliwość skorzystania z jednorazowego dodatkowego urlopu menopauzalnego w wymiarze do 5 dni roboczych. Taki urlop przysługuje automatycznie kobietom w wieku 45–55 lat jako wsparcie w dni niezdolności do pracy z powodu objawów okołomenopauzalnych lub menopauzalnych. Z urlopu menopauzalnego może skorzystać także osoba w innym wieku, musi jednak mieć zaświadczenie lekarskie wskazujące na wystąpienie menopauzy, perimenopauzy i ich objawów.

600

W listopadzie 2020 r. **AVON COSMETICS POLSKA** uruchomił **Protokół Antyprzemocowy**, jako wyraz wsparcia kadry doświadczającej przemocy. Wprowadzenie protokołu ma na celu ochronę głównie kobiet, ale także mężczyzn, których dotknął problem przemocy lub wynikającej z niej dyskryminacji. Przemoc jest rozumiana nie tylko jako fizyczna napaść, ale też psychiczna, ekonomiczna czy seksualna. W ramach protokołu Avon zapewnia swoim pracownikom szkolenia pomagające zwiększać ich świadomość na temat problemu przemocy. Osoby doświadczające przemocy mogą liczyć na bezpośrednie wsparcie – kontakt z fundacją w celu zapewnienia profesjonalnej pomocy oraz dodatkowe dni wolne. W Avon powołani są ambasadorzy, którzy – po uprzednim przeszkoleniu – są do dyspozycji pracowników doświadczający przemocy lub znający osoby jej doświadczające. Protokół jest elementem realizacji kampanii Avon Kontra Przemoc, która działa od 15 lat, i w ramach której firma współpracuje z partnerami – Niebieską Linią i Fundacją Feminoteką. Od początku istnienia kampanii Avon przekazało już 3,5 mln zł na rzecz bezpieczeństwa kobiet.

600

W ramach troski o zdrowie kadry w firmie **Avon Operations Polska** zorganizowano **kampanię Avon Kontra Rak Piersi** i **Movember**, w ramach której przeprowadzono **szczepienia i inne działania**. W 2022 r. wraz z Fundacją Rak'n'Roll zorganizowano warsztaty poświęcone profilaktyce. Uczestnicy dowiedzieli się, jak lepiej dbać o siebie i prawidłowo przeprowadzić samobadanie piersi i jąder. W firmie co roku prowadzone są też szczepienia na grypę. Ponadto w 2021 r. i na początku 2022 r. firma zorganizowała w fabryce szczepienia na COVID-19. Zapisać mogli się chętni pracownicy Avon i partnerów biznesowych Avon Garwolin.

1000

W 2022 r. **Biofarm** w ramach **dbania o zdrowie pracowników** zorganizował badania mammograficzne i cytologiczne, a także webinar Dzień Zdrowia o tym, jakie badania profilaktyczne warto wykonać. Na spotkaniu zachęcano zespół do zdrowego żywienia i udziału w zawodach sportowych, takich jak Niebieska Fala, Bieg Lwa w Tarnowie Podgórnym, Poland Business Run i Bieg Niepodległości, aktywnego wypoczynku z dziećmi oraz badania poziomu witaminy D.

500

W ramach **#WellBe – programu wellbeingowego** realizowane są wydarzenia mające na celu promocję zdrowych nawyków, m.in. cotygodniowe masaże, z których korzystać może każdy pracownik **BNP Paribas Real Estate Poland** po zapisaniu się przez dedykowaną tej inicjatywie platformę. Innym elementem programu są „Środy pełne zdrowia", zachęcające do zmiany lub poprawy nawyków żywieniowych. Firma zwraca też uwagę na kwestie związane ze zdrowiem psychicznym i umożliwiła każdemu pracownikowi indywidualne spotkania z psychologiem. We wszystkich inicjatywach w ramach #WellBe wzięło udział prawie 90% pracowników.

160

W październiku i listopadzie 2022 r. firma **BNP Paribas Real Estate Poland** zorganizowała cykl webinarów dla pracowników poświęconych profilaktyce w chorobach nowotworowych. Każde spotkanie przygotowane w ramach **prozdrowotnej jesieni: Różowy Październik** i **Movember** dotyczyło innego zagadnienia związanego bezpośrednio ze zdrowiem kobiet lub mężczyzn. Uczestnicy spotkań poznawali fakty na temat raka szyjki macicy oraz raka piersi, mogli także zobaczyć prawidłowy i efektywny sposób na samobadanie. Inne spotkania zostały poświęcone nowotworowi jądra i gruczołu krokowego. Warsztaty skupiały się na dyskusji związanej z odpowiednią dietą, zapobieganiu stresowi oraz innymi czynnikami wpływającymi na zdrowie mężczyzn. W warsztatach udział wzięło ponad 100 osób.

160

Celem **cyklu webinarów Zdrowie psychiczne w obliczu kryzysów społecznych**, które odbyły się w firmie **BNP Paribas Real Estate Poland** wiosną 2022 r., było zmierzenie się z trudnymi emocjami i towarzyszącym im stresem związanymi z kryzysami społecznymi i geopolitycznymi. Podczas spotkań kadra firmy poznała procesy myślowe prowadzące do silnego stresu, reakcje organizmu, a także potencjalne konsekwencje przewlekłego stresu. Prowadzący przedstawił uczestnikom sposoby na radzenie sobie z silnymi emocjami, które można stosować samodzielnie, oraz wskazał miejsca oraz specjalistów, do których można zgłosić się po pomoc. Uczestnicy mogli zadawać pytania dotyczące indywidualnych kwestii i przypadków, a po każdym ze spotkań udostępnione zostały materiały informacyjne ze szczegółami zagadnień omawianych podczas webinaru. W spotkaniach łącznie wzięło udział prawie 100 osób.

160

W 2022 **Budimex** uruchomił telefoniczny **dyżur psychologiczny dla pracowników**. Stałe dyżury telefoniczne dla pracowników prowadzi dwa razy w tygodniu psycholog psychoterapeuta. Wsparcie psychologiczne i psychoterapeutyczne obejmuje: wypalenie zawodowe, rozwój osobisty, problemy w relacjach interpersonalnych, trudności/dyskomfort w komunikacji, w nawiązywaniu i utrzymywaniu satysfakcjonujących relacji z ważnymi osobami, trudności w codziennym radzeniu sobie ze stresem, depresja, interwencje kryzysowe i wiele innych. Każdy pracownik, który mierzysz się choć z jednym z wymienionych problemów lub ma poczucie, że potrzebujesz wsparcia może anonimowo skorzystać ze wsparcia psychologa. Celem tej praktyki jest wsparcie psychologiczne pracowników oraz zwrócenie uwagi na zdrowie psychiczne.

8000

Chcąc zapewnić pracowniczkom dostęp do niezbędnych środków higieny osobistej, a także zwrócić uwagę na problem ubóstwa menstruacyjnego, które dotyka co czwartą kobietę na świecie, firma **Business Support Solution** umieściła w toaletach **Skrzyneczki na wszelki wypadek**. Akcja trwa w Spółce nieprzerwanie od 2021 r. i będzie kontynuowana. Działania zostały pozytywnie odebrane przez pracowników.

400

Chcąc budować zdrowe nawyki wśród Pracowników i zachęcić ich do aktywności fizycznej firma **Business Support Solution** zorganizowała wyzwanie sportowe **Chodźmy na dwór**. WHO informuje, że zdrowe osoby powinny dziennie wykonywać około 6-8 tysięcy kroków, pracownicy mieli więc za zadanie liczyć wykonane kroki każdego dnia oraz zmienić samochód na rower dojeżdżając do pracy. Każdy z Pracowników, który codziennie przeszedł więcej niż 8 000 kroków i/lub przyjechał do pracy rowerem otrzymywał punkty, które potem mógł wymienić na nagrody – gadżety sportowe. W wyzwaniu sportowym udział wziął co czwarty Pracownik, co okazało się dużym sukcesem i jest przesłanką do powtórzenia akcji. Akcja trwała przez całe lato dzięki czemu możliwe było zbudowanie trwałych nawyków. Część uczestników wyzwania zamieniła całkowicie samochód na rower, a część zmotywowana jest do dalszej aktywności fizycznej.

400

Praca przy komputerze determinuje pozycję siedzącą, co w dłuższej perspektywie mocno obciąża kręgosłup, mięśnie zaś są utrzymywane w stanie długotrwałego napięcia. Przeciwstawiając się siedzącemu trybowi życia, **Business Support Solution**, w ramach akcji **Zdrowy kręgosłup** zorganizowała w biurze zajęcia z jogi, z których mogli skorzystać wszyscy pracownicy. Joga korzystnie wpływa na kręgosłup, umożliwiając zachowanie zdrowych pleców i postawy, rozciąga mięśnie i ścięgna, wzmacnia stawy. Dodatkowo pracownicy BSS mieli możliwość zapisania się na masaż – trzydziestominutowy zabieg, który przeprowadzał doświadczony fizjoterapeuta. Celem inicjatywy było budowanie zdrowych nawyków wśród Pracowników i uświadomienie Im jak ważne jest dbanie o prawidłową postawę i aktywność fizyczną przy siedzącym trybie pracy i życia.

400

Kierunek Zdrowie to projekt prowadzony przez **Business Support Solution** od roku 2020. Zakłada on dostęp do specjalistycznej wiedzy z zakresu zdrowia i możliwość udziału w bezpłatnych spotkaniach ze specjalistami z dziedziny profilaktyki zdrowotnej. Wszystko po to, aby świadomie i konsekwentnie dbać o siebie i swoich bliskich. Spółka zaprosiła też Pracowników do skorzystania z możliwości zaszczepienia siebie i swoich rodzin przeciw grypie w siedzibie firmy. Celem projektu jest budowanie świadomości znaczenia profilaktyki zdrowotnej i umożliwienie dostępu do wiedzy medycznej. W ramach programu, pracownicy Spółki wzięli udział w webinarach dot. m.in. profilaktyki onkologicznej i po 40

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

roku życia, depresji sezonowej czy wpływu aktywności fizycznej na zdrowie. Spotkania cieszyły się dużą frekwencją, a osobom nieobecnym udostępniane były nagrania.

400

Capgemini Polska stworzyło podcast, w którym prowadząca, wspólnie z gośćmi (ekspertami i ekspertkami wewnętrznymi, zewnętrznymi oraz osobami zatrudnionymi w Capgemini) omawia tematy związane z wellbeingiem. W odcinkach omawiane są zagadnienia związane z wellbeingiem fizycznym, mentalnym, społecznym, intelektualnym oraz finansowym. Celem jest budowanie świadomości osób zatrudnionych w zakresie wyzwań, które pojawiły się lub w końcu doszły do głosu w środowisku zawodowym po pandemii. Stałe budowanie rozpoznawalności podcastu, jeszcze w trakcie trwania pierwszego sezonu przyniosło ponad 200 odsłuchań na odcinek. **Edukacja w obszarze wellbeingu** osób zatrudnionych w Capgemini to jeden z filarów strategii wellbeingowej przyjętej w firmie.

12000

CD PROJEKT zorganizował cykl webinarów prowadzonych przez osoby eksperckie z SWPS. Celem cyklu jest wsparcie zatrudnionych w pogodzeniu się ze skutkami trudnych sytuacji i zarządzaniu wpływem, jaki wywierają one na mózg. Podczas spotkań omawiano, jak warto **zadbać o swój umysł** oraz rozwijać się w życiu prywatnym i zawodowym. Wykłady online odbywały się raz w miesiącu po polsku i po angielsku, a w późniejszym terminie dostępne były nagrania. O tym, jaki temat zostanie zrealizowany, decydowali pracownicy przez głosowanie. Średnio odbiorcami jednego tematu było ok. 20–30% wszystkich zatrudnionych.

1300

W październiku i listopadzie 2022 r. **CD PROJEKT** zorganizował **Kampanię Profilaktyki Nowotworów**. Pracownicy mogli wykonać w biurach CD PROJEKT badania krwi oraz USG wybranego narządu. Kampanii towarzyszyło hasło „Przebadajmy się razem!". Zorganizowano również warsztaty poświęcone tematyce efektywnego samodzielnego wykrywania zmian nowotworowych z wykorzystaniem fantomów. Wydarzeniem towarzyszącym był konkurs na najbardziej kreatywny zarost (nawiązujący do akcji Movember). W 2022 r. w ramach kampanii wykonano ponad 380 badań krwi oraz blisko 450 badań USG.

1300

Firma **Cellnex Poland** zainicjowała przeprowadzany corocznie **Miesiąc Dobrostanu** dla pracowników, podczas którego organizowane są liczne webinary oraz warsztaty poświęcone tematyce związanej z uważnością, organizacją czasu pracy, stresem, wypaleniem zawodowym, snem i higieną emocjonalną. Dodatkowo, w ramach poszerzania wiedzy w obszarze dobrostanu, pracownicy otrzymują e-mailowo linki do artykułów, quizów i materiałów edukacyjnych. Grupa Cellnex na swojej polskiej platformie intranetowej udostępnia nagrania ze wszystkich webinarów i szkoleń przeprowadzanych w ramach Miesiąca Dobrostanu. W webinarach brało udział średnio 170 osób.

500

Na podstawie przeprowadzonej ankiety firma **CEMEX Polska** określiła, co zostało zrobione w zakresie wellbeingu, a co warto jeszcze udoskonalić. Opracowano i rozpoczęto wdrażanie nowej **strategii zdrowia – Model Wellbeing**, który oferuje zbiór zasobów pozwalających lepiej zarządzać zdrowiem fizycznym i emocjonalnym, finansami oraz doświadczeniem pracownika. Jako priorytetowe zostały wdrożone: działania z zakresu zdrowia psychicznego, szkolenia i konsultacje z psychologiem, program antynikotynowy, profilaktyka onkologiczna, kampania Twój zdrowy ruch, promująca aktywny tryb życia i zapobieganie dolegliwościom mięśniowo-szkieletowym, kampanie z CardiO, mające na celu edukację i zapobieganie chorobom układu sercowo-naczyniowego, oraz Dni Zdrowia, na których była możliwość wykonania profilaktycznych badań analizujących stan zdrowia i konsultacji ze specjalistami. W 2022 r. uzyskano mniejszy wskaźnik absencji chorobowej niż w poprzednim roku.

1000

W ramach **bezpłatnych badań USG dla pracowników** w ciągu 3 dni w 2 różnych lokalizacjach **Ceramiki Paradyż** 256 osób w czasie pracy skorzystało z profilaktyki onkologicznej. Firma umożliwiła badania, bez żadnego kryterium, aby zwiększać świadomość w zakresie profilaktyki. Osoby, które zapisały się na kontrolę stanu zdrowia, mogły przebadać ultrasonograficznie: jamę brzuszną, sutek, tarczycę oraz prostatę przez powłoki brzuszne. Inicjatywa odbywa się cyklicznie. Celem ostatniej edycji było umożliwienie skontrolowania stanu zdrowia minimum 15% załogi. Dzięki dobrej organizacji badań udało się osiągnąć wynik na poziomie ok. 20%. W przypadku kilku osób wykryto zmiany wymagające dalszej diagnostyki oraz kontroli.

1300

Firma **C&F** umożliwiła swoim pracownikom i współpracownikom refundację startów w imprezach biegowych, zarówno indywidualnie, jak i zespołowo w ramach **C&F Running Team**. Firma zatrudniła profesjonalnego trenera, który prowadzi zajęcia biegowe dla wszystkich chętnych, bez względu na poziom ich zaawansowania. Zajęcia są prowadzone raz w tygodniu. Celem firmy było zadbanie o zdrowie pracowników i ich dobre samopoczucie, stworzenie możliwości wspólnej integracji, przygotowanie do startów w imprezach biegowych i promowanie zdrowego stylu życia wśród wszystkich pracowników.

420

Firma **CFE Polska** we współpracy z Activy przeprowadziła akcję charytatywną **CFE Active Challenge 2022**. To już druga edycja gry społecznościowej, w której drużyny pracownicze za pomocą aplikacji brały udział w wyzwaniu sportowym

i poprzez różne aktywności sportowe realizowane w dowolnym miejscu i czasie zbierały punkty w rankingu grupowym i indywidualnym. Każdy kilometr był przeliczany na pieniądze zbierane na wybrany przez zwycięzcę całej edycji cel charytatywny. Akcja realizowana jest na rzecz propagowania zdrowego stylu życia wśród pracowników oraz ochrony środowiska poprzez redukcję CO_2. W wyzwaniu CFE Active Challenge 2022 wystartowało 17 drużyn i 127 zawodników, którzy pokonali ponad 33 tys. km. Łącznie zebrano na cele charytatywne 34 806 zł.

200

Firma **Clariter Poland** uruchomiła system **benefitów zdrowotnych**. Są to np. prywatna opieka zdrowotna pracowników i ich rodzin, a także dodatkowe ubezpieczenie na życie. Firma dofinansowuje także zakup okularów lub soczewek kontaktowych kwotą 500 zł raz na 2 lata. Z oferty dofinansowania okularów do tej pory skorzystały 3 osoby. Z dodatkowego ubezpieczenia skorzystały 4 osoby.

18

Clariter Poland zainicjowało **Dzień Wellness**, w ramach którego realizowany jest cykl wydarzeń dotyczących stylu życia, poprawy stanu zdrowia, satysfakcji z pracy lub BHP. W 2022 r. został zorganizowany webinar z psychologiem, na którym prezentowano skutki nadmiernego stresu oraz sposoby jego niwelowania. Dzięki aplikacji Teams pracownicy mogli aktywnie przetrenować niektóre techniki minimalizujące stres i jego skutki. Firma zaprosiła do swojej siedziby psycholożkę i trenerkę biznesu, która poprowadziła warsztaty uświadamiające źródła stresu oraz sposoby jego eliminacji. W biurze cały dzień dostępny był bar z sokami. Na spotkanie zostali zaproszeni masażyści. Każdy pracownik mógł skorzystać z masażu. Udział w Dniu Wellness był dobrowolny. Uczestniczyli w nim wszyscy pracownicy, zarówno podczas działań online, jak i wydarzeń mających miejsce w siedzibie firmy.

18

W ramach **wellbeingu** firma **Credit Suisse Poland** zaoferowała swojej kadrze różnorodne wydarzenia i spotkania z ekspertami, m.in. dotyczące wzmacniania dobrostanu, profilaktyki zdrowia fizycznego i psychicznego, tworzenia środowiska pracy przyjaznego pracownikom. W odpowiedzi na potrzeby zdiagnozowane za pomocą ankiety wypełnianej przez pracowników wprowadzono Wellbeing Choice Day, czyli jeden dodatkowy dzień wolny w roku kalendarzowym, który przysługuje każdemu pracownikowi. Można go wykorzystać w dowolnym terminie na aktywności poprawiające samopoczucie. W 2022 r. z Wellbeing Choice Day skorzystało ponad 3300 osób.

5000

Eksperci działu HR Business Development **DB CARGO POLSKA** zorganizowali i przeprowadzili, w oparciu o autorski program, **otwarte spotkania dla pracowników – Jak radzić sobie w trudnych sytuacjach?**. Mogli w nich uczestniczyć i zadawać pytania prowadzącym wszyscy pracownicy. Inicjatywa miała na celu zadbanie o dobrostan psychiczny pracowników w trudnych sytuacjach. W spotkaniach wzięło udział ok. 300 osób. Firma jest otwarta na wspieranie innych problemów związanych ze zdrowiem psychicznym w przyszłości.

2800

W listopadzie 2022 r. w 13 magazynach logistycznych **DB Schenker** odbyła się akcja pod hasłem: **Zrób to dla jaj – Movember w magazynach DB Schenker**. W placówkach logistyki magazynowej, w specjalnie przygotowanych przestrzeniach, zorganizowane zostały badania USG jąder oraz poziomu antygenu PSA we krwi, prowadzone przez zespół medyków. Wszystko odbyło się pod kątem profilaktyki nowotworów jąder i prostaty. Przebadano 230 mężczyzn, a łączny czas badań to 62,5 h. Wytypowano 35 osób do dalszej kontroli i zdiagnozowano 2 przypadki z podejrzeniem zmian nowotworowych. Przez cały listopad firma zachęcała pracowników do rozmów na temat profilaktyki nowotworowej.

2300

Wellbeing dentsu to szereg inicjatyw skierowanych do pracowników **dentsu Polska**, związanych z szeroko pojętym zdrowiem. W ramach programu w 2022 r. pracownicy otrzymali 3 dodatkowe wolne, płatne dni oraz dostęp do holistycznej platformy Mindgram z warsztatami, strefą Self Care, czatami ze specjalistami oraz 6 indywidualnymi sesjami z terapeutą. Firma organizowała regularne wydarzenia w biurze, obejmujące przygotowywanie świeżo wyciskanych soków, wykłady dietetyka, konsultacje, masaże, owoce i tematyczne webinary.

800

W ramach obchodów akcji **Różowy Movember 2022** firma **Egis Polska** zorganizowała wewnętrzną kampanię informacyjną dla kobiet na temat profilaktyki kobiecych chorób nowotworowych wraz ze wsparciem Fundacji Kochasz Dopilnuj, oraz dla mężczyzn na temat męskich chorób nowotworowych – panowie zapuszczali wąsy na znak solidarności. Odbyło się spotkanie pracowników biura w Łazienkach Królewskich w Warszawie – spacer pod hasłem „Parasol noś i przy pogodzie – PROFILAKTYCZNIE". Pracownicy mogli też sprawdzić swoją wiedzę na temat raka piersi, jądra i prostaty, wykonując autorski quiz e-learninowy typu Monopoly.

250

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Z myślą o zdrowiu pracowników firma **Emitel** prowadziła wśród swojej kadry akcję edukacyjną o aktywności fizycznej **w ramach kampanii „Październik miesiącem zdrowia"**. Pracowników zachęcano do dzielenia się informacjami, co robią dla swojego zdrowia – na portalu internetowym mogli zamieszczać zdjęcia ze swoimi sposobami na aktywne życie. Włączając się do akcji, pracownicy wspierali cel charytatywny – profilaktykę antyrakową. Finałem kampanii było webinarium o profilaktyce zdrowia.

450

Program wellbeingowy dla pracowników – Be Well At EFL jest realizowany w 4 kluczowych obszarach: EFL my place, EFL my passion, EFL my responsibility, EFL my family. Jest skierowany do kadry **Europejskiego Funduszu Leasingowego**. Przygotowano go we współpracy z ekspertami wellbeingu, sportu i zdrowego stylu życia. Celem programu jest integracja, włączanie i wsparcie pracowników w obszarze zdrowia oraz budowania dobrych relacji, zarówno w pracy, jak i w rodzinie. W ramach programu pracownicy regularnie korzystają m.in. z aktywności sportowych, szkoleń i webinarów dotyczących zdrowia, spotkań integracyjnych. W 2022 r. w różnych inicjatywach programu wellbeingowego wzięło udział ponad 4700 uczestników. Firma planuje kontynuować działania wellbeingowe w kolejnych latach.

409

Exorigo-Upos zachęca swoich pracowników i motywuje do aktywności fizycznej, jak również do rozwijania swoich pasji sportowych. Dlatego od lat pracownicy firmy tworzą grupy i **sekcje sportowe**, biorąc udział w zlotach rowerowych, maratonach biegowych czy regularnych rozgrywkach siatkarskich. W stałych aktywnościach grup i sekcji sportowych bierze udział ponad 80 pracowników, co stanowi 10% załogi Exorigo: 30 osób w sekcji rowerowej, 33 osoby w sekcji biegowej, 20 osób w sekcji siatkarskiej.

800

Celem **akcji Eko & Fit** jest motywowanie pracowników firmy **Gdańsk Transport Company** do aktywności fizycznej oraz rezygnacji z przyjeżdżania do pracy autem i wybierania do tego innych środków transportu – komunikacji miejskiej czy roweru. W 2022 r. akcja trwała 19 tygodni, odbywała się od 21 maja do 30 września. Każdy pracowników miał do wyboru 5 aktywności. Podstawowe założenie to realizacja minimum 2 dowolnych aktywności na tydzień lub 36 aktywności przez cały czas trwania akcji. Po zrealizowaniu przez pracowników założonego pułapu aktywności firma przekazała 10 tys. zł na wskazane przez pracowników akcje charytatywne. Kadra łącznie przejechała na rowerze i przeszła pieszo 1545 km.

8

Grupa Amica uruchomiła inicjatywę związaną z ochroną zdrowia pod nazwą **Program AmiCare – Strefa zdrowia i relaksu**. W jej ramach przygotowano ofertę badań medycznych dla pracowników, a na stronie wewnętrznej sieci Intranet Plus stworzono specjalną zakładkę. Treści zamieszczone w zakładce wspierają pracowników w poszerzaniu świadomości dotyczącej zdrowia fizycznego i psychicznego oraz pomagają im skutecznie kształtować zdrowe nawyki (w różnych dziedzinach naszego życia, takich jak m.in.: profilaktyka zdrowotna, odżywianie, aktywność fizyczna, higiena pracy). W 2022 r. zaoferowano pracownikom Grupy Amica szczegółowe badania kardiologiczne na terenie firmy, w których wzięło udział ponad 70 pracowników, warsztaty onkologiczne dotyczące raka piersi oraz raka szyjki macicy, badania cytologiczne we współpracy z Kwiatem Kobiecości, w których wzięło udział ponad 90 kobiet, oraz badania mammograficzne, w których wzięło udział około 200 kobiet. W ramach wsparcia psychologicznego firma oferuje bezpłatne, anonimowe konsultacje w gabinetach psychologicznych oraz online.

3100

Od 2021 r. **Grupa ANG** uczestniczy w akcji **Dzień na U**, którą zainicjowała Fundacja Rak'n'Roll Wygraj Życie. Akcja polega na zachęceniu pracowników do wykonania profilaktycznych badań przez zaoferowanie im płatnego dnia wolnego na badania. Celem firmy było przede wszystkim działanie edukacyjne – uświadomienie, jak ważne są badania profilaktyczne: USG piersi, prostaty, morfologia, kontrola znamion itd. O akcji firma komunikowała zarówno w intranecie, jak i podczas cyklicznych spotkań. W 2022 r. z Dnia na U, czyli wolnego, płatnego dnia na badania, w centrali Grupy ANG skorzystały 22 osoby.

1000

Misja Profilaktyka to cykliczny projekt **Grupy Enea**, mający na celu zwiększenie świadomości profilaktyki zdrowotnej wśród pracowników i ich bliskich. W ramach projektu realizowane są bezpłatne webinary, badania lub spotkania ze specjalistami. Tegoroczna edycja projektu poświęcona była profilaktyce wzroku. Podczas 2 dni pracownicy mogli skorzystać z bezpłatnych badań wzrokowych, obejmujących m.in. akomodację, związaną z dostosowywanie się oka do patrzenia na przedmioty znajdujące się w różnych odległościach. Pracownicy uczestniczyli również w spotkaniu online z lekarzami, którzy przedstawili zasady profilaktyki i higieny wzroku oraz propozycje ćwiczeń. Realizując przedstawione działania, Grupa Enea dba o swoich pracowników, członków ich rodzin oraz lokalne społeczności. Profilaktyka zdrowia jest tematem zaniedbywanym, który jest istotny zarówno dla pracowników, jak i pracodawcy.

17480

Akcja **miesiąc zdrowia Trzymaj Formę** organizowana w placówkach **Grupy Schiever w Polsce** ma na celu promowanie zdrowego stylu życia i profilaktyki zdrowotnej. Pełni funkcję edukacyjną i informacyjną, prowokuje również dyskusje między pracownikami dotyczące zdrowych nawyków i zachęca ich do angażowania się w działania prozdrowotne. W inicjatywę zostało zaangażowanych 11 placówek, pracownicy wypełnili 144 quizów tematycznych, a do konkursu finałowego zostało nadesłanych 157 zgłoszeń.

1100

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Firma **GXO** przeprowadziła 2 akcje profilaktyki zdrowia: **Różowy październik** skierowany do kobiet oraz **Movember** skierowany do mężczyzn. Działanie miało na celu budowanie świadomości znaczenia profilaktyki w zapobieganiu chorobom onkologicznym. Komunikacja skierowana do kobiet miała miejsce już rok wcześniej. Po jej przeprowadzeniu mężczyźni zwrócili się z prośbą o przygotowanie podobnej inicjatywy także dla nich. W akcji dla kobiet wykorzystano plakaty nawiązujące do kampanii firmy Avon, klienta GXO, pt. „Normalne, że ich dotykam", zachęcające do badań. Natomiast mężczyzn poproszono, aby zapuścili wąsy i przysyłali swoje zdjęcia – zamieszczone na plakacie, przyciągały uwagę do treści edukacyjnych opracowanych przez firmę Lux Med. Obydwa działania pozwoliły zrealizować strategię ESG opartą na wartościach: pozytywny wpływ na ludzi oraz różnorodność i inkluzywność. Podczas trwania akcji kobiety ubierały się na różowo i fotografowały z plakatem akcji, a potem publikowały posty na wewnętrznym komunikatorze Workplace. Inicjatywa będzie kontynuowana, szczególnie w obszarze dla mężczyzn. Trudności w przekonaniu ich do udziału w badaniach pokazują, że jest bardzo potrzebna. Dzięki podniesieniu świadomości kilku mężczyzn przyznało, że po raz pierwszy skorzystali z badań profilaktycznych pod kątem chorób onkologicznych.

1500

Hewlett Packard Enterprise Global Business Center od 2017 r. realizuje co roku 2 edycje warsztatów dla pracowników, dedykowane temu obszarowi, pod nazwą **Dni Zdrowia**. W ramach programu w latach 2017–2021 pracownicy mogli uczestniczyć w sesjach poświęconych diecie i zdrowemu odżywianiu i odporności, odbywały się także zajęcia praktyczne dotyczące utrzymania właściwej postawy ciała i zdrowego kręgosłupa. W 2022 r. program zrealizowany został w blokach tematycznych: „Zdrowe ciało i umysł" oraz „Zdrowy wygląd i otoczenie". W obu edycjach „Dni Zdrowia" w 2022 r. odbyło się 20 różnych pod względem tematycznym warsztatów, na które łącznie zarejestrowało się ponad 2500 osób.

1000

Od 2016 r. **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** organizuje cyklicznie kampanię **Siła Prewencji: Różowy Październik** na rzecz świadomości nowotworowej i zachęcania pracowników do regularnych badań. Firma dysponuje zasobami, które pomagają pracownikom i ich najbliższym w pozyskaniu informacji i poddaniu się badaniom przesiewowym, radzeniu sobie z diagnozą lub opiece nad ukochaną osobą. W 2022 r. w ramach dodatkowych działań lokalnych kampanii zorganizowane zostały 3 warsztaty dla pracowników, podczas których mogli dowiedzieć się o prewencji i diagnostyce nowotworowej, samobadaniu czy czynnikach zwiększających ryzyko zachorowania W 2022 r. w sesjach w programie uczestniczyło ponad 500 pracowników.

1000

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 dużej puli specjalistów oraz badań diagnostycznych czy laboratoryjnych. Z pakietów korzysta 90% załogi.

48

Employee Assistance Programme to kompleksowy program wsparcia pracowników **HSBC Service Delivery Polska** w zakresie zdrowia psychicznego, zdrowia fizycznego, bezpieczeństwa finansowego i bezpieczeństwa socjalnego. W ramach programu odbywają się cykliczne webinary z ekspertami na temat m.in. zdrowia psychicznego, życia rodzinnego, stresu, motywacji czy aspektów prawnych, prowadzona jest platforma online z treściami wellbeing oraz dedykowana linia wsparcia. Pracownicy mogą skontaktować się telefonicznie lub na czacie z niezależnymi ekspertami w sprawach związanych z problemami psychicznymi, emocjonalnymi, rodzinnymi, prawnymi czy społecznymi i otrzymać profesjonalną oraz bezpłatną pomoc.

4350

Sesje **Mindfulness** to element programu promującego znaczenie zdrowia psychicznego wśród pracowników **HSBC Service Delivery Polska**. Celem regularnych sesji jest poprawa samopoczucia, pomoc w znalezieniu poczucia spokoju i kontroli nad tym, co dzieje się dookoła – zarówno w sferze zawodowej, jak i prywatnej. HSBC prowadzi sesje Mindfulness w kilku językach, uczestniczy w nich łącznie ponad 200 pracowników. Mindfulness jest częścią szerokiego wachlarza świadczeń i form wsparcia zdrowia psychicznego pracowników HSBC. Uczestnicy sesji Mindfulness deklarują w ankietach lepsze samopoczucie i odnotowują poprawę work-life balance. Sesje Mindfulness przyczyniły się do wzmocnienia odporność („resilience") pracowników HSBC na negatywne skutki przedłużonej pracy zdalnej czy niepewności wynikającej m.in. z wojny w Ukrainie.

4350

Firma **HSBC Service Delivery Polska** uruchomiła **program wsparcia pracowników w czasie wojny w Ukrainie**. W ramach kompleksowego rozwiązania pracownicy otrzymali dostęp do 2 całodobowych, anonimowych i bezpłatnych linii pomocy psychologicznej prowadzonej przez zewnętrznych ekspertów. Zatrudnieni mogli także skorzystać z porad prawnych. Ponadto mogli uczestniczyć w spotkaniach z psychologami, prawnikami i innymi specjalistami radzącymi, jak odnaleźć się w nowej sytuacji, wesprzeć rodzinę, kolegów i uchodźców. Dostępne były poradniki wydane w związku z wojną w Ukrainie. Firma zaoferowała też pracownikom

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

wsparcie finansowe (bezzwrotne zapomogi) oraz dodatkowe dni wolnego (nawet do 2 miesięcy płatnego urlopu).

4350

ABC of Healthy Workplace Guidelines to inicjatywa, której celem jest promowanie zdrowego stylu życia oraz zdrowych nawyków związanych z pracą w **Infosys Poland**. Pandemia pokazała, że jednym z priorytetów firmy powinno być uczenie pracowników umiejętności zachowania balansu między pracą a życiem prywatnym, a zwłaszcza lepszego zarządzania czasem w pracy. W wyniku dyskusji dotyczącej największych trudności związanych z zarządzaniem czasem w dobie pracy zdalnej i hybrydowej został wypracowany zestaw wskazówek, które z założenia miałyby poprawić komfort pracy. Na ABC of Healthy Workplace Guidelines składają się takie zasady, jak m.in.: brak spotkań przed 9:00 rano i po 17:00 (dostosowanie godzin spotkań do godzin pracy danego zespołu), zakaz pracy na urlopie czy zwolnieniu, skrócenie wszystkich spotkań o 5 lub 10 min, brak spotkań w piątkowe popołudnie, brak spotkań między 12:00 a 13:00, w porze lunchu.

2500

W październiku 2019 r. **ING Bank Śląski** oddał pracownikom do użytkowania salę, która – w zależności od potrzeb – może być salą spotkań, kreatywną przestrzenią warsztatową lub salą ćwiczeń. Sprzęt sportowy oraz zajęcia fitness wspierają pracowników w dążeniu do utrzymania dobrej kondycji psychicznej i fizycznej, zachęcają ich także do profilaktyki schorzeń kręgosłupa, wynikających z długotrwałej pozycji siedzącej podczas pracy przy komputerze, oraz redukcji poziomu stresu i napięcia mięśniowego. W kwietniu pracownicy wrócili do regularnych zajęć na sali. **Mocodajnia** powstała w wyniku oddolnej inicjatywy pracowników, którzy poza pracą w firmie są również instruktorami i prowadzą zajęcia fitness, jogi, zdrowego kręgosłupa.

8500

W 2020 r. **ING Bank Śląski** zainicjował projekt związany ze **zdrowiem psychicznym pracowników banku**. Wprowadzono wtedy Pomarańczową Infolinię – anonimową i darmową linię wsparcia prowadzoną przez psychologów z poradni Harmonia. Od tego czasu konsekwentnie poszerzano ofertę z zakresu mental health: firma realizowała webinary i warsztaty dotyczące zdrowia psychicznego oraz doraźne wsparcie pracowników/zespołów w kryzysie. W październiku 2022 r. udostępniono pracownikom platformę Mindgram, która zapewnia nielimitowany dostęp do czatu z: terapeutą, psychologiem dziecięcym, terapueutą par, seksuologiem, coachem biznesu, psychodietetykiem i innymi specjalistami. ING zapewnia również darmowy dostęp do psychoterapii online poprzez platformę. Firmie zależy na tym, aby każdy pracownik miał bieżący dostęp do wsparcia psychologiczne wysokiej jakości. Aktualnie prawie 20% pracowników dołączyło do platformy Mindgram i aktywnie z niej korzysta – według danych z raportów statystycznych dostarczanych przez dostawcę. Inicjatywa to wpisuje się w cele strategiczne banku, jakimi są: zwiększenie kontroli pracowników nad czynnikami warunkującymi stan zdrowia i przez to jego poprawa oraz promowanie zdrowego i aktywnego stylu życia.

8500

ING Hubs Poland od lat prowadzi działania, które mają na celu poprawę dobrostanu pracowników. Należą do nich m.in. webinary z psychologiem, infolinia wsparcia psychologicznego, webinary finansowe, krótkie ćwiczenia w czasie pracy czy masaże w biurze i konsultacje z dietetykami.
W ramach **programu BeWell** firma współpracuje z wieloma ekspertami zewnętrznymi w dziedzinie wellbeingu, by dostarczać pracownikom najlepszą wiedzę w tym zakresie.

3000

Firma **InterKadra** zainicjowała praktykę polegającą na bezpłatnych sesjach **terapii manualnej** dostępnych raz w tygodniu dla każdego pracownika. Sesje te przeprowadza dyplomowany fizjoterapeuta z wieloletnim doświadczeniem. Zwiększająca się liczba chętnych na terapię oraz problemy zdrowotne wynikające z pracy siedzącej sprawiają, że w kolejnym roku praktyka będzie kontynuowana. Terapia manualna znacząco wpływa na poprawę stanu zdrowia oraz zadowolenia naszych pracowników.

214

Akademia Wellbeing Intrum – dbanie o dobrostan i zdrowie pracowników to projekt realizowany przez **Intrum**, mający na celu popularyzację wiedzy na temat wellbeingu przez grywalizację, udział pracowników w webinariach i warsztatach oraz udostępnianie treści edukacyjnych. W ramach akcji powstała m.in. platforma Intrum Zdrowie, zostały też przeprowadzone szkolenia z cyklu Happy Intrum. W projekcie wzięli udział wszyscy pracownicy (465 osób).

520

Postaw na Ruch to program wspierający aktywność fizyczną pracowników **Kompanii Piwowarskiej**, wpisujący się w działania zrównoważonego rozwoju firmy. Poprzez inicjowanie licznych sportowych aktywności, wyzwań na platformie Postaw na Ruch, które pracownicy mogą rejestrować za pomocą jednej z aplikacji GPS, firma zachęca ich do aktywności fizycznej i zdrowej rywalizacji oraz wsparcia celu charytatywnego. W tym roku po pokonaniu 400 tys. km przekazano darowiznę 20 tys. zł na kolejnych beneficjentów Fundacji Poland Business Run. Pracownicy mieli też okazję wziąć udział w charytatywnych celach kwartalnych i wesprzeć m.in. Ukrainę, organizację działającą na rzecz edukacji o cukrzycy, inicjatywy na rzecz klimatu. Liczba zarejestrowanych pracowników na platformie wyniosła 751, a liczba pokonanych kilometrów w wezwaniu charytatywnym wyniosła 400 tys. Poprzez działania firma wsparła 4 organizacje charytatywne kwotą 45 tys. zł.

2716

Żyjemy w świecie pełnym wyzwań, prywatnych i zawodowych, dlatego firma **KONE** wdrożyła **Program Wsparcia Pracowników**, by potrafili lepiej radzić sobie z wyzwaniami i zadbać o swój dobrostan. W ramach programu zarówno pracownicy, jak i ich rodziny mogą skorzystać z bezpłatnych porad w obszarze finansowym, psychologicznym i prawnym. Oprócz sesji doradztwa indywidualnego KONE wraz z partnerem programu zorganizowało cykl edukacyjnych webinarów. Jeden z nich odbył się z okazji Dnia Zdrowia Psychicznego i był poświęcony tematowi budowania odporności psychicznej, 2 pozostałe koncentrowały się na edukacji finansowej (zarządzaniu budżetem domowym i kredytach). Program jest wykupiony u dostawcy zewnętrznego, dlatego zachowana jest całkowita anonimowość tematów konsultowanych z doradcami. Ze statystyk, jakie firma otrzymuje od partnera programu, wynika, że pracownicy korzystają z konsultacji. Program jest również polecany pracownikom przez przełożonych, by w momencie, gdy potrzebne jest wsparcie, pamiętali o opcji bezpłatnego doradztwa. Uruchomienie programu to przekucie wartości firmy w praktykę, wsparcie jest bowiem jedną z wartości KONE.

500

W ramach programu **Wellbeing – dbamy o swój dobrostan** firma **KPMG w Polsce** udostępniła swoim pracownikom platformę Mindgram, na której przez całą dobę kadra ma dostęp do wsparcia psychologicznego oraz szerokie możliwości rozwoju osobistego. W ramach platformy organizowanych jest kilkadziesiąt sesji grupowych na żywo miesięcznie, skoncentrowanych na rozwoju osobistym i zawodowym, działają także indywidualna opieka psychologiczna przez wbudowany komunikator oraz dziesiątki programów mindfulness i self-care, treningi relaksacyjne, medytacje itp. Dostęp do platformy jest stały.

2100

Firma **KRUK** zorganizowała specjalny program prozdrowotny **Akademia Zdrowia w KRUK-u**. W ramach tego programu odbywały się cykliczne spotkania ze specjalistami m.in. z Grupy Lux Med, dotyczące profilaktyki zdrowia, ze szczególnym uwzględnieniem pracy biurowej, którą w większości wykonują osoby zatrudnione w Grupie KRUK. Pracownicy mogli wziąć udział w spotkaniach online dotyczących m.in. profilaktyki onkologicznej czy w serii spotkań z fizjoterapeutami, którzy pokazywali, jak zadbać o kręgosłup i inne narządy ruchu. Spotkania były nagrane dla tych, którzy z uwagi na zobowiązania zawodowe nie mogli w nich wziąć udziału.

3500

Dbając o poczucie dobrostanu pracowników, firma **Kuehne+Nagel** wprowadziła pakiet wyrównywania szans dla pracowników z orzeczeniem o niepełnosprawności, który oferuje dofinansowanie kosztów na cele medyczne i bezpłatny wyższy pakiet prywatnej opieki medycznej. W 2022 r. firma wprowadziła dodatkowy benefit w postaci dodatkowego dnia wolnego. Starała się też zwiększyć wiedzę o dobrostanie, dlatego każdy pracownik mógł uczestniczyć w bezpłatnych szkoleniach dotyczących dbania o zdrowie psychiczne i dobrostan, organizowane przez Akademię Wellbeing.

2300

Ostatnie trzy lata obfitowały w niespodziewane i stresujące wydarzenia. Dlatego firma **Leroy Merlin Polska** postanowiła zadbać o **samopoczucie swoich pracowników**. W 2020 r., z uwagi na pandemię COVID-19 i izolację społeczną, uruchomiono wsparcie psychologiczne oraz inne formy pomocy (np. cykliczne spotkania online). W 2022 r. wsparcie psychologiczne przedłużono po wybuchu wojny w Ukrainie. Uruchomiona na początku 2021 r. kafeteria benefitów pracowniczych działająca na platformie worksmile także pomogła firmie zadbać o dobrostan zatrudnionych. Na tej platformie w 2022 r. inicjowane były również, tzw. wyzwania sportowe, w ramach których pracownicy mogli dzielić się między sobą pozytywnymi emocjami powstającymi dzięki aktywności fizycznej. Program wsparcia psychologicznego był aktywny (z przerwami) praktycznie od początku 2020 r. do sierpnia 2022 r. Wyzwania na platformie worksmile cieszyły się zainteresowaniem. Przykładowo w dwumiesięcznym wyzwaniu wakacyjnym osiągnięto następujące rezultaty: łącznie wzięło w nim udział 627 osób, zarejestrowano 3041 aktywności. Całkowity pokonany dystans wyniósł 33 836 km i spalono 687,556 kcal.

13000

W kwietniu 2022 r. w dwóch budynkach **LG Energy Solution Wrocław** otwarto 2 **wewnątrzfirmowe siłownie**. Oficjalne otwarcie przyciągnęło ponad 500 osób, natomiast na co dzień siłownię odwiedza kilkudziesięciu pracowników. Na siłowni można korzystać z wielu specjalistycznych sprzętów: bieżni, ławek do ćwiczeń, sztang i ciężarów, a także zapisać się na treningi funkcjonalne z trenerem i zajęcia jogi odbywające się w specjalnie do tego przeznaczonej strefie.

10000

Firma **Lidex** podjęła działania na rzecz **wellbeingu w dobie pracy zdalnej**, aby przeciwdziałać zakłóceniom równowagi między życiem zawodowym a prywatnym, powodującym frustrację oraz przyczyniającym się do wypalenia zawodowego, Do Kodeksu Etyki zostały dodane zapisy bazujące na standardzie ISO 45003 (dotyczące zdrowia i bezpieczeństwa psychicznego w miejscu pracy). Dzięki inicjatywie firmie udało się uniknąć redukcji etatów.

38

Firma **LPP** przygotowała dla swojej kadry **pracowniczy program wellbeingowy heLPP**. Program oferuje porady

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

w 3 obszarach: psychologicznym, finansowym i prawnym. Inicjatywa umożliwia szybki, bezpłatny i anonimowy dostęp do współpracujących z firmą ekspertów pomagających radzić sobie z codziennymi trudnościami i emocjami. Zainteresowani za pomocą chatu, strony www oraz telefonicznie mogą także zgłaszać potrzeby konsultacji związane z prawem podatkowym i rodzinnym czy planowaniem budżetu domowego. Spółka zorganizowała też webinary, które poruszają tematy odpowiadające na bieżące potrzeby pracowników. Dotychczas z pomocy ekspertów skorzystało już ponad 160 osób i ich najbliższych.

31808

Firma **MAKRO Polska** w 2021 r. nawiązała współpracę ze spersonalizowaną platformą wsparcia psychologicznego – **Helping Hand**. Celem programu jest danie pracownikom możliwości samorozwoju, zadbania o dobrostan własny i zespołu, czy rozwiązywania problemów, jakie stały się wyzwaniem w obecnych czasach. Inicjatywa pozwala otrzymać kompletną pomoc w postaci wartościowych treści oraz interaktywnych spotkań z terapeutami. Poprzez platformę pracownicy mają dostęp do pełnej listy doświadczonych i zweryfikowanych psychoterapeutów i ich kalendarzy, a także do czatów eksperckich prowadzonych przez terapeutów i fachowych tekstów z poradami.

5000

Trzecia edycja **konferencji HRLab** dotyczyła tematyki wypalenia zawodowego, które w 2022 r. stało się jednostką chorobową. Wydarzenie zorganizowane przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego** dało uczestnikom rzetelną wiedzę na temat tej choroby. W konferencji w roli prelegentów wzięli udział psychologowie, praktycy HR odpowiedzialni za kształtowanie kultury miejsc pracy oraz orzecznik ZUS odpowiadający na pytania dotyczące diagnozy i weryfikacji zasadności wystawiania zwolnień lekarskich z tego tytułu. Wydarzenie zrealizowano w formule online, bezpłatnie dla zarejestrowanych uczestników. W konferencji wzięło udział 400 osób. W czasie jej trwania pojawiło się wiele konkretnych pytań uczestników, na które eksperci na bieżąco odpowiadali.

186

W 2022 r. **Mars Polska** wdrożył praktyki sprzyjające **ekologii i wellbeingowi współpracowników sił sprzedaży w terenie**. Wprowadzono zasadę efektywnego podziału kraju na terytoria sprzedażowe (maksymalnie do 100 km od miejsca zamieszkania) oraz ustalono nienakładające się na siebie obszary, co pozwoliło zrównoważyć ilość pracy na osobę. Zastosowano też zasadę efektywności przejazdowej, minimalizując trasy codziennych przejazdów, aby 75% czasu współpracownicy spędzali poza samochodem. Używane samochody spełniały wszystkie normy środowiskowe oraz normy bezpieczeństwa kierowców.

3100

Projekt **Tydzień Świadomości Zdrowia Psychicznego** realizowany przez **Mars Polska** miał na celu uzmysłowienie, że kondycja mentalna jest równie ważna, jak zdrowie fizyczne. W ramach kampanii na wewnętrznych kanałach firmy opublikowano szereg artykułów i wywiadów dotyczących m.in. presji w pracy i w życiu codziennym, prawidłowego snu, nadużywania internetu oraz odpoczynku. Dodatkowo kadra menadżerska mogła wziąć udział w webinarze z psychologiem Hubertem Malinowskim, który wskazywał, jak prawidłowo prowadzić rozmowę z osobami zmagającymi się z problemami natury psychicznej oraz jak oferować im pomoc.

3100

Dofinansowanie in vitro dla pracowników NatWest Group w Polsce to pionierska praktyka realizowana przez **NatWest**. Polega na refundacji w wysokości 6000 zł kosztów procedury in vitro dla osób, które nie kwalifikują się do programu miejskiego ze względu na warunek zamieszkiwania na terenie miasta od co najmniej dwóch lat. Firma traktuje to jako wsparcie pracowników w procesie, jednocześnie zdając sobie sprawę, że nie pokrywa to całego kosztu zabiegu. W 2022 r. z dofinansowania skorzystały 3 osoby.

1500

Dbanie o zdrowie pracowników jest dla **Nationale-Nederlanden** jednym z priorytetów. Ubezpieczyciel od lat umożliwia im korzystanie z badań profilaktycznych i zachęca do prowadzenia zdrowego trybu życia. W 2022 r. firma dołączyła do grona partnerów programu **Dzień na U**, organizowanego przez **Fundację Rak'n'Roll**. W jego ramach ubezpieczyciel zapewnił swoim pracownikom możliwość zbadania się w czasie pracy. Dzięki wprowadzeniu Dnia na U pracownicy mieli możliwość skorzystania z dodatkowego dnia wolnego, by pójść na badania i potwierdzić, że są zdrowi. Oprócz tego Nationale-Nederlanden zrealizowało szereg aktywności, np. spotkania z ekspertami z Fundacji Rak'n'Roll oraz webinary o wellbeingu. Nationale-Nederlanden poprzez swoje działania chce przekonywać, że troska o własne zdrowie jest najważniejsza. Ubezpieczycielowi zależy, by profilaktyka zdrowotna stała się pozytywnym nawykiem jak największej liczby osób.

839

W ramach akcji **Idź na urlop i zgarnij nagrody!** firma **Nest Bank** postanowiła dodatkowo nagradzać pracowników za wykorzystywanie urlopu wypoczynkowego, by mogli spędzać więcej czasu z rodziną. Dotyczy to zarówno pracowników indywidualnych, jak i całych zespołów. Pracownicy w ramach nagrody za wykorzystanie urlopu podstawowego mogą otrzymać 3 dodatkowe dni urlopu oraz punkty benefitowe (do wymiany na wewnętrznej platformie na produkty lub usługi). Określona została również nagroda zespołowa, gdy cały zespół w danym roku wykorzysta wszystkie dni przysługującego mu urlopu. W pierwszej edycji programu przyznano 580 nagród indywidualnych oraz 4 nagrody zespołowe.

844

Program **FitNest** jest skierowany do całej kadry **Nest Banku**. W ramach takich obszarów, jak: sport, regeneracja, odżywianie czy profilaktyka, realizowane są różnego rodzaju akcje mające na celu uświadamiać pracownikom konieczność dbania o własne zdrowie. Organizowane są dla nich warsztaty i webinary ze specjalistami, aktywna przerwa w pracy co środę (krótkie ćwiczenia online razem z trenerem) oraz wyzwania sportowo-charytatywne. Webinary na żywo mają jednorazowo ponad 100 słuchaczy, w środowych ćwiczeniach uczestniczy kilkadziesiąt osób. Na jesieni 2022 r. wolontariusze Banku przebiegli i wyjeździli ponad 9000 km, dzięki czemu firma przekazała fundusze na wybrany cel charytatywny.

844

Nest Bank realizuje wielowątkowy program **Nest Rodzina** skierowany do wszystkich pracowników i ich rodzin. W jego ramach odbywają się webinary i spotkania ze specjalistami (pracownicy mogą zgłaszać propozycje tematów), organizowane są konkursy dla dzieci pracowników, przygotowywane wyprawki dla młodych rodziców. Dla tych, którzy zdecydowali się przyjąć ukraińskie rodziny, stworzono w intranecie specjalny serwis z przydatnymi informacjami.

844

Nestlé Polska prowadzi **program dbałości o kondycję psychiczną**. W ramach programu odbywają się kampanie edukacyjne – np. dla pracowników fabryk zorganizowano praktyczne warsztaty prawidłowych nawyków i technik regeneracyjnych w obliczu pracy zmianowej czy też dyskusje z ekspertami o przeciwdziałaniu wypaleniu zawodowemu. Program oferuje też indywidualne wsparcie pracowników w potrzebie. Tegoroczną edycję rozszerzono o współpracę z Fundacją „Twarze depresji" i wsparcie kampanii społecznej „Twarze Depresji. Nie oceniam. Akceptuję" oraz inaugurujący ją 1. Charytatywny Bieg z Twarzami Depresji. Program zainspirował 44% pracowników, którzy wypełnili ankietę, do wprowadzenia zmian w stylu życia.

5500

Firma **Panattoni** prowadzi **profilaktykę zdrowotną wśród pracowników**, w ramach której organizuje akcje uświadamiające znaczenie samobadania w przypadku niektórych chorób. Są to specjalne mailingi, plakaty okolicznościowe oraz obchody dni dedykowanych walkom z różnymi chorobami, jak Europejski Dzień Walki z Rakiem Piersi. To właśnie w trakcie którejś z tych akcji jedna z pracownic – Agata – odkryła przy samobadaniu guza, który niestety okazał się złośliwy. Dzięki szybkiemu działaniu i wsparciu firmy Agata podjęła leczenie. W jego trakcie Panattoni umożliwiło jej m.in. pracę zdalną, wtedy gdy będzie tego chciała. Pracownica nakręciła film o swojej walce z rakiem, by pokazać, że choroba jest namacalna i może przytrafić się każdemu oraz to, jak ważna jest profilaktyka. Został nagrany z okazji Europejskiego Dnia Walki z Rakiem Piersi, przypadającego 15 października. Publikacja nagrania przełożyła się na wzrost liczby pracowników, którzy skontrolowali swoje zdrowie, w porównaniu z poprzednim rokiem – 47% wzrosła liczba pracowników, którzy wykonali USG piersi, a 34% – cytologię.

500

Zainicjowany w 2021 r. w firmie **Pepco** program **Better Move**, łączy przyjemne z pożytecznym, czyli aktywną formę spędzania czasu wolnego ze zbieraniem pokonanych kilometrów w szczytnym celu. Druga edycja programu objęła swoim zasięgiem pracowników centrali na wszystkich 16 rynkach Pepco. Wzięło w niej udział 230 pracowników, którzy w ciągu 2 miesięcy pokonali ponad 45 tys. km, biegając, jeżdżąc na rowerze czy spacerując. Pokonane kilometry zostały następnie wymienione na pieniądze i tym sposobem 50 tys. zł zasiliło konto Fundacji Save The Children, by pomóc dzieciom z Ukrainy przebywającym na uchodźstwie w różnych krajach Europy. Efektywność programu mierzono liczbą pokonanych kilometrów oraz liczbą osób z organizacji zarejestrowanych do udziału w wyzwaniu.

23262

Pracownicy **Pharmalink** 2 razy w tygodniu mają możliwość uczestniczenia po godzinach pracy w **zajęciach jogi** z profesjonalną trenerką jogi. Zajęcia pomagają poprawić nastrój i zredukować stres. Świadomy relaks połączony jest z praktyką uważności dotyczącej: ciała, oddechu, myśli oraz emocji. Skupiając się na własnych myślach i odczuciach pojawiających się w trakcie ćwiczeń, można odciągnąć uwagę od codziennych zmartwień i problemów. Choć na chwilę być „tu i teraz". Joga zatem pozwala zrelaksować całe ciało i umysł. Ćwiczenia jogi poprawiają i wzmacniają postawę ciała, zwiększają elastyczność kręgosłupa i łagodzą ból. Joga poprawia ukrwienie, co reguluje ciśnienie krwi. Poprawia również trawienie, dzięki czemu łatwiej jest kontrolować wagę ciała i parametry metaboliczne. Co więcej, poprawia wydolność płuc. Największą zaletą jogi jest to, że nie wymaga dodatkowego sprzętu do ćwiczeń, wystarczy tylko mata i wygodny strój. Można ją ćwiczyć wszędzie, dlatego podczas słonecznych dni zajęcia prowadzone są na świeżym powietrzu.

180

Kampania WYGRAJ to projekt profilaktyki zdrowotnej Grupy **PKP CARGO** podnoszący świadomość pracowników w zakresie zapobiegania nowotworom (rak piersi i rak prostaty). Projekt jest oparty m.in. na rządowej kampanii „Planuję długie życie" oraz „Narodowej Strategii Onkologicznej". Jest częścią wieloletniego programu firmy „Kierunek: bezpieczni w pracy". Uwzględnia średnią wieku pracowników sektora kolejowego oraz choroby statystycznie najczęściej zagrażające w danej grupie wiekowej. Promowanie przez pracodawcę aktywnego zapobiegania chorobom i zachęcanie pracowników

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

do dbania o zdrowie to elementy odpowiedzialnego wspierania pracowników w budowaniu podejścia work-life balance.

14800

Psychologiczne Wsparcie Powypadkowe – PWP ma na celu wzmacnianie bezpieczeństwa w towarowym transporcie kolejowym poprzez wsparcie psychologiczne pracowników, zarówno w związku z uczestniczeniem przez nich w wypadkach kolejowych, jak i w trudnych sytuacjach prywatnych, które mogą wywierać wpływ na dobrostan psychiczny pracowników, a co za tym idzie – na bezpieczeństwo procesów przewozowych. Projekt **PKP CARGO** jest realizowany poprzez telefoniczną Linię Wsparcia Psychologicznego, bezpłatne wizyty w gabinetach psychologicznych, profilaktykę stresu i stresu pourazowego, pouczenia okresowe oraz Newsletter PWP.

14800

PKP CARGO w ramach wieloletniego programu **Firma Przyjazna Bieganiu** wspiera sportowe zainteresowania pracowników, promuje zdrowy styl życia, integruje zespoły z różnych lokalizacji. Program buduje równowagę między życiem prywatnym a zawodowym, wspiera pracowników w podejmowaniu działań prospołecznych i pomocowych. Ma kilka filarów: sportowy/integracyjny (propagowanie zdrowego stylu życia przez wspieranie udziału pracowników w różnorodnych inicjatywach biegowych, w tym maratonach, półmaratonach, dedykowanych projektach Spółki); charytatywny (biegając, pracownicy PKP CARGO pomagają potrzebującym, wzięli udział m.in. w akcjach Poland Business Run); symboliczno-historyczny (upamiętnienie ważnych wydarzeń). O sukcesie inicjatywy świadczy liczba osób zaangażowanych w projekty sportowe, która co roku wzrasta. Na stałe program angażuje już 250 uczestników (wzrost 2021/2022 o 50 osób). Struktura programu pozwala na włączanie pracowników ze wszystkich spółek Grupy PKP CARGO. Komunikacja kierowana jest do wszystkich zatrudnionych. W ten sposób firma promuje aktywność i zdrowy styl życia wśród kilkunastu tysięcy osób w całej Polsce. W 2022 r. 250 pracowników zrealizowało „Biegowo-Rowerową Sztafetę PKP CARGO dookoła Ziemi" – wspólne wyzwanie w duchu work-life balance i zrównoważonego rozwoju, promujące cele SD. Uczestnicy przebiegli lub pokonali rowerem ok. 40 tys. km, symbolicznie przekraczając równik!

14800

W Grupie **Polenergia** zorganizowano w 2022 r. **cykl szkoleń i webinarów z zakresu pierwszej pomocy**. Spotkania prowadzone przez doświadczonych ratowników dotyczyły ratowania życia w przypadku udarów mózgu, zawałów, wypadków samochodowych, uczyły także udzielania pomocy dzieciom, poszkodowanym w górach lub nad morzem. Szkolenia są prowadzone są przez Ane Piżl, która od 19 lat jest ratowniczką medyczną, a także edukatorką z zakresu pierwszej pomocy.

232

Bezpłatny **cykl webinarów Bądź zdrów** był formą wsparcia skierowaną do wszystkich pracowników **Polskich Sieci Elektroenergetycznych**. W 2022 r. w ramach cyklu zorganizowano webinaria, dotyczące takich tematów, jak: ergonomia i higiena pracy w domu, radzenie sobie ze stresem we współczesnym świecie, trening dla zdrowia (plan treningowy dla początkujących), ergonomiczna i bezpieczna jazda autem, prewencja zachorowań jesienią, odporność psychiczna, work-life balance. W każdym webinarze zwykle uczestniczyło ok. 100 osób. Na 2023 r. zaplanowano 4 spotkania online na temat zdrowia i profilaktyki wybranych chorób, które mogą dotyczyć pracowników Polskich Sieci Elektroenergetycznych.

2700

Kontynuując firmową tradycję **rozgrywek w siatkówkę** sprzed pandemii, w sezonie lato–jesień niemal każdego tygodnia pracownicy firmy **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** spędzali ostatnią godzinę w pracy, grając w siatkówkę. Osoby, które nie mogły się włączyć, podejmowały się innych sportowych aktywności – np. grały w badmintona. Praktyka będzie kontynuowana w kolejnym sezonie.

60

W **PwC** od 4 lat działa wewnętrzna inicjatywa **BeWell@PwC**, w ramach której pracownicy mają dostęp m.in. do szkoleń z zakresu wypalenia zawodowego oraz odporności psychicznej, wsparcia psychologicznego udzielanego przez zewnętrznych specjalistów, mentoringu wellbeingowego, tematycznych webinarów, sesji mindfulness, wydarzeń stacjonarnych w biurze oraz aktywnych przerw, tzw. power meetingów, realizowanych cyklicznie we wszystkich biurach PwC w Polsce. W firmie od 2 lat działa społeczność ambasadorów wellbeingu licząca blisko 200 osób. Ambasadorzy to pracownicy na różnych szczeblach, z różnych działów, którzy wspierają organizację w kształtowaniu kultury zdrowego miejsca pracy i propagowania zdrowego trybu życia wśród pracowników.

6000

Firma **Rödl & Partner** zorganizowała **cykl warsztatów z udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej** we współpracy z Fundacją Edures. Była to kontynuacja projektu promującego program prozdrowotny dla pracowników i odpowiedź na zgłaszane przez pracowników potrzeby szkoleniowe w tym zakresie. Celem programu było przełamanie barier przy konieczności udzielenia pierwszej pomocy oraz podniesienie świadomości wagi szybkiego działania w sytuacjach kryzysowych. W projekcie wzięły udział wszystkie oddziały firmy. Łącznie zostało przeszkolonych ponad 200 pracowników i przeprowadzono 8 warsztatów stacjonarnych. Dzięki współpracy z Rödl & Partner i przekazanej darowiźnie Fundacja mogła zakupić dodatkowy sprzęt szkoleniowy i szerzej realizować swoje cele statutowe.

533

Firma **Rödl & Partner** realizowała od stycznia do października 2022 r. **Program Odwaga i asertywność**. Jego celem było budowanie odporności psychicznej pracowników działu Business Process Outsourcing (BPO) przez naukę zarządzania emocjami, kształcenie asertywnej postawy w dbałości o klienta, ale przede wszystkim dbania o własny dobrostan. Program składał się z 6 webinarów i 2 warsztatów. Dodatkowym atutem programu było badanie poziomu odporności psychicznej testem MTQPLUS oraz indywidualne sesje rozwojowo-coachingowe prowadzone przez certyfikowane konsultantki (również wewnątrz organizacji) dla grupy 51 osób zarządzających z BPO. Wyniki przeanalizowano również grupowo w celu wydania rekomendacji dla całego zespołu zarządzającego BPO, m.in. odnośnie do dalszego rozwoju, sposobu komunikacji, prowadzenia spotkań, wprowadzania zmian.

533

W ramach **programu Work & Care Academy** realizowany jest projekt „Hear me" oraz „Praca z napędem hybrydowym", które wspierają pracowników **ROHLIG SUUS Logistics** w utrzymaniu równowagi fizycznej i psychicznej. Inicjatywa „Hear me" daje wszystkim pracownikom możliwość raz w miesiącu indywidualnej konsultacji z psychologiem. Każdy, kto czuje potrzebę rozmowy o emocjach, może skorzystać ze spotkania w formie wideorozmowy lub rozmowy telefonicznej; udział jest anonimowy. W ramach programu „Praca z napędem hybrydowym" cyklicznie prowadzone są spotkania i publikowane są materiały na temat pracy hybrydowej.

2000

Firma **ROHLIG SUUS Logistics** zorganizowała akcję **Diagnostyka ma znaczenie – miesiące tematyczne**. W październiku przeprowadzono kampanię informacyjną Pink October, poszerzającą wiedzę na temat raka piersi. Suus zachęcał również pracowników do dobroczynności przez aktywność fizyczną. W zamian za każdy kilometr spaceru lub biegu przekazano 1 zł Fundacji OnkoCafe, która wspiera osoby zdiagnozowane onkologicznie. Z kolei listopadowa kampania edukacyjna przebiegała pod hasłem „Movember" i dotyczyła raka prostaty. Poza kampanią edukacyjną przeprowadzono konkurs na najdłuższe wąsy. W ramach współpracy z Fundacją OnkoCafe pracownicy firmy Rohlig Suus Logistics przebyli 2837 km, a zarząd firmy zdecydował się podwoić ten wynik i przekazać na rzecz fundacji 6000 zł. Akcja zmotywowała pracowników do regularnej profilaktyki.

2000

W projekcie **Zrób to dla zdrowia** realizowanym w **Samsic Polska** wzięło udział 30 osób. Celem inicjatywy było zmotywowanie pracowników do podjęcia aktywności prozdrowotnych i rozwijania zdrowych nawyków. W każdym miesiącu pracownicy mieli 1 wyzwanie. Pozytywne działania były nagradzane.

100

All Well to realizowana w **Sanofi** polityka wellbeingowa dla pracowników, która bazuje na 4 filarach: zdrowy umysł, zdrowe ciało, zdrowe finanse i zdrowa kultura pracy. Zrealizowano projekty takie jak: „Czwartki z psychologiem", czyli inicjatywę mającą na celu edukowanie pracowników w obszarze zdrowia psychicznego; Employee Assistance Program oferujący doradztwo w zakresie wsparcia psychologicznego, w tym usługi interwencji kryzysowej oraz doraźne konsultacje prawne i finansowe; Wellness Days, czyli dodatkowe 3 dni urlopu do wykorzystania w przypadku nagłej, krótkiej niedyspozycji psychofizycznej.

900

W ramach programu **Be healthy be happy program profilaktyki zdrowotnej dla pracowników** firma **Servier Polska** współpracuje z towarzystwami naukowymi, stowarzyszeniami pacjentów, ekspertami medycznymi. W ramach tegorocznego programu miało miejsce wiele wydarzeń, które wspierały pracowników w zdrowiu fizycznym i psychicznym, m in. dotyczących odporności psychicznej, wychowaniu nastolatków czy profilaktyki nowotworów. Odbyły się także warsztaty samobadania piersi i jąder dla kobiet i mężczyzn, przeprowadzone z Fundacją Rakiety w formie stacjonarnej.

620

Shell Polska w swoim biurze w Krakowie zainicjowało **stworzenie Floratorium – pomieszczenia wpływającego na dobre samopoczucie pracowników**. Światło imitujące promienie słoneczne wspomaga produkcję hormonów odpowiedzialnych za dobry nastrój i lepsze funkcjonowanie człowieka. Floratorium z takim światłem ma pomóc pracownikom uzyskać lepszą jakość pracy w biurze i zadbać o ich dobre samopoczucie, zwłaszcza w okresie jesienno-zimowym, w którym z powodu małej ilości słońca występuje obniżony nastrój i spadek energii. Jak wynika z badań nawet 10 minut doświetlania wpływa dobroczynnie na nastrój i redukuje poziom stresu. Shell zaaranżował takie pomieszczenia w swoich dwóch budynkach. Zrobił to we współpracy z Florabo.

5000

We wrześniu 2022 r. **Shell Polska** w Krakowie zapewnił wszystkim pracownikom darmowe **wsparcie doradcze psychologa**. Od tej pory każdy pracownik w biurze może skorzystać z fachowej pomocy specjalisty, który jest dostępny 2 dni w tygodniu. Żaden z pracowników nie musi wcześniejszej rejestrować się na wizytę, dzięki czemu może bezpośrednio udać się po wsparcie w bezpiecznym i zaufanym środowisku. Firma od lat oferuje także pakiet wsparcia psychologicznego w ramach programu Employee Assistance Program. Usługa może być zwiększana o dodatkowe godziny czy dni tygodnia w zależności od potrzeb pracowników.

5000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Firma **Shell Polska** zorganizowała w ramach **programu #ShellWeCare** ok. 70 sesji (warsztaty edukacyjne, sesje wellbeingowe czy ćwiczenia: joga, mindfulness, ergonomia pracy), odpowiadających na potrzeby pracowników. Spotkania prowadzone były przez ekspertów i psychologów. Shell rozbudował też ofertę Employee Assistance Programme o porady z zakresu prawa, finansów, dostępności dla członków rodziny i rozszerzenie dostawcy o język ukraiński i rosyjski. W 2022 r. w sesjach wzięło udział ponad 7500 uczestników (sesje pracownicze) i ok. 800 liderów (sesje dla menadżerów).

5000

Masaże biurowe to kolejny element działań corporate wellness w **SimCorp**. Masaż pozwala odciążyć zarówno kręgosłup, jak i inne mięśnie cierpiące z powodu statycznej pracy przy biurku. Taka przerwa od pracy pozwala pracownikom się zrelaksować i wyciszyć.

160

Akcja **Miesiąc zdrowia** to element działań corporate wellness w **SimCorp**, mający na celu propagowanie wśród pracowników zdrowego stylu życia i wyposażenie ich w wiedzę, jak dbać o zdrowie zarówno fizyczne, jak i psychiczne. W trakcie webinaru doświadczona dietetyczka podzieliła się informacjami na temat składników odżywczych, mikro- i makroelementów, które korzystnie wpływają na pamięć i koncentrację. Pracownicy mieli także możliwość indywidualnej konsultacji z dietetykiem, w trakcie której dokonywano pomiaru składu ciała oraz dyskutowano na temat indywidualnych nawyków żywieniowych danej osoby. Elementem akcji były lokalne i globalne challenge sportowe, mające na celu zachęcenie pracowników do aktywnego trybu życia. Globalna akcja Walkathon była również wydarzeniem integrującym – 751 pracowników (o ponad 100 uczestników więcej niż w 2021 r.) z 28 krajów spacerowała, by wspólnie zebrać jak największą liczbę kroków.

160

W zespole BHP **Skanska** postanowiono zareagować na zarysowujące się tendencje w zakresie problemów zdrowotnych i przygotować praktyczną serię webinarów – **Cykl webinarów: Zdrowie 2022/2023**. Na spotkania online zostali zaproszeni wszyscy pracownicy. W każdym z dwóch spotkań zorganizowanych w 2022 r. uczestniczyło średnio 170 osób. Dzięki serii webinarów pracownicy zwiększyli swoją wiedzę z obszaru budowania zdrowych nawyków, które mają poprawić ich kondycję zdrowotną. Dowiedzieli się również więcej na temat profilaktyki w zakresie głównych problemów zdrowotnych.

1200

W ramach **troski o zdrowie psychiczne pracowników** firma **Sodexo Polska** zaoferowała kadrze szkolenia z zakresu zdrowia psychicznego oraz objęła ich kampanią związaną z tematyką zdrowia psychicznego i wellbeingu (World Wellbeing Day). Menadżerowie mogli skorzystać z indywidualnych sesji coachingowych ukierunkowanych na rozwiązywanie sytuacji kryzysowych w zespołach i kryzysów menadżerskich. Firma zapewniła także nieodpłatne pakiety porad psychologicznych dla pracowników, oferowane przez dostawcę prywatnych usług medycznych. W 2022 r. pracownicy mogli wziąć udział w akcji Healthy Cities (organizowanej przez Grupę Lux Med), która opierała się na „zbieraniu kroków", czyli na aktywności fizycznej, która ma istotny wpływ na zdrowie psychiczne i wellbeing.

1800

W ramach programu wellbeingowego **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** dla pracowników **OdNowa** organizowane są bezpłatne zajęcia sportowe (trening funkcjonalny, stretching, joga, zumba, zdrowy kręgosłup, nordic walking czy morsowanie), szkolenia i webinary z zakresu dobrostanu (prowadzone przez specjalistów w tej dziedzinie) oraz zajęcia artystyczne (malowanie, teatr).

2800

Program Ogarnij się na wiosnę, zainicjowany w firmie **SuperDrob**, wystartował w kwietniu 2022 r. Trwał łącznie 3 miesiące, podczas których kadra realizowała wyzwania małych kroków z kategorii: dieta, sport, rytm dobowy. Pracownicy z czterech lokalizacji (Warszawa, Karczew, Lublin, Łódź) odbyli na początku 20-minutową konsultację z dietetykiem oraz poddali się badaniu analizy składu ciała. Program składał się z dwóch spotkań (na początku i na końcu programu), w trakcie których dietetyk przekazała indywidualne wskazówki i zalecenia. Każdy z uczestników otrzymał również wyzwania „małych kroków" na każdy miesiąc. W program zaangażowało się 68 osób, które razem zrzuciły w sumie 107 kg tłuszczu, a rekordzista schudł prawie 10 kg.

2000

W ramach **inicjatywy „Miesiąc zdrowia psychicznego"** zainicjowanej w **TVN Warner Bros. Discovery** odbyły się liczne spotkania z ekspertami, warsztaty i webinary, które koncentrowały się na profilaktyce i technikach relaksacji oraz metodach pomocy w stanach napięcia emocjonalnego. Pracownicy TVN Warner Bros. Discovery mogli skorzystać z bezpłatnych i anonimowych konsultacji z psychiatrą, a także wziąć udział w spotkaniu poświęconemu wspieraniu zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży. W firmie funkcjonuje program „PPP: Pierwsza Pomoc Psychologiczna", w ramach którego można zgłaszać się do ambasadorów PPP. To osoby pracujące w ramach Grupy, które pełnią funkcję pilotów łączących pracowników w potrzebie z wykwalifikowanymi specjalistami, mogącymi udzielić wsparcia psychologicznego w konkretnych przypadkach. Każdy pracownik i współpracownik może całkowicie anonimowo skorzystać z bezpłatnej pomocy specjalisty w ramach globalnej platformy Employee Assistance Programme.

4400

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Firma **UBS** zorganizowała w 2022 r. akcję **Tydzień Zdrowia w UBS**. Jej celem była budowa świadomości w zakresie wellbeingu, ergonomii i bezpieczeństwa pracy. W ciągu trwającej 5 dni kampanii zorganizowano w sumie 30 wydarzeń: webinarów, szkoleń i sesji uświadamiających. Działania były dedykowane były wszystkim pracownikom i dotyczyły zwiększania wiedzy na temat zdrowych nawyków żywieniowych, udzielania pierwszej pomocy dorosłym i dzieciom oraz zdrowia fizycznego i psychicznego. UBS udostępnia również wszystkim pracownikom nieodpłatne pakiety porad psychologicznych oferowane przez wyspecjalizowanego dostawcę. Średnio w sesjach brało udział ok. 100 osób.

5100

Rakreaton to ogólnopolska inicjatywa, w której ramach każdy może rejestrować pokonane przez siebie kilometry. Celem na ten rok było pokonanie 1 mln km, aby na konto Fundacji na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową trafiło 200 tys. zł od partnerów. W wyzwaniu wzięło udział 157 wolontariuszy **Unum Życie TUiR**, którzy wspólnie pokonali ponad 14 tys. km.

600

Tydzień Radości **Mamy FUN w DNA** to inicjatywa zespołu HR **wonga.pl**. Celem Tygodnia jest zapoznanie pracowników z różnymi rodzajami radości (np. adrenalinowo-dopaminową) oraz uświadomienie tego, jak radość przekłada się na liczby (z badań wynika, że 62% pracowników, którzy doświadczali radości w pracy, nie musiało chodzić na zwolnienia lekarskie).

150

W ramach programu wellbeingowego **wonga.pl** „DbamO-DobryStan" zrealizowano 18 inicjatyw. Wśród najważniejszych znajdują się webinary, np.: „Dieta dla mózgu", „Higiena snu", „Gdy emocje sięgają zenitu". Powstał portal edukacyjny „Krok po zdrowie", w którym publikowane są artykuły dotyczące holistycznego podejścia do **dobrostanu psychicznego**. Akcję rozpoczęto od wprowadzenia zasad higieny cyfrowej, zweryfikowania, czy wszystkie planowane spotkania są niezbędne. Liczba uczestników webinarów to 210 osób.

150

WongAktywni to miesięczny konkurs skierowany do kadry **wonga.pl**. Zadaniem pracowników było zbieranie punktów – indywidualnie i zespołowo. W ramach akcji odbył się także bieg charytatywny na 5 kilometrów, zorganizowany przez fundację Everest. Było to dla pracowników dodatkowe źródło motywacji do aktywności. Z kolei WongAktywni na kołach to dwumiesięczne wyzwanie w pokonywaniu kilometrów na rowerze lub rolkach. Punkty były przyznawane za aktywność, systematyczność treningów – indywidualnie lub drużynowo. W konkursie udział wzięła 1/3 pracowników firmy. Łącznie wydeptano 12 360 992 kroki. W Biegu Firmowym wzięły udział 3 drużyny (po 5 osób każda). Uczestnicy konkursu Wong-Aktywni na kołach pokonali blisko 13 000 km i zaoszczędzili 3,2 t CO_2.

150

W lipcu i w sierpniu zespół HR/PR **Vantage Development** zaangażował się już po raz trzeci w promocję zdrowego stylu życia poprzez realizację **inicjatywy Lato ze zdrowiem**. Członkowie zespołu mogli wziąć udział w dwóch miesięcznych wyzwaniach sportowych, organizowanych przy pomocy aplikacji Activy. Każdy kilometr pokonany na rowerze, rolkach, biegiem lub spacerem przeliczany był na punkty, a te na atrakcyjne nagrody rzeczowe. Po zakończeniu wyzwania wszystkie punkty zebrane przez pracowników zostały przeliczone na złotówki – darowiznę otrzymała Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę. Oprócz tego konkursu zespół został zaproszony również na webinar z ekspertem od żywienia.

170

Volkswagen Motor Polska zainicjował projekt „Diversity TALKS", polegający na rozmowach z załogą o radzeniu sobie z kryzysem i zmianami oraz budowaniu wytrwałości i odporności psychicznej. W ramach projektu odbył się wykład wybitnej himalaistki i zdobywczyni dziewięciu ośmiotysięczników, Kingi Baranowskiej. Odwiedziła ona firmę, aby spotkać się z pracownikami i porozmawiać o wzmacnianiu odporności psychicznej w pracy i życiu prywatnym. Opowiadała o trudnościach i wyzwaniach, jakie towarzyszyły jej podczas wypraw na najwyższe szczyty świata. Uczestnicy spotkania mieli również okazję wzmocnić się kubkiem świeżo parzonej kawy oraz porozmawiać o radzeniu sobie ze stresem na specjalnie przygotowanych stoiskach grupy Respekt i ambasadorów prawości. Spotkaniu z himalaistką Kingą Baranowską towarzyszyła akcja **Razem zbudujmy Górę Dobra**, polegająca na zbiórce rzeczowej dla dzieci z Ukrainy. W tydzień zebrano 62 kartony pełne darów. Dzięki hojności i otwartym sercom pracowników Volkswagen Motor Polska udało się zgromadzić mnóstwo żywności, kosmetyków, przyborów szkolnych oraz zabawek. Wszystkie dary zostały dostarczone przez wolontariuszy dzieciom z Ukrainy przebywającym w Stalowej Woli.

1300

Firma **Wunderman Thompson Technology** włączyła się w obchody **Movember**, akcji zwiększającej świadomość społeczną na temat problemów zdrowotnych mężczyzn, przede wszystkim raka prostaty. Z tej okazji stworzyła wewnętrzną kampanię, w ramach której pracownicy zachęcali się nawzajem do zadbania o swoje zdrowie. Jej zwieńczeniem były organizowane w siedzibach firmy badania, z których mogli za darmo skorzystać wszyscy chętni. Do udziału w bada-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

niach motywowali pracowników również przedstawiciele Fundacji Kapitan Światełko. Podczas spotkania pracownicy mogli dowiedzieć się więcej o schorzeniach i samym badaniu. Akcję zakończył event integracyjny dla pracowników, połączony z poczęstunkiem oraz wieczorem gier planszowych. Jednym z powodów przeprowadzenia kampanii jest fakt, że ok. 75% pracowników firmy to mężczyźni. Dzięki inicjatywie i prowadzonej komunikacji 87 pracowników wzięło udział w badaniu USG podczas finału akcji.

240

Zentiva Polska, w ramach platformy **DbaMY o zdrowie**, przeprowadziła w 2022 r. szereg akcji, których głównym celem było budowanie świadomości w zakresie wielu chorób oraz zachęcanie do podejmowania działań profilaktycznych. Firma zorganizowała warsztaty i spotkania z ekspertami. W ciągu całego roku udostępniała pracownikom materiały edukacyjne, m.in. poradniki onkologiczne dla kobiet i mężczyzn, artykuły, plakaty i infografiki. Przeprowadzone zostały także inicjatywy w ramach dni świadomości zdrowia, m.in. Pink October i Movember.

300

Firma **Zentiva Polska** zaangażowała się w coroczny **Bieg Firmowy** organizowany przez Fundację Everest. Do udziału w biegu zgłosiło się 55 pracowników firmy, połączyli się oni w 11 drużyn po 5 biegaczy, a każda drużyna musiała przebiec (z pomocą dedykowanej aplikacji) sztafetę 5 x 5 km. Dochód z akcji został przeznaczony na pomoc dzieciom chorym i z niepełnosprawnościami – podopiecznym Fundacji Everest.

300

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŚRODOWISKO

170 firm

360 praktyk

Środowisko to tradycyjnie jeden z najobszerniejszych rozdziałów w raporcie. Tak jest i tym razem, chociaż praktyk, jak i firm jest mniej niż w ubiegłym roku. Częściowo może to wynikać z zaostrzenia zasad kwalifikacji praktyk w tym obszarze wprowadzonych przez FOB – w środowisku pozostawione zostały praktyki, które w największym stopniu odpowiadają na aktualne potrzeby i problemy środowiska naturalnego i/lub ograniczają negatywny wpływ biznesu na otoczenie.

Jeszcze kilka lat temu wśród praktyk dominowały takie, które mówiły o jednorazowych działaniach w otoczeniu firmy czy małych „ekozmianach" w przestrzeni biurowej. W związku z ustrukturyzowaniem działań z zakresu CSR – ESG, biznes nabiera większej świadomości i wprowadza prośrodowiskowe rozwiązania systemowo, strategicznie, z nastawieniem na długoterminowy efekt.

Oczywiście, nie każda firma jest na tym samym poziomie zaawansowania, wiele nadal zaczyna od mniejszych kroków. Niniejszy Raport ma jednak być przestrzenią przede wszystkim dla tych praktyk, które pokazują ciekawe rozwiązania i inspiracje, a w zdecydowanie mniejszym stopniu dla działań, które powinny być standardem.

Ważną kwestią, która zawsze przychodzi do głowy przy okazji pracy nad obszarem środowiska w Raporcie, jest greenwashing. Na szczęście trwają prace nad uregulowaniem tego nieetycznego postępowania. Komisja Europejska proponuje wspólne unijne kryteria dla zwalczania pseudoekologicznego marketingu i wprowadzających w błąd twierdzeń dotyczących ekologiczności (wniosek z 22 marca 2023 r.).

Co znajdziemy w obszarze środowiska? W tym roku w Raporcie jest 360 praktyk pogrupowanych w 9 kategorii. Najbardziej liczną z nich okazuje się edukacja ekologiczna (138 działań). Jest to kategoria najbardziej pojemna, ponieważ w niej można znaleźć działania związane z każdą z pozostałych 8 kategorii, jednak skoncentrowane na edukacji, niewprowadzające strategicznych zmian w przedsiębiorstwach.

Cieszy fakt dosyć dużej liczby praktyk w kategoriach gospodarki o obiegu zamkniętym (44) i ekoefektywności (57), ponieważ są to działania obejmujące optymalizację procesów w organizacji, poprawę efektywności energetycznej, usprawnienie gospodarowania odpadami, czyli rozwiązania przynoszące wymierne, konkretne i długotrwałe efekty.

Uwagę zwraca najmniej liczna kategoria – bioróżnorodność (13 praktyk). To niezwykle istotny obszar, do którego biznes powinien przykładać dużą wagę. Utrata bioróżnorodności, obok postępujących zmian klimatycznych, jest najpoważniejszym zagrożeniem dla zrównoważonego rozwoju. W kontekście rozwoju biznesu kluczowe jest między innymi to, że różnorodność biologiczna stanowi podstawę „usług ekosystemowych", od których podmioty gospodarcze są uzależnione, gdy wytwarzają towary lub świadczą usługi. Wydaje się jednak, że – patrząc na coraz większą obecność tematu ochrony bioróżnorodności zarówno w regulacjach unijnych (strategia na rzecz bioróżnorodności 2030), jak i porozumieniach międzynarodowych (porozumienie dotyczące ochrony bioróżnorodności z COP 15 w Montrealu) – konieczność ochrony bioróżnorodności będzie coraz częściej podnoszona przez biznes. Nie jest to obszar łatwy do zaopiekowania i wymagający w wielu przypadkach wsparcia ekspertów i ekspertek, ale warty inwestycji, nie tylko z perspektywy rozwoju biznesu, ale zrównoważonego rozwoju w ogóle i dobrostanu nas wszystkich.

Agnieszka Kłopotowska,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Liczba zatrudnionych pracowników w 2022 r.

Mikro / małe / średnie przedsiębiorstwo

Podsumowanie Celów Zrównoważonego Rozwoju – str. 317

BIORÓŻNORODNOŚĆ

ReGeneracja to połączenie wsparcia finansowego dla konkretnego ekosystemu z wolontariatem pracowniczym angażującym się w działania na tym terenie. **Bank Gospodarstwa Krajowego** wspomagał odbudowę kultury pasterskiej na obszarze Rezerwatu Biała Woda. Poza pomocą finansową firma zaangażowała pobliskie nadleśnictwa i zaprosiła do współpracy swoich pracowników. W Rezerwacie Bór na Czerwonem pod nadzorem leśniczego wolontariusze sprzątali las, usuwali podrosty sosny i samosiejki, naprawiali pomost na szlaku. W akcjach wolontariackich brało udział 49 pracowników.

1893

W cementowniach spółki **CEMEX Polska** w Chełmie i Rudnikach, na terenie których zauważono obecność pustułki (chronionego sokoła), wdrożono kompleksowy projekt wsparcia tego gatunku. Inicjatywa **Pustułki – sokoły CEMEX-u** obejmuje zapewnienie infrastruktury dla ptaków (utrzymanie 8 skrzyń lęgowych na terenie zakładów), badania ornitologiczne (obrączkowanie i badania genetyczne w wybranych gniazdach) oraz edukację ekologiczną (za pośrednictwem strony internetowej z transmisją na żywo z gniazd, artykułów prasowych i wewnętrznej komunikacji). Efekty działań: 8 lęgów na terenie cementowni CEMEX, szacunkowo 34 młode ptaki opuściły zakłady, 8 piskląt zostało zaobrączkowanych, firma CEMEX odnotowała na swojej stronie internetowej ponad 1000 wyświetleń zakładki o ochronie pustułek.

1000

Credit Agricole Bank Polska z ekologiem Dominikiem Dobrowolskim i Fundacją „Wroc ma Moc" podjął inicjatywę **„ODROdzenie" – na rzecz odbudowy ekosystemu rzeki Odry** skażonej latem 2022 r. oraz odtworzenia jej funkcji turystycznych, rekreacyjnych i gospodarczych. Założono zbiórkę pieniędzy na wyhodowanie i introdukowanie miliona ryb dla Odry. Zbiórce towarzyszyły działania edukacyjne w szkołach oraz inne akcje, np. spływ kajakowy Wrocław–Szczecin, koncert muzyki elektronicznej, aukcja glinianych rzeźb ryb, zbiórki elektroodpadów oraz kampanie #RybyMająGłos i #RybyLubiąRymy. W ciągu czterech miesięcy 2022 r. udało się zebrać 45 623 zł (zbiórka trwa też w 2023 r.). W kampanię zaangażowało się ponad 200 wolontariuszy.

4300

Od 2006 r. w spółce **Grupa Azoty Zakłady Azotowe „Puławy"** na kominie instalacji odsiarczania spalin jest zawieszona **budka lęgowa dla sokoła wędrownego**. Od 2013 r. ptaki te wyprowadzają tu corocznie lęgi. Gniazdo opuściło do tej pory ponad 20 młodych. Na terenie spółki występuje kilkadziesiąt gatunków ptaków. Ornitolodzy z Lubelskiego Towarzystwa Ornitologicznego prowadzą obserwację tego środowiska, dbając o gniazdo i obrączkując każdego roku młode sokoły. W 2022 r. zaobrączkowano kolejne trzy młode, które przyszły na świat w budce lęgowej. Przy okazji ornitolodzy prowadzą badania środowiska ornitologicznego na podstawie pokarmu, jakim żywią się sokoły. Organizowane są również działania edukacyjne dla pracowników.

3500

W 2022 r. globalny program **Huawei Tech4All** został zorganizowany w polskiej **Puszczy Białowieskiej**. We współpracy ze start-upem Rainforest Connection Huawei Polska umieścił na terenie puszczy narzędzia bioakustyczne, aby nasłuchiwały odgłosów dzikiej przyrody. Dzięki analizie materiału przez sztuczną inteligencję możliwe jest monitorowanie obszaru w czasie rzeczywistym i lepsza ochrona cennego przyrodniczo terenu. Zebrane dźwięki umożliwiają też skuteczne badanie bioróżnorodności w parku. Na obszarze Puszczy Białowieskiej zamieszczono 70 urządzeń offline AudioMoth Edge o pełnym spektrum słyszalności ultradźwięków i dźwięków słyszalnych oraz 3 urządzenia NatureGuardian. Zasilane energią słoneczną zintegrowane narzędzia zbierają odgłosy zwierząt, następnie wysyłają je do chmury danych Huawei, gdzie analizuje je sztuczna inteligencja. Za teren wybrano Białowieski Park Narodowy, ponieważ to jeden z ostatnich lasów pierwotnych w Europie, znajduje się na liście światowego dziedzictwa UNESCO, a Puszcza Białowieska stanowi międzynarodową ostoję ptaków Important Bird Area. Podobna inicjatywa miała już miejsce w 11 krajach na świecie.

800

W 2019 r. marka piwa Żubr z portfolio **Kompanii Piwowarskiej** powołała **Fundusz Żubra** współpracujący z parkami narodowymi i organizacjami pożytku publicznego, którym bliski jest los dzikiej przyrody w Polsce. Fundusz m.in. przekazał milion złotych na specjalistyczny sprzęt, dzięki któremu łatwiej można pomóc zwierzętom Puszczy Białowieskiej, wsparł wykup gruntów w Biebrzańskim Parku Narodowym, włączał się w akcje ratowania zwierząt. Edukuje i uwrażliwia na los zagrożonych gatunków, których wizerunek okresowo zastępuje żubry na opakowaniach marki w Polsce. W 2022 r. Fundusz Żubra we współpracy z Polskim Towarzystwem Ochrony Przyrody „Salamandra" wsparł susła moręgowanego poprzez m.in. wykup gruntów, zamieszkiwanych przez ten ten gatunek – rozmnażany w hodowli, a następnie przesiedlany na naturalne stanowiska. Ponadto w 2022 r. Fundusz przeznaczył ponad 100 tys. zł na działalność Ośrodka Rehabilitacji Dzikich Zwierząt, a we współpracy z Fundacją Dziedzictwa Przyrodniczego 360 tys. zł na tworzenie mikrorezerwatów (50) i tzw. wiecznych lasów dla dzikich zwierząt we wschodniej Polsce.

2716

Ochrona bioróżnorodności to jedno z największych wyzwań w sektorze spożywczym i filar strategii CSR firmy **Lidl Polska**, która zobowiązuje dostawców do stosowania się do jej „Polityki przeciwdziałającej wylesianiu" (100% celulozy w asortymencie marek własnych Lidla jest zgodnych ze standardem FSC lub PEFC). Standard GLOBALG.A.P. o bioróżnorodności docelowo będzie obowiązywał wszystkich europejskich producentów owoców i warzyw, którzy są dostawcami sieci. Ponadto firma urządza łąki kwietne wokół swoich sklepów i magazynów. Finalnie w Polsce mają one zajmować ok. 114 tys. m², co równa się powierzchni ponad 437 kortów tenisowych.

24000

Marka Biotherm, której właścicielem jest **L'Oréal Polska**, działa na rzecz ochrony ekosystemów morskich, podejmując wspólne projekty z organizacjami non profit. **Operacja Widmo** jest realizowana w Polsce we współpracy z Fundacją Mare, pod patronatem merytorycznym Politechniki Morskiej w Szczecinie. Jej celem jest oczyszczenie znajdujących się w Morzu Bałtyckim wraków z zalegających w nich zagubionych narzędzi połowowych, tzw. sieci widmo, oraz ich monitorowanie pod kątem potencjalnych wycieków. W drugim etapie projektu, który odbył się latem 2022 r., wytypowane 3 wraki zostały oczyszczone z zalegających w nich sieci. Wyłowiono ok. 150 kg sieci (waga po wysuszeniu), wśród których przeważały nylonowe sieci stawne GNS. Wraki zostały oczyszczone z niebezpiecznych sieci o długości kilometra.

1150

Głównym celem projektu **Czynna ochrona zagrożonych gatunków fauny na Polesiu** jest zachowanie i przywrócenie właściwego stanu siedlisk przyrodniczych i zagrożonych gatunków na obszarze Poleskiego Parku Narodowego. **Lubelski Węgiel Bogdanka** współpracuje z organizacjami z Lubelszczyzny. Z Fundacją dla Przyrody w 2022 r. zrealizował dwa zadania: „Rzadkie i ginące gatunki zwierząt Lubelszczyzny" – monitoring stanowisk lęgowych sowy puszczyka mszarnego w obrębie Poleskiego Parku Narodowego i czynna ochrona tego gatunku; oraz „Wędrówki lubelskich żurawi", którego celem było odnalezienie i zabezpieczenie min. 10 gniazd żurawi oraz monitorowanie piskląt, by wyeliminować zagrożenia ze strony drapieżników i ludzi. Z Fundacją Ptasie Horyzonty i Poleskim Parkiem Krajobrazowym zrealizował projekt „Ptasie Horyzonty – czynna ochrona zagrożonych gatunków ptaków na Polesiu Lubelskim".

4761

Panattoni tworzy wokół swoich obiektów „ogrody angielskie", obszary z rodzimymi drzewami, nieregularnymi krzewami i połaciami łąk kwietnych, trawników, które nie wymagają częstego koszenia. W ten sposób firma **wspiera bioróżnorodność na terenach inwestycji.** Zieleń dostosowywana jest do specyfiki danej inwestycji, a jej realizacja konsultowana z ekologiem. Odpowiedni dobór roślin dostarcza pożywienie i schronienie lokalnej faunie. W 2022 r. Panattoni zasadziło 7880 drzew, 78 859 krzewów i traw ozdobnych, blisko 776 tys. m² trawników krajobrazowych i łąk kwietnych. Na zielonych terenach pojawiły się hotele dla owadów, domki dla bezkręgowców i ptaków, budki dla jeży oraz ule. Łąki utrzymują wilgoć, zapobiegają erozji ziemi, obniżają temperaturę powietrza. Strefy zielone to także atrakcja dla pracowników, którzy mogą odpocząć w cieniu drzew, na przygotowanych przez dewelopera meblach miejskich.

500

PGE Polska Grupa Energetyczna współpracuje z parkami narodowymi: Biebrzańskim, Świętokrzyskim, Roztoczańskim, Kampinoskim, Wigierskim i Słowińskim, realizując projekty z zakresu czynnej ochrony przyrody, edukacji, infrastruktury oraz naukowo-badawcze. Beneficjentem projektu są: środowisko naturalne, lokalne społeczności, pracownicy, klienci, kontrahenci, dzieci i młodzież szkolna. W 2022 r. zrealizowano ponad 60 projektów, m.in.: 3 instalacje fotowoltaiczne, 4 rewitalizacje ścieżek edukacyjnych, 4 projekty naukowo-badawcze, 2 wystawy fotograficzne, międzynarodową konferencję naukową, ponad 30 projektów edukacyjnych, w których uczestniczyło łącznie ok. 3000 osób. Działania na rzecz klimatu i bioróżnorodności są filarem Strategii Grupy PGE 2030 z perspektywą do 2050 r.

42000

Na obszarze swojej inwestycji w gminie Sulechów **Polenergia** od 2020 r. prowadzi działania mające na celu **wzrost bioróżnorodności na terenie farm fotowoltaicznych**. W 2022 r. na farmach posiano mieszkankę roślin pastwiskowych, bylin i mieszkankę łąk kwietnych, która ma stanowić bazę pokarmową dla owadów zapylających oraz motyli. Łącznie obsiano 40 ha powierzchni, ustawiono 3 domki dla owadów i założono pasiekę, która składa się z 10 pszczelich rodzin zasiedlających drewniane ule wielkopolskie. Pasieczysko prowadzone jest przez lokalnego pszczelarza. Zlecony monitoring przyrodniczy od 2021 r. do połowy 2022 r. wykazał wzrost różnorodności biologicznej. Na terenie Farm Fotowoltaicznych Sulechów stwierdzono występowanie 6 gatunków ssaków (w tym objęte ochroną częściową łasice oraz zające, kuropatwy i lisy). Ornitolodzy potwierdzili obecność 30 gatunków ptaków; wśród nich 4 gatunki znajdują się pod ochroną częściową, 26 jest ściśle chronionych, w tym 2 gatunki wymienione w Załączniku I Dyrektywy Ptasiej Natura 2000.

232

Polskie Sieci Elektroenergetyczne wraz z Lasami Państwowymi realizowały działania na rzecz **ochrony rybołowa zwyczajnego** *Pandion haliaetus*. Zainstalowano łącznie 9 specjalnych platform, na których ptaki mogą zbudować gniazda. W 2022 r. na 2 platformach zamieszkały 2 pary

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

rybołowa spośród 22 odnotowanych w Polsce. Na jednej z platform została uruchomiona transmisja na żywo z gniazda rybołowów, które usytuowane było na słupie elektroenergetycznym należącym do PSE. Słup znajdował się na terenie Nadleśnictwa Lipka, w północno-zachodniej Polsce. Rybołowy *Pandion haliaetus* należą do najrzadszych ptaków drapieżnych, w Polsce objęte są ochroną ścisłą. Przedsięwzięcie PSE przyczynia się do zwiększenia areału lęgowego rybołowa, co może mieć wpływ na pomnożenie populacji tego gatunku. Urządzanie platform dla rybołowów na słupach elektroenergetycznych jest praktyką uzupełniającą montowanie platform na drzewach. Tak zabezpieczone gniazda mają większą szansę na zasiedlenie przez ptaki.

2700

EDUKACJA EKOLOGICZNA

Z inicjatywy Działu BHP, PPOŻ i Ochrony Środowiska, współpracownicy firmy **Adamed Pharma** wzięli udział w akcji **Razem dbamy o środowisko** polegającej na sprzątaniu Kampinoskiego Parku Narodowego. Celem inicjatywy było zwrócenie uwagi na problem zanieczyszczenia środowiska naturalnego. To już kolejna akcja sprzątania zorganizowana wspólnie z Kampinoskim Parkiem Narodowym. Łącznie pracownicy firmy zebrali 3 m^3 odpadów.

2000

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne jako partner Koalicji 5 Frakcji został **Partnerem Strategicznym Międzynarodowego Tygodnia 3R**. Firma przez tydzień promowała zasady 3R: reduce, reuse, recycling. Wyjaśniała też kolejne R: rethink, recover, react – istotnych dla zamykania obiegu odpadów w Polsce. Anpharm aktywnie wziął udział w wydarzeniu, promując wszystkie zasady R w firmie poprzez: ekrany, komunikaty mailowe, plakaty i działania bezpośrednie do pracowników.

250

Firmy **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne**, Servier Polska oraz Egis Polska wspólnie przystąpiły do **Operacji Czysta Rzeka** jako partnerzy oficjalni. Łącznie ponad 30-osobowa grupa wolontariuszy (po 11 osób z 3 firm) 4 lipca 2022 r. sprzątała tereny brzegowe Wisły (w Warszawie) i zebrała 1350 kg śmieci. Firmy Anpharm, Servier Polska i Egis Polska zadeklarowały wspólny udział w kolejnej edycji (2023) jako partnerzy oficjalni.

250

Drzewko za butelkę to ogólnopolska inicjatywa Programu „Odpowiedzialność i Troska", realizowana lokalnie przez **ANWIL**. Przedsięwzięcie buduje wśród dzieci i młodzieży świadomość indywidualnego wpływu na środowisko oraz wskazuje proste sposoby zwiększenia ilości odzyskiwanych surowców wtórnych. Od 20 lat ANWIL, jako organizator akcji we Włocławku (a od 2020 r. również w całym powiecie włocławskim), zachęca szkoły podstawowe i przedszkola do zbierania butelek PET, które następnie są odbierane i przekazywane do dalszego przetworzenia. W zamian szkoły dostają od firmy sadzonki drzewek. W 2022 r. w przedsięwzięciu wzięło udział 4 tys. uczniów i przedszkolaków z 25 placówek z powiatu włocławskiego. Angażują się w nie również pracownicy firmy. W dwudziestej edycji uczestnicy łącznie zebrali niemal 380 tys. sztuk butelek PET. W zamian organizator przekazał 280 dużych sadzonek świerków do posadzenia w przyszkolnych ogrodach.

1300

Oblatani w pomaganiu to konkurs dla uczniów szkół podstawowych z obszarów wiejskich i wiejsko-miejskich z województw kujawsko-pomorskiego, łódzkiego, mazowieckiego, pomorskiego i wielkopolskiego. Konkurs zorganizowała firma **ANWIL**. Zadanie konkursowe polegało na stworzeniu miododajnej łąki o powierzchni min. 30 m^2 oraz udokumentowaniu etapów pracy w postaci relacji foto lub video. Na konkurs wpłynęło 857 zgłoszeń, czyli o ponad 800 więcej niż firma wstępnie zakładała. Do konkursu zakwalifikowano 232 placówki, które stworzyły w swoim otoczeniu 232 miododajne łąki. Szkoły miały też za zadanie przeprowadzić lekcję na temat bioróżnorodności z aktywnym udziałem uczniów.

1300

Firma **Architecture Snob** stworzyła pierwszy w Polsce magazyn poświęcony zrównoważonej architekturze: „Architecture Snob". O minimalizację wpływu na środowisko naturalne wydawca zadbał już na etapie produkcji pisma. Cały nakład drukowany jest na papierze niepozyskiwanym z wycinki drzew, w drukarni, w której wprowadzono bezkompromisowy system zarządzania jakością na poszczególnych procesach produkcji. W magazynie wprowadzono cykle „Dobrze zaprojektowane" i „Zrównoważona końcówka", w których premiowane jest zrównoważone budownictwo. Poprzez działania edukacyjne i szerokie działania promocyjne **Architecture Snob – architektura ma znaczenie** autorzy zwracają uwagę na proekologiczne rozwiązania.

5

W 2022 roku pracownicy firmy **AstraZeneca Pharma Poland** posadzili 2000 drzew w nadleśnictwie pod Płońskiem w ramach kolejnej odsłony **projektu AZ Forest**. Nasadzenia były nadzorowane przez leśników, którzy dodatkowo dzielili się z pracownikami wiedzą o procesie wzrostu lasu, jego strukturze i potencjalnych zagrożeniach.

2750

Tradycyjny sad to ogólnopolski projekt edukacyjny organizowany przez Fundację powołaną przez **Bank Ochrony Środowiska**. Projekt polega na poznaniu i restytucji starych odmian drzew owocowych w formie szkolnych minisadów. Fundacja kładzie nacisk na prowadzenie sadu w sposób naturalny, który nie szkodzi środowisku. Projekt skierowany jest do szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych.

W 2022 r. 110 szkół z całej Polski otrzymało granty z projektu: łącznie zostały posadzone 772 drzewa owocowe starych odmian, głównie wiśni. Celem projektu jest edukacja na temat tradycyjnych odmian, ale również ekologicznego sposobu pielęgnacji drzew. Projekt ma za zadanie zwiększenie zasobów genetycznych drzew starych odmian oraz bioróżnorodności.

1200

Postaw na Słońce to cykliczny program edukacyjny realizowany w ramach działań Fundacji powołanej przez **Bank Ochrony Środowiska**. Projekt składa się z dwóch konkursów: filmowego i badawczego. Przedsięwzięcie promuje koncepcję odnawialnych źródeł energii, przybliża ideę prosumentów i pokazuje korzyści wynikające z własnej produkcji energii. „Postaw na Słońce" jest odpowiedzią na potrzebę edukacji ekologicznej młodzieży szkolnej, która jest bezpośrednim adresatem projektu. Odbiorcami pośrednimi są lokalne społeczności, do których są kierowane akcje promocyjne organizowane przez uczniów w ramach projektu. W 2022 r. w programie wzięło udział 215 zespołów uczniowskich (1085 uczestników). W wyniku ich działań powstało 308 projektów instalacji i 28 filmów edukacyjnych. Każdy zespół przeprowadził również akcję promującą odnawialne źródła energii wśród lokalnej społeczności.

1200

W trosce o stan środowiska powołana przez **Bank Ochrony Środowiska** Fundacja uruchomiła **ogólnopolski konkurs kreatywny na ekomurale „Świat oczami młodych"**. Celem działania skierowanego do szkół, uczelni, ośrodków kultury i innych placówek jest edukacja społeczeństwa z zakresu roli różnorodności biologicznej dla kondycji środowiska i jakości życia ludzi. Ubiegłoroczna edycja jest kontynuacją konkursu na projekty znaczków pocztowych z lat 2017–2020. W nowej odsłonie konkurs przeszedł ze skali mikro do makro, a uczestnicy mogli uzyskać dofinansowanie na stworzenie murali (przewidziano 5 grantów o łącznej wartości do 75 tys. zł), które będą promować różnorodność biologiczną. Dofinansowanie otrzymało 6 projektów. Wszystkie murale zostały wykonane zgodnie z planem, a w ich powstawanie zaangażowane były lokalne społeczności. Murale znajdują się w Tomaszowie Mazowieckim, Gąbinie, Urazie, Łodzi i Kamienicy.

1200

Program edukacyjny EKOlogia na bank! dla pracowników i pracowniczek **Banku Pekao** powstał we współpracy z Centrum UNEP/GRID-Warszawa. Jego celem była promocja odpowiedzialnej konsumpcji, ze szczególnym uwzględnieniem tematów środowiskowych, takich jak zrównoważona dieta, niemarnowanie żywności, odpowiedzialna turystyka, ekomoda. Program trwał od maja do listopada 2022 r., każdy miesiąc poświęcono oddzielnemu tematowi. Na stronie „Natura Żubra" w firmowym intranecie pojawiły się wpisy tematyczne, podcasty, linki do artykułów, quizy oraz zachęty do podejmowania przez pracowników konkretnych ekopostanowień. Wykorzystano formułę konkursową: 5 comiesięcznych quizów tematycznych oraz quiz podsumowujący – wielki test wiedzy.

12483

Tydzień Zrównoważonego Rozwoju był organizowany w siedzibie **BASF Polska** oraz online. W ramach komunikacji wewnętrznej pracownicy firmy mogli: zmierzyć się ze śladem węglowym – podczas warsztatów Agent 0017 prowadzonych przez CSR Consulting, poznać fakty i obalić mity związane ze zmianą klimatu, poznać drogi BASF do neutralności klimatycznej, zdobyć wiedzę o rozwiązaniach, które tworzą obieg zamknięty. Pracownikom informacji udzielali eksperci BASF.

780

Kampania edukacyjna Zero Waste prowadzona przez **BNP Paribas Real Estate Poland** miała na celu zwiększenie świadomości na temat ekologicznych zachowań i praktyk zarówno w biurze, prywatnych domach, jak i przestrzeni publicznej. Plakaty informacyjne z propozycjami działań, jak: odpowiednie segregowanie odpadów, korzystanie z toreb wielorazowego użytku czy naprawianie zamiast kupowania nowych przedmiotów, zostały rozwieszone w najbardziej uczęszczanych miejscach w biurze oraz w zarządzanych przez firmę budynkach.

160

W 2022 r. firma **BNP Paribas Oddział w Polsce**, we współpracy z Little Greenfinity, kontynuowała zaplanowany na 2 lata i rozpoczęty rok wcześniej projekt środowiskowy **Dbaj o klimat. Redukuj CO_2**. Celem akcji była edukacja nt. śladu węglowego, jego wpływu na środowisko oraz możliwości ograniczenia go w codziennym życiu. Po serii webinarów dla nauczycieli, w których wzięło udział ponad ćwierć tysiąca pedagogów, przyszedł czas na element skierowany do uczniów. W 2022 r. firma BNP Paribas SA Oddział w Polsce zrealizowała konkurs dla uczniów szkół ponadpodstawowych na akcję pozwalającą lokalnej społeczności zredukować emisje gazów cieplarnianych. Nagrodą była pomoc merytoryczna i finansowa w realizacji idei. W konkursie wzięło udział kilkadziesiąt szkół, nagrodzono 9 najciekawszych projektów. Na ich realizację przeznaczono 20 tys. zł.

950

Business Support Solution w ramach działania **Bądźmy EKO** kontynuuje minimalizowanie negatywnego oddziaływania na środowisko naturalne. Już w 2019 r. firma postawiła sobie za cel redukcję zużycia prądu, papieru

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

oraz plastiku. Podejmowane przez spółkę działania mają nie tylko wpłynąć na efektywne gospodarowanie surowcami i materiałami eksploatacyjnymi, ale też promować postawy odpowiedzialności ekologicznej i rozpowszechniać stosowanie przyjaznych środowisku technologii. Spółka aktywnie edukuje pracowników na temat związany z ekologią, rozpowszechniła wśród nich materiały informacyjne, a później przeprowadziła test w formie quizu. Pracownicy dostali dużą dawkę wiedzy podaną w przyjazny i atrakcyjny sposób, a czekające nagrody były motywacją do zgłębienia tematu samodzielnie.

400

Jednym z filarów strategii CSR i ESG **Capgemini Polska** jest environmental sustainability. Poza szeregiem akcji ukierunkowanych na minimalizację wpływu firmy na środowisko, organizacja edukuje i **angażuje pracowników w kwestie środowiskowe** oraz wdraża działania na rzecz zmiany ich zachowań. Do inicjatyw takich należy m.in. przesiadka z auta na rower w ramach półrocznego wyzwania Tour de Capgemini. W 2022 r. w ramach wyzwania 800 pracowników wykręciło łącznie 287 151 km, czyli ponad 7 razy okrążyli oni Ziemię. W nagrodę firma Capgemini Polska razem z Fundacją Dotlenieni zaprosiła pracowników do wspólnego sadzenia drzew. W 2022 r. 275 wolontariuszy Capgemini Polska zasadziło 6 tys. drzew w 5 nadleśnictwach w całej Polsce.

12000

Aby budować zdrowe nawyki i popularyzować ekologiczny środek komunikacji – **CD PROJEKT** zorganizował wyzwanie, dzięki któremu zachęcał pracowników do **dojazdów rowerem do pracy**. Pracownicy rejestrowali swoje przejazdy w aplikacji STRAVA, a nagrodą za każdy przejazd był kupon uprawniający do 50% zniżki w firmowej kantynie. Na terenie kampusu firmy znajdują się parkingi dla rowerów oraz prysznice, z których mogli korzystać rowerzyści. Wyzwanie trwało od lipca do września 2022 r. i wzięło w nim udział 137 uczestników. Łącznie (w ramach 1265 przejazdów) pokonali oni 8325 km.

1300

W Cementowni **CEMEX Polska** w Chełmie w ramach akcji **Pszczoły i trzmiele – nasi przyjaciele** wysiano dwie łąki kwietne o łącznej powierzchni około 8000 m^2, postawiono dwa hotele dla owadów oraz dwie tablice edukacyjne. Firma zorganizowała też zajęcia edukacyjne dla przedstawicieli lokalnej społeczności: uczniów i dorosłych - przyszłych edukatorów. Uzupełnieniem zajęć był, wydany i udostępniony przez CEMEX, podręcznik o zapylaczach w formie scenariuszy lekcji. W projekcie uczestniczyły: Fundacja edukacyjna SIŁACZKA, Fundacja Kwietna oraz Łąki Kwietne. Po wysianiu łąk bioróżnorodność na terenie cementowni zwiększyła się o 60 gatunków rodzimych. W warsztatach edukacyjnych wzięło udział łącznie: 92 uczniów i 37 dorosłych. Praktyka będzie kontynuowana w kolejnym roku.

1000

Zielone Warsztaty to zajęcia edukacyjne dla młodzieży z miejscowości, w których **CEMEX Polska** prowadzi działalność biznesową. Warsztaty są podzielone na trzy części: wyzwania zrównoważonego rozwoju oraz działania podejmowane na rzecz realizacji SDGs (gospodarka o obiegu zamkniętym) i ochrona klimatu. Młodym ludziom firma przedstawiła działania, które można podjąć, by zmniejszyć emisję CO_2 oraz przystosować się do zmian klimatu, pokazała także, w jaki sposób CEMEX dąży do neutralności emisyjnej, realizując strategię „Future in Action". W 2022 r. w Zielonych Warsztatach wzięło udział 300 uczestników z 8 szkół z Chełma i Rudnik, gdzie znajdują się cementownie.

1000

CEMEX Polska zorganizował kampanię edukacyjną dla pracowników „CEMEX dla Planety" dotycząca zrównoważonego rozwoju, w której informowała o istotnych problemach środowiskowych i zwracała uwagę na przyrodnicze ciekawostki. Firma za pośrednictwem kampanii mailowej, plakatów oraz konkursów przypominała o możliwości ochrony środowiska każdego dnia i zachęcała do zmiany codziennych nawyków. W ramach projektu CEMEX zorganizowała łącznie 4 tematyczne akcje, których odbiorcami było 1096 pracowników oraz 3 konkursy, w których wzięło udział łącznie 30 osób. Dwa konkursy były skierowane do pracowników i ich rodzin.

1000

Wiosną 2022 r. firma **CFE Polska** w ramach praktyki **Pszczoły CFE** przeprowadziła warsztaty pszczelarskie dla pracowników aby przybliżyć ideę ochrony środowiska naturalnego i rolę pszczół w ekosystemie. Warsztaty składały się z prelekcji na temat życia pszczół, prezentacji woskowijek jako alternatywy dla folii oraz degustacją produktów pszczelarskich. Druga część warsztatów obejmowała obserwacje wnętrza ula i informacje na temat pracy w pasiece. Warsztaty zakończyły się konkursem wiedzy z nagrodami. CFE Polska od 2020 r. posiada ule na dachu budynku siedziby w Warszawie oraz w ogrodzie krakowskiego biura, które są pod opieką lokalnych pszczelarzy.

200

Citi Handlowy przeprowadził, składający się z kilku elementów, program **Reuse/reduce/recycle**. Pierwsze działanie, „Podziel się książką" polegało na udostępnieniu w wybranych lokalizacjach w Polsce regałów – otwartych bibliotek na książki przeznaczone do wymiany. „Mikroplastik – mikroproblem?" to warsztaty dla pracowników dotyczące mikroplastiku w powietrzu, glebie, wodzie i związanej z tym rozszerzonej odpowiedzialności producentów oraz planowanego systemu kaucyjnego. Kolejnym działaniem był pracowniczy Program Odsprzedaży Sprzętu Komputerowego, dzięki któremu do sprzedaży trafiło kilkaset komputerów. Ostatnim działaniem była akcja odzysku segregatorów.

3700

Projekt Czyste Lasy powstał dzięki wsparciu, które pochodziło z grantu Fundacji Coca-Cola w Atlancie, i miał za zadanie nie tylko wspólnie zadbać o środowisko, ale przede wszystkim pokazać, jak to robić. Adresatami praktyki realizowanej w Polsce przez firmy **Coca-Cola HBC Polska** i **Coca-Cola Poland Services** byli: społeczeństwo, pracownicy firmy, mieszkańcy i władze miast, w których miało miejsce sprzątanie lasów. W ramach praktyki odbyły się cztery akcje w lasach Giżycka, Lublina, Niepołomic i Wieliczki. Łącznie 3197 uczestników zebrało 3,5 tony odpadów. W projekt zaangażowano lokalne społeczności, młodzież szkolną oraz domy seniora. Przedsięwzięciu towarzyszyła ogólnopolska kampania społeczna pod hasłem „Jestem z (miasta), dbam o lasy!", która dotarła do lokalnych społeczności z pozytywnym przekazem o ochronie środowiska i przekierowała na platformę edukacyjną www.swiatbezodpadow.pl. Działanie wiąże się ze strategią „Świat Bez Odpadów" – do 2030 r. Coca Cola pomoże w zbieraniu i poddaniu recyklingowi równowartości butelek i puszek, które trafiają od marki do konsumentów.

1810 Coca-Cola HBC Polska

260 Coca-Cola Poland Services

W 2022 r. **Credit Agricole Bank Polska edukował interesariuszy na temat zrównoważonego rozwoju i ESG**. Członkowie Zarządu wzięli udział w szkoleniu o ESG, a menedżerowie wysłuchali wykładu o zmianach klimatu i uczestniczyli w warsztatach Mozaika Klimatyczna. Pracownicy wzięli udział w webinarach m.in. o zrównoważonych finansach, taksonomii i śladzie cyfrowym oraz korzystali z banku wiedzy o ESG. Bank zainicjował też wydawanie newsletterów poświęconych ESG. Z kolei dla swoich klientów, partnerów i dostawców zorganizował webinary „Zielona rewolucja w biznesie. Czym jest ESG i jakie stawia wyzwania przed Twoją firmą?", które poprowadzili eksperci z Forum Odpowiedzialnego Biznesu. W wykładzie o zmianach klimatu i w warsztatach Mozaika Klimatyczna wzięło udział 120 menedżerów Credit Agricole, a we wszystkich webinarach dla pracowników 191 osób. Od początku 2022 r. ukazało się 9 wydań newslettera o ESG. Bank zorganizował 4 webinary dla klientów, dostawców i partnerów handlowych.

4300

W 2020 r. **Credit Agricole Bank Polska** rozpoczął **kampanię edukacyjną #mniejplastiku**, która zwraca uwagę na problem tworzyw sztucznych i uczy prośrodowiskowych nawyków. W 2022 r. w ramach kampanii bank przeprowadził akcję Wiślana Odyseja, która polegała na marszu wzdłuż Wisły połączonym ze sprzątaniem jej brzegów. Kolejnym przedsięwzięciem była akcja Czysta Odra, czyli sprzątanie brzegów rzeki Odry i jej dopływów. W obu inicjatywach wzięło udział łącznie ok. 20 tys. wolontariuszy, którzy zebrali ponad 100 ton śmieci. Działaniom towarzyszyły spotkania z dziećmi, webinary oraz plenerowa wystawa zdjęć. Częścią działań jest strona mniejplastiku.pl oraz podcast #mniejplastiku. W akcje zaangażowało się ponad 22,5 tys. wolontariuszy – zarówno pracowników Credit Agricole, jak i osób niezwiązanych z firmą. Na temat kampanii opublikowane zostały 682 materiały w mediach o łącznym zasięgu 9,2 mln odbiorców.

4300

CSR Consulting wziął udział w **Tygodniu 3R** – ogólnopolskim projekcie organizowanym przez Koalicję 5 Frakcji. Wydarzenie jest częścią Europejskiego Tygodnia Redukcji Odpadów (EWWR). W 2022 r. wszystkie wydarzenia polskiej edycji, pod hasłem MIERZ WYŻEJ, odbyły się online: konferencja, warsztaty interaktywne, webinar oraz relacje w mediach społecznościowych. Efektywność zmierzono poprzez liczbę uczestników organizowanych wydarzeń (powyżej 500 osób) oraz poprzez zasięg informacji o wydarzeniu, a tym samym o zasadzie 3R (zasięg: ponad 100 tys. osób). Tydzień 3R Koalicja 5 Frakcji zamierza powtarzać co roku i jej najważniejszym wpływem ma być wzrost świadomości poszczególnych interesariuszy i działania wspierające zasadę reduce, reuse, recycle.

8

W projekcie **Strażnicy energii oraz konkursie filmowym „W obiektywie strażników energii"** realizowanym przez spółkę **Dalkia Polska** udział wzięli uczniowie gdyńskich szkół podstawowych. Celem akcji było szerzenie wiedzy o oszczędzaniu energii w trzech kluczowych obszarach: ogrzewanie, oświetlenie i energia elektryczna. Uczniowie przeprowadzili ocenę energetyczną budynków szkół, znajdując obszary wymagające poprawy. Za pomocą specjalistycznych urządzeń, które zapewnia firma, na bieżąco monitorują sytuację zużycia energii, mierzą temperaturę, natężenie oświetlenia oraz pobór prądu, a następnie ustalają rozwiązania ograniczające zużycie energii. W ramach konkursu filmowego uczniowie nagrywali krótkie materiały wideo pokazujące sposoby na skuteczne oszczędzanie energii. W konkursie udział wzięło 26 uczniów z gdyńskich szkół. W ubiegłym roku w ramach programu „Strażnicy energii" uczniowie zaoszczędzili dla swoich szkół ciepło na poziomie 526 MWh i energię na poziomie 235 MWh. Dało to (w przeliczeniu) 128 103 zł oszczędności. Firma zrealizowała projekt z miastem Gdynia.

400

W sierpniu **Dalkia Polska** uruchomiła sportowe wyzwanie dla swoich pracowników **#DalkiaPolskaBikeChallenge2022**, zachęcając ich do aktywności ruchowej i wybrania roweru zarówno jako preferowanego środka transportu z i do pracy, jak i pojazdu wykorzystywanego rekreacyjnie. Za pośrednictwem aplikacji Activy pracownicy rejestrowali pokonane na rowerze kilometry i wspólnie ograniczali emisję CO_2. Wyzwanie miało charakter zespołowy i indywidualny, a licznik pokonanych wspólnie kilometrów pokazywał też ilość emisji CO_2, której udało się uniknąć.

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Podczas dwumiesięcznego wyzwania pracownicy firmy przejechali łącznie 22 575,8 km. W akcji wzięło udział 50 osób.

400

Z okazji Światowego Dnia Recyklingu w firmie **Dalpo** odbył się konkurs plastyczny dla dzieci pracowników **Segregacja ma sens!** Zadanie polegało na wykonaniu plakatu w dowolnej technice, na temat segregacji odpadów. Wszystkie dzieci, które wzięły udział w konkursie, otrzymały upominek wraz z biletem do kina.

320

Be.Eco to program edukacji ekologicznej współtworzony przez Fundację Deloitte działającą przy **Deloitte Polska**. Od września 2022 r. trwa druga edycja, która skupia się wokół odpowiedzialnej produkcji i konsumpcji. Eksperci Deloitte zajęli się merytoryką scenariuszy lekcji dotyczących hiperkonsumpcjonizmu, zrównoważonej mody, produkcji i marnowania żywności oraz elektrośmieci i śladu węglowego. Program tworzony jest we współpracy z Fundacją Digital University. Materiały edukacyjne dostępne są do pobrania dla edukatorów chcących budować u swoich uczniów świadomość klimatyczną. Scenariusze są zgodne z obowiązującą podstawą programową. W pierwszej edycji programu obejmującej tematykę gospodarki odpadami i bioróżnorodności udział wzięło ponad 33 tys. uczniów, a ponad 2 tys. nauczycieli skorzystało z organizowanych online warsztatów. W każdej z edycji prowadzone jest ankietowe badanie świadomości uczniów.

3000

Deloitte Polska działa na rzecz kształtowania proekologicznych postaw swoich pracowników. W 2022 r. zainaugurowana została seria wewnętrznych webinarów edukacyjnych o tematyce okołoekologicznej **#PiątkiZKlimatem**, podczas których zaproszeni goście prowadzili wykłady i zachęcali uczestników do dyskusji. Wśród prelegentów pojawili się m.in. Ewa Ewart, Filip Springer, Marta Karwacka oraz Adam Wajrak, poruszający takie tematy, jak problem wody, ochrona Puszczy Białowieskiej czy zrównoważona moda. Celem cyklu jest edukowanie i inspirowanie pracowników Deloitte do zdobywania wiedzy na temat postępujących zmian klimatycznych oraz umożliwienie im podejmowania świadomych decyzji dotyczących ich wkładu w przeciwdziałanie zmianom klimatycznym. W trakcie ubiegłorocznej edycji odbyło się sześć spotkań, w których udział wzięło ponad 1200 pracowników.

3000

DIAGNOSTYKA zachęca swoich pracowników do przesiadki na rower, m.in. przyłączając się do akcji „Rowerem do pracy", organizowanej od 5 lat przez Wydział Gospodarki Komunalnej Urzędu Miasta Krakowa. A żeby mieć pewność, że pojazdy są należycie przygotowane do użytkowania, w centrali spółki w Krakowie, w ramach Światowego Dnia Roweru, został zorganizowany **bezpłatny serwis rowerowy dla pracowników**. Praktyka cieszyła się dużym zainteresowaniem i będzie kontynuowana.

7000

Do akcji **Operacja Czysta Rzeka** firma **Egis Polska** przystąpiła w ramach Grupy Servier w Polsce, w partnerstwie z firmą Servier Polska i przedsiębiorstwem Anpharm. Wolontariusze-pracownicy Egis wzięli udział w zorganizowanej akcji sprzątania terenów przyrzecznych w wybranej lokalizacji na terenie Polski (Warszawa, praska strona Wisły). Łącznie zebrano 1350 kg śmieci.

250

ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego wraz z UNEP/GRID-Warszawa jest oficjalnym organizatorem corocznych obchodów **Międzynarodowego Dnia Bez Elektrośmieci** w Polsce. Wydarzenie zostało zainicjowane przez organizację WEEE Forum w 2018 r. i jest okazją do zwrócenia uwagi na tematykę elektrośmieci. Hasłem przewodnim piątej edycji było „Nieważne jak małe, do recyklingu się nadaje". W tym celu zrealizowano inicjatywy edukacyjne skierowane do mieszkańców, instytucji, a także mediów, by zwrócić uwagę na to, że mały, niedziałający sprzęt, często zalegający w domach powinien być oddany do recyklingu jako źródło surowców. Partnerami projektu są APPLiA Polska oraz Związek Cyfrowa Polska.

14

Od 10 lat firma **ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego** realizuje Ogólnopolski Program Edukacyjny **„Moje miasto bez elektrośmieci"** na temat prawidłowego postępowania ze zużytym sprzętem elektrycznym i elektronicznym. Program jest przeznaczony dla dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym. Placówki otrzymują bezpłatne materiały edukacyjne, mają dostęp do platformy edukacyjnej z materiałami do pobrania, a także do przeprowadzenia zajęć w formie online. Głównym elementem programu jest Fundusz Oświatowy, tworzony ze zbiórek elektrośmieci – przedszkola i szkoły wymieniają zebrane punkty na bezpłatne pomoce dydaktyczne i wyposażenie sal. Program co roku realizowany jest przez blisko 3,5 tys. placówek w całej Polsce, a w nich – przeszło milion uczniów. Nad programem czuwa ponad 1,5 tys. szkolnych koordynatorów.

14

Firma **ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego** w ramach realizacji Ogólnopolskiego programu edukacyjnego „Moje miasto bez elektrośmieci" stworzyła wraz z zespołem Teatru Syrena **przedstawienie teatralne „Eko-Drużyna. Misja Elektrośmieć"**. Spektakl uczy dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym prawidłowego postępowania ze zużytym sprzętem elektrycznym i elektronicznym. Pierwszy pokaz został sfilmowany, a film można znaleźć na kanale YT. Oficjalna premiera przedstawienia odbyła się 7 czerwca 2022 r. w Teatrze Syrena w Warszawie. Spektakl obejrzało 1,5 tys. dzieci z warszawskich placówek edukacyjnych. Film z przedstawienia włączono do scenariuszy zajęć lekcyjnych dla nauczycieli realizujących program edukacyjny stworzony przez firmę. Do tej pory film z przedstawienia wyemitowano 1135 grupom. Spektakl będzie udostępniony w wersji online, by mogły go obejrzeć dzieci z całej Polski. Przedstawienie jest także w repertuarze Teatru Syrena.

14

Firma **ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego** w ramach działalności Centrum ElektroEkologii zorganizowała pierwszy **ElektroEkologiczny Hackathon** skierowany do uczniów szkół średnich. Jego celem było znalezienie rozwiązania na zwiększenie liczby właściwie oddawanych elektrośmieci wśród młodzieży. Do finału, który odbył się w Warszawie, zostało zaproszonych 6 najlepszych zespołów, które podczas wydarzenia miały okazję finalizować swoje projekty pod okiem ekspertów z ElektroEko, Samsung, UNEP/GRID-Warszawa i Stowarzyszenia Cyfrowy Dialog. Członkowie zwycięskiego zespołu otrzymali nagrody rzeczowe oraz wejście do półfinału programu Solve For Tomorrow organizowanego przez firmę Samsung.

14

Centrum ElektroEkologii to miejsce, którego celem jest edukacja na temat właściwego postępowania ze zużytym sprzętem elektrycznym i elektronicznym. Powstało z inicjatywy **ElektroEko Organizacji Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego**, partnerem strategicznym jest Samsung, a partnerem merytorycznym Cyfrowy Dialog. Adresatem działań jest młodzież klas 7–8 szkół podstawowych oraz szkół średnich, dla której organizowane są warsztaty stacjonarne oraz online, a także inne akcje edukacyjne, takie jak: hackathon, wystawa, wycieczki. W działania edukacyjne Centrum firma angażuje także ekoinfluencerów. Od momentu otwarcia Centrum (we wrześniu 2021 r.) przeszkolono ponad 6 tys. uczniów, przeprowadzono ponad 250 warsztatów stacjonarnych oraz online. Przygotowano 16 scenariuszy zajęć stacjonarnych oraz online i 8 kart pracy dla nauczycieli do samodzielnego prowadzenia zajęć w szkołach, które dostępne są na stronie internetowej Centrumentrum.

14

W 2022 r. odbyła się 11. edycja projektu edukacyjnego **Planeta Energii** dla klas 0–3 szkół podstawowych i przedszkoli. Organizatorem jest **Energa Grupa ORLEN**. Wzięło w niej udział 331 placówek z całej Polski. Sto z nich, które przeprowadziły zajęcia o bioróżnorodności w oparciu o udostępnione scenariusze lekcyjne, otrzymało „Biopakiety" zawierające m.in. domki dla owadów, budki lęgowe dla ptaków i nasiona, a trzy szkoły, które przeprowadziły je w najciekawszy sposób, otrzymały grant o wartości 10 tys. zł każdy na realizację strefy bioróżnorodności. W szkołach odbyły się „piknik bioróżnorodności", łącznie dla 700 dzieci, z udziałem ambasadorów programu – przyrodnika Krzysztofa Koniecznego oraz dziennikarki Katarzyny Stoparczyk. Program edukacyjny propaguje wśród dzieci wiedzę o energii elektrycznej, odpowiedzialnym i racjonalnym korzystaniu z prądu, a także o ochronie środowiska i zrównoważonym rozwoju.

9800

Europejski Fundusz Leasingowy w 2022 r. ponownie był w gronie partnerów **kampanii #elektromobilni**, największej inicjatywy w Polsce i w regionie CEE promującej transport zeroemisyjny. Fundusz chce propagować zielone podejście wśród mikrofirm, małych i średnich firm, również przez edukowanie i wskazywanie korzyści i wpływu elektromobilności na ochronę klimatu, poprawę warunków zdrowia oraz rozwój gospodarczy. Jako partner kampanii firma przekazywała treści w swoich social mediach (średnio raz w miesiącu) oraz komunikacji wewnętrznej, dzięki czemu informacja o kampanii #elektromobilni docierała do pracowników i obserwatorów.

409

Wspierając zdrowy styl życia i aktywność, w biurach w Warszawie i w Gliwicach firma **Exorigo-Upos** w ramach **dnia dojazdu rowerem do pracy** przygotowała dla pracowników profesjonalne mobilne serwisy rowerowe czekające przed budynkami biur. Działanie miało na celu budowę świadomości, że można dojeżdżać rowerem do pracy, a przeglądowi poddano 60 rowerów.

800

BEE FORTE to projekt stworzony przez kilkunastu pracowników **Fabryki Mebli „FORTE"**, propagujący ochronę pszczół i wsparcie bioróżnorodności. W projekt angażują się m.in. pszczelarze (8 pracowników), którzy dzielą się wiedzą na temat pszczelarstwa za pośrednictwem vloga i bloga w wewnętrznych serwisach komunikacyjnych firmy. Zespół projektowy organizuje też eksperckie webinary dla pracowników zainteresowanych pszczelarstwem oraz inicjuje konkursy promujące bioróżnorodność dla pracowników i ich rodzin. W projekcie nawiązano również współpracę z uczelniami wyższymi (SGGW i SGH). Dodatkowo, w miejscu trawników przy fabrykach mebli FORTE powstały łąki kwietne o łącznej powierzchni 16 900 m^2. W 2022 r. odbyło się pierwsze miodobranie w pasiece przy fsabryce w Suwałkach.

3000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Ferrero Polska zorganizowało cykl **konkursów środowiskowych** dla pracowników. W 2022 r. przeprowadzono konkurs ekologiczny „Hotel dla owadów" polegający na budowie domku dla owadów z wykorzystaniem materiałów odpadowych.

2600

Od 2018 r. firma **Fujitsu Technology Solutions** przyłącza się do obchodów Międzynarodowego **Dnia Sprzątania Świata** i organizuje sprzątanie terenów zielonych w Łodzi i Katowicach. Celami akcji są ograniczenie negatywnego wpływu człowieka na środowisko, zapobieganie skażeniom obszarów zielonych, poddawanie recyklingowi większej ilości odpadów niż zazwyczaj. Podczas pięciu edycji udało się zebrać kilka ton śmieci. Przekazano je służbom komunalnym i część z nich została poddana recyklingowi.

3000

Firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowała **warsztaty tworzenia budek lęgowych**. W ramach warsztatów wykonano 17 i dodatkowo zakupiono kolejnych 17 budek lęgowych dla ptaków (jerzyków, szpaków, sikorek i innych). Połowę z nich zainstalowano w nowym budynku firmy w Łodzi. Pozostałe zostały umieszczone w Lesie Łagiewnickim przez tamtejsze nadleśnictwo. Dzięki tym działaniom biuro firmy lepiej wpisuje się w zieloną tkankę miejską. Pracownicy firmy będą monitorować budki i sprawdzać status sukcesów lęgowych.

3000

Z okazji Światowego Dnia Ziemi **Fundacja Veolia Polska** uruchomiła projekt **Zainwestuj w planetę, to się opłaca!**, którego celem było promowanie wśród pracowników działań na rzecz ochrony środowiska, poszerzanie świadomości ekologicznej i inspirowanie do życia w zgodzie z naturą. W ramach projektu przez 6 tygodni w każdą środę omawiany był 1 obszar związany z ochroną środowiska, a pracownicy byli zachęcani do podejmowania ekowyzwań w zakresie 6 obszarów tematycznych: Ekoinicjatywy i obszary wpływu, Segregacja odpadów i recykling, Bioróżnorodność, Zrównoważona moda, Gospodarka o obiegu zamkniętym, Stop marnowaniu żywności. Podsumowaniem publikowanych był środowiskowy webinar. Projekt został zrealizowany we współpracy z firmą Who Will Save The Planet.

4300

Gdańsk Transport Company przygotował dla podróżnych kalkulator emisji CO_2 dostępny w aplikacji AmberOne i na stronie a1.com.pl. **EKOkalkulator** w przejrzysty sposób pozwala przyjrzeć się dwóm możliwościom: obniżeniu wydatków na paliwo i zmniejszeniu produkcji spalin dzięki redukcji prędkości. Adresatami praktyki są pracownicy i użytkownicy autostrady, a jej celami zmniejszenie śladu węglowego autostradowego projektu i przekonanie kierowców do redukcji prędkości.

8

Firma **Globe Trade Centre** realizowała **działania edukacyjne i współpracę z WFF**. Jako partner strategiczny fundacji edukowała swoich pracowników, najemców i społeczności lokalne w zakresie ochrony środowiska, zachęcała do wspólnych działań ekologicznych i przekazywania darowizn oraz wspierała działania fundraisingowe. Udzieliła wsparcia na rzecz ochrony tygrysów w Malezji oraz niedźwiedzi brunatnych w Polsce, które pomogło sfinansować m.in.: dzienne racje żywnościowe dla dzikich zwierząt, zakup sprzętu kempingowego do prowadzenia badań terenowych, zainstalowanie 26 specjalnych „odpornych na niedźwiedzie" koszy na śmieci w turystycznych punktach Karpat. Firma umieściła kampanie edukacyjne o tygrysach i niedźwiedziach w aplikacji Welcome GTC, wysłała mailing edukacyjny o tygrysach do najemców, a w Galerii Północnej w Warszawie przygotowała wystawę o tygrysach.

180

Firma **Green Office Ecologic** zachęca dzieci i młodzież szkolną do zachowań prośrodowiskowych i podnosi ich świadomość o szkodliwości nieodpowiedniego składowania zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego. Praktyczną odsłoną jest akcja **Wszystkie dzieci zbierają elektrośmieci**, prowadzona we współpracy z placówkami oświatowymi w całej Polsce. Firma umożliwia placówkom bezpłatne oddanie zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego, zapewniając własny transport i dopełnienie wszelkiej dokumentacji. Placówki biorące udział w akcji otrzymują nagrody pieniężne oraz potrzebny sprzęt biurowy. Firma przekazuje szkołom i placówkom oświatowym również materiały edukacyjne budujące postawy ekologiczne wśród dzieci i młodzieży, a związane m.in. z prawidłowym zagospodarowaniem elektroodpadów.

150

Kubusiowi Przyjaciele Natury to ogólnopolski program edukacyjny dla przedszkoli i szkół podstawowych, organizowany od 15 lat przez markę Kubuś **Grupy Maspex**. Każda placówka, która bierze udział w projekcie, otrzymuje bezpłatny pakiet materiałów edukacyjnych dla nauczycieli oraz dzieci. Dzięki temu najmłodsi dowiadują się: jak troszczyć się o rośliny i zwierzęta, segregować śmieci, oszczędzać prąd, wodę i energię, a także poznają zasady ekonologii, dbania o zdrowy styl życia, w tym aktywność fizyczną i wartościową dietę. Partnerem tegorocznej edycji jest UNEP/GRID-Warszawa. W trwającej piętnastej edycji, w roku szkolnym 2022/2023, bierze udział ponad 750 tys. przedszkolaków z ponad 8 tys. przedszkoli i 450 tys. uczniów klas 1–3 z ponad 6 tys. szkół podstawowych. Od 2008 r. akcja objęła swoim zasięgiem w sumie ponad 9 mln dzieci.

7500

Kierowcy **Grupy PBI** korzystający z samochodów służbowych uczestniczyli w konkursie **EKO-Kierowca**. Laureaci zredukowali zużycie paliwa o ponad 250 litrów, co zaoszczędziło ok. 668 kg wyemitowanego do atmosfery CO_2. Tym samym w ciągu miesiąca zwycięzcy zwiększyli zasięg swoich samochodów o prawie 6 tys. km.

1200

W 2021 r. przeprowadzona została **kampania edukacyjna w zakresie zasad segregacji śmieci** skierowana do wszystkich pracowników **Grupy PBI**. W ślad za tym, we wszystkich lokalizacjach organizacji pojawiły się jednakowe kosze na odpady, oznaczone w sposób ujednolicony wraz ze ściągawką, jakie śmieci kwalifikują się do jakiej frakcji. Dodatkowo zwrócono uwagę, aby segregacja była zgodna z obowiązującymi przepisami prawa w tym zakresie.

1200

Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia) promuje najważniejsze tematy związane z ekologią, m.in. poprzez swój portal ekologiczny **Zielona Interia – zielona.interia.pl. i cykl podcastów ekologicznych** tworzonych we współpracy ze Stowarzyszeniem Program Czysta Polska. Cykl, który prezentuje m.in. technologie wspierające ekologiczne rozwiązania, ciekawostki ze świata przyrody i porady. Poszczególne spółki Grupy podejmują temat ekologii w ramach swoich strategii biznesowych, docierając z przekazami do milionów Polaków.

7500

Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia) wspiera działalność Stowarzyszenia **Program Czysta Polska i projekt Czyste Zielone Miasta** – jeden z kluczowych projektów zrealizowanych przez stowarzyszenie w 2022 r. W ramach inicjatywy w 44 polskich miejscowościach posadzono ok. 7 tys. drzew i zebrano ok. 25 ton śmieci. Celem akcji jest edukacja oraz integracja lokalnych społeczności, pracowników Grupy i aktywizacja młodego pokolenia do zdrowego stylu życia w ekologicznym świecie.

7500

W 2022 r. z okazji Światowego Dnia Rzek pracownicy **Grupy Żywiec** połączyli siły z **Operacją Czysta Rzeka**. W 5 miastach – Żywcu, Warce, Leżajsku, Namysłowie oraz Elblągu – posprzątali brzegi rzek i innych akwenów. Operacja Czysta Rzeka to ruch społeczny, który angażuje środowiska lokalne, by oczyściły i zmieniły na lepsze swoją najbliższą okolicę. W Warce pracownicy sprzątali brzegi Pilicy, w Namysłowie Park Północny, w Leżajsku okolice zalewu Floryda. W Żywcu, sprzątając brzegi Leśnianki, pracownicy zebrali 128 worków odpadów i 6 opon, a tydzień później w Elblągu, porządkując brzeg rzeki Elbląg oraz tereny przy Kanale Miejskim, zapełnili aż 136 120-litrowych worków. Łącznie w akcji wzięło udział niemal 150 pracowników Grupy Żywiec z 5 browarów. Dzięki ich zaangażowaniu udało się zebrać niemal 500 worków, czyli ok. 6,5 tonom odpadów.

1800

Kampania #RethinkFashion, prowadzona przez markę Perwoll firmy **Henkel Polska** od 2019 r., promuje zrównoważona modę, która jest odpowiedzią na trend fast fashion. Kampania zachęca do odpowiedzialnej konsumpcji mody i dbania o ubrania, aby wydłużyć ich życie. W 2022 r. w ramach odbyły się 3 pokazy mody, zamykającym eventem był pokaz kolekcji „Bloom" Macieja Zienia. Działania marki Perwoll w 2022 r. dotarły z ideą slow fashion do niemalże 165 tys. czytelników prasy poświęconej modzie i odbiorców YouTube. Na dedykowanej podstronie akcji konsumenci mogą znaleźć porady dotyczące ubioru i dbania o odzież w zgodzie z filozofią slow fashion. Henkel zachęca także, by ubrania wykorzystywać powtórnie lub przerabiać.

970

Lekcja Nieśmiecenia to kampania edukacyjna firmy **Henkel Polska** i Fundacji Nasza Ziemia, która wspiera szkoły w edukacji ekologicznej związanej z segregacją odpadów. Szkoły otrzymują bezpłatne materiały dydaktyczne do prowadzenia lekcji o recyklingu. Akcji edukacyjnej towarzyszy konkurs. W dotychczasowych dwóch edycjach kampanii wzięło udział 870 szkół, a w ramach konkursu 40 zwycięskich szkół nagrodzono systemami do praktycznej segregacji odpadów. W ramach konkursu szkoły proponują kreatywne pomysły na to, jak rozwiązywać problemy związane z gospodarką odpadami. Jednym z laureatów w 2022 r. był Zespół Szkół Specjalnych nr 4 z Krakowa, który zgłosił do konkursu projekt całoroczny. Polega on na eliminacji odpadów z aluminium, jakimi są kapsułki po kawie. Przedstawiono pomysł wykorzystania zużytych kapsułek jako pomocy dydaktycznych, a fusów po kawie jako nawozu dla roślin.

970

Firma **Hochland** poprzez projekt **Almette chroni łąki** uczy, jak ważne są łąki dla ekosystemu. W 2022 r. udostępniono narzędzia i zachęcano do wysiewania łąk we własnych ogrodach i na balkonach: w Warszawie stanęły dwa łąkomaty, a pracownicy Hochland dostali łącznie 850 paczek ze specjalną mieszanką nasion. Mogli też wziąć udział w konkursie fotograficznym, a 12 najlepszych prac trafiło do firmowego kalendarza. Firma współpracuje przy realizacji projektu z zarządem zieleni miejskiej, popularyzatorami nauki i influencerami (Janina Daily).

800

Pracownicy działu zrównoważonego rozwoju oraz IT **Hochland** byli **zaangażowani w tworzenie ekologicznej gry terenowej**. Pracownicy zagrali w grę podczas pikniku rodzinnego w Kaźmierzu oraz w czasie akcji „Sprzątania świata" – razem z uczniami ze Szkoły Podstawowej z Kaźmierza i Zespołu Szkół Technicznych z Tarnowa Podgórnego. Gracze pokonywali trasę poprzez poszukiwanie kolejnych kodów QR ukrytych w lokalizacjach, które są wskazywane po popraw-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

nym rozwiązaniu zadań. Pytania dotyczą zagadnień ekologicznych. Tegoroczna edycja poświęcona była oszczędzaniu zasobów i bioróżnorodności. W grze terenowej wzięło do tej pory udział 40 pracowników firmy Hochland i ich rodziny oraz 50 uczniów szkół i ich opiekunów. Wykorzystanie gry podczas „Sprzątania świata" przyczyniło się do zebrania 8 worków odpadów z tworzyw sztucznych, 7 worków odpadów szklanych i 2 worków odpadów z papieru.

800

Hochland w 2022 r. **promował wzorcowe postawy proświadomościowe pracowników** w życiu codziennym. Pracownicy-prelegenci przedstawiali podczas webinaru swoje ekologiczne zainteresowania pracownikom i gościom – przedstawicielom samorządu. Firma zachęcała też do udziału w ekostoiskach podczas wydarzeń organizowanych razem z lokalnymi samorządami oraz do wzięcia udziału w konkursie na temat zasady 3R. W webinarze uczestniczyło 50 pracowników i 2 przedstawicieli lokalnych samorządów, a w warsztatach i pokazach stacjonarnych w Kaźmierzu i Węgrowie – łącznie 80 osób.

800

W 2022 r. **Hochland** zainaugurował cykliczne wydarzenia z okazji **Światowego Dnia Ochrony Środowiska**. Pierwsza edycja akcji odbyła się w Kaźmierzu i Węgrowie, gdzie zlokalizowane są zakłady produkcyjne, oraz w biurze firmy w Poznaniu. Każda edycja ma na celu uwrażliwienie pracowników i lokalnej społeczności na tematy środowiskowe wynikające ze strategii firmy. W roku 2022 tematem przewodnim było oszczędzanie wody, niemarnowanie żywności oraz bioróżnorodność. Poza pracownikami zaangażowani byli przedstawiciele samorządu lokalnego, organizacji ekologicznych i ośrodków oświaty. W wydarzeniu łącznie wzięło udział: 500 pracowników firmy Hochland, 6 pracowników firm zewnętrznych, 200 osób z lokalnej społeczności w Kaźmierzu i Węgrowie, 2 organizacje ekologiczne, a także 3 przedstawicieli szkół i samorządu. W efekcie prowadzonej akcji zaobserwowano więcej zgłoszeń dotyczących możliwych optymalizacji w zakresie zużycia wody. W większym stopniu zaczęto też segregować odpady.

800

Inicjatywa **Climate Action Network** skupia pracowników **HSBC Service Delivery Polska** zainteresowanych działaniami proekologicznymi i tematyką zrównoważonego rozwoju. Prowadzą oni działania edukacyjne w firmie, m. in. tłumacząc przyczyny zachodzących zmian klimatycznych oraz zachęcają do podjęcia działań, by je ograniczyć. W 2022 r. zorganizowali serię spotkań dla pracowników o filozofii zero waste, zrównoważonych zakupach czy ogrodnictwie miejskim. Przeprowadzili też konkursy-quizy, zachęcające m.in. do ograniczenia spożycia mięsa i niskoemisyjnych podróży. Działalność Climate Action Network uzupełnia program rekomendowanych przez firmę szkoleń pracowniczych z zakresu zrównoważonego rozwoju i zmian klimatycznych. Inicjatywa wspiera strategię zrównoważonego rozwoju firmy i pomaga zrozumieć pracownikom wizję Net Zero, czyli plan całkowitej redukcji emisji dwutlenku węgla netto w operacjach i łańcuchu dostaw HSBC do 2030 r.

4350

Clean-up Your World to coroczna akcja zbierania śmieci przez pracowników **HSBC Service Delivery Polska**. Od czasu pandemii COVID-19 jest realizowana w formule indywidualnej, tzn. pracownicy sami decydują, gdzie i kiedy sprzątają (swój) świat. W 2022 r. Clean-up Your World trwał od sierpnia do października i był skierowany do wszystkich pracowników HSBC. W ostatniej edycji w akcję zaangażowało się 381 pracowników firmy, którzy przeznaczyli ponad 3100 godzin na sprzątanie wybranych przez siebie terenów w całej Polsce. HSBC szacuje, że w ramach akcji pracownicy zebrali ponad 10 ton odpadów. Potwierdzeniem uczestnictwa w akcji było przesłanie zdjęcia pracownika w trakcie sprzątania.

4350

Ocalimy Świat (OŚ) to program edukacyjny dla uczniów szkół podstawowych. Łączy on poszerzanie wiedzy ekologicznej dzieci i młodzieży z kształtowaniem postaw prospołecznych oraz podnoszeniem kompetencji cyfrowych. Organizatorem przedsięwzięcia OŚ jest Fundacja ABCXXI – Cała Polska czyta dzieciom; partnerem merytorycznym – Fundacja WWF Polska. **ING Bank Śląski**, wraz z firmą Visa, uczestniczy w programie OŚ jako partner strategiczny. Patronat honorowy nad programem objęły: Ministerstwo Klimatu i Środowiska oraz Biblioteka Narodowa. W 2022 r. do pierwszej edycji programu przystąpiły 363 szkoły. W zajęciach prowadzonych przez ok. 600 edukatorów udział bierze ponad 30 tys. uczniów. Na potrzeby programu powstało 28 opowiadań napisanych przez polskich autorów dla dzieci i młodzieży. Opowiadania zostały wydane w trzech tomach dostosowanych do wieku odbiorców. Dodatkowo uczniowie i edukatorzy otrzymali nowe narzędzie online – grę komputerową.

8500

Kultura offowa ING to wewnętrzny program ekoedukacji. Dzięki niemu **ING Bank Śląski** inspiruje i edukuje pracowników w zakresie ekologii. Co roku odbywają się kampanie z hasłem przewodnim. W 2022 r. ING włączyło się do dzielenia energią. Dodatkowo firma publikuje artykuły w „ekokąciku" w wewnętrznym czasopiśmie elektronicznym. Firma podejmuje również działania podejmowane we własnym zakresie, w budynkach Head Quaters korzysta z ekologicznego papieru do wydruku dokumentów oraz ekologicznego, podążającego oświetlenia, a w siedzibach w całej Polsce zostały zainstalowane perlatory, które redukują zużycie wody.

8500

Latem 2022 r. pracownicy firmy **Intel Technology Poland** wzięli udział w ogólnopolskiej **Operacji Czysta Rzeka**. W tym roku wolontariusze sprzątali okolice i brzegi Jeziora Wysockiego w Gdańsku, znajdującego się niedaleko campusu firmy. W akcji wzięło udział 50 pracowników, zebrali oni 2 tony śmieci. Akcja była podjęta w ramach globalnej strategii firmy „RISE", której celem m.in. jest dbanie o środowisko, oraz wsparcie wolontariatu pracowniczego.

3000

Praktyka **Akcja komunikacja** realizowana przez firmę **InterKadra** polega na zachęcaniu współpracowników firmy do wybrania komunikacji publicznej jako środka transportu z i do pracy. Do akcji wykorzystano grupy mailowych oraz intranet.

214

Od 2019 r. firma **KABAK** w miejsce typowego Black Friday, skupiającego się na rabatach i promocjach, proponuje swoim interesariuszom alternatywę w postaci **Green Friday**. KABAK wykorzystuje tę okazję do opowiedzenia o działaniach podjętych w danym roku w celu stania się marką w pełni zrównoważoną. W ten sposób firma wyraża swój sprzeciw wobec sztucznie napędzanej konsumpcji i często nieuczciwych praktyk handlowych. W 2022 r. odbyła się czwarta edycja akcji.

11

Z okazji swoich dziewiątych urodzin firma **KABAK** **podjęła współpracę z Fundacją Szklane Pułapki**, która chroni ptaki ginące w wyniku kolizji z transparentnymi i lustrzanymi elementami infrastruktury. Współpraca odbywa się na dwóch polach: edukacyjnym, obejmującym działania komunikacyjne nastawione na edukowanie w zakresie zagrożeń czyhających na ptaki w przestrzeni miejskiej, oraz praktycznym, w ramach którego firma rozdawała karmniki i budki lęgowe do samodzielnego zamontowania. W ramach urodzinowej akcji firma KABAK rozdała i zamontowała łącznie 26 karmników i 13 budek lęgowych w całej Polsce.

11

W październiku 2022 r. firma **Kaufland Polska Markety** po raz kolejny **włączyła się w akcję „Sprzątania świata"**, którą przeprowadziła wspólnie z Fundacją Nasza Ziemia. Wolontariusze Kauflandu wraz ze swoimi bliskimi spotkali się nad brzegiem Odry we Wrocławiu i sprzątali teren przez 3 godziny. Akcja ma nie tylko korzystny wpływ na środowisko, ale również walor edukacyjny dla pracowników i ich najbliższych. Tegoroczne działania były realizowane w ramach inicjatywy Grupy Schwarz „River Cleanup Collective – Together for Cleaner Rivers", podczas której pracownicy Grupy we wszystkich krajach sprzątali tereny położone nad europejskimi rzekami. W ramach wydarzenia zebrano 534 kg śmieci.

15000

Kaufland Polska Markety realizował drugą edycję **akcji edukacyjnej „EKO od dziecka – nie marnuję"**. Przeszkoleni pracownicy firmy przeprowadzili cykl zajęć dla dzieci ze szkół podstawowych z klas 1–3. Tematem warsztatów było zapobieganie marnowaniu żywności. Zorganizowano także konkurs na przygotowanie drugiego śniadania w duchu zero waste. Zwycięzcy gotowali wraz z Beatą Śniechowską, uczestniczką programu MasterChef. W projekcie udział wzięło 13 wolontariuszy – pracowników Kauflandu. W warsztatach uczestniczyło ok. 600 uczniów ze szkół podstawowych z Wrocławia i Bydgoszczy. Cały projekt trwał 5 tygodni.

15000

Kaufland Polska Markety zainicjował akcję edukacyjną **„Rozrabiaki Literaki"**. Przez dwa miesiące dzieci kolekcjonowały naklejki z ilustracją 24 Rozrabiaków, bohaterów kampanii, których imiona nawiązywały do zrównoważonego rozwoju. Przez gry i zabawy związane z akcją uczyły się dbać o środowisko i zdrowie. Każde dziecko mogło bezpłatnie otrzymać naklejkę z bohaterami, których imiona nawiązywały do pojęć związanych ze środowiskiem i odżywianiem. Szacunkowa liczba wydanych naklejek to 2 mln.

15000

Firma **Kaufland Polska Markety** nagrała cykl **podcastów W zgodzie ze sobą i z naturą – poradnik świadomego konsumenta**. Obejmuje on 8 odcinków o tematyce związanej m.in. z niemarnowaniem żywności, ograniczaniem plastiku, dobrostanem zwierząt czy świadomym odżywianiem. Eksperci zwracają w nim uwagę na problemy dotyczące planety i dzielą się ze słuchaczami praktyczną wiedzą o odpowiedzialnej konsumpcji. Średnia liczba odtworzeń jednego odcinka to ok. 7000.

15000

Kompania Piwowarska zorganizowała **cykl webinarów Jak się masz, Planeto?**, skierowany do swoich pracowników. Co kwartał pracownicy Kompanii mogą spotkać się online z ekspertami w dziedzinie szeroko pojętej ekologii, którzy dzielą się swoimi sposobami na bycie bardziej eko. Pracownicy byli zaproszeni do wzięcia udziału w akcjach „Sprzątanie świata" (po webinarze z Fundacją Nasza Ziemia),oraz posprzątania szafy i oddania zbędnych ubrań do właściwych organizacji, by wesprzeć obieg cyrkularny i cel charytatywny (po webinarze z Ubrania do Oddania). Natomiast prof. Zbigniew Karaczun podczas swojego webinaru zachęcał do oszczędzania wody.

2716

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Planet Awareness Year to program edukacji ekologicznej skierowany do pracowników i pracowniczek **KPMG w Polsce**. W 2022 r. zrealizowano cykl spotkań z zewnętrznymi ekspertami i ekspertkami. Wśród zaproszonych gości byli m.in.: Marcin Popkiewicz – fizyk, popularyzator nauki, specjalizujący się w klimatologii i energetyce, współautor portalu Nauka o klimacie, autor książek, prof. dr hab. Piotr Skubała – profesor nauk biologicznych na Uniwersytecie Śląskim, ekolog, etyk środowiskowy, edukator ekologiczny, działacz na rzecz ochrony przyrody, Anna Desogus – założycielka firmy Circular Together, Ellen MacArthur Foundation Circular Economy Pioneer 2021, ambasadorka Europejskiego Paktu na rzecz Klimatu, ekspertka Climate Leadership Centrum UNEP-GRID Warszawa. Podczas spotkań na żywo każdego z wykładów słuchało kilkuset pracowników. Nagrania ze spotkań są dostępne w firmowym intranecie.

2100

Od 2019 r. **KRUK** stara się zainteresować swoich pracowników i media tematyką długu ekologicznego i nadmiernego konsumpcjonizmu, pokazując, jakie są analogie pomiędzy długiem finansowym a długiem ekologicznym. Okazją jest **Dzień Długu Ekologicznego**, który z roku na rok wypada coraz szybciej. Firma przygotowała materiały prasowe informujące o tej analogi, powołujące się na badania społeczne, które ją potwierdzają. W 2022 r. firma KRUK nawiązała współpracę z radiem Złote Przeboje – była sponsorem kilku odcinków audycji proekologicznych, które uczyły, jak zmienić swoje nawyki, aby żyć oszczędniej i w zgodzie z planetą. Audycje dotarły do ok. 1 087 000 słuchaczy oraz do ponad 31 000 indywidualnych użytkowników serwisów informacyjnych.

3500

Projekt **Energooszczędny Sklep – Zrównoważony Biznes**, prowadzony przez **Lewiatan Holding** i adresowany do przedsiębiorców Lewiatana, to narzędzie do optymalizacji kosztów prowadzenia sieci franczyzowej przy jednoczesnym uwzględnianiu zielonych i ekologicznych rozwiązań technologicznych. Inicjatywą wspierającą była pierwsza edycja rankingu Eko Lider Lewiatana. Do finału doszło 136 sklepów, a jury rankingu wyróżniło i poddało audytowi dziesięciu Eko Liderów Lewiatana. Dziesięciu finalistów rankingu Eko Lider Lewiatana zaoszczędziło razem w ciągu roku na produkcji energii elektrycznej 946 MWh. Przeliczając to na emisję CO_2, ślad węglowy zmalał o 766 ton w skali roku.

80

W celu szerzenia wiedzy na temat zrównoważonego łańcucha dostaw **Lidl Polska**, we współpracy z WWF Polska, przeprowadził dla swoich dostawców oraz pracowników działu zakupów **szkolenia ze zrównoważonego rybołówstwa i rolnictwa**. Tematyka spotkań dla dostawców nabiału i mięsa dotyczyła wyzwań i szans związanych ze zrównoważoną produkcją zwierzęcą, natomiast warsztaty dla producentów owoców i warzyw koncentrowały się na tematyce zrównoważonego nawożenia i praktyk wodnych w ogrodnictwie. Pracownicy Lidla odpowiadający za zakup ryb i owoców morza wzięli z kolei udział w szkoleniu z zakresu wpływu rybołówstwa na ekosystemy morskie oraz możliwości zastępowania produktów ich zrównoważonymi alternatywami.

24000

Dwudniowa akcja sprzątania terenów przy rzece Warcie w Poznaniu, zorganizowana przez **Lidl Polska**, odbyła się pod hasłem **WARTA warta posprzątania** i zgromadziła około 800 wolontariuszy. Uczestnicy akcji – uczniowie, miłośnicy przyrody i pracownicy Lidla, wraz z Fundacją Nasza Ziemia zebrali blisko 2 tony śmieci. Wydarzeniu towarzyszyły również stoiska edukacyjne. Inicjatywa realizowana była w ramach strategii ograniczania plastiku „REset Plastic", w której Lidl dąży do tego, aby w 2025 r. w zakresie marek własnych: 100% opakowań maksymalnie nadawało się do recyklingu, do 20% zostało zredukowane zużycie plastiku w opakowaniach, średnio 25% recyklatu było wykorzystywane w plastikowych opakowaniach produktów.

24000

Kampania edukacyjna **Dieta przyjazna dla planety**, prowadzona przez **Lidl Polska** wspólnie z WWF Polska, uświadamiała, że nawet niewielka zmiana w sposobie żywienia ma wpływ na kondycję naszej planety. W ramach programu przeprowadzono szeroko zakrojoną kampanię marketingową, która dotarła do ok. 10 mln odbiorców. Aby ułatwić klientom wprowadzenie diety w życie, Lidl promował gotowe przepisy na dania planetarne. Dodatkowo przygotowano program edukacyjny skierowany do ponad 17 tys. uczniów klas szkół podstawowych w całej Polsce oraz do osób zarządzających stołówkami szkolnymi. Dzięki projektowi zyskuje zarówno środowisko naturalne (dieta fleksitariańska to mniej emisji CO_2 do atmosfery), jak i konsumenci (jedzenie mniejszej ilości mięsa daje korzyści zdrowotne).

24000

Kampania **Dbaj o ubranie** jest odpowiedzią **LPP** na wyzwania związane z ograniczaniem emisji gazów cieplarnianych w całym cyklu życia ubrań. Poprzedziło ją badanie przeprowadzone wśród konsumentów. W ramach kampanii firma edukowała na temat prawidłowej pielęgnacji odzieży, wydłużania życia ubrań i ograniczania wpływu tekstyliów na środowisko dzięki oszczędzaniu wody, energii i zmniejszaniu emisji. Firma uruchomiła stronę internetową z poradami oraz narzędziami dla użytkowników ubrań: chatbotem i kalkulatorem emisji. Założeniem kampanii było dotarcie do jak największej grupy osób powyżej 16 roku życia. Do współpracy zaproszono ekspertów Sieci Badawczej Łukasiewicz, Uczelni Łazarskiego i Deloitte.

31808

Co roku Urząd Miasta Krakowa ogłasza akcję **Rowerem do pracy**, która ma na celu promocję zdrowych nawyków. Przystępują do niej pracodawcy, których pracownicy, oprócz poprawienia kondycji i zdrowia, mogą zdobyć nagrody rzeczowe. **Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego** zachęca swoich pracowników do korzystania z rowerów, a osoby biorące udział w akcji mogą zgłaszać swoje przejazdy.

186

Miejskie Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji w m.st. Warszawie opracowało autorski **Program Edukacji Ekologicznej (PEE)**. Ideą PEE zapoczątkowanego w 2007 roku jest kształtowanie proekologicznych postaw wśród najmłodszych odbiorców swoich usług, uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Firma chce szerzyć rzetelną wiedzę, wpływać na codzienne zachowania, edukować w zakresie szanowania wody, bezpieczeństwa w korzystaniu z picia wody z kranu czy właściwego użytkowania toalet, a także wpływu człowieka na klimat i konieczności dbania o środowisko naturalne. W 2022 roku przeprowadzono 129 lekcji, w których uczestniczyło 2481 uczniów.

2501

Edukacja w zakresie odpowiedzialnego podróżowania firmy **MindBlowing** odbywa się głównie przez portal www.DzielSie.pl. Najważniejsze kwestie zostały zawarte w autorskim kodeksie odpowiedzialnego podróżowania. Oparte na wieloletnim doświadczeniu wytyczne kierowane są zarówno do turystów indywidualnych, jak i do organizatorów wyjazdów. Na stronie można m.in. wykonać interaktywny test, tzw. ekologiczny rachunek sumienia. Portal umożliwia też obliczenie indywidualnego śladu węglowego. Przygotowując się do podróży, można wykorzystać gotową checklistę odpowiedzialnego podróżowania.

3

Od stycznia 2022 r. drogeria **Natura** co miesiąc wydaje **magazyn „Natura"**, który dociera do 150 tys. czytelników. Magazyn jest bezpłatnie dostępny w stacjonarnych sklepach w całej Polsce. Można go również pobrać w wersji elektronicznej na stronie Klubu Natura. Magazyn porusza tematy, takie jak: ekologia, zmiany klimatyczne, zero waste czy recykling. Autorką okładek jest Barbara Olejarczyk, absolwentka Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. Każdą ilustrację można wyciąć z okładki i oprawić lub stworzyć z niej własny kolaż. Artystka przygotowuje też pomysły, jak wykorzystać magazyn po skończonej lekturze. Własne pomysły na artykuły do magazynu i jego recykling nadsyłają również sami czytelnicy. Najciekawsze propozycje są nagradzane i publikowane. Magazyn jest drukowany na papierze, który wytworzono z materiałów pochodzących z dobrze zarządzanych lasów posiadających certyfikat FSC® i z innych kontrolowanych źródeł.

1200

NatWest wprowadził certyfikowany edukacyjny **program transformacyjny związany ze zmianami klimatu** i możliwymi metodami przeciwdziałania im. Program obejmował 5 modułów, z których każdy składał się z wykładów, ćwiczeń i paneli dyskusyjnych (w sumie 40 godzin). Program szkolenia przygotowany był przez wykładowców Uniwersytetu Edynburskiego. Według początkowych założeń przeszkolonych miało zostać tysiąc menadżerów wyższego szczebla we wszystkich lokalizacjach firmy. Ten cel został zrealizowany w pierwszym roku stosowania praktyki. W kolejnych latach program udostępniono wszystkim pracownikom.

1500

Uwaga na klimat to seria spotkań edukacyjnych organizowanych przez **NatWest**, dotyczących kryzysu klimatycznego. Spotkania odbywają się co miesiąc i są skierowane do wszystkich pracowników. Gospodarzami spotkań są przedstawiciele Zarządu NatWest Polska, którzy do współprowadzenia spotkań zapraszają specjalistów z poszczególnych dziedzin. Firma chce zwrócić uwagę zatrudnionych osób na tematy związane z kryzysem klimatycznym i potwierdzić priorytet organizacji, zapisany w strategii, jakim jest zielona transformacja. W spotkaniach każdorazowo brało udział było ok. 60-80 pracowników.

1500

NEPI Rockcastle Polska zorganizowało we wszystkich 12 galeriach handlowych w Polsce **Warsztaty tworzenia woskowijek z Julią Wizowską**, autorką bloga „Na nowo śmieci". Klienci centrów dowiedzieli się, jak ograniczać produkcję śmieci, jak przerabiać i segregować odpady, z jakich opakowań wielokrotnego użytku warto korzystać. Uczestnicy mogli własnoręcznie zrobić woskowijkę – wielorazową alternatywę dla folii i plastikowych opakowań. W spotkaniach uczestniczyło 1400 osób, a ponad 30 tys. obejrzało relację z wydarzeń. Ponad 1100 osób wykonało własną woskowijkę, a dzięki instrukcji online kolejni odbiorcy dowiedzieli się, jak ją zrobić. W akcje zaangażowały się lokalne media, szkoły, najemcy. Warsztaty wpisały się w realizację strategii zrównoważonego rozwoju firmy oraz kampanii „Nie bądź plastik".

83

Z okazji Circular Week firma **NEPI Rockcastle Polska** przygotowała **Przewodnik Cyrkularny „7 kroków do cyrkularności"**. Przewodnik edukuje nt. cyrkularnych, przyjaznych środowisku rozwiązań, pokazuje, że codzienne wybory mogą być bardziej zrównoważone i świadome oraz podaje konkretne przykładów zachowań i wyborów, które pozwalają żyć bardziej cyrkularnie. W przewodniku znalazły się też dobre praktyki wdrażane przez najemców galerii. Przewodnik trafił do klientów centrów handlowych, najemców, lokalnych instytucji, mediów. Materiał był promowany przez cały cyr-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

kularny tydzień w mediach społecznościowych 12 centrów handlowych należących do firmy, na wewnętrznych nośnikach w galeriach oraz na stronie interntowej kampanii „Nie bądź plastik".

83

W czerwcu 2022 r. ponad 100 uczniów z dwóch szkół na warszawskim Wilanowie wzięło udział w warsztatach ekologicznych **Wilanów Park – z myślą o ekologii oraz przyszłych pokoleniach** pt. „Zielone miasto z klimatem". Warsztaty zorganizowała firma **Nhood Polska**, a przeprowadzili je eksperci z Centrum UNEP/GRID-Warszawa oraz z firmy Nhood Polska. Podczas zajęć młodzież zastanawiała się, jaką funkcję pełni miejska zieleń oraz jak tworzyć przyjazną, ekologiczną przestrzeń miejską. Ekspert Nhood Polska pokazywał uczestnikom warsztatów, że nowoczesna architektura może być przyjazna środowisku i wspierać procesy biologiczne, które w nim zachodzą, a także służyć lokalnym społecznościom.

80

W ramach **edukacji o klimacie i zrównoważonym rozwoju**, prowadzonej dla klientów i pracowników, **Orange Polska** przygotował stronę razemdlaplanety.pl/energia, która pomaga klientom zaoszczędzić energię zużywaną na usługi cyfrowe. Firma wsparła powstanie Klimatycznej Bazy Wiedzy – ogólnodostępnego, darmowego narzędzia online, zawierającego aktualne i rzetelne źródła informacji na tematy związane ze zmianą klimatu. Firma przygotowała także szkolenia OrangeGoesGreen, które zrealizowało prawie 75% pracowników. Zorganizowała też studia podyplomowe Green Accademy z Collegium Civitas dla pracowników Orange Polska oraz spółek zależnych.

10880

31 maja w firmie **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** obchodzony był **Dzień Bociana Białego**. Firma rozesłała pracownikom informacje o tym, jaką rolę w kulturze i krajobrazie odgrywa ten gatunek ptaka, i zwróciła uwagę, że bocian na swoje siedliska wybiera miejsca blisko ludzi, a także łąki i pola – czyli obszar, gdzie siedzibę ma WObit. Poinformowała też, na jakie zagrożenia narażony jest ten gatunek i jak można mu pomóc.

60

Firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** obchodziła **Światowy Dzień Pszczół**. Ponieważ jej siedziba znajduje się wśród łąk i pól, firma zwróciła szczególną uwagę na kwestię związaną ze zmniejszającą się populacją owadów w miejscach, gdzie zieleni jest coraz mniej. Każdy pracownik otrzymał słoiczek miodu wraz z ciekawostką dotyczącą pszczół. W różnych miejscach firmy rozwieszono informacje: o sposobach na tworzenie siedlisk, o tym, jak nie szkodzić tym owadom, oraz o możliwości wirtualnej adopcji pszczół wspierającej organizacje pozarządowe, które o nie dbają. Odbył się również quiz sprawdzający wiedzę o pszczołach, jaką można było zdobyć z informacji rozmieszczonych w firmie. Wśród osób, które rozwiązały go poprawnie, wylosowano niespodzianki.

60

Polenergia przygotowała projekt **Klimatyczne Czytanie** wspierający dbanie o planetę, skierowany do pracowników. Polega on na zachęcaniu pracowników oraz ich dzieci do czytania książek związanych z ekologią, klimatem, przyrodą i ochroną środowiska oraz do dzielenia się opiniami na temat lektur. Firma umieściła w swoim biurze 100 wybranych tytułów. Pracownicy mogą wypożyczać książki dla siebie i dzieci, aby wspólnie spędzać czas na lekturze. Poprzez zachęcanie pracowników do sięgania po książki związane z ochroną środowiska oraz wspieranie wspólnego czytania z dziećmi firma poprawia również swój wewnętrzny wizerunek jako miejsca rodzinnego, z domowym klimatem.

232

Graj z nami w zielone!® to scenariusze lekcyjne dotyczące edukacji w zakresie ochrony środowiska i ekologii, opracowane przez firmę **Polenergia** i skierowane do nauczycieli i edukatorów. Program dzieli się na 3 etapy. Pierwszy – „Sprytne rady na odpady" – dotyczy segregacji odpadów, drugi – „Działamy z energią" – mówi o przyczynach zmian klimatu oraz koncentruje się na OZE, a trzeci – „Woda zdrowia doda" – opowiada o wodzie. W ramach projektu odbyło się 6 spotkań online ze specjalistami edukatorami i metodykami z UNEP/GRID-Warszawa. W ramach webinarów tłumaczone były wszystkie tematy poruszane w ekozeszytach edukacyjnych. W projekcie uczestniczy 68 szkół i przedszkoli. W projekt zaangażowani są wolontariusze i wolontariuszki z Grupy Polenergia, którzy w 2022 r. przeprowadzili 6 zielonych lekcji dotyczących OZE, gospodarki obiegu zamkniętego i gospodarki wodnej.

232

Polenergia w ramach **partnerstwa na rzecz różnorodności biologicznej ekosystemów nadmorskich** wraz z UNEP/GRID-Warszawa zaangażowała się w ochronę ekosystemów nadmorskich. Pierwszym z działań było sprzątanie terenów i plaż położonych wzdłuż Mierzei Wiślanej, stanowiących część obszaru sieci Natura 2000 PLH280007 – Zalew Wiślany i Mierzeja Wiślana. W ramach projektu RE:GENERACJA i partnerstwa Zielona Wstążka #dla Planety na odcinku 10 kilometrów na terenie cennych nadmorskich ekosystemów – od miejscowości Piaski aż po Krynicę Morską – zebrano 140 kilogramów śmieci. Dodatkowo w maju 2022 r. pracownicy Departamentu Morskich Farm Wiatrowych Polenergii w ramach wolontariatu pracowniczego zorganizowali akcję sprzątania ekosystemów nadmorskich w rejonie Ustki.

232

Polski Koncern Naftowy ORLEN przeprowadził czwartą odsłonę kampanii **#DobryKierowca** pod hasłem „Dbajmy o nasz świat z dziecięcą energią". Celem było zbudowanie świadomości o ekologicznych rozwiązaniach na stacjach ORLEN oraz promocja dbałości o środowisko. W spotach telewizyjnych i radiowych oraz w prasie i internecie, w roli eko-odkrywców wystąpiły dzieci, którym towarzyszył Robert Kubica – ambasador kampanii.

11355

Laboratorium Wyobraźni **Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego** nagrało wraz z Mikołajem Basińskim, autorem kanału edukacyjnego na platformie YouTube „Szukam w lesie", 2 filmy popularyzujące wiedzę o wpływie śmieci na stan środowiska naturalnego w ramach praktyki **„Naukowo o śmieciach w lesie"**. Zanieczyszczenie środowiska odpadami, szczególnie w formie mikroplastiku i nanoplastiku, nieustannie wzrasta. Filmy zwiększają świadomość społeczną tego problemu. Ich adresatami są dzieci i dorośli, zwłaszcza z lokalnej społeczności. Wideo obejrzało ponad tysiąc osób.

135

Poznański Park Naukowo-Technologiczny (PPNT) zorganizował kampanię **Bądź Energetycznym Superbohaterem!**, promującą zachowania, które prowadzą do oszczędzania energii elektrycznej i cieplnej. Kampania obejmowała: film instruktażowy, ciekawostki o sposobach oszczędzania energii w newsletterze i na wewnętrznej platformie IntraPark, plakat informacyjny oraz hasła motywujące do zachowań energooszczędnych umieszczone we wszystkich budynkach firmy. Adresatem kampanii są pracownicy, goście i kontrahenci PPNT oraz firmy mające siedzibę na firmy na terenie PPNT. W realizację akcji włączyły się dzieci z przedszkola PPNT „Parkowe Skrzaty".

135

Edukacja ekologiczna w Polsce nie jest częścią podstawy programowej, dlatego firma **Procter & Gamble DS Polska** stworzyła wraz z Fundacją Nasza Ziemia i ekspertami z zakresu dydaktyki serię materiałów do edukacji ekologicznej dla uczniów szkół podstawowych **Czysta Ziemia**. Obejmują one oszczędzanie wody, ograniczanie zużycia energii oraz segregację odpadów. Scenariusze lekcji, karty pracy dla uczniów oraz plany projektów specjalnych pomogły nauczycielom i rodzicom zaangażować ponad 30 tys. uczniów w niemal 2000 szkół w całej Polsce. Do ostatniej edycji konkursu grantowego zgłosiło się prawie 100 szkół, z czego 10 otrzymało granty finansowe na autorskie projekty dla klimatu.

4000

Co z tym światem?! to program o zaangażowaniu w dbanie o środowisko, którego pomysłodawcą jest **Provident Polska**. Projekt jest kontynuacją „Co z tym hajsem?!" – programu dla młodych osób wchodzących w świat finansów. „Co z tym światem?!" porusza kwestie natury ekologicznej i społecznej. Projekt polega na przygotowaniu filmów o takiej tematyce, jak m.in.: elektrownie atomowe – czy jest się czego bać, czy jak poradzić sobie z kryzysem energetycznym. W 2022 r. materiały wideo osiągnęły łącznie 83 tys. wyświetleń.

1800

Provident Polska realizuje projekt **Piątka dla planety**, w ramach którego pracownicy i doradcy klienta otrzymują podane w lekki sposób wskazówki, jak żyć bardziej eko. W obecnej edycji porady zostały przygotowane w formie krótkich nagrań wideo, dotyczących m.in. tego, jakie rośliny są bezpieczne dla ludzi i zwierząt, po co sadzi się drzewa, jaki jest wpływ roślin na oczyszczanie powietrza w budynku. Projekt został zrealizowany we współpracy ze start-upem społecznym Dotlenieni.org. Działania realizowane są w listopadzie, który w firmie jest obchodzony jako miesiąc eko. W 2022 r. odbiorcami „Piątki dla planety" było prawie 5 tys. pracowników i 17 tys. doradców klienta.

1800

Ekobajka **Dobre rady na odpady** promuje podejście food positive, bo w naturze nic nie jest doskonałe. To projekt zrealizowany przez firmę **Provident Polska** we współpracy z Zaczytani.org, który ma celu wyrobienie nawyku niewyrzucania żywności. Publikacja jest dostępna w wersji PDF i jako audiobook. Odbiorcy projektu to: 14 tys. szkół, 250 tys. nauczycieli, 3 mln uczniów. Adresatami bajki są dzieci w wieku 8–10 lat, nauczyciele i opiekunowie. Narzędzia wykorzystane w projekcie to bajka psychoedukacyjna i bajkoterapia, która obejmuje czytanie, omawianie przeczytanych bajek i ćwiczenia. W nagraniu audiobooka wzięli udział pracownicy Providenta, którzy zostali wybrani w castingu.

1800

Ślad konkurencji to kampania edukacyjna **PwC**. Jej celem jest edukacja rynku na temat świadomego zarządzania śladem węglowym i zwiększanie przewagi konkurencyjnej. „Ślad konkurencji" to materiały merytoryczne przygotowane przez 18 ekspertów PwC oraz przedstawicieli 3 firm-liderów w zakresie transformacji energetycznej. Specjaliści dzielili się wiedzą w zakresie kalkulacji śladu węglowego, strategii Net Zero, redukcji emisji energetycznych, rozwiązań prawnych sprzyjających ograniczaniu emisji. Swoimi doświadczeniami podzielili się również eksperci z Orange Polska, Enertrag AG i Żabka Polska.

6000

Konkurs **Mistrzowie Wymówek** i gra planszowa „Ja Nie Idę!" to inicjatywa **Rekopolu Organizacji Odzysku Opakowań**, która ma na celu zachęcić do prawidłowej segregacji śmieci wszystkich tych, którzy odnoszą się do tego

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

pomysłu sceptycznie, nie widzą sensu segregacji lub myślą, że jest ona trudna. Gra planszowa dostarcza rozrywki, a jednocześnie edukuje przez zabawę. Można też wziąć udział w prostym konkursie online. Przez 24 tygodni, zaczynając od 28 listopada, co tydzień można wygrać 20 edukacyjnych gier planszowych. Przewidywana liczba uczestników do końca trwania konkursu to ok. 9 tys. osób.

23

Dzień bez Śmiecenia to kampania prowadzona od 2007 r. przez **Rekopol Organizację Odzysku Opakowań**. Współorganizatorami są akcjonariusze firmy. 11 maja firma przygotowuje kartkę elektroniczną, która przekierowuje – po kliknięciu w nią – na stronę www.dzienbezsmiecenia.pl. Przedstawione tam treści, adresowane do różnych grup odbiorców, pokazują istotę selektywnej zbiórki i sposoby jej prowadzenia. Firma zachęca również do przesłania kartki znajomym, współpracownikom, rodzinie i przyjaciołom. 16. edycja Dnia Bez Śmiecenia odbywała się pod hasłem „Jakość ma znaczenie". „Jakościową informacją" były m.in. wywiady ze specjalistami od recyklingu poszczególnych surowców. Zapewniono także „jakościową rekreację", organizując eko konkursy. W 2022 r. przekaz kampanii dotarł do niemal 8 mln osób, a posty na Facebooku osiągnęły zasięg ponad 870 tys. użytkowników.

23

Działaj z imPETem! to projekt **Rekopolu Organizacji Odzysku Opakowań**, prowadzony od 2018 r. Początkowo jego celem było zwiększenie liczby zbieranych i poddawanych recyklingowi butelek PET. Obecnie jest to projekt edukacyjny skupiający się na odpadach, które powinno się wrzucać do żółtego worka. Firma kieruje działania m.in. do placówek oświatowych. W ramach przedsięwzięcia opracowano materiały edukacyjne dla przedszkoli oraz zorganizowano comiesięczne minikonkursy i zaplanowano konkurs główny. W edukacji pomaga również Miecia – żółta śmieciarka, w której zamiast odpadów znajduje się interaktywna wystawa, pokazująca, jak butelki PET stają się nowymi produktami. W 2022 r. Miecię odwiedziło blisko 10 tys. osób. Do programu dla przedszkoli zgłosiło się 1000 placówek.

23

Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań wraz z PepsiCo i Fundacją PepsiCo kontynuuje projekt edukacyjny **Re_kologia**, skierowany do nauczycieli szkół podstawowych, młodzieży szkolnej i jej rodzin. Do udziału w drugiej edycji programu w roku szkolnym 2021/2022 zgłosiło się prawie 1000 szkół podstawowych, a w roku 2022/2023 blisko 1200. Organizatorzy zapewnili szkołom bezpłatne materiały edukacyjne na temat prawidłowego postępowania z odpadami w domu, segregacji odpadów, a także recyklingu. Firmy współpracowały też ze Stowarzyszeniem Czysta Polska, zbierając wspólnie odpady z polskich gór i plaż oraz edukując ekologicznie uczestników akcji. W projekt zaangażowani byli też pracownicy PepsiCo.

23

W 2022 r. w ramach projektu **Z miłości do bioróżnorodności** przygotowanego przez **ROBYG** zrealizowano 4 akcje edukacyjne na terenie Warszawy, Gdańska, Poznania i Wrocławia. „Zasiane z miłości do bioróżnorodności" to warsztaty edukacyjne dla dzieci pokazujące, jak zakładać własne łąki kwietne w donicach. Z kolei „Sadź jesienią, ciesz się wiosną!" to inicjatywa przekazania 700 zestawów cebulek tulipanów mieszkańcom miast połączona z akcjami edukacyjnymi. Działania te są kierowane do szerokiego grona odbiorców: uczniów, mieszkańców osiedli ROBYG, klientów i pracowników firmy. Częścią projektu są też wspólne nasadzenia pracowników i mieszkańców, m. in. na jednym z osiedli ROBYG.

500

Samsung wspólnie z UNEP/GRID zorganizował webinar **„Pierwsze kroki z klimatem. Co trzeba wiedzieć i od czego zacząć?"** dla dostawców firmy. Spotkanie było odpowiedzią na ogłoszone globalne cele środowiskowe firmy – prezentowało podstawową wiedzę o źródłach kryzysu klimatycznego i sposoby na jego rozwiązanie. Ekspert UNEP skupiał się na konieczności zmiany modeli biznesowych na takie, które ograniczą negatywne oddziaływanie na klimat i środowisko. Uczestnicy dowiedzieli się, jak postępować w obliczu rosnących oczekiwań legislacyjnych i konsumenckich oraz o planie Samsunga, by ogłosić zobowiązanie na 2023 r. dotyczące zmniejszenia śladu CO_2 w zakresie 3. Webinar był pierwszym krokiem w kierunku edukacji klimatycznej dostawców Samsunga. Firma chce na bieżąco informować tę grupę interesariuszy o postępach w realizacji strategii środowiskowej i wspierać ich w pozyskiwaniu wiedzy od niezależnych ekspertów. W webinarze wzięło udział 43 przedstawicieli dostawców. Spotkanie otwierało cykl działań adresowanych do dostawców, który rozpocznie się w 2023 r.

2500

Od czerwca 2022 r. **Santander Bank Polska** – jako partner w programie Re:Generacja, realizowanym przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa – jest wyłącznym opiekunem ekosystemu łąkowego o powierzchni ponad 400 m^2 na terenie Parku Krajobrazowego Wzniesień Łódzkich. W ramach programu w październiku 2022 r. bank, wspólnie z Centrum UNEP/GRID-Warszawa, przeprowadził terenowe **ekowarsztaty na łące kwietnej w Parku Krajobrazowym Wzniesień Łódzkich** dla uczniów klas 1–3 z łódzkich szkół podstawowych. Celem warsztatów było pokazanie dzieciom roli dziko żyjących owadów zapylających w funkcjonowaniu ekosystemów oraz ich wpływu na nasze życie, a także poszerzanie wiedzy o działaniach na rzecz ochrony środowiska. W warsztatach wzięło udział 130 uczniów.

9584

W 2021 r. firma **SEGRO Poland**, we współpracy z miastem Łódź i łódzkim ZWIK-iem, rozpoczęła **montaż źródełek wody pitnej w placówkach oświatowych w Łodzi** oraz dystrybucję bidonów wśród młodzieży, aby zachęcić ją do niekupowania butelkowanej wody czy napojów. Akcja ma wesprzeć zdrowe nawyki żywieniowe i ekologiczne.

40

SEGRO Poland drugi rok z rzędu zostało oficjalnym partnerem **Operacji Czysta Rzeka**. Jest to akcja społeczna realizowana przez pracowników SEGRO, którzy w ramach lokalnych zespołów zbierają śmieci z okolic zbiorników wodnych. Zespoły sprzątały okolice zbiorników wodnych na warszawskim Żeraniu oraz jezior w Poznaniu i Gliwicach. Łącznie zebrały 1,5 tony śmieci.

40

W **Operacji Czysta Rzeka** wzięło udział 30 pracowników-wolontariuszy **Servier Polska**, którzy sprzątali linię brzegową Wisły. Operacja Czysta Rzeka to ogólnopolska akcja, w ramach której sprzątane są koryta rzek, ich brzegi oraz najbliższe otoczenie. Działanie było współorganizowane z zakładem produkcyjnym Servier-Anpharm i firmą EGIS. Jego wynik to 1350 kilogramów zebranych śmieci (90 worków) i 8 zebranych opon.

620

Zespół Środowiska i Zielonego Biznesu **Skanska** przygotowuje **szkolenie ekologiczne na rozpoczęcie realizacji każdego projektu**. Tematyką są aspekty środowiskowe zidentyfikowane w danym projekcie, a cele to m.in.: przypomnienie o Wartościach firmy, Kodeksie Postępowania i Polityce zrównoważonego rozwoju, jak również o systemie zarządzania środowiskowego i procedurach. Szkolenia podnoszą świadomość pracowników w zakresie zarządzania aspektami środowiskowymi, w szczególności: gospodarką odpadami i substancjami niebezpiecznymi, ochroną przyrody, zabezpieczaniem drzew czy sposobami reakcji na awarie. W 2022 r. firma przeszkoliła 33 osoby z 4 projektów.

1200

Skanska prowadzi **edukację na temat gospodarki odpadami oraz klimatu** dla pracowników i podwykonawców. Zespół Środowiska i Zielonego Biznesu Skanska, w ramach Tygodnia Bezpieczeństwa, przygotował animowany film „Gospodarka odpadami na budowach". Przypomina on podstawowe zasady postępowania z odpadami, w tym niebezpiecznymi. Film ma pomóc pracownikom firm podwykonawczych we właściwym planowaniu gospodarki odpadami podczas trwania projektu. Celem Grupy Skanska jest osiągnięcie neutralności klimatycznej do 2045 r. Grupa opracowała szkolenie e-learning dla pracowników – w formie gry. W szkoleniu ujęto zarówno kwestie związane ze zmianami klimatu i ich wpływem na branżę, jak i działania podejmowane przez firmę w celu ograniczenia negatywnego wpływu na klimat. Dla części pracowników, w tym menadżerów wyższego szczebla oraz Grupy Zarządzającej szkolenie klimatyczne było obowiązkowe.

1200

Już od 10 lat w **Sodexo Polska** obchodzony jest **Waste-Less Week** –inicjatywa, która rozpowszechnia sposoby na redukcję odpadów i odpowiedzialną konsumpcję. W jej ramach w 2022 r. firma zorganizowała wewnętrzny konkurs, w którym pracownicy dzielili się najlepszymi rozwiązaniami na redukcję odpadów stosowanymi w ich jednostkach. Hasłem tegorocznej edycji było: „Reduce-Reuse-Rethink". Na blogu Sodexo Polska powstał rejestr pomysłów zgłaszanych w ramach akcji specjalnej, a obecnie firma promuje zwycięskie rozwiązania we wszystkich jednostkach. Pracuje też nad wdrożeniem innowacji zaprezentowanych w ramach konkursu do stałej oferty.

1800

MiastoMisja Solaris to projekt edukacyjny firmy **Solaris Bus & Coach** dla uczennic i uczniów szkół podstawowych z klas 1-3 powiatu poznańskiego. Firma podnosiła w ten sposób świadomość środowiskową najmłodszych oraz zachęcała do korzystania z komunikacji publicznej, przekonując o jej zaletach. Projekt składał się z: konkursu, warsztatów edukacyjnych i gry miejskiej. Zadaniem konkursowym było zaprojektowanie nowoczesnego autobusu przyszłości. W zwycięskich szkołach wykonano oddychające murale lub ogrody wertykalne oczyszczające powietrze. Do udziału w przygotowaniu nagród zaproszeni byli uczniowie, co stworzyło okazję do wspólnego działania.

1200

Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia prowadzi **Program dla rowerzystów** – zachęca pracowników do korzystania z rowerów, komunikacji publicznej i carpoolingu. W obiektach ERGO Hestii na przygotowano monitorowane miejsca dla rowerów na zadaszonym parkingu, a w biurowcach firmy oraz sąsiadującym klubie żeglarskim dostępne są szatnie i prysznice. Obok biurowców oraz w każdym garażu znajduje się stacja napraw z niezbędnymi narzędziami. Pracownicy mogą też skorzystać z cyklicznych bezpłatnych przeglądów rowerowych na terenie firmy. Za każdy przyjazd do pracy rowerem pracownikowi przysługuje bezpłatny lunch w firmowym bistro. W 2022 r. pracownicy przyjechali rowerem ponad 28 tys. razy. Firma została też laureatem miejskiej gry rowerowej „Wkręć się w Sopot". Efektem akcji jest również spadek ruchu samochodowego w okolicach firmy i więcej wolnej przestrzeni na parkingach.

2800

W kwietniu 2022 r. **Stena Recycling** zorganizowała konkurs plastyczny „Zmaluj z nami ekologiczny świat" skierowany do dzieci z klas 1–3 szkół podstawowych w Bydgoszczy pod honorowym patronatem Prezydenta Miasta Bydgoszczy. Uczestnicy mieli za zadanie namalować swoją wizję ekologicznego świata z elementami recyklingu i gospodarki o obiegu zamkniętym. Jury wyłoniło zwyciężczynię, uczennicę klasy III z Zespołu Szkolno-Przedszkolnego numer 1 w Bydgoszczy.

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Zwycięska praca posłużyła jako **inspiracja do stworzenia ekologicznego muralu oczyszczającego powietrze w Bydgoszczy** na ścianie w bydgoskim oddziale firmy. Mural powstał z wykorzystaniem farby fotokatalitycznej, która ma specjalne właściwości oczyszczające powietrze ze szkodliwego dwutlenku azotu, jednego ze składników smogu i spalin samochodowych.

594

SumiRiko Poland regularnie przesyła pracownikom **newsletter – Klimat się zmienia, więc zmień sposób myślenia"**. Newsletter zawiera informacje o wpływie działalności człowieka na zmiany klimatu oraz propozycje działań, które każdy może podjąć, aby zmniejszyć swój negatywny wpływ na środowisko. W ten sposób firma buduje większą świadomość zagadnień dotyczących zmian klimatu, śladu węglowego oraz 17 celów zrównoważonego rozwoju wśród swoich pracowników. Newsletter jest również inspiracją i mobilizuje do działania. Załoga zgłasza nowe pomysły dotyczące wprowadzenia na terenie firmy innowacyjnych działań w zakresie ochrony środowiska, oszczędzania zasobów naturalnych i recyklingu, by minimalizować ślad węglowy.

1400

W ramach obchodów **Dnia Ziemi** w 2022 r. firma **T-Mobile Polska** koncentrowała się przede wszystkim na przybliżeniu pracownikom zielonych technologii oraz zero waste. Przez cały tydzień na wszystkich pracowników, którzy przynieśli do specjalnie przygotowanego punktu stary telefon, czekały rośliny doniczkowe i zioła, które mogli zabrać do domu. Odbyły się 2 spotkania z ekspertami: Jagną Niedzielską na temat kuchni zero waste i Pauliną Grabowską, projektantką innowacji w zakresie zrównoważonego rozwoju. Firma zaangażowała się również w szczyt klimatyczny oraz przygotowała specjalny ekonewsletter dla pracowników.

5000

Przed świętami Bożego Narodzenia **Totalizator Sportowy** zorganizował **ekologiczny konkurs świąteczny dla dzieci i wnuków pracowników**. Zadaniem było stworzenie ekologicznych ozdób choinkowych z materiałów pochodzących z recyklingu. Zwycięzcy otrzymali karty podarunkowe do sklepów z zabawkami, a wszyscy uczestnicy – ekologiczne nagrody pocieszenia w postaci drewnianej gry w bierki lub domino oraz ekologicznego domku dla ptaków. Wszystkimi nadesłanymi ozdobami firma udekorowała choinkę w siedzibie centrali spółki. Do konkursu zgłoszono aż 185 prac.

5257

W kwietniu 2022 r., z okazji Światowego Dnia Ziemi firma **TVN Warner Bros. Discovery** zorganizowała wewnętrzną akcję **Tydzień Ziemi**. Stołówki pracownicze w Warszawie i Krakowie serwowały specjalne „zielone" menu, firma posadziła drzewa i postawiła ule na dachu siedziby, a pracownicy mieli okazję wziąć udział w webinarach edukacyjnych. Dodatkowo pracownicy otrzymali ekoupominki – nasiona do zasiania łąki kwietnej.

4400

Urtica po raz kolejny zorganizowała dla swoich pracowników akcję **Nakręć się na Rower**. Podczas jej trwania pracownicy zbierali pieczątki za codzienne dojazdy do pracy rowerem. Pieczątki wymieniali na nagrody, które motywowały do dalszego korzystania z tego przyjaznego zdrowiu i środowisku środka transportu. Akcja odbywała się w trzech lokalizacjach: Wrocławiu, Łodzi i Katowicach. Firmie udało się zachęcić do codziennych przejażdżek rowerowych ok. 60 osób.

300

Firma **Velvet CARE** realizuje program edukacyjny **Velvet. Piątka dla Natury**, skierowany do uczniów i nauczycieli klas I–III szkół podstawowych. Program obejmuje scenariusze ekolekcji oraz konkurs Ekowyzwanie z nagrodami, a dyrekcje szkół mogą starać się o ekogrant. Regionalna edycja programu była skierowana do 93 szkół w powiatach olkuskim i zawierciańskim. Prace przygotowawcze rozpoczęto od wywiadów z nauczycielami i dyrektorami. W regionalnej edycji wzięło udział aż 40% szkół, a w obu konkursach złożono łącznie 96 prac. W 2021 r. ruszyła pierwsza ogólnopolska edycja, w której udział wzięło ponad 1000 nauczycieli ze szkół podstawowych w Polsce. Obecnie trwa druga ogólnopolska edycja programu, do której przygotowane zostały nowe scenariusze lekcji, także w języku ukraińskim.

730

Pracownicy **VGL Solid Group** zostali zaproszeni do sportowej rywalizacji **Rusz się dla lasu**, dzięki której mogli zadbać o swoją lepszą kondycję i samopoczucie oraz wesprzeć cele ekologiczne i wygrać nagrody. Przez 3 miesiące uczestnicy rejestrowali swoją aktywność w aplikacji Activy w trzech kategoriach – „na kółkach", „na nogach" oraz „ćwiczenia". Wspólnie wyznaczony cel kilometrowy do osiągnięcia przełożył się na określoną kwotę, którą firma przeznaczyła na zasadzenie ponad 500 drzew. Nasadzenia odbędą się wiosną 2023 r. W wyzwaniu wzięło udział 160 aktywnych uczestników. Łącznie przebyli 52 tys. kilometrów, co zredukowało 13 ton CO_2. Pracownicy odbyli 3 tys. zrównoważonych podróży do i z pracy.

750

Firma **Volkswagen Motor Polska**, w ramach praktyki **Dbamy o środowisko** włączyła się do obchodów Światowego Dnia Drzewa. Firmowy Respekt-team dołączył do akcji na zaproszenie Urzędu Gminy Polkowice i wziął udział w Polkowickim Dniu Drzewa. Jest to wielka akcja proekologiczna i edukacyjna, obchodzona od 2008 r. Impreza promuje ekologię, przyrodę, dbałość o środowisko, otoczenie i jakość powietrza. Podczas akcji można było dowiedzieć się m.in. do czego służą martwe drzewa w lesie, czy jak żyją nietoperze w mieście. Pracownicy firmy przeprowadzali wykłady i warsztaty edukacyjne oraz uczestniczyli w nasadzeniach.

1300

W kwietniu 2022 r. z okazji **Światowego Dnia Ziemi** w zakładach koncernu **Volkswagen Motor Polska** przeprowadzono akcję #Project1Hour. W warsztatach realizowanych w ramach akcji wzięło udział ponad 700 pracowników firmy, którzy dzielili się pomysłami usprawnień mających zmniejszyć negatywne oddziaływanie firmy na środowisko. Koncern przeprowadził tego dnia spotkania w prawie 50 zespołach, w ramach których pracowano nad pomysłami dotyczącymi ekologii. Głównym tematem był negatywny wpływ konsumpcji na zmiany klimatu, np. poprzez zużycie energii elektrycznej, ciepła, paliw, wody i żywności, zwłaszcza mięsa.

1300

Program edukacji klimatycznej **Dla błękitnego nieba** realizowany przez **Volkswagen Poznań** dla uczniów z 21 wielkopolskich szkół, to aktywne włączanie dzieci w proces badawczy oraz popularyzację wiedzy z zakresu zmian klimatu. Autorski program oparty o koncepcję nauki obywatelskiej zakłada, że badania naukowe są prowadzone wspólnie –przez naukowców i obywateli. Przedstawiciele firmy współpracowali z nauczycielami, uczniami oraz naukowcami z Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego. Projekt obejmował zbieranie, analizę oraz interpretację wybranych parametrów fizykochemicznych związanych z jakością powietrza atmosferycznego. Każda zaangażowana w projekt szkoła otrzymała zestaw badawczy, który umożliwił terenowy pomiar wybranych wskaźników jakości powietrza. Uczniowie analizowali wyniki wspólnie z naukowcami.

9500

Eco – Challenge, występujący w dwóch odsłonach: Teams Eco – Challenge i Family Eco – Challenge, to proekologiczne wyzwanie dla pracowników **Volkswagen Poznań**, dotyczące dobrych praktyk konsumenckich i ochrony klimatu. Projekt realizowany był przez 4 tygodnie i polegał na rywalizacji zespołów, które wykonywały 52 zadania na czterech kolejnych poziomach trudności. Niektóre zadania były szczególnie trudnymi wyzwaniami, a wśród uczestników pojawiło się wiele cennych sugestii, jak sobie z nimi poradzić. Takimi wyzwaniami były np. pytania, jak zrobić własny jogurt czy gdzie wywieźć elektrośmieci. W wyzwanie zaangażowało się 200 osób.

9500

W 2022 r. firma **Wiśniowski** prowadziła w ramach współpracy z Fundacją Horyzont360 edukację ekologiczną **Bądź Eko Fanem**. Projekt podnosił świadomość ekologiczną wśród dzieci przedszkolnych i młodzieży w wieku szkolnym z terenu Małopolski. Zorganizowano kampanię edukacyjną „Astro Noc", konkurs ekologiczny oraz konferencję pt. „Nowe technologie dla ochrony środowiska". W wydarzeniach oraz akcji #Posprzątaj z nami Sądecczyznę wzięło udział ponad 4,2 tys. osób. Zebrano ponad 2 tys. worków z odpadami. Dzieci zdobyły wiedzę o segregacji odpadów, ich ponownym wykorzystaniu, ochronie owadów zapylających, a także o nowych technologiach w ekologii.

2400

Wodociągi Miasta Krakowa organizują **edukację ekologiczną**: zajęcia i warsztaty edukacyjne dla dzieci i młodzieży, które kształtują postawy ekologiczne oraz uczą o wpływie człowieka na środowisko i racjonalnym wykorzystywaniu zasobów naturalnych. Dla przedszkoli przeznaczone są programy: Wyprawa Batyskafem. Misja Skratek i Wędrówki Kropelki, a dla klas 1-3 szkól podstawowych – Akademia Kropelki. W 2022 r. w programach wzięło udział łącznie 4575 uczestników, 1300 w Akademii Kropelki, 1025 w Wędrówce Kropelki i 2250 w programie Wyprawa Batyskafem. Misja Skratek.

1200

EkoWonga to działania ekologiczne dla pracowników prowadzone przez firmę **Wonga.pl**. Firma uruchomiła edukacyjny portal Zielona Wonga, w którym co najmniej raz w tygodniu pojawia się nowa publikacja. W 2022 r. firma wspólnie ze stowarzyszeniem „Ja Wisła" zorganizowała akcję sprzątania brzegów Wisły. W lipcu odbyła się gra terenowa w Kampinoskim Parku Narodowym. Gra polegała m.in. na rozpoznawaniu gatunków roślin i odnajdywaniu śladów zwierząt. Organizowane raz w roku spotkanie dla dzieci w 2022 r. było poświęcone ekologii, odbyły się warsztaty Upcyclingowy Dzień Małego Wongowicza. W proponowanych inicjatywach wzięło udział 50% zatrudnionych pracowników.

150

Zakład Utylizacyjny w Gdańsku jest organizatorem ogólnopolskiego konkursu **Up-Cykle**. Konkurs jest dedykowany studentom i absolwentom kierunków artystycznych. Rozwija ideę upcyklingu, propaguje ekologiczny styl życia i praktyczny wymiar założeń GOZ przez łączenie sztuki z formą użytkową wykorzystującą rzeczy kategoryzowane jako odpad. Firmie zależy na uwrażliwieniu na problem nadprodukcji odpadów na świecie oraz przybliżeniu tematu profesjonalnego upcyklingu, który może być odpowiedzią na problem zanieczyszczonego środowiska naturalnego. W ramach akcji stworzono konto na Instagramie. Do tej pory odbyły się 3 edycje konkursu.

236

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ŚRODOWISKO

Konkurs **Rowerem do pracy** jest skierowany do pracowników **Zakładu Utylizacyjnego w Gdańsku**. Odpowiada na problemy związane z zanieczyszczeniem środowiska spalinami, emisją CO_2, niskim usportowieniem populacji. Przyjazdy rowerem do pracy są premiowane nagrodami tygodniowymi, miesięcznymi, kwartalnymi i nagrodą na zakończenie konkursu. W edycji, która odbyła się w 2022 r., wykorzystano aplikację Activy. Konkurs trwał od kwietnia do października 2022 r. Uczestnicy uzyskali także, poza wymienionymi korzyściami, benefity finansowe.

236

W ramach **akcji Wypożycz choinkę i pomóż zwierzętom** mieszkańcy Gdańska i okolic mogli wypożyczyć drzewko pochodzące ze szkółki **Zakładu Utylizacyjnego w Gdańsku**. Inicjatywa połączona była ze zbiórką środków na Pomorski Ośrodek Rehabilitacyjny Dzikich Zwierząt „Ostoja" – wypożyczenie choinki wymagało darowizny w wysokości minimum 100 zł na rzecz ośrodka (zebrano 27 500 zł). Akcja odbyła się we współpracy z firmami: Engine oraz YIT. Inicjatywa miała na celu ukazanie GOZ w praktyce oraz edukację dotyczącą zagospodarowywania odpadów bio. Wypożyczone drzewka wróciły do zakładu i zostały ponownie wykorzystane: większość z nich trafiła do szkółki i weźmie udział w kolejnej akcji, część zostanie wykorzystana do nasadzeń na terenie zakładu. Nieliczne zostaną przetworzone na kompost.

236

EKOEFEKTYWNOŚĆ

Firma **ALAB laboratoria** w 2022 r. rozpoczęła pracę w **nowoczesnej i ekologicznej siedzibie**. W budynku, którego powierzchnia wynosi 7000 m^2 powierzchni użytkowej, w tym 2300 m^2 powierzchni laboratoryjnej, zastosowano ekologiczne rozwiązania odpowiadające na potrzeby środowiska naturalnego, m.in. odpowiednie gospodarowanie odpadami, rozwiązania oszczędzające energię i optymalizujące zużycie wody.

4000

W 2022 r. **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** kontynuował **efektywne zarządzanie energią**. Firma ustawiła automatyczne wyłączanie klimatyzacji poza godzinami pracy, korzystała z paneli fotowoltaicznych (1,5% oszczędności rocznego zużycia), wymieniła żarówki na LED zarówno w budynkach produkcyjnych, jak i biurowych oraz powołała grupę „Zapal się do oszczędzania", której zadaniem jest edukowanie i inspirowanie pracowników do podejmowania działań w dziedzinie zarządzania energią zarówno w miejscu pracy, jak i w domu. W wyniku pozytywnie zakończonego audytu w grudniu 2022 r. firmie po raz kolejny przedłużono certyfikat ISO 50001:2018 będący potwierdzeniem efektywnego zarządzania energią.

250

Od roku 2018 firma **AstraZeneca Pharma Poland** jest w całości **wolna od jednorazowych plastików**: plastikowe butelki z wodą zostały w 100% zastąpione przez karafki napełniane wodą z kranu, jednorazowe plastikowe sztućce i talerzyki zastąpiono w 100% zastawą do wielokrotnego użytku, jednorazowe kubki zaś szklankami i kubkami z trwałego tworzywa. Każdego roku firma zmniejsza ilość plastikowych śmieci w obiegu o minimum 200 tys. sztuk.

2750

W 2022 r. pracownicy **Banku Millennium** przenieśli się do dwóch **nowych historycznych centrali banku spełniających ekologiczne standardy**. Nowe budynki w Gdańsku przystosowane są do pracy w modelu hybrydowym i zaprojektowane zgodnie z najnowszymi standardami powierzchni biurowych. Firma skonsolidowała wcześniejsze cztery lokalizacje do dwóch, dzięki czemu zmniejszyła ilość użytkowanej powierzchni o 55% (z 9931 do 4518 m2). Oddział przy ul. Grunwaldzkiej przeszedł gruntowną termomodernizację wraz z zainstalowaniem instalacji PV mogącej w szczytowym momencie pokryć ponad 20% zapotrzebowania na energię.

6860

W jednym z biur firma **Budimex** w ramach akcji **(Eko) Energii mamy pod dostatkiem!** zainstalowałą mikroinstalację PV wraz z magazynami energii. Mikroinstalacja jest połączona z dwiema pompami ciepła: gruntową i powietrzną. To kombinacja, która jest bardzo wydajna i niskoemisyjna. Urządzenia te mogą pełnić dwie funkcje – są grzejnikiem zimą, a klimatyzatorem latem. Pokrycie energią słoneczną ponad 75% zapotrzebowania na energię oznacza oszczędności zarówno dla organizacji, jak i dla klimatu. Budimex prowadzi również kampanię informacyjną „Świeć przykładem" zachęcającą pracowników do oszczędzania i ograniczania zużycia energii elektrycznej.

8000

Oczyszczalnia Ścieków Browaru Okocim należącego do **Carlsberg Polska** oczyszcza ścieki z browaru oraz ścieki z miasta Brzesko. Oprócz czystej wody, w oczyszczalni powstaje biogaz. Dotychczas był on wykorzystany do ogrzewania, a w 2022 r. rozpoczęto projekt kogeneracji, dzięki któremu z biogazu powstanie także energia elektryczna na potrzeby oczyszczalni. Całkowite wykorzystanie biogazu początkowo pokryje 36% zapotrzebowania na energię elektryczną i 73% zapotrzebowania na energię cieplną. W oczyszczalni rocznie powstaje ok. 5400 ton ustabilizowanego osadu ściekowego, który po przetworzeniu wykorzystywany jest do celów rolniczych. 2,6 mln m666032875 3 oczyszczonej wody rocznie wraca do ekosystemu. Na terenie oczyszczalni jest gromadzona deszczówka, dzięki czemu znacząco ograniczono zużycie wody.

1300

Carlsberg Polska odzyskuje ciepło i wodę w Browarze Kasztelan. Pętla energetyczna zainstalowana w 2022 r. pozwala na odbiór ciepła odpadowego z prac technologicznych, takich jak młóto czy myjka do butelek. Odzyskane ciepło jest wykorzystywane do przygotowania gorącej wody na obszarze pakowania, podgrzewania piwa niepasteryzowanego na linii rozlewniczej i do przygotowania wody produkcyjnej w warzelni. Wykorzystanie ciepła odpadowego ogranicza zużycie energii cieplnej o ok. 674 tys. kWh rocznie. Instalacja pozwala też na zmniejszenie zużycia pary, co przekłada się na mniejsze zużycie gazu ziemnego i mniejszą emisję CO_2. Z kolei nowy system odzysku wody pozwala oszczędzić do 4 tys. hl świeżej wody tygodniowo, co przekłada się na redukcję wskaźnika zużycia wody nawet o 0,08 hl/hl w skali roku. Instalacja umożliwia odbiór wysokiej jakości zrzutów wód wypychowych z kilku źródeł na linii butelkowej, puszkowej i obszaru filtracji, po to by mogła być wykorzystana na warzelni piwa.

1300

W 2022 r. firma **Carrefour Polska** podjęła działania pozwalające na **redukcję zużycia energii** (m.in.: wymiana tradycyjnego oświetlenia na LED w sklepach i na zapleczach, zmniejszenie natężenia oświetlenia w wybranych hipermarketach o 10–15%, zwiększenie liczby czujników ruchu w toaletach i szatniach, zwiększenie kontroli nad pracą urządzeń chłodniczych i klimatyzacyjnych, uruchomienie systemu automatycznie wyłączającego komputery stacjonarne na noc). Firma wprowadza ekoefektywne rozwiązana również w logistyce, np. zmianę magazynu w Będzinie (oszczędność o 600 MW rocznie), zmianę floty wózków widłowych, optymalizację harmonogramów dostaw, planowanie tras. Globalny plan firmy Carrefour przewiduje obniżenie własnej emisji CO_2 o 50% do 2030 r. (względem poziomu z 2019 r.) oraz o 70% do 2040 r.

11146

W 2021 r. firma **Ceramika Paradyż** rozpoczęła **wymianę linii technologicznej** w Zakładzie 2 w Tomaszowie Mazowieckim. Linia do obróbki płytek ceramicznych w technologii „na mokro" została zastąpiona nową linią w technologii „na sucho". Pozwoliło to na eliminację suszarni płytek i przełożyło się na ograniczenie zużycia gazu oraz związanej z tym emisji gazów cieplarnianych do atmosfery. Firma stosuje również filtr do odpylania w nowej technologii bezemisyjnej. Działanie zakończono w 2022 r. Dzięki kolejnym inwestycjom udało się podwoić wydajność nowej linii technologicznej w stosunku do poprzedniej.

1300

Citi Handlowy tworzy **„Zielone" miejsce pracy**. W siedzibach banku w Olsztynie i w Warszawie wprowadzono praktyki w obszarze zarządzania mediami wpływające na zmniejszenie zużycia energii i wody (m.in. poprzez zastosowanie energooszczędnego oświetlenia LED, sprzętu elektronicznego oraz oszczędnej armatury), wprowadzono także racjonalną gospodarkę odpadami oraz zrównoważone zakupy (preferencja wydawania materiałów zgromadzonych w magazynach).

Firma zainstalowała fotowoltaikę w budynku banku przy u. Senatorskiej w Warszawie. Zamontowała stojaki i stacje ładowania hulajnóg i rowerów elektrycznych w trzech siedzibach w Warszawie. Obecnie trwają prace nad założeniem fotowoltaiki w kolejnych siedzibach banku.

3700

Firma **Clariter Poland** wdrożyła program **Sustainable Awareness Activities**. W biurze umieściła naklejki uświadamiające i zachęcające pracowników do oszczędzania prądu, wody i papieru. Powstał również ekokalendarz. Przez cały rok, co miesiąc na wewnętrznych mediach społecznościowych ukazywały się filmiki, w których dzieci pracowników zachęcały do dbania o planetę. W związku z monitorowaniem śladu węglowego wprowadzono system trójstopniowej akceptacji wniosków o wyjazdy służbowe. Dodatkowo firma wysyła do pracowników prezentację uświadamiającą ich w zakresie zasad zrównoważonych podróży. Daje to niemal całkowitą pewność przestrzegania wewnętrznej polityki zakładającej, że podróż taka może się odbyć jedynie w sytuacji niemożności zastąpienia jej kontaktem zdalnym.

18

Aby **zredukować ślad wodny i zamykać obieg wody** w zakładzie w Radzyminie, firma **Coca-Cola HBC Polska** wykorzystuje oczyszczone ścieki z przyzakładowej oczyszczalni do wież chłodniczych instalacji kogeneracji (CHP), zamykając obieg wody w procesie produkcji. Pozwoliło to zakładowi zmniejszyć wykorzystanie wody z instalacji wodociągowej. Dzięki tej inwestycji zakład zredukował swój ślad wodny – obniżył wykorzystanie wody miejskiej o 54%. Zasoby wodne są utrzymywane zgodnie z międzynarodowymi standardami organizacji Alliance for Water Stewardship.

1810

Projekt **#CoumbusFlow**, powstały dzięki współpracy **Columbus Energy** oraz Carbon Footprint Foundation, zakłada redukcję kosztów stałych i negatywnego wpływu firmy na środowisko. Ma prowadzić do większej dbałości pracowników o własne otoczenie w pracy i w domu oraz promować dobre nawyki. Firma opracowała 3 odsłony projektu. Pierwsza to TrashFlow – zwiększenie segregacji odpadów biurowych, przez edukację pracowników oraz udostępnienie większej ilości odpowiednich koszy na odpady. Druga to PowerFlow – redukcja zużycia energii elektrycznej w firmie przez zmianę nawyków oraz zmiany techniczne. Trzecia to WaterFlow – oszczędne dysponowanie wodą w biurze. Projekt jest skierowany do pracowników Columbus Energy. Każda edycja składa się z ankiety wstępnej, wewnętrznej kampanii edukacyjnej, technicznych lub organizacyjnych zmian w firmie oraz ankiety ewaluacyjnej po zakończeniu wdrażania projektu.

3000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Firma **Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka** od października 2022 r. ujednoliciła zasady segregacji odpadów. Akcja edukacyjna **Nie mieszaj** obejmowała 10 newsletterów dla pracowników oraz materiał w firmowym magazynie. Firma kupiła 84 kosze, które umożliwiły segregację z podziałem na 5 frakcji. Istotną częścią projektu było także odejście od sztućców plastikowych, dołączanych do posiłków w ramach firmowego cateringu, na rzecz sztućców ze stali szlachetnej. Dodatkowo firma odeszła od wody butelkowanej na rzecz wody filtrowanej. Każdy pracownik otrzymał własną butelkę termiczną. Dzięki temu do środowiska nie trafi 60 tys. butelek plastikowych, które zużyto w ubiegłym roku. Firma usunęła kosze indywidualne w biurach i wypracowała system cyklicznych ocen segregacji w pomieszczeniach wspólnych – kuchniach – zakończony nagrodzeniem zwycięskich kuchni „zestawami smakołyków do kawy".

606

Firma **FAMUR** wprowadziła program **Kaizen** i **EKO Kaizen**. W ramach programu pracownicy zgłaszają swoje pomysły na usprawnienie procesów produkcji i działania związane z ekologią. Dzięki tym inicjatywom firma wprowadziła m.in. perlatory wody, światło na czujniki, a także ograniczyła zamawianie plastikowych butelek z wodą na rzecz dystrybutorów wody pitnej, pozwalających również na przygotowanie wody gazowanej.

1600

Wymiana standardowych opraw świetlówkowych na LED-y w magazynie **Ferrero Polska** w Odrzywołku na powierzchni ok. 30 tys. m^2 pozwoliła na obniżenie zużycia energii elektrycznej o ok. 400 MWh rocznie. Projekt realizowany jest przez dział techniczny zakładu Ferrero oraz dział logistyki. Zmiana wpływa na obniżenie kosztów funkcjonowania firmy, poprawia wskaźnik zużycia energii elektrycznej oraz usprawnia funkcjonalność oświetlenia magazynu. Dla projektu uzyskane zostały białe certyfikaty. Praktyka rozwijana jest również na terenie zakładu produkcyjnego.

2600

Montaż zdalnych liczników wody (ok. 50) pozwala na bieżące monitorowanie zużycia wody na poszczególnych obszarach w zakładzie **Ferrero Polska**. Monitorowanie liczników prowadzone jest przez obsługę sterowni zakładu całodobowo, przez wszystkie dni tygodnia. Realizacja projektu pozwoliła na ograniczenie wskaźnika poboru wody poprzez szybką reakcję na jakiekolwiek nieprawidłowości, np. nieszczelności układów wodnych. Projekt przyczynia się do ograniczenia poboru wody i zrzutu ścieków oraz do poprawy oficjalnych wskaźników wodno-ściekowych. Realizacja projektu wraz innymi przedsięwzięciami wodnymi pozwoliła na zmniejszenie wskaźnika wodnego o 9,2% w roku 2021/2022 vs 2020/2021

2600

We wrześniu 2022 r. firma **GPEC** przeniosła się do **nowoczesnej, ekologicznej siedziby**. Budynek jest 4-krotnie mniejszy i zastosowano w nim ekologiczne rozwiązania, takie jak: instalacja fotowoltaiczna na dachu (52 panele o łącznej mocy 20,8 kW, to tyle, co zapotrzebowanie na energię elektryczną 15 gospodarstw domowych); obieg wody szarej – do zbiornika retencyjnego (100 m3) zbierana jest woda opadowa, którą, po przejściu przez mechanizm czyszczący, wykorzystuje się do spłukiwania toalet; dwie stacje ładowania samochodów elektrycznych umożliwiające pracownikom ładowanie samochodów.

460

W ramach projektu **Paperless** **Grupa CCC** zrezygnowała z dodawania do przesyłki wydrukowanego formularza zwrotu oraz etykiety zwrotnej – na rzecz formularza online. Od początku funkcjonowania w firmie e-commerce potwierdzenie zakupu dostarczane jest drogą mailową, a od listopada 2021 r. zwrot może być w całości dokonany online, bez konieczności korzystania z papieru. To rozwiązanie pozwala w skali roku zaoszczędzić ponad 7 mln wydruków, do których produkcji potrzeba byłoby ponad 700 drzew. Dzięki obiegowi dokumentów online i systemowi do archiwizowania kolejne oszczędności papieru generowane są m.in. w biurach.

15828

Papieropaki to rozwiązanie w logistyce **Grupy CCC**. W zależności od rozmiaru opakowania – S, M czy XL, papieropaki wykonane są w 50% do nawet 80% z papieru z recyklingu. Opakowanie dostosowywane jest do gramatury zamówienia, co wpływa na dalsze oszczędności papieru. Już teraz 75% zamówień dotyczących marki HalfPrice dostarczanych jest w papieropakach. W CCC 60% wysyłek będzie realizowanych w tych opakowaniach, ze względu na specyfikę produktową – obuwie zabiera więcej miejsca i wymaga zastosowania kartonu. Opakowania kartonowe w CCC posiadają certyfikat potwierdzający ich pochodzenie z odpowiedzialnych źródeł. Papieropaki zastąpiły już w 100% małe opakowania kartonowe.

15828

Grupa Eurocash realizuje projekt zielonej transformacji swoich biur. W 2022 r. kolejne już – to w Lublinie – otrzymało prestiżowy **certyfikat Zielonego Biura** przyznawany przez Fundację na Rzecz Edukacji Ekologicznej. Pozostałym obiektom Grupy Eurocash w Warszawie, Komornikach i Błoniu przyznano recertyfikację. Za standardem certyfikacji stoi idea czyli zamykania każdego dnia pracy z jak najmniejszym zużyciem zasobów naturalnych i przy jak najmniejszym wpływie na środowisko. Pracownicy mocno zaangażowali się w proces. Przyznane certyfikaty świadczą o tym, jak odpowiedzialnie podeszli oni do oszczędzania energii elektrycznej, papieru, czy segregacji odpadów.

1200

We wszystkich kilkunastu lokalizacjach **Grupy PBI** na terenie województw świętokrzyskiego, lubelskiego i podkarpackiego do instalacji wodnej zostały podłączone dystrybutory wody pitnej, po jej uprzednim zbadaniu pod względem jakości i przydatności do picia. Akcja **Dobra Woda** ma na celu dbałość o środowisko naturalne poprzez ograniczenie użycia wody w plastikowych butelkach. Wszystkie stacjonarne placówki organizacji zostały też wyposażone w dystrybutory wody pitnej.

1200

Hochland uruchomił cykliczne wydarzenie sprzątania dysków sieciowych, by zmniejszyć emisję CO_2 wynikającą z utrzymania danych na serwerach. Akcja **Dni cyfrowego sprzątania** realizowana była we wszystkich lokalizacjach firmy Hochland w Polsce. Hochland dąży do redukcji śladu węglowego w każdym aspekcie funkcjonowania. W przygotowanie projektu zaangażowani byli pracownicy działu IT oraz zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska Hochland, a udział w akcji wzięli wszyscy pracownicy. Dzięki podjętym działaniom na dyskach zwolniono łącznie 33 GB, co stanowi ekwiwalent 627 kg CO_2.

800

Firma **HSBC Service Delivery Polska** **ogranicza zużycie energii elektrycznej**. W biurze o powierzchni ok. 16 tys. m^2: obniżono temperaturę ogrzewania na powierzchni biurowej, wyłączono ogrzewanie w nieużywanych pomieszczeniach, dopasowano harmonogramy pracy klimakonwektorów i wentylacji do godzin funkcjonowania biura, przeprowadzono regularne analizy zużycia mediów w celu wskazania potencjalnych dalszych oszczędności. Dodatkowo firma przeprowadziła modernizację oświetlenia w biurze, zastępując świetlówki energooszczędnym oświetleniem LED oraz zainstalowała automatyczne czujniki światła na całej powierzchni biurowej. Dzięki temu zużycie prądu w 2022 r. zmalało o ponad 100 tys. kWh. Firma kupuje też 100% energii z odnawialnych źródeł – lądowych farm wiatrowych. Podjęte przez HSBC działania były komunikowane pracownikom, firma aktywnie zachęca ich do zaangażowania się w działania proekologiczne.

4350

Firma **Infosys Poland** zainstalowała 21 dystrybutorów z wodą z miejskiego ujęcia, z których pracownicy mogą korzystać bez ograniczeń. Firma **zachęca do picia łódzkiej kranówki**, by zmniejszyć spożycie w plastikowych opakowaniach. Każdy dystrybutor oznaczony jest logotypem Łódzka Woda Najlepsza oraz informacją o składzie mineralnym wody. Pojawieniu się dystrybutorów towarzyszyła wewnętrzna kampania informacyjna, przybliżająca pracownikom korzyści wynikające ze spożywania wody kranowej. W pierwszym roku działania dystrybutorów pracownicy Infosys wypili łącznie ponad 120 tys. litrów łódzkiej kranówki.

2500

Centrum handlowe SKENDE, należące do Grupy **Ingka Centres Polska**, wprowadziło ekologiczny system nawadniania, wykorzystujący wodę deszczową do podlewania roślin. Łącznie w ramach programu **SKENDE podlewa deszczówką** podlewanych jest ok. 1,4 ha terenów zielonych wokół centrum. Przez 12 miesięcy udało się zaoszczędzić 1129,17 m^3 wody. Dzięki użyciu deszczówki, centrum może zmniejszyć zużycie wody z sieci wodociągowej. Automatyczny system podlewania wykorzystuje informacje o warunkach pogodowych, by określić, jak długo i jak często podlewać rośliny, co zapobiega marnowaniu wody.

100

Appkomat firmy **InPost** to ekologiczny typ maszyn, dzięki zoptymalizowanej i bardziej ergonomicznej konstrukcji. Potrzebuje mniej energii elektrycznej niż dotychczasowe maszyny. Jedną z istotnych zmian, która zaszła w konstrukcji, była rezygnacja z dużego tradycyjnego ekranu i zmniejszenie liczby komponentów. Nadawanie i odbieranie przesyłek możliwe jest bez potrzeby wpisywania na ekranie numeru telefonu oraz kodu przesyłki, a jedynie za pomocą „jednego kliknięcia" w aplikacji InPost Mobile. Część maszyn będzie wyposażona w fotowoltaikę oraz czujniki, które umożliwią sprawdzenie jakości powietrza. Od lipca 2022 r. z nowego rodzaju maszyn mogą korzystać mieszkańcy Krakowa i Warszawy.

5080

Sieć Biedronka, której właścicielem jest **Jeronimo Martins Polska** wdraża **program efektywności energetycznej** pod hasłem „Dobra energia – oszczędzanie mamy w planie!". We wszystkich nowych i odnawianych sklepach montowane są o 45% bardziej energooszczędne chłodziarki i zamrażarki, oświetlenie LED, instalacje grzewcze (np. pompy ciepła) i wentylacyjne z odzyskiem ciepła, specjalnie izolowane są dachy i ściany. Firma rozpoczęła też kampanię kierowaną do 80 tys. pracowników, której celem jest uświadomienie, jak kluczowe jest oszczędzanie energii – Zostań Ekoznawcą! Obecnie sieć posiada już 118 paneli fotowoltaicznych zlokalizowanych przy sklepach. W czerwcu 2022 r. Biedronka zawarła umowę, w wyniku której do końca 2025 r. 2 tys. sklepów zostanie wyposażonych w instalacje fotowoltaiczne o mocy ok. 50 kWp każda.

80000

Wspólny plan **Kompanii Piwowarskiej** i Grupy Eurocash **Single Source – piwa z jednego źródła**, to reorganizacja transportu ciężarowego pomiędzy firmami. Przed wdrożeniem programu dostawy do Eurocashu często związane były z koniecznością dwukrotnego przeładunku oraz transportu piwa. Po wdrożeniu Kompania Piwowarska dostarcza piwo do magazynów Eurocashu bezpośrednio z miejsca rozlewu, zmniejszając liczbę przejeżdżanych kilometrów oraz podwój-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

nych przeładunków w magazynach. W 2022 r. dzięki projektom Single Source i Drop Size Kompania Piwowarska zredukowała emisje CO_2 w transporcie o 2%. Biorąc pod uwagę skalę działalności firmy, dzięki ww. projektom firma zmniejszyła emisje w transporcie o 283 tys. kg CO_2, czyli ilość, którą pochłania rocznie 32-hektarowy las. W 2022 r. w projekt włączani byli kolejni klienci Kompanii Piwowarskiej.

2716

W 2022 r. **Kopalnia Soli „Wieliczka"** **kontynuowała optymalizację zużycia energii** – wymieniała źródła światła na LED na podziemnych trasach zwiedzania. W komorach i chodnikach Trasy Turystycznej oraz Trasy Górniczej wymieniono na energooszczędne blisko 2 tys. opraw. LED-owe źródła światła instalowano też w pomieszczeniach na powierzchni, np. w poczekalni szybu Daniłowicza, hali wentylatora szybu Kościuszko, w oświetleniu awaryjnym przy szybie Regis. Zmodernizowano stację wentylatorów głównych szybu Wilson. Z końcem 2022 r. gotowy był też projekt farmy fotowoltaicznej.

807

Firma **Kuehne+Nagel** **buduje świadomość na temat aspektów środowiskowych** wśród pracowników, współpracowników, partnerów oraz klientów. Firma powołała złożony z pracowników zespół, którego zadaniem było zdefiniowanie, zmierzenie i opracowanie rozwiązań mających zmniejszyć wpływ środowiskowy w magazynach logistyki kontraktowej. Zainicjowała też wśród pracowników system zgłaszania sugestii (tzw. idea management) dotyczących redukcji emisji, efektywności energetycznej w zakresie działalności własnej i współpracy z klientami. Zorganizowała szkolenia z zakresu efektywnej segregacji odpadów dla pracowników. Powołała ambasadorów tematów środowiskowych. Dla klientów stworzyła podcasty o zrównoważonym rozwoju. Cel Kuehne+Nagel to redukcja CO_2 dla zakresów 1,2 oraz 3 o 33%.

2300

W 2022 r. firma **Kuehne+Nagel** zainicjowała **proekologiczne rozwiązania** w 90% lokalizacji, w partnerstwie z wynajmującymi oraz klientami. Celem było zmniejszenie konsumpcji energii elektrycznej oraz gazu i w konsekwencji redukcja emisji i strat ciepła użytego do ogrzewania budynków. Kluczowe były: zastosowanie destryfikatorów, modernizacje układów chłodzących i wentylacyjnych, izolacje bram dokowych i ramp w magazynach. Firma zyskała 1–2% poprawy komfortu cieplnego (w przypadku destryfikatorów), optymalizacja temperatur zmniejszyła zapotrzebowanie na wody chłodowe, zmniejszyło się zużycie energii elektrycznej. Kuehne+Nagel modernizuje też oświetlenia zewnętrzne i wewnętrzne we wszystkich swoich obiektach. Udział LED został w 2022 r. zwiększony do 92% (uwzględniając wszystkie powierzchnie). Oprócz zmiany oświetlenia na bardziej energooszczędne, trwają prace nad modernizacją instalacji czujników ruchu, które włączają światło wtedy, gdy jest ono potrzebne.

2300

Firma **Leroy Merlin Polska** w 2022 r. wdrożyła konkretny **plan oszczędzania energii**. Wprowadzono działania, takie jak: obniżenie temperatury na sali sprzedaży oraz w biurach, staranne zamykanie bram i drzwi w celu zmniejszenia ilości traconego ciepła, wprowadzenie czujników odcinających światło w kolejnych lokalizacjach, wyłączanie światła na zewnątrz sklepu, gdy jest on zamknięty, promowanie ekozachowań wśród pracowników. Obecnie firma posiada częściowe dane z powyższych działań: zużycie energii spadło o 21,13% w odniesieniu do porównywalnego okresu z 2021 r., a poziom oszczędności energii w październiku 2022 r. wzrósł w porównaniu z wrześniem 2022 r., kiedy wynosił 15,98%.

13000

Flota firmy **LOTTE Wedel** dostała **Certyfikat Multiwash** dla flot samochodowych przyjaznych planecie. Firma działa z szacunkiem dla środowiska i myje samochody ręcznie. Przy czyszczeniu ręcznym szacowane zużycie wody wynosi zaledwie 80–90 litrów (tyle co podczas szybkiego prysznica). Niższe jest także zużycie prądu – ok. 1,5 kWh na jedno mycie. Dzięki korzystaniu z myjni ręcznych od połowy 2021 r. firma zaoszczędziła prawie 166 tys. litrów wody i uniknęła emisji ponad 2 ton CO_2 do atmosfery.

1300

Przedstawiciele wszystkich komórek organizacyjnych firmy **Lubelski Węgiel Bogdanka** dowiedzieli się, jak wdrażać nowe wymagania środowiskowe do zakresu swoich działań. Szkolenia stacjonarne i online objęły 82 pracowników. Warsztaty pt. „Maksymalizacja poziomu efektywności środowiskowej fundamentem budowy wartości przedsiębiorstw" wzbogacone o konsultacje eksperckie zakończyły się stworzeniem **planów poprawy efektywności środowiskowej** LWB. To zbiór oddolnych inicjatyw skutkujących zmniejszeniem wpływu firmy na środowisko.

4761

W 2022 r. firma **MAKRO Polska** w wyniku **działań na rzecz środowiska** otrzymała certyfikat BREEAM w 4 halach. Potwierdza on zarówno środowiskowe i energooszczędne rozwiązania techniczne budynku, jak i zaplanowane oraz realizowane operacje. MAKRO regularnie przeprojektowuje chłodnictwo w halach, a jedna hala została wybudowana od początku z czynnikiem chłodzącym obojętnym dla środowiska. Firma wdraża odzysk ciepła, który służy ogrzaniu wody oraz pomieszczeń, i prowadzi projekt „Energy Saving Program". We wszystkich halach wymieniane jest oświetlenie na LED, wprowadzono automatyczną optymalizację zużycia energii oraz kontrolę pomiaru temperatur. Jednocześnie prowadzona jest edukacja ekologiczna pracowników – Energy Awareness Program. MAKRO realizuje również program rezygnacji z freonu w chłodnictwie do 2030 r. Omawiane działania przekładają się na obniżenie zużycia energii (o 30%) i wody. MAKRO Polska w ramach strategicznego celu ESG dąży do neutralności klimatycznej do 2040 r.

5000

W październiku i listopadzie 2022 r. **Międzynarodowe Targi Gdańskie** zainstalowały **panele fotowoltaiczne na dachu budynku AmberExpo**. Zainstalowane zostały 124 panele PV o mocy 0,4 kW każdy, na powierzchni 300 m². Prognozowana produkcja roczna wynosi 40 800 kWh. Inwestycja przynosi firmie nie tylko oszczędności, ale również niezależność energetyczną oraz zmniejsza emisje CO_2. Inwestycja będzie funkcjonować przez ok. 25 lat przy niskim zaangażowaniu obsługi serwisowej.

60

Firma **MODIVO** wprowadziła opakowania – **papieropaki**, stworzone w 100% z papieru Kraft, który jest surowcem odnawialnym, podlega recyklingowi i rozkłada się w ciągu kilku miesięcy. Klienci eobuwie.pl i MODIVO otrzymują swoje zamówienia w workach MailerBag. Opakowania mają mniejszą objętość, są lżejsze od dotychczasowych kartonów i lepiej dopasowane do produktów. Pozwala to na umieszczenie większej liczby zamówionych produktów w jednym transporcie przy mniejszej wadze ładunkowej i redukuje emisję CO_2. Papieropaki zmniejszają masę odpadów w porównaniu z opakowaniami kartonowymi o 35–40% w skali roku. W 2022 r. redukcja wyniosła ok. 27%, co można porównać z zaoszczędzeniem 15 763 drzew. Od uruchomienia papieropaków na wszystkich rynkach zredukowano masę odpadów o 61%. Strategicznym celem firmy jest osiągnięcie do 2025 r. 100% opakowań pochodzących z i nadających się do recyklingu.

3000

Firma **MODIVO** **minimalizuje plastik w opakowaniach zbiorczych** i procesach logistycznych – zmniejsza użycie folii stretch w magazynach. Paczki przewożone są w Gaylord Box, zbiorczych opakowaniach kartonowych o rozmiarze europalety, nadających się w 100% do recyklingu. W magazynie wykorzystywane są także metalowe wózki wielokrotnego użytku. Transport realizowany jest w formie „luz load", co oznacza pakowanie towaru bez palet, dzięki czemu – oprócz minimalizacji generowanych odpadów – redukowana jest stratna przestrzeń (np. kartony na buty są wymiarowe i łatwo nimi zapakować auta dostawcze). Szacowana redukcja folii stretch to 62,5 tony w 6 miesięcy. Optymalizacja transportu i logistyki przekłada się na zmniejszenie emisji CO_2.

3000

Panattoni był pierwszym deweloperem, **który wprowadził certyfikację środowiskową BREEAM Excellent** do swojego standardu. W 2022 r. Panattoni otrzymało certyfikaty Excellent dla 16 inwestycji o łącznej powierzchni ok. 690 tys. m². Certyfikowane obiekty mają wysoką efektywność energetyczną, zastosowane technologie zmniejszają pobór mocy do 60% i zużycie energii o 50%. Inne rozwiązania to m.in. zwiększenie izolacyjności przegród, wykorzystanie oświetlenia LED, rekuperatory powietrza i pompy ciepła. W certyfikowanych obiektach Panattoni średnio o połowę niższe jest też zużycie wody, to efekt stosowania nowoczesnych systemów detekcji wycieków, wodoszczelnych armatur, instalacji wody deszczowej czy szarej. Z certyfikacją BREEAM Excellent wiążą się też dbałość o wellbeing pracowników (strefy relaksu) oraz bioróżnorodność terenu wokół inwestycji.

3000

Od 2021 r. w firmie **Pelion** obowiązuje **zintegrowany system drukowania**. Pelion racjonalnie wykorzystuje surowce, ogranicza zużycie wody, papieru, energii i paliw, prowadzi niestwarzającą zagrożenia dla środowiska politykę gospodarowania odpadami, promuje postawy prośrodowiskowe, doskonali procesy technologiczne, wprowadza nowe rozwiązania techniczne i organizacyjne zmierzające do zmniejszenia szkodliwego wpływu na środowisko, wdraża prewencyjne podejście do ochrony środowiska. Zintegrowany system drukowania to nie tylko gwarancja bezpieczeństwa wydruków, ale także pełnego monitoringu liczby wydruków na użytkownika i na dział. Pozwala to na racjonalne gospodarowanie papierem.

11500

Polskie Sieci Elektroenergetyczne systematycznie **zwiększają efektywność w zakresie użytkowania energii**. Wśród działań przeprowadzonych w 2022 r. w poszczególnych lokalizacjach znalazły się m.in.: wymiana opraw oświetleniowych na oprawy typu LED, wymiana urządzeń UPS na nowoczesne urządzenia energooszczędne, wymiana agregatów skraplających obsługujących chłodnice central wentylacyjnych, modernizacja centralnego ogrzewania w pomieszczeniach budynków administracyjnych i pomieszczeń garażowych oraz budowa nowoczesnej nowej siedziby ZKO Radom z dbałością o zachowanie wysokiej efektywności energetycznej.

2700

Firma **PwC** zaprojektowała nowe ekologiczne biuro we Wrocławiu w zgodzie z ideą 3R – reduce, reuse, recycle. Znaleziono rozwiązania korzystne dla wszystkich – środowiska, człowieka i biznesu. **Office of the Future** to ok. 800 m² przestrzeni biurowej. Reduce: wykorzystano ekologiczne farby, ekologiczne sufity i okleiny ścienne (filc z butelek plastikowych PET) Reuse: meble ze starego biura niepasujące do nowej koncepcji zostały odsprzedane pracownikom. Recycle: nową powierzchnię wyposażono w meble tworzone z surowców wtórnych. Udział surowców pochodzących z recyklingu wyniósł 67%. Materiały podlegają również wtórnemu przetworzeniu po okresie użytkowania. Udział surowców podlegających ponownemu przetworzeniu to 100%. Inne ekologiczne elementy to m.in.: krzesła wykonane z drewna pochodzącego z upraw certyfikowanych FSC; lakiery wodne, bez trujących

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

substancji lotnych, czy wykładzina dywanowa bez podkładów bitumicznych.

6000

W sieci placówek własnych firmy **PZU Zdrowie** rozwijany jest **system cyfrowych nośników treści** (POS TV). W 2022 r. funkcjonowało ponad 70 ekranów w 32 lokalizacjach. Ekrany POS TV stanowią standard wyposażenia nowych placówek medycznych oraz tych, które poddawane są rewitalizacji lub rebrandingowi. Nowe ekrany to przede wszystkim duża oszczędność papieru i możliwość prezentacji atrakcyjniejszych treści. Zlokalizowane są zarówno na korytarzach, jak i w gabinetach lekarskich.

7000

W 2022 r. projekt **Office for One Planet** realizowany w **Rödl & Partner** był kontynuowany we współpracy z dostawcą zewnętrznym. Projekt miał na celu wprowadzenie bardziej ekologicznych praktyk we wszystkich biurach. W 2022 r. odbyły się audyt końcowy i ocena poczynionych postępów, a także rekomendacje do wdrożenia w kolejnym etapie. Częścią projektu w 2022 r. była edukacja dotycząca segregacji odpadów skierowana do pracowników Rödl & Partner. Firma utrzymała także projekt adopcji pasiek, który zamierza poszerzyć. Dzięki przeglądowi procesów w biurach oraz wdrożonym rekomendacjom widać wyraźny spadek zużycia papieru w organizacji.

533

W ostatnim kwartale 2022 r. **ROHLIG SUUS Logistics przeprowadził kampanię edukacyjną z konkursem EKOINICJATYWY**, zachęcającą pracowników magazynów do wspólnych działań na rzecz klimatu i oszczędności. W ramach projektu pracownicy przesyłali pomysły na usprawnienia oszczędzania energii w miejscu pracy. Zgłoszono ponad 70 pomysłów. Na ich podstawie firma przygotowała materiały edukacyjne redystrybuowane w magazynach, stworzyła też listę innowacyjnych rozwiązań, które zostaną przebadane pod kątem wdrożenia. Po pierwszych miesiącach realizacji projektu zauważono niższe zużycie energii.

2000

ROHLIG SUUS Logistics doskonali działania w celu **transformacji ekologicznej posiadanych obiektów logistycznych**. Firma przykłada dużą wagę do prośrodowiskowych rozwiązań oraz do efektywnego gospodarowania przestrzenią i światłem słonecznym. Przykłady stosowanych rozwiązań to m.in.: panele fotowoltaiczne, świetliki, wózki z akumulatorami litowo-jonowymi, czujniki natężenia światła. 13 magazynów posiada certyfikację BREEAM, dwa kolejne budynki są w trakcie procesu certyfikacji. Prowadzony jest również projekt „Office of the future" polegający na modernizacji przestrzeni biurowych, aby były bardziej przyjazne dla pracowników i środowiska.

2000

Celem projektu **Energia do zmiany** prowadzonego przez firmę **Stena Recycling** jest wprowadzenie rozwiązań redukujących zużycie energii i obniżenie emisji CO_2 firmy. W projekt zaangażowana jest centralna grupa projektowa, która włącza do współpracy lokalne zespoły odpowiedzialne za tworzenie i doskonalenie rozwiązań w oddziałach firmy. Zaplanowano i wdrożono konkretne działania mające na celu poprawę bilansu energetycznego, takie jak: instalacja paneli solarnych, wymiana grzejników elektrycznych na programowalne, wymiana oświetlenia na LED czy instalacja kompensatorów mocy biernej. Zdefiniowano 20 obszarów, w których możliwe są działania na rzecz redukcji emisji CO_2.

594

Firma **SumiRiko Poland przeprowadziła kampanię informacyjną na temat segregacji odpadów i obiegu zamkniętego**. Przedsięwzięcie przeprowadzone było w sposób wieloetapowy. Pierwszym krokiem było rozpowszechnienie wiedzy o właściwej segregacji odpadów, którą firma propagowała poprzez artykuły w gazetce zakładowej i tekstach umieszczanych na „pasku" oraz w e-mailach do pracowników. Kolejnym etapem kampanii było wyeliminowanie plastikowych kubków na stołówkach i zastąpienie ich szklanymi naczyniami wielorazowego użytku. Ostatnim etapem była zamiana części dystrybutorów z wodą w plastikowych butlach na urządzenia filtrujące wodę.

1400

Tubądzin Management Group realizuje **działania na rzecz ograniczenia śladu węglowego**. Wybudowała nową linię produkcyjną Continua+ w zakładzie w Sieradzu, która zużywa 75% mniej energii elektrycznej w porównaniu z tradycyjnymi prasami, zużywa mniej wody i gazu (o ok. 3%). Do produkcji używane są czyste surowce bez siarki, węgla, fluoru, węglanów. Podczas przygotowania suchej mieszanki z komina fabryki wydobywa się wyłącznie para wodna. Gorące powietrze z pieca kierowane jest do suszarni rozpyłowej, zmniejszając zużycie gazu o ok. 15%. Dzięki obiegom zamkniętym w fabryce i własnym oczyszczalniom – podczas produkcji płytek nie powstają ścieki technologiczne, a układ zamknięty pozwala oszczędzać wodę. Każdy etap produkcji został zaprojektowany z myślą o ekologii i środowisku naturalnym, przybliżając firmę do osiągnięcia zaplanowanej neutralności klimatycznej.

1200

Zrównoważone biuro firmy **UBS** w Krakowie powstało z myślą o dobru zarówno pracowników, jak i środowiska. Wentylacja w budynku zapewnia o 30% więcej świeżego powietrza niż w standardowych budynkach. Lokalizacja pozwala na doskonały dostęp do komunikacji miejskiej, dodatkowo pracownicy mogą bezpłatne korzystać z ładowarek do pojazdów elektrycznych. Zrównoważony system wodny wykorzystujący wodę deszczową pozwalaja zmniejszyć zużycie wody o 50%. Firma oszczędza również energię dzięki oświetleniu LED, energooszczędnym centralom wentylacyjnym i dobrej izolacji okien. Wszystkie biurowce UBS w Polsce posiadają certyfikacje BREEAM lub LEED, w tym najwyższy stopień LEED Platinum. W 2022 r. całość energii elektrycznej zakupionej przez UBS posiadała certyfikaty potwierdzające pochodzenie z odnawialnych źródeł. W firmie funkcjonuje zintegrowany system zarządzania środowiskowego i energią ISO 14001/50001, a potwierdzeniem jego działania jest coroczna pozytywna ocena z audytu.

5100

Firma **Volkswagen Motor Polska** przeprowadziła jesienią 2022 r. akcję specjalną **Fabryka bez papieru**. Celem konkursu dla pracowników była redukcja papieru używanego w procesach przedsiębiorstwa oraz zmotywowanie pracowników do zgłaszania kreatywnych pomysłów wraz z wyliczeniem oszczędności i wskazaniem korzyści. Akcja przyczynia się do zmniejszenia ilości powstałych odpadów, a tym samym do ochrony środowiska. Drugim jej efektem jest obniżenie bieżących kosztów ponoszonych przez firmę.

1300

Firma **Volkswagen Poznań** we współpracy z Veolia Energia Poznań **wdrożyła rekuperację ciepła powstającego podczas wytopu aluminium** w odlewni. Ciepło jest kierowane do wymiennika, gdzie ogrzewa wodę, a dalej jest przekazywane do instalacji ciepłowniczej Veolia. Odzysk ciepła w Odlewni VWP pozwolił skierować blisko 16 tys. MWh energii cieplnej rocznie do ogrzewania domów, hal i obiektów handlowych znajdujących się w sąsiedztwie zakładu. Wcześniej nie było ono wykorzystywane i trafiało bezpośrednio do atmosfery. Inwestycja odzysku ciepła pozwoliła na ogrzanie ok. 4,5 tys. mieszkań w Poznaniu, zmniejsza też emisję CO_2.

9500

Od 2017 r. **Wawel** konsekwentnie inwestuje w rozwiązania umożliwiające ograniczanie zużycia energii, w tym **wymianę oświetlenia na LED-owe w zakładach produkcyjnych**. Zakład Produkcyjny nr 2 w całości został wyposażony w energooszczędne oświetlenie LED jeszcze w 2017 r. W przypadku Zakładu Produkcyjnego nr 1 pierwszy etap wymiany oświetlenia na LED został zakończony w 2020 r., drugi w 2021 r., a ostatni, trzeci – etap w 2022 r. Instalacja kolektorów słonecznych w jednym z zakładów pozwala do podgrzewania wody wykorzystywać energię słoneczną.

1097

Wodociągi Miasta Krakowa inwestują w produkcję energii ze źródeł odnawialnych. Firma wykorzystuje zewnętrzne finansowanie do realizacji wielomilionowych inwestycji. W 2021 r. podpisała umowę z Narodowym Funduszem Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie na projekt „Modernizacja gospodarki elektroenergetycznej, cieplnej i biogazowej na terenie Oczyszczalni Ścieków Płaszów w Krakowie przy ul. Kosiarzy 3", który jest realizowany ze środków Mechanizmu EOG w ramach Programu Środowisko, Energia i Zmiany Klimatu. Realizacja projektu przyczyni się do wsparcia miejskiej infrastruktury ciepłowniczej, poprawy efektywności energetycznej i wytwarzania energii w przemyśle. Bezpośrednim celem projektu jest budowa lub modernizacja miejskich systemów ciepłowniczych oraz likwidacja indywidualnych źródeł ciepła.

1200

Firma **Wyborowa Pernod Ricard** wdrożyła projekt **Zielone Biuro**. Od 2021 r. 100% energii elektrycznej pochodzi ze źródeł odnawialnych, plastikowe butelki zastąpiono dozownikami wody filtrowanej, w bateriach umywalkowych zainstalowano perlatory, a w pomieszczeniach wprowadzono mechanizmy wyłączające światło. W projekcie biura uwzględniono duże okna, aby zapewnić oszczędność energii na poziomie 20%. Ponadto procesy przepływu dokumentów zostały przeniesione do systemu cyfrowego (np. WorkFlow i SAP Concur), co pozwoliło na zmniejszenie zużycia papieru. Wprowadzono też stosowanie drukarek sieciowych z predefiniowanymi ustawieniami dwustronnymi oraz śledzenie zużycia papieru.

150

EkoSmart 2.0 to pierwszy w Polsce sklep sieci **Żabka Polska** łączący ekologię z technologią. Zastosowano w nim jedną z pierwszych na świecie instalacji perowskitowych. Placówka ma systemy zdalnego zarządzania oświetleniem i urządzeniami sklepowymi (Smart Shop Control). Przy stoisku z kawomatem ułożono płytki wykonane z fusów i łusek po kawie. Izolowane matami z konopi siewnych lodówki pozwalają na oszczędność energii, tak jak półki z glikolem w szafie mroźniczej. Klienci mogą korzystać z zielonej energii, np. ławki solarnej ładującej telefon. Przed sklepem stanął EKOmat do zbiórki butelek i puszek. Z zebranych pustych opakowań (do września 2022 r. ok. 600 tys. butelek) powstały opakowania produktów marek własnych Żabki, mające o 33% mniejszy od tradycyjnego opakowania ślad węglowy. By ograniczyć ilość pyłów i szkodliwych substancji trafiających do atmosfery, jedna ze ścian budynku, w którym znajduje się Żabka Eko Smart, została pokryta roślinami.

2573

EKOPRODUKTY

Credit Agricole Bank Polska rozwija ofertę produktów zrównoważonych środowiskowo. W 2022 r. dodał 5 kolejnych zielonych produktów ubezpieczeniowych z elementem inwestycyjnym i wdrożył Zielony Kredyt dla klientów z segmentów SME, SOHO i Agro. To oferta na preferencyjnych warunkach dla klientów realizujących inwestycje prośrodowiskowe. Bank oferuje też kredyt hipoteczny na energo-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

oszczędne nieruchomości „Zielony Dom" oraz kredyt ratalny lub gotówkowy na wymianę nieefektywnych źródeł ciepła lub termomodernizację w ramach programu „Czyste Powietrze" Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. Credit Agricole nie finansuje wydobycia węgla, a do 2030 r. chce wycofać się z finansowania branż tzw. okołowęglowych. W bankowości korporacyjnej poszukuje nowych możliwości współpracy w ramach finansowania energii odnawialnej oraz produktów kredytowych powiązanych ze zrównoważonym rozwojem.

4300

W 2022 r. firma AMS, należąca do **Grupy AGORA**, wprowadziła do oferty **EKO Premium Citylight** – produkt uwzględniający troskę o środowisko. Za każdy kupiony panel firma deklaruje posadzenie drzewa w imieniu klienta. EKO Premium Citylight to nośnik reklamowy umieszczony wyłącznie w wiacie przystankowej wyposażonej w zielony dach, który ogranicza stężenie CO_2 w powietrzu. Wiaty mają specjalne oznakowanie, które zapobiega kolizjom ptaków z przeszklonymi ścianami. Nośniki wyposażone są w energooszczędne oświetlenie LED, a ekwiwalent energii zużytej do oświetlenia wiat pochodzi z OZE, zgodnie z certyfikatem EKO Premium Tauron.

2586

W 2022 r. **Grupa CCC zwiększyła liczbę zrównoważonych produktów linii #weCare** marki CCC. Kolekcja to m.in. buty ze skóry z garbarni posiadających certyfikat LWG, akcesoria, w których główny surowiec pochodzi z recyklingu butelek PET lub w pełni naturalnych surowców, a także produkty powstałe z najwyższą dbałością o środowisko naturalne (m.in. Water based PU). #weCare to także optymalizacja zużycia wody i energii. Celem strategicznym CCC na 2025 r. jest umieszczenie zrównoważonych kolekcji we wszystkich kategoriach produktowych, natomiast ambicją jest osiągnięcie do 2030 r. poziomu 50% przychodów CCC z produktów zrównoważonych.

15828

NesoBus to wyprodukowany w Polsce, zeroemisyjny miejski autobus wodorowy od **Grupy Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia)** i ZE PAK. Zasilany zielonym wodorem jest najbardziej ekologicznym autobusem dla mieszkańców miast w transporcie miejskim. Stworzyli go polscy konstruktorzy i inżynierowie przy współpracy z partnerami z całego świata. Ma 12 m długości, do 93 miejsc, w tym do 37 miejsc siedzących, jego zasięg to około 450 km. Nie emituje spalin, oczyszcza powietrze, a jedyne, co emituje, to para wodna. Rozpoczęcie produkcji seryjnej jest planowane na 2023 r. w fabryce powstającej w Świdniku. W ramach realizacji Strategii 2023+ Grupa Polsat Plus planuje produkować czystą energię m.in. ze słońca, wiatru czy biomasy oraz zbudować pełny łańcuch wartości zielonego wodoru.

7500

Grupa Schiever w Polsce zarządzająca w Polsce siecią hipermarketów bi1 oraz 2 hipermarketami Auchan (w Zielonej Górze oraz Raciborzu) w 2022 r. kontynuowała swoje zobowiązania w obszarze odpowiedzialnego handlu oraz dobrostanu zwierząt. W trosce o dobrostan zwierząt już w 2017 r., jako pierwsza sieć, **zrezygnowała ze sprzedaży żywego karpia**.

1100

Firma **KABAK** kontynuuje wymianę surowca wykorzystywanego w produkcji na **bawełnę organiczną**. Jest to jeden z najbardziej zrównoważonych surowców dostępnych na rynku tekstylnym, a jego produkcja pozwala znacznie ograniczyć zużycie zasobów naturalnych, ma też mniejszy ślad węglowy niż inne surowce. Od początku 2022 r. firma KABAK nie wyprodukowała żadnej czapki ani żadnego szalika z bawełny konwencjonalnej – oferta w tych segmentach produktowych w całości wykonana została z bawełny organicznej. Dzięki tej decyzji w samym tylko 2022 r. firma ograniczyła w procesie produkcyjnym emisję CO_2, zużycie wody i zużycie energii o odpowiednio: ok. 6425 kg, ok. 42 986 700 l i ok. 71 217,2 MJ. Aktualnie KABAK pracuje nad wymianą surowca w najliczniejszej grupie produktowej w portfolio marki, czyli w skarpetkach.

11

Kaufland Polska Markety w 2022 r. **zastąpił jaja świeże od kur z chowu klatkowego jajami z alternatywnych form chowu** (ściółkowego, ekologicznego i z wolnego wybiegu). Początkowo cel ten miał zostać osiągnięty do 2025 r., ale zauważając konieczność poprawy dobrostanu kur niosek, Kaufland przyspieszył prace nad asortymentem. Sieć zobowiązała się także do 2025 r. stosować wyłącznie jaja z alternatywnych form chowu w recepturach przetworzonych produktów marek własnych, w których udział jaj stanowi powyżej 1%. Kaufland jest także uczestnikiem programu „Fur Free Retailer" i nie oferuje produktów wykonanych z naturalnego futra lub obszytych futrem. Nie sprzedaje mięsa oraz przetworów z kaczek i gęsi, które poddawane są przymusowemu tuczowi. Nie oferuje również zagrożonych gatunków ryb dziko żyjących i stawia na produkty pochodzące ze zrównoważonych połowów lub z obszarów niezagrożonych przełowieniem.

15000

Lyreco Polska stworzyło zasady oceny produktów oraz dostawców w oparciu o międzynarodowe standardy ISO 20400, co pozwala na kwalifikację produktów pod kątem ich przyjazności dla środowiska. Zasady zostały zaakceptowane przez organizację certyfikującą SGS i są przedmiotem corocznego audytu. **Zielony katalog Lyreco** to strona internetowa dla klientów prezentująca tylko te produkty, które zostały ocenione jako ekologiczne. W 2022 r. było to ok. 13% całej oferty Lyreco, natomiast ich sprzedaż osiągnęła prawie 14% sprzedaży ogółem. Firma ma cel, aby do 2025 r. sprzedaż zielonych produktów wynosiła minimum 25% całej sprzedaży.

600

MAKRO Polska jako pierwsza sieć hurtowa w Polsce **wycofała ze sprzedaży jaja klatkowe**, zarówno marki własnej, jak i marek brandowych. Firma zdecydowała się na podjęcie tej inicjatywy 3 lata przed wyznaczoną ustawowo datą, czyli. przed 2025 r. W ofercie MAKRO pozostają jedynie jaja z hodowli ekologicznych, z wolnego wybiegu oraz chowu ściółkowego. MAKRO w 2021 r. rozpoczęło przygotowywanie całej sieci dystrybucji oraz szkolenie dostawców. Firma bierze na siebie rolę lidera-edukatora w branży gastronomicznej i restauracyjnej w Polsce, jak i wśród lokalnych właścicieli sklepów, w tym własnej sieci franczyzowej ODiDO. To część realizowanej przez firmę polityki Animal Welfare.

5000

mBank ocenia wpływ na czynniki ESG swoich nowych lub modyfikowanych produktów i usług finansowych, a także okresowych promocji produktowych. Ocenie podlega wpływ produktu na 5 kwestii dotyczących ochrony środowiska oraz na 6 celów społecznych, w tym związanych z kondycją finansową klientów. Od 2022 r. mBank stosuje **ekosymbol marketingowy, tzw. zielony listek**. Jest to oznaczenie produktów i usług, które wspierają ochronę środowiska. Ekosymbol ma trzy odmiany: „mniej CO_2", „mniej papieru" i „mniej plastiku". Aby usługa lub produkt mogły dostać zielony listek, muszą spełniać ściśle określone warunki. Wśród nich są m.in.: ekokredyt hipoteczny na energooszczędny dom lub mieszkanie, karty płatnicze z plastiku z recyklingu czy leasing fotowoltaiki. W 2022 r. mBank udzielił 571 ekokredytów o łącznej wartości 314 mln zł.

7000

W 2022 r. **Pepco** zwiększyło ofertę produktów wyprodukowanych w bardziej zrównoważony i etyczny sposób. Do nowej linii **Pepco is Green** trafiają produkty, które spełniają co najmniej jeden z warunków: są biodegradowalne lub wytworzone z recyklingu albo materiału pochodzenia naturalnego lub są wielokrotnego użytku – pod warunkiem że są alternatywą dla powszechnie używanych produktów. Pepco podpisało też umowę licencyjną z FSC oraz dołączyło do organizacji Better Cotton Initiative. W ofercie jest też wiele produktów z certyfikatami takimi jak GOTS, RCS czy GRS. Firma monitoruje liczbę certyfikowanych produktów w ofercie i sukcesywnie ją zwiększa.

23262

2022 r. to w firmie **SLODKIE premiera czekolady NXT generation**. Czekolada NXT ma certyfikat fundacji Cocoa Horizons – do jej produkcji wykorzystywane są jedynie składniki pochodzące ze zrównoważonych upraw kakaowców, a proces produkcji przebiega według najwyższych etycznych praktyk. Ponieważ w czekoladzie NXT brak składników pochodzenia zwierzęcego, mniejsza jest emisja CO_2, zużycie wody i energii oraz mniejsze zużycie powierzchni planety. To produkt w 100% plant-based, pozbawiony choćby śladowych ilości nabiału, protein mlecznych, glutenu czy innych alergenów. Smak mleka zastąpiono chufą, uzyskując doskonałą kremowość czekolady.

60

Sodexo Polska, realizując zobowiązania z zakresu zrównoważonego rozwoju, uwzględnione w dokumencie Plan Lepsze Jutro 2025 (Better Tomorrow Plan 2025), **postanowiło wycofać z użycia jaja z chowu ściółkowego**. To kolejna już decyzja firmy, po rezygnacji z jaj z chowu klatkowego, tzw. trójek (2016 r.). Jajka z chowu ściółkowego przestały być używane w 40 restauracjach pracowniczych prowadzonych w Polsce przez Sodexo. Od 1 października firma korzysta wyłącznie z jaj z chowu ekologicznego („0") oraz jaj z wolnego wybiegu („1").

1800

Firma **Sodexo Polska** od lat **rozszerza menu restauracji pracowniczych o pozycje roślinne**. Nowe pozycje są promowane w restauracjach pracowniczych. Firma dąży do sytuacji, by w każdej restauracji pracowniczej codzienne menu cechowała różnorodność. Zmiana wymaga też kształcenia szefów kuchni i kucharzy. Od 2021 r. firma Sodexo jest globalnym partnerem programu Future 50 Foods. W lutym 2022 r. odbył się darmowy webinar „Odkryj bogactwo SuperFoods", poświęcony tematyce naturalnych i nieprzetworzonych produktów, które pozwalają zdrowo się odżywiać. Organizatorami były firmy Sodexo i Unilever. Każdy zarejestrowany uczestnik webinaru otrzymał po spotkaniu e-mail z przepisami na prezentowane dania. Firma stawia sobie za cel, aby minimum 30% menu było wegańskie. W 2022 r. ponownie nawiązała współpracę z RoślinnieJemy.

1800

W 2022 r. swoją premierę miał przegubowy **autobus wodorowy Urbino 18 hydrogen**, wyprodukowany przez firmę **Solaris Bus & Coach**. Głównym źródłem energii jest w nim wodór. Sercem modelu jest najnowocześniejsze dostępne na rynku ogniwo wodorowe, pełniące funkcję miniaturowej elektrowni wodorowej, gdzie wodór przekształcany jest w energię elektryczną, przekazywaną następnie do układu napędowego. Urbino 18 hydrogen to drugi autobus wodorowy w bezemisyjnym portfolio Solarisa. Dzięki zastosowanej technologii oraz zwiększonej liczbie zbiorników na wodór pojazd na jednym tankowaniu może pokonać ok. 350 km w różnych warunkach pogodowych. W zależności od konfiguracji może nim podróżować nawet 140 osób. Pojazdy wodorowe nie emitują zanieczyszczeń w miejscu użytkowania, zapewniają komfort jazdy, a dzięki niskiemu poziomowi generowanego hałasu zwiększają jakość życia w mieście.

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Ich wprowadzanie do miejskich flot autobusowych ogranicza zanieczyszczenie środowiska.

2700

Walstead Central Europe/Walstead Kraków prowadzi projekt „Opracowanie innowacyjnego i proekologicznego wyświetlacza reklamowego", dofinansowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju. Celem jest stworzenie i wdrożenie do oferty innowacyjnych **ekologicznych standów reklamowych**, które będą się wyróżniać przede wszystkim wykorzystaniem surowców biodegradowalnych w miejsce dotychczasowych – plastikowych. Dzięki temu produktowi firma obniży zużycie tworzyw sztucznych w codziennej działalności biznesowej, a materiały POS będą poddane łatwemu i kompletnemu procesowi recyklingu, generując tym samym dodatkowe oszczędności.

1200

Firma **Walstead Central Europe/Walstead Kraków** otrzymała w procesie recertyfikacji prawo używania oznakowania **EU Ecolabel**, wydawane przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji S.A. Stosowanie oznakowania EU Ecolabel na certyfikowanych wyrobach to gwarancja jakości i łatwość identyfikacji produktów ekologicznych. Produkty są wytwarzane w bardziej zrównoważony sposób i wyłącznie z podłoży papierowych, które również posiadają oznakowanie EU Ecolabel. Powstają w efektywnych energetycznie procesach produkcyjnych przy znacznym ograniczeniu emisji CO_2. Zaprojektowane są tak, aby umożliwić łatwy recykling i ograniczyć powstawanie odpadów papierowych podczas produkcji, co ułatwia przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym. Certyfikat ważny jest 6 lat.

1200

GOZ

W kwietniu 2021 r. **ALLEGRO** rozpoczęło akcję **Opakowania dobre z natury**. Wprowadziło na platformę możliwość zakupów opakowań pochodzących z materiałów z recyklingu i podlegających mu w 100%. Opakowania są odsprzedawane bez zysku użytkownikom platformy. Zachęca ich to do odchodzenia od tworzyw sztucznych przy pakowaniu przesyłek. W ramach Akademii Allegro firma wprowadziła webinary i szkolenia z dobrych praktyk pakowania przesyłek. Produkty wysyłane przez Oficjalny Sklep Allegro i na zasadzie usługi One Fulfillment by Allegro są pakowane z wykorzystaniem kartonów, papierowych wypełniaczy i taśm, które posiadają certyfikaty FSC. Do tej pory Allegro wprowadziło na rynek ponad 5,3 mln opakowań pochodzących z recyklingu. Przygotowało kampanię w postaci materiałów edukacyjnych, mailingów i strony WWW. Zorganizowało warsztaty dla dzieci z zakresu upcyklingu podczas których powstały filmy edukacyjne.

4848

Od początku swojej działalności w Polsce marka Starbucks należąca do **AmRest Coffee** prowadzi inicjatywę **Z własnym kubkiem** – Bring Your Own Tumbler, która ma na celu zredukować ilość odpadów oraz edukowanie społeczeństwa. Każdy gość, który zamawia dowolny napój do własnego kubka, otrzymuje zniżkę w wysokości 1 zł. Akcja towarzyszy marce od początku jej działalności na polskim rynku, czyli od prawie 14 lat. Miarą efektywności inicjatywy jest liczba gości kawiarni, którzy skorzystali ze zniżki. W 2022 r. liczba transakcji z wykorzystaniem zniżki wzrosła o 30% w porównaniu z rokiem poprzednim.

1057

AmRest Coffee i marka firmy Starbucks Polska już drugi rok **współpracuje z Ecobean** i wspólnie pracuje nad możliwościami, jakie daje przetwarzanie fusów. Marka wspiera testy nad ponownym wykorzystaniem kawowych odpadów, przekazując fusy zbierane w warszawskich kawiarniach polskiemu start-upowi. Start-up rozwija swój projekt Circular Coffee, który ma na celu wdrożenie przełomowej technologii recyklingu odpadów kawowych w wysokiej jakości zrównoważone surowce. Ecobean planuje także budowę centrum technologicznego, które ma przetwarzać aż tysiąc ton odpadów rocznie. W 2022 r. Starbucks Polska przekazał Ecobean ponad 14 ton fusów.

1057

Zabierz fusy do domu! to część proekologicznej strategii należącej do **AmRest Coffee** marki Starbucks pod hasłem #Reuse4Earth. W ramach inicjatywy, od początku 2020 r. w wybranych kawiarniach Starbucks w Polsce ustawione zostały 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 czy nawóz do roślin. Celem akcji jest ograniczenie ilości odpadów, tworzenie gospodarki o obiegu zamkniętym w duchu zero waste oraz promowanie ekologicznych rozwiązań wśród gości kawiarni.

1057

Z końcem 2021 r. na terenie magazynu w centrali **Auto Partner** stanął **recyklomat do segregacji odpadów**. Ustawiono go dzięki współpracy z firmą EcoTech System, w ramach projektu badawczego Narodowego Centrum Badań i Rozwoju pt. Innowacyjny Kompleksowy System Zbiórki i Recyklingu Odpadów. Urządzenie wraz z systemem motywacyjnym ma promować wśród pracowników magazynowych ideę recyklingu oraz zachęcać do segregacji odpadów. W maszynie pracownicy mogą zostawić puste opakowania plastikowe, szklane i puszki po napojach. Każdy chętny może pobrać na swój telefon aplikację mobilną ECO-portfel. Recyklomat automatycznie sortuje odpady oraz nagradza użytkownika za segregację, przypisując do jego konta w aplikacji odpowiednią liczbę ECO-punktów uprawniających do zniżek przy zakupie produktów z automatu stojącego obok.

2300

Latem 2022 r. **Carlsberg Polska** wprowadził na rynek **1200 innowacyjnych butelek Fibre Bottle** z piwem Carlsberg. Butelka jest wykonana z polimeru PEF pochodzenia roślinnego i z włókien drzewnych z certyfikatem FSC, co czyni ją w 100% organiczną i nadającą się do recyklingu. Fibre Bottle nie zastąpi, ale uzupełni istniejące już portfolio opakowań, takich jak szklane butelki i aluminiowe puszki. Butelka Fibre Bottle generacji 2.0. w ocenach cyklu życia produktu ma lepsze wyniki pod względem emisji CO2 niż jednorazowa szklana butelka. Celem Grupy Carlsberg jest Fibre Bottle, która będzie miała tak samo niski ślad węglowy jak szklana butelka zwrotna, obecnie najbardziej przyjazne środowisku opakowanie, jeśli zostaje zwrócone przez konsumenta do sklepu. Wyniki testów konsumenckich butelki przeprowadzone m.in. w Polsce posłużą do opracowania finalnego opakowania nowszej generacji.

1300

W 2022 r. **Carrefour Polska** w swoich sklepach w Warszawie i we Wrocławiu **rozwijał koncept refillomatów**. Rozwiązanie umożliwia zakup wybranej ilości produktu do własnego opakowania bądź opakowania dostępnego przy automacie. Korzyści tego rozwiązania to wielokrotne wykorzystywanie opakowań, ograniczenie ilości opakowań plastikowych wprowadzanych na rynek oraz możliwość zakupu dokładnie takiej ilości produktu, jakiej klient potrzebuje. Obecnie można kupić kosmetyki marek Yope i Jelp oraz środki czystości marki Carrefour w specjalnych maszynach Ecobar, a także zakup czterech rodzajów makaronu marki Lubella w Pasta Station. W ciągu pierwszych trzech miesięcy Pasta Station została użyta ok. 600 razy.

11146

Klienci wszystkich hiper- i supermarketów **Carrefour Polska** mogą oddawać **butelki zwrotne bez konieczności okazywania paragonów**. 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, w ramach którego sieć od 2013 r. realizuje w Polsce akcje przeciwdziałające wszelkim formom marnowania zasobów planety oraz aktywnie zachęca do włączania się w nie swoich klientów i partnerów.

11146

Firma **CFE Polska** wprowadziła **standard gospodarowania materiałami i odpadami dla podwykonawców**. Celami inicjatywy są: gospodarowanie materiałem w trakcie budowy w sposób minimalizujący powstawanie odpadów, niedopuszczenie do wyrzucania niewykorzystanych materiałów i dalsze ich zagospodarowanie, ponowne wykorzystywanie opakowań transportowych (palety, pojemniki) i zwracanie ich do dostawcy, prefabrykacja płyt z pozostałości betonu, zaprojektowanie i ponowne wbudowanie na miejscu maksymalnej ilości gruntu z wykopów. W 2022 r. osiągnięto redukcję wygenerowanych odpadów na poziomie ok. 15% w porównaniu z rokiem 2021. Wdrożono platformę Reuse Platform do dzielenia się informacjami pomiędzy budowami CFE o materiałach do przekazania i do dalszego wykorzystania. Osiągnięto stopień wykorzystania materiałów z budów na poziomie 1,5% wartości obrotu firmy w 2022 r., w porównaniu z 1% w 2021 r.

200

EKO-stołówka to projekt **Citi Handlowy**, którego celami są: eliminacja styropianu w kantynach i zastąpienie go opakowaniami z liści palmowych, bambusa lub innych biodegradowalnych surowców, wprowadzenie kubków tekturowych z PLA i pokrywek z trzciny cukrowej, wprowadzenie sztućców drewnianych z otrąb pszennych, doposażenie stołówki w pokrywki dające oszczędność energetyczną, promowanie zdrowych przyzwyczajeń żywieniowych (owoce w biurze), propagowanie odpowiednich nawyków niemarnowania jedzenia.

3700

CSR Consulting jest współtwórcą raportu Polskiego Paktu Plastikowego – **9 Złotych Zasad Projektowania**. Z raportu mogą korzystać wszyscy uczestnicy łańcucha wartości opakowań, od producentów, firm wprowadzających opakowania do obrotu aż po podmioty gospodarujące odpadami. Opracowanie, oprócz technicznych rekomendacji projektowania opakowań, wskazuje strategiczny kierunek rozwoju rynku recyklingu opakowań z tworzyw sztucznych w Polsce. Wdrożenie wytycznych przez firmy pozwoli na eliminację opakowań problematycznych, zmniejszy zużycie tworzyw sztucznych, poprawi przydatność opakowań do recyklingu, ułatwi poprawne sortowanie odpadów i w rezultacie zwiększy się poziomów recyklingu opakowań. Celem publikacji jest dostarczenie konkretnej wiedzy i propozycji rozwiązań polskim firmom. Premiera publikacji odbyła się podczas II Konferencji Urodzinowej Paktu 5 października 2022 r.; wzięło w niej udział ponad 170 uczestników.

8

Żywiec Zdrój z grupy **Danone** od lat prowadzi praktykę **Po stronie natury**. Podczas szczytu klimatycznego COP24 w Katowicach w 2018 r. firma zobowiązała się, że w 2020 r. zapewni zbiórkę takiej ilości plastiku, jaką wprowadzi na rynek. W 2022 r. już po raz trzeci Danone wywiązał się z tego zobowiązania. Co roku na rynek trafia ok. miliona ton opakowań plastikowych, z czego ok. 2,5% stanowią opakowania plastikowe spółki Żywiec Zdrój. Realizacja projektu oznaczała zebranie i przekazanie do recyklingu 26 tys. ton plastiku.

1223

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Codziennie klienci **DHL Parcel Polska** w ramach prowadzonej przez firmę praktyki **Ekoprzesyłki w DHL** korzystają z setek tysięcy biodegradowalnych foliopaków. DHL Parcel zachęca również klientów do stosowania rozwiązań eliminujących plastik, np. używania naturalnych wypełniaczy w przesyłkach. Firma posiada także certyfikat Blue Angel.

3500

W 2022 r. **Fabryki Mebli „FORTE”** wspólnie z siecią meblową Agata przeprowadziły pilotażowy projekt proekologiczny **Bądź eko! Oddaj stare meble do recyklingu**. Przy zamówieniu mebli FORTE w salonach Agata klienci mogli oddać do recyklingu swoje stare, niepotrzebne meble. W zależności od preferencji klienta, meble mogły zostać odebrane przy dostawie towaru z salonu, tym samym samochodem (co zakładało m.in. ograniczenie emisji spalin). Pilotaż przeprowadzono w trzech punktach sprzedaży sieci Agata: Warszawa Targówek i Okęcie, Białystok. Projekt trwał cztery miesiące.

3000

Poprawa systemu segregacji odpadów materiałowych na obszarach produkcyjnych oraz w magazynach wewnętrznych zakładu **Ferrero Polska** w Belsku Dużym pozwoliła w 2022 r. na zmniejszenie wskaźnika odpadu zmieszanego/wielomateriałowego o ok. 13% w porównaniu z rokiem 2021 (-22% w stosunku do 2019). Zwiększono także wskaźnik segregowanej folii bezbarwnej o 11% (+290% w stosunku do 2019).

2600

Firma **FroGum** specjalizuje się w produkcji dywaników samochodowych i wkładek do bagażników. W ramach praktyki **Ekologia na trasie** ich produkcja odbywa się w zgodnie z zasadami gospodarki zero waste. Każdy miligram niewykorzystanego materiału został ponownie przetworzony oraz użyty. Firma wytwarza produkty ze specjalnej mieszanki TPE niezawierającej substancji szkodliwych dla zdrowia. Ponadto korzysta z energii elektrycznej pochodzącej w 100% z odnawialnych źródeł.

100

Grupa CCC jako wyłączny partner obuwniczy **współpracuje z InPost w usłudze EKOzwroty**. Konsumenci mogą bezpłatnie oddać nieprzydatne im obuwie oraz ubrania do dowolnego urządzenia Paczkomat®. Część z nich, po odpowiedniej dezynfekcji i drobnych naprawach, trafia do organizacji charytatywnych, część zostaje ponownie wprowadzona do obiegu komercyjnego zgodnie ze swoim przeznaczeniem. Najbardziej zniszczonesą bezpiecznie zutylizowane lub przetworzone na półprodukty w celu ich powtórnego użycia.

15828

Zakupy do własnego opakowania, które przyniesie ze sobą klient, zostały wdrożone w sklepach **Grupy Schiever w Polsce** w listopadzie 2019 r. Praktyka jest kontynuowana. 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.

1100

W ramach praktyki **zero plastiku w opakowaniach okien dachowych** od 2022 r. **Grupa VELUX** produkuje, również w polskich fabrykach w Gnieźnie i Namysłowie, opakowania okien dachowych bez dodatku tworzyw sztucznych, z jednorodnego materiału opartego na papierze. Nowe opakowania są stosowane we wszystkich najpopularniejszych oknach dachowych VELUX. Pozwoli to oszczędzić do 900 ton plastiku rocznie i ułatwi klientom utylizację odpadów opakowaniowych. Opakowania zawierają tekturę posiadającą certyfikat Forest Stewardship Council. Dzięki tej zmianie ślad węglowy generowany przez opakowania okien dachowych Grupy VELUX obniżył się o 13%.

4000

Realizując praktykę **zwróć butelkę**, **Grupa Żywiec** chce, żeby każde opakowanie piwa mogło zostać użyte ponownie lub poddane recyklingowi. Butelka zwrotna może być użyta nawet do 20 razy, a czas jej życia wynosi nawet 5 lat. W listopadzie i grudniu 2022 r. firma przeprowadziła kampanię na temat butelek zwrotnych w swoich social mediach. Celem kampanii było zwiększenie świadomości na temat ekologicznych opakowań. Kampania dotarła do ponad miliona osób, a jej treści zostały wyświetlone prawie 2 mln razy.

1800

Jednym z celów **Grupy Żywiec** jest maksymalne ograniczenie produkcji plastikowych odpadów. W 2022 r. wraz z Alter Art firma wprowadziła **kubki zwrotne na Open’er Festivalu**. Każdego roku podczas festiwalu zużywano nawet 500 tys. jednorazowych plastikowych kubków. Dzięki zmianie na kubki zwrotne ograniczono ilość odpadów plastikowych o ok. 2 tony. Na terenie Open’era stoiska gastronomiczne nie oferowały plastikowych opakowań ani słomek do napojów, pojawiły się za to drewniane sztućce i mieszadełka, talerze z masy papierowej oraz naturalne serwetki. Na terenach festiwalowych prowadzona była selektywna zbiórka odpadów.

1800

Grupa Żywiec po raz kolejny zorganizowała wraz z Fundacją Recal **zbiórkę puszek aluminiowych na letniej trasie koncertowej Męskiego Grania**. Aluminium jest jednym z materiałów permanentnych, co znaczy, że można je przetwarzać w nieskończoność bez utraty właściwości materiału. Dzięki tak prostej czynności jak wyrzucenie puszki do żółtego pojemnika – nowe puszki będą mogły wrócić na sklepowe półki w ciągu zaledwie 8 tygodni. Podczas 8 dni akcji animatorzy programu Każda Puszka Cenna zebrali ponad 40 tys. puszek. Dzięki temu udało się oszczędzić ok. 10 MWh energii.

Akcja wiązała się ponadto z edukacją uczestników koncertów na temat zasad selektywnej zbiórki. W Żywcu powstała także wyjątkowa Pixelata, czyli instalacja artystyczna stworzona z pomalowanych puszek.

1800

Firma **Hilti Poland** prowadzi usługę Zarządzanie Flotą, w ramach której odbiera od klientów już im niepotrzebne urządzenia i uzupełnia nimi ofertę urządzeń zastępczych lub przekazuje organizacjom pozarządowym w ramach programu **Go Help Go Hilti**. W 2022 r. urządzenia Hilti trafiły do Fundacji Habitat for Humanity Poland. Ponad 70 urządzeń przekazano w użyczenie, aby zapewnić pod koniec ich cyklu życia poprawną utylizację. W ramach programu firma przekazała też Habitat for Humanity Poland nowy osprzęt do swoich narzędzi, a Fundacja zorganizowała dla pracowników firmy wolontariat pracowniczy.

620

Firma **Hilti Poland** rozpoczęła **projekt upcyklingu ubrań korporacyjnych**. Realizowany jest on we współpracy z Goldenberry Group, odpowiedzialną za magazynowanie i dystrybucję odzieży dla pracowników Hilti. Efektem współpracy i kreatywnego podejścia jest przerabianie zdezynfekowanych starych ubrań firmowych Hilti na gadżety dla pracowników (plecakoworki, nerki, poduszki itd.); zajmuje się tym Spółdzielnia Socjalna, która zatrudnia osoby znajdujące się w trudnej sytuacji życiowej. W 2022 r. powstało ponad 400 produktów z ok. 3 palet zużytych ubrań.

620

W zakładzie produkcyjnym **Hochland** w Węgrowie we współpracy z dostawcą opakowań rozpoczęto stosowanie **kartonów zwrotnych wielokrotnego użytku**. Celem jest pięciokrotna rotacja i wielokrotne wykorzystanie kartonów, w których dostarczane są puste kubki Almette. Wdrożenie tej praktyki zmniejsza ilości wytwarzanych odpadów i zmniejsza wykorzystanie surowców. W roku 2022 zrealizowano zamierzony cel 5-krotnej rotacji, a w konsekwencji zmniejszono ilość odpadów opakowaniowych o ok. 8 ton na miesiąc.

800

IKEA Retail rozwija we wszystkich sklepach usługę odkupu używanych mebli **Oddaj i Zyskaj**. Meble można przywieźć do sklepu, po uprzednim dokonaniu wyceny na stronie internetowej, i odsprzedać w Dziale Obsługi Klienta. Odkupione meble ponownie trafiają do sprzedaży w działach „circular hub”. Usługa jest nieustannie rozwijana, aby jak najlepiej odpowiedzieć na potrzeby klientów. W 2022 r. asortyment został rozszerzony o meble dziecięce, ponieważ jak wynika z badań, ponad 40% rodziców, podejmując decyzję o zakupie mebla dla dziecka, najpierw sprawdza możliwości zakupu na rynku wtórnym. IKEA usprawniła również proces dokonywania wyceny poprzez ulepszenie narzędzia online. Od grudnia 2021 do grudnia 2022 r. w ramach usługi Oddaj i Zyskaj firma nadała drugie życie prawie 1,5 tys. produktom. Od momentu włączenia w ramach usługi asortymentu dziecięcego, 68% z odsprzedanych przez klientów mebli stanowią te dla dzieci. Dodatkowo firma promowała praktykę podczas kampanii Green Black Friday 2022.

6000

Pokochaj swoje rzeczy dłużej to kampania **Ingka Centres Polska** organizowana we współpracy z partnerami. Jest alternatywą dla szeroko komunikowanego Black Friday. W kampanii firma promuje zrównoważone, cyrkularne podejście do zakupów. „Pokochaj swoje rzeczy dłużej” odbywa się raz w roku, w listopadzie. Akcja zachęca klientów do zastanowienia się i dokonania przemyślanych wyborów zakupowych, do nabycia rzeczy, które dłużej posłużą lub pochodzą z drugiego obiegu. Klienci mają możliwość skorzystania z wydarzeń towarzyszących, m.in. naprawy czy przerobienia odzieży, otrzymują pakiet informacji, jak powinna wyglądać zrównoważona szafa, organizowane są również wyprzedaże garażowe.

100

Firma SKENDE, należąca do Grupy **Ingka Centres Polska**, promuje segregację śmieci. Realizuje **zbiórki elektroodpadów** jako odpadów niebezpiecznych i problematycznych. Na terenie Centrum na stałe ustawione są kontenery, w których bezpłatnie można zostawić stary sprzęt AGD, RTV, baterie itd. Dodatkowo co roku odbywa się akcja wymiany elektroodpadów na sadzonki. W 2022 r. w kontenerach udało zebrać się 6 ton elektroodpadów. Podczas dwóch eventów łącznie zebrano 17 ton elektroodpadów. Partnerem inicjatywy jest Polska Korporacja Recyklingu oraz IKEA Lublin.

100

InPost nawiązał współpracę z Fundacją Odzyskaj Środowisko i wspólnie stworzyli **EKOzwroty**, usługę opartą na idei reuse i zero waste. Dzięki usłudze klienci mogą bezpłatnie oddać przez Paczkomat® sprawne przedmioty, z których już nie korzystają, m.in. sprzęt elektroniczny i sportowy, małe AGD, artykuły i zabawki dziecięce, obuwie, tekstylia oraz książki. Poprzez Fundację rzeczy trafiają do ponownego obiegu. Przekazane przedmioty zostają dokładnie sprawdzone, a następnie poddane czyszczeniu i naprawie. Część z otrzymywanych EKOzwrotów jest cyklicznie przekazywana organizacjom społecznym. Działanie to jest możliwe dzięki współpracy InPost, CCC oraz Fundacji Odzyskaj Środowisko.

5080

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

InPost wraz z platformą MODIVO w czerwcu 2022 r. wdrożył produkcyjną wersję zamkniętego obiegu opakowań **EkoBox** InPost. To koncept ekologicznych opakowań wielokrotnego użytku i pierwszy w Polsce system wtórnego obiegu opakowań dla e-sklepów. Dzięki ponownemu wykorzystaniu EkoBox InPost, klienci sklepów internetowych mogą nawet kilkukrotnie ograniczyć liczbę wyrzucanych kartonów. InPost udostępnia możliwość dołączenia do programu każdemu odpowiedzialnemu podmiotowi z branży e-commerce, który chce zadbać o środowisko i ograniczyć ilość generowanych odpadów. Pudełka EkoBox powstały przy współpracy z duńską firmą ReZIP.

5080

Sieć Biedronka będąca własnością **Jeronimo Martins Polska** **wdraża zasady ekoprojektowania opakowań**. Redukuje wagę opakowań, eliminuje plastik jednorazowego użytku oraz modyfikuje skład opakowań, tak by nadawały się do recyklingu. Firma opracowała wytyczne projektowania opakowań produktów marek własnych w sieci. Podręcznik ekoprojektowania dla dostawców sieci zawiera zasady strategii zrównoważonego rozwoju dla opakowań produktów marek własnych, informacje o rekomendowanych materiałach, wymaganych oznaczeniach, wytyczne w stosowaniu recyklatu. Od początku 2022 r. z Zup Z Naszej Kuchni, które produkowane są w fabryce Jeronimo Martins Polska, wyeliminowano plastikowe wieczko, dzięki czemu zredukowano ilość plastiku wpuszczanego do otoczenia o 53 tony w skali roku. Na opakowaniach produktów marek własnych umieszczane są piktogramy segregacji z dokładnym opisem, do której frakcji odpadów powinien trafić każdy jego komponent (np. słoik, wieczko, etykieta, widelec).

80000

W październiku 2022 r. **Kaufland Polska Markety** wprowadził do asortymentu **woreczki wielokrotnego użytku na pieczywo**, wykonane z materiału pochodzącego z recyklingu, co potwierdza certyfikat Global Recycled Standard. Woreczki posiadają ściągane sznurkiem wykończenie, a także okienko, przez które kasjer może zobaczyć, jakie dokładnie produkty się w nim znajdują. Można je prać i wielokrotnie wykorzystywać. Nadają się także do recyklingu. Wprowadzenie woreczków jest elementem realizowanej przez sieć Kaufland strategii ograniczenia zużycia tworzyw sztucznych REset Plastic.

15000

Zbiórka i recykling odpadów w firmie **Lyreco Polska** polega na dostarczaniu klientom pojemników do zbierania odpadów recyklingowych, opróżnianiu pełnych pojemników, organizacji transportu z biura klienta do miejsca zbiorczego. Firma dopilnowuje, żeby recykling przeprowadzały wyznaczone do tego punkty. Usługa dotyczy odbioru tonerów, zużytych baterii i akumulatorów, elektrośmieci, w tym sprzętu elektrycznego i elektronicznego, żarówek, kapsułek po kawie oraz opakowań. Usługa jest bezpłatna.

600

Lyreco Polska realizuje **biorecykling kapsułek po kawie Nespresso**. Firma przekazuje klientom specjalne torby, w które można zbierać zużyte kapsułki. Po zgromadzeniu odpowiedniej ilości klient zamawia odbiór pełnej torby. Przekazywane są one następnie firmie prowadzącej profesjonalne przetwarzanie odpadów. Tam kawa oddzielana jest od aluminium. Zużyte kapsułki Nespresso kierowane są do przemysłu metalurgicznego, kawę zaś wykorzystuje się w procesie wytwarzania biogazu.

600

EkoBox InPost w MODIVO to system wtórnego obiegu opakowań dla e-sklepów. Dzięki wielokrotnemu wykorzystaniu opakowania od czerwca 2022 r. MODIVO może ograniczyć ilość kartonu w obiegu, zmniejszyć skalę odpadów i wpływ na środowisko. Zamówione produkty są dostarczane w pudełkach EkoBox, a klienci mogą złożyć opakowanie i zostawić je w Paczkomacie. EkoBox ma wewnętrzną etykietę z kodem do bezpłatnego zwrotu, a proces czyszczenia pudełek realizuje InPost. Przez 12 tygodni zwrócono 2814 szt. kartonów, tj. 34,13% pudełek EkoBox.

3000

Nhood Polska poprzez podejmowane działania **wspiera gospodarkę o obiegu zamkniętym** i przekonuje klientów, że codzienne wybory mają wpływ na stan środowiska naturalnego. Jednym z kierunków działań, które mogą ograniczyć zanieczyszczenie środowiska, jest wprowadzenie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym, czyli reduce, reuse, repair, recycle. W obiektach zarządzanych przez Nhood Polska odbywają się animacje dla klientów promujące powyższe zasady. Wśród nich są zbiórki starych rowerów i części rowerowych na rzecz stowarzyszenia „Mierz wysoko", inicjatywy promujące obieg odzieży, jak „Bazar Łomianki" czy targi vintage w obiektach w Białymstoku i Bielsku-Białej, a także zbiórki makulatury i elektroodpadów.

80

OneDayMore, polski producent musli, owsianek, przekąsek i roślinnych alternatyw mięsa wykorzystuje **opakowania coraz bardziej przyjazne środowisku**. W 2022 r. firma wprowadziła refille, czyli mieszanki zbożowe w laminatach foliowych z polipropylenu zdatne do recyklingu, zachęcając klientów do wielokrotnego wykorzystania opakowań-tub. Zamiast tub wielomateriałowych z metalowym denkiem wdrażane są systematycznie tuby z denkiem papierowym. Dzięki tej zmianie firma ogranicza produkcję odpadów o ponad 10 g na każdej tubie.

86

Program RE to europejska inicjatywa Orange intensyfikująca wysiłki na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym, realizowana także przez **Orange Polska**. Przez cały rok poprzez kampanie w mediach firma zachęcała do wydłużania życia urządzeń (regeneracja – naprawa), zawracania ich do obiegu (recykling – zwrot, recykling – odkup) i dawania im nowego życia (renowacja – odnowa). Program wspiera propozycja odkupu telefonów. Odsprzedając sprawne urządzenie w salonie Orange, można było otrzymać dodatkowy bon na zakupy w sklepie Żabka. Program przekłada się na redukcję emisji gazów cieplarnianych w zakresie 3, a więc generowanych przez dostawców i klientów firmy.

10880

Panattoni wyposażyło 15 obiektów w **meble miejskie wykonane ze zużytych turbin wiatrowych**. Kilkadziesiąt leżaków, ławek i huśtawek stanęło na terenach zielonych i rekreacyjnych wokół inwestycji Panattoni, m.in. w Krakowie, Kaliszu, we Wrocławiu, w Wałbrzychu, Pruszkowie i Nadarzynie. Meble ograniczają ilość odpadów. Zyskują na tym lokalne społeczności oraz pracownicy obiektów korzystający z tych mebli. W najbliższych 5 latach w Europie wycofanych zostanie 15 tys. łopat turbin. Ich rozkład na wysypiskach trwa kilkaset lat. Jeden wiatrak w ciągu 25-letniego życia oszczędza 36,5 tys. ton emisji CO_2, która wiązałaby się z produkcją energii w klasycznych elektrowniach.

500

Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań realizował praktykę **EcoDesign – dzielenie się wiedzą o opakowaniach przydatnych do recyklingu**. Firma kontynuuje działania związane z promowaniem ekoprojektowania opakowań, stanowi platformę wymiany wiedzy w zakresie ecodesignu pomiędzy recyklerami i firmami zbierającymi odpady a producentami i projektantami opakowań. Wiedza gromadzona jest przez wywiady i wizje lokalne, a potem przekazywana podczas sesji otwartych, doradztwa, szkoleń, seminariów oraz spotkań indywidualnych. Wiedzę tę stanowią informacje o możliwościach przetwarzania materiałów opakowaniowych w Polsce w skali przemysłowej, barierach uniemożliwiających recykling, kolorach, kształtach, wielkościach, strukturze opakowań przydatnych do recyklingu.

23

Celem projektu **Z głową – Pozbądź się wszystkiego, co nie jest Ci potrzebne**, prowadzonego przez **Studio 102**, jest idea, by pozbywać się rzeczy, których już nie potrzebujemy, zgodnie z koncepcją 5R (reduce – renew – recover – reuse – recycle). Firma informuje, do jakiego rodzaju odpadów dana rzecz jest zaliczana i gdzie należy ją wyrzucić, a także o alternatywnym sposobie wykorzystania odpadów, podpowiadając, co ciekawego można z nich stworzyć. Szczególną uwagę projekt poświęca odpadom „trudnym", które nie podlegają przetworzeniu i ponownemu wykorzystaniu. Uświadamia, że podejmując decyzję zakupową, warto wybierać produkty, których opakowania podlegają przetworzeniu. Mecenasem projektu oraz partnerem merytorycznym jest OILER Organizacja Odzysku Opakowań i Olejów S.A.

12

W ramach strategii ESG firma **T-Mobile Polska** wyznaczyła sobie konkretne cele w zakresie odzyskania z rynku starych telefonów komórkowych. Projekt **Planeta ma znaczenie** zachęca klientów oraz pracowników firmy do zwrotu urządzeń w biurach i salonach operatora. W ramach inicjatywy zrealizowano szereg aktywności, m.in. rozpoczęto współpracę z Fundacją Nasza Ziemia, przygotowano konkurs dla szkół i przedszkoli z atrakcyjnymi nagrodami, zaangażowano się w inicjatywę Podwodne Sprzątanie Świata i dla pracowników organizowano webinary, debaty i konkursy.

5000

Czarne Złoto Ogrodników to akcja **Zakładu Utylizacyjnego w Gdańsku** skierowana do mieszkańców Gdańska, której celem było pokazanie, że segregowanie odpadów ma sens. Dzięki temu, że mieszkańcy coraz lepiej oddzielają frakcję bio, zakład, który w sposób przemysłowy ją kompostuje, otrzymuje dobry produkt w drodze recyklingu organicznego. W ramach akcji każdy mieszkaniec Gdańska mógł kupić tonę kompostu za 1 zł wraz z bezpłatnym dowozem. Zakład Utylizacyjny współpracował ze spółką Gdańskie Usługi Komunalne, która była odpowiedzialna za transport kompostu. Z akcji skorzystało 300 gdańskich gospodarstw domowych.

236

Żabka Polska zainicjowała akcję **Nadaj drugie życie butelce** zachęcającą do oddawania butelek zwrotnych do ponad 8400 sklepów w całej Polsce. W czasie jej trwania klient, oddając w sklepie butelkę, otrzymywał rabat w wysokości 50 gr na zakup piwa w butelce zwrotnej. Akcja dotyczyła piw najbardziej popularnych marek i miała przypominać, że system butelek zwrotnych to działanie na rzecz ochrony środowiska.

2573

KLIMAT

ALLEGRO wyznaczyło cele w zakresie dekarbonizacji i dołączyło do globalnej inicjatywy Science Based Targets Initiative. Allegro jest pierwszą firmą z Polski reprezentującą branżę e-commerce oraz technologiczną, która ustaliła i ogłosiła swoje cele klimatyczne oparte na nauce. **Cele klimatyczne Allegro są zgodne z porozumieniem paryskim i zostały zaakceptowane przez SBTi** w listopadzie 2022 r. Zobowiązania polegają na działaniach firmy zmierzających do ograniczenia emisji w zakresie 1 i 2 do 2030 r. o 38% w porównaniu z rokiem 2021, przy założeniu rozwoju firmy. Firma zobowiązała się też do zaangażowania swoich najważniejszych dostawców w określenie ich własnych celów klimatycznych.

4848

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

W 2022 r. **Ceramika Paradyż** zrealizowała inwestycję z zakresu odnawialnych źródeł energii. **Zamontowała i uruchomiła instalację fotowoltaiczną** o wielkości 50 kWp dla potrzeb Centrum Handlowo-Logistycznego firmy w Tomaszowie Mazowieckim. Realizacja projektu wpłynęła na ograniczenie emisji m.in. dwutlenku węgla, siarki, pyłów oraz zmniejszyła koszt energii elektrycznej.

1300

Dalpo, będąc częścią przemysłu chemicznego, dąży do minimalizacji zanieczyszczenia środowiska naturalnego. Firma przechodzi zieloną transformację, zainstalowała panele fotowoltaiczne w zakładzie produkcyjnym w lokalizacji Rosnowo, co umożliwi **redukcję śladu węglowego** powstałego podczas produkcji o blisko 220 ton CO_2.

320

Obecnie 14 z 17 należących do firmy **DB Schenker terminali cross-dockingowych zasilanych jest OZE**. W pierwszym półroczu 2022 r. DB Schenker w Polsce zużył 2 845,74 MWh energii elektrycznej pochodzącej z certyfikowanych, zielonych źródeł. W 2022 r. rozpoczęto także weryfikację źródeł energii zamawianej przez właścicieli wynajmowanych przez DB Schenker obiektów. Planowane są dalsze działania zwiększające udział zasilania z OZE w całym wolumenie zużywanej przez firmę energii. Długofalowym celem spółki jest przejście w 100% na zieloną energię, zarówno we własnych obiektach, jak i tych wynajmowanych.

2300

W trosce o środowisko naturalne **DHL Parcel Polska wykorzystuje potencjał odnawialnych źródeł energii**. Firma posiada i rozwija własne farmy fotowoltaiczne, dzięki którym produkuje zieloną energię i redukuje ślad węglowy. Pozyskany prąd zasila kurierskie samochody elektryczne i sortownie. Firma wykorzystuje nowoczesne sortery, które pomagają szybko sortować bardzo duże ilości przesyłek, co optymalizuje czas pracy maszyn i zużycie energii. Udział energii z OZE wykorzystywanej przez DHL wzrasta. Dzięki zastosowaniu elektrowni słonecznych, DHL Parcel blisko 80 ton CO_2 nie trafia do atmosfery.

3500

Fundacja Veolia Polska i Veolia term działająca w 60 małych i średnich miastach **wdrażają dekarbonizację systemów ciepłowniczych** poprzez wprowadzanie nowych sposobów wytwarzania energii. Zastępuje węgiel m.in. gazem, biomasą, RDF. Efektem procesu dekarbonizacji są niskoemisyjne instalacje, efektywne energetycznie i jednocześnie przyjazne środowisku. Przekłada się to na dostęp mieszkańców do czystszej energii. Konsekwentna transformacja zwiększa także bezpieczeństwo dostaw ciepła. Realizacja projektów dekarbonizacyjnych jest możliwa dzięki partnerstwu z samorządami.
W 2022 r. zostały zrealizowane projekty m.in w Miasteczku Śląskim, Szczytnie, Przasnyszu, Kraśniku i Świeciu.

4300

W celu zintensyfikowania działań na rzecz neutralności klimatycznej **Grupy AGORA inwestuje w odnawialne źródła energii**. Na dachu warszawskiej siedziby Agory pojawiły się panele fotowoltaiczne, a spółka AMS zakupiła zieloną energię. Od marca 2022 r. z OZE korzysta również drukarnia Agory, która zainstalowała panele fotowoltaiczne o mocy 2 x 50 kW. Jest to 248 modułów fotowoltaicznych o łącznej powierzchni 484,84 m2. Spodziewany wynik rocznej produkcji energii wynosi 100 MWh – jeśli zostanie on osiągnięty, emisja CO_2 do atmosfery będzie o 71 tys. kg mniejsza.

2586

W 2022 r. **Grupa Eurocash**, **przyjęła strategię dekarbonizacji, a cele redukcji emisji CO_2 zgłosiła do globalnej inicjatywy Science Based Targets**. Głównym celem strategii jest redukcja emisji CO_2 do atmosfery o 42% w zakresach 1 i 2 do 2030 r. Jeśli chodzi o zakres 3, Eurocash zobowiązał się, że zobliguje kluczowych dostawców do wyznaczenia własnych celów redukcji CO_2. Grupa chce pokrywać dużą część zapotrzebowania na energię z OZE i produkować własną zieloną energię. Docelowo Eurocash planuje całkowicie odejść od węgla oraz gazu w nowych obiektach. Samochody we flocie Eurocash mają już w 3/4 napęd hybrydowy. Grupa uruchomiła też projekt zakupu energii z OZE dla swoich obiektów.

20000

W ramach **Strategii 2023+ Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia)** rozwija nowy segment – Czysta Energia i wspólnie z ZE PAK chce stać się wiodącym producentem czystej, zielonej energii oraz zbudować pełny łańcuch wartości zielonego wodoru. Aktualnie jest realizowanych 5 projektów farm wiatrowych o łącznej mocy >190 MW, farma słoneczna Brudzew już wyprodukowała niemal 70 MWh zeroemisyjnej energii elektrycznej zasilającej sieć nadajników Plusa. Zawarto też umowę na dostawę urządzeń do 7 stacji tankowania zielonego wodoru i rozpoczęto budowę pierwszego obiektu w Warszawie. Grupa chce produkować i dostarczać czystą energię zarówno klientom indywidualnym, jak i biznesowym.

7500

Grupa VELUX podpisała **trzy nowe umowy partnerskie na rzecz zmniejszenia emisji CO_2** – z firmą BayWa r.e., dostawcą instalacji fotowoltaicznych oraz firmami Hydro i Novelis, które są dostawcami aluminium niskoemisyjnego i z recyklingu. Firma ocenia, że do końca 2022 r. partnerstwo z firmą Hydro pozwoli ograniczyć emisję CO_2 o 15 tys. do 20 tys. ton. Umowa partnerska z firmą Novelis zakłada osiągnięcie do końca 2024 r. poziomu poniżej 4,0 kg CO_2 emitowanego na 1 kg dostarczanego walcowanego aluminium dostarczanego. Z kolei współpraca z firmą BayWa r.e. zakłada budowę dwóch farm solarnych w Hiszpanii, które będą generowały 167 GWh odnawialnej energii elektrycznej rocznie. Ponad 94% śladu węglowego Grupy VELUX pochodzi z materiałów stosowanych w jej produktach.

4000

Hochland wypracował mapę dekarbonizacji zakładów produkcyjnych i systematycznie realizuje inwestycje obniżające ślad węglowy, wspierając rozwój energii z odnawialnych źródeł i gospodarkę o obiegu zamkniętym. Projekty wynikające z mapy dekarbonizacji są zaplanowane do realizacji do końca 2025 r. Przykładem działań w 2022 r. jest projekt podczyszczalni ścieków w zakładzie produkcyjnym w Węgrowie. Realizacja projektu umożliwia redukcję zanieczyszczeń, które występują w ściekach w postaci nierozpuszczonej, co pozytywnie przekłada się na pracę miejskiej oczyszczalni ścieków w Węgrowie, do której z zakładu kierowany jest ściek przemysłowy. Odzyskany osad ściekowy jest przekazywany do biogazowni i jest z niego wytwarzana energia elektryczna.

800

Kaufland Polska Markety wdraża **inwestycje zwiększające efektywność energetyczną**, które przybliżają sieć do realizacji celów klimatycznych: redukcji do 2030 r. emisji z działalności firmy (zakres 1 i 2) o 80% w porównaniu z 2019 r. Firma W 2022 r. Kaufland zakończył wymianę tradycyjnych świetlówek na energooszczędne LED-y. Ponadto nawiązał współpracę z dostawcami gwarantującymi pokrycie wolumenu energii zużywanej we wszystkich placówkach (centrali, sklepach, centrach dystrybucyjnych) energią pochodzącą z odnawialnych źródeł (nie dotyczy najemców w pasażach oraz stacji ładowania aut elektrycznych). Sieć inwestuje także w fotowoltaikę na dachach swoich budynków. W nowych i zmodernizowanych sklepach stosuje system odzysku ciepła odpadowego. Po sukcesie testowego wdrożenia fotowoltaiki we Wrocławiu Kaufland zdecydował o wykorzystaniu odnawialnych źródeł energii w kolejnych placówkach.

15000

Kuehne+Nagel inwestuje w energię odnawialną we wszystkich lokalizacjach w Polsce, zarówno własnych, jak i wynajmowanych, gdzie nawiązuje współpracę z partnerami zewnętrznymi (wynajmującymi oraz klientami). Celem firmy jest redukcja zużycia energii oraz przemianowanie jej na **100% zielonej energii.** W 2022 r. 100% zużytej energii ma gwarancję pochodzenia. Poza współpracą z partnerami zewnętrznymi w celu zakupu energii pochodzącej z OZE, w 2022 r. Kuehne+Nagel uruchomiło w jednej lokalizacji panele fotowoltaiczne. Zużycie energii elektrycznej jest na bieżąco monitorowane i raportowane.

2300

Lidl Polska opracował cele klimatyczne, które opierają się na metodologii inicjatywy Science Based Targets, czym wnosi wkład w osiągnięcie celu paryskiego porozumienia klimatycznego. Do 2030 r. Lidl zredukuje swoje emisje operacyjne o 80% (w porównaniu z 2019 r.) m.in. przez korzystanie w 100% z zielonej energii, rozszerzanie oferty produktów neutralnych dla klimatu, zrównoważone zarządzanie energią oraz 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. Firma mierzy efektywność praktyki m.in. poprzez całkowity procent redukcji emisji w zakresie 1, 2, 3 (scope 1, 2, 3), liczbę obiektów z rozwiązaniami ekologicznymi, liczbę obiektów z certyfikatami zrównoważonego budownictwa.

24000

Powołany specjalnie w tym celu interdyscyplinarny zespół ekspertów opracował w 2022 r. **metodykę obliczania śladu węglowego** w firmie **Lubelski Węgiel Bogdanka**. Eksperci stworzyli ją dla trzech produktów: węgla energetycznego ogółem, miału oraz odpadów wydobywczych. Metodyka jest dostosowana do indywidualnych potrzeb Grupy, bazuje na uznanych standardach mierzenia śladu węglowego. Na podstawie wyliczeń roku bazowego firma będzie tworzyć plany redukcji śladu węglowego we wszystkich aspektach funkcjonowania przedsiębiorstwa, a także w łańcuchu wartości.

4761

Podczas Samorządowego Kongresu Trójmorza, który odbył się w czerwcu 2022 r. w Lublinie, firma **Lubelski Węgiel Bogdanka** zainicjowała **Łęczyński Klaster Energii**. Klaster obejmuje kopalnię w Bogdance, gminy górnicze powiatu łęczyńskiego, powiat świdnicki, miasto Łęczna oraz Politechnikę Lubelską. Głównymi zadaniami klastra będą rozwój energetyki opartej na odnawialnych źródłach energii i dostarczanie jej lokalnym odbiorcom. Klaster stawia sobie za cel działanie na rzecz zrównoważonego rozwoju i dbanie o bezpieczeństwo energetyczne w regionie. Inicjatorem pomysłu jest Lubelski Węgiel Bogdanka.

4761

mBank ogłosił swoje cele dotyczące neutralności klimatycznej i zmniejsza swój ślad węglowy. Jego emisje gazów cieplarnianych netto mają osiągnąć zerowy poziom do 2030 r. w zakresie 1 i 2 oraz do 2050 r. w zakresie 3 (z uwzględnieniem portfela kredytowego). W 2022 r. mBank rozpoczął prace nad kalkulacją swoich emisji portfelowych, przystępując do organizacji Partnership for Carbon Accounting Financials. Następnie bank przystąpił do inicjatywy Science Based Targets (SBTi). Równolegle ogranicza emisje własne związane z budynkami czy pojazdami. W 2022 r. 100% energii elektrycznej, z której korzystał bank, pochodziło z OZE (dane na 30 listopada). Za 2022 r. mBank planuje dodatkowo obliczyć emisje związane z dojazdem pracowników do pracy (kategoria 7 zakresu 3). Zgodnie ze zobowiązaniem związanym z przystąpieniem do SBTi, w ciągu 2 lat mBank opracuje

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ścieżkę dekarbonizacji na kolejne 5–15 lat i podda audytowi tej organizacji.

7000

W ramach praktyki **Energia słoneczna** firma **Nestlé Polska** rozpoczęła w 2022 r. pozyskiwanie energii ze zlokalizowanych w Polsce farm fotowoltaicznych. To element dywersyfikacji dostaw i źródeł energii Nestlé Polska oraz krok na drodze realizacji planu zerowej emisyjności. Nestlé w skali globalnej do 2030 r. ograniczy emisję CO_2 o połowę i osiągnie zerową emisję netto do 2050 r. Jesienią 2022 r. rozpoczęły się dostawy prądu z farm fotowoltaicznych do fabryk Nestlé Polska. Jedna trzecia energii elektrycznej zasilającej 7 fabryk (Kalisz, Kargowa, Toruń, Lubicz, Nałęczów, Nowa Wieś Wrocławska, Rzeszów) pochodzi z 22 farm fotowoltaicznych. Umowa podpisana przez polski oddział Nestlé oraz fundusz GoldenPeaks Capital zakłada dostarczanie 44 GWh energii elektrycznej rocznie przez kolejne lata. Porozumienie zakłada dołączenie farm fotowoltaicznych o łącznej mocy 49,5 MWp do Krajowego Systemu Elektroenergetycznego.

5500

Od 2019 r. **Nowy Styl** wdraża **program redukcji emisji CO_2**. Korzysta przy tym z niderlandzkiego systemu CO_2 Performance Ladder, służącego do zarządzania śladem węglowym i obniżania emisji CO_2. W ramach systemu firma gromadzi dane, wyznacza cele i program ich osiągnięcia, co jest weryfikowane podczas corocznych audytów przeprowadzanych przez zewnętrzną jednostkę certyfikującą. Dotychczas celem określonym w systemie zarządzania było ograniczenie emisji CO_2 w 2025 r. o 15% w porównaniu z rokiem 2018. W 2021 r. firma obniżyła wskaźnik emisji o 38%. W związku z tym zdecydowała podnieść cel redukcji emisji CO_2 z 15% na 30% w 2025 r. w stosunku do 2018 r.

6883

Od 2021 r. wszystkie nowe inwestycje **Panattoni** są zasilane przez zieloną energię. Firma nawiązała współpracę z dostawcami energii pochodzącej z OZE. W wyniku tego na przestrzeni 2022 r. firma **dostarczyła do obiektów zieloną energię** o mocy aż 315 tys. MWh. To wzrost o ponad 60 tys. MWh względem 2021 r., kiedy udało się zasilić w ten sposób obiekty o łącznej powierzchni 3 mln m^2. Panattoni coraz częściej stawia również na pompy ciepła – z technologii korzysta m.in. inwestycja BTS w Grodzisku Mazowieckim – oraz instalacje fotowoltaiczne. W ramach standardu deweloper wzmacnia konstrukcje dachów w swoich obiektach pod instalowanie fotowoltaiki. Dzięki wprowadzeniu polityki OZE do inwestycji Panattoni, w 2022 r. firma uniknęła emisji ponad 250 tys. ton CO_2.

6883

Polpharma **przechodzi transformację energetyczną** i mierzy ślad węglowy w 3 zakresach. Firma realizuje Program Oszczędzania Energii. Firma dąży też do zwiększenia wykorzystania energii ze źródeł odnawialnych. Instalacja fotowoltaiczna działa już w fabryce w Nowej Dębie, a w połowie 2023 r. będzie uruchomiona w Starogardzie Gdańskim. Firma prowadzi też rozmowy dotyczące długoterminowych umów zakupu zielonej energii (PPA). Polpharma planuje zmianę modelu produkcji ciepła i pary technologicznej potrzebnej do wytwarzania leków w największym zakładzie firmy w Starogardzie Gdańskim. Celem jest zastąpienie węgla biomasą w min. 60%. Przeprowadzone w 2022 r. testy spalania biomasy w należącej do Grupy Polpharma Elektrociepłowni Starogard zakończyły się pozytywnie, co pozwoli rozpocząć inwestycje i w ciągu najbliższych lat zredukować o min. 50% emisje gazów cieplarnianych wynikających z produkcji energii cieplnej na potrzeby Polpharmy.

7500

Polski Koncern Naftowy ORLEN **opublikował całkowity ślad węglowy Grupy Orlen**. Firma wprowadziła do raportowania środowiskowego tzw. zakres 3 (scope 3) pozwalający na obliczenie emisji gazów cieplarnianych dla całego łańcucha wartości, w tym również emisji związanych z użyciem produktów przez odbiorcę końcowego. Koncern opublikował dane za lata 2019–2021, w kolejnych latach raportowanie będzie obejmowało również przejęte spółki LOTOS i PGNiG. Publikacja śladu węglowego we wszystkich trzech zakresach została na stałe wdrożona do systemu raportowania emisji w Grupie ORLEN. PKN ORLEN jako pierwszy koncern paliwowy z Europy Środkowej zadeklarował cel osiągnięcia neutralności emisyjnej w 2050 r.

11355

Obliczanie śladu węglowego zgodnie z międzynarodowym standardem GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard jest w firmie **Polskie Sieci Elektroenergetyczne** narzędziem do pomiaru wpływu firmy na klimat. Został on przyjęty jako stały wskaźnik brany pod uwagę przy ocenie działalności organizacji i jest wykorzystywany w zarządzaniu spółką. Jako rok bazowy został przyjęty rok 2017. Cały proces podlega zewnętrznemu audytowi, potwierdzającemu wiarygodność danych. W 2022 roku firma rozszerzyła analizę wielkości emisji gazów cieplarnianych wynikających z jej działalności o kolejne kategorie związane z łańcuchem wartości (zakres 3). Firma upublicznia też dane dotyczące swoich emisji. Blisko 99 % emisji PSE w zakresie 1, 2 i 3 wynika z realizowania działalności operatora systemu elektroenergetycznego.

2700

SEGRO Poland realizuje działania związane ze zrównoważonym rozwojem w ramach programu „Odpowiedziane SEGRO", którego jednym z długookresowych priorytetów jest osiągnięcie neutralności emisyjnej do 2030 r. W związku z tym firma **wykorzystuje zieloną energię w parkach magazynowych** i nawiązała w Polsce współpracę z dostawcą energii pochodzącej z odnawialnych źródeł. Całkowita energia kupowana przez SEGRO w Polsce posiada obecnie tzw. gwarancję pochodzenia, czyli zielony certyfikat i pochodzi w 100% z wiatru i słońca. Co więcej, firma realizuje paneuropejski program fotowoltaiczny.

40

W 2020 r. w firma **Skanska** Europa Środkowa **opracowała mapę dojścia do neutralności klimatycznej** określającą działania, które przybliżą także firmę Skanska w Polsce do realizacji założonego przez Grupę celu klimatycznego. Cel zakłada redukcję emisji gazów cieplarnianych o nawet 70% do 2030 r. i dojście do neutralności klimatycznej do 2045 r. W mapie klimatycznej ujęto cele obejmujące wszystkie obszary działalności organizacji oraz łańcuch dostaw. Warsztaty z przedstawicielami kluczowych zespołów w firmie pozwoliły wypracować szczegółowe plany działań nakierowane na realizację założeń mapy klimatycznej. Komitet Sterujący wskazał działania priorytetowe do realizacji. W trakcie spotkań opracowano 21 planów działań dla 7 obszarów tematycznych do zrealizowania w ciągu najbliższych 5 lat. W roku 2022 podjęto się realizacji 10 działań wskazanych przez Komitet Sterujący jako priorytetowe.

1200

Stena Recycling wdraża nowe rozwiązania, aby optymalizować działalność i realizować cele środowiskowe. Firma zainwestowała w **panele fotowoltaiczne, w centrum recyklingu elektroniki we Wschowie**. Zamontowano tam w sumie 110 sztuk paneli o mocy 49,5 kWp, które zajmują powierzchnię 243 m2. Wytworzona przez instalację energia jest wykorzystywana do codziennego funkcjonowania zakładu. Na terenie oddziału znajduje się wyświetlacz, który jest kompatybilny z aplikacją odmierzającą wartość energii, jaka zostaje wytworzona w zamontowanych panelach fotowoltaicznych. Dzięki temu pracownicy oraz osoby odwiedzające centrum mają możliwość uzyskania informacji na temat zużycia energii.

594

Świętokrzyska Grupa Przemysłowa INDUSTRIA zrealizowała projekt budowy 4 mikroinstalacji fotowoltaicznych o mocy do 50 kW. Zainstalowano je na terenie kopalni należących do ŚGP INDUSTRIA: Kopalni Jaźwica, Kopalni Laskowa, Kopalni Winna oraz Bazy Transportowej na Białogonie. Celem inwestycji była produkcja energii elektrycznej z odnawialnych źródeł zgodnie z polityką ŚGP INDUSTRIA i zmniejszenie zapotrzebowania na energię z sieci. **Praktyka wytwarzania zielonej energii na własne potrzeby** pozwoli na redukcję śladu węglowego spółki o blisko 140 ton eq. CO_2.

320

Świętokrzyska Grupa Przemysłowa INDUSTRIA jako **lider Centralnego Klastra Wodorowego im. Braci Łaszczyńskich** aktywnie angażuje się w jego działalność. Celem Centralnego Klastra jest stworzenie otwartego forum współpracy, do udziału w którym zaproszone są wszystkie podmioty chętne do działania na rzecz rozwoju zeroemisyjnych źródeł energii i produkcji zielonego wodoru. Działalność Centralnego Klastra Wodorowego skupia się na transformacji energetycznej regionu m. in. poprzez zwiększenie udziału OZE w miksie energetycznym. 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.

320

Firma **T-Mobile Polska** zapewniła **produkcję zielonej energii** w ramach kontraktu VPPA na najbliższe 15 lat. W ramach współpracy spółki z Grupy V-Ridium wybudują 2 farmy wiatrowe i 3 fotowoltaiczne, które zapewnią ok. 200 GWh energii elektrycznej rocznie i pomogą zredukować co roku ponad 145 tys. ton emisji CO_2. Pierwsze instalacje fotowoltaiczne zbudowane w ramach tej współpracy rozpoczną działanie na początku 2023 r. T-Mobile planuje osiągnąć do 2025 r. zeroemisyjność w emisjach własnych (pośrednich i bezpośrednich).

5000

Wirtualna Polska Holding w 2022 r. **zainwestowała w kolejną farmę fotowoltaiczną**. Farma o mocy 1,85 MW zlokalizowana jest na Dolnym Śląsku i zajmuje ponad 3 ha powierzchni. Łączna moc wszystkich 3 instalacji fotowoltaicznych Wirtualnej Polski to niemal 5 MW. W tej chwili, po kolejnej inwestycji, energia pochodząca z faktycznej, własnej produkcji pokrywa już łącznie prawie 80% zapotrzebowania WP na zasilanie własnych serwerowni. Całość energii kupowanej przez spółkę ma gwarancje pochodzenia ze źródeł odnawialnych.

2500

PROGRAMY PROŚRODOWISKOWE

Fabryka **Avon Operations Polska** w Garwolinie realizuje **działania na rzecz ochrony środowiska**. Wszystkie odpady są zagospodarowywane lub utylizowane. W 2022 r. aż 95,8% odpadów zostało poddanych recyklingowi. Firma ma też swoją oczyszczalnię ścieków, którą stale unowocześnia, co pozwala na redukcję zużycia energii oraz reagentów niezbędnych do procesu oczyszczania (podlega mu 100% ścieków z produkcji). W 2022 r. firma ograniczyła emisję CO_2 o 827 ton w stosunku do 2021 r. Przystąpiła też do pilotażowego programu wdrażania elektronicznej dokumentacji CMR w logistyce, za pośrednictwem platformy GreenTransit, umożliwiającej oszczędność 70 kg papieru na 1 aucie.

1000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Praktyka **BrudnoTu** Fundacji Banku Ochrony Środowiska, powołanej przez **Bank Ochrony Środowiska**, umożliwia mieszkańcom Polski powiadomienie odpowiednich służb o problemie nielegalnych wysypisk. W ramach projektu powstała aplikacja mobilna i strona internetowa, pozwalająca na zgłaszanie dzikich wysypisk do właściwej jednostki samorządu terytorialnego, która może podjąć odpowiednie działania. Zgłoszenia są widoczne na mapie w aplikacji oraz na stronie internetowej, co pozwala śledzić ich status. W 2022 r. za pomocą aplikacji zgłoszono 281 wysypisk.

1200

Aby wesprzeć klientów z branży rolno-spożywczej w procesie transformacji w kierunku zrównoważonej produkcji żywności, **BNP Paribas Bank Polska** uruchomił **kalkulator śladu wodnego dla producentów rolnych**. To pierwsze narzędzie w języku polskim służące do szacowania śladu wodnego i bilansu wodnego upraw w gospodarstwach rolnych. Kalkulator powstał w oparciu o model obliczeniowy konsorcjum Cool Farm Alliance. Kalkulator został udostępniony użytkownikom platformy www.agronomist.pl. Kalkulację śladu wodnego można przeprowadzać razem z analizą emisyjności.

9200

Bank **Citi Handlowy** i Żabka wspólnie realizują **działania na rzecz ESG**. Firmy podpisały wspólną umowę finansową uwzględniającą realizację celów z obszaru zrównoważonego rozwoju. Umowa odwołuje się do wybranych celów strategicznych Żabki: redukcji emisji gazów cieplarnianych oraz zwiększenia wartości sprzedaży produktów marki własnej, promujących zrównoważony styl życia. Jeśli Żabka nie spełni dwóch lub więcej określonych wskaźników w uzgodnionym czasie, będzie musiała przekazać dodatkowe środki finansowe na działania uzgodnione przez strony, wspierające realizację wskazanych celów zrównoważonego rozwoju. Określone w umowie cele to całkowita redukcja emisji gazów cieplarnianych o 1/4 w zakresie 1 i 2 oraz zmniejszenie intensywności emisji gazów cieplarnianych w sklepach o 70% do 2026 r. (w odniesieniu do 2020 r.). Żabka ma też podwoić sprzedaż produktów marki własnej promujących zrównoważony styl życia do 2025 r.

3700

Danone wspiera rolników dostarczających składniki do produktów firmy we **wprowadzeniu rolnictwa regeneratywnego**, które opiera się na praktykach zwiększających zawartość materii organicznej w glebie i pomagających zachować w niej większą ilość węgla. Praktyki te obejmują takie działania, jak: ochrona biologiczna, płodozmian, ograniczanie uprawy gleby i wykorzystywanie resztek pożniwnych jako kompostu. W 2021 r. firma wprowadziła audyt praktyk dla swoich dostawców mleka. Do końca 2023 r. firma planuje objąć nim 100% gospodarstw, które dostarczają mleko do produktów grupy spółek Danone.

1223

Firma **Deloitte Polska** wdrożyła i utrzymuje **system Zarządzania Energią zgodny ze standardem ISO 50001:2018** od 2017 r. W ramach systemu została stworzona oraz zakomunikowana całej organizacji polityka energetyczna Deloitte w Polsce. Firma zużywa energię w różnych formach – jako energię elektryczną i cieplną do zapewnienia odpowiednich warunków pracy w budynkach, w których świadczy usługi, oraz jako paliwa na potrzeby wykorzystywanych środków transportu.

3000

Funkcjonujący w **Energa Grupa ORLEN** **system ekozarządzania i audytu EMAS** zintegrowany jest z normami ISO 14001 i ISO 50001 w ramach polityki środowiskowo-energetycznej Grupy Energa. System obejmuje obecnie 342 obiekty firmy. Pozwala na rozwój praktyk umożliwiających sprawne przygotowanie się do transformacji w kierunku GOZ i przejście na zarządzanie w perspektywie długookresowej.

9800

Aby ograniczyć negatywny wpływ na środowisko, **Globe Trade Centre** realizuje ideę **zrównoważonego budownictwa: certyfikację biur i zasilanie ich zieloną energią**. 88% całego portfolio dewelopera posiada certyfikaty ekologiczne BREEAM/LEED, a 11% jest w trakcie certyfikacji. Certyfikaty poświadczają odpowiednią ilość światła dziennego w obiektach, redukcję CO_2 czy zastosowanie energo- i wodooszczędnych rozwiązań. Spółka używa też energii odnawialnej we wszystkich swoich biurowcach w Polsce, na Węgrzech, w Rumunii, Chorwacji i w 2 budynkach w Bułgarii.

180

Grupa CCC **przystąpiła do międzynarodowej inicjatywy ZDHC**, której celem jest globalne ograniczanie negatywnego wpływu branży odzieżowej na środowisko naturalne. ZDHC, poprzez ustanawianie nowych standardów i ich wdrażanie, przy wspólnym zaangażowaniu firm, ośrodków badawczych i akademickich, dąży do wyeliminowania niebezpiecznych substancji w branży odzieżowej. Dzięki członkostwu w inicjatywie CCC ma dostęp do najlepszych praktyk w zakresie zrównoważonego bezpieczeństwa chemicznego w całym łańcuchu dostaw. Jednym z priorytetów firmy jest zbadanie do 2025 r. własnego łańcucha dostaw pod kątem jego wpływu na środowisko. Oznacza to m.in. zebranie danych środowiskowych od ponad 20 spółek Grupy CCC i od niemal 150 dostawców produkcyjnych.

15828

Z inicjatywy dwóch firm działających na Żywiecczyźnie – **Grupy Żywiec** oraz Żywiec Zdrój, powstała **Koalicja Dbamy o wodę**. To inicjatywa łącząca podmioty publiczne, prywatne oraz organizacje pozarządowe, której celem jest ochrona zasobów wodnych Żywiecczyzny poprzez działalność edukacyjną związaną z hydrologią i klimatem, prezentację dobrych praktyk, wsparcie małej retencji oraz budowę partnerstw. W 2022 r. w ramach Koalicji przeprowadzono badanie opinii publicznej „Jak mieszkańcy Żywiecczyzny dbają o wodę", a także opublikowano raport z tych badań. Zorganizowano też drugą Konferencję Wodną w regionie oraz monitoring wód rzek Soła i Koszarawa. Przedstawiciele Koalicji pojawiali się na kongresach i wydarzeniach, w tym Water Folder Day i Miasto-Woda-Jakość Życia.

1800

Jastrzębska Spółka Węglowa jest jednym z największych producentów jadalnej soli warzonej w Polsce. Dzięki **odzyskiwaniu soli** w zakładzie udało się uniknąć odprowadzania do rzeki Bierawki silnie zasolonych wód odpompowanych z rejonów górniczych, uzyskując jednocześnie wysokiej jakości sól warzoną. Proces warzenia soli, który bazuje na technologii opracowanej w Stanach Zjednoczonych i Szwecji, jest rozwiązaniem unikatowym w skali europejskiej. Rocznie Przedsiębiorstwo Gospodarki Wodnej i Rekultywacji przetwarza 1,6 mln m3 solanek, produkując ok. 70 tys. ton wysokogatunkowej soli spożywczej.

30686

W należącej do **Jeronimo Martins Polska** sieci Biedronka **powołano Komitet Ochrony Środowiska**. Do interdyscyplinarnego zespołu ekspertów wewnętrznych należy ponad 30 pracowników z różnych obszarów biznesowych: ochrony środowiska, logistyki, jakości, operacji, CSR, komunikacji, łańcuchów dostaw, technicznego, efektywności sklepów, zakupów, marketingu, finansów i HR. Zadaniem Komitetu jest wspieranie realizacji strategii ochrony środowiska przez tworzenie odpowiedniej kultury organizacyjnej i wprowadzanie proekologicznych zmian funkcjonowania i organizacji firmy. Komitet pochyla się nad zagadnieniami z obszaru edukacji, zarządzania, innowacji i komunikacji. Jego członkowie wymieniają doświadczenia i poszukują rozwiązań, które umożliwią efektywną realizację tych działań. Od początku swojego istnienia Komitet spotkał się na 5 spotkaniach i 1 wizycie studyjnej w sortowni odpadów.

80000

LPP jako pierwsza polska firma odzieżowa **dołączyła do inicjatywy Zero Discharge of Hazardous Chemicals**. W ramach inicjatywy LPP wspiera i mobilizuje dostawców nie tylko w zakresie zarządzania środkami chemicznymi i zwiększania bezpieczeństwa pracowników, ale także w zakresie odpowiedniej utylizacji odpadów i ścieków poprodukcyjnych, a tym samym poprawy jakości wody oddawanej do środowiska. Efektem podejmowanych działań jest rosnąca liczba dostawców LPP spełniających restrykcyjne wymogi bezpieczeństwa chemicznego. Do 2022 r. było to już prawie 60% fabryk szyjących dla LPP w Bangladeszu i Pakistanie oraz ponad 82% dostawców jeansów. Zakłady zrzeszone w Zero Discharge of Hazardous Chemicals odpowiadały w tym czasie za 70% produkcji LPP. Do 2025 r. spółka chce objąć programem wszystkich swoich podwykonawców i ich partnerów.

31808

W czerwcu 2022 r. firma **Lubelski Węgiel Bogdanka** **powołała Radę Naukową ds. Ochrony Środowiska**. Gremium doradcze wesprze spółkę w procesie transformacji, dzięki czemu kopalnia będzie bardziej efektywna dziedzinie inwestycji środowiskowych. Członkowie Rady to naukowcy, a ponadto reprezentanci lokalnego środowiska, w szczególności ośrodków akademickich, instytucji samorządowych i organizacji pozarządowych. W Radzie działają społecznie – brak wynagrodzenia ma zapewnić wiarygodność i niezależność. Rada spotkała się dwa razy w roku 2022. Decyzje zapadają w formie opinii oraz rekomendacji o charakterze doradczym, które są przedstawiane zarządowi spółki.

4761

Lyreco Polska podjęło **5 zobowiązań gospodarki o obiegu zamkniętym**, aby pomóc klientom w szybszym postępie w kierunku drastycznego zmniejszenia ilości odpadów nienadających się do recyklingu w miejscu pracy, a ostatecznie – zmniejszenia ich wpływu na środowisko. Wskaźniki dotyczą wszystkich 5 zobowiązań. Do 2025 r. Lyreco: 1) zaproponuje alternatywę Recycle-ready dla każdego produktu, który klient chce kupić; 2) „Gotowe do recyklingu" to produkty wykonane z materiałów, które można ponownie wprowadzić do obiegu, wdroży rozwiązania zbiórki wszystkich nadających się do recyklingu produktów, zapewniając ich efektywny recykling i dostarczając informacje na temat ich przyszłego wykorzystania; 3) ograniczy użycie opakowań; 4) wprowadzi zakaz opakowań plastikowych; 5) wprowadzi zakaz stosowania i używania plastiku jednorazowego użytku.

600

mBank **finansuje transformację energetyczną** – przekierowuje kapitał inwestycyjny z branż wysokoemisyjnych do „zielonych". Wartość finansowania ekoinwestycji w latach 2021–2025 ma wynieść 10 mld zł. Bank stosuje polityki kredytowe, zgodnie z którymi inwestycje w farmy wiatrowe czy fotowoltaiczne traktuje jako preferowane, a w 2022 r. rozszerzył możliwości finansowania mniejszych instalacji OZE. Jednocześnie ogranicza możliwość kredytowania inwestycji szkodliwych dla klimatu, nie finansuje m.in. projektów zwiększających moce produkcyjne w wydobyciu węgla i opartej na nim energetyce. W pierwszej połowie 2022 r. w segmencie klientów korporacyjnych mBank przeznaczył na finansowanie budowy instalacji OZE ponad 700 mln zł. Farmy wiatrowe i fotowoltaiczne, które dzięki temu powstaną będą posiadały łącznie ponad 250 MW mocy, co pozwoli oszczędzić emisję blisko 270 tys. ton CO_2. W portfelu kredytów korpora-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

cyjnych udziały branż górniczej i energetyki konwencjonalnej wyniosły na koniec listopada 2022 r. odpowiednio 0,2% i 2,7%.

7000

Eobuwie.pl Logistics z Grupy **MODIVO** wdrożyło **system zarządzania środowiskowego** w zakresie dystrybucji oraz magazynowania i przechowywania towarów, uzyskując Certyfikat ISO 14001:2015. Firma podpisała Międzynarodową Deklarację Czystszej Produkcji UNEP, w której zobowiązała się do stosowania czystszej produkcji jako narzędzia systemu zarządzania środowiskowego. W zgodzie z tymi procesami powstała polityka środowiskowa oraz wymagania środowiskowe dla dostawców i podwykonawców, a także wewnętrzne dokumenty zarządcze.

3000

Cocoa Life to program zrównoważonej uprawy ziaren kakaowca firmy **Mondelēz International w Polsce**. Jego celem jest zapewnienie stabilnego łańcucha dostaw kakao przy jednoczesnym zabezpieczeniu lepszej przyszłości lokalnych farmerów, ich rodzin i społeczności. Program obejmuje wsparcie rozwoju lokalnych gospodarstw, a także działania na rzecz wzmocnienia pozycji kobiet, ich edukacji i przedsiębiorczości. Od rozpoczęcia program objął blisko 210 tys. rolników. Cekem firmy jest, by w 2025 r. 100% ziaren kakaowca wykorzystywanych w produkcji czekolad pochodziło z Cocoa Life. Rezultaty są weryfikowane przez badania, uzyskały pozytywną opinię WWF oraz Oxfam.

5600

Realizowany przez **Mondelēz International w Polsce** program **Harmony** łączy rolników, spółdzielnie rolnicze i młyny. 91% pszenicy na mąkę do ciastek na terenie Europy pozyskiwane jest w ramach karty Harmony, a ponad 80% ciastek Mondelēz ma logo Harmony na opakowaniu. Celem programu jest zminimalizowanie ilości pestycydów nawozów poprzez stosowanie odpornych odmian pszenicy i płodozmianu oraz dbałość o jakość gleby, a także unikanie oprysków i ograniczenie emisji CO_2. Harmony opracowano we współpracy z organizacjami pozarządowymi, specjalistami od ochrony środowiska i organizacjami naukowymi. Procedury wdrożone w ramach tej inicjatywy podlegają corocznej kontroli zewnętrznej, obejmującej 10% wszystkich rolników oraz 100% spółdzielni i młynów. Promowanie zrównoważonych praktyk w łańcuchu dostaw jest odpowiedzią utratę bioróżnorodności, zmiany klimatu i niedobory surowców.

5600

Nestlé Polska realizuje strategię w zakresie opakowań – wychodzi z założenia, że każde opakowanie jest surowcem, który należy ponownie wykorzystać. Firma prowadzi działania zarówno w ramach własnych procesów, jak i wraz z partnerami. Przykładem jest inicjatywa ReFlex mająca na celu zwiększenie zbiórki i recyklingu odpadów po elastycznych opakowaniach wielomateriałowych oraz z tworzyw sztucznych. Firma – globalnie i lokalnie – inwestuje w materiały, rozwija innowacyjne technologie, np. tworząc opakowania z papieru nadającego się do recyklingu, ogranicza zawartość plastiku w opakowaniach, szerzej wykorzystuje plastik z recyklingu (rPET), dąży do rezygnacji z opakowań wielomateriałowych, popularyzuje opakowania wielokrotnego użytku, wspiera działania edukacyjne, zachęcając konsumentów do recyklingu. 100% odpadów fabryk Nestlé w Polsce trafia do odzysku: recyklingu, kompostowania, biogazowania, regeneracji, wykorzystania jako paliwo lub inny środek wytwarzania energii.

5500

Firma **Nowy Styl** rozszerzyła – w ramach **ekoprojektowania** – zarządzanie środowiskowe w organizacji o normy ISO 14001. Wymogi ekologiczne w procedurach są sparametryzowane i zdefiniowane na kilku poziomach, spójnie z wymogami legislacyjnymi i wiodącymi certyfikacjami. Oznacza to m.in. projektowanie produktów z uwzględnieniem późniejszego recyklingu, wydłużanie życia produktu, ograniczenie zużycia energii i wody w procesie produkcyjnym, efektywne wykorzystanie materiałów, zwiększenia udziału surowców z recyklingu i zrównoważonych źródeł, ograniczenie opakowań, eliminacja substancji i środków chemicznych stwarzających zagrożenie.

6883

W **Objectivity** obowiązuje **polityka środowiskowa**. Każdy nowy pracownik jest z nią zapoznawany w pierwszych dniach pracy. Firma stworzyła odpowiednie warunki do pracy zdalnej i hybrydowej, co zdecydowanie wpływa na obniżenie śladu węglowego związanego z dojazdem do pracy. Zachęca także swoich pracowników do brania udziału w wyzwaniach sportowych, promując zdrowy styl życia. W biurach zamiast wody butelkowanej zostały umieszczone dystrybutory, wyeliminowano plastikowe sztućce oraz kubeczki. Welcome packi, które otrzymują nowi pracownicy, zawierają produkty od lokalnych dostawców.

742

Firma **Ørsted Polska** w 2022 r. **dołączyła do programu Climate Leadership** organizowanego przez UNEP/GRID-Warszawa, wspierającego firmy dążące do osiągnięcia neutralności klimatycznej. Zobowiązała się, że do 2025 r. osiągnie neutralność klimatyczną w obszarze działalności operacyjnej, a do 2040 r. w obszarze łańcucha wartości. Firma planuje osiągnąć pozytywny wpływ netto na bioróżnorodność na obszarach budowy morskich farm po 2030 r. W ramach programu firma zorganizowała webinar dla swoich pracowników na temat zrównoważonego rozwoju. Powstał też vodcast na temat świata zasilanego OZE, dostępny na kanale YouTube firmy.

270

W 2022 r. **Panattoni** wprowadziło do standardu realizacji inwestycji **analizę cyklu życia budynków (LCA)** opracowywaną przez niezależnych asesorów certyfikacji środowiskowej budynków. Jest to metoda analizy wpływu budynków na środowisko w trakcie całego cyklu życia. Jej celem jest dostarczenie wiarygodnych informacji dotyczących wpływu na środowisko np. śladu węglowego (emisja ekwiwalentnego CO_2), a tym samym ograniczenie jego negatywnego oddziaływania. Obecnie LCA nie jest wymagane przez polskie przepisy i nie jest standardowo wykonywane przez inwestorów. W 2022 r. Panattoni przeprowadziło ok. 25 analiz LCA poprzedzających realizacje inwestycji firmy.

500

Pepco wymaga od dostawców działań zgodnych z Etycznym Kodeksem Postępowania. Wszyscy dostawcy firmy są poddawani audytom, w ramach których sprawdzane są standardy pracy oraz regulacje dotyczące przestrzegania praw człowieka. W 2022 r. zdecydowano, że zapisy środowiskowe wymagają rozszerzenia, dlatego opracowano i wdrożono **dodatkowe wytyczne środowiskowe dla dostawców**: Supplier Environmental Guidelines. Jest to dokument dotyczący praktyk środowiskowych w łańcuchu dostaw, których muszą przestrzegać dostawy, aby możliwe było rozpoczęcie z nimi współpracy. Wytyczne dotyczą takich aspektów jak zielona energia, gospodarowanie zasobami wodnymi czy zarządzanie odpadami.

23262

W 2017 r. Philip Morris International (PMI), do której należy **Philip Morris Polska**, wprowadziło **certyfikat Alliance for Water Stewardship (AWS)** w celu zmniejszenia śladu wodnego swoich fabryk i promowania zrównoważonego zarządzania wodą. Krakowska fabryka Philip Morris Polska uzyskała certyfikat AWS w grudniu 2020 r. W 2021 r. firma przeszła pozytywnie kolejny audyt organizacji certyfikującej. Procedura ocenia m.in. zrozumienie problemów związanych z wodą na terenie zakładu, zbieranie danych na temat zużycia i wykorzystania zasobów wodnych, stworzenie i wdrożenie strategii zarządzania zasobami wodnymi, współpracę z interesariuszami publicznymi i prywatnymi w zakresie wyzwań związanych z wodą w obrębie zlewni, komunikację z pracownikami i innymi stronami na temat zarządzania zasobami wodnymi.

7500

Deklaracja Świadomych Wyborów Zakupowych obejmuje wszystkie kategorie zakupowe i jest elementem strategii zrównoważonego łańcucha dostaw firmy **Polpharma**. Określa także priorytety firmy w zakresie zakupów, określone przez zasadę EKO: eliminacja – klasyfikacja – oddziaływanie. Celem inicjatywy jest edukacja pracowników, tak by dokonywali świadomych wyborów zakupowych w ramach firmowych budżetów, oraz zwrócenie uwagi na takie aspekty, jak np. optymalizacja ilości zamawianych towarów, logistyka ich dostaw, niemarnowanie zasobów, kupowanie trwalszych przedmiotów, by przedłużać ich życie w firmie. Wspiera ona proces decyzyjny, służąc jako wskazówka, która pozwala analizować obszar zakupów pod kątem wpływu na środowisko. Deklaracja była konsultowana z ekspertami programu Climate Leadership UNGC.

7500

ROBYG dba o zachowanie bioróżnorodności na różnych etapach powstawania inwestycji. Na etapie przygotowywania inwestycji odbywa się to przez: inwentaryzację nasadzeń, zastosowanie rozwiązań chroniących ptaki przez zderzeniem z budynkiem, ograniczanie zanieczyszczenia światłem, zadbanie o różnorodność gatunkową nasadzeń, ogrody deszczowe, łąki kwietne, zielone ściany. Firma przesadza drzewa i krzewy, przenosi siedliska zwierząt, prowadzi wycinkę poza okresem lęgowym lub pod nadzorem ornitologa. Deweloper **stworzył politykę środowiskową Grupy Robyg**. 100% osiedli jest wyposażonych w elementy wspierające bioróżnorodność.

500

W 2022 r. firma **Solaris Bus & Coach** uzyskała **etykiety środowiskowe EPD** (Environmental Product Declaration) dla pojazdów Urbino 18 electric i Urbino 12 hybrid, zweryfikowane przez stronę trzecią. Podstawą do uzyskania etykiet EPD była ocena cyklu życia (Life Cycle Assessment, LCA), w ramach której brane pod uwagę były wszystkie etapy życia produktu: od wydobycia surowców po utylizację pojazdu. Ocena ta pozwoliła firmie zidentyfikować procesy, materiały oraz komponenty, które mają największe oddziaływanie na środowisko.

2700

W bezpośrednim sąsiedztwie fabryki **Volkswagen Poznań** we współpracy z Lasami Państwowymi powstał **Las węglowy**. Jest to las gospodarczy, w którym prowadzone są dodatkowe działania w celu zwiększenia pochłaniania CO_2 z atmosfery oraz jego magazynowania. Zgodnie z wynikami dotychczasowych analiz Instytutu Badawczego Leśnictwa każdy hektar zasadzonego lasu pochłonie ok. 37 ton węgla w okresie 30 lat. Las ten został zasadzony na obszarze 17 ha wspólnie z pracownikami firmy w ramach wolontariatu. Volkswagen Poznań podejmuje szereg działań wpływających na redukcję emisji dwutlenku węgla, by do 2050 r. stać się przedsiębiorstwem neutralnym z punktu widzenia bilansu CO_2.

9500

ZERO WASTE

W Światowy Dzień Żywności Starbucks, marka **AmRest Coffee**, **rozpoczęła współpracę z aplikacją Too Good To Go**. Od 3 lat razem z aplikacją marka ratuje przed wyrzuceniem niesprzedaną żywność, m.in. kanapki i desery. Użyt-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

kownicy aplikacji mogą kupić paczkę, w której znajdują się niesprzedane tego dnia posiłki, ze zniżką minimum 70%, a następnie odebrać ją w ostatnich godzinach pracy lokalu. Oferta dostępna jest we wszystkich miastach, w których znajdują się kawiarnie Starbucks. W 2022 r. marka uratowała ponad 100 tys. paczek, co łącznie stanowiło niemal 430 tys. produktów żywnościowych. Od początku współpracy uratowano łącznie 248 tys. paczek zawierających ponad milion produktów.

1057

Carrefour Polska uruchomił **strefy „STOP Marnowaniu Żywności" we wszystkich marketach w Polsce**. Klienci mogą kupić tam produkty z krótkim terminem ważności w cenie kilkakrotnie niższej od regularnej. Obecnie stref jest już ponad 240. Inicjatywa ta stanowi część szerszego ogólnopolskiego programu „STOP Marnotrawstwu" zachęcającego do przeciwdziałania marnowaniu zasobów naszej planety.

11146

Ferrero Polska **rozwija system produkcji materiału paszowego**. Firma wdrożyła m. in. system automatycznej zbiórki pozostałości waflowych z pieców do wypieku, usprawniła pracę w obszarze przygotowania materiału paszowego słodyczowego, zmodyfikowała system zbiórki pozostałości na liniach produkcyjnych. Przeszkoliła też kadrę kierowniczą z zasad funkcjonowania systemu. Dzięki temu ilość produkowanego materiału paszowego zwiększyła się o ok. 130% w porównaniu z 2021 r. i jednocześnie zmniejszyła się ilość odpadów.

2600

Grupa Eurocash po raz drugi przeprowadziła kampanię **Szanujemy, nie marnujemy!**, której celami są edukacja przedsiębiorców prowadzących sklepy spożywcze w zakresie przeciwdziałania marnowaniu żywności w handlu, a także szerzenie świadomości wśród konsumentów. Kampania społeczno-edukacyjna była realizowana we współpracy z Fundacją Caritas Polska i Federacją Polskich Banków Żywności. Grupa Eurocash udostępniła klientom cykl podcastów o prawnych aspektach niemarnowania żywności oraz wideo z przepisami na dania w duchu zero waste. Właściciele lokalnych sklepów mogli wziąć udział w webinarach z ekspertami. Założeniem praktyki jest również przekazywanie żywności potrzebującym. W 2022 r. na rzecz potrzebujących Grupa Eurocash przekazała za pośrednictwem organizacji pozarządowych łącznie ponad 200 ton żywności.

20000

Fundacja Leroy Merlin działająca w ramach **Leroy Merlin Polska** realizuje wraz z Magazynem Centralnym firmy LM projekt **Produkty użyteczne** – odzyskuje jak największą ilości produktów przeznaczonych do utylizacji. Są to końcówki serii, nadwyżki towarowe, rzeczy wycofywane ze sprzedaży lub lekko uszkodzone, albo mające uszkodzone opakowania oraz produkty poreklamacyjne. Pracownicy przekazują informację o produktach, które mogą być użyteczne dla Fundacji. Fundacja zaznacza, które wykorzysta, i określa, do kogo mają trafić. Są one rozwożone do sklepów LM, skąd wolontariusze rozdzielają je dla potrzebujących lub wykorzystują do własnych projektów. Fundacja odzyskała już kilkadziesiąt ton towaru: glazury, chemii budowlanej, stolarki, sanitariatów, mebli ogrodowych, lamp, artykułów dekoracyjnych.

13000

Lidl Polska w ramach działania **Kupuję, nie marnuję** wspiera ideę niemarnowania żywności. Sieć wdrożyła automatyczny system zamawiania towaru, dostosowany do popytu w danym sklepie. Produkty ze zbliżającym się końcem terminu przydatności do spożycia są przeceniane. Sieć realizuje sprzedaż nieperfekcyjnych warzyw i owoców po niższej cenie oraz przekazuje organizacjom charytatywnym nadwyżki żywności. Raz do roku prowadzi we wszystkich swoich sklepach kampanię przeciwdziałającą marnowaniu żywności. Realizowane są także akcje edukacyjne, np. „EkoMisja – nie marnuję" we współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności. Od 2018 r. wzięło w niej udział ponad 50 tys. uczniów z polskich szkół.

24000

MAKRO Polska od roku 2014 przekazuje darowizny żywności do Polskich Banków Żywności. Firma usprawniła i **zdigitalizowała przepływ informacji o przekazywaniu darowizn żywności do Banku Żywności**, za co została wyróżniona nagrodą specjalną podczas konferencji Kod Innowacji 2021. Teraz proces odbywa się efektywniej oraz bez użycia papieru, oszczędzane są czas oraz zasoby, a żywność trafia do potrzebujących. W 2022 r. MAKRO przekazało do Banku Żywności 2 890 069 kg żywności, chroniąc ją przed marnotrawstwem. MAKRO Polska po raz kolejny zaangażowało się też w kampanię edukacyjną. Motto w 2022 r. brzmiało „Nie marnuję, gotuję".

5000

Firma **Many Mornings** stworzyła program **Many Monkeys**, dzięki któremu redukuje ilość odpadów. W ramach programu powstają upcyklingowe maskotki ze skarpetek. Każdy użytkownik podczas zakupów internetowych może dodać szablon DIY do samodzielnego wykonania maskotki. Akcja to również warsztaty we współpracy z przedszkolami i szkołami, podczas których dzieci zdobywają umiejętności techniczne i wiedzę o ekologii. Na potrzeby akcji ponownie wykorzystano ponad 20 tys. uszkodzonych skarpetek oraz nici pozostałe z produkcji. W 2022 r. w 5 warsztatach w przedszkolach i szkołach uczestniczyło ponad 150 dzieci i nauczycieli. Firma przyznała również dotację w wysokości 16 250 zł dla inicjatywy Sewing Together, dzięki której wsparła cele organizacyjne szkoły mody i przedsiębiorczości dla kobiet w Mombasie w Kenii.

35

Many Mornings stawia na upcykling. Jednym z projektów realizowanych w 2022 r. w ramach tej polityki była akcja **cHAIRity**. Akcja polegała na stworzeniu limitowanej serii upcyklingowych produktów: kolorowych gumek do włosów ze skarpetek, które ze względu na uszkodzenia nie mogły trafić do sprzedaży. Każdy użytkownik mógł dodać taką gumkę do zamówienia w zamian za dowolną darowiznę na rzecz kolektywu Siostry Rzeki. W sumie przekazano darowiznę wysokości 2350 zł, która wsparła działania organizacji na rzecz dostępu do czystej wody. W ramach akcji udało się przetworzyć 4250 par uszkodzonych skarpetek.

35

W 2022 r. **Mars Polska**, w ramach **wsparcia Federacji Polskich Banków Żywności**, przekazał łącznie ponad 1,6 mln sztuk przekąsek, z czego prawie 500 tys. na bieżące wsparcie potrzebujących w sytuacjach kryzysowych. Wśród produktów znalazły się batony czekoladowe, drażetki, lody oraz gumy bezcukrowe. Firma z Bankami Żywności regularnie współpracuje od 3 lat, a w 2020 r. uzyskała tytuł „Partnera na każdy czas". W roku 2022 przekąski firmy trafiły do ok. 1025 organizacji pomocowych, a darowizny firmy Mars Polska wyniosły prawie 112 tys. kg.

3100

MindBlowing **daje drugie życie materiałom**, szczególnie bannerom i roll-upom pozostałym po konferencjach. Wykonuje z nich saszetki na dokumenty i bilety lotnicze, które oprócz funkcjonalności cechują się oryginalnym, estetycznym wyglądem. Zainteresowaniem użytkowników cieszą się także zawieszki na bagaż, skonstruowane tak by po skończonej podróży mogły służyć jako wizytowniki.

3

W ramach filozofii zero waste firma **MindBlowing** zrezygnowała z wysyłania prezentów. Z okazji świąt przygotowuje **odpowiedzialne prezenty #ZeroWaste**. Na Wielkanoc są to plakaty namalowane przez młodych artystów w wirtualnej formie, przeznaczone do samodzielnego wydruku. Na Boże Narodzenie – e-book edukacyjny z wywiadami 5 osób zaangażowanych społecznie i środowiskowo oraz album ze zdjęciami młodego fotografa artysty i kolaże młodej artystki.

3

Firma **Mondelēz International w Polsce** **kontynuuje redukcję odpadów**, w szczególności żywnościowych. Firma zmniejszyła ilość odpadów żywnościowych w wewnętrznych zakładach o 28%. Przekracza cel 50% redukcji na 2025 r., zmniejszając ilość odpadów żywnościowych w dystrybucji o 65% w 2021 r. w porównaniu z poziomem bazowym z 2018 r. Firma stosuje różne technologie i podejścia w celu zmniejszenia ilości odpadów: wykorzystuje kamery o dużej prędkości do analizy procesów, usprawnia kontrole i konserwację w celu zmniejszenia liczby przestojów na liniach produkcyjnych oraz opracowuje bardziej efektywne procesy.

5600

Marka WINIARY firmy **Nestlé Polska** stworzyła akcję **WINIARY Pomagamy w gotowaniu i niemarnowaniu**. Na stronie winiary.pl dostępnych jest ponad 550 przepisów w duchu zero waste, marka prowadzi działania edukacyjne oraz wspiera ideę foodsharingu, prowadząc 12 jadłodzielni w całej Polsce. WINIARY wspiera konsumentów w niemarnowaniu dostępnymi na stronie WWW narzędziami, które pomagają zaplanować posiłki oraz zakupy, tak aby nie kupować za dużo. Program realizowany jest we współpracy m.in. z Fundacją CHOPS oraz ambasadorami, popularnymi szefami kuchni: Jagną Niedzielską, propagatorką idei zero waste i Robertem Harną, doradcą kulinarnym. Materiały wideo odnotowały blisko 160 mln odsłon, a 3 na 4 konsumentów przyznało, że dzięki programowi ograniczyło marnowanie żywności. Program zachęcił też do dzielenia się jedzeniem, a każda z 12 jadłodzielni jest odwiedzana średnio 60–100 razy dziennie. Zwieńczenie kampanii stanowi brązowe Effie w kategorii Food przyznane w 2022 r.

5500

Dobra Paczka to projekt sieci **Żabka Polska**. Klienci w aplikacji mobilnej Żappka mogą zamawiać zestaw 2 lub 3 pełnowartościowych produktów z krótką datą przydatności do spożycia za połowę ceny. Do wyboru są 3 rodzaje paczek: dla wegetarian, wegan i dla osób bez konkretnych preferencji żywieniowych. W produktach sprzedawanych w ramach Dobrej Paczki można znaleźć dania obiadowe, kanapki i przekąski. Blisko 90% artykułów dostępnych w sklepach sieci to produkty przeznaczone do natychmiastowej konsumpcji. Aby zapobiegać marnowaniu żywności, firma wdrożyła kody GS1 i system zarządzania terminami przydatności do spożycia produktów Quick Meal Solutions. Sieć współpracuje z partnerami społecznymi, by zwiększyć efektywność dystrybucji produktów żywieniowych wśród osób potrzebujących takiego wsparcia.

2573

ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT

Codziennie na ulice Polski wyjeżdża ponad 450 aut **ALAB laboratoria** z kurierami, którzy odbierają materiał z ponad 600 punktów pobrań i dostarczają go do laboratoriów. W ramach akcji **Ratuję, nie truję – czyli flota w ALAB Laboratoria** firma zmieniła część floty na auta elektryczne oraz hybrydowe. Pierwsze ekoauta trafiły do firmy już

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

w 2020 r. Sieć laboratoriów, wspólnie z MultiWash, zredukowała też ślad środowiskowy flotyu, zużywając podczas mycia aut mniej wody i emitując mniej CO_2.

4000

Akcja **Innowację mamy we krwi – drony w ALAB laboratoria** prowadzona przez **ALAB laboratoria** to nowatorski sposób transportu próbek medycznych. W 2022 r. ALAB laboratoria jako pierwsza firma w Polsce za pomocą drona przetransportowała próbki materiału medycznego z laboratorium przy ul. Stępińskiej w Warszawie do szpitala w Sochaczewie. Dzięki tej metodzie zyskują przede wszystkim pacjenci. Dron zapewnia krótszy czas dostarczenia próbek, więc wyniki badań można otrzymać nawet o kilkanaście godzin szybciej, co jest kluczowe przy ratowaniu zdrowia i życia. W 2022 r. dron wykonał 1102 kursy i pokonał 67 626 km. Forma transportu za pośrednictwem drona jest ekologiczna (mniejsza emisja CO_2), bezpieczna dla próbek i skuteczna.

4000

Baltic Hub **kontynuuje zieloną rewolucję we flocie samochodów**. W pierwszej kolejności firma wymieniła najstarsze samochody w działach Operacyjnym oraz Utrzymania Ruchu. Przygotowania do redukcji CO_2 we flocie Baltic Hub, dzięki zakupieniu pierwszych samochodów zeroemisyjnych, rozpoczęły się w roku 2020. Firma kupiła 5 pierwszych samochodów elektrycznych.

1130

DHL Parcel Polska regularnie zwiększa udział samochodów elektrycznych w ramach praktyki **ekoflota w DHL**. Firma chce osiągnąć poziom 50% samochodów elektrycznych we flocie do roku 2027. Jednym z kluczowych celów jest zerowa emisja CO_2, dodatkowo więc, dzięki narzędziu planistycznemu, optymalizowane są trasy kurierów, co pozwala na oszczędzanie energii elektrycznej i paliwa (w przypadku samochodów spalinowych). Firma regularnie rozszerza sieć DHL POP (punktów obsługi paczek), co pozwala zoptymalizować obsługę przesyłek. Przekłada się to na mniej przejechanych kilometrów i redukcję emisji CO_2 o ponad 60%. W fazie testów są też rowery do dostaw. Projekt prowadzony jest we współpracy z partnerami zewnętrznymi, m.in. MAN, Mercedes i Arval.

3500

DIAGNOSTYKA kontynuuje zapoczątkowany w 2021 r. proces elektryfikacji swojej floty kurierskiej, którego kolejnym etapem jest inwestycja we **własne stacje do ładowania samochodów elektrycznych**. Obecnie stacje dostępne są przy siedzibach firmy w Krakowie, Warszawie oraz Bielsku-Białej. Stacje uruchamiane są za pomocą kart RFID, przypisanych do konkretnych pojazdów; są także obsługiwane przez aplikację Elocity, co umożliwia zarządzanie nimi poprzez panel online i raportowanie użycia. Mierzone parametry to m.in. zużycie energii na region i na pojazd, średnie spalanie pojazdu i obłożenie stacji.

7000

Grupa Eurocash **buduje zieloną i bezpieczną flotę**. W 2017 r. kupiła prawie 350 aut z napędem hybrydowym. W latach 2018–2021 spółka budowała flotę samochodów z segmentów B, C i D wyposażonych w napęd hybrydowy. W 2022 r. zredukowała flotę samochodów osobowych z 2450 do 1860, czyli o 24%, oraz zwiększyła udział pojazdów z napędem hybrydowym o 10%, do poziomu 85% floty samochodowej. W 2022 r. spółka wprowadziła comiesięczne indywidualne raporty dla użytkowników aut służbowych, w których badane jest m.in. zużycie paliwa na 100 km, wraz ze średnią emisją CO_2/km. Grupa monitoruje też wskaźniki ekologicznej jazdy (ecodriving), takie jak przekraczanie prędkości, ostre hamowania, mocne przyspieszenia czy nadmierny postój.

20000

Przyjazna, niskoemisyjna logistyka miejska to jeden z priorytetów **InPost**, dlatego do końca 2022 r. na ulicach największych polskich miast pojawiły się 174 nowe dostawcze samochody elektryczne: 100 Fordów eTransit oraz 74 samochody marki Stellantis. **Flota elektrycznych samochodów dostawczych** liczy już blisko 500 aut elektrycznych. Strategia ESG firmy zakłada, że do 2040 r. osiągnie ona zerową emisję CO_2 we wszystkich zakresach (1, 2, 3).

5080

W czerwcu 2022 r. na Torze Modlin w Nowym Dworze Mazowieckim odbył się pierwszy polski test samochodów elektrycznych **Festiwal Elektromobilności – EV Experience powered by LG Energy Solution Wrocław**, zorganizowany przez **LG Energy Solution Wrocław** we współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Paliw Alternatywnych. Dwa dni wydarzenia wypełnione były prezentacjami pojazdów elektrycznych, road show z udziałem EV Klub Polska, wyścigami i testami elektryków. Spółka, jako partner tytularny i współorganizator wydarzenia, udostępniła 3 elektryki napędzane bateriami jej produkcji, a także przygotowała Strefę EKO, gdzie każdy uczestnik mógł posłuchać o tajnikach elektromobilności i obejrzeć komponenty baterii do e-aut. W wydarzeniu wzięło udział 2 tys. uczestników.

10000

Lyreco Polska w ramach praktyki **ECO FLOTA** dąży do neutralności w zakresie emisji CO_2 z samochodów służbowych oraz podróży służbowych. Od roku 2022 firma wybiera tylko samochody EPV (environment preferred vehicules). Obecnie samochody osobowe nisko- i zeroemisyjne stanowią 82% floty firmy. Kierowcy przechodzą szkolenia z zasad ecodrivingu. Dodatkowo, zmieniając sposób mycia floty służbowej, firma zaoszczędziła 573 920 litrów wody oraz 7,42 ton CO_2.

600

Spółka **Nhood Polska** zaangażowała się we **wsparcie zielonego transportu**. W otoczeniu centrów handlowych klienci mogą znaleźć 48 wiat rowerowych oraz 23 samoobsługowe stacje 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 2022 r. klienci 23 centrów handlowych mogli korzystać z ładowarek samochodów elektrycznych.

80

Panattoni, mając na uwadze zminimalizowanie śladu węglowego oraz dbając o zdrowie i dobre samopoczucie użytkowników swoich inwestycji, **rozbudowuje infrastrukturę rowerową**. W 2022 r. firma zapewniła dostęp do 2300 nowych miejsc parkingowych dla jednośladów.

500

SEGRO Poland wyposażyło swoje parki logistyczne w całej Polsce w **stacje ładowania dla samochodów elektrycznych i hybrydowych**. W 80% parków firma zainstalowała łącznie 40 ładowarek elektrycznych. Stacje pozwalają na ładowanie 77 aut.

40

Shell Polska realizował **rozwój dostępności paliw niskoemisyjnych i elektromobilności**. Firma, we współpracy z IONITY, uruchomiła w Polsce kolejne stacje szybkiego ładowania o mocy do 350 kW. W 2022 r. zostało uruchomionych 6 stacji, na każdej znajdują się min. 2 punkty ładowania, a 2 stacje zostały rozbudowane do 4 punktów. Firma uruchomiła też 4 stacje LNG: w Piotrkowie Trybunalskim, Iłowej, Jędrzychowicach i Wrześni. W ramach strategii dążenia do niskoemisyjności do 2050 r., Shell chce obniżyć ślad węglowy netto produktów energetycznych o 65%. Jednocześnie celem firmy jest stanie się biznesem energetycznym o zerowej emisji netto do 2050 r.

5000

Skanska w Polsce **realizuje kompensacje emisji**. W ramach współpracy z firmą LeasePlan ma możliwość wyboru pojazdów o niskiej emisji spalin. Skanska sadzi także drzewa, aby zrekompensować emisje z floty samochodowej. W okresie od czerwca 2021 do sierpnia 2022 r. firma odebrała 47 samochodów o obniżonej emisji spalin. W celu kompensacji emisji, którą samochody te wygenerują w okresie leasingu, w oparciu o zakontraktowany przebieg, jesienią 2022 r. posadzono 1521 sadzonek buka zwyczajnego. Nasadzenia wykonano we współpracy z Klubem Gaja.

1200

Charging Park to innowacyjna, wielostanowiskowa stacja ładowania autobusów z napędem elektrycznym (bateryjnych, wodorowych oraz trolejbusów) otwarta przez firmę **Solaris Bus & Coach** we wrześniu 2022 r. Park umożliwia firmie prezentowanie klientom nowatorskich rozwiązań stosowanych w procesach uzupełniania energii w autobusach Solaris oraz testowanie nowych technologii i funkcjonalności w procesach ładowania i rozładowywania baterii. Do dyspozycji są stanowiska ładowania poprzez pantografy oraz wtyczki plug-in, a także odcinek sieci trolejbusowej. To pierwszy w Polsce park dwukierunkowy, wspierający funkcjonalność V2G – dwukierunkowego przepływu energii między pojazdem a siecią elektroenergetyczną.

2700

#SolarisTalks 2022 to cyklicznie organizowana przez firmę **Solaris Bus & Coach** konferencja poświęcona tematyce elektromobilności. Kolejna edycja tego spotkania odbyła się 14 września 2022 r. w Krakowie. Celem #SolarisTalks 2022 było zaprezentowanie najnowszych trendów w obszarze nowoczesnego i zrównoważonego transportu publicznego w kontekście wyzwań, jakie niosą ze sobą zmiany klimatu. Konferencje #SolarisTalks skierowane są przede wszystkim do przedstawicieli miast rozwijających nowoczesny transport publiczny oraz dziennikarzy.

2700

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

36 firm

43 praktyki

Obszar uczciwych praktyk operacyjnych zawiera przykłady etycznego zachowania ze strony przedsiębiorstw w ich kontaktach z dostawcami, podwykonawcami, sektorem przemysłu i innymi interesariuszami. Praktyki te przyczyniają się do rozwoju trwałych relacji i wzajemnego zaufania.

W tym roku do Raportu 36 firm zgłosiło 43 uczciwe praktyki operacyjne – zarówno nowe, jak i te już utrwalone, stosowane regularnie przez przedsiębiorstwa. Porównując tę edycję Raportu z poprzednią, praktyk w tej kategorii jest o 22 mniej niż rok wcześniej.

Zdecydowana większość praktyk dotyczy edukacji rynku. Zgłoszono ich 23. Kolejne miejsca zajęły praktyki z zakresu relacji z interesariuszami i dostawcami, których w tym roku zgłoszono 15. W kategorii certyfikacji, zarządzania i optymalizacji znalazło się 5 praktyk.

Każdego roku przedsiębiorstwa angażują się w inicjatywy edukacyjne, od konferencji i webinarów po cyfrowe platformy informacyjne i przewodniki. Po kryzysie spowodowanym pandemią COVID-19 widać wyraźnie, że firmy na dobre zadomowiły się w sieci i większość swoich aktywności edukacyjnych prowadzą w formule online. Ważnym elementem praktyk edukacyjnych są również organizowane przez firmy konkursy dotyczące działań biznesowych w obszarze zrównoważonego rozwoju.

W kategorii relacji z interesariuszami (w tym – dostawcami) dominują praktyki związane z tworzeniem i wdrażaniem wytycznych, polityk i kodeksów dotyczących zarówno kwestii środowiskowych, jak i społecznych w łańcuchu dostaw.

Praktyki z kategorii certyfikacji, zarządzania i optymalizacji mają na celu przede wszystkim podnoszenie standardów usług czy produktów by zagwarantować zarówno ich jakość, jak i bezpieczeństwo dla użytkowników.

dr Daniel Kiewra,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Liczba zatrudnionych pracowników w 2022 r.

Mikro / małe / średnie przedsiębiorstwo

Podsumowanie Celów Zrównoważonego Rozwoju – str. 317

CERTYFIKACJA, OPTYMALIZACJA, ZARZĄDZANIE

Firma **AB** wprowadziła **oznaczenie TCO Certified** na produktach, które ma w swojej ofercie. Informacja o certyfikacie wyszczególniona jest jako parametr w specyfikacji danego produktu oraz w jego opisie. TCO Certified to wiodący certyfikat zrównoważonego rozwoju produktów IT. Informuje, że dany produkt, oprócz tego, że ma niskie zużycie energii, jest bezpieczny dla użytkownika i środowiska. Certyfikat spełnia wymogi ISO 14001 oraz standardy EMAS. Wprowadzając certyfikat, firma AB chciała wyróżnić produkty bardziej przyjazne dla użytkownika i środowiska, a także zwiększyć świadomość w zakresie wysokich standardów produkcji zrównoważonych urządzeń.

419

Firma **CFE Polska** testowała **program pilotażowy GenieVision**, który pozwala nałożyć wirtualny model 3D (projektu wykonawczego) na rzeczywistą budowę. Dzięki temu CFE jako generalny wykonawca jest w stanie zweryfikować bezpośrednio na placu budowy więcej niż jeden element jednocześnie, ograniczyć liczbę błędów z różnych zakresów prac i poprawić jakość projektu, co powoduje oszczędność czasu i materiałów. Program GenieVision umożliwia także wizualizację architektury, a to pozwala zobaczyć, czy wyposażenie danego obiektu będzie funkcjonalne dla użytkownika. Dzięki temu CFE może już na początku inwestycji proponować usprawnienia i wyposażenie lepiej dopasowane do użytkownika. Program pozwala też przygotować raporty z etapów budowy, usprawniając komunikację między generalnym wykonawcą a projektantem. Program będzie prowadzony i testowany przy kolejnych projektach.

200

W hotelu Crowne Plaza należącym do grupy hotelowej **Ghelamco Hotel** stosowane są **praktyki z obszaru zrównoważonego rozwoju**. W 2022 r. zakończył się proces recertyfikacji WELL Health-Safety Rating, kompleks uzyskał pozytywne oceny w pięciu głównych obszarach: procedury dezynfekcji i czyszczenia, plany gotowości w sytuacjach awaryjnych, dostępność opieki zdrowotnej, zarządzanie jakością powietrza i wody, zaangażowanie interesariuszy i komunikacja. Firma działa także zgodnie z IHG Green Engage™, który zapewnia hotelom zaawansowane możliwości zarządzania budynkiem oraz prowadzenie szczegółowych statystyk zużycia energii, a kompleks The Warsaw HUB posiada certyfikat BREEAM, potwierdzający zrównoważony rozwój budynków. Efektem tych działań jest zmniejszanie negatywnego oddziaływania na środowisko oraz działanie w zgodzie z ekologią. Celem firmy jest zmniejszenie śladu węglowego do zera w 2030 r.

132

MAKRO Polska rozwija kulturę bezpieczeństwa żywności, a w działania te zaangażowani są wszyscy pracownicy, począwszy od prezesa. Firma od 2011 r. ma wdrożony system bezpieczeństwa żywności ISO 22000, a w 2022 r. uzyskała certyfikat za spełnianie nowej wersji normy. Dzięki regularnie prowadzonym szkoleniom pracowników z zasad higieny, jakości i bezpieczeństwa produkty MAKRO są bezpieczne i najwyższej jakości, co minimalizuje marnotrawstwo żywności na kolejnych etapach dystrybucji. Spadek marnotrawstwa żywności i poprawa uczestników łańcucha dostaw to strategiczny cel firmy. MAKRO zostało laurem Plebiscytu Supermeni Jakości 2022, organizowanego przez TÜV NORD Polska. Firma zajęła drugie miejsce w kategorii Bezpieczeństwo.

5000

W 2022 r. **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice uzyskał drugi poziom akredytacji ACI Airport Customer Experience**. Akredytacja przyznawana jest lotniskom, które dążą do podnoszenia standardów obsługi podróżujących, ich komfortu oraz bezpieczeństwa w czasie podróży. Program akredytacyjny składa się z 5 poziomów. Działania realizowane przez port lotniczy w 2022 r. w ramach customer experience to m.in.: prowadzenie badań ACI ASQ i programu Happy or Not, opracowanie profili i ścieżek pasażerów krakowskiego lotniska, żeby lepiej zrozumieć ich potrzeby, powołanie Zespołu Customer Experience, a także udostępnienie podróżnym stanowisk z ładowarkami do sprzętów elektronicznych czy tabletu w punkcie informacji lotniskowej. Krakowski port lotniczy bierze również udział w programie akredytacyjnym Airport Service Quality. To światowy program pomiaru satysfakcji podróżujących z jakości i wysokich standardów obsługi na lotniskach, prowadzony przez Międzynarodową Radę Portów Lotniczych (ACI).

689

EDUKACJA RYNKU

Raport **Barometr Bayer** to doroczna inicjatywa firmy **Bayer**, polegająca na badaniu stanu świadomości Polaków dotyczącej tematów ważnych społecznie. Badanie, realizowane na reprezentatywnej grupie Polaków, analizuje co roku inny obszar z zakresu zrównoważonego rozwoju, zdrowia, rolnictwa. W 2022 r. projekt skupiał się na szeroko dyskutowanych publicznie tematach i stosunku do nich ludzi młodych: kryzysie wodnym oraz dbałości o zdrowie. Badanie wskazało obszary, w których istnieją adekwatne praktyki, a także te, w których konieczne są dodatkowe działania edukacyjne. Wyniki dotarły do przeszło 2 mln odbiorców – również dzięki debacie pt. „Kiedy zabraknie nam wody? Kiedy aplikacje zastąpią lekarza?" z udziałem ekspertów i influencerów.

Raport był relacjonowany przez media, a jego konkluzje mogą być wykorzystane przez wszystkich chętnych – zarówno w obszarze prywatnym (do zmiany własnych zachowań), jak i instytucjonalno-zawodowym (do zmiany rozwiązań systemowych).

1100

MultiSport Index to długofalowy projekt realizowany przez firmę **Benefit Systems**, w którym badana jest aktywność fizyczna mieszkańców Polski w wielu kontekstach. To pierwsze w Polsce kompleksowe badanie oparte na wskaźnikach aktywności fizycznej i sportowej dorosłych Polaków stanowi diagnozę sportowych zachowań polskiego społeczeństwa, wzbogaconą o jego szczegółową segmentację. Raport ma też edycje specjalne, np. MultiSport Index Pandemia w której szczegółowo analizowano wzrost świadomości dotyczącej potrzeby regularnego ruchu podczas lockdownu. MultiSport Index jest źródłem wiedzy dla wielu podmiotów wpływających na zdrowie psychofizyczne Polaków, w tym interesariuszy spółki – użytkowników, klientów i partnerów sportowych.

3689

BNP Paribas Bank Polska wprowadził do oferty zrównoważonych produktów korporacyjnych **ESG Rating-Linked Loan**. Korzystające z kredytu przedsiębiorstwo, które poprawia standardy zarządzania kwestiami zrównoważonego rozwoju, a więc też swój wynik ratingu ESG – może uzyskać korzystniejsze warunki finansowe. Takie rozwiązanie pozwala poprawić jakość zarządzania w organizacji oraz usystematyzować działania w obszarach środowiskowym i społecznym. Poprzez nowy produkt Bank BNP Paribas chce zwrócić uwagę na znaczenie odpowiedniego zarządzania aspektami zrównoważonego rozwoju i spopularyzować ratingi ESG, przede wszystkim wśród przedsiębiorstw, które do tej pory nie podlegały obowiązkom raportowym w obszarze ESG. Bank nawiązał współpracę z EcoVadis, jednak będzie honorował również ratingi innych powszechnie uznanych agencji.

9200

CSR Consulting wraz z Kampanią 17 Celów oraz Natalią Hatalską z infuture institute jako pierwszy w świecie zbadał **wpływ trendów na cele zrównoważonego rozwoju**. Dzięki wykorzystaniu asymetrycznej macierzy relacji oraz zaangażowaniu kilkudziesięciu ekspertów z różnych obszarów gospodarki udało się zbadać, w jaki sposób 54 trendy identyfikowane przez infuture.institute wpływają na 17 celów zrównoważonego rozwoju. W badaniu został wypracowany autorski wskaźnik – mapy cieplne. Wynikiem badania jest raport, który wskazuje biznesowi newralgiczne z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju obszary i trendy, oraz te, których nie powinny lub – wręcz przeciwnie – powinny wspierać poprzez swoje strategie, aby przyczyniać się zrównoważonego rozwoju. Opracowany raport został zaprezentowany między innymi podczas EFNI 2022. Doczekał się również blisko 1000 pobrań wersji elektronicznej.

8

Tydzień Odpowiedzialnego Biznesu to organizowane przez **CSRinfo** coroczne wydarzenie gromadzące praktyków CSR i ESG. W trakcie trwającej 5 dni imprezy odbyły się webinaria i warsztaty online na temat strategii i zrównoważonego finansowania, raportowania ESG, ryzyk klimatycznych, wyzwań dotyczących bioróżnorodności, kryteriów społecznych w ocenie i praktykach spółek oraz budowania centrów kompetencyjnych ESG w spółce i roli menedżera i menedżerki ESG. W tegorocznym wydarzeniu uczestnicy mogli wziąć udział w 21 prelekcjach i warsztatach, w których głos zabrało 33 prelegentek i prelegentów reprezentujących m.in. polskie i międzynarodowe firmy, organizacje branżowe czy takie instytucje, jak UN GCNP czy EBOiR.

14

ESG w spółce. Rola zarządu to cykl spotkań z członkami zarządów organizowany przez **CSRinfo**, poświęcony wdrażaniu ESG i CSR w spółce z perspektywy zarządu. Program odpowiada na potrzeby menedżerów i menedżerek, którzy szukają inspiracji, wiedzy na temat ESG, w tym raportowania, oraz wskazówek, jak współpracować z zarządami. Spotkania składają się z wywiadu z członkiem zarządu (a od 2022 r. również menedżerem odpowiedzialnym za obszar ESG), który otwarcie dzieli się swoimi doświadczeniami, oraz uzupełniającej go merytorycznej prezentacji na aktualne ważne tematy z zakresu ESG. Spotkania są bezpłatne i, dodatkowo, udostępniane na kanale YouTube CSRinfo.

14

Ceremonia otwarcia nowej lokalizacji **DB Schenker** w Szczecinie odbyła się w formie edukacyjnego spotkania z przedstawicielami lokalnego biznesu, uczelni oraz mediów. **„Czas na logistykę przyszłości"** to hasło przewodnie wydarzenia i temat, do którego nawiązywali wszyscy prelegenci. Gościem specjalnym był Kamil Wyszkowski, dyrektor wykonawczy UN Global Compact Network Poland. Ponad 100 gości słuchało o szczycie klimatycznym COP 27 w Egipcie, o tym, co dla biznesu oznaczają zmiany klimatyczne, jakie wyzwania przed nim stoją i jaka odpowiedzialność spoczywa na firmach. Przedstawiciele DB Schenker mówili, jak firma w praktyce realizuje ambicję, aby do 2040 r. być firmą bezemisyjną. Firma ogranicza ślad węglowy we własnych operacjach, wspiera klientów w realizacji ich celów środowiskowych oraz chętnie dzieli się dobrymi praktykami i edukuje swoich interesariuszy.

2300

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Od grudnia 2021 r. do grudnia 2022 r. **Energopomiar** zorganizował 10 bezpłatnych, otwartych dla wszystkich chętnych webinariów w ramach cyklu **Efektywne spotkania dla ciepłownictwa**. Celem spotkań było przybliżenie przedstawicielom ciepłowni i elektrociepłowni zagadnień, które są ważne i pilne do realizacji w związku z transformacją sektora, koniecznością poprawienia efektywności energetycznej i poziomu ochrony środowiska. Podczas webinariów występowali eksperci Energopomiaru, którzy dzielili się swoimi doświadczeniami. W webinariach dotyczących wyzwań dekarbonizacji, efektywności energetycznej, optymalizacji sieci ciepłowniczych, limitów emisyjnych, taksonomii UE, wykorzystania technologii jądrowych w ciepłownictwie sumie uczestniczyło ponad 1000 osób.

239

Ranking Równi w Biznesie jest prowadzony przez **Grupę Eurocash** wraz z Polską Izbą Handlu od 2017 r. i co kwartał ocenia strategie stosowane przez największych producentów FMCG w Polsce wobec niezależnych sklepów detalicznych. Ma na celu wyróżnienie producentów, którzy dzięki sprawiedliwemu traktowaniu małoformatowych sklepów detalicznych pozytywnie wpływają na ich konkurencyjność względem centralnie zarządzanych sieci supermarketów i dyskontów. Tworząc ranking, Grupa Eurocash analizuje strategie sprzedażowe i zasady współpracy czołowych producentów, a także zachęca ich do partnerskiego traktowania sklepów małoformatowych. Adresatem praktyki są dostawcy i klienci spółki, a także lokalna społeczność.

20000

Barometr zdrowych domów to cykliczny raport realizowany przez **Grupę VELUX**. Jego siódma edycja dotyczy budynków mieszkalnych oraz tych przeznaczonych na pracę. Raport prezentuje dane związane z klimatem wewnątrz pomieszczeń oraz jego wpływem na zdrowie i samopoczucie mieszkańców, przedstawia argumenty za przyspieszeniem zrównoważonej renowacji oraz długofalowe korzyści ekonomiczne płynące z inwestowania w zdrowe i efektywne energetycznie budynki. Wnioski te stanowią wskazówki dla branży budowlanej oraz osób zaangażowanych we wdrażanie Długoterminowej Strategii Renowacji Budynków w Polsce. Partnerami siódmej edycji „Barometru zdrowych domów" są UN Global Compact Network Poland oraz Dolnośląski Instytut Studiów Energetycznych. Raport powstaje przy udziale ekspertów zewnętrznych.

4000

Firma **Intrum** od przeszło od dekady **dzieli się *know-how*, zapewnia zrównoważone płatności i dąży do zdrowej gospodarki**. Dostarcza polskiemu rynkowi rzetelnych i unikatowych na skalę globalną analiz finansowych i gospodarczych: wydawane co roku raporty European Payment Report (analiza stanu zadłużenia firm) i European Consumer Payment Report (analiza stanu zadłużenia konsumentów) zawierają m.in. informacje, jak opóźnione płatności wpływają na kondycję gospodarki. Wnioski z raportów stanowią wsparcie dla firm – wierzycieli. Z raportów korzystają też przedstawiciele KE, autorzy prawa wpływającego na biznes, również w Polsce.

520

Firma **Kronospan Polska** stworzyła **centrum szkoleniowo-ekspozycyjne Kronospan Design Center**, dostępne dla specjalistów z branży, studentów i aktywności społecznych. To zlokalizowane na ponad 3 ha: dwie hale wystawiennicze, budynek szkoleniowy z zapleczem multimedialnym oraz innowacyjny dom pokazowy. Każdego miesiąca w centrum odbywają się wydarzenia dla branży płyt drewnopochodnych, szkolenia połączone z warsztatami czy targi. KDC to również miejsce spotkań przemysłu z edukacją w ramach współpracy firmy z uczelniami wyższymi.

1150

Polskie Skarby Kulinarne to program firmy **MAKRO Polska**, który popularyzuje wiedzę na temat polskiej kuchni. Zaangażowani w program szefowie kuchni i firmy biorą udział w warsztatach kulinarnych oraz wydarzeniach branżowych, takich jak na przykład Tydzień Kuchni Polskiej. MAKRO Polska wspiera również branżę HoReCa, pomagając w odkrywaniu kuchni staropolskiej i przekazując takie narzędzia jak rekonstrukcja historyczna. W ten sposób jej przedstawiciele branży mogą budować swoją unikalną identyfikację kulinarną. MAKRO Polska dąży do tego, by tradycyjne polskie przepisy były obecne nie tylko na łamach starych książek kucharskich, ale również w polskich domach. Udział w Polskich Skarbach Kulinarnych daje możliwość promowania lokalnej, tradycyjnej kuchni wg idei slow food.

5000

Lider HR – Zarządzanie Zespołem Wielopokoleniowym to projekt **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego** dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw z województwa małopolskiego. Firmy dostają wsparcie w kreowaniu świadomej polityki zarządzania zespołem, z naciskiem na dobrą współpracę i maksymalne wykorzystanie potencjału zespołów wielopokoleniowych. Do firm skierowane są działania doradcze i coachingowe, świadczone przez wykwalifikowanych specjalistów. Wynikiem współpracy jest opracowanie lub aktualizacja Strategii zarządzania wiekiem u pracodawcy, a następnie wdrożenie jej elementów w praktyce.

186

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego prowadzi **cykl edukacyjny EDULab**. Konferencja, która odbyła się we wrześniu 2022 r. była czwartą edycją wydarzenia. Tegoroczna tematyka to uczenie się przez całe życie, co dotyczy nie tylko indywidualnych osób, ale też organizacji zatrudniających pracowników i prowadzących działania gospodarcze. Przedstawiciele MARR wraz z partnerem wydarzenia – Instytutem Badań Edukacyjnych i zaproszonymi ekspertami prezentowali uczestnikom konkretne, sprawdzone rozwiązania w zakresie podnoszenia kompetencji i uczenia się oraz projektowania tych procesów w organizacjach. Na konferencji można też było poznać prognozy dotyczące zapotrzebowania rynku na konkretne kompetencje pracownicze oraz narzędzia i metody ich pozyskiwania. Konferencja odbyła się online i była wydarzeniem bezpłatnym.

186

Ostatnie lata i związane z nimi ograniczenia wynikające z pandemii Covid-19 przyspieszyły zmiany w podejściu do strategii środowiska pracy. Firma **Nowy Styl**, przygotowała raport **„Reunion. Nowa rzeczywistość w biurze"**, a w nim propozycje aranżacji biur dla tych organizacji, które wdrożyły lub rozważają zmianę modelu pracy. Raport umożliwia zrozumienie i zaadaptowanie zmian, które po pandemii Covid-19 zaszły w potrzebach pracowników wobec przestrzeni pracy, porusza takie tematy, jak: sytuacja post-pandemiczna biur, aranżacja biura w modelu Reunion, propozycje podziału na strefy integracji, inspiracji oraz koncentracji. Raport jest ogólnodostępny zarówno dla pracowników, architektów jak i wszystkich interesariuszy.

6883

Konkurs **Liderzy ESG** organizowany przez **PwC**, NN Investment Partners TFI oraz Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie kierowany jest do podmiotów realizujących strategię ESG, oferujących innowacyjne produkty i usługi pozytywnie oddziałujące na środowisko i społeczeństwo, a także prowadzących kampanie edukacyjne, informacyjne i promocyjne w obszarze zrównoważonego rozwoju. Konkurs ma 4 kategorie: „Strategia", „Innowacja", „Program edukacyjny" oraz „Wizjonerka/Wizjoner zielonej transformacji ". O wyborze laureatów decyduje kapituła konkursu złożona z ekspertów w dziedzinie ESG, rynków finansowych, nauki i biznesu. W 2022 r. odbyła się druga edycja konkursu, do której zgłoszono 75 przedsiębiorstw w 3 głównych kategoriach i 16 kandydatów do nagrody Wizjoner/Wizjonerka Zielonej Transformacji. Nagrody zostały przyznane 11 organizacjom. Wizjonerem Zielonej Transformacji został Wojciech Hann – za konsekwentne wspieranie zielonej transformacji polskiego rynku.

6000

Konkurs **Stena Circular Economy Award** został zainicjowany przez firmę **Stena Recycling** w 2017 r. W tym roku odbywa się już jego szósta edycja. To pierwszy konkurs w Polsce, w którym nagradzane są firmy – Liderzy GOZ – wdrażające lub promujące gospodarkę obiegu zamkniętego. Startować mogą zarówno start-upy, jak i większe przedsiębiorstwa działające w Polsce. W poprzednich edycjach Liderami GOZ zostały m.in. takie firmy, jak: Kaufland, IKEA Retail, Orange czy woshwosh. Nagradzani są także studenci, którzy mają pomysł na promocję lub wdrażanie GOZ. Dzięki konkursowi tematyka gospodarki obiegu zamkniętego dociera do szerokiej grupy odbiorców, co stanowi pierwszy krok na drodze do budowania świadomości w tym obszarze. W ciągu pięciu edycji konkursu wpłynęło 188 zgłoszeń. Inicjatywa Stena Circular Economy Award została nagrodzona certyfikatem Świadomego Wyboru Newsweeka w 2021 r. w kategorii „Zmieniamy świat na lepsze" oraz wyróżniona w dziesiątej edycji Listków CSR Polityki.

594

Od 2011 r. firma **TIM** publikuje edukacyjno-poradnikowo-analityczny cykl **„Cały ten rynek"**. Firma edukuje inwestorów – początkujących i zaawansowanych, dzieląc się swoją wiedzą z wieloletniej obecności na Giełdzie Papierów Własnościowych (obecnie już ćwierć wieku). Artykuły publikowane są 2 razy w miesiącu, nie mają charakteru autopromocyjnego – na ponad 250 tekstów w zaledwie kilkunastu można znaleźć wzmiankę na temat firmy. Firmie zależy na tym, by inwestorzy (w tym – jej akcjonariusze) podejmowali decyzje świadomie, dysponując niezbędną wiedzą. Wśród 100 najpopularniejszych w 2022 r. podstron serwisu korporacyjnego firmy 36 stanowiły teksty z sekcji „Cały ten rynek".

308

W listopadzie 2022 r. **Wodociągi Miasta Krakowa** były gospodarzem i współorganizatorem międzynarodowego wydarzenia **European Benchmarking Co-operation Workshop**, w którym wzięło udział ponad 70 osób z 47 przedsiębiorstw wodociągowych i kanalizacyjnych z całego świata. Warsztaty odbyły się na terenie zabytkowego Zakładu Uzdatniania Wody Bielany. Uczestnicy zajmowali się podczas warsztatów m. in. efektywnością energetyczną, śladem węglowym, zrównoważonym rozwojem, zarządzaniem aktywami, czy wpływem COVID-19 na dostawę mediów (wody, prądu, gazu).

1200

Firma **Wyborowa Pernod Ricard** stworzyła kompleksowe szkolenie **The Bar World of Tomorrow (Zrównoważony Bar Przyszłości)**. To bezpłatny kurs na platformie EdApp oraz szkolenia live. Kurs uczy kontrahentów zarządzać lokalami gastronomicznymi w odpowiedzialny sposób, tak by zmniejszały negatywny wpływ na środowisko, a zwłaszcza minimalizowały ilość wytwarzanych odpadów. Szkolenia uwzględniają istotne aspekty pracy w barze: od używania świeżych składników, przez odpowiedzialne serwowanie alkoholu, po świadome zarządzanie odpadami. Są oparte na modelu 5R grupy Pernod Ricard: Rethink (przemyślenie), Reduce (zmniejszenie), Reuse (ponowne użycie), Recycle (recykling), Respect (szacunek). Moduły szkoleniowe zostały zaprojektowane przez Grupę Pernod Ricard w partnerstwie z Trash Collective i Sustainable Restaurant Association. Do 2030 r. Grupa Pernod Ricard planuje przeszkolić 10 000 barmanów.

150

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Projekt badawczy **Barometr Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym** to wynik współpracy **Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** (ZPF) z Instytutem Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Na podstawie badania ankietowego przeprowadzonego wśród przedsiębiorstwa zrzeszonych w ZPF opracowany został raport i syntetyczny wskaźnik – Barometr Odpowiedzialnego Zarządzania Przedsiębiorstwem Finansowym, który identyfikuje poziom dojrzałości odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstw finansowych na tle wyników badania wielobranżowego. Zebrane informacje pokazały m.in. które obszary odpowiedzialnego biznesu są już respektowane, a w których należy podjąć wysiłki na rzecz ich poprawy.

12

Konkurs **VERBA VERITATIS** na najlepszą pracę z zakresu etyki biznesu to organizowane od 2006 r. wspólne przedsięwzięcie **Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** i Akademii Leona Koźmińskiego. Celem konkursu jest zwiększanie wiedzy młodych ludzi, często wkraczających dopiero na rynek pracy, z zakresu etyki biznesu, społecznej odpowiedzialności biznesu, różnorodności czy ładu korporacyjnego. Przyczynia się to do wzmacniania podstaw etycznego funkcjonowania różnorodnych organizacji, a przez to ma istotny wpływ na realizację zasad odpowiedzialnego rozwoju w biznesie i społeczeństwie. Konkurs objęty jest patronatem Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

12

RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

CEMEX Polska od 2013 r. **organizuje cykliczne spotkanie w ramach dialogu z interesariuszami**, na które zaprasza przedstawicieli samorządów lokalnych, placówek oświatowych, instytucji kulturalnych, organizacji pozarządowych i mediów z Chełma i Rudnik. CEMEX prowadzi spotkania dialogowe wg międzynarodowego standardu AA 1000 SES. Przedstawiciele firmy oraz społeczności lokalnych mają szansę przedyskutować kwestie dotyczące wpływu firmy na najbliższe otoczenie i wspólnie zaplanować działania na przyszłość. W 2022 r. w spotkaniach w obydwu lokalizacjach uczestniczyło ponad 100 osób. Firma zaprosiła do udziału eksperta, dr. Adama Lesiuka z UMCS, który przybliżył uczestnikom tematykę gospodarki obiegu zamkniętego, w szczególności objaśniając jak branża cementowa wdraża ją w praktyce, wykorzystując w procesach produkcyjnych paliwa alternatywne, zamiast kopalnych.

1000

Grupa DIAGNOSTYKA, do której należy firma **DIAGNOSTYKA** oddała do użytku **nowy serwis korporacyjny**, który daje dostęp do potrzebnych informacji oraz prezentuje dotychczasowe osiągnięcia wszystkich jej spółek. Nowy serwis jest na bieżąco aktualizowany w obszarze najważniejszych wydarzeń i aktywności spółek Grupy. DIAGNOSTYKA traktuje swoich partnerów biznesowych priorytetowo, podobnie jak pacjentów. Relacje biznesowe buduje i umacnia już od prawie 25 lat. Dla wygody użytkowników i większej przejrzystości informacji część korporacyjna została całkowicie wyodrębniona od serwisu przeznaczonego dla pacjentów.

7000

Grupa ANG jest **współtwórcą i sygnatariuszem Deklaracji Odpowiedzialnej Sprzedaży**, która powstała jako odpowiedź na nieprawidłowości występujące w branży finansowej i pomysł na to, jak im przeciwdziałać. Dokument tworzy ramy odpowiedzialności instytucji finansowych wobec konsumenta, wskazuje konkretne działania, które należy podjąć, wykraczające ponad te określone przez prawo i zachęca do ciągłego doskonalenia się w tym obszarze. Ma być rekomendacją dla konsumenta i potwierdzeniem, że jej sygnatariusz sprzedaje swoje produkty i usługi w sposób odpowiedzialny. Od momentu powstania inicjatywy przystąpiły do niej cztery organizacje. Grupa ANG nie toleruje *misselingu*, czyli sytuacji, gdy ktoś sprzedaje coś, czego klient nie potrzebuje, na co go nie stać, czego nie rozumie, i za zbyt wysoką cenę. Firma regularnie szkoli ekspertów i bada satysfakcję klientów. W 2022 r. przeszła z pozytywnym wynikiem drugi audyt (pierwszy odbył się w 2020 r.) przeprowadzony przez KPMG.

1000

Kodeks Postępowania dla Dostawców to dokument zobowiązujący dostawców **Grupy CCC** do przestrzegania określonych zasad dotyczących praw człowieka, prawa pracy, dbałości o środowisko naturalne i etyki prowadzenia biznesu. Dotychczasowy kodeks obowiązywał dostawców towarów handlowych, czyli dostawców, którzy dostarczają Grupie produkty oferowane w sklepach. Dokument wprowadzony w 2022 r. poszerza tę grupę o dostawców towarów niehandlowych i usług, czyli dotyczy wszystkich dostawców produktów, maszyn, urządzeń używanych na co dzień oraz dostawców usług. Kodeks został także dostosowany do najważniejszych międzynarodowych wytycznych etycznego postępowania w biznesie oraz powiązany z Kodeksem Etyki Grupy CCC. Zapisy Kodeksu Postępowania dla Dostawców Grupy CCC są oparte na normach prawnych i wytycznych międzynarodowych, uznanych za źródło najlepszych praktyk dla etycznego postępowania w biznesie: Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, Wytyczne OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych, Konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy (m.in. Konwencja nr 29 dotycząca pracy przymusowej lub obowiązkowej, Konwencja nr 138 dotycząca najniższego wieku dopuszczenia do zatrudnienia) i in.

15828

Grupa PBI **kontynuuje proces budowania etycznego i zgodnego środowiska biznesowego**. Wdrożyła „Kodeks postępowania partnerów biznesowych" oraz opracowała i opublikowała „Politykę prezentową" – obydwa te dokumenty na podstawie Kodeksu etyki. Powstały one, by wskazać standardy oraz zasady prowadzenia działalności, jakimi kieruje się Grupa PBI i jakich oczekuje od swoich partnerów. Spółki Grupy PBI zastrzegają sobie prawo do pozyskiwania informacji i danych od partnerów biznesowych, które potwierdzą, że działają oni zgodnie z przyjętymi zasadami i jednocześnie dają takie prawo również swoim partnerom biznesowym, na zasadzie wzajemności. Praktyka ta stosowana jest w stosunku do wszystkich kontrahentów spółek Grupy PBI i ma na celu m.in. eliminowanie z rynku nieuczciwej konkurencji.

1200

Hochland ciągle poprawia jakość współpracy ze swoimi interesariuszami, w tym z dostawcami mleka. Organizuje **Konkurs na Najlepszego Dostawcę**. W 2022 r. firma po raz dwudziesty wybrała najlepszych hodowców w 5 kategoriach: „Największa ilość mleka", „Najlepsza jakość mleka", „Największy wzrost ilości mleka", „Dobrostan zwierząt" oraz „Rozwiązania proekologiczne, sprzyjające środowisku". Hochland angażuje hodowców w działania na rzecz dobrostanu zwierząt (cel: 75% gospodarstw w kategorii A do 2025 r.) oraz redukcji śladu węglowego w gospodarstwach (działania inwestycyjne na rzecz środowiska). W 2022 r. na podstawie przeprowadzonych audytów potwierdzono, że kategorię A uzyskało 53% dostawców mleka. W konkursie wyłoniono gospodarstwo wyróżniające się dbałością o środowisko naturalne: nawożące uprawy w oparciu o wyniki analiz prób glebowych, pozyskujące energię z instalacji fotowoltaicznych i kolektorów słonecznych, prowadzące własną oczyszczalnię ścieków, stosujące odzysk ciepła i wykorzysujące ciepłą wodę do mycia urządzeń.

800

Firma **Intrum** funkcjonuje w oparciu o 4 wartości: Empathy (empatia), Ethics (etyka), Dedidcation (poświęcenie) i Solutions (rozwiązania) oraz Kodeks Postępowania, do których przestrzegania zobowiązani są wszyscy interesariusze. Ma to na celu przede wszystkim **sprawiedliwe traktowanie konsumentów, czyli osób zadłużonych**. Firma przestrzega Zasad Dobrych Praktyk Związku Przedsiębiorstw Finansowych i po raz kolejny zdobyła przyznawany przez niego certyfikat etyczny. Intrum działa również na rzecz pozytywnego postrzegania firm windykacyjnych w Polsce. Zdefiniowała 10 zasad etycznych oraz rzetelnych praktyk procesu odzyskiwania należności, które mogą stanowić podstawę do stworzenia standardu działania branży windykacji, który przyczyniłby się do uczciwego i etycznego traktowania wszystkich konsumentów.

520

Jeronimo Martins Polska we współpracy z międzynarodową firmą SGS opracowało autorski **program audytów kwestii środowiskowych i społecznych**, by świadomie zarządzać całym łańcuchem wartości. Dla audytów środowiskowych został przygotowany szczegółowy standard techniczny, zgodnie z którym oceniani są dostawcy. Jednocześnie wskazuje on rozwiązania, które umożliwiają spełnienie wymagań. Dla audytów społecznych został przygotowany standard, który sprawdza u dostawców trzy główne obszary: warunki pracy, warunki zatrudnienia oraz systemy zarządzania. Celem programu jest zapobieganie zagrożeniom, zdefiniowanie obszarów do doskonalenia oraz identyfikacja dobrych praktyk. Każda z firm współpracujących z Biedronką jest analizowana przez zewnętrznych ekspertów, otrzymuje ocenę swoich praktyk i indywidualne zalecenia do doskonalenia oraz pomoc w ich spełnieniu. W 2022 r. sieć Biedronka przeprowadziła audyty środowiskowe u 39 swoich dostawców i audyty społeczne u 32 dostawców.

80000

Sieć Biedronka należąca do **Jeronimo Martins Polska** dostrzega możliwość swojego wpływu na poprawę dobrostanu zwierząt hodowlanych w skali całego kraju. W markach własnych firma stosuje standardy uwzględniające kryteria dobrostanu zwierząt. W 2021 r. Grupa Jeronimo Martins opracowała **Standard Animal Welfare** wspólny dla wszystkich swoich spółek. Przewiduje on regularne audyty ubojni, a na dalszym etapie wdrażania, również hodowli. Dostawcy objęci standardem są zobowiązani do tego, aby hodowcy dostarczający żywiec również spełniali wymagania standardu. Grupa zdecydowała, że ostateczna ocena dostawcy będzie uzależniona od oceny dobrostanu zwierząt, zgodnie ze standardem. Do tej pory standardem Animal Welfare zostało objętych 42 dostawców sieci Biedronka.

80000

Firma **LG Energy Solution Wrocław** **wprowadziła politykę odpowiedzialnego pozyskiwania surowców**, która określa podstawowe zasady zarządzania łańcuchem dostaw, by zminimalizować ryzyko związane m.in. z łamaniem praw człowieka czy zanieczyszczeniem środowiska. W skład polityki wchodzą regularne oceny łańcucha dostaw, dodatkowe badania *due diligence* oraz nadzór nad wprowadzanymi usprawnieniami. Spółka tworzy też system prewencji, by szybko wykrywać nieprawidłowości. Ustanowiła też „Kodeks postępowania dla dostawców", składający się z globalnych standardów i regulacji.

10000

MAKRO Polska rozwija **zrównoważony łańcuch dostaw** w ramach celu ESG – neutralności klimatycznej. Firma współpracuje jedynie z operatorami logistycznymi spełniającymi określone kryteria środowiskowe. W instalacjach chłodniczych magazynów jako czynniki chłodzące nie mogą być używane substancje o wysokim potencjale niszczenia powłoki ozonowej (freony). W transporcie 80% lub więcej pojazdów powinno mieć klasę emisji spalin co najmniej EURO 5. W magazynach i transporcie powinien być zapewniony system kontroli i rejestracji właściwej temperatury (zachowanie łańcucha chłodniczego). Powinien też być wdrożony zdigitalizo-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

wany system śledzenia towaru podczas całej trasy, aby można było sprawnie i celowo go wycofać.

5000

mBank opracował **Kodeks zrównoważonego rozwoju dla dostawców i partnerów i poradnik ESG dla dostawców**. Kontrahent, który chce przystąpić do postępowania zakupowego, musi podpisać oświadczenie odwołujące się do kodeksu. mBank zbiera oświadczenia również od dotychczasowych dostawców. W ten sposób potwierdzają oni, że przestrzegają podstawowych standardów ESG. Poradnik ESG dla dostawców jest dostępny bezpłatnie dla wszystkich zainteresowanych. Tłumaczy zagadnienia związane z ESG i zachęca przedsiębiorców, w tym małe i średnie przedsiębiorstwa, do budowania przewagi konkurencyjnej w oparciu o ESG. mBank planuje do końca 2023 r. zebrać oświadczenia o przestrzeganiu zasad ESG od 80% swoich dostawców. Na ten rok bank planuje też działania promujące poradnik dla dostawców. Dzięki kodeksowi i poradnikowi mBank przygotowuje dostawców na coraz wyższe wymagania w zakresie ESG, jakie w najbliższych latach będą zgłaszać ich klienci biznesowi.

7000

Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni wspiera lokalnych przedsiębiorców** korzystając z oferowanych przez nich towarów i usług. Dokonując wyboru prezentów świątecznych dla partnerów biznesowych, Kancelaria postawiła na lokalne przedsiębiorstwo – kwiaciarnię ,,Kwiatostany". W przypadku wyboru przedsiębiorstwa krawieckiego, Kancelaria stawia na Pracownię krawiectwa męskiego, prowadzoną przez pana Leonarda Paneckiego. Również materiały biurowe i produkty spożywcze kupowane są przez Kancelarię od lokalnych przedsiębiorców. Prezenty świąteczne, kupione w lokalnej kwiaciarni zostały docenione i zauważone przez partnerów biznesowych Kancelarii, którzy dzięki temu dowiedzieli się o jej istnieniu i zapowiedzieli korzystanie z jej usług. Podobnie jest w przypadku innych towarów, wspólnicy Kancelarii informują kto jest ich producentem/wytwórcą, podkreślając współpracę z lokalnymi przedsiębiorcami.

8

Firma **Planko**, która współpracuje głównie z producentami niemieckimi **dba o jakość i bezpieczeństwo swoich produktów**. Upewnia się, że dostawcy mają wymagane certyfikaty i atesty potwierdzające bezpieczeństwo oraz wysoką jakość produktów. Dla PLANKO ważne jest również, aby producenci byli firmami dbającymi o środowisko. Firma organizuje wizyty swoich przedstawicieli u producentów, którzy wytwarzają zamawiane i oferowane klientom PLANKO produkty, oraz regularnie przeprowadza szkolenia.

12

ROBYG, w trosce o odpowiedzialny łańcuch dostaw, wprowadził w 2021 r. **Kodeks Postępowania dla Dostawców i Podwykonawców**, zawierający nie tylko zobowiązania w zakresie etycznego postępowania i redukcji negatywnego wpływu na środowisko, ale też przestrzegania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji czy dbania o różnorodność w miejscu pracy. Kodeks odzwierciedla wartości ROBYG oraz najważniejsze obszary jego działalności. W 2022 r. zapoznało się z nim i zobowiązało do jego przestrzegania 100% dostawców i podwykonawców firmy.

500

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

36 firm

49 praktyk

Opracowania o ESG w większości wskazują na potrzebę łączenia wskaźników niefinansowych z prowadzonym biznesem. W obliczu wyzwań klimatycznych i społecznych potrzebujemy już nie tylko odpowiedzialnych firm, ale zrównoważonych produktów i usług. Takie podejście kieruje uwagę bezpośrednio na konsumentki i konsumentów, na ich preferencje, zróżnicowanie, możliwości i ograniczenia. Zagadnienia konsumenckie stają się w ten sposób nie tylko kluczowe dla generowania zysku, ale i zrównoważonego rozwoju.

W tegorocznym Raporcie w tym obszarze znalazło się 49 praktyk (przy 71 w zeszłorocznej edycji). W największej części zostały one poświęcone edukacji konsumentek i konsumentów (14) oraz ich zdrowiu i bezpieczeństwu (14). W zakresie edukacji zgłoszone inicjatywy dotyczyły między innymi znaczenia badań profilaktycznych, ubezpieczania się, odpowiedzialnego gospodarowania budżetem domowym, bezpieczeństwa na drodze, cyrkularności czy niebezpieczeństw płynących z korupcji.

W kategorii zdrowia i bezpieczeństwa nacisk położony został przede wszystkim na zagrożenia cyfrowe, odpowiedzialne korzystanie z infrastruktury, wsparcie psychologiczne i kreowanie zdrowych nawyków żywieniowych. E-poradniki, eventy, interaktywne instalacje, a nawet gra planszowa – przedstawione praktyki korzystały z wielu, często bardzo kreatywnych kanałów komunikacji.

Warto zwrócić uwagę także na inicjatywy z obszaru dostępności produktów i usług. Na dostrzeżenie zasługuje znoszenie przez firmy barier komunikacyjnych i technologicznych. To doskonały przykład tego, jak biznes i etyka mogą ze sobą współgrać: większa dostępność produktów i usług oznacza poszerzenie portfela klientek i klientów. Firmy stawiały w tym względzie między innymi na udogodnienia w obsłudze swoich stron i aplikacji oraz przygotowywały infrastrukturę techniczną dla osób ze specjalnymi potrzebami.

Bardzo interesujące projekty znalazły się również w kategorii odpowiedzialnego marketingu. W dobie szalejących green-, social- czy rainbow- i innych washingów zgłoszone praktyki pokazują, że skuteczny biznes można budować także na odpowiedzialności za słowo. Wśród zaprezentowanych wdrożeń znalazły się między innymi prosty, czytelny język dokumentów, w tym umów oraz szczególna ostrożność w etykietowaniu produktów dla dzieci.

Pięć firm przedstawiło także inicjatywy w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji. Dotyczyły one doniosłych społecznie zagadnień, jak spożycie alkoholu, spłata zadłużenia i wybieranie produktów lokalnych.

Najmniej praktyk trafiło zaś do obszaru ułatwień dla klientów (3). Wiążą się one z uproszczeniem procesu obsługi ubezpieczeń, śledzeniem statusu likwidacji szkody oraz elektronicznym systemem usprawniającym ruch na autostradzie.

Łącznie do zagadnień konsumenckich zgłosiło się 36 firm (51 w ubiegłym roku). Warto je obserwować, szczególnie że proponowane rozwiązania mają w dużej mierze charakter stały i będą rozwijane w kolejnych latach. Mimo zmniejszenia zainteresowania problematyką dotyczącą konsumentek i konsumentów można zakładać, że niebawem stanie się ona jedną z ważniejszych. Powodem takiego stanu rzeczy jest umieszczenie tych kwestii w drafcie Europejskich Standardów Raportowania Zrównoważonego Rozwoju (ESRS). Standard S4 wprost odnosi się do konsumentów i konsumentek oraz użytkowników i użytkowniczek końcowych.

Warto zaznaczyć, że zrównoważone produkty i usługi można znaleźć też w innych częściach raportu, np. w kategorii „ekoprodukty" w obszarze „Środowisko".

Marcin Milczarski,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Liczba zatrudnionych pracowników w 2022 r.

Mikro / małe / średnie przedsiębiorstwo

Podsumowanie Celów Zrównoważonego Rozwoju – str. 317

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I USŁUG

ALLEGRO stworzyło proste w obsłudze i dostępne dla wszystkich **Automaty Paczkowe One Box**. Firma zwróciła szczególną uwagę na ich dostępność oraz na zniesienie barier komunikacyjnych i technologicznych. Pod koniec 2002 r. 96% automatów gwarantowało wygodny podjazd, informację o dostępności wyświetlaną na etapie wyboru oraz możliwość wskazania strefy, w której kurier umieści paczkę. Osoby niedowidzące i niedosłyszące mogą skorzystać ze specjalnych kanałów kontaktu z pracownikiem dzięki informacjom umieszczonym w alfabecie Braille'a oraz infolinii w języku migowym. Allegro poddało to rozwiązanie audytowi Fundacji Avalon. Tak powstał raport o tym, jak likwidować bariery w dostępności „Daj się! Jak tworzyć dostępny automat paczkowy". Raport przygotowała Fundacja Avalon, a opracowała graficznie Agencja Leżę i Pracuję.

4848

Compensa minimalizuje ryzyko wykluczenia ze względu na brak dostępności jej mediów dla osób z niepełnosprawnościami. **Strona internetowa zawiera udogodnienia dla osób niedowidzących.** Zastosowane udogodnienia są zgodne z podstawowymi wymaganiami WCAG 2.0 (poziom zgodności A) w zakresie dostępności stron internetowych dla osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami. Osoby niedowidzące mogą dostosować wielkości czcionki na stronie i zwiększyć kontrast wyświetlanych treści. W Polsce w 2022 r. aż 87% społeczeństwa, czyli ok. 30 mln osób, ma dostęp do Internetu. Osób, które mają prawne potwierdzenie niepełnosprawności, jest ponad 3 mln ale osób z niepełnosprawnościami rzeczywistości jest dużo więcej – od 4 do 7 mln. Z badań wynika, że co najmniej 7% internautów może mieć problem z obsługą witryn ze względu na niedowidzenie. W 2022 r. stronę www.compensa.pl odwiedziło ponad milion użytkowników.

1935

Grupa PBI zorganizowała **warsztaty Dostępny Przedsiębiorca**, w których wzięli udział pracownicy na co dzień mający kontakt z klientami. Tematyką poruszaną na warsztatach było uwrażliwienie pracowników na potrzeby klientów z niepełnosprawnościami, by tym ostatnim zapewnić dostęp do towarów i usług firmy. Dla klientów z dysfunkcjami narządów wzroku, słuchu, ruchu oraz mających trudności w rozumieniu i zapamiętywaniu treści firma przygotowała materiały na stronie internetowej z tekstem alternatywnym do ilustracji i wersje tekstowe infografiki. Klienci z zaburzeniami płynności mowy, niepełnosprawnością ruchową czy z chorobami przewlekłymi mogą kontaktować się z firmą poprzez pocztę elektroniczną, a nie osobiście. Firma zrealizowała projekt we współpracy z Fundacją Centrum Europy Lokalnej.

1200

Uruchomiony w 2017 r. kanał Super Polsat **Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia)** był pierwszą stacją w Polsce i Europie, w której zdecydowana większość ramówki jest dostosowana do odbioru przez osoby z niepełnosprawnością narządów wzroku lub słuchu. Natomiast **Polsat News wprowadził napisy na żywo** – jako pierwsza komercyjna stacja informacyjna. Główne wydanie „Wydarzeń" i „Wydarzenia Wieczorne" (program już emitowany z tłumaczeniem na język migowy) oraz programy publicystyczne: „Gość Wydarzeń", „Wydarzenia i Opinie", „Interwencja Extra", „Skandaliści" i „Prezydenci i Premierzy", są dostępne z napisami.

7500

Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice wdrożył międzynarodowy program Hidden Disabilities Sunflower i tworzy przestrzeń bardziej przyjazną osobom z niepełnosprawnościami. Gadżet z logotypem **Hidden Disabilites Sunflower** ułatwia identyfikację tych pasażerów przez pracowników krakowskiego lotniska. Smycze z logiem programu może pobrać każdy pasażer w punktach informacji lotniskowej Kraków Airport. W 2022 r. lotnisko obsłużyło 17 551 pasażerów z niepełnosprawnościami, a ok. 250 osób pobrało smycze z logo Hidden Disabilities.

689

Firma **Orange Polska** w ramach akcji **Orange Expert dla seniora** zorganizowała szkolenia dla seniorów o tym jak korzystać z sieci i usług cyfrowych, by oswoić osoby starsze z nowymi technologiami i światem cyfrowym. Firma przygotowała 20 filmów instruktażowych Orange Ekspert Senior, m.in. na temat korzystania z sieci, aplikacji oraz usług. Ich format i treść były konsultowane z osobami starszymi. Filmy udostępnione zostały na dedykowanej seniorom stronie www.orange.pl/dlaseniora oraz bezpośrednio na kanale YouTube. Wszystkie są dostępne dla osób z niepełnosprawnościami. Do tej pory obejrzało je ponad 47 tys. osób.

10880

Santander Bank Polska prowadzi **Program Obsługa bez barier**, który służy poprawieniu dostępności usług i produktów oraz miejsc obsługi dla wszystkich klientów, także tych potencjalnie wykluczonych. Osoby z indywidualnymi potrzebami mogą skorzystać m.in. z sieci certyfikowanych oddziałów bez barier architektonicznych i bankomatów z udogodnieniami. Blisko 40% oddziałów legitymuje się certyfikatem dostępności architektonicznej. Santander oferuje klientom obsługę w polskim języku migowym. 100% oddziałów posiada udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością wzroku. Call Center oferuje także identyfikację przez biometrię głosową oraz usługę Call Steering, czyli IVR głosowy, który pozwala klientom na szybkie połączenie z odpowiednim doradcą. Obecnie 95% z blisko 1,5 tys. bankomatów ma co najmniej jedno udogodnienie. Bankowość internetowa i mobilna jest systematycznie audytowana pod kątem dostępności.

9584

EDUKACJA KONSUMENTÓW

Firma **ALAB laboratoria** we współpracy z krakowskim Szpitalem na Klinach przeprowadziła **bezpłatne badania cytologii płynnej**. W przypadku stwierdzenia nieprawidłowości szpital dodatkowo udzielał bezpłatnych porad ginekologicznych i pogłębiał diagnostykę w postaci badań histopatologicznych. Bezpłatną cytologię płynną wykonano łącznie u 200 kobiet. Akcje profilaktyczne są jednym z celów firmy – wsparcia profilaktyki zdrowia. ALAB wsparł tą inicjatywą kobiety w profilaktyce nowotworów ginekologicznych i piersi. W związku z dużym zainteresowaniem wspólna akcja firmy ALAB laboratoria i Szpitala na Klinach odbyła się dwa razy – we wrześniu oraz październiku 2022 r.

4000

W Polsce, w porównaniu z krajami Europy Zachodniej, ubezpiecza się niewiele osób i instytucji. **Compensa** dostrzega problem niewystarczającej ilości ubezpieczeń i stara się temu przeciwdziałać. Firma **prowadzi w mediach edukację na temat ubezpieczeń**, używając prostego języka. W 2022 r. Compensa wzmocniła te działania poprzez współpracę z agencją informacyjną Newseria. Opublikowano wiele materiałów, m.in.: „Jak ubezpieczyć środki obrotowe", „Przyczyny pożarów i jak się przed tym zabezpieczyć (instalacje)", „Jak się ubezpieczyć od powodzi". Materiały zwykle są szeroko komentowane i udostępniane w mediach, również lokalnych, dzięki czemu informacja dociera także do mieszkańców mniejszych miejscowości.

1935

Credit Agricole Bank Polska prowadzi akcję **#WyzwanieOszczędzanie** – zachęca Polaków do mądrego gospodarowania pieniędzmi, domowym budżetem i skutecznego oszczędzania. Zbudował już przeszło pięciotysięczną społeczność na Facebooku, która wymienia się praktycznymi wskazówkami o zarządzaniu pieniędzmi. Bank wydał e-poradnik „Dobre patenty na oszczędzanie", w którym zebrane zostały najciekawsze wypowiedzi ekspertów i najlepsze porady internautów. Credit Agricole publikuje te treści i przydatne narzędzia na specjalnej stronie internetowej. Akcja odpowiada na potrzeby Polaków, którzy mierzą się z galopującą inflacją i coraz większymi codziennymi wydatkami.

4300

Firma **Gdańsk Transport Company** kontynuowała akcję edukacyjną **Licz do zera** – czyli zero wypadków śmiertelnych na autostradzie. To prowadzone w miejscach obsługi podróżnych autostrady AmberOne eventy dla kierowców. Firma przygotowała interaktywną instalację edukacyjną, poruszającą 4 aspekty bezpieczeństwa na autostradzie, będące jednocześnie najczęstszymi przyczynami wypadków drogowych: prędkość, zmęczenie, dekoncentracja i niezachowanie odpowiedniej odległości między pojazdami. Dla młodszych podróżników firma przygotowała plenerową grę planszową Zielona Podróż, o bezpieczeństwie w podróży i proekologicznych zachowaniach. W 2022 r. odbyło się 15 eventów, w których aktywny udział wzięło ponad 4100 osób. Analiza wypadków i kolizji na autostradzie wskazuje trend spadkowy tych zdarzeń.

8

Firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** prowadzi specjalistycznego bloga, na którym publikuje materiały dotyczące produktów, technologii, rozwiązań i zastosowań proponowanych klientom. W przygotowanie treści angażują się wszyscy doradcy techniczni z poszczególnych działów. Firma dzięki temu **edukuje klientów i daje im możliwość świadomego podejmowania decyzji zakupowych**.

48

Na 9 grudnia przypada Światowy Dzień Przeciwdziałania Korupcji i Praniu Pieniędzy. Firma **ING Hubs Poland** nawiązała do tej okazji, organizując **Tydzień przeciwdziałania praniu pieniędzy**. Celem akcji było uświadomienie wagi problemu korupcji i prania pieniędzy. Działania miały miejsce w mediach publicznych m.in. debata „Pranie pieniędzy – jak skutecznie zwalczać przestępczość finansową", rozmowy eksperckie: „Rola instytucji finansowych w budowaniu zaufania społecznego", „Zasady bezpieczeństwa i analiza danych w bankach", „Jak wdrażanie standardów ESG może wspierać walkę z korupcją?", oraz wywiady, np. w Gazecie Finansowej „Polska w czołówce walki z praniem pieniędzy".

3000

Firma **Intrum** udziela konsumentom wsparcia w spłacie zadłużenia. Spółka przygotowała cykl edukacyjny **Ogarniam finanse** – to wiedza i praktyczne porady, jak unikać zadłużenia, wyjść z problemów finansowych i być odpowiedzialnym konsumentem, zawarte w ponad 4 tys. publikacji w prasie drukowanej i online. Szkolenie obejmowało również zagadnienie roli firm windykacyjnych w społeczeństwie. Intrum z cyklem „Ogarniam finanse" dotarło do 11 mln odbiorców. W ramach akcji firma była w kontakcie z 8 mln osób w kłopotach finansowych, udzieliła też pomocy 141 firmom (klienci CMS), pomogła spłacić zadłużenie ok. 270 tys. zadłużonym.

520

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

KRUK jest **inicjatorem Dnia bez Długów**, który jest obchodzony w Polsce 17 listopada. Firma posiada prawo ochronne Urzędu Patentowego do nazwy „Dzień bez Długów" w formie słownej i graficznej. Cel akcji to podnoszenie świadomości społeczeństwa na temat: konieczności zarządzania własnymi finansami, odpowiedzialnego zaciągania zobowiązań finansowych, radzenia sobie ze spłatą zaległych płatności, a także moralności płatniczej i roli firm windykacyjnych w obrocie gospodarczym. Jak wynika z badania firmy KRUK, aż 53% Polaków średnio ocenia poziom wiedzy i umiejętności zarządzania swoim domowym budżetem. Jednocześnie 29% zdecydowanie czuje potrzebę zwiększenia swojej wiedzy z zakresu zarządzania finansami.

3500

Marka Vichy należąca do **L'Oréal Polska** od ponad 20 lat bada wpływ menopauzy na starzenie się skóry. Przy okazji Światowego Dnia Menopauzy marka zainicjowała kampanię **Zmiany są piękne. Menopauza. Mówmy o tym!**, chcąc wesprzeć kobiety w postrzeganiu menopauzy jako naturalnego etapu, który otwiera przed nimi nowe możliwości. Odbyły się bezpłatne warsztaty zapewniające kobietom w okresie okołomenopauzalnym dostęp do porad w zakresie pielęgnacji skóry, odżywiania, dobrego samopoczucia oraz zdrowia. Do kampanii zaproszono ambasadorki: Agnieszkę Dygant, która wkracza w okres menopauzy, i Katarzynę Dowbor, która jest po menopauzie.

1150

W trakcie **Dnia Konsumenta** firma **Provident Polska** badała zachowania konsumenckie i realizowała kampanie edukacyjne. Firma opublikowała wyniki badań Barometru Providenta, przeprowadziła też kampanie w prasie i mediach online oraz zrealizowała akcję edukacyjną z Fundacją Rozwoju Rynku Finansowego. Materiały związane z Dniem Konsumenta (poruszające m.in. zagadnienie dbania o środowisko i własne portfele poprzez kupowanie rzeczy używanych, a także uświadamiające odbiorcom prawa, które przysługują im jako konsumentom) ukazały się w „Dzienniku Gazecie Prawnej", „Super Expressie" oraz w prasie kobiecej („Twój Styl", „Show", „Olivia"). W 2022 r. przekaz z okazji Dnia Konsumenta dotarł do ponad 1 mln 104 tys. odbiorców.

1800

T-Mobile Polska w projekcie **Na Wygranej Pozycji** był przewodnikiem po świecie nowoczesnych technologii, mówiącym w języku atrakcyjnym dla młodej grupy docelowej. Do współpracy zaangażowana została trójka młodych influencerów, którzy swoje kariery budują w Internecie: Zuza Borucka, Colorowy oraz Billie Sparrow. Opowiadali oni o swoich doświadczeniach związanych z hejtem i samoakceptacją. Kampania była realizowana we współpracy z ekspertami Fundacji ULICA, a zasięgiem objęła ponad 400 tys. osób.

5000

Wawel Truck marki **Wawel**, to interaktywna, eventowa ciężarówka pełna słodyczy i atrakcji dla dzieci. Odwiedza polskie miasta, zapewniając mnóstwo słodkiej zabawy. W Wawel Trucku każdy może także spróbować swoich sił w animowanych grach, poznać tajniki produkcji czekolady oraz dowiedzieć się więcej o dobrych składnikach w produktach marki Wawel. Zabawę wieńczy wejście do słodkiej strefy, w której można skomponować miks swoich ulubionych słodyczy. Wawel Truck zawitał już do ponad 100 miast, ma na swoim liczniku 100 tys. km i dotarł do ok. 5 mln konsumentów.

1097

Firma **Wiener TU Vienna Insurance Group** **stworzyła kampanię edukacyjną „Docenisz, gdy wycenisz"**. Ceny mieszkań rosną, jednak nie wszyscy biorą to pod uwagę, wybierając sumę ubezpieczenia mieszkania. Gdy jest ona zbyt niska, odszkodowanie może nie pokryć całości wydatków, a zjawisko to nazywane jest luką ubezpieczeniową. Firma przeprowadziła badanie, a w mediach pojawiły się publikacje oraz quiz uświadamiające ryzyka związane z niedoubezpieczeniem, wykorzystała do promocji podcasty, social media oraz podjęła współpracę z autorytetem w dziedzinie finansów – Maciejem Samcikiem z „Subiektywnie o finansach".

525

Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce przeprowadził **Kampanię edukacyjną „Windykacja? Jasna Sprawa"**. Jej celem było m.in. dostarczanie informacji na temat branży windykacyjnej i jej roli w polskim życiu społeczno-gospodarczym oraz uzmysłowienie odbiorcom kampanii jasnych reguł postępowania, jakimi kierują się firmy windykacyjne. Kampania ma przyczynić się do zmniejszenia powszechności unikania spłaty długów, skutkującego popadaniem przez osoby zadłużone w jeszcze większe problemy finansowe bądź zaburzeniem równowagi przepływu kapitału w gospodarce.

12

ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

Firma **Carlsberg Polska** zorganizowała szóstą edycję programu **Trzeźwo myślę**, którego adresatami są kierowcy i pasażerowie. W 3 filmach nakręconych w samochodzie wzięli udział ambasadorzy: aktorka Dominiki Gwit-Dunaszewskiej, Marek Konkolewski – ekspert ds. ruchu drogowego, Marcin Borkowski – ratownik medyczny oraz Edyta Bartosiak – instruktorka nauki jazdy. Eksperci opowiadali o odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i pokazywali pozytywne wzorce do naśladowania. Patronat objął Wojewódzki Ośrodek Ruchu Drogowego w Warszawie, a partnerem merytorycznym zostało „Partnerstwo dla bezpieczeństwa drogowego".

1300

Kompania Piwowarska zrealizowała **kampanię społeczną „Alkohol i samochód – to się nie rymuje"** zachęcającą użytkowników do sprawdzenia się w rymowaniu i wspólnego napisania utworu o tym, że alkohol i samochód do siebie nie pasują. Zachęcali do tego przedstawiciele świata rapu i muzyki: Adam Piechocki aka Pih oraz Piotr Fronczewski aka Franek Kimono. Partnerem było Stowarzyszenie Partnerstwo dla Bezpieczeństwa Drogowego.

2716

Marzenia z gwarancją spełnienia to program lojalnościowy skierowany do klientów firmy **KRUK**. Działa już od 2013 r., a jego celem jest motywacja klientów firmy do regularnej, terminowej spłaty zadłużenia rozłożonego na raty. Klienci, którzy przystąpią do programu, za każdą terminową spłatę zadłużenia otrzymują punkty bonusowe, które mogą wymieniać na nagrody. Od 2013 r. w programie zarejestrowało się niemal 245 tys. klientów, a na koniec 2022 r. w programie było aktywnych 36 800 uczestników.

3500

Inicjatywa **Wybieram Lokalnie** realizowana przez **Lewiatan Holding** promuje naturalne produkty pochodzące od lokalnych dostawców. W myśl idei „od pola do stołu" produkty te przebywają drogę nie dłuższą niż 50 km, aby dotrzeć do sklepów. Akcja wzmacnia lokalne relacje pomiędzy dostawcami a przedsiębiorcami prowadzącymi sklepy Lewiatan. Produkty od lokalnych dostawców można rozpoznać dzięki specjalnie zaprojektowanym materiałom promocyjnym; popularyzowane są one także na corocznym Festiwalu Produktów Lokalnych. W 2022 r. ambasadorem marki Lewiatan został Tomasz Jakubiak, orędownik polskiej kuchni oraz produktów lokalnych.

80

Firma **wonga.pl** od 2015 r. **rozwija platformę edukacyjną Kapitalni.org**. Portal powstał w odpowiedzi na niską świadomość ekonomiczną klientów firmy. Wszystkie materiały edukacyjne przygotowane są w taki sposób, żeby były dla każdego zrozumiałe. Na Kapitalni.org jest także gra online edukująca w zakresie finansów. Wszystkie materiały są dostępne bezpłatne, a portal jest wciąż uzupełniany o nowe treści dotyczące aktualnych spraw związanych z finansami.

150

ODPOWIEDZIALNY MARKETING

Językowa OdNowa to uproszczenie dokumentów bankowych przeznaczonych dla klientów. **Credit Agricole Bank Polska**. Bank szkoli pracowników, buduje kulturę prostego języka i promuje to podejście. Przyjął wewnętrzną „Politykę prostego języka" – traktuje ją na równi z innymi regulacjami. Dba też, by oferty marketingowe były czytelne i zrozumiałe. Standard prostego języka wzmacnia przejrzystość tekstu, porządkuje strukturę informacji, co ułatwia rozumienie i zapamiętywanie treści. Bank otrzymał dwa certyfikaty Pracowni Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego, które potwierdzają, że tekst dokumentu jest prosty i przyjazny odbiorcy. Także wszystkie treści w nowej aplikacji mobilnej są pisane prostym, przyjaznym językiem, który szanuje każdą płeć i nikogo nie wyklucza.

4300

Europejski Fundusz Leasingowy zainicjował projekt **Prosty język w EFL**. Firma rozpoczęła od zmiany dokumentów do umowy leasingu i pożyczki, upraszcza kolejne druki oraz komunikację z klientem i komunikację wewnątrz firmy. Projekt rozwiązuje problem skomplikowanych treści, w tym umów, pozwala tworzyć teksty inkluzywne, dostępne dla wszystkich. Realizując projekt, EFL współpracował z ekspertami, językoznawcami Uniwersytetu Wrocławskiego. W 2022 r. odbyły się szkolenia z językoznawcą; pracownicy wspólnie z ekspertami stworzyli zbiór zasad prostego języka, wyłonili ambasadorów i promotorów, którzy działają na rzecz upraszczania i ulepszania komunikacji. Zmiany wdrożone w 2022 r. firma zmierzy także w badaniu NPS oraz wewnętrznych badaniach komunikacji.

409

Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia) **buduje udogodnienia i integrację społeczną osób z niepełnosprawnościami**. Polsat Box i Plus wychodzą naprzeciw potrzebom swoich klientów, a Telewizja Polsat jest przestrzenią do pokazania udanej integracji społecznej osób niepełnosprawnych. Osoby głuche mają możliwość skorzystania z pośrednictwa tłumacza polskiego języka migowego, niewidome – z alfabetu Braille'a, a klienci z upośledzeniem narządu ruchu są zapraszani do punktów sprzedaży pozbawionych barier architektonicznych. Na antenie Polsatu pojawiają się gwiazdy z różnymi niepełnosprawnościami, które w ten sposób pokazują widzom, że wszyscy jesteśmy pełnoprawnymi członkami społeczeństwa.

7500

KRUK w 2022 r. dołączył do inicjatywy UN Global Compact, by wypracować **etyczną komunikację**. W branży, która opiera się na przepisach prawnych przejrzysta, zrozumiała i etyczna komunikacja z klientami jest kluczowa. Treści kierowane przez firmę do klientów zostały wypracowane wspólnie z Pracownią Prostej Polszczyzny. Z badania przeprowadzone-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

go przez panel Ariadna w październiku 2022 roku wynika, że połowa osób posiadających zadłużenie uważa firmę KRUK za tę, która komunikuje się z klientami prostym i zrozumiałym językiem.

3500

Lidl Polska wspiera **świadomy i zrównoważony styl życia**. Firma wprowadza też nowe standardy w marketingu, skupiając się na komunikatach, które mogą być odbierane przez dzieci, a dotyczą żywności o wysokiej zawartości nasyconych kwasów tłuszczowych, cukru czy soli. Lidl kieruje się w tym zakresie rekomendacją Światowej Organizacji Zdrowia (WHO). Od 2023 r. sieć będzie obliczała proporcję źródeł białka zwierzęcego w stosunku do białka pochodzenia roślinnego w swoich produktach i zapewni przejrzystość tych informacji. Dziecięce wzory na opakowaniach artykułów żywnościowych marek własnych pojawią się tylko wtedy, jeśli produkty będą spełniać kryteria WHO dla zdrowej żywności.

24000

Mars Polska kontynuuje działania na rzecz odpowiedzialnej komunikacji marketingowej, w ramach **Mars Marketing Code** (Kodeksu Marketingowego).Samoograniczenia dotyczą wszystkich kategorii żywności z portfolio firmy. Mars Polska nie kieruje działań marketingowych do odbiorców poniżej 13. roku życia oraz nie wykorzystuje licencjonowanych postaci atrakcyjnych dla dzieci. Nie plasuje reklam przy programach przedstawiających brutalność, cierpienie zwierząt czy stereotypy. Nie przedstawia przekąsek jako substytutu posiłków i nie promuje niezbilansowanej diety. Skuteczność i konsekwencja mierzone są w regularnym audycie. Kodeks jest aktualizowany co 3 lata.

3100

UŁATWIENIA DLA KLIENTÓW

Dzięki wdrożeniu przez **Compensę** **aplikacji do śledzenia statusu szkody**, klienci są dobrze poinformowani o każdym etapie procesu likwidacji szkody; informacje mogą sprawdzać sami online 24/7. Compensa zdefiniowała kilkadziesiąt różnych statusów, które pokazują się klientom w czasie rzeczywistym. Aplikacja jest dostosowana do użytkowników gorzej widzących. Klienci mogą załączać niezbędne pliki bezpośrednio z telefonu lub z folderów na komputerze; w każdej chwili mogą też przejrzeć przesłane dokumenty. Usługa jest dostępna dla ubezpieczeń komunikacyjnych, osobowych i mieszkaniowych. Do 5 grudnia 2022 r. aplikacja miała 25 052 aktywnych użytkowników.

1935

Firma **Gdańsk Transport Company** wdrożyła system **AmberGO** usprawniający przejazd przez bramki autostradowe. Korzystanie z systemu jest 3 razy szybsze w porównaniu z płatnością tradycyjną. Użytkownik AmberGO nie musi zatrzymywać się na bramkach, otwierają się one automatycznie, a płatność jest pobierana online; dzięki temu oszczędza czas i spala mniej paliwa. AmberGO to również sposób na rozładowanie zatorów. Obecnie w systemie zarejestrowanych jest 1 462 549 pojazdów, a liczba transakcji automatycznych z końcem grudnia 2022 r. sięgnęła 38%. Na niektórych węzłach liczba transakcji w AmberGO przekracza nawet 50%.

8

Firma **Wiener TU Vienna Insurance Group** **wprowadziła redukcję czasu obsługi klientów** poprzez uproszczenie procesów związanych z obsługą ubezpieczeń. W ramach projektu POKER, pisma w obsłudze posprzedażowej i ponad połowa zgłoszeń likwidacji szkód generują się automatycznie, drogą mailową, bez użycia papieru. Wprowadzono także formularze na stronie WWW, dzięki którym klienci mogą błyskawicznie zgłosić szkodę. Te rozwiązania skróciły czas obsługi z kilku dni do nawet 15–30 min.

525

ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KONSUMENTÓW

Computer Emergency Response Team to interdyscyplinarny zespół powołany w **ALLEGRO** w celu podnoszenia poziomu bezpieczeństwa oraz budowania świadomości o bezpieczeństwie wśród pracowników i użytkowników. CERT monitoruje i analizuje bezpieczeństwo, koordynuje i obsługuje incydenty oraz inne przypadki dotyczące cyberzagrożeń, współpracuje z innymi zespołami CERT w Polsce i na świecie, uczestniczy w pracach organizacji Trusted Introducer oraz rozwija narzędzia do wykrywania, analizy i korelacji zagrożeń. Buduje też świadomość bezpieczeństwa wśród pracowników. Zespół przygotował serię artykułów dla użytkowników Allegro, w których pokazuje, w jaki sposób bezpiecznie kupować i sprzedawać w sieci. Allegro jest partnerem konkursu o cyberbezpieczeństwie dla dzieci organizowanego przez Trend Micro.

4848

Carrefour Polska prowadzi u swoich dostawców dwa rodzaje audytów: **audyty dobrostanu zwierząt** w rzeźniach oraz **audyty techniczne u dostawców marki Jakość z Natury**. W ubojniach weryfikowane są warunki transportu i uboju, audyty techniczne skupiają się z kolei na warunkach bytowania i żywienia. W przypadku marki Jakość z Natury cały łańcuch dostaw pozostaje pod kontrolą sieci Carrefour. W hodowli drobiu zabronione jest stosowanie pasz zawierających antybiotyki, stymulatory wzrostu, hormony i substancje o działaniu hormonalnym oraz genetycznie modyfikowanych materiałów paszowych. Audyty w rzeźniach prowadzone są co 3 lata. Dotyczy to ok. 20 rzeźni, z których 5 zostało skontrolowanych w 2022 r. – wszystkie z doskonałymi wynikami. W 2022 r. w fermach zwierzęcych odbyło się też 35 audytów marki Jakość z Natury.

11146

ING Bank Śląski wspiera Polaków w lepszym dbaniu o **bezpieczeństwo w Internecie**. Bank promuje dodatkowe zabezpieczenia w „Strefie bezpieczeństwa" w aplikacji Moje ING. Umożliwia korzystanie z weryfikacji behawioralnej, aktywację bezpłatnej usługi i wsparcie ekspertów CyberRescue, ustalenie bezpiecznych limitów i powiadomień dla płatności oraz przelewów, ustalenie metod autoryzacji płatności, tymczasowe zablokowanie karty. ING organizuje też działania edukacyjne na temat bezpieczeństwa: webinary z udziałem Piotra Koniecznego z portalu Niebezpiecznik.pl, stronę „Jak bezpiecznie bankować", a także kampanię „W dbaniu o bezpieczeństwo nie macie sobie równych".

8500

Sieć Biedronka należąca do **Jeronimo Martins Polska** wprowadziła **oznaczenia PACE (physical activity calorie equivalent)** na wybranych produktach marki własnej. Dodatkowe oznakowanie pojawia się na kolejnych produktach marki – TOP ze słonymi przekąskami od pierwszego kwartału 2022 r. Obecnie ma je 16 produktów tej marki (wybrano je dlatego, ponieważ ich nadmierna konsumpcja skorelowana jest często ze zbyt dużą podażą kcal w ciągu dnia).

80000

KONE organizuje spotkania w przedszkolach i szkołach w celu **edukacji najmłodszych w zakresie bezpieczeństwa**: prawidłowego korzystania z wind i schodów ruchomych. W 2022 r. odbyło się 12 spotkań z dziećmi, a także 3 wydarzenia w centrach handlowych i na dworcu PKP. W akcji wzięło udział 28 pracowników KONE z Gdańska, Krakowa, Warszawy, Poznania, Szczecina i Katowic.

500

Centrum Pomocy Psychologicznej zostało powołane do działania w 2014 r. z inicjatywy firmy **KRUK**. Z badań społecznych firmy wynika, że zdaniem aż 95% społeczeństwa zadłużenie może wpływać na problemy życiowe, np. spadek nastroju, depresję, co potwierdzają też realne zgłoszenia klientów. Firma współpracuje z psychologami specjalizującymi się w pomocy osobom zadłużonym, będącym w kryzysie psychologicznym. Porady są anonimowe, firma otrzymuje z Centrum Pomocy Psychologicznej anonimowe podsumowanie liczby kontaktów w danym miesiącu.

3500

mBank dba o **zdrowe finanse klientów**. W grudniu 2022 r., jako pierwsza instytucja finansowa z Polski, podpisał „Deklarację dotyczącą wspierania zdrowia finansowego i bankowości włączającej" opracowaną przez UNEP FI. Uruchomił edukacyjną stronę www.twojaspokojnaglowa.pl., która pomaga dbać o zdrowe finanse. Zgodnie z deklaracją UNEP FI, w ciągu 18 miesięcy od jej przyjęcia mBank zaimplementuje cele związane ze wspieraniem zdrowia finansowego swoich klientów i bankowości włączającej. mBank rozwija też usługę Menedżera finansów, która pomaga odpowiedzialnie zarządzać domowym budżetem (pozwala klientom analizować wydatki i wpływy z ostatnich miesięcy, w podziale na różne kategorie). Na koniec 2022 r. z tej funkcji korzystało już ponad 1,5 mln użytkowników miesięcznie.

7000

W strefie odlotów **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice** pracuje Zen – pies terapeutyczny wspierający emocjonalnie pasażerów przed lotem. Akcja **dogoterapia przed podróżą samolotem #PROSTOzKRAKOWA** ma na celu, by pasażerowie poczuli się zrelaksowani i spokojni, umila czas oczekiwania na samolot zarówno dzieciom, jak i osobom starszym. Pomaga to zwłaszcza tym, którzy odczuwają strach przed podróżą samolotem. Sesje terapeutyczne mają miejsce 3 razy w tygodniu. Projekt realizowany jest w ramach współpracy z Akademią Dobrych Manier BIAŁY PIES w Krakowie.

689

Firma **Polwell**, właściciel platformy Fale Loki Koki, przy wsparciu Fundacji Rak'n'Roll stworzyła program profilaktyki nowotworów skóry **Stylista zdrowia**. Firma uświadamia fryzjerów, jak ważne jest zwracanie uwagi na zmiany skórne znajdujące się na głowie klientek i klientów oraz zachęcanie ich do regularnego badania zmian. Skóra to największy organ człowieka, a jednym z trudniej dostępnych dla oka miejsc jest skóra głowy, dlatego rola fryzjerów jest tak ważna. Platforma Fale Loki Koki zorganizowała event edukacyjny dla ponad 100 fryzjerów.

315

Firma **Rödl & Partner** uzyskała w 2021 r. **Certyfikat British Standards Institution (BSI)** potwierdzający działania w oparciu o System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji zgodny z wymaganiami ISO/IEC 27001:2013 – w zakresie realizacji usług kadrowych, płacowych i płacowo-kadrowych dla klientów zewnętrznych oraz świadczenia usług administracji, recepcji i procesów HR na potrzeby własne i spółek z grupy Rödl & Partner w Polsce. Uzyskanie ISO/IEC 27001 to usprawnienie procesów i podniesienie poziomu bezpieczeństwa klientów. Co najmniej raz w roku niezależna firma certyfikująca dokonuje audytu.

533

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Santander Bank Polska prowadził dla klientów **Kampanię cyberedukacyjną „Nie wierz w bajki dla dorosłych"** o cyberzagrożeniach. W działania cyberedukacyjne firma angażowała użytkowników mediów społecznościowych, m.in. ogłosiła konkurs na najlepszą bajkę stworzoną przez klientów na podstawie prawdziwych oszustw. Na konkurs wpłynęło 500 zgłoszeń.

9584

T-Mobile Polska stworzył ogólnopolską kampanię edukacyjną **Pewni w sieci**. Poruszane w niej zagadnienia obejmują najpowszechniejsze zagrożenia w cyberprzestrzeni, takie jak phishing, smishing, spoofing czy dezinformacja i fake newsy. Na akcję edukacyjną składa się m.in. cyberkurs w formie krótkich filmów, prowadzony przez popularyzatora nauki Karola Wójcickiego, w którym rozmawia on z ekspertami o rozmaitych aspektach cyberbezpieczeństwa, m.in. Adamem Haertle, redaktorem portalu ZaufanaTrzeciaStrona.pl.

5000

Odpowiedzialna gra i ochrona klienta przed potencjalnymi zagrożeniami związanymi z hazardem to jeden z priorytetów **Totalizatora Sportowego**. Firma opublikowała **„Poradnik Milionera"**; jest on formą objęcia opieką najszczęśliwszych klientów, którzy uzyskali wysokie wygrane pieniężne. W publikacji zamieszczono m.in. porady, jak cieszyć się z wygranej, jak odpowiedzialnie nią zarządzać i gdzie szukać wsparcia psychologicznego w tym wyjątkowym dla gracza czasie. Broszury wydawane są zwycięzcom przy odbiorze nagrody.

5257

Żabka Polska umieszcza na produktach marek własnych **oznakowanie Nutri-Score**. Ma ono wspierać prawidłowe wybory żywieniowe konsumentów i ułatwiać decyzje zakupowe. W ramach edukacji o dobrym żywieniu Żabka była partnerem Narodowego Testu Żywienia Polaków 2022, którego zadaniem jest zwiększenie świadomości na temat prawidłowego odżywiania się i zbadanie zwyczajów żywieniowych Polaków.

2573

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

210 firm

477 praktyk

Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej jest najobszerniejszym działem Raportu. Nie jest to zaskoczeniem, taka sytuacja powtarza się od lat. W tegorocznej edycji wyodrębniono w nim 17 kategorii: aktywność fizyczna, bezpieczeństwo, dobry sąsiad, działania charytatywne i filantropia, edukacja dorosłych, edukacja dzieci i młodzieży, innowacje społeczne, inwestycje społeczne, kampanie społeczne, kultura i sztuka, marketing zaangażowany społecznie, profilaktyka zdrowotna, rozwój przedsiębiorczości, tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji, wsparcie organizacji pozarządowych, współpraca z uczelniami oraz zrównoważone miasta.

Aż 107 zgłoszonych działań to przejaw filantropijnego zaangażowania biznesu. Firmy najczęściej wspierają instytucje pełniące ważną rolę dla społeczeństwa i/lub realizujące istotne cele społeczne, ale angażują się także w inicjatywy, których beneficjentami i beneficjentkami są konkretne osoby i przekazują im wsparcie bezpośrednio. Nie pozostają też obojętne wobec potrzeb własnych pracowników i pracownic oraz ich rodzin. W akcje pomocowe często zaangażowany jest cały zespół bądź znaczna jego część. Do tego warto dodać praktyki z kategorii „Wsparcie organizacji pozarządowych" z 27 działaniami polegającymi na bardziej systemowym wpieraniu przez biznes konkretnych fundacji czy stowarzyszeń.

Druga pod względem popularności kategoria to „Edukacja dzieci i młodzieży". Zakwalifikowano do niej 56 praktyk (a należy wspomnieć, że programy i akcje edukacyjne dotyczące ekologii znajdują się także w obszarze środowisko). Biznes wspiera placówki oświatowe, tworzy własne programy edukacyjne rozwijające wiedzę i budujące kompetencje z różnych dziedzin, funduje stypendia dla szczególnie uzdolnionych uczniów i uczennic bądź dla tych, którzy mają szczególne potrzeby. W tej kategorii cieszą zwłaszcza te praktyki, dzięki którym dzieci i młodzież nie tylko poznają konkretne zagadnienia naukowe, ale też uczą się szacunku do innych, tolerancji czy przełamywania uprzedzeń i stereotypów.

Niejako uzupełnieniem tej kategorii jest „Tworzenie miejsc pracy i rozwój kompetencji", w której znalazły się 34 praktyki polegające głównie na tworzeniu klas patronackich czy programów stażowych, dzięki czemu firmy mają nadzieję poszerzyć grono specjalistów i specjalistek w wybranych zawodach. Pozostając w temacie edukacji, to z Raportu wynika, że wsparcie edukacyjne dorosłych (nie będących osobami zatrudnionymi w danej firmie) jest o wiele mniej popularne wśród biznesu - w kategorii „Edukacja dorosłych" znalazło się 20 praktyk, a we „Współpracy z uczelniami" – 12.

Natomiast trzecia pod względem liczebności kategoria to „Profilaktyka zdrowotna" – 43 praktyki. W tym roku nie publikowaliśmy już praktyk polegających wyłącznie na profilaktyce antycovidowej czy działaniach związanych stricte z pandemią oraz – konsekwentnie - akcji krwiodawstwa (z wyjątkiem akcji realizowanych przez najmniejsze firmy).

W ubiegłym roku, po raz pierwszy od lat, w Raporcie znalazły się praktyki na rzecz zrównoważonych miast. Cieszy więc, że w tegorocznej edycji jest ich prawie o połowę więcej (w tym roku – 14, w ubiegłym – 10). Mamy nadzieję, że ta tendencja wzrostowa utrzyma się również w kolejnych latach.

Najmniej liczną kategorią są „Innowacje społeczne" (8 praktyk), w której znajdują się działania firm wspierające olimpiady, hackathony, czy konkursy.

Joanna Pietrzyk,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Liczba zatrudnionych pracowników w 2022 r.

Mikro / małe / średnie przedsiębiorstwo

Podsumowanie Celów Zrównoważonego Rozwoju – str. 317

AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA

Firma **Baltic Hub** zaangażowała się w **akcję charytatywną Sztafeta Nadziei**, która odbyła się 21–22 maja 2022 r. Ideą „Sztafety Nadziei" było uzbieranie jak największej liczby przebiegniętych i przejechanych kilometrów w ciągu 24 godzin. Mieszkańcy Trójmiasta, pracownicy Baltic Hub oraz przedstawiciele różnych organizacji i klubów ponownie stanęli na wysokości zadania i wspólnie osiągnęli rekordowy wynik – 23 489 km. Za każdy przebiegnięty lub przejechany kilometr Baltic Hub przekazało złotówkę na rzecz Pomorskiego Hospicjum dla Dzieci.

1130

Bank Pekao wraz z Polskim Związkiem Koszykówki zorganizował **konkurs sportowy dla uczniów szkół podstawowych – #AleAkcja z Pekao**. Nagrodą główną jest 30 tys. zł na sprzęt sportowy dla zwycięskiej szkoły. Udział koszykarskich ambasadorów, wspólna gra i możliwość zdobycia nagród jest dla dzieci inspiracją do większej aktywności fizycznej, zapewnia radość z bycia razem, a także wzmacnia pozytywną więź ze szkołą. W zwycięskiej szkole odbędzie się spotkanie z gwiazdami polskiego kosza. Adresatami konkursu są dzieci, ich rodzice, nauczyciele i trenerzy oraz dyrektorzy szkół podstawowych. W Polsce jest problem z lekcjami WF-u i aktywnością fizyczną dzieci. Szacuje się, że nawet do 30% dzieci jest zwalnianych przez rodziców z WF-u. Ponadto w wielu szkołach nadal brakuje nowoczesnego sprzętu sportowego. Równolegle z akcją realizowany jest projekt badawczy dotyczący aktywności fizycznej wśród dzieci. Ma on odpowiedzieć na pytania o aktywność sportową, lekcje WF-u (w tym motywacje i bariery) oraz działania marki w obszarze sportu (zaangażowanie banku). Konkurs jest w trakcie realizacji, a jego rozstrzygnięcie nastąpi w 2023 r.

12483

W 2022 r. firma **BASF Polska** jeszcze mocniej zaangażowała się w inicjatywę **BASF PROCAM CUP**, dzięki której dzieci z mniejszych miast i wsi miały okazję do zaprezentowania swoich piłkarskich umiejętności przed większą publicznością oraz będą mogły realizować swoje pasje wśród rówieśników. Inicjatywa ta pomaga spełnić wiele sportowych marzeń, których zwieńczeniem będzie wyjazd na mecz Reprezentacji Polski. BASF PROCAM CUP to jeden z największych turniejów piłkarskich dla młodych sportowców z małych miejscowości i regionów wiejskich. W tym roku wzięło w nim udział 48 zespołów i blisko 1000 młodych piłkarzy.

780

Fundacja MultiSport, powołana przez **Benefit Systems** w 2021 r., zrealizowała w 2022 r. projekt **Aktywne Szkoły MultiSport**, skierowany do dzieci i młodzieży w wieku 12–19 lat. Projekt był odpowiedzią na ograniczony dostęp do szkolnej infrastruktury sportowej w województwie mazowieckim. W ramach programu wykwalifikowani trenerzy oraz instruktorzy prowadzili nowoczesne zajęcia sportowe dla dzieci i młodzieży w klubach fitness. Fundacja zorganizowała zajęcia prowadzone w 4 modułach sportowych: Cross, Body&Mind, taneczne, rozwijające koordynację wzrokowo-ruchową. Uczestnikami projektu było 2513 uczniów z 17 szkół z województwa mazowieckiego. W czasie trwania projektu Fundacja zrealizowała 777 godzin zajęć sportowych w 11 klubach fitness. Główne cele, jakie realizowano poprzez projekt, to: zwiększenie aktywności fizycznej społeczeństwa w różnych grupach społecznych i środowiskowych, tworzenie warunków do aktywnego spędzania czasu wolnego, kształtowanie zdrowego stylu życia, wspieranie inicjatyw i działań na rzecz rozwoju sportu, pobudzanie aktywności obywatelskiej oraz upowszechnianie dobrych praktyk na terenie województw mazowieckiego i łódzkiego.

3689

Fundacja MultiSport, powołana przez **Benefit Systems** w 2021 r., zrealizowała w 2022 r. projekt **Zajęcia MultiSportowe z elementami gimnastyki korekcyjno-kompensacyjnej** w ramach programu Zajęcia sportowe dla uczniów. Projekt skierowany był do dzieci oraz uczniów klas 0–VI szkół podstawowych. Fundacja przygotowała zajęcia na podstawie programu opracowanego przez eksperta rehabilitacji ruchowej z Akademii Wychowania Fizycznego w Warszawie. Program miał m. in.: korygować wady postawy ciała, zwiększać wydolność układu oddechowego i krążenia, kształtować świadomość i potrzebę zdrowego stylu życia oraz zasad zdrowego odżywiania. W programie uczestniczyło 825 dzieci z 20 szkół, dla których firma zorganizowała w sumie 1055 zajęć.

3689

Capchem Poland współorganizuje (razem z klubem Warta Śrem) **Capchem Cup – wyzwalamy czystą energię**, dwudniowy turniej dla niemal 500 uczestników. Są to jedne z największych w Wielkopolsce zawodów dla młodych piłkarzy. W 2022 r. w rozgrywkach wzięło udział 45 drużyn podzielonych na 4 kategorie wiekowe: 9-, 10-, 11- i 12-latki. Turniej zaktywizował młodzież z całego regionu i zintegrował dorosłych mieszkańców powiatu śremskiego oraz lokalne organizacje (m.in. WOPR w Śremie, OSP w Pyszącej). Turniej stał się rodzinnym wydarzeniem dla wszystkich społeczności, które sąsiadują z uruchamianą w Śremie fabryką elektrolitu. Jako sponsor główny Warty Śrem Capchem Poland nie ogranicza się wyłącznie do finansowego wsparcia drużyny, ale także dociera ze swoimi działaniami do najmłodszych oraz motywuje mieszkańców regionu do zainteresowania się lokalnym sportem. Do tej pory odbyły się 2 edycje Capchem Cup.

38

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Po raz kolejny firma **Dalpo** jest **partnerem ENEA Junior Poznań Triathlon**. Młodzi zawodnicy już 6 rok z rzędu będą walczyć o medale w poznańskim POSiR „Chwiałka". Firma, która jest producentem taśm i folii, wykonała na Enea Junior Triathlon kolorowe, sygnowane logo wydarzenia folie ogrodzeniowe, które wyznaczą trasę zawodów, ozdobią ją i zadbają o bezpieczeństwo małych zawodników.

320

Z okazji obchodów 150-lecia działalności, firma **DB Schenker** wsparła **Akademię Tenisową Sopot Tenis Klub**, obejmując patronatem turnieje dla dzieci i młodzieży odbywające się w 2022 r. Akademia Tenisowa powstała z myślą o dzieciach w wieku 3–12 lat i oferuje infrastrukturę oraz zajęcia indywidualne i grupowe w ramach profesjonalnego programu szkoleniowego. Dzięki wsparciu DB Schenker dzieci objęte były opieką dietetyków, psychologów i fizjoterapeutów, otrzymały też darmowy sprzęt tenisowy oraz ubrania sportowe. Młodzi sportowcy trenowali pod okiem wykwalifikowanej kadry trenerskiej. Na treningach, zgrupowaniach i turniejach Akademia kładzie nacisk na grę fair play i szacunek. Współpraca zakłada także minimum: 12-krotne bezpłatne udostępnienie kortów dzieciom i młodzieży oraz organizację dwóch turniejów dla dzieci do lat 12.

2300

Drużyna biegowa **Egis Polska** w 2022 r. kontynuowała udział w **aktywnościach biegowych na rzecz organizacji pozarządowych**. Firma wspomogła w ten sposób: Wings for Life World Run – 8 maja 2022 r., Run for Help – edycja wiosna, lato, jesień, zima, Business Run – 4 września 2022 r., Onko Bieg – 11 września 2022 r., Wirtualne Wyzwanie: Bieg Świąteczny 2022 – Fundacja Coś Dobrego. Firma promuje aktywny styl życia i wspiera pracowników w zainteresowaniach sportowych. Poprzez czynny udział w biegach charytatywnych firma wspiera wybrane fundacje i angażuje się na rzecz wspólnego dobra.

250

Z uwagi na spadek aktywności fizycznej i wzrost otyłości wśród dzieci **Energa Grupa ORLEN** angażuje sportowców by zachęcali młodzież z całej Polski do wspólnych ćwiczeń w projekcie **Drużyna Energii**. W piątej edycji byli to m.in. reprezentanci Polski w koszykówce. Do projektu zapraszani są wszyscy uczniowie, niezależnie od płci czy uzdolnień sportowych. Szkoły były zobligowane do wystawienia reprezentacji składających się po równo z dziewcząt i chłopców. W 2022 r. zgłosiło się 312 szkół z całej Polski, a łącznie rywalizowało ok. 50 tys. uczniów ze 191 placówek. 100 nowych drużyn otrzymało zestawy strojów sportowych dla uczniów i trenera. 5 najlepszych reprezentacji spotkało się w turnieju w Gdańsku, a finaliści otrzymali środki na sprzęt sportowy dla szkoły. Zwyciężyła Szkoła Podstawowa w Stanowicach na Śląsku. Projekt uzyskał patronat Ministerstwa Sportu i Turystyki, Ministra Edukacji i Nauki oraz Instytutu Pamięci Narodowej.

9800

W 2022 r. **Ferrero Polska Commercial** obchodziło 15-lecie programu **KINDER Joy of moving** w Polsce. Celem inicjatywny jest promocja aktywnego stylu życia wśród młodego pokolenia i całych rodzin oraz pokazanie, że sport jest fantastyczną platformą do rozwoju. W ramach programu w 2022 r. zrealizowanych zostało 7 ogólnopolskich projektów sportowo-edukacyjnych, których odbiorcami były rodziny, kluby sportowe oraz ośrodki edukacyjne. Partnerami projektów byli: Polski Związek Piłki Siatkowej, Polski Związek Tenisowy, Polski Związek Żeglarski, Polski Komitet Olimpijski, Fundacja Moniki Pyrek, a patronaty honorowe nad projektami objęło Ministerstwo Sportu i Turystyki oraz Ministerstwo Edukacji i Nauki. Aktywny udział w projektach wzięło blisko 300 tys. osób. Uczestnictwo w projektach było bezpłatne.

351

Grupa Amica jest fundatorem **Akademii Siatkówki Amica**, drugiej co do wielkości w Polsce tego typu akademii. Projekt zakłada trzyletni cykl szkolenia realizowanego przez uczniów czterech roczników – w 2022 r. były to dzieci z klas 2–5 szkół podstawowych z Wielkopolski. Projekt ma na celu rozwijanie talentów sportowych, promocję sportu i zdrowego trybu życia. Grupa Amica finansuje koszty szkolenia, a także niezbędny sprzęt sportowy, wyposażenie trenerów, koszulki dla uczniów. Kluby UKS Szamotulanin i Akademia Sportu Wronki czuwają merytorycznie nad szkoleniem. Samorządy Szamotuł, Wronek oraz Rokietnicy zapewniają bezpłatny dostęp do obiektów sportowych. W 2022 r. w Wielkim Finale Akademii Siatkówki Amica wzięło udział ponad 200 dzieci ze szkół podstawowych w Szamotułach oraz Wronkach. Wszystkie dzieci biorące udział w meczach otrzymały pamiątkowe medale oraz dyplomy. Główną zaletą przedsięwzięcia jest czerpanie z doświadczeń Uczniowskiego Klubu Sportowego Szamotulanin, który ma za sobą szereg istotnych sukcesów w zakresie szkolenia następców Katarzyny Skowrońskiej czy Bartosza Kurka.

3100

Co roku pracownicy **Grupy Enea** angażują się w sportowy projekt charytatywny **Biegamy – Zbieramy – Pomagamy**. W 2022 r., pokonując dystans minimum 1,5 km, zbierali punkty, które rejestrowali w specjalnej aplikacji. Dodatkowo punktowane były ekologiczne dojazdy do pracy. Aplikacja, po pokonaniu określonej liczby kilometrów, edukowała również o celach SDG, udzielając jednocześnie wskazówek, jak je realizować. Projekt prowadzony był od sierpnia do września. Pracownicy Grupy pokonali łącznie 100 tys. km, biega-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

jąc, spacerując, jeżdżąc na rowerze i rolkach w trakcie zawodów sportowych i swoich codziennych aktywności. W efekcie uzbierano 50 tys. zł, które Fundacja Enea przekazała na termomodernizację domu dziecka w Wielkopolsce.

17480

Turniej Z Podwórka na Stadion o Puchar Tymbarku istnieje od ponad 20 lat dzięki **Grupie Maspex**. To największy turniej piłkarski dla dzieci w Europie, w którym do tej pory wzięło udział ponad 2,5 mln dziewcząt i chłopców. Mecze finałowe rozgrywane są na Stadionie PGE Narodowym w Warszawie. Organizatorem turnieju jest Polski Związek Piłki Nożnej, a sponsorem głównym – od 17 lat firma Tymbark. Turniej popularyzuje piłkę nożną i aktywny stylu życia wśród uczniów szkół podstawowych, wyłania piłkarskie talenty, a także promuje fair play. Nagrodą główną jest wyjazd na mecz reprezentacji Polski oraz spotkanie z piłkarzami reprezentacji. Prawie 1/3 uczestników rozgrywek stanowią dziewczęta. W rozgrywki zaangażowanych jest 95% wszystkich powiatów w Polsce. Turniej stwarza dzieciom realną szansę na odkrycie piłkarskiego talentu, a najzdolniejszym – na powołanie do młodzieżowych reprezentacji Polski.

7500

Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia) angażuje się w promocję sportu. Jednym z celów tego zaangażowania jest promowanie aktywności fizycznej w społeczeństwie i wspieranie rozwoju polskiego sportu. W 2022 r. marki Polsat i Plus zostały **sponsorami tytularnymi hal sportowo-widowiskowych Arena Gdańsk i Arena Gdynia**. Działania te wpisują się w strategię Grupy zmierzającą do zapewnienia milionom Polaków możliwości doświadczania sportu i innych wydarzeń na żywo.

7500

HSBC w Polsce wspiera sportowe zainteresowania pracowników i promuje zdrowy tryb życia. W 2022 r. firma już po raz drugi zaangażowała się w inicjatywę **Poland Business Run – bieg charytatywny i promocja zdrowego stylu życia**. To największa w kraju sztafeta charytatywna, której celem jest zebranie środków na pomoc osobom zmagającym się z niepełnosprawnością narządów ruchu. W 2022 r. w biegu wzięło udział aż 55 pracowników firmy wchodzących w skład 11 drużyn. W ramach przygotowań do udziału w wydarzeniu HSBC w Polsce zorganizowało dla swoich reprezentantów webinar na temat zdrowego odżywiania i ruchu fizycznego oraz trening przygotowujący do biegu. Wspólny trening był świetną okazją do integracji i pozwolił lepiej przygotować się do biegu. Dzięki zakupowi pakietów startowych firma przekazała środki finansowe na wsparcie osób z niepełnosprawnościami narządu ruchu.

102

Od 2019 r. **Huawei Polska** jest **sponsorem głównym Olimpiad Specjalnych**, wydarzenia sportowego, które ma na celu przełamywanie stereotypów i promowanie inkluzji osób z niepełnosprawnością w środowisku sportowym. W Polsce organizacja ta zrzesza ponad 17 tys. zawodników. Huawei współuczestniczy w kampanii społecznej Olimpiad Specjalnych #GrajmyRazem, w ramach której sponsoruje treningi zawodników z niepełnosprawnością, a także obozy szkoleniowe czy zawody dla najmłodszych. W ramach kampanii wspiera także udział polskich zawodników w światowych Igrzyskach Olimpiad Specjalnych, które w 2022 r. odbywały się w Berlinie. Firma była także sponsorem Europejskiego Tygodnia Koszykówki Olimpiad Specjalnych, podczas którego w Polsce miało miejsce 9 regionalnych turniejów koszykówki, w których wzięło udział 440 zawodniczek i zawodników z niepełnosprawnościami.

800

Ingka Centres Polska stworzyło na zewnętrznym terenie centrum handlowego **Sport Stację Port Łódź** – przestrzeń dla sportowych aktywności na świeżym powietrzu, którą bezpłatnie udostępnia lokalnej społeczności. Do dyspozycji jest 24 tys. m2 m. in. z miasteczkiem rowerowym z pełną infrastrukturą, boiskami, torem przeszkód dla dzieci, bulodromem, minigolfem, siłownią oraz strefą treningową dla psów. Firma organizuje tu wiele wydarzeń: w 2022 r. odbyły się np. zawody sportowe dla szkół, pikniki sąsiedzkie, wydarzenia dla rowerzystów, czy warsztaty z bezpiecznej jazdy dla dzieci.

100

Kolejny rok z rzędu pracownicy firmy **KONE** wzięli **udział w charytatywnym triathlonie** organizowanym przez jednego z klientów firmy, grupę Arche. W edycji 2022 wzięło udział aż 16 sztafet z KONE, co stanowiło ponad 20% wszystkich uczestników zawodów! 64 pracowników z Gdańska, Krakowa, Poznania, Katowic, Warszawy i Wrocławia pobiło swoje wyniki sportowe, zajmując miejsca na podium w finałowej klasyfikacji. Formą przygotowania do zawodów było stworzenie społeczności KONE w aplikacji Strava oraz organizacja dwóch konkursów w oparciu o nią. Opłata wpisowa na zawody zasiliła budżet Fundacji Leny Grochowskiej, która pomaga osobom z niepełnosprawnością. Dodatkowo triathlon oraz założona w aplikacji Strava społeczność KONE zmotywowała pracowników do sportowej aktywności na zewnątrz.

500

6 sierpnia 2022 r. odbył się **I Bieg Żupny** – wspólne przedsięwzięcie **Kopalni Soli „Wieliczka"**, powiatu wielickiego oraz Fundacji Tres Companeros. Na linii startu przy szybie Daniłowicza ustawiło się 300 osób – zawodników i zawodniczek w różnym wieku. Trasa zawodów liczyła 5 km, poprowadzono ją malowniczymi alejkami parku św. Kingi oraz w pobliżu tężni solankowej. Do biegu mógł zgłosić się każdy, kto tylko czuł się na siłach, by pokonać dwie 2,5-kilometrowe pętle. Zwycięzcy zajęło to 15 minut i 50 sekund. Zwycięzcy otrzymali solne rzeźby wykonane przez utalentowanych wielickich górników. W I Biegu Żupnym wzięli udział amatorzy i profesjonaliści, wystartowali wieliczanie, pracownicy kopalni, służby mundurowe, biegano rodzinnie. Każdy uczestnik otrzymał pamiątkową koszulkę oraz medal. Należący do kopalni XIX-wieczny park św. Kingi jest otwarty dla wszystkich, bezpieczny i zachęca do ruchu na świeżym powietrzu.

807

Salt Mine Cup 2022 – charytatywny turniej piłki nożnej – odbył się ponownie w dwóch miastach: w **Kopalni Soli „Wieliczka"** w Wieliczce oraz Myślenicach. Zawody dedykowano 11-latkom. Turniej zachęca dzieci do sportowej aktywności, stwarza okazję do rywalizacji i rodzinnego kibicowania w ramach profesjonalnie zorganizowanych zawodów. W 2022 r. udało się wrócić do międzynarodowej formuły turnieju (stał się regionalny w trakcie COVID-19): stawiły się drużyny z Polski, Anglii, Portugalii, Czech, Słowacji, Węgier, Chorwacji. Charytatywny charakter Salt Mine Cup pozwolił wziąć w nim udział dzieciom z Kenii oraz z dotkniętej wojną Ukrainy. W sumie zagrały 32 zespoły. Zawodom towarzyszyła konferencja trenerska. Turniej zorganizowała Fundacja Mali Mistrzowie. Salt Mine Cup promuje sport, uczy wrażliwości, poszerza horyzonty, nie tylko piłkarskie, reaguje na aktualną sytuację, śmiało wychodzi poza granice Europy. Zawodnicy i trenerzy wymieniają się doświadczeniem, a pobyt w Wieliczce jest dla nich również okazją do zwiedzania kopalni soli: zabytku z listy światowego dziedzictwa UNESCO. Zwycięzcy zabierają do domu unikatowe solne puchary. Kopalnia, angażując się w Salt Mine Cup, wspiera wielickie drużyny, stwarzając im sposobność do spotkań z rówieśnikami z różnych zakątków świata.

807

Firma **LUX MED** zorganizowała wyzwanie **Healthy Cities**. Polega ono na podejmowaniu aktywności fizycznej i zbieraniu kroków dla zdrowia i planety w ramach bezpłatnej aplikacji. W 2022 r. akcja skierowana była do mieszkańców 66 miast na prawach powiatu oraz pracowników 100 firm – klientów Grupy LUX MED. Mieli oni za zadanie wykonać minimum 6 tys. kroków dziennie. Uczestnicy akcji nie tylko dbali w ten sposób o własne zdrowie, ale walczyli też o zdrowe środowisko i nagrody dla swoich firm i miast. Partnerem akcji, podobnie jak w roku ubiegłym, były Lasy Państwowe. W 2022 r. w wyzwaniu udział wzięło 9 tys. uczestników, którzy wykonali 1,5 mld kroków, czyli ponad milion kilometrów. Żeby uświadomić skalę efektów wyzwania to tak, jakby uczestnicy łącznie 27 razy okrążyli Ziemię. Najbardziej aktywne firmy mogły w nagrodę posadzić ponad 9 ha lasów, a 3 zwycięskie miasta otrzymały Zielone Budżety na wsparcie wybranych inicjatyw proekologicznych i sportowych.

20000

Many Mornings wspiera **działania, które aktywizują poprzez sport**. Firma zapewnia wsparcie organizacyjne i rzeczowe zawodów sportowych – zwłaszcza takich, których agenda zakłada jednoczesną realizację ważnych celów społecznych. W 2022 r. Many Mornings było partnerem Gliwickiego Biegu Kolorowych Skarpetek, organizowanego przez Fundację Tośka i Przyjaciele na Światowy Dzień Zespołu Downa. Firma przekazała wszystkim uczestnikom łącznie 570 par kolorowych skarpetek. Natomiast w katowickim Biegu Mikołajkowym firma była fundatorem nagród.

35

Firma **Model Opakowania** sfinansowała w całości organizację **mikołajkowych zawodów pływackich** dla dzieci z powiatu nowodworskiego, połączonych ze zbiórką pieniędzy na leczenie i rehabilitację chłopca po udarze. Wydarzenie zorganizowane zostało 11 grudnia 2022 r. przez Szkołę Sport Plus w Nowym Dworze Mazowieckim. Dzięki wsparciu każdy uczestnik wydarzenia otrzymał pamiątkowy medal, a laureaci zawodów puchary oraz nagrody sportowe. W zawodach wzięło udział ponad 100 dzieci z powiatu. Wydarzenie cieszyło się dużą frekwencją, każde dziecko bez względu na wynik miało okazję podejść do sportowej rywalizacji, przełamać swoje słabości i otrzymać nagrodę za hart ducha i podjęcie próby. Wszystkie dzieci wzięły udział w wydarzeniu ze świadomością pomocy choremu koledze, który nie pozostawał anonimowy i obserwował całe wydarzenie.

830

Firma **Model Opakowania** wsparła finansowo organizację wydarzenia integrującego społeczność lokalną skupioną wokół Muzeum Kampanii Wrześniowej i Twierdzy Modlin. W ramach celebracji Dnia Niepodległości na terenie Twierdzy Stowarzyszenie RozbiegaMY Nowy Dwór zorganizowało **Bieg Obrońców Modlina** z udziałem ponad 200 zawodników. Firma Model Opakowania, poza wsparciem finansowym, wykonała tekturowe elementy promujące wydarzenie oraz ekologiczne tekturowe układanki dla dzieci.

830

Nationale-Nederlanden od wielu lat jest sponsorem tytularnym biegów przełajowych **CITY TRAIL**. Celem zawodów jest zachęcenie do prowadzenia zdrowego trybu życia całych rodzin. Biegi dopasowane są do wszystkich – zawodowców, amatorów, a także dzieci. W sezonie 2022/2023 zaplanowano łącznie 50 biegów w 10 lokalizacjach – Szczecinie, Trójmieście, Olsztynie, Poznaniu, Bydgoszczy, Łodzi, Warszawie, Wrocławiu, Katowicach i Lublinie. Zawody organizowane są na przestrzeni 6 miesięcy – rozpoczynają się w październiku, a kończą w marcu. Angażując się w tego rodzaju inicjatywy, ubezpieczyciel zachęca wszystkich do dbania o swoje zdrowie, aktywności fizycznej oraz profilaktyki zdrowotnej. Biegi CITY TRAIL z Nationale-Nederlanden zachęcają do zmiany codziennych nawyków i zadbania o siebie.

839

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Lekkoatletyka dla każdego! to program promujący aktywność fizyczną prowadzony przez Polski Związek Lekkiej Atletyki od 2014 r., którego partnerem jest **Nestlé Polska** przy wsparciu Ministerstwa Sportu i Turystyki. Jego celem jest popularyzacja sportu wśród dzieci i młodzieży z całej Polski, promocja aktywnego stylu życia, kształtowanie prawidłowych nawyków żywieniowych. Odsetek dzieci z nadwagą i otyłością wzrasta, dlatego Nestlé Polska skupia się na tym, by edukować dzieci na temat zasad prawidłowego odżywiania i nawodnienia, oraz zachęca do stosowania tej wiedzy w praktyce. Program obejmuje regularne treningi dla dzieci i młodzieży realizowane przez trenerów Polskiego Związku Lekkiej Atletyki. Częścią są warsztaty kształtujące prawidłowe nawyki żywieniowe – koordynuje je Nestlé. W tym roku wzięło w nich udział 1700 dzieci z całej Polski. Podczas praktycznych zajęć dzieci nabywały niezbędną wiedzę na temat zbilansowanej diety, a także samodzielnego przygotowywania posiłków. Z myślą o potrzebach młodych sportowców, eksperci Nestlé Polska przygotowali przepisy na prostą przekąskę i napój izotoniczny.

5500

Panattoni aktywizuje sportowo dzieci i młodzież, aby mogli rozwijać sportowe pasje i czerpać inspiracje do dalszego prawidłowego rozwoju. Firma sponsoruje piłkarskie drużyny młodzieżowe m.in. Akademię Widzewa Łódź i Akademię BVB im. Ł. Piszczka w Goczałkowicach Zdrój, gdzie w 2022 r. otwarto Arenę Panattoni - boiska dla podopiecznych Akademii. Inwestycja to 48 tys. m2 – 2 pełnowymiarowe boiska, 1 treningowe, obiekt z siłownią, salą gimnastyczną, szatniami i sauną. Z inwestycji dziennie korzysta ok. 200 osób. Deweloper jest jednym z głównych fundatorów Panattoni Arena w Goczałkowicach-Zdroju, wybudowanej przez Fundację Akademii Ł. Piszczka, która stanowi jeden z najnowocześniejszych ośrodków szkoleniowych dla młodych piłkarzy w Polsce. W 2022 r. aż ok. 2,5 tys. dzieci i młodzieży uczestniczyło w zajęciach sportowych, także w ramach zajęć szkolnych. Na stałe trenowało ponad 500 osób, w obozach piłkarskich wzięło udział 419 dzieci (w tym dzieci pracowników Panattoni) oraz bezpłatnie 20 z domów dziecka i 4 z Ukrainy. Trenerzy Akademii prowadzili cotygodniowe zajęcia sportowe dla 190 dzieci ze szkół podstawowych i przedszkoli. W organizowanych dniach specjalnych uczestniczyło zaś 1300 dzieci.

500

Panattoni, przy współpracy z Les Cycles de l'Immobilier – Property Cycles, sponsorowało **charytatywne rajdy rowerowe**, w których biorą udział pracownicy firmy z całej Europy. W 2022 r. w rajdzie z Paryża do Cannes na MIPIM udział wzięło 5 przedstawicieli Panattoni. Trasę długości 1000 km pokonali w 5 dni (11–15 marca). Kolejnych 8 panattończyków wzięło udział w październiku w charytatywnym rajdzie Zurych–Monachium na targi EXPO Real, organizowanym wspólnie z LaSalle Investment Management. W ciągu 3 dni w sumie 24 cyklistów pokonało 450 km, by zebrać fundusze na walkę z mukowiscydozą. Celem rajdu Paryż–Cannes było wsparcie francuskiego Instytutu Curie, który walczy z rakiem – zebranie 6380 euro na rzecz instytutu. Dodatkowo towarzyszył temu e-rajd Panattoni Club Strava. Dzięki specjalnej aplikacji mógł do niego dołączyć każdy. Zliczała ona aktywność uczestników, a Panattoni przekazało 1 euro za każdy kilometr dla ofiar wojny w Ukrainie przez Fundację Siepomaga. W e-rajdzie wzięło udział 41 uczestników, a firma przekazało 5404 euro na dary dla Ukrainy. Uczestnicy rajdu Zurych–Monachium zbierali fundusze dla Vaincre la Mucoviscídose, stowarzyszenia pomagającego chorym na mukowiscydozę. Dzięki ponad 70 darczyńcom zebrano 16 647 euro.

500

6. PKO Bieg Charytatywny to ogólnopolska inicjatywa **PKO Banku Polskiego**, która pod hasłem „Pomagamy z każdym krokiem" odbywa się na stadionach lekkoatletycznych jednego dnia, równolegle w 12 miastach w całej Polsce. W biegu startują 5-osobowe sztafety, które przez godzinę starają się przebiec po bieżni jak największą liczbę okrążeń. Wysiłek zawodników jest przeliczany na darowiznę, którą Fundacja PKO Banku Polskiego przekazuje na obrany cel. W 2022 r. PKO Bieg Charytatywny odbył się po raz szósty, a jego celem było wsparcie psychologii i psychiatrii dziecięcej w domach dziecka i placówkach opiekuńczo-wychowawczych. W 2022 r. w czasie imprezy ponad 2,9 tys. zawodników pokonało ponad 21 tys. okrążeń w biegu głównym. W rywalizacji najmłodszych, na dystansach 100, 200 i 400 m, wzięło udział niemal 2,5 tys. dzieci, które przebiegły łącznie prawie tysiąc okrążeń. Fundacja PKO Banku Polskiego przekazała ponad 2 mln zł na psychiatrię i psychologię dziecięcą w całej Polsce. Łącznie w sześciu edycjach PKO Biegów Charytatywnych ponad 33,8 tys. osób pobiegło, aby pomagać. Dzięki ich zaangażowaniu Fundacja PKO Banku Polskiego przekazała 5,8 mln zł na wsparcie rozwiązania najbardziej palących problemów społecznych.

22000

Polska Grupa Farmaceutyczna wspiera drużynę reprezentacji Polski w Blind Football, głównie przez dotowanie wyjazdu piłkarzy na Mistrzostwa Europy w Pescarze. Drużynie przekazano również odpowiednio dobrane produkty firmowych marek suplementów. Pracownicy firmy poznali specyfikę tej dyscypliny, uczestnicząc w treningu wspólnie z zawodnikami reprezentacji. W kanałach social mediów firma promowałą zasady gry w blind football. Przy realizacji praktyki firma współpracowała z Fundacją Nie Widząc Przeszkód. Opracowane przez PGF spoty wideo o zasadach dyscypliny przyczynią się do promocji blind footballu jako aktywności dostępnej dla osób słabowidzących i niewidomych.

2000

Od 2019 r. w Grupie Kapitałowej **Polskiego Funduszu Rozwoju** realizowana jest przez Fundację Polski Fundusz Rozwoju akcja społeczna skierowana do pracowników – **Aktywny Wolontariat**. W aplikacji „Activy" Fundacja „gromadzi" kilometry przebiegnięte i przejechane na rowerze przez wolontariuszy, przelicza je na złotówki i przekazuje wybranym przez pracowników instytucjom społecznym. W 2022 r. w akcji wzięło udział 364 pracowników, którzy przebiegli 73 923 km i przejechali na rowerze 125 605 km, również w ramach dojazdu z- i do pracy. Fundacja zebrała 70 tys. zł i przekazała je Łódzkiemu Hospicjum dla Dzieci – Łupkowa, Zespołowi Placówek Opiekuńczo-Wychowawczych „Wiosna" z Wołowa i Domowi Dziecka we Włodawie. Dodatkowo dzięki udziałowi w akcji pracownicy spalili 15 mln kcal, oszczędzając 50 t CO_2. Liczba zaangażowanych w nią osób była 3-krotnie większa niż w 2021 r. Zwieńczeniem „Aktywnego Wolontariatu" było wydarzenie podsumowujące akcję, na które Fundacja zaprosiła przedstawicieli wspartych organizacji i stu najlepszych wolontariuszy – sportowców.

220

Od 2018 r. firma **Provident Polska** organizuje bieg charytatywny **Provident Run/Provi Kids Run**, z którego dochód przeznaczany jest na rzecz Fundacji Gajusz. W 2022 r. biegacze i zawodnicy wrócili do Lasu Łagiewnickiego w Łodzi. Gościem honorowym był Jerzy Górski, bohater filmu Najlepszy. Zajęcia prowadzone są przez zawodowego trenera, a uczestniczą w nich także dzieci z domów dziecka. W każdej edycji Provident Run bierze udział ok. 500 zawodników – pracownicy, a także osoby ze świata mediów (Grupa VIP) i znani łódzcy sportowcy (Łódź Gold Team) oraz dzieci uczestników i podopieczni Provi Kids Run. W Provi Kids Run uczestniczy 14 dzieci z Łodzi. Młodzi zawodnicy trenują 2 razy w tygodniu. Biorą udział w zewnętrznych zawodach biegowych i mają za sobą sukcesy sportowe. Łącznie firma przekazała Fundacji Gajusz ponad 150 tys. zł.

1800

PZU Zdrowie było **partnerem zawodów towerrunning Wbiegnij na Varso Tower**. Na uczestników zawodów czekał dystans 53 pięter, na który składały się 1382 stopnie schodów. W wydarzeniu wzięli udział pracownicy PZU Zdrowie oraz Grupy PZU. PZU Zdrowie zaangażowało się w projekt, aby promować aktywny i zdrowy tryb życia i jednocześnie nakłaniać swoich pracowników do takich nieszablonowych działań.

7000

Aktywnie z SEGRO to akcja charytatywna, która za pomocą kilometrów przebiegniętych/przejechanych na rowerze przez firmowe drużyny wspierała Fundację Ocalenie i Fundację La Strada. Konkursowe drużyny składały się z klientów, agencji nieruchomościowych, dostawców oraz pracowników firmy **SEGRO Poland**. Każdy kilometr pokonany biegiem/spacerem/na rowerze zliczony przez specjalną aplikację przekładał się na fundusze zebrane dla fundacji oraz punkty, dzięki którym zdobywało się nagrody. Akcja została podzielona na 3-miesięczne edycje. W akcji udział wzięło 369 uczestników z ponad 20 firm, którzy w ciągu 3 miesięcy pokonali łącznie 90 758 km biegiem lub spacerem i 137 695 km na rowerze. Już tydzień przed zakończeniem wyzwania uczestnikom udało się osiągnąć 100% celu – 60 tys. zł., które firma przekazała fundacjom.

40

Od 2000 r. **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** jest głównym i tytularnym sponsorem **Sopockiego Klubu Żeglarskiego ERGO Hestia Sopot**. Efektem tej współpracy jest wychowanie wielu medalistów żeglarskich mistrzostw Polski, Europy i Świata oraz utytułowanych olimpijczyków. Firma aktywnie wspiera wydarzenia organizowane przez klub oraz pomaga zawodnikom. Siedziba klubu wraz z hangarami na ok. 400 desek i żagli, szatniami, natryskami, siłownią, hotelem, restauracją, salami konferencyjnymi i zapleczem biurowym i technicznym służy lokalnej społeczności i turystom odwiedzającym Sopot. Partnerstwo z Sopockim Klubem Żeglarskim ERGO Hestia Sopot zaowocowało stworzeniem wakacyjnych obozów dla dzieci pracowników firmy i zajęciami sportowymi dla pracowników firmy.

2800

Pracownicy **Świętokrzyskiej Grupy Przemysłowej INDUSTRIA uczestniczą w charytatywnych meczach piłkarskich**. Każda drużyna wybiera cel, na który chce przeznaczyć darowiznę w wysokości 10 tys. zł. Podczas drugiego **Charytatywnego Turnieju Piłki Nożnej** firma przeznaczyła w sumie 50 tys. zł na darowizny.

320

Świętokrzyska Grupa Przemysłowa INDUSTRIA promuje i **wspiera sportowców z regionu**, m.in. Sandrę Drabik – olimpijkę z TOKIO 2020 w boksie, Katarzynę Furmanek – jedną z najlepszych polskich młociarek oraz Karolinę Młodawską – medalistkę mistrzostw Polski w skoku w dal. Grupa INDUSTRIA jest także sponsorem tytularnym drużyny mistrzów Polski w piłce ręcznej – Industrii Kielce. Spółka została partnerem Kieleckiego Klubu Bokserskiego „RUSHH", który należy do ścisłej czołówki sportowej w naszym kraju. Dzięki wsparciu INDUSTRII Aleksandra Korulczyk wzięła udział w Mistrzostwach Świata ITU w Abu Dhabi, a zawodnicy Kieleckiego Klubu Karate Kyokushin CHIKARA walczyli w międzynarodowym turnieju w Japonii. Udzielone wsparcie pomaga rozwijać talenty, a niekiedy umożliwia udział w zawodach.

320

Akcja **Aktywny TIM dla Przyjaciół** polega na gromadzeniu przez pracowników firmy **TIM** kilometrów z wykorzystaniem aplikacji mobilnej. Przeprowadzona w 2022 r. piąta edycja akcji trwała od 1.07 do 30.08 i po raz pierwszy wzięło w niej udział także 50 przedstawicieli dostawców firmy. Wszyscy uczestnicy, którzy wykonali określone minimum, otrzymywali pamiątkowe koszulki techniczne. W 2022 r. zgromadzono 76 875 km, co pozwoliło zebrać 28 895 zł. Zarząd firmy, z okazji 35-lecia jej powstania, zdecydował o zwiększeniu tej puli do 35 tys. zł. W 2019 r. firma rozszerzyła akcję „Aktywny

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

TIM" w niemal całoroczną rywalizację TIM – Team Integracja Multisportowa, której celem jest zachęcenie pracowników do regularnej aktywności fizycznej. Liczba aktywnych uczestników wzrosła latem 2022 r. do 150 osób (ok. 50% zatrudnionych). Środki zgromadzone w ramach akcji „Aktywny TIM dla Przyjaciół 2022" trafiły w formie darowizn po 8750 zł do 4 fundacji.

308

W specjalnej aplikacji wolontariusze **Unum Życie TUiR** w ramach akcji **U na sportowo** zbierali punkty, wykonując aktywności sportowe, w 3 kategoriach: jazda na rowerze, bieg/spacer, ćwiczenia. Zaangażowanie wolontariuszy ubezpieczyciel zamienił na realne wsparcie finansowe, przeznaczając 15 tys. zł na rzecz dzieci chorych onkologicznie będących pod opieką Fundacji Gajusz. Wszystkie aktywności zapisane zostały w aplikacji, która zmierzyła, że wspólnymi siłami i aktywnościami wirtualnie okrążono Ziemię.

600

Drużyna biegowa Biegamy z kranowianką złożona z połączonych wspólną pasją pracowników **Wodociągów Miasta Krakowa** startuje w zawodach biegowych w Krakowie i gminach ościennych. W wielu przypadkach są to biegi charytatywne, z których część lub całość dochodu z opłat startowych przekazywana jest dla podopiecznych fundacji i stowarzyszeń. Drużyna liczy obecnie 22 osoby. W 2022 r. wzięła udział w 24 biegach, w tym biegach charytatywnych. Najbardziej popularne biegi z udziałem drużyny to 19. Cracovia Maraton, 18. Półmaraton Marzanny, 9.Bieg Wielkich Serc, Poland Business Run, 15. Bieg 3 Kopców, Krakowski Bieg Sylwestrowy.

1200

Bieg charytatywny **ZPF RUN** organizowany przez **Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** odbywa się w ramach Dni Zarządzania Wierzytelnościami. Cały zysk trafia na konto wybranej fundacji – w 2022 r. była to Fundacja Pomocy Zwierzętom „Matuzalki" z Wrocławia. W wydarzeniu, które odbyło się w parku Szczytnickim we Wrocławiu, wzięło udział ponad 200 uczestników. Całość kosztów biegu charytatywnego pokryli darczyńcy (partnerzy biegu), dzięki temu wszystkie środki zebrane w ramach pakietów startowych zasiliły konto Fundacji.

12

BEZPIECZEŃSTWO

Co roku sieć warsztatów MaXserwis, należąca do **Auto Partner**, wraz z partnerami biznesowymi organizuje akcję **bezpłatnych przeglądów technicznych samochodów**. W ramach badań kierowcy mogą sprawdzić stan zawieszenia, poziom płynów chłodzącego i hamulcowego, błędy zapisane w pamięci sterowników, stan oleju, głębokość bieżnika czy stan akumulatora. Promowana jest także bezpieczna jazda. W 2022 r. akcja odbyła się w ponad 30 lokalizacjach na terenie Polski, a sprawdzonych zostało ok. 1000 samochodów.

2300

Bezpieczeństwu najsłabiej chronionych uczestników ruchu drogowego – pieszych i rowerzystów – poświęcone było wydarzenie zorganizowane przez **CEMEX Polska** skierowane do uczniów z Chełma pt. **„Pamiętaj! Odblask = Bezpieczeństwo na drodze"**. Przygotowano wiele atrakcji, dzięki którym dzieci mogły poszerzyć swoją wiedzę, a także przyswoić pożądane bezpieczne zachowania na drodze. W wydarzeniu uczestniczyli m.in. ekspert projektu „Świadomy Kierowca", który uczył dzieci prawidłowego korzystania z kamizelek odblaskowych, oraz policjantka z Wydziału Ruchu Drogowego Komendy Miejskiej Policji w Chełmie. Uczniowie dowiedzieli się, jak ważne jest stosowanie odblasków poza terenem zabudowanym i w jaki sposób jakość odblasków wpływa na ich bezpieczeństwo oraz jak bezpiecznie poruszać się hulajnogami elektrycznymi i na jakie niebezpieczeństwa narażeni są użytkownicy tych pojazdów. Wydarzenie „Pamiętaj! Odblask = Bezpieczeństwo na drodze" zostało zorganizowane po raz pierwszy.

1000

Kampanię **Szanujmy się** AmberOne Autostrady A1 zapoczątkowała spółka **Gdańsk Transport Company** w wyniku rosnącej ilości niewłaściwych i lekkomyślnych zachowań kierowców aut ciężarowych, którym rzucono wyzwanie: zdobądźszacun! Szacuny to punkty wymieniane na nagrody; zdobywa się je, rozwiązując cotygodniowy quiz z pytaniami o bezpieczeństwie ruchu, uczestnicząc w szkoleniach oraz dbając o kondycję psychofizyczną i jakość wypoczynku w trasie, bezpieczne bezwypadkowe transporty. Program trwa i jest częścią strategii ESG – Bezpieczna Autostrada. Do końca 2022 r. w projekcie uczestniczyło 978 kierowców aut ciężarowych, którzy aktywnie biorą udział w rzucanych im wyzwaniach mających na celu zmianę zachowań i zwiększenie bezpieczeństwa na drogach. W 2022 r. posty związane z kampanią „Szanujmy się" dotarły do 556 629 osób. Od rozpoczęcia kampanii obserwowany jest spadek ilości kolizji i wypadków z udziałem pojazdów ciężarowych.

8

Realizacja projektu prewencyjnego **Akademia Bezpiecznego Dziecka** polega na przeprowadzaniu w przedszkolach i szkołach spotkań i pokazów profilaktycznych, których celem jest propagowanie bezpiecznego zachowania się dzieci podczas drogi do i z przedszkola/szkoły, bezpiecznej zabawy w przedszkolu, szkole, na podwórku, w domu oraz właściwego korzystania ze sprzętów elektrycznych pod opieką dorosłych. Ponadto dzieci są zapoznawane z podstawowymi znakami drogowymi oraz zaznajamiane z zagrożeniami mogącymi ich spotkać (np. jak należy się zachowywać wobec osób obcych). Projekt jest realizowany poprzez przeprowadzenie szeregu spotkań policjantów i przedstawicieli **Grupy Enea** z dziećmi w przedszkolach i szkołach z wykorzystaniem pomocy dydaktycznych (miasteczko ruchu drogowego, gry prewencyjne, książeczki edukacyjne, kolorowanki dla dzieci, elementy odblaskowe oraz krótkie filmy edukacyjne).

17480

Akademia Bezpiecznego Puchatka to ogólnopolski program edukacyjny **Grupy Maspex** skierowany do uczniów klas 1 szkół podstawowych, obejmujący tematykę związaną z bezpieczeństwem dzieci w 5 sferach: na drodze, w domu, w szkole, w Internecie i w relacji z rówieśnikami. Patronat nad programem sprawuje Komendant Główny Policji. Szkoły biorące udział w programie otrzymują bezpłatny komplet specjalnie przygotowanych materiałów edukacyjnych, które zostały opracowane przez metodyków i ekspertów w zakresie technik szybkiego uczenia się oraz zapamiętywania. Liczba uczniów zgłoszonych do edycji 2022/2023: ponad 225 tys. Liczba zaangażowanych nauczycieli: 10 tys. W trzynastu edycjach programu wzięły udział ponad 3 mln dzieci. Pakiet materiałów został pozytywnie zaopiniowany przez Komendę Główną Policji oraz psychologa i metodyka. Każda płaszczyzna bezpieczeństwa to osobny scenariusz zajęć wraz z pomocami dydaktycznymi.

7500

W 2022 r. w wyrobiskach zabytkowej **Kopalni Soli „Wieliczka"** odbyły się **podziemne treningi służb ratowniczych**. Zespoły ratownicze z psami: OSP w Tęgoborzy, Hasiči Klášterec nad Ohří, Grupa Poszukiwawczo-Ratownicza OSP Goszcza, OSP Niepołomice, OSP Wieprz, ćwiczyły wiosną na trasie turystycznej. Na początku czerwca komory i chodniki poza szlakiem zwiedzania służyły do treningu Podhalańskiej Grupie GOPR, a w lipcu strażakom z psami o specjalności gruzowiskowej. Kilkugodzinny pobyt w kopalni uczył psy warunków panujących w zakładzie górniczym. Podziemia to dla psów nowe dźwięki, zapachy, mrok, trudne warunki terenowe, inna niż na powierzchni wilgotność. GOPR wraz z wielickimi ratownikami górniczymi ćwiczy pod ziemią także m.in. w wysokich komorach (np. komora Staszica) i szybach (szyb św. Kingi). Tego rodzaju ćwiczenia przygotowują ludzi i zwierzęta do wspólnego ratowania zdrowia i życia, bywa, że również w kopalniach. Cenne są treningi alpinistyczne, podczas których umiejętności szlifują i ratownicy górscy, i górniczy.

807

Firma **Model Opakowania** organizuje projekt **Bezpieczny Przedszkolak z Modelem**, który od najmłodszych lat kształtuje dobre nawyki. Firma kupiła dla przedszkolaków kamizelki odblaskowe, by uczyć maluchy dbania o widoczność na drodze. Kamizelki trafiły do dzieci z ok. 15 przedszkoli z terenu powiatów: nowodworskiego i nowosolskiego. Kamizelki pomagają też opiekunom grup przedszkolnych otoczyć dzieci lepszą opieką podczas wycieczek, spacerów czy wspólnych zabaw.

830

Firma **Sela** już od wielu wspiera i edukuje społeczność lokalną. W 2022 r. firma 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**. W szkoleniu udział wzięli uczniowie jednej z klas Szkoły Podstawowej nr 21 w Zielonej Górze. Celem zajęć było przełamanie u dzieci strachu i obaw przed udzielaniem pierwszej pomocy, praktyczna nauka na fantomach, wzmocnienie pozytywnych zachowań, edukacja dotycząca zdrowego stylu życia i niesienia pomocy drugiemu człowiekowi. Przeszkolono ok. 25 osób.

16

Selove Poradniki Wakacyjne to cykl poradników w formie infografik przygotowany przez firmę **Sela** i udostępniany nieodpłatnie w social mediach (Facebook). Celem jest poszerzenie świadomości i wiedzy, zwłaszcza rodziców, m. in. na temat zasad bezpieczeństwa w górach, nad morzem, w podróży, czy w trakcie upałów. Posty były publikowane w okresie wakacyjnym co kilka–kilkanaście dni. Selove Poradniki Wakacyjne były udostępniane na forach i grupach, m.in. parentingowych. Poza infografikami można było pobrać do druku autorską kartę ICE (karta wielkości wizytówki, na której znajduje się imię i nazwisko właściciela oraz dane osobowe i numery telefonów do dwóch osób, które należy powiadomić w razie nagłego wypadku).

16

Firma **Sela** w 2022 r. dwukrotnie wzięła udział w targach odbywających się na terenie sklepu z artykułami dziecięcymi, by propagować bezpieczne zachowania oraz edukować rodziców. Dodatkowo dla jednego z partnerów biznesowych, firmy Expondo, Sela zorganizowała konkurs na temat bezpiecznych zachowań w pracy oraz w trakcie wakacji. Firma postawiła sobie za cel przeszkolenie jak największej liczby osób biorących udział m.in. w targach – w ramach akcji **Bezpieczne wakacje**. Ratownicy z firmy Sela poprowadzili panel szkoleniowy dotyczący zasad udzielania pierwszej pomocy niemowlętom, a w konkursie z firmą Expondo wzięło udział kilkudziesięciu pracowników wraz z rodzinami.

16

DOBRY SĄSIAD

Avon Operations Polska angażuje się we **wsparcie lokalnej społeczności** i co roku przekazuje Urzędowi Miasta Garwolin darowiznę na inwestycje w mieście i okolicach. Środki przekazane w 2022 r. zostały przeznaczone na budowę skateparku. Z okazji obchodów 25-lecia działalności Avon w Garwolinie firma posadziła 25 drzew wokół zbiornika retencyjnego w Leszczynach. Ufundowała też Powiatowej Straży

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Pożarnej w Garwolinie kamerę termowizyjną, organizowała też szkolenie z pierwszej pomocy dla dzieci w garwolińskim CSiK oraz warsztaty z samobadania piersi dla uczennic szkół średnich z powiatu garwolińskiego. Dotychczas Miasto Garwolin we współpracy z firmą zrealizowało np. renowację boisk treningowych i budowę zaplecza sanitarno-szatniowego w CSiK, modernizację boiska wielofunkcyjnego przy al. Żwirki i Wigury oraz placów zabaw na terenach rekreacyjnych.

1000

We wrześniu 2022 r. zakończyła się siódma edycja ogólnopolskiego, prospołecznego konkursu grantowego **Zielona Ławeczka** Fundacji Banku Ochrony Środowiska utworzonej przez **Bank Ochrony Środowiska**. Celem konkursu jest zazielenienie publicznie dostępnych miejsc w miastach powyżej 10 tys. mieszkańców. Odbiorcami są mieszkańcy, którzy wraz ze społecznością sąsiedzką chcą stworzyć miniogródek na swoim osiedlu. Fundacja Banku Ochrony Środowiska przyznaje laureatom granty o maksymalnej wysokości 2 tys. zł i zieloną ławkę będącą elementem wyposażenia nowego ogródka. W siódmej edycji powstało 15 miniogródków. Łącznie do konkursu zgłosiły się 83 zespoły sąsiedzkie (400 uczestników).

1200

Centrum Handlowe **Blue City** od 10 lat współpracuje z **Młodzieżowym Domem Kultury „Ochota"** i finansuje wydawanie przygotowywanego przez dzieci miesięcznika „Korniszon". Dzięki temu podopieczni MDK mogą rozwijać swoje talenty dziennikarskie. Miesięcznik wydawany jest w 2,5 tys. egzemplarzy i kolportowany w szkołach, urzędach, bibliotekach i innych placówkach publicznych na terenie dzielnicy. Ma również miejsce ekspozycji w Blue City. Wychowankowie domu kultury bezpłatnie korzystają z dostępnych w centrum atrakcji i są zapraszani na organizowane przez Blue City wydarzenia. Centrum jest także sponsorem nagród w wielu przygotowywanych przez MDK konkursach. Podopieczni MDK „Ochota" prezentują swoje talenty muzyczne, taneczne i plastyczne w organizowanych przez Blue City eventach. Ze współpracy Blue City z MDK „Ochota" w sumie korzysta rocznie ok. 500 dzieci.

14

Żywiec Zdrój z grupy **Danone** angażuje się w działania na rzecz środowiska na Żywiecczyźnie w ramach programu Kwietne Łąki i Koalicji Dbamy o Wodę, wspiera również finansowo i merytorycznie lokalne władze, spółki wodne i szkoły dotacjami na rzecz poprawy dostępu do dobrej jakości wody pitnej. W 2022 r., aby zwiększyć dostęp do wody mieszkańców Gminy Jeleśnia, powołano **Fundusz Wodny**, który jest jednym z efektów dialogu społecznego z mieszkańcami, władzami oraz NGO na terenie gminy. W ramach funduszu w ciągu najbliższych 4 lat firma dofinansuje inwestycje związane z rozwojem gminnej sieci wodociągowej na kwotę 2 mln zł. Sfinansowane zostaną m.in. modernizacja gminnego ujęcia wody w Sopotni Wielkiej i Jeleśni, stworzenie przyłączy do gminnej sieci wodociągowej oraz dopłaty taryfowe.

1223

Energopomiar na prośbę mieszkańców ulicy Kozłowskiej w Gliwicach, sąsiadującej z siedzibą spółki, zobowiązał się do zazielenienia betonowego płotu, który szpecił otoczenie. Sprawa wymagała uzgodnień z Zarządem Dróg Miejskich w Gliwicach, ponieważ nasadzenia nie mogły naruszać znajdujących się pod ziemią instalacji i konieczna była dzierżawa pasa zieleni. W czerwcu 2022 r. rozpoczęły się nasadzenia bluszczu. Społeczność lokalna zamieszkała w pobliżu siedziby Energopomiaru to jeden z kluczowych interesariuszy firmy. **Zielone ogrodzenie dla sąsiadów** ma pozytywny wpływ na estetykę otoczenia, ale też na środowisko. Efekty nasadzeń będą monitorowane w kolejnym roku, a w razie potrzeby – powtórzone lub uzupełnione.

239

Firma **EPP** zrealizowała **180 dobrych uczynków na rzecz społeczności lokalnych** z otoczenia nieruchomości firmy. Beneficjentami były osoby w trudnej sytuacji lub organizacje pożytku publicznego, które otrzymały pomoc rzeczową, finansową lub w postaci pracy wolontariuszy. Pracownicy podzieleni na 24 lokalne zespoły prowadzili akcje w ramach 4 filarów społecznej odpowiedzialności EPP: człowiek z sąsiedztwa i jego potrzeby (66% inicjatyw), zdrowie i aktywność fizyczna (18% akcji), edukacja (9% akcji) oraz ekologia (7% inicjatyw). Wsparcie otrzymało m.in. 11 domów dziecka i 14 schronisk dla zwierząt, przeprowadzono 6 zbiórek krwi oraz ok. 30 akcji na rzecz Ukrainy. Zrealizowano o 60 więcej działań niż zakładano, a zespoły często przeprowadzały je bezkosztowo, poniżej założonego budżetu i w ramach wolontariatu, w ramach którego przepracowano ponad 1100 godzin.

210

Celami programu **NaprawiaMY z Veolią** są wzmacnianie miejskich innowacji społecznych wokół idei zero waste oraz integracja społeczności lokalnych wokół kawiarenek naprawczych. Kawiarenki to miejsca spotkań oraz możliwość naprawiania niesprawnych sprzętów lub dania rzeczom drugiego życia w drodze upcyklingu. W 2022 r. **Fundacja Veolia Polska** została uhonorowana za program srebrną nagrodą i otrzymała tytuł Lidera ESG. W 2022 r. powstał raport NAPRAWIACZE ŚWIATA, który zawiera wyniki badań przeprowadzonych na zlecenie Fundacji Veolia Polska przez instytut badawczy SW Research. Program dotychczas pomógł w utworzeniu 16 kawiarenek naprawczych w 9 miastach Polski. Dzięki niemu w 2022 r. w 6 istniejących kawiarenkach w Łodzi odbyło się ponad 60 spotkań sąsiedzkich wokół wspólnego naprawiania.

4300

Grupa PBI wspiera środowiska lokalne na terenie prowadzonej przez siebie działalności. Udziela wsparcia finansowego i rzeczowego klubom sportowym (m.in. Gminny Klub Sportowy w Iwaniskach, Ludowy Klub Sportowy Klimontowianka w Klimontowie), organizacjom naukowo-kulturalnym (Towarzystwo Naukowe Sandomierskie, Miejsko-Gminny Ośrodek, Fundacja Kultury Ziemi Sandomierskiej), lokalnym stowarzyszeniom, współuczestniczy w lokalnych akcjach, np. krwiodawstwa. Dzięki wsparciu Grupy PBI instytucje sportowe, społeczne czy kulturalne mogą kontynuować i rozwijać swoją działalność. Firma wspiera też osoby indywidualne będące w trudnej sytuacji życiowej.

1200

Firma **Ingka Centres Polska** przeprowadziła pilotażowy projekt z Biblioteką Miejską w Łodzi. W jednym z lokali powstał punkt, w którym można nie tylko wybierać, zamawiać i wypożyczać książki oraz gry planszowe, ale także wziąć udział w cyklicznych warsztatach twórczych dla całej rodziny. **Biblioteka w Porcie Łódź** to pierwsze tego typu przedsięwzięcie w Łodzi. Na warsztaty zapraszane są sąsiedzkie szkoły i przedszkola, a centrum wspólnie z biblioteką zaprasza odwiedzających do współtworzenia tego miejsca. Punkt Biblioteki Miejskiej w Porcie Łódź powstał, by promować nie tylko czytelnictwo, ale także bardziej zrównoważony tryb życia – poprzez wypożyczanie książek oraz warsztaty dające drugie życie przedmiotom. Centrum handlowe zaprasza swoich klientów do korzystania z tej przestrzeni, organizując m.in. baśniową strefę do warsztatów czy zachęcając w swojej sali zabaw do odwiedzania Biblioteki Miejskiej.

100

Fundacja Biedronki działająca przy **Jeronimo Martins Polska** prowadzi działania pomocowe głównie na rzecz seniorów. Aby dotrzeć do osób starszych z terenów wiejskich, uruchomiła program **Danie Wspólnych Chwil**. Do współpracy w edycji pilotażowej zaproszono koła gospodyń wiejskich. To dzięki nim możliwa jest realizacja idei akcji – spotkań dla seniorów przy wspólnym stole. Projekt odpowiada na problem samotności osób starszych i integruje je poprzez wspólny, wartościowy posiłek, aktywizuje regionalny potencjał i zwraca uwagę na kwestię prawidłowego żywienia. Posiłki dla seniorów organizowane są co miesiąc, ich koszt pokrywa Fundacja Biedronki. W pilotażowej edycji programu (październik 2022 – styczeń 2023) bierze udział 90 kół. Każde ma za zadanie zorganizować minimum 3 spotkania. W pierwszym miesiącu pilotażu w spotkaniach wzięło udział 1929 seniorów, a w drugim miesiącu – blisko 2,5 tys.

80000

W kwietniu 2022 r. podczas akcji **Zielone płuca dla Wieliczki** prawie 100 osób posadziło na terenie **Kopalni Soli „Wieliczka"** 1000 drzew i krzewów - przy szybach Kościuszko, Boża Wola i na Baryczy. Sadzonki 14 gatunków dobrali eksperci, m.in. pod kątem gleby czy występowania w danym rejonie. Organizatorzy akcji: Kopalnia Soli „Wieliczka", Powiat Wielicki i Fundacja Aeris Futuro zaprosili do udziału w przedsięwzięciu wieliczan, krakowian i pracowników kopalni. Przyszły całe rodziny, najstarszy uczestnik miał 70 lat. Za 10 posadzonych drzew uczestnicy otrzymywali bilet do kopalni.

807

Kronospan Polska postanowił ułatwić pracownikom powrót do pracy po urlopie macierzyńskim. Firma stworzyła przedszkole **KronoMiś** działające przy niepublicznym przedszkolu „Miś". To placówka integracyjna, optymistyczna, ekologiczna i wielojęzyczna, prowadzona przez wykwalifikowanego operatora. Przedszkole jest nowocześnie wyposażone m.in. w sale edukacyjne, salę rehabilitacyjną, logopedyczną, SI oraz edukacyjno-terapeutyczną dla dzieci autystycznych. Obecnie do placówki uczęszcza 213 dzieci. Dzięki wsparciu Kronospan istniejące przedszkole zostało rozbudowane o nowoczesne skrzydło z pełnym wyposażeniem. Placówka została powiększona o dodatkowe 75 miejsc, co zwiększyło możliwości systemu przedszkolnego na terenie gminy Szczecinek. Co roku w organizowanych inicjatywach realizowanych z firmą uczestniczy ponad 200 dzieci z obu placówek. Największą atrakcją jest niezmiennie wspólnie obchodzony Dzień Misia.

1150

Lewiatanki na Mikołajki to akcja **Lewiatan Holding** dla podopiecznych z ponad 40 placówek opiekuńczo-wychowawczych, MOPS oraz oddziałów szpitalnych, wytypowanych przez przedsiębiorców oraz spółki regionalne. W ramach tego działania Fundacja PSH Lewiatan dostarczyła upominki w postaci książeczek, kolorowanek oraz puzzli, a regiony i sklepy przekazywały także słodycze. Sieć wraz z powołaną przez siebie Fundacją chce, zgodnie z obowiązującym statutem, nieść pomoc i wyrównywać szanse mieszkańcom lokalnych społeczności, w których działają sklepy Lewiatan.

80

Fundacja PSH Lewiatan przy **Lewiatan Holding** działa od 2020 r. Jest katalizatorem inicjatyw społecznych w lokalnej społeczności przeprowadzanych w sklepach sieci. Partnerami programu **Blisko Twoich potrzeb** były m.in. PCK, FBŻ, WOŚP, Fundacja Pro Spe. W ubiegłym roku odbyły się wydarzenia: sztab #6260 w ramach 30. Finału WOŚP, działania pomocowe na rzecz uchodźców z Ukrainy (organizacja zbiórek publicznych w blisko 1 tys. placówkach, które niosły pomoc pokrzywdzonym w wyniku działań wojennych, pomoc finansową oraz rzeczową), wsparcie dla lokalnych inicjatyw sportowych, akcja Lewiatanki na Mikołajki, świąteczna zbiórka pomocy dla potrzebujących. Praktyka buduje zaangażowanie pracowników i właścicieli sklepów w inicjatywy społecznie użyteczne dla lokalnych społeczności.

80

W związku z katastrofą ekologiczną na Odrze, firma **LG Energy Solution Wrocław** zaangażowała się w prowadzone przez MPWiK S.A. Wrocław **badania wód miejskich** na terenie miasta i okolic. Zespół ekspertów pobrał próbki wód z 4 lokalizacji, aby przebadać je wedle określonych kryteriów analitycznych, m.in. temperatury, poziomu pH, poziomu

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

tlenu czy obecności związków organicznych. Poza badaniami w terenie, na podstawie pobranych próbek przeprowadzone zostały również badania laboratoryjne. Podjęte działania służyły głównie szybkiej ocenie stanu wód w regionie i zapewnieniu bezpieczeństwa mieszkańcom.

10000

Od września 2022 r. w Biskupicach Podgórnych, tuż obok **LG Energy Solution Wrocław**, działa ufundowane przez spółkę i wybudowane we współpracy z Gminą Kobierzyce **publiczne Przedszkole „Ul"**. Placówka powstała z myślą o pracownikach firmy, jej spółek siostrzanych, jak i społeczności lokalnej – do przedszkola mogą uczęszczać dzieci mieszkańców regionu. W przedszkolu, którego wartości wychowawcze opierają się na wzajemnym szacunku, pomocy, współpracy oraz trosce o siebie nawzajem i środowisko, jest miejsce dla 200 maluchów. To wyjątkowa przestrzeń, która łączy pracowników, społeczność lokalną oraz różne kultury – polską, koreańską i ukraińską.

10000

Biorąc pod uwagę, że wrzesień i październik to miesiące, w których odbywają się coroczne akcje sprzątania świata, firma **LG Energy Solution Wrocław** zaplanowała inicjatywę **Serce dla ZOL**. Firma zakupiła narzędzia, które mogą przysłużyć się zarówno środowisku, jak i Zakładowi Opiekuńczo-Leczniczemu w Wierzbicach i jego mieszkańcom: rozdrabniacz do gałęzi wspierający sezonowe porządki terenu parku wokół środka oraz ławki ogrodowe wspomagające rehabilitację podopiecznych zakładu. Pracownicy firmy, w roli wolontariuszy, udali się do Wierzbic i pomogli uporządkować rozległy teren parku wokół budynku. Celem ZOL-u jest udzielanie kompleksowej opieki medycznej dzieciom i młodzieży z upośledzeniem zdolności do samodzielnego poruszania się, gdy nie kwalifikują się do leczenia szpitalnego, a wymagają opieki. Uporządkowanie przestrzeni, wyrzucenie śmieci i zamontowanie nowych ławek nie tylko wpłynęły na poprawę komfortu mieszkańców, ale także zminimalizowały ryzyko ewentualnych wypadków.

10000

„Kultura Przestrzeni/Zieleń Funkcjonalna" było jednym z działań spółki **Lubelski Węgiel Bogdanka** w ramach projektu **ŁącznaLAB edukuje o zrównoważonym rozwoju**. Wykonano drugi etap rewitalizacji skweru Górnika. powstał też zakątek kultury przy osiedlowym Domu Kultury. Na odnowionym skwerze w czerwcu odbyła się gra terenowa dla dzieci i nauczycieli, która pokazała, że krajobraz miejski ma potencjał i może służyć mieszkańcom w celach edukacyjnych i rekreacyjnych. Projekt była kontynuacją oraz jednocześnie wynikiem trójstronnej współpracy pomiędzy LW Bogdanka, Fundacją Krajobrazy oraz Gminą Łęczna realizowanej od 2019 r., w ramach „Programu Estetyka dla Miasta Łęczna". Mieszkańcy wspólnie z ekspertami opracowali raport zawierający szczegółowe rekomendacje zmian dla wybranych przestrzeni w Łęcznej – najbardziej wartościowych z punktu widzenia mieszkańców.

4761

W 2022 r. **Lubelski Węgiel Bogdanka** w ramach **wielosektorowego partnerstwa Bogdanki** wsparła Jarmark Produktu Lokalnego w Łęcznej (partnerstwo z Powiatem Łęczyńskim) oraz Awers/Rewers w gminie Puchaczów. Letnie warsztaty fotograficzne dla mieszkańców gminy Puchaczów, to pomysł na animację nowego miejsca na mapie gminy – odrestaurowanego Dworu Lachertów. Działanie przygotowało Stowarzyszenie Anthill, zaś inicjatorami był LW Bogdanka, który zaprosił do współpracy Gminny Ośrodek Kultury w Puchaczowie i Gminną Bibliotekę Publiczną w Puchaczowie. Projekt połączył środowisko artystyczne oraz społeczność lokalną. W zadaniach realizowanych wspólnie z Powiatem i Stowarzyszeniem wzięło udział ok. 1 tys. dzieci.

4761

W 2022 r. firma **Merck** obchodziła 30 lat działalności w Polsce. W tym szczególnym roku Fundacja Rodziny Merck przeznaczyła **grant na zakup specjalistycznego sprzętu rehabilitacyjnego, medycznego oraz wyposażenia dla hospicjum dla dzieci i dorosłych w Poznaniu**. Pomogła tym samym dostosować infrastrukturę do potrzeb osób nieuleczalnie chorych oraz z niepełnosprawnościami. „Hospicjum Domowe" będzie pierwszym i jedynym ośrodkiem oferującym opiekę w formie stacjonarnej w subregionie poznańskim. Jego beneficjentami będą osoby ze zdiagnozowaną chorobą nowotworową, z SMA, mózgowym porażeniem dziecięcym czy całościowymi zaburzeniami rozwojowymi. Powstanie również punkt wsparcia i edukacji dla rodzin. Firma w ramach obchodów jubileuszu chciała część swoich działań skierować również do lokalnej społeczności. Jedna ze spółek firmy zlokalizowana jest w Poznaniu, stąd propozycja pracowników, aby wsparcie trafiło właśnie do tego regionu.

150

Firma **Międzynarodowe Targi Gdańskie** w centrum Gdańska zorganizowała Jarmark Bożonarodzeniowy, zapraszając do współpracy wiele organizacji społecznych w ramach projektu **Pomaganie jest piękne!** Firma udostępniła scenę ze św. Mikołajem dzieciom z osiedlowych i miejskich domów kultury, dała przestrzeń dla Magicznej Szafy, która służyła wymianie zabawek (tzw. toycrossing), wsparła organizację spotkania wigilijnego dla osób w potrzebie przygotowywanego przez ojców dominikanów, zorganizowała akcję „Adoptuj misia" na rzecz hospicjum i spełniła marzenie niepełnosprawnej podopiecznej MOPS GDAŃSK – podarowała komputer ze specjalnym sterownikiem.

60

Program poprawy komfortu akustycznego dedykowany jest mieszkańcom obszaru ograniczonego użytkowania (OOU) lotniska Kraków-Balice. Celem projektu jest minimalizowanie negatywnego oddziaływania portu lotniczego na otoczenie i podniesienie jakości życia okolicznych mieszkańców. Osoby zgłaszające się do programu mogą skorzystać z finansowego na wymianę stolarki zewnętrznej o podwyższonej izolacyjności akustycznej oraz na dodatkowe prace wygłuszające. Program ogłaszany jest cyklicznie, począwszy od roku 2019 przez **Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice**. Każda kolejna edycja bazuje na doświadczeniach z edycji poprzednich. Na stronie Krakowairport.pl powstała zakładka o programie z informacjami i dokumentami, prowadzona jest kampania informacyjna w mediach społecznościowych oraz dystrybucja ulotek informacyjnych zawierających wniosek konkursowy. Od czasu uruchomienia programu akustycznego firma wsparła mieszkańców 120 domów i mieszkań.

689

Firma **Model Opakowania** z siedzibą w Biłgoraju od wielu lat współpracuje z Biłgorajskim Centrum Kultury. Jest współorganizatorem **Mistrzostw Debat Oxfordzkich** i fundatorem nagrody głównej dla zwycięskiej drużyny. Firma wspiera ideę debat oksfordzkich jako sposobu prowadzenia dyskusji w oparciu o argumenty i z szacunkiem dla interlokutora. Jest zaangażowana w krzewienie kultury mowy i inspiruje młodzież do dbałości o kulturę słowa i komunikację bez hejtu.

830

NEPI Rockcastle Polska przeprowadziło akcję **Posadź drzewa z NEPI Rockcastle – ekologiczne warsztaty edukacyjne i akcje sadzenia drzew** we współpracy z organizacją społeczną Dotlenieni.org. Celem było tworzenie nowych przestrzeni zielonych, a rodzaj sadzonek dostosowany został do potrzeb lokalizacji i gleby. Do wspólnego sadzenia drzew zaproszono mieszkańców. Akcję nasadzeń poprzedziły warsztaty edukacyjne w 12 galeriach i konkursy ekologiczne. Rezultatem są 22 tys. drzew posadzonych w 9 lokalizacjach. W wydarzeniach w plenerze wzięło udział ok. 1400 osób, przedstawicieli społeczności lokalnej, w tym szkół, organizacji pozarządowych, władz miasta i mediów. W warsztatach edukacyjnych z sadzenia kokedamy wzięło udział 1200 osób, każda z nich zabrała roślinę do domu, aby zazielenić swoją najbliższą przestrzeń.

83

Filar programu **Dobry sąsiad** firmy **Nhood Polska** stanowi dialog z lokalną społecznością. Inicjatywa wspiera działające w sąsiedztwie centrów i galerii handlowych organizacje pozarządowe i fundacje, a także lokalnych twórców i rzemieślników. Program obejmuje 5 ścieżek tematycznych – kultura i nauka, ekologia, bezpieczeństwo i zdrowie, region, sport i zabawa. W 2022 r. w ramach programu Dobry sąsiad w 24 obiektach zarządzanych przez Nhood Polska w 23 miastach w całej Polsce odbyło się ponad 378 wydarzeń CSR.

80

Port Rumia oraz Centrum Handlowe Auchan Gdańsk zarządzane przez **Nhood Polska** od lat wspierają lokalne instytucje i angażują się w podejmowane przez nie inicjatywy. Jedną z nich było **powstanie Ogrodu Marzeń przy Puckim Hospicjum pw. św. Ojca Pio**. To miejsce, w którym podopieczni placówki mogą odpocząć w otoczeniu natury i spotkać się z bliskimi. Port Rumia oraz Centrum Handlowe Auchan Gdańsk wspólnie ze swoimi klientami włączyły się w zbiórkę funduszy i przyczyniły się do powstania wyjątkowej i potrzebnej przestrzeni. Miejsce zostało zaprojektowane tak, aby każdy mieszkaniec Puckiego Hospicjum mógł w pełni korzystać z walorów zielonego azylu.

80

Nhood Polska uczestniczył w akcji edukacyjnej **Wiązy dla Wiązowny**, zorganizowanej przez Gminny Ośrodek Kultury w Wiązownie. Przez miesiąc mieszkańcy, uczniowie szkół podstawowych oraz seniorzy brali udział w spotkaniach edukacyjnych, w czasie których dowiadywali się, dlaczego drzewa są ważne dla środowiska i jakości życia. Wśród prowadzących zajęcia byli przedstawiciele Nhood Polska. W ramach inicjatywy przedstawiciele firmy oraz gminy zasadzili 8 wiązów holenderskich „Wredei" na terenie planowanej przez Nhood inwestycji Projekt Góraszka. Wiązy mają wysokość ok. 3 metrów każdy, a w najbliższych latach mogą urosnąć nawet do 5 metrów.

80

Ørsted Polska utworzył **Fundusz na rzecz Zrównoważonego Rozwoju dla gminy Choczewo**, którego celem jest wspieranie działań lokalnych na tym terenie, prowadzonych z inicjatywy mieszkańców lub lokalnych organizacji pozarządowych. Środki z powołanego Funduszu zostaną przeznaczone na finansowanie projektów **zgłaszanych przez społeczność gminy Choczewo**, gdzie powstanie infrastruktura lądowa dla projektu Morskiej Farmy Wiatrowej Baltica, realizowanego wspólnie z PGE Baltica. Za obsługę formalną Funduszu, w tym ocenę wniosków i monitoring realizacji projektów, odpowiadać będzie TISE S.A. oraz Centrum Inicjatyw Obywatelskich wyłonione w ramach konkursu. Inicjatywa Ørsted wpisuje się w działania prowadzone wspólnie z inwestorami morskich farm wiatrowych w ramach programu Gmina Napędzana Wiatrem.

270

Firmy **Ørsted Polska** oraz ZE PAK podpisały list intencyjny z Urzędem Gminy w Kazimierzu Biskupim na rzecz bezpieczeństwa energetycznego oraz sprawiedliwej transformacji. Spółki wraz z samorządem lokalnym stworzą nowe miejsca pracy dla byłych pracowników kopalni oraz sfinansują rozwiązania OZE dla budynku Zespołu Szkolno-Przedszkolnego w Sokółkach, gdzie obecnie uczy się 230 dzieci. W przypadku sukcesu w uzyskaniu pozwoleń lokalizacyjnych pod morskie farmy wiatrowe zadeklarowały też powołanie **Funduszu na rzecz Sprawiedliwej Transformacji Wielkopolski Wschodniej**, który w ciągu 10 lat przeznaczy do

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

10 mln euro na minimalizowanie negatywnych skutków transformacji energetycznej.

270

Jak co roku, firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** zaangażowała się w **zbiórkę dla schroniska dla zwierząt w Przyborówku**. Pracownicy zebrali karmę i legowiska, które wsparły w okresie zimowym mieszkające tam zwierzęta. Schronisko znajduje się w tym samym powiecie P.P.H. WObit E.K.J. Firma chciała zwrócić uwagę pracownikom, że w najbliższym otoczeniu znajdują się organizacje wymagające wsparcia, i są to nie tylko ludzie, ale także zwierzęta. W ramach akcji zebrano kilka kartonów pełnych żywności oraz legowisk i koców.

60

WzMOCnij swoje otoczenie to największa inicjatywa grantowa organizowana przez biznes w Polsce. W czwartej edycji **Polskie Sieci Elektroenergetyczne** nagrodziły ponad 231 pomysłów o łącznej wartości ok. 4,6 mln zł na obszarze 167 gmin i powiatów z terenów działalności PSE. Granty w kwocie do 20 tys. zł przeznaczono m.in. na rewitalizację parków i skwerów, budowę miasteczka do nauki ruchu drogowego, laptopy i szkolenia cyfrowe dla seniorów, modernizacje sal gimnastycznych, boisk i placów zabaw czy zakup sprzętu rehabilitacyjnego oraz dronów i kamer termowizyjnych do akcji ratunkowych i poszukiwawczych. Celem programu jest realizacja długotrwałych projektów z myślą o mieszkańcach gmin, w których działa PSE.

2700

Pracownicy Centrów Medycznych **PZU Zdrowie** zaangażowali się w lokalne inicjatywy realizowane na rzecz profilaktyki zdrowotnej **Strefy Zdrowia**. Pracownicy centrów Wrocław Grabarska oraz Gdańsk Abrahama wzięli udział w akcji Miasteczko Zdrowia organizowanej przez Fundację Veritas. Mieszkańcy Wrocławia i Gdańska mogli wykonać bezpłatne badania profilaktyczne i skorzystać z darmowych konsultacji medycznych. Z okazji Ogólnopolskiego Dnia Seniora specjaliści z centrum Gdańsk Abrahama wykonywali analizę składu ciała, pomiar ciśnienia i poziomu cukru. Pracownicy centrum Kielce zorganizowali punkt pomocy podczas biegu charytatywnego Piątka dla Bartka. W Dniu Uśmiechu pracownicy stomatologii w centrum Poznań Grunwaldzka opowiedzieli dzieciom ze Społecznej Szkoły Podstawowej nr 2 w Poznaniu o tym, jak prawidłowo się odżywiać, kiedy najlepiej przyjść na wizytę do gabinetu stomatologicznego i jak umiejętnie czyścić jamę ustną.

7000

W 2022 r. **TIM** po raz trzeci zorganizował charytatywną akcję świąteczną **TIM Mikołajów**, finansowaną ze środków, które pierwotnie miały zostać przeznaczone na zakup prezentów oraz kalendarzy książkowych dla klientów. Całkowity budżet akcji, dzięki włączeniu się w nią 48 producentów asortymentu dostępnego na TIM.pl, wyniósł 391 tys. zł. Darowizny finansowe otrzymały lokalne fundacje i inne instytucje, które zebrały największą liczbę głosów w plebiscycie online. W głosowaniu mógł wziąć każdy użytkownik Internetu. Do TIM-u Mikołajów 2022 dołączyło 48 partnerów biznesowych firmy (w 2021 było to 35), dzięki czemu całkowity budżet akcji wyniósł 391 tys. zł (357 tys. zł w 2021). Głosy oddało 11 045 internautów (w 2021 było to 1757).

308

Vantage Development **współpracuje z lokalnymi społecznościami** działającymi w okolicy jej inwestycji. W 2022 r. organizacja kontynuowała współpracę z Wrocławskim Stowarzyszeniem Wychowawców, Przedszkolem nr 104 oraz Stowarzyszeniem Serce Szczepina we Wrocławiu. Wraz z rozwojem Vantage Rent, spółka swoją dobrą praktykę przeniosła również do Poznania, gdzie nawiązała elację z Radą Osiedla Stare Winogrady. Przy wsparciu firmy odbyły się wydarzenia integracyjne i edukacyjne z udziałem lokalnych społeczności. Na Popowicach przygotowano Piknik Rodzinny, Stowarzyszenie Serce Szczepina przygotowało Teatralny Dzień Dziecka z kilkoma scenami zlokalizowanymi na terenie osiedla, Przedszkole nr 104 z Popowic w ramach kontynuowania współpracy otrzymało środki na zakup tablicy multimedialnej. W Poznaniu firma uczestniczyła też w Pikniku Sąsiedzkim na terenie parku Cytadela, gdzie przygotowała atrakcje dla najmłodszych

170

W 2022 r. **Volkswagen Motor Polska** zaangażował się we **współpracę z lokalnymi instytucjami, szkołami, partnerami społecznymi** i przyłączył do akcji choinkowej. Pracownicy mieli okazję zostać Świętymi Mikołajami i spełnić jedno z marzeń dzieci z Domu Dziecka w Golance Dolnej oraz z Fundacji „Przystanek Rodzina" w Starym Wołowie. Pomysł spotkał się z bardzo dużym zainteresowaniem pracowników. Firma wsparła także lokalne stowarzyszenia i instytucje, przekazując dzieciom bony podarunkowe oraz zapraszając je na przedstawienie.

1300

Przedsiębiorstwo produkcyjne **Volkswagen Poznań** prowadzi **dialog z lokalną społecznością**, by kształtować pozytywne relacje z najbliższym sąsiedztwem, władzami lokalnymi, policją, strażą pożarną oraz lokalnymi mediami. VWP pielęgnuje ścisłą współpracę z radami osiedli i sołtysami, podtrzymując stały, regularny kontakt i reagując na zgłaszane przez nich kwestie. W trakcie spotkań podsumowany został miniony rok, podjęto też próby wskazania potencjałów dalszych wspólnych działań. W roku 2022 w każdym z 3 zakładów Volkswagen Poznań odbyły się po dwa spotkania dialogowe z przedstawicielami najbliższego sąsiedztwa.

9500

Walstead Central Europe/ Walstead Kraków poprzez **działania charytatywne** regularnie wspiera społeczność lokalną. W zakładach firmy przeprowadzono zbiórkę używanych książek w ramach wydarzenia „Dobry Antykwariat" organizowanego przez Fundację Anny Dymnej „Mimo Wszystko", którą firma wspiera od wielu lat. Dochód ze sprzedaży został przekazany na utrzymanie podopiecznych ośrodka „Dolina Słońca" w Radwanowicach koło Krakowa. Firma wyprodukowała gry kartonowe, infografiki, naklejki oraz reprodukcje prac uczniów, które Fundacja zabrała na Open'er Festiwal. Walstead CE jest również corocznym darczyńcą papieru na cele edukacyjne dla Zespołów Szkolno-Przedszkolnych nr 18 i nr 47 w Krakowie. Firma wspiera także krakowskie Stowarzyszenie Rodziców i Przyjaciół Osób z Zespołem Downa „Tęcza".

1200

DZIAŁANIA CHARYTATYWNE I FILANTROPIA

AByrazem to inicjatywa firmy **AB** na rzecz osób zmagających się z koronawirusem i placówek, które ich leczą. Od startu projektu w marcu 2020 r. dzięki wsparciu sponsorów udało się wyposażyć szpitale w 6 respiratorów. 21 placówek medycznych otrzymało 400 sztuk sprzętu RTV i AGD oraz 180 sztuk sprzętu IT. Łącznie do potrzebujących trafiło blisko tysiąc sztuk sprzętu różnego rodzaju oraz leki. Dodatkowo, przy zaangażowaniu pracowników spółki Rekman należącej do AB, dzieci na oddziałach szpitalnych otrzymały zabawki.

419

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne angażuje się w inicjatywy charytatywne. W 2022 r. firma zaprosiła pracowników do wzięcia udziału w akcji **Zdjęcie na wagę złota**. Za każde zdjęcie pracownika ze złotą wstążką firma wpłacała 50 zł dla Oddziału Onkologii Dziecięcej w Łodzi. W inicjatywę zaangażowało się 144 pracowników. Następnie firma zadeklarowała, że dodatkowo za każde zdjęcie działowe ze złotą wstążką dołoży 200 zł na ten cel. Dzięki zaangażowaniu pracowników przekazano na rzecz pacjentów 10 tys. zł.

250

Podczas **charytatywnej akcji pracowników Asseco Pomagamy**, realizowanej w **Asseco Poland** pracownicy nominują do wsparcia finansowego wybrane organizacje, np. domy dziecka, samotnej matki, hospicja czy fundacje wspierające ubogie rodziny. W tegorocznej edycji Asseco pomogło 17 organizacjom. Od początku trwania projektu firma przeznaczyła na pomoc potrzebującym 1,74 mln zł, dzięki czemu m.in. 5 tys. dzieci uzyskało wsparcie. W akcję „Pomagamy" zaangażowało się do tej pory 2 tys. pracowników. Ważnym kryterium przy ocenie wniosków jest to, aby poza wskazaniem i uzasadnieniem wyboru danej organizacji pracownicy zgłaszali pomysły na dodatkowe formy pomocy, które mogą sami ofiarować. Liczy się zaangażowanie, poświęcenie swojego wolnego czasu, podzielenie się swoją wiedzą czy umiejętnościami. Wysoko oceniane są pomysły, których realizacja wymaga współpracy kolegów i koleżanek z pracy.

3400

Bank Millennium w 2022 r. kontynuował akcję **Cyfrowe wsparcie dla potrzebujących**, w ramach której przekazywał sprzęt komputerowy. W 2022 r. bank przekazał łącznie 639 sztuk sprzętu. Prawie 500 sztuk trafiło do Fundacji Forani, w ramach projektu edukacyjnego „Komputer od Anioła" (sprzęt jest przekazywany do szkół oraz instytucji pomocowych, takich jak hospicja czy świetlice, a także do osób w trudnej sytuacji życiowej, które nie posiadają żadnego komputera). Z uwagi na sytuację za wschodnią granicą w 2022 r. objęto pomocą Banku również obywateli Ukrainy i ich dzieci, którym przekazano 85 sztuk sprzętu komputerowego.

6860

Bank Millennium zaoferował **wsparcie dla paraolimpijek**. Bank ufundował półtoraroczne stypendium dla jednej parasportsmenek z Ukrainy. Działanie było realizowane we współpracy z fundacją Martyny Wojciechowskiej UNAWEZA oraz akcją #CorinneRunsForGood.

6860

Fundacja **Banku Ochrony Środowiska** w ramach działania **Pomagam Cały Rok** prowadzi regularną zbiórkę środków pieniężnych, które są dobrowolnie przekazywane przez pracowników. Środki zgromadzone w funduszu są przeznaczane na 2 cele: pierwszy to zapomogi dla pracowników banku, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji losowej; drugi cel realizowany jest we współpracy z Fundacją Świętego Mikołaja – to stypendia dla zdolnych i aktywnych społecznie dzieci z rodzin o niskich dochodach. Dzięki zebranym i przekazanym środkom dzieci mogą kontynuować naukę, rozwijać pasje i talenty. Pieniądze przekazywane są na rzecz konkretnych uczniów, a pracownicy są na bieżąco informowani o ich działaniach.

1200

Firma **BASF Polska** podczas oficjalnej gali z okazji 30-lecia zorganizowała wśród swoich klientów **charytatywną aukcję** obrazów autorstwa Marty Zawadzkiej, które zostały przygotowane specjalnie na 30-lecie firmy. Podczas aukcji udało się zebrać ponad 70 tys. zł, które zostały przekazane na rzecz Warszawskiego Stowarzyszenia Serduszko dla Dzieci oraz na Pomoc dla Ukrainy organizowaną przez PAH.

780

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Program stypendialno-rozwojowy Klasa to autorskie działanie Fundacji BNP Paribas, działającej przy **BNP Paribas Bank Polska**. Program jest skierowany do absolwentów szkół podstawowych będących w trudnej sytuacji materialnej, których nie stać na kontynuowanie nauki w dobrych liceach. Dzięki udziałowi w programie mogą uczyć się w renomowanych liceach ogólnokształcących w 5 miastach akademickich: Warszawie, Wrocławiu, Krakowie, Gdyni i Szczecinie. Fundacja BNP Paribas zapewnia im pełne wsparcie finansowe w trakcie 4 lat nauki w liceum, m.in. internat, wyżywienie, podręczniki, udział w wyjazdach integracyjnych i wakacyjnych oraz stypendium na pierwszym roku studiów. Przez 20 lat program umożliwił edukację 873 stypendystom. Program podlega stałej ewaluacji, każdego roku fundacja bada potrzeby stypendystów, organizuje spotkania całej społeczności programu oraz pozostaje w stałym kontakcie z uczestnikami, absolwentami oraz szkołami partnerskimi. W roku szkolnym 2022/2023 do programu dołączyło 32 stypendystów. Bank BNP Paribas od początku istnienia przekazał na ten cel ponad 26,7 mln zł.

9200

Wspieram Cały Rok to wspólny program Fundacji BNP Paribas i **BNP Paribas Bank Polska** oparty o mechanizm payroll, polegający na comiesięcznych odpisach od pensji wybranej kwoty, która jest przekazywana na wsparcie organizacji społecznych, wybieranych przez pracowników w głosowaniu. W 2022 r. 345 stałych pracowników wspierało dwie organizacje: Fundację Dajemy Dzieciom Siłę oraz Stowarzyszenie Mudita. Łącznie przekazano na ten cel ponad 110 tys. zł. Fundacja BNP Paribas przez cały rok przybliżała pracownikom banku problematykę wspieranych w 2022 r. organizacji. Program to także okazja do edukacji na temat roli organizacji pozarządowych oraz potrzeby ich systematycznego wsparcia, które jest niezbędne do zapewnienia ciągłości działania fundacji i stowarzyszeń.

9200

BNP Paribas Real Estate Poland proponuje swoim pracownikom **angażowanie się w działalność charytatywną**. Informacje o zbiórkach dla organizacji pozarządowych są udostępniane zarówno w biurze, na plakatach informacyjnych jak i w intranecie. Każdy projekt to nowa grupa osób, która angażuje się w pakowanie, wysyłkę, sprawy administracyjne jak i kontakt z organizacjami. W 2022 firma zaangażowała pracowników m.in. w zbiórki dla osób dotkniętych wojną w Ukrainie „#HELPUKRAINE" czy w projekt „Szlachetna Paczka". Działania charytatywno-filantropijne są wpisane w działalność społeczną firmy. We wszystkich zbiórkach w 2022 roku łącznie udział wzięło 80 pracowników.

160

Od kilku lat w marcu i kwietniu pracownicy **BNP Paribas Oddział w Polsce** uczestniczą w akcji społecznej **Podaruj 1% podatku**, której celem jest informacja o możliwości przekazania 1% podatku (obecnie 1,5%) osobom potrzebującym. Firma zaprasza wszystkich, którzy mają w rodzinie lub w gronie najbliższych osobę mogącą skorzystać ze wsparcia, do zgłaszania się do projektu i udostępnienia danych. Z drugiej strony celem akcji jest edukacja pracowników, głównie obcokrajowców, ale nie tylko – o możliwości przekazania w ten sposób pomocy osobom potrzebującym. W 2022 r. w akcji uczestniczyło 12 potencjalnych beneficjentów. To członkowie najbliższych rodzin pracowników, ich przyjaciele i znajomi.

950

Każdego roku na przełomie stycznia i lutego pracownicy firmy **BNP Paribas Oddział w Polsce** organizują **zbiórkę na rzecz bezdomnych braci mniejszych**. W 2022 r. beneficjentem ich pomocy została Fundacja dla Szczeniąt Judyta, która zajmuje się pomocą chorym młodym zwierzętom, choć nie odmawia opieki także starszym psom. Po wybuchu wojny w Ukrainie, fundacja zaopiekowała się również psami ewakuowanymi ze strefy działań wojennych. W kilka tygodni pracownicy firmy wraz z przyjaciółmi zebrali zakładane na początku akcji 4000 zł na pomoc zwierzętom. Za te środki zakupiono specjalistyczną karmę oraz środki medyczne. Całość została dostarczona przez pracowników BNP Paribas SA Oddział w Polsce bezpośrednio do fundacji. Dodatkowo, podczas wizyty wolontariusze wzięli udział w spacerach z psami.

950

W drugiej edycji programu **Dom z serca**, firma **Budimex** pomogła ośmioosobowej rodzinie zmagającej się z trudną sytuacją finansową i borykającej się z problemami zdrowotnymi dwójki dzieci. Firma połączyła siły z innymi firmami budowlanymi, aby dokończyć budowę domu dla rodziny oraz wyposażyć go do stanu „pod klucz".

8000

Od 2012 r. **Budimex** prowadzi program społeczny **Strefa Rodzica. Budimex dzieciom**, który uruchamia w pobliżu kontraktów, które realizuje. Program na celu stworzenie rodzicom chorych dzieci bardziej komfortowych warunków do przebywania ze swoimi pociechami w szpitalu, a tym samym poprawienie samopoczucia dzieci i ułatwienie im szybszego powrotu do zdrowia. Na oddziałach dziecięcych wydzielane są specjalne strefy dla rodziców tworzone przez zaaranżowanie nieużywanych pomieszczeń, szpital wyposażany jest w odpowiednią liczbę łóżek lub urządzeń sanitarnych, organizowane są miejsca do wypoczynku i zabawy z dziećmi. Do końca 2022 r. spółka uruchomiła 41 Stref Rodzica, z których korzysta już ponad 800 tys. dzieci i ich opiekunów.

8000

Inicjatywa charytatywna CF4GOOD organizowana przez **C&F** powstała w kwietniu 2020 r. i początkowo była odpowiedzią na trudną sytuację w czasie pandemii COVID-19. W jej ramach firma wspiera finansowo zarówno osoby prywatne, jak i organizacje. W działania charytatywne angażuje się stale 70–80 pracowników C&F (tj. ok. 30%). Zgłaszają inicjatywy charytatywne warte wsparcia, biorą udział w procesach decyzyjnych związanych z przyznaniem środków pieniężnych na wybrane inicjatywy. W 2022 r. pula dotacji na CF4GOOD wyniosła 275 tys. zł. Firma przyznała stypendia dla dzieci

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

z niezamożnych rodzin zainteresowanych rozwojem w obszarze IT, wspierała finansowo Uniwersytet Dziecięcy w Aleppo, sfinansowała poradnik dla dzieci onkologicznych.

420

CDRL, właściciel marki Coccodrillo, to polski producent odzieży dla dzieci i niemowląt. Firma rozwija inicjatywę **#Coccodrillopomagamy**, w ramach której realizuje akcje wspierające najmłodszych. Od 2018 r. marka współpracuje z Fundacją Mam Marzenie i od tego czasu przekazała 491 342,34 zł na wsparcie jej podopiecznych, z czego w 2022 r. było to 89 417,27 zł. Producent podjął również inicjatywę na rzecz wsparcia narodu ukraińskiego, w tym celu przekazał środki organizacji SOS Wioski Dziecięce 50 tys. zł oraz przygotował ubrania dla prawie 100 dzieci z Ukrainy. W ramach inicjatywy #Coccodrillopomagamy marka wspiera również Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy.

600

Firma **CFE Polska** w ramach **Świątecznej Akcji Charytatywnej CFE** organizuje zbiórkę, w ramach której pracownicy przygotowują paczki z rzeczami wskazanymi przez wybrane placówki pomocowe. W 2022 r. firma prowadziła akcję na rzecz Stowarzyszenia Pomocy Dzieciom i Młodzieży „Dom Aniołów Stróżów". Dom Kultury Batory w Chorzowie udostępnił stowarzyszeniu pomieszczenie na kuchnię, CFE Polska przeprowadziła tam roboty elektryczne, a wyposażono je z darów rzeczowych i finansowych przekazanych przez pracowników.

200

Projekt **Listy do Świętego Mikołaja** ma na celu spełnienie świątecznych marzeń dzieci z placówek opiekuńczo-wychowawczych. Wolontariusze **Citi Handlowy** zbierają indywidualne listy do Mikołaja od dzieci z placówek, z którymi współpracują. Listy umieszczane są na dedykowanej, zewnętrznej platformie, na której pracownicy firmy mogą je przejrzeć, wybrać i zarezerwować prezent dla konkretnego dziecka. Następnie kupują, pakują i dostarczają go do wolontariusza Citi Handlowy, który zgłosił wybraną placówkę. Prezenty wręczane są podczas spotkań świątecznych z udziałem wolontariuszy Citi. W 2022 r. prezenty otrzymało 206 dzieci z 6 placówek, m.in. Powiatowy Dom Dziecka w Kętrzynie, Pogotowie Opiekuńcze nr 1 i 2 w Łodzi, Stowarzyszenie Rodzin Wielodzietnych Obwodu Lwowskiego oraz Towarzystwo Nasz Dom.

3700

Firma **Dalpo** angażuje się w **działania charytatywne**. W 2022 r. przekazała: 3500 zł na prezenty Mikołajkowe dla dzieci z Wojewódzkiego Ortopedyczno-Rehabilitacyjnego Szpitala Klinicznego im. W. Degi, 5000 zł na zakup prezentów świątecznych dla podopiecznych fundacji Gramy do Końca, 5000 zł na organizację wydarzenia „Gwiazda z Fantazją" dla dzieci z niepełnosprawnością z Polski i 100 z Ukrainy, 10 tys. zł na organizację szlachetnej paczki, w którą zaangażowali się również pracownicy – obdarowano 3 rodziny. Podczas finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy w 2022 r. zarząd firmy przekazał 10 tys. zł. Firma przekazała też 27 rolek taśmy ostrzegawczej Ochotniczej Straży Pożarnej do wykorzystania podczas akcji pożarniczych.

320

Danone angażuje się w **przeciwdziałanie marnowaniu żywności w łańcuchu wartości**. Firma postępuje zgodnie z hierarchią postępowania z odpadami, ograniczając straty u źródła i utrzymując je na najniższym możliwym poziomie. Straty żywności, którym nie udało się zapobiec, przekazywane są rolnikom jako pasza do żywienia zwierząt. Do ponownego wykorzystania zawróconych jest w ten sposób 97% półproduktów. Pozostałe 3% są zagospodarowywane jako odpad i w 100% poddawane procesom odzysku i recyklingu. Żadne odpady nie trafiają na wysypisko. Firma zredukowała odpady gotowego produktu o 75% w stosunku do 2020 r. Do tej pory zrealizowała także 5 akcji wspólnie z Too Good To Go, w sumie przekazując ok. 4687 paczek, które dotarły do konsumentów. W 2022 r. przekazano Bankom Żywności produkty 3 dywizji: Danone, Żywiec Zdrój, Nutricia, o łącznej wartości blisko 3 mln zł, z czego 1,5 mln zł przekazane zostało na wsparcie Ukrainy.

1223

Od początku swojego istnienia Fundacji Deloitte Polska, działająca w **Deloitte Polska**, koncentruje swoją grudniową aktywność wokół **świątecznej pomocy charytatywnej**, polegającej nie tylko na przekazaniu pomocy finansowej wybranym organizacjom, ale przede wszystkim na zaangażowaniu pracowników w świąteczny wolontariat pracowniczy. W 2022 r. pracownicy Deloitte zaangażowali się we wsparcie 40 rodzin paczkami o średniej wartości 6 tys. zł w ramach Szlachetnej Paczki. Zebrano ponad pół tony żywności dla Banków Żywności w 5 miastach w Polsce oraz posortowano 2,5 tony produktów. W ramach Świętego Mikołaja dla Seniora obdarowano 162 seniorów z 66 domów pomocy społecznej prezentami o wartości ponad 50 tys. Fundacja zachęca także pracowników do przeprowadzania własnych inicjatyw wolontariackich. W 2022 r. wsparto 19 inicjatyw pracowników kwotą 32 tys. zł. W trakcie grudniowych akcji w pomoc zaangażowało się 1438 pracowników, niosąc pomoc 2473 osobom.

3000

Firma **dentsu Polska** po raz kolejny zrealizowała **e-garażówkę** firmową, której celem w 2022 r. była zbiórka pieniędzy na rzecz dzieci zmarłej koleżanki z zespołu. W ramach świątecznych wyprzedaży każdy pracownik mógł na zamkniętej grupie FB wystawić wybrane rzeczy, np. książki, ubrania, deko-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

racje, gry, lub usługi, takie jak sesje foto, wyroby hand made. Każdy mógł wziąć udział w licytacji. Zostało wylicytowanych 41 rzeczy i usług za łączną kwotę 4400 zł.

800

W ramach **akcji charytatywnej na rzecz podopiecznych Fundacji Dziecięca Fantazja**, organizowanej w **Egis Polska**, pracownicy firmy wsparli dwóch ciężko chorych chłopców. Dzięki zebranym środkom zakupione zostały: kamizelka do pionizacji, materac przeciwodleżynowy, kołdra i poduszka oraz zestawy pościeli, a także masażery, sensoryczny tunel i duża piłka rehabilitacyjna. Do akcji dołączyły firmy: hotel Crystal Mountain w Wiśle, hotel BoniFaCio SPA & Sport Resort, hotel Courtyard by Mariott, hotel Renaissance Warsaw Airport Hotel, Digital University, Pracownia Gier Szkoleniowych, Apart, Victorinox, MyMeditation Space.

250

W firmie **Emitel** tradycją w okresie przedświątecznym jest **Świąteczna Aukcja Charytatywna**. Pracownicy umieszczają przedmioty na aukcji w utworzonym intranetowym portalu aukcyjnym, a dochód z akcji przeznaczany jest na wsparcie celu charytatywnego. W 2022 r. dochód z aukcji przekazano Fundacji Children of Heroes opiekującej się dziećmi, które w wyniku wojny w Ukrainie straciły rodziców. W 2022 r. z licytacji udało się zgromadzić blisko 4000 zł. Kwota ta została podwojona przez Zarząd firmy.

450

Aktywni Charytatywni to akcja łącząca pracowników **Energa Grupa ORLEN** i Grupy Orlen oraz ich bliskich wokół aktywnego trybu życia i niesienia pomocy innym. W ramach inicjatywy pracownicy jeżdżą na rowerach, biegają, chodzą, pływają, wspinają się, mierząc pokonane kilometry, które następnie przeliczane są na złotówki. Zgromadzone w ten sposób środki przekazywane są przez Fundację Energa organizacjom wspierającym potrzebujących. Aby wziąć udział w akcji, pracownicy musieli zainstalować aplikację Strava oraz wypełnić formularz zgłoszeniowy i przesłać go na adres e-mailowy koordynatora. W 2022 r. akcja odbyła się już po raz dziewiąty i wzięło w niej udział ponad 370 osób. Udało się im pokonać 319 253 km, dzięki czemu 200 tys. zł trafiło do najbardziej potrzebujących.

9800

W 2022 r. Fundacja Zaczytani.org wspólnie z firmą **Energopomiar** otworzyły 2 **Zaczytane Biblioteki w Gliwicach**. Jedna stanęła na terenie schroniska św. Brata Alberta dla bezdomnych, a druga została przekazana Fundacji Różyczka, która pomaga osobom chorym i z niepełnosprawnościami fizycznymi lub intelektualnymi oraz dzieciom i młodzieży. Zaczytana Biblioteka to księgozbiór oparty na idei bookcrossingu, gdzie odbiorcy mogą zabierać ze sobą ulubione pozycje. Fundacja uzupełnia zasoby biblioteki.

239

Kampania **#jedenodemnie – pracownicy rozliczają 1% podatku** prowadzona przez **Europejski Fundusz Leasingowy** miała na celu mobilizację do przekazywania 1%. Okazuje się bowiem, że wciąż spora grupa Polaków nie wykorzystuje tego sposobu pomagania. EFL chce to zmienić, dlatego pracownicy zgłosili blisko 30 inicjatyw, na które można było przeznaczyć podatek, rozliczając PIT za 2021 r. Działanie angażowało pracowników, dawało im możliwość pomagania i wskazania tematów dla nich ważnych. Adresatem byli pracownicy, społeczeństwo oraz organizacje pożytku publicznego.

409

W 2022 roku pracownicy firmy **Europejski Fundusz Leasingowy** wzięli udział w **Biegu Firmowym**, w ramach którego, pokonując określony dystans, zbierali środki dla osób potrzebujących. 28 maja 160 pracowników pobiegło, aby pomóc podopiecznym Fundacji Everest. Firma przekazała 22 290 zł dla osób potrzebujących, zmagających się z chorobami i niepełnosprawnościami.

409

W grudniu 2022 r. pracownicy firmy **Europejski Fundusz Leasingowy** zorganizowali **charytatywny kiermasz świąteczny**. Własnoręcznie przygotowali produkty i pojawili się na kiermaszu, aby uczestniczyć w zbiórce. Zebrane środki zostały przekazane na rzecz pracowników chorych onkologicznie i będących w trudnej sytuacji, którzy mogli przeznaczyć je na zakup leków lub sprzętu rehabilitacyjnego. Była to oddolna inicjatywa pracowników, a firma postanowiła ją wesprzeć.

409

Exorigo-Upos podjęło **współpracę z Fundacją Iskierka** pod koniec 2018 r. Podopiecznym fundacji został syn jednego z pracowników. To był impuls, który spowodował, że firma zaczęła prowadzić działania, których celem było zgromadzenie środków na bardzo drogą terapię onkologiczną. W firmie odbyły się zbiórki i licytacje przedmiotów oraz talentów, w które zaangażowali się pracownicy. Wspólnymi siłami zebrano kilkadziesiąt tysięcy złotych. Dziecko pracownika jest już zdrowe, po długiej i kosztownej terapii.

800

Z okazji **Światowego Tygodnia Zwierząt** firma **Exorigo-Upos** organizuje wśród pracowników zbiórkę karmy i innych niezbędnych zwierzętom akcesoriów oraz zachęca do udziału w konkursie na najlepszą fotografię pupila. Właściciel zwierzaka, który zwycięży w konkursie, zostaje ambasadorem akcji i wybiera schronisko, do którego trafią dary ze zbiórki. W 2022 r. 269 kg karmy trafiło do schroniska dla zwierząt „Cztery Łapy" w Szczytnie, z czego 150 kg ufundowała firma Exorigo-Upos, a pozostała część pochodziła ze zbiórki zorganizowanej wśród pracowników.

800

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Program grantowy **EY Volunteers Challenge** to coroczny konkurs zapewniający wsparcie finansowe dla inicjatyw prospołecznych zgłoszonych przez pracowników **EY Polska**. W czwartej edycji projekty zgłaszane były w 4 kategoriach: wsparcie młodzieży w odnalezieniu się na rynku pracy, wsparcie dzieci i młodzieży zagrożonych wykluczeniem społecznym, wsparcie dorosłych zagrożonych wykluczeniem społecznym, pomoc zwierzętom. Zrealizowano 19 projektów, w które zaangażowało się ponad 100 wolontariuszy i wolontariuszek z firmy, przeznaczając ponad 600 godzin na wsparcie kilkunastu różnych stowarzyszeń i ich podopiecznych.

5000

Świat w kolorach to ogólnopolski projekt społeczny **Fabryki Farb i Lakierów Śnieżka**, w ramach którego są remontowane i odnawiane oddziały szpitalne. Pierwszy etap prac , to renowacja: wykonanie gładzi, gruntowanie oraz malowanie plamoodpornymi farbami Śnieżki. Następie na ściany oddziału przenoszone są autorskie, specjalnie zaprojektowane dla każdej placówki obrazy, które mają ubarwić i uprzyjemnić przebywanie w szpitalnej przestrzeni. Od 2 lat firma prowadzi swój projekt na oddziałach psychiatrii dziecięcej oraz dodatkowo, w ramach działań lokalnych, na oddziałach szpitala zlokalizowanego w bezpośrednim sąsiedztwie podkarpackiego zakładu Śnieżki. W 2022 r. Śnieżka odnowiła dębicki Oddział Ginekologiczno-Położniczy i Ginekologii Onkologicznej. Był to 32 oddział, który firma objęła swoim wsparciem. Przeznaczono na ten cel 2758 kg gładzi, 617 litrów farby i 510 litrów gruntu. Koszty remontu wyniosły łącznie ponad 127 tys. zł.

606

Firma **FAKRO** realizuje projekt **FAKRO pomaga – pracownikom, rodzinom, społeczności**. W ramach projektu dla pracowników i ich rodzin zrealizowano m.in.: majówki, Dzień Dziecka, bal karnawałowy, kampanię z zakresu profilaktyki raka piersi „Piękna, bo świadoma", akcję propagującą przekazywanie 1% podatku na rzecz dzieci pracowników, akcję „Kilometry Nadziei z FAKRO", akcję informacyjną „Bezpieczne FAKRO", wspólne świętowanie Dnia Kobiet. Z kolei inicjatywy skierowane do otoczenia zewnętrznego obejmowały m.in.: darowizny finansowe i rzeczowe dla potrzebujących rodzin i placówek, akcję „Run for a smile" z udziałem pracowników FAKRO, zbieranie nakrętek – pomoc dla dzieci ze społeczności lokalnej, edukacyjną działalność Fundacji Pomyśl o Przyszłości. Wymienione inicjatywy przyniosły pomoc (darowizny rzeczowe) dla ok. 100 placówek, oraz wsparcie co najmniej 30 dzieci pracowników.

4000

Generali Polska we współpracy z Fundacją The Human Safety Net oraz Uniwersytetem Medycznym im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu kolejny raz przekazała **sprzęt do hipotermii leczniczej noworodków w transporcie neonatologicznym**. Otrzymał go Instytut Centrum Zdrowia Matki Polki w Łodzi. Dzięki temu terapię można rozpocząć już podczas transportu noworodka do ICZMP nawet z najbardziej odległych części województwa. Hipotermia terapeutyczna to kontrolowane obniżenie temperatury ciała, jest stosowana m.in. by ograniczyć negatywne skutki niedotlenienia (asfiksji) u noworodków. W Polsce z asfiksją rodzi się średnio 6 na 1000 dzieci. Dotychczas hipotermia terapeutyczna u noworodków stosowana była tylko stacjonarnie, w ośrodkach o najwyższym stopniu referencyjności. Dzieci urodzone gdzie indziej, muszą dotrzeć do specjalistycznych szpitali w czasie 6 godzin.

1600

Firma **Green Office Ecologic** realizuje projekt ekologiczno-humanitarny we **współpracy ze Stowarzyszeniem Dobrych Inicjatyw Pro Missio**. W ramach projektu wspierani są polscy misjonarze: księża, zakonnicy, siostry zakonne, a także świeccy wolontariusze, niosący posługę ludziom poza granicami Polski. W Polsce organizowane są zbiórki zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego w parafiach w całym kraju. Firma w ramach akcji umożliwia mieszkańcom pozbycie się elektroodpadów bez żadnych kosztów. Dodatkowo przeznacza darowiznę na działalność Stowarzyszenia, adekwatną do ilości zebranych odpadów. Firma pozyskała fundusze na realizację m.in.: zakupu inkubatorów do Szpitala na Wybrzeżu Kości Słoniowej prowadzonego przez siostry orionistki czy budowę szkoły w najbiedniejszym rejonie Kenii.

150

Firma **Green Office Ecologic** realizuje projekt **współpracy z jednostkami ochotniczych straży pożarnych oraz kołami gospodyń wiejskich**. Akcje – nazwane odpowiednio „Strażaków wspierajmy – elektrosprzęt oddajmy" oraz „Gospodynie wspierajmy – elektrosprzęt oddajmy" – polegają na wspólnej organizacji zbiórek zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego wśród mieszkańców danej gminy. Firma zapewnia transport na odbiór elektroodpadów oraz dopełnienie formalności w imieniu jednostki organizującej zbiórkę. W ramach współpracy jednostki straży i koła gospodyń otrzymują nagrody pieniężne, które wspomagają ich działalność.

150

Dar Serca to organizowana każdego roku świąteczna akcja Fundacji Amicis działającej przy **Grupie Amica**. Celem akcji jest wsparcie w okresie świątecznym rodzin w trudnej sytuacji życiowej, osób z niepełnosprawnościami i pracowników instytucji społecznych. W grudniu 2022 r. przedstawiciele Fundacji, pracownicy Grupy Amica oraz przyjaciele organizacji skompletowali łącznie 404 paczki z prezentami i żywnością, które trafiły do uczestników warsztatów terapii zajęciowej oraz do ośrodków pomocy społecznej na terenie Wielkopolski. Kolejne 350 paczek z wędlinami pojechało do wielkopolskich

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

szkół i rodzin w trudnej sytuacji życiowej. Dodatkowo Fundacja przygotowała 260 paczek prezentowych dla dzieci z przedszkoli w regionie.

3100

Grupa ANG od 2016 r. angażuje się w świąteczną **akcję charytatywną Wirtualna Choinka**. W ramach akcji współpracownicy ANG finansują przygotowanie paczek świątecznych, zgodnie ze zgłoszonymi potrzebami. Współpracownicy dobierają się w grupy i razem organizują pomoc dla jednej wybranej rodziny. W prezentach są najpotrzebniejsze artykuły użytku codziennego, takie jak: środki czystości, kosmetyki, żywność, małe AGD, pościel, koce, ubrania, buty, ale również zabawki, książki i słodycze. Rodziny, którym pomagają pracownicy Grupy ANG, to osoby samotne, schorowane, starsze i z niepełnosprawnościami. W 2022 r. obdarowano 23 rodziny będące pod opieką Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej w Halinowie pod Warszawą oraz co roku wspieraną przez ANG potrzebującą rodzinę z Ustki. W sumie od 2016 r. grupa ANG i jej pracownicy oraz współpracownicy pomogli ponad 150 rodzinom.

1000

Pracownicy Spółki **Grupa Azoty Zakłady Azotowe „Puławy"** w ramach akcji **Azotowy Dar Mikołajowej Radości**, organizowanej już po raz trzeci, ufundowali prezenty świąteczne dla najbardziej potrzebujących rodzin z Puław. Potrzebujący to rodziny wielodzietne, także niepełne i z przypadkami niepełnosprawności. Pracownicy MOPS wytypowali 12 rodzin i zebrali informacje o świątecznych potrzebach jej członków. Spółka przekazała swoim pracownikom informację o inicjatywie i ułatwiła zbiórkę darów. Wolontariusze spółki przypisani do poszczególnych rodzin koordynowali zbiórkę darów, zadbali o ich zapakowanie i dostarczenie wraz z pracownikami MOPS do wybranych rodzin. W akcję zaangażował się także zarząd spółki.

3500

W 2022 r. firma **Grupa CCC** kontynuowała akcję **Daj swoim butom drugie życie**. W jej ramach wśród klientów i pracowników prowadzona jest zbiórka używanego obuwia, które po analizie wprowadzane jest do powtórnego obiegu – są przekazywane na cele charytatywne. W ten sposób CCC przyczynia się również do optymalnego gospodarowania produktami i wdraża koncepcję obiegu zamkniętego. Klienci, oddając buty, mają pewność, że firma zagospodaruje je w odpowiedni sposób, z poszanowaniem potrzeb środowiska naturalnego. Od początku akcji zebrano 82 136 par obuwia, a w samym 2022 r. aż 68 950 par. Większość zebranych butów zostało przekazanych na pomoc uchodźcom wojennym z Ukrainy. W 2022 r. specjalnie oznakowane pojemniki na buty wstawione zostały we wszystkich 455 salonach na terenie Polski, dodatkowo akcja pilotażowo została rozszerzona na wyselekcjonowane salony na wybranych rynkach zagranicznych.

15828

Grupa Echo Investment w 2022 r. dołączyła do grona fundatorów w **programie stypendialnym #MłodziwŁodz**i, odpowiadając na zaproszenie Invest in Lodz (Central Poland). Fundatorzy w wybranej przez siebie formie wspierają studentów w rozwoju ich talentów i zainteresowań. Na zaproszenie firmy odpowiedziało 33 studentów z Politechniki Łódzkiej i Uniwersytetu Łódzkiego. Z tego grona firma wyłoniła 2 osoby, studentki, które dołączyły do #SpołecznośćEcho jako jej stypendystki.

520

Grupa Echo Investment w 2022 r. zaangażowała się w projekt Łódzkie Szkoły dla Klimatu. Kompetencje przyszłości. Firma zaprojektowała 6 szkolnych podwórek, wykorzystując ekologiczne rozwiązania. Podwórka umożliwią uczniom i pracownikom szkół codzienne obcowanie z naturą oraz skupienie się na tym, co ich otacza, np. poprzez prowadzenie na nich zajęć czy wspólne prace ogrodowe, uczące odpowiedzialności za stworzone miejsce.

520

W 2022 r. po raz piąty, z inicjatywy Fundacji Muszkieterów z **Grupy Muszkieterów**, odbyły się **Wakacje z Muszkieterami**. Są to wyjazdy na kolonie dla dzieci pochodzących z rodzin niezamożnych oraz podopiecznych placówek opiekuńczo-wychowawczych. Wyjazdy są w pełni finansowane przez Fundację Muszkieterów, którą tworzą właściciele sklepów Intermarché i Bricomarché. Swoją cegiełkę dołożyć może także każdy klient, przez zakup torby z logo Fundacji. Podczas wszystkich edycji Fundacja wsparła ponad 5000 organizacji i wysłała na wakacje ponad 4100 dzieci, a tylko w 2022 r. na Wakacje z Muszkieterami wyjechało ponad 600 podopiecznych.

13000

Z okazji 30-lecia Fundacji Pracowniczej **Grupy VELUX** zainaugurowano program grantowy **Tereny zielone i aktywności na świeżym powietrzu**. Program powstał, aby zachęcić pracowników, ich rodziny oraz przedstawicieli społeczności lokalnej do wspólnego spędzania czasu w środowisku naturalnym. Łączna wartość przyznanych na ten cel grantów w Polsce to ponad 5,4 mln zł. Dzięki temu powstaną m.in. leśna oaza wraz ze ścieżką edukacyjną w gnieźnieńskim lesie, teren rekreacyjno-kulturalny z amfiteatrem, tężnią oraz szklarniami do ekoupraw w raszyńskim parku im. Magdaleny Abakanowicz, strefa kulturalno-rekreacyjna na bulwarach wiślanych w Tczewie oraz Namysłowski Park Pokoleń z bogatą ofertą rekreacyjną dla wszystkich – od juniora do seniora. Miejsca te powstają dzięki zaangażowaniu Nadleśnictwa Gniezno, Gminy Raszyn, Fabryki Sztuk w Tczewie oraz Urzędu Miasta Namysłów.

4000

Pracownicy **Grupy Żywiec** razem z Wosh Wosh zorganizowali w firmie **zbiórkę obuwia dla potrzebujących**. Zbiórka została przeprowadzona we wszystkich lokalizacjach

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

firmy. Podczas dwutygodniowej akcji firma zebrała 184 pary butów, które zostały przekazane do firmy Wosh Wosh i po renowacji trafiły do osób w kryzysie bezdomności. Inicjatywa WoshWosh, poza pozytywnym wpływem społecznym, pozwoliła także na ograniczenie ilości odpadów tekstylnych i obuwniczych oraz danie drugiego życia używanym butom.

1800

Henkel Polska, we współpracy z Towarzystwem Pomocy im. św. Brata Alberta i Fundacją Społecznie Bezpieczni, od 2020 r. otworzył dwie **Pralnie Społecznie Odpowiedzialne Persil**: w Gdańsku i Wrocławiu, wyposażając je w pralnice, suszarki, magle oraz tysiące kilogramów środków do prania. Firma przekazała także profesjonalne pralnice i środki do prania dwóm ośrodkom dla samotnych matek. W pralniach zatrudnienie znajdują podopieczni Towarzystwa. W 2022 r. z pralni skorzystało ponad 5000 osób, wyprano ponad 23 tony odzieży i okryć, w tym 7 ton odzieży uchodźców z Ukrainy.

970

IKEA Retail wspólnie z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę i Fundacją Ocalenie pod koniec 2020 r. uruchomiły drugą edycję programu **Razem w Trosce o Dom**. Jego celem jest wsparcie w tworzeniu lepszego i bezpiecznego domu dla tych, którzy go nie mają lub go stracili. Dla takich grup społecznych, jak osoby uchodźcze i migranckie oraz dzieci narażone na przemoc i jej doświadczające, bezpieczny dom to nieosiągalne marzenie. Podczas drugiej edycji programu objęto opieką dzieci i dorosłych poszukujących bezpiecznego domu, potrzebujących m.in. wsparcia psychologicznego. Wobec osób z doświadczeniem migracyjnym możliwe było utrzymanie stabilizacji mieszkaniowej 10 rodzin biorących udział w poprzedniej edycji projektu oraz zapewnienie jej kolejnym 7 rodzinom. Beneficjentami były też Centrum Pomocy Dzieciom w Starogardzie Gdańskim oraz Centrum Dziecka i Rodziny w Warszawie, zapewniające m.in. bezpłatną pomoc dzieciom, które doświadczyły krzywdzenia, i ich niekrzywdzącym opiekunom.

6000

Firma **Infosys Poland** w ramach projektu **Charytatywny Bazar Rozmaitości** poprosiła pracowników o podarowanie wykonanego przez nich rękodzieła, ze sprzedaży którego cały dochód przeznaczony został na wsparcie Stowarzyszenia Łódzkie Hospicjum dla Dzieci – Łupkowa. Bazar zorganizowany został w okresie przedświątecznym w hotelu Vienna House by Wyndham Andel's w Łodzi. Zebrana kwota zakupiony został specjalistyczny sprzęt dla hospicjum.

2500

Butik Pełen Dobra to miejsce z ubraniami stworzone przez **Ingka Centres Polska** w galerii handlowej, w którym każdy potrzebujący wsparcia może wybrać ubrania za darmo. Inicjatorzy to: Port Łódź, lokalny sklep IKEA oraz organizacja pozarządowa Centrum Służby Rodzinie. Projekt angażuje wielu lokalnych partnerów: organizacje pomocowe oraz najemców i klientów centrum handlowego. W Porcie Łódź stanęły pojemniki na odzież używaną oraz sortomat, dzięki któremu klienci, segregując odpady, jednocześnie wspierają Butik. Z pomocy Butiku Pełnego Dobra skorzystało blisko 10 tys. osób, wiele z nich wraca regularnie. Dzięki wprowadzeniu systemu Karty Pełnej Dobra organizacja pozarządowa prowadząca Butik monitoruje potrzeby i zapobiega nadużyciom. W pierwszych miesiącach działania Butiku kluczowe było wsparcie osób, które trafiły do Łodzi z Ukrainy. Butik to także miejsca pracy – cały jego personel to osoby z doświadczeniem uchodźczym.

100

W ramach **sklepu społecznego HEJ!dzieci**, centrum handlowe SKENDE **Ingka Centres Polska** promuje ideę odpowiedzialnej konsumpcji, dawania drugiego życia przedmiotom oraz idę ekonomii dzielenia się i współpracy. Po wybuchu wojny w Ukrainie, inicjatywa zmieniła się w stały punkt pomocy, przybierając formę tzw. free shopu dla dzieci. W sklepie społecznym HEJ!dzieci potrzebujący mogli za darmo otrzymać ubrania, zabawki, wyprawki dla maluchów i drobne elementy wyposażenia domu. Z pomocy skorzystało ponad 4,5 tys. rodzin z Polski i Ukrainy. Sklep wsparło ponad 500 darczyńców. Przy projekcie na stałe pomagało 25 wolontariuszy, a zatrudnienie znalazły 3 osoby z Ukrainy. Współpracowało przy nim 7 partnerów, m.in. MOPR, PCK Lublin, Centrum Wolontariatu w Lublinie, Fundacja Allot, IKEA.

100

Inicjatywa **Pomaganie przez ubranie**, zorganizowana przez firmę **InterKadra**, polega na postawieniu pojemników do zbiórki nieużywanych ubrań i obuwia w biurach firmy. Zebrane kilogramy przeliczane są na złotówki, które są przekazywane dla fundacji „Serce dla maluszka".

214

Kaufland Polska Markety od początku swojej działalności stawia na **współpracę z regionalnymi dostawcami**. We wszystkich swoich sklepach Kaufland oferuje klientom ponad 4000 artykułów regionalnych. W 2022 r. sieć była sponsorem Festiwalu Kół Gospodyń Wiejskich „Polska od Kuchni". Uczestnicy w 16 województwach mieli okazję dokładnie poznać bogactwo kulinarne i kulturalne poszczególnych regionów. Na stoisku Kaufland można było skosztować regionalnych przysmaków marki własnej K-Stąd Takie Dobre! oraz poznać produkty dostawców współpracujących z siecią.

15000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Akcja **Pączek ze Szlachetnym Nadzieniem** została zapoczątkowana w **KGHM Polska Miedź** w związku z licznymi sytuacjami zdrowotnymi i losowymi pracowników oraz ich rodzin wymagającymi wsparcia, leczenia lub rehabilitacji. W tłusty czwartek wolontariusze KGHM obsługują we wszystkich oddziałach firmy stoiska, na których sprzedawane są pączki. Dochód z nich wspiera określony cel. Do akcji włączają się także podmioty zewnętrzne, np. lokalne przedszkola. W 2022 r. tradycyjny „Pączek" został ze względu na sytuację pandemiczną przeprowadzony wyłącznie online. Udało się zebrać ponad 16 tys. zł na wsparcie córki z niepełnosprawnością jednego z pracowników.

18500

Z okazji Dnia Dziecka w 6 biurach **KONE** w Polsce – w Krakowie, Katowicach, Wrocławiu, Warszawie, Poznaniu i Gdańsku – zorganizowane zostały **charytatywne kiermasze słodkości**. Pracownicy przygotowali słodkie wypieki, którymi każdy mógł się poczęstować po wrzuceniu datku do skarbonki. Zebrane fundusze zostały przekazane Fundacji Iskierka wspierającej dzieci z chorobą nowotworową oraz ich rodziny. Fundacja mogła dzięki nim zasilić budżet potrzebny na organizację Wielkiego Pikniku Integracyjnego „Sportowe Miasteczko", który odbył się 14 czerwca 2022 r.

500

Fundacja Leroy Merlin, działająca przy **Leroy Merlin Polska**, zaprosiła pracowników sieci z całej Polski do udziału w akcji społecznej **Podaruj swoim ubraniom drugie życie i wesprzyj Fundację Polskie Dzieci**. Do akcji przyłączyło się 48 sklepów i centrala firmy, w których w okresie od 1 grudnia 2021 r. do 30 kwietnia 2022 r. wolontariusze prowadzili zbiórkę używanych ubrań. Następnie sklepy przekazały odzież do start-upu Ubrania do Oddania, który za każdy kilogram przekazał 1 zł na wskazany przez Fundację cel. Pracownicy na bieżąco otrzymywali informacje o wynikach akcji i byli zachęcani do dalszego zaangażowania. Udało się uzbierać kwotę 3 774,47 zł za zebrane 3,7 tony ubrań.

13000

W ramach 2 edycji **konkursów grantowych dla wolontariuszy** ze sklepów **Leroy Merlin Polska** Fundacja Leroy Merlin wsparła lokalne instytucje, które nie były w stanie same finansowo poradzić sobie z rewitalizacją miejsc dla swoich podopiecznych. Projekty dotyczą poprawy komfortu życia, pracy, nauki – dla dzieci, osób starszych, chorych, oraz dla zwierząt, którymi opiekują się schronisk i fundacje. Rewitalizacje przeprowadzane były w ramach wolontariatu pracowniczego przez pracowników Leroy Merlin Polska. Zrealizowano łącznie 83 projekty na łączną kwotę 810 235,99 zł. W działaniach wzięło udział 857 wolontariuszy, którzy pracowali łącznie ponad 7630 godzin.

13000

PaczkaDlaSeniora to inicjatywa organizowana cyklicznie przez Fundację Dobrych Inicjatyw wspólnie z dziećmi z pieczy zastępczej. Ma ona na celu wsparcie darami rzeczowymi najuboższych seniorów wskazanych przez ośrodki pomocy społecznej. **Linklaters Poland** wspiera inicjatywę darowiznami, poprzez zbiórki wśród pracowników, a także poprzez pracę wolontariuszy – pracowników firmy, którzy zbierają dary, pomagają w pakowaniu i dystrybucji paczek. W ramach akcji przekazanych zostało 450 paczek seniorom z 4 województw: mazowieckiego, warmińsko-mazurskiego, podlaskiego i lubelskiego. Beneficjentami były osoby starsze znajdujące się w skrajnie trudnej sytuacji materialnej. Każda z paczek o wartości ok. 211 zł zawierała żywność, kosmetyki, środki czystości oraz słodycze. W akcji, w ramach wolontariatu pracowniczego, wzięło udział 12 osób.

200

Od początku współpracy **LOTTE Wedel** z Omenaa Foundation przeprowadzono szereg wspólnych działań na rzecz **wsparcia społeczności w Ghanie**. Zrealizowano m.in. akcję sprzedaży charytatywnej w sieci Rossmann, z której część dochodu przekazano na budowę Kids Haven School, szkoły dającej szansę lokalnej młodzieży na zdobycie wykształcenia oraz lepszą przyszłość. Uczęszcza do niej 20 dzieci, podopiecznych ośrodka zajmującego się osobami doświadczającymi przemocy. W 2022 r., kontynuując wsparcie dla tego miejsca, firma przekazała finansową darowiznę na wyposażenie szkoły. Z Ghany pochodzą ziarna kakao, z których produkowana jest oryginalna wedlowska czekolada. Pozyskiwanie kakao opiera się na współpracy z dostawcami gwarantującymi najwyższą jakość surowca i działającymi na rzecz zrównoważonych upraw.

1300

Minigranty to wewnętrzny **program grantowy dla pracowników** firmy **LPP**, w ramach którego mogą otrzymać dofinansowanie w wysokości do 5 tys. zł na realizację działań na rzecz organizacji pomocowych. Inicjatywy wybierane są na podstawie uzasadnienia ich realizacji, znaczenia dla społeczności lokalnych, liczby zaangażowanych wolontariuszy oraz budżetu. Wolontariusze zorganizowali m.in. warsztaty artystyczne dla dzieci z Ukrainy i Polski, stworzyli pokój spotkań w Domu im. J. Korczaka, Regionalnej Placówki Opiekuńczo-Terapeutycznej w Gdańsku. Pomalowano także boksy Schroniska „Promyk" w Gdańsku, wsparto Stowarzyszenie Sopockie Uszakowo ratujące bezdomne króliki i fundację Stawiamy na Łapy w Krakowie. Od 2019 r. odbyło się 5 edycji Minigrantów, a 34 projekty otrzymały dofinansowanie na łączną kwotę ok. 170 tys. zł. W 2022 r. sfinansowano 19 projektów, w których udział wzięło 98 osób.

31808

W ramach akcji **Lyreco For Education** firma **Lyreco Polska** zbiera fundusze na cele charytatywne wśród klientów, dostawców oraz pracowników. Finansowane z nich działania kierowane są do najbiedniejszych regionów świata i skupiają się na odbudowie oraz odnowie budynków szkolnych, podniesieniu jakości nauczania oraz zwiększeniu zaangażowania rodziców w edukację dzieci. Dla każdego projektu jest wybierana międzynarodowa organizacja pozarządowa wspierająca edukację dzieci, a także opracowywany jest konkretny plan działań na podstawie lokalnych potrzeb. Ostatecznym celem każdego projektu jest utrzymanie długofalowych działań. Pomoc do tej pory była udzielana na Madagaskarze, od 2019 r. prowadzony jest nowy projekt w Kambodży.

600

Many Mornings w ramach działania **Doctor Monkey** pomaga Fundacji Dr Clown leczyć uśmiechem pacjentów pediatrycznych. Dziecięcy beneficjenci zostają obdarowani skarpetkowymi maskotkami-małpkami. Praktyką tą firma tworzy dialog międzypokoleniowy. Przez cały rok seniorzy i seniorki mieszkający w domach seniora szyją maskotki jako wolontariusze. Robią to, mając świadomość, że wykonane przez nich zabawki trafią w grudniu do małych pacjentów, którzy muszą spędzać Boże Narodzenie w szpitalach i placówkach specjalistycznych. W 2022 r. w wolontariat zaangażowało się 620 seniorów z całej Polski. Wspólnie udało się wykonać 2000 maskotek, które trafiły do szpitali w 17 miastach w Polsce.

35

Many Walks to odbywająca się co roku autorska akcja społeczna **Many Mornings**. Akcja wspiera organizacyjnie schroniska dla zwierząt oraz przeciwdziała problemowi bezdomności zwierząt domowych, zwłaszcza psów i kotów. Elementem akcji jest aktywizacja społeczności skupionej wokół marki do wolontariatu w schroniskach. Podczas piątej edycji udało się wspólnie zrealizować 1522 aktywności wolontariackie w 10 schroniskach partnerskich. W 2022 r. w ramach akcji firma promowała przede wszystkim odpowiedzialną adopcję. Firma wsparła 564 procesy adopcyjne w całej Polsce. Dodatkowo Many Mornings przekazało 10 tys. zł darowizny dla Fundacji Sarigato na dalsze działania edukacyjne.

35

Program **Pedigree dla dobra psów** organizowany przez **Mars Polska** zachęca do odpowiedzialnej adopcji i opieki nad czworonogami. W 2021 r. marka Pedigree rozpoczęła wraz z Towarzystwem Opieki nad Zwierzętami w Polsce inicjatywę wspierania schronisk m.in. w opiece behawioralnej, leczeniu czworonogów oraz edukacji w szkołach i przedszkolach. W 2022 r. firma skoncentrowała działania na dzieleniu się wiedzą z najmłodszymi. W ramach zajęć edukacyjnych, prowadzonych w szkołach i przedszkolach, dzieci i młodzież mogą dowiedzieć się, na czym polega odpowiedzialna opieka i adopcja. Od początku trwania programu rozdano tysiące pakietów powitalnych zawierających praktyczne informacje i produkty dla nowych opiekunów i ich pupili.

3100

Od ponad 30 lat **Mars Polska**, w ramach działania **Lepszy Świat dla Zwierząt**, wspiera schroniska i fundacje w Polsce pomagające zwierzętom w potrzebie. Firma wspiera też psy pracujące na rzecz społeczności lokalnych, m.in. w policji, Polskim Związku Osób Niewidomych czy Wodnym Ochotniczym Pogotowiu Ratunkowym. W 2022 r. Mars kontynuował współpracę z wieloletnimi partnerami – organizacjami charytatywnym, m.in. Towarzystwem Opieki nad Zwierzętami w Polsce, dzięki którym jego wsparcie docierało do potrzebujących osób oraz czworonogów zarówno w Polsce, jak i w Ukrainie. Firma przekazała blisko 240 ton jedzenia dla psów i kotów. W ramach Mars Volunteer Program współpracownicy firmy mogli poświęcić 16 płatnych godzin na pracę na rzecz bezdomnych zwierząt w schroniskach. Mogli także wziąć udział w inicjatywie jednego z największych międzynarodowych NGO działających na rzecz ochrony zwierząt na świecie, Humane Society International, polegającej na przygotowaniu tysięcy specjalnych zestawów dla opiekunów psów i kotów z Ukrainy przekraczających granicę Polski.

3100

W 2018 r. Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** zorganizowała wewnętrzną przedświąteczną zbiórkę na rzecz Schroniska Dla Zwierząt w Toruniu **Dobra karma od MUST**. W akcję udało się zaangażować zarówno wspólników, jak i pracowników oraz zebrać dużą ilość produktów niezbędnych w schronisku. W 2022 r. kancelaria zaangażowała partnerów biznesowych do organizacji kolejnej zbiórki na ten cel.

8

W ramach praktyki **Dzień Jesiennego Liścia** firma **Model Opakowania** zapewnia materialne wsparcie akcji charytatywnej organizowanej przez Szkołę Podstawową nr 5 w Biłgoraju. Fundusze co roku przekazywane są na pomoc chorym dzieciom, na rehabilitację, sprzęt medyczny, wyjazdy do specjalistów czy operacje.

830

W ramach **Funduszu Grantowego** firma **Model Opakowania** realizuje współpracę z organizacjami lokalnymi. Środki finansowe wypłacane z Funduszu pomagają w aktywizacji dzieci i młodzieży oraz tym dzieciom i nastolatkom, którzy mają talent, ale nie mają możliwości, żeby go rozwijać. Szkoły, stowarzyszenia i organizacje z powiatów biłgorajskiego, nowodworskiego i nowosolskiego mogą aplikować o wsparcie finansowe. Dzięki tej współpracy odbyły się m.in. warsztaty malowania murali i zajęcia narciarskie dla dzieci z terenów wiejskich. Firma co roku wspiera także lokalne wydarzenia sportowe i świetlice środowiskowe.

830

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

MODIVO w ramach inicjatywy **Grupa MODIVO przeciwko wykluczeniu** wspiera grupy zagrożone wykluczeniem i marginalizacją społeczną, z uwzględnieniem kobiet w trudnej sytuacji życiowej. Firma przygotowuje regularne darowizny składające się głównie z obuwia, ubrań, akcesoriów oraz kosmetyków. Realizacja opiera się na partnerstwach z organizacjami społecznymi. W 2022 r. firma przekazała darowizny produktowe do ponad 20 organizacji społecznych. W ramach akcji Shoebox kobiety z Domu Samotnej Matki w Zielonej Górze otrzymały w Dniu Kobiet kosmetyki spakowane w kartony po butach eobuwie.pl, a w projekcie #MamaMaSiłę Fundacji Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową firma ofiarowała w Dniu Matki vouchery na zakupy dla mam chorych dzieci. W 2022 r. MODIVO przekazało niemal 10 tys. produktów o wartości ok. 200 tys. zł. W akcji #MamaMaSiłę do mam trafiło 75 voucherów o wartości 15 tys. zł.

3000

Charytatywny Bal Noworoczny to inicjatywa firmy **Nowy Styl** na Podkarpaciu. Od 2000 r., firma każdej zimy zaprasza podopiecznych domów dziecka, ośrodków szkolno-wychowawczych, placówek opiekuńczych, organizacji pracujących z niepełnosprawnymi i rodzin zastępczych do wspólnego świętowania. To okazja nie tylko do zabawy, ale też integracji i nauki. Na balu obecny jest Święty Mikołaj wręczający prezenty, o które dzieci proszą w listach. Wsparcie finansowe na działalność statutową otrzymują także pomagające dzieciom fundacje, a firma zaangażowana jest również w organizację wycieczek czy wyposażanie placówek.

6883

Kampania **1% to niewiele, a znaczy dużo** jest realizowana w **Objectivity** od wielu lat. Jej celem jest zmobilizowanie polskich pracowników firmy do przekazywania 1% swoich podatków na słuszny cel. Co roku pracownicy firmy zgłaszają inicjatywy, fundacje, indywidualnych beneficjentów, na rzecz których można przeznaczyć 1% podatku, rozliczając PIT za poprzedni rok. Lista beneficjentów dostępna jest w wewnętrznych mediach dla każdego pracownika.

742

Gaszyn Challenge to wyzwanie, jakie podejmują grupy, aby pomóc chorującym dzieciom. W ramach wyzwania pracownicy **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** zagrali charytatywny mecz siatkówki, a także zorganizowali loterię z nagrodami. Nagrody na loterię były zbierane przez nich samych. Pieniądze z meczu i losów zostały przekazane na leczenie chorującej na nowotwór 16-latki z sąsiedniej miejscowości. Zebrano 1150,12 zł.

60

Pracownicy spółek **Pelion** mają – poprzez mechanizm **pay-roll** – możliwość wsparcia fundacji działających w strukturach firmy: DOZ Fundacji dbam o zdrowie oraz Fundacji Urtica Dzieciom. Możliwe jest zadeklarowanie określonej kwoty ze swojego miesięcznego wynagrodzenia na poczet celów statutowych lub na pomoc konkretnym podopiecznym. Jest to dobrowolna deklaracja osób, które chcą pomagać i włączyć się w prowadzone przez fundacje działania charytatywne. Co miesiąc w ten sposób działania fundacji wspiera ponad 700 osób z różnych spółek Pelion.

11500

Pepcolandia to realizowany corocznie autorski 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 5000 zł na przeprowadzenie działań na rzecz dzieci i młodzieży. W ramach programu zgłaszane są projekty, które zapewnią dzieciom efektywnie spędzony czas wolny i będą dotyczyć m.in.: organizacji kreatywnych zajęć, warsztatów rozwijających, wycieczek, wydarzeń, a nawet budowy lub remontu miejsca na aktywne spędzanie czasu. Na przestrzeni lat dofinansowanie zyskało 350 projektów, a liczba beneficjentów wyniosła już ponad 20 tys. osób. W 2022 r. wsparcie otrzymało 112 organizacji pozarządowych, dzięki czemu udało się dotrzeć z działaniami do 7000 dzieci głównie z małych miejscowości i wsi.

23262

Trzeci rok z rzędu **Pepco** ufundowało **stypendia edukacyjne dla zdolnych uczniów i uczennic z niezamożnych rodzin** w ramach programu stypendialnego realizowanego przez Fundację Świętego Mikołaja. Wzorem ubiegłego roku, 100 uczennic i uczniów otrzymało roczne stypendia w wysokości 2500 zł, dzięki którym będą mogli sfinansować wydatki związane z nauką i rozwijaniem talentów. Dzieci i młodzież objęte programem stypendialnym to osoby z niezamożnych rodzin, odnoszące sukcesy w nauce, sporcie lub w sztuce, które wyróżniają się swoim zaangażowaniem na rzecz lokalnych społeczności. Stypendyści przeznaczają otrzymane środki na opłacenie kursów, dojazdy na zajęcia dodatkowe, opłaty wpisowe na udział w różnego rodzaju zawodach, zakup pomocy naukowych i rzeczy niezbędnych do rozwijania danej pasji. Przyznanie stypendiów zbiega się w czasie z okresem bożonarodzeniowym.

23262

W 2022 r. **Pepco** włączyło się w inicjatywę organizacji wosh wosh i dołączyło do **zbiórki obuwia na rzecz osób w kryzysie bezdomności**. W biurze głównym oraz centrum dystrybucyjnym Pepco przez 2 tygodnie zbierano obuwie, które trafiło do organizacji wosh wosh, a następnie zostało wyczyszczone i naprawione po to, żeby mogło zyskać drugie życie i trafić do osób potrzebujących. Zebranych zostało 167 par obuwia, a dodatkowo firma wsparła akcję finansowo.

23262

Pharmalink, jako polska firma działająca w branży dystrybucji farmaceutycznej, w ramach działania **Dowozimy zdrowie** postanowiła zadbać o najmłodszych pacjentów. W 2022 r. bezpłatnie dostarczała soki dla dzieci chorych onkologicznie do Oddziałów Onkologicznych i Hematologicznych

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Szpitala Klinicznego nr 4 im. Marii Konopnickiej w Łodzi. Dowożonych było 312 soków tygodniowo. Napoje były w 100% naturalne i wysoko odżywcze, pochodziły z ekologicznych upraw. Akcja prowadzona jest od 2019 r. W tym czasie dostarczono ponad 56 tys. soków dla dzieci.

180

Polski Fundusz Rozwoju wspiera lokalne społeczności m.in. poprzez realizację programu grantowego **Wakacyjna AktywAKCJA** stworzonego przez Fundację PFR. W 2022 r. Fundacja dofinansowała ponad 100 projektów lokalnych organizacji non profit łączną kwotą 500 tys. zł. Program odpowiadał na wyzwania związane ze skutkami pandemii i ograniczeniem aktywności ruchowej i społecznej dzieci oraz z przybyciem do Polski dużej liczby uchodźców z Ukrainy, którzy osiedlili się w mniejszych miejscowościach. Celem było wsparcie lokalnych społeczności, szczególnie ze wschodniej Polski i w miejscowościach do 60 tys. mieszkańców oraz pomoc dzieciom z biedniejszych rodzin. Granty trafiły do 104 organizacji. W programie wzięło udział ponad 10 tys. dzieci polskich i ukraińskich.

220

W 2022 r. marka Vizir, należąca do **Procter & Gamble DS Polska**, zorganizowała we współpracy z Towarzystwem Nasz Dom piątą edycję programu **Ubrania od Serca**. Celem inicjatywy jest wsparcie podopiecznych domów dziecka. Dzieci w trudnej sytuacji rodzinnej, wychowujące się w placówkach opiekuńczo-wychowawczych, zależą od ich kondycji finansowej i rzadko mają okazję, aby samodzielnie decydować o swoim ubiorze, co ma duży wpływ na ich samoocenę. W ramach programu „Ubrania od serca" otrzymują vouchery na zakup nowych ubrań, które mogą samodzielnie wybrać. Marka Vizir przekazuje również placówkom opiekuńczo-wychowawczy produkty do prania. W pięciu edycjach programu „Ubrania od Serca" zostało ufundowanych ponad 7100 voucherów.

4000

Marka Pampers, należąca do **Procter & Gamble DS Polska**, realizuje **program wsparcia wcześniaków i noworodków**. Działania prowadzone są poprzez edukację na temat potrzeb wcześniaków i przekazanie pieluszek Pampers Preemie na oddziały intensywnej terapii noworodka. Najmniejsze pieluszki Pampers Preemie przeznaczone są dla wcześniaków o masie ciała poniżej 500 g. Dzięki współpracy z ekspertami, lekarzami, influencerami i Fundacją Wcześniak Rodzice-Rodzicom możliwe jest informowanie społeczeństwa o stanie wcześniactwa w Polsce, potrzebach wcześniaków i ich rodziców, rozwoju neonatologii oraz możliwościach wsparcia. Marka Pampers dotychczas przekazała w Polsce ponad 2 070 000 pieluszek.

4000

W ramach współpracy z Fundacją Zaczytani.org **Provident Polska** prowadzi projekt **Zaczytany Biznes**. W 2022 r. z okazji 25-lecia działalności w Polsce firma wspólnie z Fundacją Zaczytani.org otworzyła 25 Zaczytanych Bibliotek, w sumie jest ich już 75, w tym jedna z książkami ukraińskimi. We współpracy z Fundacją powstała także ekobajka „Dobre rady na odpady". Firmowi wolontariusze zebrali ponad 29 tys. woluminów, które zostały przekazane do szpitali, domów dziecka, świetlic środowiskowych i przedszkoli. Firma angażuje się w Zaczytane mikołajki. Wolontariusze, w tym Zarząd przygotowali tysiąc prezentów, które trafiły do dzieci, młodzieży i seniorów w Warszawie, Ostrowcu Świętokrzyskim, Łodzi i Katowicach. W 2022 r. odbiorcami pomocy było ponad 3 mln osób.

1800

Tradycją **Rödl & Partner** w Polsce jest **charytatywna kartka świąteczna** z motywem anioła, wybierana w konkursie plastycznym dla podopiecznych domów dziecka. Konkurs co roku organizowany jest w innym domu dziecka z obszaru, w którym znajduje się biuro firmy. Główną nagrodą jest realizacja marzenia dziecka, którego kartka zostanie wybrana. Wszyscy uczestnicy konkursu dostają podarunki, a placówka otrzymuje wsparcie finansowe. Firma łącznie przeznaczyła w tym projekcie kwotę 15 tys. zł. W 2022 r. do współpracy został zaproszony Dom Dziecka im. Janusza Korczaka w Gdańsku. Na konkursu wpłynęło 15 prac, a głosami pracowników zwyciężyła praca ośmioletniej Igi. Dom dziecka otrzymał od firmy darowiznę finansową, która zostanie wykorzystana na sfinansowanie wypoczynku letniego dla dzieci. Wszystkie dzieci dostały upominki w postaci kart podarunkowych do Galerii Bałtyckiej, a zwyciężczyni swój wymarzony prezent: rower na 4 kółkach.

533

W ramach **Programu Stypendialnego** Fundacja Santander Bank Polska utworzona przez **Santander Bank Polska** wspiera wybitnych uczniów ostatnich klas szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych z całej Polski. Wysokość wsparcia stypendialnego w edycji programu na lata 2022/2023 to 5 tys. zł. Fundacja wyłoniła 25 stypendystów z 563 aplikacji. Stypendium jest nagrodą za trud włożony w naukę, motywuje do dalszej pracy i osiągania jeszcze lepszych wyników. Laureaci pochodzą z całej Polski. Jest to młodzież szczególnie utalentowana, ale przede wszystkim są to pasjonaci, którzy kochają to, co robią. Fundacja ma na celu wsparcie edukacji i rozwoju szczególnie uzdolnionych dzieci i młodzieży, bez względu na kryterium dochodowe. Stypendyści Fundacji dzięki wsparciu finansowemu mają możliwość dofinansowania zajęć dodatkowych, pokryć koszty wyjazdów na ogólnopolskie i międzynarodowe konkursy. Stypendyści składają półroczne raporty ze swoich osiągnięć.

9584

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Wspólnie z Fundacją Dobrych Inicjatyw, pracownicy warszawskiego biura **SimCorp** zaangażowali się w **remont Środowiskowego Domu Samopomocy Pod Skrzydłami** – warszawskiego dziennego ośrodka wsparcia dla osób z zaburzeniami psychicznymi. 50 pracowników odnowiło podjazd dla wózków inwalidzkich, odmalowało ławki i pergole przed ośrodkiem oraz drzwi i ściany w ośrodku. Firma zakupiła i złożyła 7 regałów. Pracownicy wspólnie z podopiecznymi wzięli udział w warsztatach plastycznych i kulinarnych. Wydarzenie zostało sfinansowane dzięki Funduszowi ESG działającemu w SimCorp.

160

Firma **SLODKIE** zaangażowała się w **pomoc zwierzętom ze Stowarzyszenia Otwocki Zwierzyniec**. Od początku inicjatywy SLODKIE przekazało Stowarzyszeniu m.in. transportery do przewożenia psów i kotów oraz wysokiej jakości karmę, z czego ponad 200 kg w samym 2022 r. Dzięki zaangażowaniu pracowników firmy udało się także zebrać koce, ręczniki i inne materiały, które sprawdzają się jako legowiska.

60

Społecznie odpowiedzialne **SLODKIE** angażuje się w akcje pomocowe i **wspiera walkę z chorobami nowotworowymi**. Firma przekazała czekoladowe wstążki, czyli międzynarodowy symbol walki z rakiem piersi, aby wspierać działania Fundacji W Związku Z Rakiem. W ramach współpracy z Fundacją Kapitan Światełko firma wspiera walkę z chorobami nowotworowymi u mężczyzn. Zachęca także swoich klientów do udziału w akcji, informując ich, że z każdego zamówienia złożonego do końca marca 2023 r. na produkt czekoladowe wąsy przekaże 1% na rzecz Kampanii Mosznowładcy.

60

Sodexo w ramach działania **STOP HUNGER** chce w każdym kraju, w którym jest obecne, przekazywać żywność najbardziej potrzebującym. Od 2005 r. w obiektach obsługiwanych przez **Sodexo Polska** w całej Polsce corocznie prowadzona jest zbiórka żywności trwałej, o długim terminie przydatności do spożycia. W akcji uczestniczą pracownicy-wolontariusze, którzy realizują kampanię informacyjno-promocyjną i wspierają logistykę przekazywania żywności. W działania angażują się także klienci, dostawcy i inni partnerzy biznesowi. Po zakończeniu zbiórki, poprzez lokalną sieć Banków Żywności, produkty spożywcze trafiają do potrzebujących. Łączna waga żywności przekazanej w 2022 r. na rzecz potrzebujących to ponad 2 tony. W 2022 r. Sodexo nawiązało regionalne partnerstwo z Europejską Federacją Banków Żywności (FEBA).

1800

SumiRiko Poland zorganizowała **Kiermasz Bożonarodzeniowy**, na który zaprosiła wychowawców z Domu Dziecka w Olkuszu. Było to już drugie tego typu wydarzenie – pierwszy kiermasz odbył się tuż przed Świętami Wielkanocnymi. Podczas kiermaszu wystawiono na sprzedaż rękodzieła wykonane przez wychowanków domu dziecka. Były to kartki, ozdoby oraz stroiki świąteczne. Ozdoby nie zostały wycenione, a kupujący dokonywali dobrowolnych płatności. Całkowity dochód ze sprzedaży przeznaczony został na rzecz wychowanków Domu Dziecka w Olkuszu.

1400

W październiku 2022 r. dwoje pracowników **SumiRiko Poland** straciło w pożarze domu swój dobytek. Pożar objął cały parter ich rodzinnego domu, zniszczeniu uległy rzeczy osobiste, instalacje, sprzęt AGD. Chcąc wesprzeć pracowników, zorganizowano w firmie, za ich zgodą, **zbiórkę pieniężną na pomoc pogorzelcom**.

1400

Firma **SumiRiko Poland** jest fundatorem **Stypendiów SumiRiko Poland** dla uczniów dwóch lokalnych szkół podstawowych. Celem, jaki przyświeca tej akcji, jest wsparcie finansowe dzieci, które osiągają dobre wyniki w nauce. Stypendia mają charakter motywacyjny, a dodatkowym kryterium uwzględnianym przy przydzielaniu wsparcia są szczególne osiągnięcia uczniów w olimpiadach oraz konkursach naukowych. Decyzja dotycząca przyznania stypendiów podejmowana jest na podstawie regulaminu przez Komisję Stypendialną, w skład której wchodzi dyrekcja szkół oraz Zarząd SumiRiko Poland.

1400

SumiRiko Poland zaangażowało się w pomoc Fundacji „Psie Pole", prowadzącej schronisko dla bezdomnych psów. Zorganizowano **zbiórkę karmy dla bezdomnych zwierząt**, zbierano także inne dary. Zbiórka trwała tydzień, każdego dnia wyznaczone były określone godziny oraz miejsca, gdzie można było przynosić dary, tak aby w akcji mogli wziąć udział wszyscy chętni pracujący na różnych zmianach. W ciągu tygodnia udało się zgromadzić koce, karmę, zabawki i maty, które przekazane zostały Fundacji.

1400

W ramach akcji **Kopalnie Świętego Mikołaja** pracownicy **Świętokrzyskiej Grupy Przemysłowej INDUSTRIA** odpowiadają na świąteczne listy dzieci i młodzieży. W edycji 2022 r. wsparto młodzież Akademickiego Młodzieżowego Ośrodka Wychowawczego w Podzamczu, z Gminy Chęciny. Fundacja Kaganek utworzona przez Grupę otrzymała 31 własnoręcznie napisanych listów. Dzięki zaangażowaniu w akcję pracowników spółki spełniono wszystkie prośby młodzieży.

320

W okresie świątecznym firma **TIM** wsparła Fundację Dzieciom „Zdążyć z Pomocą", organizując akcję **Choinka pełna prezentów**. Pod choinką w centrali firmy zbierano prezenty dla podopiecznych Fundacji. Każdy z pracowników mógł

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ściągnąć z choinki karteczkę, na której była wymieniona konkretna potrzeba, a w kolejnych dniach przynieść wylosowany upominek. Ponadto pracownicy biur handlowych firmy z całej Polski mogli wybierać prezenty pod wirtualną choinką, a następnie przesyłać je do centrali, gdzie były pakowane i wysyłane do Fundacji. Zebrano 8 dużych kartonów upominków: gry planszowe, puzzle, pluszaki, książki i kolorowanki, kredki i flamastry.

308

Firma **TIM** dwa razy w roku umożliwia pracownikom, w ramach **programu grantowego**, zgłaszanie inicjatyw edukacyjnych, prozdrowotnych, proekologicznych, kulturalnych i pomocowych wspierających lokalne społeczności. Decyzję o przyznaniu grantu podejmują sami pracownicy, głosując w intranecie. Zarząd może też przyznać nagrodę specjalną w wysokości do 6000 zł na projekt, który nie otrzymał grantu bądź został nagrodzony grantem, lecz zasługuje na dodatkowe wsparcie pieniężne. W siedmiu edycjach akcji granty trafiły do 41 beneficjentów. W 2022 r. łączna wartość grantów wyniosła 82 tys. zł. Sfinansowały one lub współsfinansowały m.in.: rehabilitację pacjentów po mastektomii, leczenie dzieci z mózgowym porażeniem dziecięcym, działalność Centrum Praw Kobiet, zakup sprzętu dla Ochotniczej Straży Pożarnej oraz organizację dziecięcego turnieju piłkarskiego.

308

W lipcu 2022 r. **Totalizator Sportowy** wystartował z kampanią społeczną **Wygrywamy zaczyna się od WY**. Głównym założeniem akcji było stworzenie graczom przestrzeni na specjalnej stronie internetowej, na której mogli zgłaszać swoje pomysły na remont, budowę bądź modernizację wybranego obiektu sportowego lub kulturalnego w swojej okolicy. Kampania miała na celu zwiększenie świadomości na temat wizji i misji firmy wśród graczy, poprzez informowanie odbiorców o tym, że firma wspiera i finansuje sport i kulturę w Polsce. Ambasadorem akcji był Robert Lewandowski. Oddano blisko 4 mln głosów i wyłoniono łącznie 27 obiektów sportowych i kulturalnych, które dofinansowano łączną kwotą 3,2 mln zł. Akcję wsparła także loteria promocyjna, w której gracze przez cały miesiąc mieli możliwość wylosowania nagród poprzez zakup dowolnego produktu LOTTO za minimum złotówkę oraz oddania głosu na wybrany przez siebie obiekt.

5257

Podczas spotkania świątecznego dla pracowników **Totalizatora Sportowego** została przeprowadzona **zbiórka prezentów dla podopiecznych Stowarzyszenia „Serduszko dla Dzieci"** – dzieci pochodzących z ubogich oraz trudnych rodzin. Pracownicy wspólnie zapakowali podarunki, które następnie zostały przekazane Stowarzyszeniu. Inicjatywa ma na celu walkę z nierównościami i ubóstwem, a działanie przeprowadzone zostało lokalnie. Dzięki zaangażowaniu pracowników udało się zapakować i przekazać ponad 500 prezentów. Część z nich Stowarzyszenie przekazało do Centrum Zdrowia Dziecka, aby umilić chorym dzieciom spędzony w szpitalu świąteczny czas. Prezenty wręczono również dzieciom przebywającym w Centrum Pomocy Humanitarnej PTAK w Nadarzynie, szkole w Józefinie, a także w Zespole Placówek Szkolno-Wychowawczo-Rewalidacyjnych w Ostródzie.

5257

Od 2013 r. **UBS** organizuje **musicale charytatywne w UBS** wystawiane na deskach krakowskich teatrów. Twórcami muzycznego show są wolontariusze-pracownicy firmy, którzy od początku do końca tworzą całe przedsięwzięcie: zarządzają projektem, piszą scenariusz, zapewniają obsadę aktorsko-muzyczno-taneczną, scenografię, obsługę techniczną. Całkowity dochód ze sprzedaży biletów na musical przeznaczony jest na wsparcie wybranej fundacji. Ostatnie 2 edycje UBS zorganizował we współpracy z Fundacją Hearty, aby pomóc w zmniejszaniu nierówności społecznych poprzez zapewnienie lepszego dostępu do edukacji dzieciom i młodzieży z domów dziecka, dzieciom z niepełnosprawnościami oraz uczniom z mniejszych miejscowości. W 2022 r. wyprzedano 99% biletów, dzięki czemu ufundowane zostaną stypendia edukacyjne dla 20 dzieci.

5100

Unum Życie TUiR zrealizowało **Rodzinny Dzień Wolontariusza**, w którym 391 pracowników, współpracowników i ich bliskich spotkało się w różnych lokalizacjach w Polsce, by wspólnie wesprzeć zwierzęta w schroniskach. Zebrane zostało łącznie 1141 kg karmy z przeznaczeniem dla różnych schronisk w terenie całego kraju.

600

W ramach **Zaczytanej Akcji** zorganizowanej przez **Unum Życie TUiR** zgromadzono 1115 książek. Ilustrowane opowiadania, baśnie i kolorowe albumy przekazane zostały małym pacjentom Oddziału Psychiatrycznego dla Dzieci i Młodzieży w Szpitalu Miejskim w Rudzie Śląskiej.

600

Słoneczna Galeria to cykl bezpłatnych warsztatów plastycznych dla dzieci walczących z nowotworami, których inicjatorem jest firma **Urtica**, a realizuje je Fundacja Urtica Dzieciom. Zajęcia realizowane były w 18 szpitalach na oddziałach onkologii i hematologii dziecięcej, a prowadziły je współpracujące z Fundacją plastyczki. W edycji w 2022 r. brali także udział mali pacjenci z Ukrainy, którzy ze względu na sytuację na świecie trafili na polskie oddziały. Fundacja dostarczyła

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

do szpitali potrzebne materiały do realizacji warsztatów. Powstałe obrazy zostały wylicytowane podczas 25. Gali Urtica Dzieciom, a zebrane środki trafią na wsparcie onkologii dziecięcej. Do biura wpłynęło ponad 750 prac plastycznych, z czego 130 najciekawszych wybranych zostało pod patronatem merytorycznym Muzeum Narodowego we Wrocławiu na Galę Urtica Dzieciom. W ramach gali zebrano 506 tys. zł, które zostaną przekazane do 18 szpitali dziecięcych w całej Polsce.

300

VGL Solid Group zaangażowało się we **wsparcie Domu Dziecka Pod Magnolią** zarządzanego przez Gdańską Fundację Innowacji Społecznej (GFIS). „Dom pod Magnolią" to jeden z 6 kameralnych domów dziecka prowadzonych przez GFIS. VGL Solid Group wspiera placówkę przez cały rok. W 2022 r. firma przekazała sprzęt elektroniczny usprawniający pracę zdalną oraz meble ogrodowe do spędzania czasu na świeżym powietrzu. W okresie świątecznym spełnia marzenia dzieci i młodzieży przedstawione w listach do świętego Mikołaja. Wsparcie udzielane przez firmę to rocznie średnio ok. 25 tys. zł.

750

Program 1+1=3 organizowany przez **Volkswagen Poznań** jest realizowany od 2010 r. W jego trakcie pracownicy wspierają finansowo lokalne organizacje pożytku publicznego. Każdy, kto przystąpi do programu, otrzymuje możliwość zadeklarowania wybranej kwoty (1, 2, 5, 10 lub 20 zł), która co miesiąc zasila konto wybranej organizacji pożytku publicznego. Organizacja wybierana jest poprzez głosowanie, a hasłem programu jest „Razem znaczy więcej!". W 2022 r. wsparcie trafiło do fundacji „Dzieciaki Czwórki" przy Szkole Podstawowej nr 4 w Swarzędzu, opiekującej się dziećmi z niepełnosprawnościami i wspierającej ich rodziny. Pracownicy przekazali w sumie w 2022 r. ponad 95 tys. zł, a od początku akcji wsparli różne organizacje kwotą ok. 1 mln zł.

9500

Wspieramy z WP to wewnętrzny projekt w firmie **Wirtualna Polska Holding**, mający na celu wspieranie pracowniczych inicjatyw charytatywnych i społecznych. Pracownicy zgłaszają projekty w określonych kategoriach, opisując cel, na jaki potrzebują środków. Projekty są wybierane przez Radę Programową 2 razy w roku. W 2022 r. zrealizowane zostały działania na rzecz: Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Zalutyniu, Fundacji Ostatnia Przystań, Hospicjum Proroka Eliasza w Michałowie, Domu Dziecka Nr 1 „Nasz Dom" im. Maryny Falskiej, Środowiskowego Domu Samopomocy w Sochaczewie. Łączna kwota pomocy to 100 tys. zł.

2500

Spółka **Wodociągi Miasta Krakowa**, w ramach działań charytatywnych pod nazwą „Czułe H_2O", **wzięła udział w Krakowskiej Zbiórce Żywności**. Była to druga edycja zbiórki organizowanej przez Bank Żywności w Krakowie, w którą zaangażowała się spółka. Pracownicy przekazywali żywność do przygotowanych pojemników znajdujących się na terenie firmy. Następnie żywność została dostarczona do Banku Żywności. Pracownicy zajęli się także pakowaniem paczek żywnościowych. W 2022 r. przekazano 580 kg żywności.

1200

Project Shoebox to akcja społeczna, której celem jest niesienie pomocy kobietom w trudnej sytuacji życiowej, będącym pod opieką organizacji społecznych. W Dniu Kobiet do potrzebujących trafiają pudełka wypełnione artykułami higienicznymi oraz kosmetykami pochodzącymi z publicznej zbiórki. W 2022 r. **Wunderman Thompson Technology** otoczył wsparciem także uchodźczynie z Ukrainy. Równolegle do zbiórki artykułów w serwisie zrzutka.pl prowadzona była zbiórka pieniędzy, która umożliwiła włączenie się w inicjatywę wszystkim zainteresowanym. Dzięki akcji pomoc trafiła do 800 kobiet.

240

Zentiva Polska w okresie przedświątecznym zaangażowała się w pomoc potrzebującym w ramach akcji wolontariatu pracowniczego **Zentiva Pomaga Potrzebującym**, wpisującej się w ogólnofirmową platformę #WeHelpOthers. Pracownicy zostali Świętymi Mikołajami dla 17 dzieci, najmłodszych mieszkańców placówek prowadzonych przez Fundację SOS Ziemi Lubelskiej oraz Domu Dla Matek z Małoletnimi Dziećmi i Kobiet w Ciąży w Kielcach, dostarczając wymarzone prezenty. Równolegle prowadzona była zbiórka darów, które są potrzebne ośrodkom. Pracownicy przekazali ośrodkom artykuły spożywcze i higieniczne, detergenty oraz pościel.

300

EDUKACJA DOROSŁYCH

Fundacja Adamed, powołana przez firmę **Adamed Pharma**, w ramach prowadzonego od 8 lat programu **naukowa mapa Polski ADAMED SmartUP** przygotowała mapę, która pozwoli zaplanować nieszablonowe zwiedzanie Polski. Na mapie umieszczono i opisano 20 różnorodnych miejsc i obiektów związanych z nauką, aby każdy mógł znaleźć coś dla siebie. Zaznaczono na niej m.in. centra nauki, w których odwiedzający mogą samodzielnie wykonywać eksperymenty. Miłośnicy aktywnego spędzania czasu odnajdą natomiast ścieżki piesze i rowerowe, które wiodą przez najciekawsze przyrodniczo tereny.

2000

Adamed Pharma, we współpracy z wybitnymi specjalistami w swoich dziedzinach medycznych, stworzył w 2022 r. oparty na światowych standardach medycznych **portal wiedzy Adamed Expert** z treściami dostosowanymi zarówno dla pacjentów, ich opiekunów, farmaceutów, jak i samych lekarzy. Serwis ten to kompendium aktualnej wiedzy medycznej i merytorycznych treści. Bogactwo formatów, personalizacja oraz najwyższa jakość treści gwarantują otrzymanie aktualnej wiedzy na dany temat przedstawionej w przyjazny i ciekawy sposób. Odbiorcy znajdą w nim zarówno artykuły eksperckie, podcasty i materiały wideo czy webinary. W zaledwie kilka miesięcy od startu serwisu, Adamed Expert odwiedziło ponad milion użytkowników szukających odpowiedzi na najbardziej nurtujące pytania na temat ich zdrowia, zdrowia rodzin oraz pacjentów.

2000

W ramach działań prośrodowiskowych oraz budowania świadomości o zielonej transformacji polskiej gospodarki **Bank Millennium** opublikował wraz z partnerami merytorycznymi (Urząd Patentowy RP, AGH w Krakowie, SGH w Warszawie) **raport „Eko-indeks Millennium – potencjał eko-innowacyjności regionów"** oraz przyczynił się do stworzenia platformy do dyskusji na temat znaczenia i rozwoju zielonych innowacji w naszym kraju. Raport pokazuje, że regulacje związane z ekologią mogą pełnić stymulantę innowacji, a wdrażanie ekologicznych innowacji to inwestycja, która w długiej perspektywie przynosi korzyści. Materiały spotkały się z dużym zainteresowaniem odbiorców: liczba publikacji wynosi 76, a ich łączny zasięg to ponad 38 mln odbiorców. Eko-indeks prezentowany był na konferencji naukowej organizowanej przez PAN i AGH. Specjalnie na potrzeby raportu Urząd Patentowy przygotował unikatowe dane o patentach na eko-innowacje, a bank udostępnił dane o wartości dodanej i zatrudnieniu w branżach zielonych i brązowych.

6860

Bank Pekao jest głównym partnerem **projektu SeniorON** prowadzonego przez Polski Czerwony Krzyż. Celem inicjatywy jest poprawa jakości i poziomu życia osób starszych i przygotowanie ich do godnego starzenia się poprzez aktywność społeczną. Projekt polega na organizowaniu dla seniorów m.in. zajęć z pierwszej pomocy, warsztatów edukacyjno-artystycznych, nauki języków obcych i oraz na przeciwdziałaniu e-wykluczeniu. Wydarzenie poświęcone nowym technologiom, funkcjom telefonu, bankowości internetowej i bezpieczeństwu seniorów w obliczu wyłudzeń i oszustw prowadzili eksperci z Banku Pekao oraz z Fundacji SeniorApp i przedstawiciele Komendy Miejskiej Policji. Bank realizuje praktykę w powiązaniu z celem, jakim jest edukacja ekonomiczna. W roku 2022 przeprowadzono 32 warsztaty tematyczne oraz 3 eventy „Bezpieczny senior w cyfrowym świecie". Łącznie w projekcie udział wzięło 882 seniorów.

12483

Znajomość zasad pierwszej pomocy wyposaża nas w narzędzia, dzięki którym możemy ustabilizować stan poszkodowanego do momentu przybycia pogotowia ratunkowego i zapobiec nagłemu pogorszeniu sytuacji. Dlatego **Business Support Solution** przeprowadził zajęcia **Pierwsza pomoc – szkolenia dla pracowników** z pierwszej pomocy przedmedycznej z wykorzystaniem defibrylatora AED. Szkolenie przeprowadzone było przez wykwalifikowanych instruktorów i składało się z 2 części: podczas pierwszej instruktor omawiał zagadnienia kursu oraz demonstrował prawidłowe wykonywanie poszczególnych czynności. W drugiej części – nastawionej na praktyczny trening – każdy uczestnik ćwiczył pod okiem instruktora z wykorzystaniem sprzętu do udzielenia pierwszej pomocy.

400

Ceramika Paradyż postanowiła wesprzeć rozwój osobisty, poszerzyć kompetencje miękkie oraz edukować w zakresie zarządzania zespołem czy projektami uczniów, studentów, nauczycieli, menedżerów, pracowników firmy i innych czytelników, którzy interesują się rozwojem osobistym, poprzez projekt B**iblioteczka Inspiracji Paradyż**. Inicjatywa jest realizowana w oddziałach biblioteki pedagogicznej w Opocznie i Tomaszowie Mazowieckim. Przekazane publikacje to obszerny zbiór obfitujący w interesujące pozycje z zakresu rozwoju kompetencji, które mają pobudzać do działania, inspirować i poszerzać horyzonty. Jest to wartościowe wsparcie osiągania kolejnych sukcesów w obszarach edukacji i kariery. Książki używane są również przez nauczycieli przedmiotów zawodowych, co wpływa na zwiększenie jakości edukacji w regionie.

1300

Citi Handlowy realizuje program **CyberMocni@ Szkoła**. Program powstał w 2020 r. w odpowiedzi na potrzeby związane z nauczaniem hybrydowym i zdalnym. Wybuch wojny w Ukrainie w 2022 r. postawił kolejne wyzwania przed kadrą nauczycielską, dziećmi oraz ich opiekunami. Trzecia edycja rozpoczęła się w październiku 2022 r. i skupia się na aktualnych wyzwaniach w edukacji, głównie związanych z integracją kulturową. Poruszane są one podczas otwartych webinarów i warsztatów, organizowanych online, skierowanych do nauczycieli i rodziców. Otwarta forma pozwala na dotarcie do szerszej grupy odbiorców. Do tej pory w programie wzięło udział ponad 700 nauczycieli z całej Polski. Partnerami merytorycznymi projektu są fundacje: Dajemy Dzieciom Siłę oraz Teach for Poland.

3700

CSR Consulting od 5 lat mobilizuje biznes do podejmowania wspólnych działań na rzecz realizacji Celów w ramach Kampanii **17 Celów w trasie**. W 2022 r. w ramach akcji 17 Celów w Trasie odbyły 4 konferencje w różnych częściach Polski – w Kielcach, Łodzi, Poznaniu oraz we Wrocławiu. Wydarzenia cieszyły się dużym zainteresowaniem zarówno świata biznesu, jak i przedstawicieli organizacji samorządowych, nauki czy lokalnych władz. W sumie odbyło się 13 wystąpień eksperckich, 33 sesje stolikowe, na których przedstawiono niezliczoną ilość dobrych praktyk gotowych

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

do wdrożenia. Trasie 17 Celów towarzyszy wystawa Dobre Cele, która tłumaczy znaczenie SDGs, a dzięki kodom QR umieszczonym na planszach pozwala odwiedzającym sprawdzić postępy realizacji. Łącznie w wydarzeniach udział wzięło 310 osób. Obszar tematyczny wydarzeń obejmował 3 zakresy (zgodny z Agendą 2030) – people, planet, prosperity.

8

Fundacja powołana przez **DOZ** wspólnie z partnerami Art Of Training i CKM wydała **Poradnik dla seniora** „Recepta na piękną jesień. Jak dbać o jakość życia w późnej dorosłości". Książka porusza zagadnienie dotyczące zdrowia fizycznego i psychicznego. Dodatkowo zamieszczono wywiady z osobami 60+, które dzielą się swoimi pasjami. Książka została przekazana bezpłatnie wszystkim chętnym seniorom, trafiła też do klubów i centrów seniora.

4500

Przystań Seniora to miejsce, w którym Fundacja powołana przez **DOZ** realizuje misję „Pomagamy Seniorom cieszyć się życiem". Jest to miejsce spotkań seniorów, mogą tu uczestniczyć w szkoleniach, wykładach, warsztatach, a przede wszystkim mają bezpośredni kontakt z rówieśnikami, co jest niezwykle ważne w tej grupie wiekowej. Zaplanowane przez fundację wydarzenia i warsztaty koncentrowały się na zapewnieniu wszechstronnej oferty dopasowanej dla osób w wieku senioralnym. Fundacja zorganizowała cykl wykładów i spotkań poświęconych głównie profilaktyce zdrowotnej – zarówno fizycznej, jak i psychicznej. Dodatkowo przeprowadzono szereg warsztatów pobudzających pracę mózgu. DOZ Fundacja zorganizowała w Przystani ponad 50 spotkań. Udział we wszystkich spotkaniach był bezpłatny.

4500

W ramach programu grantowego „Potrzebna pomoc" **Energopomiaru** zostały zorganizowane **warsztaty dla ojców** „Bliżej – pełna łączność". Inicjatorem i liderem projektu był pracownik firmy. Zajęcia prowadził licencjonowany trener Tato.Net. W całodziennych bezpłatnych warsztatach wzięło udział 13 osób, w tym 5 z Energopomiaru. Celem warsztatów było wzmacnianie umiejętności ojcowskich. Nabór był otwarty dla pracowników, partnerów pracownic oraz współpracujących firm i organizacji. Program „Potrzebna pomoc" polega na wsparciu finansowym projektów lub inicjatyw lokalnych podejmowanych przez pracowników Energopomiaru we współpracy ze stowarzyszeniami i fundacjami. Na realizację projektów firma udzieliła dodatkowego dnia wolnego.

239

Firma **EY Polska** zaangażowała się w tworzenie i realizację projektów **Teach For Poland** (EY GDS Polska) w ramach 2-letniego programu EduLeaders organizowanego z inicjatywy Fundacji Teach For Poland. To projekt społeczny wspierający rozwój przywództwa i kluczowych kompetencji wśród edukatorów Teach For Poland. Celem akcji jest zachęcenie nauczycieli, aby wyszli poza szkoły i lepiej zrozumieli swoje społeczności, pozytywnie wpływali na ludzi i tworzyli rozwiązania odpowiadające na konkretne problemy społeczne. Rolą każdego zespołu projektowego jest zidentyfikowanie głównych problemów i szans mających wpływ na funkcjonowanie lokalnych społeczności. W ramach programu wolontariusze EY GDS Polska zaangażowali się w tworzenie i realizację 6 projektów, a ich wpływ do 2023 r. sięgnie od 6 tys. do 8 tys. osób.

5000

G&G, w ramach programu **Ludzie**, aktywizuje osoby wykluczone społecznie, uzależnione od alkoholu, narkotyków, osoby zwolnione z zakładów karnych, mające problemy w integracji ze środowiskiem, dotknięte długotrwałym bezrobociem i niepełnosprawnością – poprzez integrację zawodową przy wykonywaniu usług w branży energetycznej i budowlanej (12 osób w 2022 r.). Projekt realizowany we współpracy z RARR, ROPS, ROWES, PUP Ropczyce i Rzeszów, UG w Iwierzycach wspiera lokalne wspólnoty społeczne. Korzystając ze wsparcia, udało się stworzyć i utrzymać stanowiska pracy dla osób długotrwale bezrobotnych, pozostających nie tylko w bardzo trudnej sytuacji zawodowej, ale także życiowej. Program umożliwił im zdobycie fachowej wiedzy, odbycie cyklu szkoleń, uzyskanie certyfikatów i uprawnień z zakresu OZE. Odpowiednie podejście, klimat oraz wsparcie pozwoliły tym osobom na powrót do uczestniczenia w życiu społecznym, integrację zawodową i przywrócenie poczucia własnej wartości.

14

W 2022 r. firma **ING Hubs Poland** celebrowała Październik – **Miesiąc Cyberbezpieczeństwa**, którego celem jest propagowanie wiedzy oraz budowanie świadomości na temat zagrożeń związanych z cyberprzestrzenią w społeczeństwie, m. in. wśród klientów banków. Firma przygotowała szereg działań, m.in.: debatę „Wyzwania cyberbezpieczeństwa – jak wykrywać, reagować i zapobiegać cyberatakom" otwierającą Miesiąc Cyberbezpieczeństwa w PAP, rozmowy eksperckie: „Bezpieczeństwo chmury publicznej", „Symulacja ataków na systemy IT jako sposób na weryfikację efektywności cyberochrony" oraz „Zabezpieczanie systemów IT oraz konieczność inwestowania w infrastrukturę krytyczną organizacji". W „Gazecie Finansowej" ukazał się raport na temat cyberbezpieczeństwa i hostingu.

3000

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego realizuje cykl **Konferencji SDGLab. O uczeniu się na rzecz zrównoważonego rozwoju**. Tematyka konferencji jest nakierowana na zagadnienia dotyczące realizacji SDG i propagowanie idei zrównoważonego rozwoju w życiu gospodarczym. Praktyka biznesowa MARR i realizowane w niej projekty doradcze wskazują na nadal niewielką wiedzę i świadomość przedsiębiorców w tym zakresie. W czasie konferencji zaproszeni eksperci rozmawiali o tym, w jaki sposób każdy może działać na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz jak administracja rządowa i samorządowa może wspierać realizację 17 Celów SDG. Zaprezentowane zostały też bardzo konkretne rozwiązania, np. zaproszony do współpracy start-up Rebread

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

prezentował konkretne działania w zakresie zaprzestania marnowania jedzenia.

186

Nauczyciel Jutr@ to konkurs, który Fundacja powołana przez **Orange Polska** zorganizowała w 2022 r. po raz drugi. Celem przedsięwzięcia, które realizowane jest z „Głosem Nauczycielskim" i towarzyszy wyborom Nauczyciela Roku, jest wsparcie środowiska nauczycielskiego i docenienie działań na rzecz nowoczesnej, otwartej i opartej na relacjach edukacji. W konkursie Fundacja poszukuje nauczycielek i nauczycieli, którzy stawiają potrzeby swoich uczniów i uczennic w centrum uwagi, podążają za ich zainteresowaniami, a współpracę z nimi opierają na partnerskiej relacji. Kandydaci nie muszą być obeznani z nowinkami technologicznymi, ale muszą mieć odwagę, aby poznawać cyfrowy świat. Organizacja konkursu Nauczyciel Jutr@ umożliwia docenienie nauczycielek i nauczycieli, którzy starają się uczyć inaczej i są otwarci na potrzeby swoich podopiecznych. Mierzalnym sukcesem konkursu jest liczba zgłoszeń oraz ich wysoki poziom.

10880

Samsung w ramach programu **Samsung CyfrOFFy kONtakt** prowadzi szkolenia dla nauczycieli w przedszkolach i klasach 1–3 oraz ich podopiecznych, organizując webinary oraz dostarczając materiały do prowadzenia zajęć o cyfrowym dobrostanie, np. scenariusze, karty zajęć. W 2022 r. odbyło się 6 webinarów, w których udział wzięło 2,5 tys. osób. Dodatkowo przeprowadzono 4 szkolenia online dla pracowników firm zewnętrznych oraz założenia programu zaprezentowano na 3 ogólnopolskich konferencjach związanych z cyfrowym bezpieczeństwem. Wspólnie z ekspertami zewnętrznymi Samsung przygotował autorski scenariusz webinaru dla osób dorosłych o cyfrowych nawykach, w którym firma przedstawia m.in. funkcje w smartfonie wspierające cyfrowe nawyki (np. czasomierz aplikacji, tryby skupienia i wyznaczanie granic w byciu online podczas dnia oraz rekomendacje dotyczące aplikacji wspierające zarządzanie czasem w sieci).

2500

Samsung zorganizował cykl wydarzeń **Galaxy Campus** o walorach edukacyjnych dla studentów „Otwórz głowę" w związku z rozpoczęciem roku akademickiego 2022/2023 na 3 uczelniach: SGH, Politechnika Gdańska i Politechnika Łódzka. Na terenie campusów uczelni zorganizowano strefy, w których można było dowiedzieć się, jak działa sztuczna inteligencja, zrobić przegląd serwisowy smartfonów, oddać zużyty smartfon, wspierając w ten sposób cel charytatywny. Zaproszono również inspirujące osoby z pogranicza technologii, biznesu i kultury. Ich wystąpienia dotyczyły technologii jutra, społeczeństwa przyszłości, technologii w biznesie. Odbyły się również spotkania z ekspertami Samsunga o cyberbezpieczeństwie użytkowników smartfonów.

W 3 eventach uczestniczyło 9 tys. osób. 92,2% uczestników oceniło wydarzenie pozytywnie wg badania na 2 uczelniach (n=400).

2500

Samsung drugi rok z rzędu był partnerem **Obchodów Dnia Bezpiecznego Internetu**. Tą drogą firma edukuje, jak bezpiecznie i odpowiedzialnie korzystać ze smartfonów. Dzięki obchodom Dnia Bezpiecznego Internetu w 2022 r. zarejestrowano w Polsce 5005 inicjatyw z udziałem 6,5 tys. osób. W webinarze Samsunga uczestniczyło 350 osób, a jego nagranie obejrzało 51 200 osób. Firma dotarła do szerokiej grupy odbiorców, zwiększając świadomość w zakresie bezpieczeństwa w sieci i pokazując, że działa w partnerstwie międzysektorowym z NASK, Fundacją Orange i Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę. Inicjatywa wyrównuje też szanse w dostępie do wiedzy cyfrowej, oferując narzędzia i pomysły na organizację eventów. Główna nagroda – ekran Fl!p2 – trafiła do Liceum w Krzeszowicach, które zorganizowało najwięcej aktywności w ramach obchodów.

2500

T-Mobile Polska, jako firma odpowiedzialna społecznie, w ramach akcji społecznej **Sieć Pokoleń** stara się pomagać seniorom w różnych etapach ich znajomości z nowymi technologiami. Spółka przygotowała 10-odcinkowy kurs wideo „Cyfrowy świat dla każdego". Magentowy operator przekazał laptopy do kolejnych 20 domów pomocy społecznej w naszym kraju. Projekt objął również szkolenie seniorów z obsługi laptopów i poruszania się w świecie nowoczesnych technologii, a także spotkania z psychologiem online. W ramach działań przygotowana została kampania radiowa, a także współpraca z influencerami z grupy silver generation. W ramach akcji spółce udało się zrealizować 10 odcinków kursu e-learningowego oraz dotrzeć do 31 placówek opiekuńczych, a liczba beneficjentów wyniosła blisko 6 tys. seniorów.

5000

EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻY

Adamed Pharma w roku 2014 powołał do życia Fundację Adamed, która poprzez program ADAMED SmartUP promuje nauki ścisłe i przyrodnicze oraz wspiera rozwój młodzieży. Ważnym elementem programu jest **ADAMED SmartUP Academy** – seria bezpłatnych warsztatów naukowych skierowanych do młodzieży ze szkół ponadpodstawowych. W 2022 r. uczniowie w Polsce wzięli udział w warsztatach organizowanych na dwóch wydziałach Politechniki Warszawskiej, na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz Katolickim Uniwersytecie Lubelskim. **Fundacja Adamed we współpracy z Uniwersytetem Autonomicznym w Barcelonie zorganizowała też warsztaty ADAMED SmartUP w Hiszpanii**. Program ma na celu promowanie nauki, ale przede wszystkim wspieranie

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

młodzieży w budowaniu swojej własnej ścieżki rozwoju. W roku 2022 w spotkaniach wzięło udział ponad 250 uczniów w Polsce oraz 80 w Hiszpanii.

2000

Inicjatywa Izby Gospodarki Elektronicznej **Szkoła Gospodarki Cyfrowej** Junior to projekt edukacyjny skierowany do szkół podstawowych, mający na celu wypracowanie umiejętności świadomego i bezpiecznego poruszania się w sieci. Opracowany przez e-Izbę program obejmuje kwestie bezpieczeństwa, hejtu, kompetencji cyfrowych, zakupów w sieci, mediów społecznościowych czy użycia najnowszych technologii. **ALLEGRO** włączyło się w organizację pierwszych zajęć w SGCJ. Eksperci z firmy opowiadali o kompetencjach przyszłości, wyborze ścieżki zawodowej w firmach technologicznych czy e-commerce, cyberbezpieczeństwie, bezpiecznych zakupach online oraz o kreatywnym wykorzystywaniu zasobów Internetu. Zapewnienie podstaw edukacji cyfrowej dla najmłodszych jest bardzo istotne dla ALLEGRO. Projekt objęty został patronatem Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę, Rzecznika Praw Dziecka, NASK, Federacji Konsumentów, Sekretarza Stanu w KPRM ds. Cyfryzacji oraz PARP.

4848

Zdrowo jem, więcej wiem to ogólnopolski całoroczny projekt edukacji prozdrowotnej, który Fundacja **Banku Ochrony Środowiska** uruchomiła w 2010 r. Projekt powstał w odpowiedzi na problem nadwagi i otyłości wśród dzieci. Jego celem jest promocja zdrowego stylu życia, głównie zdrowego odżywiania i aktywności fizycznej, wśród dzieci z zerówek i klas 1–3 szkół podstawowych. W trakcie zajęć prowadzonych przez nauczycieli zgodnie ze stworzonymi przez bank scenariuszami, dzieci poprzez zabawę zdobywają wiedzę i uczą się stosować ją w praktyce, a także przekazują ją dalej rodzicom i społecznościom lokalnym. Projekt jest objęty patronatem honorowym małżonki prezydenta RP, Agaty Kornhauser-Dudy. W czerwcu 2022 r. zakończyła się dwunasta edycja projektu, do której zgłosiło się ponad 47 tys. uczniów i nauczycieli. Edukacją objętych zostało również ponad 130 tys. rodziców i pozostałych uczniów, którzy nie brali bezpośredniego udziału w projekcie. We wrześniu 2022 r. Fundacja BOŚ uruchomiła trzynastą edycję, do której zgłosiło się ponad 41 tys. uczniów i nauczycieli.

1000

BASF Polska zorganizowała **warsztaty chemiczne dla dzieci i młodzieży**. Łącznie w zajęciach wzięło ponad 160 osób. Oba warsztaty zostały zorganizowane w laboratorium chemicznym w Centrum Nauki Kopernik, którego BASF Polska od ponad 11 lat jest wyłącznym partnerem. Uczestnicy warsztatów eksperymentują i namacalnie poznają, czym jest chemia. Celem tej praktyki jest kreatywna edukacja dzieci i młodzieży w zakresie chemii, nauki, która jest podstawą do tworzenia innowacji.

780

Firma **Biofarm** od lat promuje aktywność fizyczną oraz zdrowe nawyki wśród dzieci, młodzieży i dorosłych. Biofarm wsparł kluby sportowe, które stawiają na **zdrową rywalizację** oraz rozwijają młode talenty. Ze wsparcia finansowego firmy korzysta 35 klubów sportowych z całej Polski, a pod patronatem firmy rozwija się niemal 3,5 tys. młodych sportowców. Ze względu na różnorodność dyscyplin wskaźnikiem efektywności inicjatywy była liczba klubów sportowych objętych pomocą, liczba województw oraz dzieci. Współpracę z klubami sportowymi Biofarm rozpoczął we wrześniu 2020 r. od 11 zespołów w Wielkopolsce. Obecnie tych zespołów jest 35 i są ulokowane w każdym województwie. Liczba dzieci objętych pomocą zwiększyła się z 900 do 3600.

500

Budimex nawiązał **współpracę z OSA Team** (Opadający Satelita Atmosferyczny) – uczniami krakowskiego liceum, którzy zaprojektowali oraz skonstruowali minisatelitę i otrzymali pierwszą nagrodę Europejskiej Agencji Kosmicznej. Przy wsparciu Biura Innowacji, zespół będzie tworzył koncepcje i prototypy innowacyjnych rozwiązań oraz rozpoznawał rynek nowych technologii. W ramach stażu opracowywane są business case i koncepcje rozwiązań, które uzyskają wsparcie finansowe spółki. Naukowcy zyskają partnera dla swoich innowacyjnych projektów, a Budimex będzie mógł wykorzystać ich wiedzę i doświadczenie przy poszukiwaniu rozwiązań pozwalających na monitorowanie i redukcję CO_2, co wpisuje się w strategię spółki, zakładającą zrównoważony rozwój w nowoczesnym budownictwie. Budimex stawia na innowacje i zwiększa potencjał w zakresie wykorzystania nowoczesnych technologii przez współpracę z młodymi naukowcami i start-upami.

8000

Utworzona przez **BNP Paribas Bank Polska** Fundacja BNP Paribas wraz z Fundacją Ocalenie w 2018 r. uruchomiły program **Wiedza do Potęgi**. Cel to pomoc młodzieży uchodźczej w kontynuacji nauki oraz w odnalezieniu się w polskim systemie edukacyjnym. Dzieci i młodzież w wieku 9–18 lat korzystają ze wsparcia udzielanego przez przygotowanych przez Fundację Ocalenie tutorów-wolontariuszy. Organizowane są dla nich warsztaty, półkolonie, wyjścia edukacyjne i kulturalne. Najbardziej potrzebujący otrzymują stypendium finansowe. Program od 2019 r. jest realizowany w ramach europejskiej inicjatywy Grupy BNP Paribas na rzecz integracji młodych uchodźców. Od początku powstania programu udało się wesprzeć poprzez tutoring indywidualny 113 dzieci z 15 krajów. Program podlega corocznej ewaluacji.

9200

W 2022 r., **CEMEX Polska** kontynuował popularny wśród społeczności lokalnych program różnorodnych zajęć edukacyjnych oraz rekreacyjnych, realizowany wokół największych zakładów produkcyjnych spółki. Podczas ferii zimowych i letnich wakacji CEMEX Polska zorganizował we współpracy z lokalnymi partnerami serię warsztatów dla dzieci i młodzieży oraz seniorów **„Lato z CEMEX" i „Zima z CEMEX"**. Program wspiera wyrównywanie szans edukacyjnych oraz społeczne

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

włączenie seniorów. Dzięki warsztatom realizowanym pod okiem pedagogów i innych specjalistów dzieci z Chełma i rejonu Rudnik k. Częstochowy otrzymały szansę na zdobycie nowej wiedzy i umiejętności (m.in. w obszarze STEAM, kreatywności czy bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni). Osoby w wieku senioralnym z okolic Rudnik miały okazję uczestniczyć w spotkaniu edukacyjno-integracyjnym „Bezpieczny Senior". W sumie w projekcie w 2022 r. wzięło udział 200 osób.

1000

Zamień komórkę na planszówkę to autorski, ogólnopolski program społeczny **DB CARGO POLSKA**, którego celem jest przeciwdziałanie fonoholizmowi wśród dzieci i młodzieży. Z uwagi na przyjęcie do Polski uchodźców z Ukrainy dostosowano jego formułę do aktualnych realiów i potrzeb lokalnych społeczności. Firma przygotowała zestawy gier planszowych w języku polskim, ale też ukraińskim. Wolontariusze odwiedzili organizacje pożytku publicznego, które zgłosiły, aby przekazać dzieciom i młodzieży planszówki oraz wspólnie z nimi zagrać. Zestawy gier planszowych otrzymało 10 organizacji pożytku publicznego, w tym 3 ośrodki zapewniające schronienie uchodźcom. Realizacja praktyki jest spójna z celami ESG w obszarze społecznym i na stałe wpisuje się w działania firmy na rzecz rozwoju lokalnych społeczności.

2800

The Code to autorski program firmy **dentsu Polska**, którego zadaniem jest edukowanie i inspirowanie młodych ludzi w obszarze kompetencji cyfrowych. Działania te firma realizuje od lat we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości. W 2022 r. pracownicy-wolontariusze prowadzili e-lekcje w liceach z całej Polski; uczniowie poznawali pracę w reklamie, ćwiczyli kreatywność, dyskutowali, pracowali w grupach i na briefie klienckim; odbył się także 2-dniowy event online, podczas którego zespoły z liceów z całej Polski pracowały pod okiem mentorów nad briefem o niemarnowaniu żywności. Było także jury oraz nagrody i udział realnego klienta Biedronka. Celem firmy była edukacja i inspiracja licealistów w obszarze kompetencji cyfrowych, ale również dyskusja na temat niemarnowania żywności. Dla pracowników to ciekawe doświadczenie, nauka komunikacji, współpracy i wyjścia poza strefę komfortu. W event zaangażowało się 15 mentorów i 70 licealistów. Siedem e-lekcji dla 145 uczniów poprowadziło 8 wolontariuszy w roli nauczycieli. W 2022 r. firma dentsu Polska otrzymała nagrodę branżową w szóstej edycji konkursu „Pracodawcy Jutra" PARP.

800

Od ponad 4 lat prawnicy firmy **DWF Poland** prowadzą **zajęcia z podstaw prawa dla licealistów** w VII LO im. Juliusza Słowackiego w Warszawie polegające na praktycznym przedstawieniu zagadnień dotyczących Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, prawa Unii Europejskiej, prawa cywilnego czy karnego. Jest to odpowiedź firmy na deficyt tego rodzaju wiedzy w ramach programu nauczania, skutkujący niską świadomością prawną u młodych osób. Dzięki zajęciom licealiści nie tylko pozyskują wiedzę konieczną do egzaminu maturalnego z WOS, ale także uczą się, jak przepisy prawa powszechnie obowiązującego wpływają na ich codzienne życie. Prawnicy DWF przeprowadzili zajęcia dla ponad 200 licealistów. W kolejnych latach program jest rozszerzany o nowe dziedziny prawa omawiane z licealistami, np. podstawy prawa handlowego (uczniowie dowiadują się, w jakich formach mogą prowadzić działalność gospodarczą). Efektem praktyki jest zapewnienie młodym ludziom dostępu do specjalistycznej wiedzy prawnej, budowanie w nich poczucia ważności silnych instytucji demokratycznych oraz zainteresowania prawem jako kierunkiem studiów.

150

W ramach wspólnej akcji **Energopomiaru** i Towarzystwa Pomocy Dzieciom i Młodzieży z Cukrzycą pn. **Zdrowo i aktywnie** zostały zorganizowane bezpłatne warsztaty dla uczniów klas 1–3 w 10 gliwickich szkołach podstawowych. Celem akcji była promocja zdrowego trybu życia poprzez odpowiednią dietę (tzw. talerz zdrowia, picie wody) i aktywność fizyczną wśród dzieci, grupy zaliczanej do najszybciej tyjących i narażonych na choroby cywilizacyjne (cukrzyca typu 2). Zajęcia zawierały elementy podnoszenia świadomości ekologicznej (jak planować zakupy i czytać etykiety, jak nie marnować żywności). Celem akcji było bezpośrednie dotarcie do dzieci poprzez warsztaty – sprawdzoną formę działań profilaktycznych prowadzonych przez Towarzystwo. W akcji wzięło udział 10 szkół z Gliwic (czyli 1/3 wszystkich działających w mieście); 930 dzieci uczestniczyło w warsztatach. Wśród beneficjentów były też dzieci pracowników firmy.

239

Fundacja EY utworzona przez **EY Polska** wspiera rozwój i edukację dzieci i młodzieży w rodzinach zastępczych i rodzinnych domach dziecka, aby zwiększać ich szanse na dobrą przyszłość. Pomaga też opiekunom zastępczym w ich pracy. Fundacja w ciągu roku realizuje 20 projektów pomocowych, m.in.: „Klucz do jutra" – korepetycje dla dzieci; „Skrzydła Samodzielności" – 2-letni projekt wsparcia usamodzielniającej się młodzieży z rodzin zastępczych w formie regularnych warsztatów, staży i kontraktów indywidualnych; konkurs na organizację kampanii społecznej promującej rodzicielstwo zastępcze; autorski program Akademii Świadomego Rodzica i Turnusy Terapeutyczne dla dzieci z alkoholowym zespołem płodowym. Programy Fundacji EY są ewaluowane przez ich beneficjentów i otrzymują wysokie oceny. Działania fundacji pozwalają też na realizację wolontariatu pracowniczego: stałego i akcyjnego.

5000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Firmy **EY Polska** oraz EY GDS Polska zaangażowały się w tworzenie i realizację spotkań z młodzieżą licealną, podczas których przybliżone zostały tematy pracy w międzynarodowym biznesie. Celem projektu **Open Company z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości** jest stworzenie środowiska społecznego, które aktywnie wspiera przedsiębiorcze postawy i inicjatywy młodych ludzi. Dzięki temu szkoła otrzymuje możliwość wzbogacenia swojej oferty edukacyjnej o zajęcia przygotowujące uczniów do planowania ścieżki edukacyjnej. Wolontariusze spotykali się z młodzieżą w systemie hybrydowym, zarówno w klasach, jak i online. W ramach programu wolontariusze EY GDS Polska zaangażowali się w organizację 49 spotkań z młodzieżą na terenie Polski. Dzięki temu mieli bezpośredni wpływ na ponad 1200 uczniów i mogli podzielić się z nimi praktycznymi poradami dotyczącymi pracy w korporacji oraz planowania w przyszłości ścieżki kariery. W ramach programu odbyły specjalne spotkanie dla dzieci ze szkoły ukraińskiej, gdzie oprócz wycieczki po biurze, młodzież mogła uczestniczyć w warsztacie dotyczącym menedżerskich umiejętności przyszłości.

5000

EY Polska (pracownicy EY GDS Polska) stworzyła edukacyjną **książkę dla dzieci „Wiesz, wygrywasz!"**, która pomaga młodym czytelnikom (6–12 lat) zrozumieć, czym jest wiedza i czemu dzielenie się nią jest ważne. Celem projektu jest wspieranie rozwijanie zarówno sposobu myślenia dzieci, jak i umiejętności, których będą potrzebować, by znaleźć i utrzymać pracę w dorosłym życiu. To 40-stronicowy poradnik, w którym najmłodsi znajdą zadania do wykonania z atrakcyjnymi wizualizacjami. Książka trafiła do podopiecznych Fundacji Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci oraz Fundacji Przystanek Rodzina. Dostępna jest po polsku, angielsku i ukraińsku. Z książką zapoznało się już 1 tys. młodych osób. Firma prowadzi działania promocyjne mające na celu dalszą dystrybucję publikacji w innych miastach na terenie Polski, jak również innych krajach za pomocą oddziałów firmy na całym świecie.

5000

Koloratorium to projekt społeczny **Fabryki Farb i Lakierów Śnieżka** wzmacniający kompetencje uczniów w zakresie chemii i biologii – dziedzin bezpośrednio związanych z profilem działalności branży farb. Skierowany jest do placówek edukacyjnych z całej Polski z miejscowości do 20 tys. mieszkańców. Szkoły mają szansę wygrać kolorowe minilaboratoria biologiczno-chemiczne. Od miejsca na podium zależy wartość ufundowanego przez Śnieżkę wyposażenia: firma nagradza 10 szkół, fundując pracownie o wartości od 10 do 30 tys. zł. W czwartej edycji programu udział wzięło 158 szkół podstawowych z całej Polski. Równolegle uczniowie placówek biorących udział w projekcie mieli szansę na nagrody indywidualne.

606

W 2022 r. firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowała w**arsztaty programowania dla dzieci** pracowników, odpowiadając na ich zapotrzebowania edukacyjne. Dzieci w dwóch grupach wiekowych (od 8 do 15 lat) rozwiązywały zadania programistyczne, ucząc się m.in. języka programowania Scratch, wykorzystania akcelerometru do stworzenia wirtualnej kostki do gry oraz stworzenia prostej animacji. Wydarzenia te wpisują się w politykę Fujitsu kształtowania w uczniach kompetencji, które przydadzą im się w przyszłości, oraz pokazywania, jak ważne jest rozwijanie się i szukanie wiedzy. W 4 warsztatach udział wzięły 73 osoby.

3000

Lekcje o przejściach dla zwierząt to warsztaty edukacyjne dla uczniów klas 1–3 szkół podstawowych położonych w pobliżu AmberOne Autostrady A1. Prowadzą je pracownicy **Gdańsk Transport Company**. Firma przekazuje najmłodszym wiedzę o tym, że nowe drogi mogą być przyjazne przyrodzie, a zbudowane przejścia dla zwierząt są miejscami szczególnymi. Uczniowie poznają zasady, jakie obowiązują na autostradowych przejściach dla zwierząt, i samodzielnie projektują przejścia przyjazne zwierzętom. W 2022 r. przeprowadzono lekcje w 5 szkołach, w których uczestniczyło 218 dzieci.

8

Global Cosmed w 2022 r. wdrożył swój pierwszy program edukacyjny dla dzieci. W ramach budowania bliższych relacji ze społecznością lokalną wokół jednej z fabryk wraz z Jaworskim Ośrodkiem Kultury ogłoszono konkurs **Twórczy przedszkolak w świecie Bobini**. Dzięki warsztatom z robienia żeli do kąpieli utrwalono z przedszkolami ze wszystkich jaworskich placówek zasady higieny i segregacji odpadów. Dzieci uczestniczyły też w konkursach: plastycznym i filmowym.

540

W odpowiedzi na wprowadzenie do szkół ponadpodstawowych w 2022 r. kontrowersyjnego podręcznika do przedmiotu historia i teraźniejszość **Grupa AGORA** zainicjowała **#hakujemy_HiT**, przestrzeń na mnogość narracji, ucieczkę od uproszczeń i od jednej interpretacji. Pomysłodawcami projektu lekcji krytycznego myślenia są Gazeta.pl, Panowie Programiści oraz 180heartbeats + JUNG v MATT. Myślenie krytyczne jest we współczesnym świecie niezwykle cenioną umiejętnością. W czasach, kiedy fake newsy zalewają zarówno Internet, jak i telewizję, dzięki inicjatywie #hakujemy_HiT pomysłodawcy pragną pomóc uczniom odróżniać, co jest prawdą, a co jedną z możliwych interpretacji rzeczywistości.

2586

Grupa Amica, we współpracy z Bankiem Żywności SOS w Warszawie, Fundacją Santander Bank Polska SA oraz partnerami z branży AGD, zaangażowała się w projekt edukacyjny **Lodówka na Medal**. Wiosną 2022 r. wyprodukowano specjalne tablice magnetyczne oraz zrealizowano warsztaty w szkołach, podczas których dzieci uczyły się, jak przechowywać żywność, by zachować jej świeżość. Wraz ze startem projektu zainaugurowano grę online z samouczkiem w zakresie przeciwdziałania marnowaniu żywności. Gra online łączy zabawę i edukację, jest świetną propozycją dla całych rodzin na wspólne spędzenie czasu. Grupa Amica od ponad 3 lat współpracuje z Bankami Żywności, a także prowadzi własną

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

kampanię „Przechowuję, nie marnuję" i angażuje się w pomoc organizacjom zlokalizowanym na terenie całej Polski, m.in. przekazując chłodziarko-zamrażarki. W obszarze społecznym kontynuuje kampanię „Amica for others", która skupia działania skierowane do seniorów, do personelu medycznego oraz osób niosących pomoc potrzebującym.

3100

W 2022 r. rozpoczęła się czwarta edycja konkursu edukacyjnego **Grupy Enea Akademia Talentów**, popularyzującego rozwój nauki, sztuki, sportu oraz ekologii. Uczniowie i organizacje z inicjatywą stanęły ponownie przed szansą zdobycia dodatkowych środków finansowych na rozwój swoich pomysłów, pasji i zainteresowań. Do konkursu zgłosiło się ponad 600 uczniów i blisko 100 organizacji, spośród których w styczniu wybranych zostało prawie 60 wygranych. W ramach projektu w formie stypendiów i grantów przekazanych zostało łącznie 300 tys. zł na wsparcie talentów i zainteresowań oraz zgłaszane przez szkoły i organizacje projekty edukacyjne.

17480

Grupa Enea od 2019 r. wspiera **Olimpiadę Zwolnieni z Teorii** realizującą projekty dla ponad 7 mln osób. W ramach współpracy zorganizowano program „Energia dla zdrowia", inspirując młodzież do realizowania projektów społecznych promujących dbanie o zdrowie psychiczne. Projekty przygotowywane pod patronatem Enei zdobywają nagrody, wśród nich jest projekt, którego autorzy stworzyli serię gier terenowych opartych na kodach QR rozmieszczonych w różnych lokalizacjach oraz stronę internetową, umożliwiając uczestnikom naukę poprzez grę i aktywność na świeżym powietrzu. Projekt realizowany był z udziałem osób niepełnosprawnych, a gra została również przetłumaczona na język ukraiński. W sumie projekty realizowane przez młodzież w programie Enei dotarły do ponad 1,3 mln beneficjentów.

17480

W trosce o promowanie historii **Grupy Enea** wraz z Towarzystwem Projektów Edukacyjnych zrealizowała dwa – upamiętniające bohaterów powstania wielkopolskiego oraz powojennej historii Szczecina – **projekty historyczne: z Wielkopolski do Wolnej Polski i Szczecin Niepokorny**. W ramach projektów przygotowywane są materiały dydaktyczne dla szkół podstawowych i ponadpodstawowych w postaci lekcji multimedialnych opracowanych przez specjalistów edukacji nowoczesnej oraz historyków. Zwieńczeniem projektów są konkursy historyczne. Do udziału w konkursie „Niepokorny Szczecin" zgłosiło się ponad 60 placówek z województwa zachodniopomorskiego. W grudniu poznaliśmy laureatów oraz rozpoczęto kolejną edycją drugiego konkursu historycznego pod nazwą „Z Wielkopolski do Wolnej Polski".

17480

Wiem, że warto się uczyć to inicjatywa firmy **Henkel Polska** i Fundacji Polki Mogą Wszystko, która daje szansę wyboru kierunku edukacji dzieciom z domów dziecka oraz podopiecznym rodzin zastępczych. Realizacja projektu pomaga rozwiązywać problem nierówności w zakresie dostępu do edukacji. Otrzymana pomoc może zostać przeznaczona na dowolny edukacyjny cel, taki jak zakup niezbędnego sprzętu czy kursu językowego. Stypendia są przeznaczone dla uczniów kończących 8 klasę szkoły podstawowej i wypłacane w comiesięcznych transzach przez cały rok. W 2022 r. ze stypendiów o łącznej wartości 74 tys. zł korzystało 28 dzieci. Stypendia przyznawane są wychowankom pieczy zastępczej, którzy zdali egzamin ośmioklasisty, osiągnęli dobre wyniki w nauce, byli zaangażowani w wolontariat lub inne działania społeczne i mają rekomendację napisaną przez osobę znaczącą w życiu wychowanka. Firma przekazała łączną kwotę 630 tys. zł na stypendia dla 408 wychowanków pieczy zastępczej z całej Polski.

970

Świat Młodych Badaczy to międzynarodowy program edukacyjny skierowany do uczniów klas 2–4 szkół podstawowych, realizowany w Polsce od 2016 r. W ramach programu uczniowie uczestniczą w interaktywnych warsztatach z zakresu nauk ścisłych. W 2022 r. projekt objął 2040 dzieci. Uczestniczyli w nim przede wszystkim uczniowie 40 szkół z okolic Raciborza, Stąporkowa i Dzierżoniowa, gdzie **Henkel Polska** ma swoje fabryki. Dodatkowo we współpracy z Fundacją Polki Mogą Wszystko firma rozpoczęła realizację serii 11 warsztatów w języku ukraińskim dla dzieci ukraińskich uchodźców. Świat Młodych Badaczy propaguje nauki ścisłe wśród dzieci w Polsce za pośrednictwem warsztatów stacjonarnych i filmów edukacyjnych promowanych w mediach społecznościowych. Do końca 2022 r. w warsztatach wzięło łącznie udział 6470 dzieci, zanotowano 65 tys. odsłon filmów edukacyjnych.

970

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, technologię i produkty z takich obszarów, jak: BHP, materiały ścierne, systemy zabezpieczania niebezpiecznych źródeł energii czy taśmy klejące i kleje przemysłowe, rośnie świadomość młodzieży w zakresie bezpieczeństwa w czekającej ich pracy oraz dotycząca możliwości, jakie niosą ze sobą nowe technologie. Zajęcia prowadzone są w formie warsztatów z wykorzystaniem nowych technologii, a uczniowie mają możliwość wzbogacenia wiedzy praktycznej i teoretycznej.

48

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Huawei Polska prowadzi stałą współpracę z **Fundacją Perspektywy na rzecz edukacji technologicznej kobiet**. Firma jest partnerem rankingu szkół i uczelni wyższych prowadzonego przez Fundację, współpracuje z nią także w ramach inicjatyw ulepszających i promujących edukację technologiczną licealistek i studentek. Huawei wsparł jedną z najważniejszych konferencji branży IT dla kobiet w Europie – „Perspektywy Women in Tech Summit". Dwa dni wykładów eksperckich i paneli dyskusyjnych zebrało 10 432 uczestników. Eksperci Huawei prowadzili tech talks, warsztaty i sesje mentorskie, przedstawicielka firmy Huawei została też jedną z keynote speakerek. Huawei jest także partnerem technologicznym kampanii „Dziewczyny na politechniki!" i „Dziewczyny do ścisłych!", w ramach której organizowane są dni otwarte we współpracy z uczelniami technologicznymi i strefy expo promujące ścieżki nauki w branży ICT dla kobiet. To największe takie wydarzenie w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej, które od 2006 r. przyciągnęło aż 200 tys. uczestniczek.

800

ING Bank Śląski kontynuował, we współpracy z Fundacją ING Dzieciom, realizację Wyzwania ING – **Krok do przodu** w ramach partnerstwa z Fundacją Zwolnieni z Teorii. Zespoły młodzieżowe podjęły się realizacji 48 projektów, które były skierowane do rówieśników – dzieci lub młodzieży – i dzięki którym młodzi odbiorcy mogli rozwinąć swoje pasje, zyskać nową wiedzę lub poznać swoje możliwości, czyli... zrobić krok do przodu. W realizacji projektów zespoły młodzieżowe skorzystały ze wsparcia 30 mentorów-ekspertów z banku i Fundacji. Pracownicy z różnych obszarów działalności banku, dzielili się swoją wiedzą i doświadczeniem z młodymi ludźmi. Bank zapewnił materiały eksperckie w postaci wideo i razem z Fundacją Zwolnieni z Teorii przeprowadził dwa webinary dla uczestników. Łącznie w wyzwaniu wzięło udział 235 osób, które z projektami w ramach „Krok do przodu" dotarły do prawie 950 tys. beneficjentów. Dodatkowo w ramach konkursu 3 zwycięskie zespoły zyskały możliwość konsultacji projektów z przedstawicielami Zarządu i kadry zarządzającej.

8500

Od kilku lat **ING Hubs Poland** prowadzi cykl otwartych, bezpłatnych spotkań z zakresu cyberbezpieczeństwa, skierowanych do dzieci i młodzieży. Mają one na celu pomóc zrozumieć uczestnikom, że Internet to narzędzie wielu wspaniałych możliwości, ale bywa niebezpieczne, więc należy być czujnym. Na spotkaniach podejmowane są tematy bezpieczeństwa w sieci, takie jak: czym jest hejt i jak z nim walczyć, co można wyczytać ze zdjęcia publikowanego w Internecie, jak nie dać się oszukać i naciągnąć na mikropłatności, jak stworzyć silne hasło, jak zabezpieczyć swoje dane. **Cyber Mocni** (zawsze w towarzystwie lwa Leosia) odwiedzają dzieci w szkołach i przedszkolach (w czasie pandemii spotkania odbywały się online). Każde dziecko biorące udział w Cyber Mocnych podnosi swoją świadomość i staje się bezpieczniejsze w sieci. W 2022 r. w spotkaniach wzięło udział ok. 2,5 tys. dzieci.

3000

W 2010 r. grupa pracowników firmy **Intel Technology Poland** zainicjowała przedsięwzięcie mające zwiększyć zainteresowanie najmłodszych dzieci nowoczesnymi technologiami, programowaniem, kodowaniem. W ramach **Konkursu programistycznego dla dzieci Pomorski Czarodziej** stworzyli zadania konkursowe dla różnych grup wiekowych uczniów. We współpracy z nauczycielami informatyki, pracownicy Intela prowadzą dodatkowe zajęcia i warsztaty w szkołach, zwiększając wiedzę uczniów. Konkurs przebiega w 3 etapach: szkolny; powiatowy; wojewódzki. Od 2010 r. w konkursie wzięło udział ponad 1600 uczniów z ponad 70 szkół w województwie pomorskim. Pokazanie dzieciom, że każdy potrafi programować, pobudzenie ciekawości i chęci do uczenia się skutkuje tym, że dzieci w przyszłości chętniej wybierają studia STEM.

3000

Na terenie, gdzie niegdyś setki metrów pod ziemią wydobywano węgiel, dzisiaj znajduje się **lokalne centrum edukacji dla dzieci**. Projekt **Jastrzębskiej Spółki Węglowej** „Ratujmy pszczoły – mogą żyć wśród nas" ma dwa wymiary: edukacyjny oraz praktyczny. Ten pierwszy przyjął formę ścieżki edukacyjnej; w oryginalnym środowisku życia pszczół uczestnicy – głównie dzieci i młodzież, ale także ich rodzice – nabywają wiedzę o zwyczajach i codziennym funkcjonowaniu pszczelich rodzin, o produktach ich działalności i zagrożeniach środowiskowych. Wymiar praktyczny projektu zaś, to po prostu pasieka. Stoi ona przy czynnym szybie kopalnianym i jest przykładem rewitalizacji, rekultywacji oraz zagospodarowania terenów górniczych. W warsztatach uczestniczyło już tysiąc dzieci.

30686

Od 2018 r. **Jastrzębska Spółka Węglowa** realizuje projekt edukacyjny **Kopalnia Wiedzy JSW, warsztaty dla szkół na UŚ**, którego celem jest popularyzacja nauk ścisłych. JSW podjęła współpracę z Uniwersytetem Śląskim w zakresie prowadzenia przez naukowców uczelni warsztatów naukowych dla uczniów, które są nagrodą w licznych konkursach Kopalni Wiedzy JSW. Na swoich kanałach Kopalnia Wiedzy JSW udostępnia materiały edukacyjne dotyczące m.in. wykorzystania wodoru, odpowiedzialnej konsumpcji, znaczenia węgla koksującego dla gospodarki, elektromobilności. W tworzenie serwisu zaangażowali się pracownicy spółki JSW oraz współpracujące z nią kluby sportowe. Dzięki partnerom była możliwość publikowania wartościowych materiałów wideo promujących też sport, naukę języków obcych oraz zdrowy tryb życia.

30686

Aplikacja Kopalnie JSW 360° w nowatorski sposób przybliża pracę górniczą. Filmy, zdjęcia, teksty zostały opracowane i zrealizowane przez pracowników **Jastrzębskiej Spółki Węglowej**, a w szczególności JSW S.A., JSW Szkolenie i Górnictwo Sp. z o.o. oraz JSW IT Systems Sp. z o.o. Dzięki aplikacji dostępnej na stronie internetowej JSW – bez wychodzenia z domu – można obejrzeć najważniejsze obiekty i miejsca w JSW tworzące realistyczny obraz kopalni. Multimedialny spacer pozwala przejść szlak górnika od bramy kopalni, poprzez zjazd na dół, aż po ścianę wydobywczą. Pozwala także przyjrzeć się bliżej, co dzieje się z węglem na dole, a potem na powierzchni kopalni. Projekt jest skierowany do osób zawodowo związanych z górnictwem, studentów wyższych szkół technicznych o profilu górniczym, uczniów szkół zawodowych i techników.

30686

Fundacja Rejs Odkrywców jest powołana przez właścicieli firmy **Jet Line** i ściśle się z nią wiąże. W 2022 r. odbył się jedenasty sezon żeglarski, którego głównym punktem był **18. Rejs Odkrywców**. Kolejne rejsy są kulminacyjnym punktem długofalowego programu edukacyjnego w duchu sail trainingu – morskiego wychowania młodzieży. Dzięki współpracy pod żaglami, nie zawsze mająca dobre wzorce młodzież na własnej skórze przekonuje się o znaczeniu pracy, współpracy i odpowiedzialności. W Rejsie 2022 wzięła udział 26-osobowa grupa młodzieży z trudniejszym startem w dorosłe życie. Realizacja rejsów opiera się na grupie zaangażowanych wolontariuszy z firmy i na wychowankach Fundacji. Celem jest długofalowa praca z młodymi ludźmi, zainspirowanie ich do innych wyborów niż przemoc i nałogi, promowanie wolontariatu i postaw prospołecznych, a także zintegrowanie ludzi z firmy wokół wspólnej i bliskiej pasji.

33

Jesienią 2022 r. Fundacja KPMG utworzona przez **KPMG w Polsce** wsparła publiczne szkoły podstawowe z małych miejscowości i wsi w organizacji **wycieczek edukacyjnych do Centrum Nauki Kopernik w Warszawie**. Fundacja zapewniła bilety wstępu do Centrum, wyżywienie, ubezpieczenie uczestników oraz wynagrodzenie opiekunów, przeznaczając na ten cel 200 tys. zł. W projekcie wzięło 38 szkół. Ponadto Departament Business Advisory KPMG zdecydował się zastąpić tradycyjne prezenty świąteczne dla swoich klientów i przekazać środki finansowe na dofinansowanie innowacyjnych zajęć pozalekcyjnych w szkołach podstawowych. Beneficjentem zostało 25 szkół, które zorganizowały dodatkowe zajęcia dla 634 uczniów. Fundacja promowała zajęcia z zakresu ochrony środowiska, informatyki, cyfryzacji i nowych technologii oraz nowoczesne formy nauczania w zakresie rozszerzonym dla przedmiotów ścisłych. Uczniowie w ramach podziękowania przygotowali prace plastyczne, które po oprawieniu trafiły do klientów KPMG jako bożonarodzeniowy upominek.

2100

Fundacja **KPMG w Polsce** ufundowała w okresie wakacji **półkolonie letnie** dla 464 z 15 szkół podstawowych, głównie z terenów popegeerowskich. Fundacja podjęła współpracę ze szkołami, które zdecydowały się same stworzyć i zrealizować plan półkolonii letnich dla dzieci pozostających w wakacje w domach. Projekt był wsparciem dla nauczycieli i pokazywał uczniom, że szkoła jest przyjaznym miejscem zdobywania nowych doświadczeń i uczenia się w sposób eksperymentalny. Półkolonie, oprócz wymiaru edukacyjnego i wypoczynkowego, miały na celu poszerzenie horyzontów dzieci pochodzących niejednokrotnie z terenów, w których dziedziczone jest ubóstwo, a perspektywy mocno ograniczone. Inspirujące zajęcia naukowe, możliwość poznania świata poza obrębem własnej miejscowości, wycieczki edukacyjne, pójście m.in. do kina, teatru, na basen i do restauracji – otworzyły dzieci na możliwości, które mogą być w ich zasięgu m.in. dzięki dobrym wynikom w nauce. Fundacja KPMG przekazała na organizację półkolonii ponad 200 tys. zł.

2100

Jednym ze strategicznych celów w działalności filantropijnej **Lenovo Technology Oddział w Polsce** jest niesienie pomocy różnym grupom społecznym poprzez udostępnienie programów edukacyjnych **STEM oraz zapewnienie dostępu do nowoczesnych technologii**. Program Junior Project Manager nauczył dzieci jak zrealizować projekt społeczny, w ramach akcji NaDobryPoczątek firma dostarczyła 34 wyprawki szkolne domom dziecka, Global Month of Service – w ramach projektu odbyły się dwie akcje: „EduPodróż" – warsztaty dla dzieci, które odwiedziły biuro Lenovo w Warszawie oraz „Adventure in Kisielany", gdzie wolontariusze Lenovo pomogli w remoncie i zorganizowali zawody sportowe. Firma przy realizacji projektów z Fundacją Dobrych Inicjatyw.

120

LinksAcademy to cykl interaktywnych warsztatów dla dzieci z placówek opiekuńczo-wychowawczych prowadzonych przez wolontariuszy **Linklaters Poland** przy wsparciu Fundacji Dobrych Inicjatyw. Podczas warsztatów wolontariusze dzielą się z dziećmi swoją wiedzą i doświadczeniem zawodowym, a dzieci poznają profesjonalne środowisko biznesowe. Warsztaty odbywają się podczas dwudniowych EDUPodróży i mają tematykę dopasowaną do wieku dzieci. Dzięki zaangażowaniu wolontariuszy młodzi ludzie z pieczy zastępczej otrzymują dostęp do wiedzy niedostępnej w szkołach i lepiej rozumieją współczesne oczekiwania rynku pracy. Dowiadują się, jakie umiejętności powinny rozwijać, aby w przyszłości zdobyć wymarzony zawód. Poznanie kultury korporacyjnej stanowi element edukacyjny, zwłaszcza w zakresie różnorodności w miejscu pracy, szacunku dla osób różnych ras, religii, orientacji i pochodzenia.

200

Projekt **Moda na lepszy start** Fundacji LPP utworzonej przez firmę **LPP** ma na celu przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu. Skierowany jest do podopiecznych domów dla dzieci Gdańskiej Fundacji Innowacji Społecznej, Fundacji Rodzinny Gdańsk i Fundacji dla Rodziny „Ogniska Nadziei". Dzięki projektowi dzieci, które ze względu na trudne doświadczenia nie miały

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

szans na dobre warunki rozwoju mogą uczestniczyć m.in. w lekcjach angielskiego, matematyki i rysunku, w treningu umiejętności społecznych, kursach zawodowych, prawa jazdy oraz w zajęciach tanecznych, aktorskich i sportowych. Program zapewnia też finansowanie wizyt lekarskich i terapii psychologicznych. Od 2021 r. programem zostało objętych 238 wychowanków, dla których w 2021 i 2022 r. zrealizowano blisko 7,5 tys. godzin zajęć edukacyjnych i podnoszących kwalifikacje zawodowe, terapii psychologicznych oraz konsultacji medycznych. Celem projektu jest też wsparcie rozwoju ich pasji i talentów.

31808

Many Mornings angażuje się na rzecz wyrównywania szans w edukacji i przeciwdziała wykluczeniu dzieci w wieku wczesnoszkolnym. W 2022 r., w ramach akcji **Bag To School** firma sfinansowała 300 wyprawek szkolnych, które trafiły do dzieci w pieczy zastępczej. Wartość wyprawki, w skład której wchodził m.in. tornister i przybory plastyczne to 148 zł za jeden zestaw. Dzięki partnerstwu z instytucją samorządową EC1 Łódź – Miasto Kultury, wszyscy beneficjenci otrzymali także bilet upoważniający do zwiedzania z opiekunem Centrum Nauki i Techniki. Akcja ma przede wszystkim przeciwdziałać wykluczeniu ze względów ekonomicznych. Rozpoznanie potrzeb firma zostawia właściwym instytucjom (m.in. MOPS Łódź). W 2022 r. działanie było ukierunkowane przede wszystkim na wyrównanie szans w obrębie społeczności lokalnej – wyprawki szkolne trafiły do dzieci w pieczy zastępczej w Łodzi.

35

Fundacja **mBanku** (mFundacja) wydała w 2022 r. książkę **„Matematyka na zielono"** autorstwa Mai Krämer. Jest to propozycja dla dzieci w wieku 7–14 lat oraz ich rodziców i opiekunów. Książka pokazuje, jak liczby pozwalają zrozumieć naszą rolę w ochronie planety, i uczy ekologicznych postaw. Zawiera kilkaset matematyczno-ekologicznych zagadnień: zadań, quizów i ciekawostek. mFundacja udostępniła książkę 22 kwietnia, w Dzień Ziemi. Od października 2022 r. publikacja dostępna jest także w wersji elektronicznej, do pobrania ze strony internetowej. Osoby indywidualne odebrały z placówek mBanku ponad 30,7 tys. papierowych egzemplarzy książki „Matematyka na zielono", dodatkowo ponad 5 tys. egzemplarzy mFundacja przekazała szkołom, bibliotekom, centrom nauki i doskonalenia nauczycieli, uczelniom i organizacjom pozarządowym. Ze strony mjakmatematyka.pl publikację w wersji elektronicznej użytkownicy pobrali ponad 1,4 tys. razy.

7000

Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** zaobserwowała, że sporo młodych ludzi po ukończeniu szkoły średniej nie zna praktycznych aspektów stosowania prawa. Nie potrafi sobie poradzić w wielu sytuacjach życiowych związanych z prawami obywatela, procedurami urzędowymi i sądowymi oraz prawami konsumenta. W ramach działań pro bono kancelaria podjęła **współpracę ze szkołami w zakresie edukacji dzieci i młodzieży**. Celem przedsięwzięcia jest m.in. zwiększenie świadomości prawnej młodzieży, przedstawienie zawodów prawniczych oraz ich roli w społeczeństwie, a także specyfiki pracy radcy prawnego.

8

Firma **NatWest** Group w Polsce **wspiera dzieci z Placówki Opiekuńczo-Wychowawczej Ignaś i Helenka w Kaliskach** poprzez: organizowanie spotkań edukacyjnych dla kreatywnego spędzania czasu z dziećmi, wsparcie finansowe placówki – doposażenie w sprzęt sportowy, ubrania, zabawki, sprzęty. W 2022 r. odbyły się zajęcia Kodowanie na dywanie, zajęcia z cyberbezpieczeństwa, sportowe, wspólne robienie dekoracji świątecznych, zakup prezentów świątecznych dla dzieci, zakup sprzętu sportowego. Celem jest wyrównywanie szans dzieci, wsparcie materialne placówki, rozwijanie zdolności dzieci według ich zainteresowań.

1500

#IGNACYteam to ogólnopolski program edukacyjny realizowany przez Fundację ORLEN **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** skierowany do uczniów szkół podstawowych. program nawiązuje do postaci Ignacego Łukasiewicza – farmaceuty, przedsiębiorcy, wynalazcy lampy naftowej. Dzieci miały możliwość poznania w ciekawy sposób zagadnień z dziedzin chemii, fizyki i ekologii. Zajęcia odbywały się w specjalnej mobilnej strefie edukacyjnej. Celem projektu #Ignacyteam było ukazanie zmian cywilizacyjnych od czasu wynalezienia lampy naftowej do epoki odnawialnych źródeł energii oraz zaszczepienie w młodzieży pasji do nauk ścisłych. W 2022 r. strefę #Ignacyteam odwiedziło 7,3 tys. osób w 31 miejscowościach, z czego blisko 5 tys. to uczniowie. Fundacja ORLEN zaprosiła do współpracy także inne podmioty należące do GK PKN ORLEN: ORLEN Laboratorium, Terminal Paliw w Nowej Soli, Baltic Power oraz Centrum Naukowo-Badawcze PKN ORLEN.

11355

Program edukacyjny **Akademia MOCy** skierowany jest do uczniów klas 7-8 szkół podstawowych z terenów gmin, w których **Polskie Sieci Elektroenergetyczne** prowadzą działalność. W 2022 r. w ramach Akademii MOCy PSE zorganizowały 117 spotkań edukacyjnych dla ponad 4 tys. uczniów w 57 szkołach podstawowych z 29 gmin z Mazowsza i Dolnego Śląska. Celem programu jest rozszerzenie wiedzy uczniów na temat powstawania i przesyłu prądu oraz bezpieczeństwa energetycznego. W trakcie praktycznych zajęć uczniowie mogli m.in. wytworzyć pioruny przy użyciu generatora Van de Graaffa, zbadać, czym jest plazma, uruchomić świetlówki bez podłączenia do gniazdka oraz sprawdzić swoje siły podczas wytwarzania prądu na rowerku elektrycznym.

2700

Yoda Program adresowany jest do dzieci ze Szkoły Podstawowej nr 26 im. Żołnierzy Armii Krajowej w Gdyni, z którą współpracuje **Refinitiv Poland**. Do udziału zostały zaproszone dzieci, które potrzebują pomocy w nauce i które nie mogą pozwolić sobie na płatne korepetycje, a także dzieci z doświadczeniem migracji potrzebujące dodatkowych lekcji z języka polskiego. Spotkania z wolontariuszami odbywają się zdalnie lub w siedzibie firmy. W ramach indywidualnych lekcji pracownicy pomagają przy odrabianiu prac domowych lub wyjaśniają materiał, który uczniom sprawia trudności. Z informacji uzyskanych od nauczycieli wynika, że w większości poprawiły one swoje oceny z języka angielskiego czy matematyki, a dzieci z doświadczeniem migracyjnym swobodniej wypowiadają się w języku polskim. W ocenie nauczycieli, a także rodziców dzieci bardziej uwierzyły w swoje możliwości. W edycji 2022–2023 bierze udział 5 wolontariuszy z firmy oraz 6 dzieci.

1071

Santander Bank Polska, wspólnie z firmą MCA BIS, przeprowadził 10 warsztatów **Finansiaki: warsztaty edukacji ekonomicznej „Finansowe roz(g)rywki"** dla uczniów klas 4–8 szkół podstawowych. Zajęcia odbyły się w 10 miastach. Tematyka obejmowała 5 stref: Pieniądz, płatności, cyberbezpieczeństwo; Popyt, podaż, cena; Reklama, jej wpływ na decyzje zakupowe; Kredyt, pożyczka; Oszczędności, odsetki. Młodzież uczyła się, jak zarządzać budżetem, czy warto oszczędzać, jak rozróżnić potrzeby od zachcianek, poznawała pojęcia ekonomiczne. Uczniowie dokonywali zakupów, samodzielnie decydując, na co chcą wydać pieniądze. Warsztaty przybliżyły młodzieży informacje dotyczących pieniądza i jego roli w codziennym życiu. W zajęciach wzięło udział 2346 uczniów z 120 klas, 47 szkół podstawowych. Poziom zdobytej przez uczniów wiedzy był mierzony ankietami ewaluacyjnymi – wstępnej, oceniającej wiedzę przed warsztatami, i końcowej. Średni wzrost wyniósł 36%.

9584

Lekcje z Schumacherem to edukacyjny projekt **Schumacher Packaging**. Adresowany jest do dzieci ze szkół podstawowych powiatu średzkiego i Wrocławia. Odbywa się raz w miesiącu na terenie fabryki Schumacher Packaging w Zakładzie Wrocław. Jedna lekcja trwa 4 godziny. Zapotrzebowanie na projekt edukacyjny zgłaszane było przez pracowników firmy i społeczność lokalną. W 2022 r. odbyło się 10 lekcji (225 uczniów), a od początku projektu – 17 lekcji (392 osoby). Uczniowie zdobyli wiedzę na temat ekologii, zrównoważonej produkcji, recyklingu, a też stanowisk i działów firmy, co może pomóc im w wyborze ścieżki zawodowej. Wiedza uczniów sprawdzana jest pod koniec lekcji przez „sprawdziano-konkurs". Po prawidłowej odpowiedzi na pytania uczestnicy otrzymują zestaw gadżetów.

521

Podobnie jak Fundacja Robinson Crusoe, **SimCorp** wierzy, że wsparcie młodzieży z instytucji opieki zastępczej zagrożonej wykluczeniem jest ważne. **Future Makers** to program mający na celu przełamanie wśród młodzieży oporów przed komunikacją w języku angielskim, poprawę ich umiejętności językowych oraz wzmocnienie wiary w siebie i poczucia własnej sprawczości. Każdy młody człowiek ma stałego mentora, z którym dzięki udziałowi w programie ma też okazję nawiązać bliższą relację. Konwersacje odbywały się zdalnie (online lub telefonicznie) 2 lub 3 razy w tygodniu przez 3 miesiące. Pracownicy SimCorp dzielą się wiedzą, by pomóc młodzieży na drodze do dobrej edukacji.

160

Od 2019 r. **Societe Generale Oddział w Polsce** współpracuje z Fundacją Dobrych Inicjatyw w osób w ramach **Akademii Dobrych Inicjatyw**. Fundacja otrzymuje darowiznę finansową, za którą organizuje dla swoich podopiecznych, dzieci i młodzieży z placówek opiekuńczo-wychowawczych warsztaty z podstaw finansów, które ułatwiają ich uczestnikom wejście w dorosłe życie, uczą, jak dawać sobie radę w dorosłości i jak zdobyć pierwsze doświadczenie zawodowe. W warsztatach uczestniczyło ok. 50 podopiecznych fundacji. Wielkość darowizny finansowej jest uzależniona od liczby pracowników, którzy uczestniczą w globalnej akcji solidarnościowej „Move for Youth" i od ich aktywności. Przez 10 dni uczestnicy akcji zdobywają kilometry: bieg, chód, jazda na rowerze, wspólne zawody, które następnie przekładają się na wielkość darowizny dla lokalnych fundacji. W akcji wzięło udział ponad 35% pracowników Societe Generale Oddział w Polsce, osiągając prawie 30 tys. km.

230

Od kilku lat **SumiRiko Poland** współpracuje z Ochronką Betlejem w Wolbromiu, prowadzoną przez siostry zakonne. Ochronka gromadzi dzieci z rodzin biednych i trudnych, niejednokrotnie zaniedbane. Menedżerowie firmy wraz ze swoimi pracownikami średnio co 2 miesiące organizują spotkania w ochronce, na których przeprowadzają **„Ochronkowe Dzieciaki" – warsztaty tematyczne**. Warsztaty cieszą się powodzeniem wśród dzieciaków spragnionych towarzystwa i uwagi dorosłych. W 2022 r. udało się zorganizować kilka spotkań i warsztatów o różnej tematyce, m.in. kulinarnej, przyrodniczej oraz kulturalnej. Do ochronki uczęszcza ok. 30 dzieci. Podczas każdorazowego spotkania frekwencja wynosiła ok. 70%.

1400

Unum Życie TUiR – w ramach współpracy z Fundacją DOBROdzieje się – zorganizowało konkurs dla dzieci w domach dziecka i pieczy zastępczej **Opowiem Ci Bajkę**. Zadaniem uczestników było napisanie opowiadania przedstawiającego ich najcenniejszą życiową lekcję. Prace 10 laureatów zostały wydane drukiem, ich autorzy otrzymali kursy i warsztaty rozwijające talent literacki. Pracownicy i współpracownicy firmy w ramach wolontariatu zasiedli w jury konkursu. Na konkurs wpłynęły 43 prace z całej Polski. Jury przyznało nagrody w 3 kategoriach wiekowych (10–13 lat; 14–16 lat oraz 17+). Laureaci i laureatki pierwszych miejsc wzięli udział

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

w wyjeździe połączonym z warsztatami literackimi; dla drugich miejsc nagrodami były jednodniowe kursy rozwijające ich pasje, a laureaci i laureatki trzeciego miejsca oraz wyróżnień otrzymali bony do księgarń.

600

Firma **Vantage Development** wspólnie z partnerem biznesowym spółką Erbud przygotowała projekt edukacyjny **Dzieci na budowie**. Celem inicjatywy było przybliżenie najmłodszym procesu inwestycyjnego wraz ze szczegółowym omówieniem działań wszystkich zespołów zaangażowanych w jego realizację. Port Popowice we Wrocławiu w ramach 5 spotkań odwiedziło niemal 200 małych pasjonatów budownictwa. Dzieci poznały zadania należące do inwestora, generalnego wykonawcy, architekta oraz inspektorów nadzoru, którzy czuwają nad prawidłową realizacją projektu. Dowiedziały się też o zrównoważonym korzystaniu z zasobów naturalnych w procesie budowlanym, segregacji odpadów, a także o BHP. Najmłodsi mieli okazję zwiedzić budowę i przygotować makietę wymyślonego przez siebie projektu. Inicjatorami i organizatorami akcji byli pracownicy VD zajmujący się na co dzień procesem realizacji projektów.

170

W Zespole Szkół w Chocianowie jesienią 2022 r. odbyły się **XXI Dni Olimpijczyka** wspierane przez **Volkswagen Motor Polska**. Wydarzenie honorowym patronatem objęli: Polski Komitet Olimpijski, Regionalna Rada Olimpijska, Starosta Polkowicki oraz Burmistrz Miasta i Gminy Chocianów. Mottem tegorocznych uroczystości był fragment Apelu Olimpijskiego 2022: SZYBCIEJ, WYŻEJ, MOCNIEJ, RAZEM. Uroczystości zainaugurowano ceremoniałem olimpijskim. Rozdano nagrody w konkursach „Wiedzy o Sporcie" oraz plastycznym „Olimpiada Magia Sportu". Nie zabrakło zmagań sportowych i pokazów umiejętności uczniów zawodu mechatronik. W strefie edukacyjno-informacyjnej grupy Respekt, przy udziale Ambasadorów Prawości, rozmawiano o wartościach ważnych w sporcie. VW Motor Polska wspiera organizację Dnia Olimpijczyka od wielu lat.

1300

Programy edukacyjne **„Fabryka na wynos"** i **„Eko-Fabryka na wynos"** to interaktywne pakiety prezentacyjne dla przedszkoli i szkół podstawowych. Prelegentami są pracownicy **Volkswagen Poznań**, którzy wizytują klasę własnego dziecka w formie stacjonarnej lub online i opowiadają o pracy w nowoczesnej fabryce dbającej o środowisko. W projekcie uwzględniono cele strategiczne VWP oraz oczekiwania dyrektorów szkół, nauczycieli, uczniów i ich rodziców. Celem praktyki jest zwiększenia identyfikacji pracowników i ich rodzin z firmą, zaciekawienie nowoczesną technologią w procesie produkcyjnym już na wczesnym etapie edukacji, a także wzmocnienie świadomości ekologicznej i dzielenie się dobrymi praktykami. W latach 2019–2022 odbyły się łącznie 124 wizyty pracowników Volkswagen Poznań w szkołach podstawowych i przedszkolach.

9500

INNOWACJE SPOŁECZNE

W ramach programu grantowego **Capgemini Polska** „Inwestujemy w dobre pomysły" firma została głównym partnerem i wzięła udział w **CharITy Hackathonie** we Wrocławiu. Około 100 uczestników, w tym 40 wolontariuszy z Capgemini Polska, pracowało nad rozwiązaniem technologicznym dla Fundacji Jagoda. Celem było wsparcie procesu cyfryzacji Fundacji i wdrożenie rozwiązań w technologii Salesforce dostosowanych do potrzeb organizacji. Capgemini realizuje działania z zakresu zmniejszania luki cyfrowej w ramach inicjatywy Tech4Positive Future, która polega na wsparciu wypracowania rozwiązań technologicznych dla organizacji pozarządowych.

12000

Jak co roku firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** **wsparła działania studentów Politechniki Wrocławskiej**. Dzięki temu studenci z PWR Racing Team mieli okazję stworzyć swój pierwszy bolid elektryczny. Firma wspiera studentów w rozwijaniu pasji, innowacyjności i poszerzaniu wiedzy. Produkujący rozwiązania do automatyki i robotyki WObit przekazał komponenty potrzebne do stworzenia bolidu.

60

Polski Fundusz Rozwoju w 2022 r. w ramach działań Fundacji PFR zrealizował projekt **Cyberbezpieczni** skierowany do uczniów i nauczycieli. Projekt był dofinansowany ze środków Kancelarii Prezesa Rady Ministrów i obejmował: certyfikowane szkolenia dla nauczycieli; debatę online; kurs dla uczniów, prowadzony przez edukatorów CDT i certyfikowanych przez CDT nauczycieli; ogólnopolski konkurs „Edukacja Jutra" na scenariusze lekcji. W ramach projektu przeszkolono 498 uczniów (12-16 lat) i 54 nauczycieli w formie stacjonarnej, w formie online zrealizowano 4 spotkania, w których udział wzięło 150 nauczycieli. Odnotowano 10 tys. wyświetleń materiałów edukacyjnych. Na konkurs na najlepszy scenariusz lekcji o cyberbezpieczeństwie nadesłano 33 scenariusze, 12 najlepszych będzie opublikowane. Dla uczniów i nauczycieli zanotowano 88,9% wzrost wiedzy w obszarze oszustw internetowych, fake newsów i social media.

220

Tech Minds to program grantowy **PwC** dla szkół podstawowych, średnich i wyższych. Celem jest promocja innowacyjności i kreatywności młodych talentów. Najlepsze projekty otrzymały granty finansowe na wdrożenie pomysłu w życie. W programie wzięło udział ponad 250 uczestników, którzy przygotowali 46 innowacyjnych projektów wspierających edukację, opartych na technologiach. Łączna wartość przyznanych grantów wyniosła 120 tys. zł. W ramach Tech Minds obyło się 12 wydarzeń online dla ponad 700 osób. Partnerem programu Tech Minds (I edycja) w 2022 r. był CIONET oraz Fundacja CoderDojo, a w kapitule konkursu zasiedli przedstawiciele firm rożnych branż.

6000

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Dzień Odkrywców z Samsung to święto nauki i technologii obchodzone – raz do roku – dla podkreślenia wieloletniej współpracy firmy **Samsung** i Centrum Nauki Kopernik. Tego dnia wszyscy zwiedzający mogą bezpłatnie eksperymentować na Wystawach Kopernika. Czekają na nich także dodatkowe atrakcje przygotowane przez firmę. W 2022 r. można było zmierzyć ciśnienie i wykonać EKG, zajrzeć do wirtualnego laboratorium i zobaczyć, jak działa inteligentny dom. Zorganizowano też pokazy filmów spod mikroskopu i studio zdjęciowe pełne efektów specjalnych. W 2022 r. w Dniu Odkrywców Centrum Nauki Kopernik zwiedziło bezpłatnie 3,5 tys. osób.

2500

Program edukacyjny **Samsung** – **Solve for Tomorrow** pomaga młodym rozwijać kompetencje przyszłości: komunikację, kreatywność, współpracę, krytyczne myślenie oraz empatię. Do programu może zgłaszać się młodzież ze szkół podstawowych (7–8 klasa), ponadpodstawowych oraz nauczyciele. Program aktywizował też dziewczęta, które tworzą projekty oparte na nowych technologiach. Celem jest przekazanie wiedzy o design thinking i STEAM. W 2022 r. zgłosiło się 150 drużyn, czyli łącznie 720 uczestników. W ramach akcji „Przystanek Solve for Tomorrow" prezentowano pomysły w szkołach finalistów i 4 z 8 drużyn finalistów w ten sposób pozyskały dodatkowe dofinansowanie i ofertę współpracy z samorządem lub lokalnym biznesem. Rok 2022 program zamknął z łącznie 450 publikacjami.

2500

W 2022 r. firma **TIM** **wsparła młode talenty w branży elektrotechnicznej**. Pierwszą z podjętych inicjatyw było partnerstwo konkursu WorldSkills Poland dla uczniów szkół zawodowych i technicznych oraz studentów. Drugim działaniem był sponsoring Koła Naukowego OFF-ROAD z Politechniki Wrocławskiej. TIM SA zyskał miano partnera głównego projektu „Scorpio", który polega na konstrukcji łazików marsjańskich. W ramach konkursu WordlSkills Poland w kategorii „Instalacje elektryczne" brało udział 6 uczestników. Uczestnicy projektu „Scorpio" dzięki wsparciu firmy mogli wziąć udział w światowych zawodach łazików, m.in. w USA i Turcji. W przypadku konkursu firma wspierać będzie zarówno WorldSkills Poland 2023, jak i konkurs na szczeblu europejskim – EuroSkills.

308

T-Mobile Polska stworzył **Inteligentną strefę badań na SGGW**. Dzięki temu na terenach Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego będzie rozwijana idea „precyzyjnego rolnictwa" (precision farming) pozwalająca na zdalne zarządzanie i szczegółowy monitoring upraw. Realizując ten projekt, firma miała okazję do przyczynienia się do rozwoju innowacyjnego projektu badawczego i pokazania swoich technologicznych innowacji.

5000

INWESTYCJE SPOŁECZNE

Program „Smakujemy lokalnie" jest organizowany przez **Carrefour Polska** pod patronatem honorowym Narodowego Instytutu Kultury i Dziedzictwa Wsi Instytutu Kultury i Dziedzictwa Wsi. Kierowany jest do kół gospodyń wiejskich z całej Polski, a także rolników posiadających małe i średnie gospodarstwa oraz wytwórców i producentów lokalnych produktów spożywczych. W pierwszej edycji konkursu grantowego organizowanego w ramach „Smakujemy lokalnie" udział wzięło ponad 330 kół gospodyń wiejskich, zgłaszając tradycyjne dania regionów, z których pochodzą. Jury wybrało 10 zwycięskich i 20 wyróżnionych kół. Zwycięskie koła otrzymały granty w wysokości 10 tys. zł na rozwój działalności oraz na projekty związane z działaniami na rzecz społeczności lokalnej, w tym inicjatywy pobudzające przedsiębiorczość kobiet na wsi. Wszystkie koła mogą w ramach programu „Smakujemy lokalnie" bezpłatnie nawiązać współpracę z okolicznymi hipermarketami Carrefour i prowadzić tam działania promocyjne czy sprzedaż konsumencką wytwarzanych przez siebie produktów.

11146

Żywiec Zdrój z grupy **Danone** przekazał Fundacji Górom swoje dawne zakłady produkcyjne w Cięcinie w ramach darowizny. **Powrót do korzeni** to partnerstwo biznesu, organizacji pozarządowych i władz lokalnych, którego celem jest rozwój edukacji ekologicznej, promowanie lokalnej kultury oraz kultywowanie tradycji wypasu owiec. Cięcina to dla marki Żywiec Zdrój miejsce szczególne – to tu w 1993 r. powstała pierwsza butelka wody źródlanej Żywiec Zdrój. Miejsce jest częścią historii firmy, a przez blisko 30 lat działalności firma stała się integralną częścią lokalnej społeczności, dlatego tak ważne było przekazanie jej dziedzictwa, rozlewni Żywiec Zdrój w Cięcinie, tak aby nadal służyło jej mieszkańcom.

1223

Firma **EY Polska** i EY GDS Polska zorganizowały **program mentoringowy przedsiębiorców** dla podmiotów ekonomii społecznej. Podczas 2-miesięcznej współpracy mentorzy biznesowi oraz eksperci marketingu, finansów, zarządzania projektami czy przywództwa prowadzili analizę obecnej sytuacji w organizacjach, doradzali, szkolili oraz budowali relacje z mentees w celu wypracowania skutecznych rozwiązań. Organizacje, które wzięły udział w projekcie, zdobyły wiedzę i umiejętności w wybranej przez siebie dziedzinie, m.in. przywództwa, komunikacji, zarządzania finansami. W projekcie udział wzięło 8 organizacji z terenu Dolnego Śląska, a swoją wiedzą i doświadczeniem dzieliło się z nimi ponad 20 ekspertów EY. Po zakończeniu procesu mentoringowego i wdrożeniu pomysłów społecznych każda organizacja wraz z mentorem przygotowała podsumowanie swojej pracy, skupiając się m.in. na wpływie współpracy na lokalną społeczność. Pozwoli to na wielokrotne wykorzy-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

stywanie przez lokalne organizacje wiedzy zdobytej podczas programu.

5000

Firma **Green Office Ecologic**, w swoim zakładzie przetwarzania zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego, **stworzyła miejsca pracy dla osób osadzonych**. Firma zatrudnia 80 osadzonych z pobliskich jednostek penitencjarnych. Dla osób przebywających w takich jednostkach praca uznawana jest za jeden z głównych czynników resocjalizujących, a nauka zawodu jest często kluczowym aspektem reintegracji osoby osadzonej ze społeczeństwem. Po zakończonym wyroku firma daje również możliwość powrotu na stanowisko pracy, dzięki czemu znacząco zwiększa prawdopodobieństwo resocjalizacji.

150

LPP pomaga osobom potrzebującym i zagrożonym wykluczeniem, m. in. **wspierając podmioty ekonomii społecznej programem Społeczna Kawa**. Jednym z nich jest Fundacja Innowacji Społecznej wdrażająca program aktywizacji społeczno-zawodowej. W 2022 r. firma kontynuowała 10-letnią współpracę w ramach mobilnej kawiarni Kuźnia, gdzie młodzi ludzie z placówek opiekuńczo-wychowawczych mają pierwszy kontakt z pracą. Wspierając osoby znajdujące się w trudnej sytuacji życiowej, firma umożliwia pracownikom osobiste zaangażowanie w działania społeczne w miejscu pracy, poprzez zakup kawy i ciasta w mobilnej kawiarni Kuźnia. W 2022 r. w Trójmieście pracownicy LPP zakupili łącznie 178 kaw i herbat oraz 850 kawałków ciast, a w Krakowie 120 ciast i 190 kaw, herbat i gorących czekolad.

31808

Od 2013 r. firma **Model Opakowania** prowadzi **konkurs „WyMODELuj Swoje Marzenia"**. Jego celem jest inspirowanie i wspieranie młodych ludzi w rozwoju pasji, zainteresowań i talentów. O granty mogą się ubiegać uczniowie szkół średnich (od 14 roku życia) oraz studenci (do 26 roku życia) zameldowani lub uczący się na terenie powiatów biłgorajskiego lub nowodworskiego. W programie liczy się pomysłowość i motywacja, a nie uzyskiwana w szkole średnia ocen. Przy konkursie firma współpracuje z Fundacją Fundusz Lokalny Ziemi Biłgorajskiej oraz ze Stowarzyszeniem MOC Młodzieżowa Organizacja Czosnowska. Konkurs umożliwia młodym ludziom działanie na rzecz własnego rozwoju, realizowanie ciekawych inicjatyw i marzeń.

830

Jedną z inicjatyw firmy **MODIVO**, wyrównującą szanse osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, jest **program edukacyjny dla dzieci z Domu Dziecka w Kożuchowie**, który spółka wspiera finansowo i produktowo. W jego ramach firma wzmacnia działania edukacyjne dla wychowanków poprzez: zatrudnianie korepetytorów, przekazywanie comiesięcznych stypendiów, program stażowy w centrum logistycznym, zapewnianie pomocy szkolnych i dbanie o sprawność fizyczną (zakup karnetów na basen i organizacja aktywności fizycznych dla dzieci). Inicjatywy podejmowane przez firmę w 2022 r. zostały wyróżnione przez wojewodę lubuskiego w ramach konkursu „Społecznik Roku".

3000

Fundacja ORLEN ufundowana przez **Polski Koncern Naftowy ORLEN** zorganizowała **Akademię Fundacji ORLEN**. To cykl warsztatów online – profesjonalnych szkoleń z ekspertami Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu, skierowanych do beneficjentów Fundacji. W drugiej edycji przeszkolone zostały 154 organizacje. Fundacja otworzyła także punkt bezpłatnych konsultacji, który umożliwia beneficjentom zasięgnięcie bezpłatnej porady w zakresie rachunkowości, podatków i ustawodawstwa związanego z finansami. Ewaluacja, którą Fundacja przeprowadziła po pierwszej edycji Akademii, pokazała pozytywne efekty inicjatywy: ponad 80% organizacji zwiększyło liczbę prowadzonych projektów, a 70% wskazało, że sytuacja w ich organizacji się wzmocniła. Pomimo zdalnej formuły projektu, udało się stworzyć społeczność Akademii. W 2022 r. w przypadku niektórych warsztatów liczba zgłoszeń ponad dwukrotnie przewyższała liczbę przewidzianych 25 miejsc na warsztat.

11355

PZU Zdrowie dołączyło do realizacji **społecznie odpowiedzialnych prezentów świątecznych**. W podziękowaniu za dobrą współpracę, swoich partnerów biznesowych obdarowało SPOKO Koszami. Projekt powstał z potrzeby pomagania innym oraz wsparcia ekonomii społecznej. Wszystko, co znajdowało się w paczce, było wytworzone przez podopiecznych lub pracowników lokalnych fundacji, stowarzyszeń i spółdzielni z Pomorza. Jest to nie tylko forma terapii czy sposób zarobkowania, ale często możliwość realizowania pasji i rozwijania nowych umiejętności, które przydadzą się na otwartym rynku pracy. W ramach współpracy z PZU Zdrowie rozdystrybuowano 150 SPOKO Koszy.

7000

SPOKO – Społeczny Kosz ma na celu usprawnienie współpracy międzysektorowej (biznesu i podmiotów ekonomii społecznej) oraz wsparcie trzeciego sektora. Firma **Studio 102** kupuje od lokalnych NGO wytwarzane przez nie rzemieślnicze i spożywcze produkty i pakuje je w ekologiczne pudełka. Zestawy proponuje biznesowi jako społecznie odpowiedzialną alternatywę tradycyjnych koszy prezentowych. Środki ze sprzedaży Społecznych Koszy (po odliczeniu kosztów prowadzenia projektu) firma przeznacza na wsparcie rozwoju lokalnych NGO poprzez np. zakup maszyn, wsparcie mentorskie. Organizatorem projektu jest Fundacja Rozwoju Społecznej Odpowiedzialności HELISA.

12

#WhatWeValue to globalna platforma cyfrowa grupy Deutsche Telekom dla twórców inicjatyw wolontariackich wykorzystywana przez **T-Mobile Polska**. Dzięki niej

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

młodzi liderzy mogli dzielić się doświadczeniem i budować zaangażowanie, mieli także szansę na wygranie nagród. W przedsięwzięciu wzięło udział kilkanaście organizacji z Polski, m.in. Akcja Menstruacja, Fundacja Impuls, Akademia Wiedzy Obywatelskiej, Girls Ready For The Future, Centrum Równik oraz IFMSA-Polska. Inicjatywy były prezentowane i promowane na platformie w kategoriach, takich jak równość, migracja, zdrowie psychiczne, środowisko czy edukacja. Liderzy projektów otrzymywali dostęp m.in. do grup dyskusyjnych ze znanymi aktywistami, jak Amy i Ella Meek. Firma chciała dotrzeć do młodych ludzi, którym bliskie są problemy społeczne i te związane ze zmianami klimatu.

5000

KAMPANIE SPOŁECZNE

Od 2020 r. siec handlowa **ALDI** przeprowadza coroczną **kampanię edukacyjną o niemarnowaniu żywności**, w której porusza tematykę prawidłowego jej przechowywania oraz wykorzystywania resztek produktów. Partnerami kampanii są organizacje pożytku publicznego, którym ALDI przekazuje produkty z krótkim terminem przydatności do spożycia. ALDI od wielu lat prowadzi też działania profilaktyczne zapobiegające marnowaniu żywności - przecenia o 30% w stosunku do ceny regularnej artykuły z bliskim upływem terminu ważności. Sieć optymalizuje procesy zaopatrzenia sklepów, by dostosować ilość dostarczanego do sklepów towaru do zapotrzebowania klientów, by zapobiegać sytuacjom zmuszającym do utylizowania żywności.

3600

Bayer stworzył **inicjatywę #ThankYouScience** jako formę wyrażenia wdzięczności nauce i naukowcom za ich ogromny wkład w poprawę jakości życia. Firma, zgodnie z misją „Science for a better life", doskonale rozumie, jak ważne jest zaufanie do nauki. Dlatego do rozmowy o lepszym życiu dzięki jej osiągnięciom zaprosiła najmłodsze pokolenie. Każdy mógł dołączyć do akcji – wystarczyło w social mediach użyć hashtagu #ThankYouScience i napisać, za co jest się wdzięcznym nauce i naukowcom. Partnerem kampanii w 2022 r. został popularny wśród młodych Doktor z TikToka – Konrad Skotnicki. To naukowiec, który dzieli się z fanami wiedzą w zaskakującej formie. W ramach kampanii influencer zamieścił cykl angażujących postów prezentujących dokonania naukowe w dziedzinie medycyny, zrównoważonego rozwoju, rolnictwa, techniki, informatyki i wielu innych. Inicjatywa #ThankYouScience dotarła do blisko 2 mln odbiorców.

1100

Fundacja MultiSport, powołana przez **Benefit Systems**, zrealizowała w 2022 r. **kampanię społeczną „Pełni Sportu"**, współfinansowaną przez Ministerstwo Sportu i Turystyki w ramach Programu Upowszechniania Sportu Osób Niepełnosprawnych. Ideą kampanii była popularyzacja sportu i aktywności ruchowej wśród osób z niepełnosprawnościami. W ramach programu w spotkaniach stacjonarnych udział wzięło 5750 dzieci i młodzieży. Fundacja zorganizowała 8 spotkań w szkołach, zrealizowała 8 wydarzeń edukacyjnych pod nazwą Dni Pełne Sportu. W ramach akcji nawiązano współpracę z 16 placówkami, zaangażowano 25 sportowców z niepełnosprawnościami z 6 klubów. Wydano również 7 filmów edukacyjnych. Fundacja za pomocą mass mediów dotarła do około miliona odbiorców.

3689

BNP Paribas Bank Polska we współpracy z agencją badawczą Difference przeprowadził badanie wśród 248 dzieci, których zadaniem było spontaniczne narysowanie przedstawicieli/-ek 2 profesji określonych w wersji męskiej i neutralnej. Przeprowadzono też badanie CAWI na 400 dorosłych weryfikujące reakcje i oceny profesjonalizmu osób, których zawód określono męskim, żeńskim lub nijakim rzeczownikiem. Na podstawie wyników badania bank stworzył kampanię **#wspieramfeminatywy – Wystarczy słowo, żeby zacząć zmianę**, promującą poszanowanie różnorodności, równość płci i stosowanie feminatywów. Gdy podczas badania zamiast o „naukowcu" wspomniano o „osobie, która zajmuje się prowadzeniem eksperymentów naukowych", udział kobiet w odpowiedziach dzieci wzrósł z 20% do 40%. Niemal 40% dorosłych Polek i Polaków uczestniczących w badaniu przejawia przynajmniej umiarkowany entuzjazm wobec feminatywów.

9200

Kampania **Bezpieczna Autostrada** realizowana była podczas eventów w 16 miastach w Polsce przez firmę **Compensa**. Działania zostały podzielone na 5 stref: Strefa Nauki Pierwszej Pomocy, Strefa Bezpieczeństwa, Strefa Zdrowia, Strefa Relaksu, Strefa Dzieci. Kampania prowadzona była wraz z CBRD z Łodzi. W 2022 r. eventy Compensy odwiedziło ponad 15 tys. osób, rozdano ponad 30 tys. materiałów edukacyjnych dla dorosłych i dzieci. W zasięgu przekazanych podczas 16 eventów defibrylatorów, znalazło się ponad 2,5 mln mieszkańców Polski. Podczas kampanii wykonano 5 tys. badań profilaktycznych (ponad 1,5 tys. badań ciśnienia i saturacja, ponad 900 badań wzroku, 2590 badań poziomu glukozy). Blisko 450 osobom zarekomendowana została pogłębiona diagnostyka z uwagi na złe wyniki.

1935

Energa Grupa ORLEN przeprowadziła ogólnopolską kampanię informacyjną i projekt grantowy na realizację działań wspierających osoby starsze (m.in. wymiana oświetlenia i sprzętów AGD na bardziej energooszczędne) pt. **Święta z dobrą energią**. Dzienniki Grupy Polska Press wraz z Energą z Grupy ORLEN zwracały uwagę w publikacjach

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

na konieczność oszczędzania prądu, ciepła i innych mediów oraz potrzebę wsparcia seniorów. Na granty dla instytucji, które zgłosiły swoje projekty firma przeznaczyła łącznie 200 tys. zł. Wyróżniane są też najciekawsze praktyki samorządów realizujących na swoim terenie programy zwiększające efektywność energetyczną i oszczędzanie energii. W 2022 r. w dziennikach regionalnych i na portalach łącznie opublikowano 340 artykułów poradnikowych z dobrymi praktykami. Kampanię wsparły materiały informacyjne i poradniki publikowane w mediach społecznościowych.

9800

Aby wspierać lokalne organizacje pozarządowe i promować ich działanie wśród mieszkańców Lublina, centrum handlowe SKENDE stworzyło kampanię zachęcającą do przekazywania **1% podatku na NGOs**. **Ingka Centres Polska** przeprowadza kampanię promującą działalność NGOs w mediach, na nośnikach własnych centrum i w SoMe. Finałem akcji są dwudniowe targi organizacji pozarządowych odbywające się na terenie centrum, podczas których mają one okazję, aby promować swoją działalność i porozmawiać z mieszkańcami. Partnerami akcji są Urząd Miasta Lublin, Biuro Partycypacji Społecznej UM Lublin, IKEA Lublin. W 2022 r. w przedsięwzięciu udział wzięło 35 lokalnych organizacji.

100

We wrześniu 2022 r. powstał projekt **Intel Aktualizuje Bajki**. To kampania, w której firma **Intel Technology Poland** wraz z fundacją IT Girls zmienia trendy i pokazuje dzieciom oraz dorosłym, że każdy, niezależnie od płci, może pracować w IT. Projekt polegał na pisaniu od nowa znanych bajek i adresowany był do dzieci w wieku 5–6 lat. Jego ambasadorką została influencerka Janina Bąk. Cel kampanii to walka ze stereotypami, które zniechęcają przedszkolaki do rozwijania pasji w świecie nowych technologii. Powstała strona internetowa z materiałami edukacyjnymi, scenariuszami lekcji oraz audiobookami. 22 tys. dzieci otrzymało materiały służące jako pomoc w rozmowie o nowych technologiach. W czasie trwania kampanii z książeczkami „Bajki Zaktualizowane" zapoznało się ponad 28 tys. dzieci w całej Polsce. W zajęciach przeprowadzonych przez pracowników Intela i specjalistki Fundacji IT Girls wzięło udział ponad 300 dzieci z przedszkoli w Gdańsku i Warszawie. 750 pedagogów oraz 2400 rodziców pobrało pakiety edukacyjne.

3000

Pluszakoterapia z Jelonkiem Jankiem to program dla dzieci przebywających w szpitalach, którego organizatorem jest **Janssen Polska**. Celem jest przełamanie strachu i ograniczenie stresu związanego z leczeniem. W ramach programu powstały edukacyjne pluszaki – zaprojektowane tak, aby w łatwy sposób wytłumaczyć procedurę medyczną małemu pacjentowi, bajka edukacyjna oraz scenariusze rozmów z dziećmi. Pracownicy firmy Janssen, w ramach wolontariatu pracowniczego, przygotowali wyprawki dla dzieci. Projekt realizowany jest wraz z Fundacją Zaczytani. Zgodnie ze standardami zapisanymi m.in. w Europejskiej Karcie Praw Dziecka, przebywające w szpitalu dziecko ma prawo do uzyskania informacji w sposób dostosowany do jego wieku i percepcji. Program został pilotażowo wprowadzony w 5 szpitalach w Polsce.

225

We wrześniu 2022 r. firma **Jet Line** z okazji Międzynarodowego Dnia Języka Migowego zainicjowała i zrealizowała akcję **Pomigajmy = Pomagajmy**. Wydarzenie było skierowane do osób słyszących, aby te zwracały uwagę na osoby głuche w swoim otoczeniu, chciały pokonywać realne bariery komunikacyjne (brak znajomości języka migowego), ale też przełamywać ograniczenia wynikające z nieznajomości potrzeb osób głuchych. Partnerem akcji była Fundacja Integracja, a w realizacji wzięły udział osoby głuche, osoby słyszące, znające język migowy i słyszące, które go nie znają. W wydarzeniu chodziło o zwrócenie uwagi na potrzeby osób głuchych i niesłyszących za sprawą dostępnych na co dzień narzędzi. Z założenia jednodniowa akcja przyniosła efekt w postaci cyklu krótkich filmów, prezentujących podstawowe komunikaty w języku migowym.

33

KGHM Polska Miedź realizowała **kampanię Mie(dź) Rodzinę**. W 2022 r. promowano rodzicielstwo zastępcze w kampaniach medialnych, zorganizowano obchody Dnia Rodzicielstwa Zastępczego oraz Rajd Rodzin Zastępczych na Polanie Jakuszyckiej. Dzięki kampanii zwiększono świadomość społeczną o rodzicielstwie zastępczym, co w ocenie ośrodków pomocowych wyraźnie przełożyło się na zwiększenie liczby kandydatów na rodziców zastępczych w regionie.

18500

Po raz czwarty **Kompania Piwowarska wsparła kampanię #FASOFF** zainicjowaną przez partnera, Fundację „Dom w Łodzi". W kampanię społeczną w 2022 r. zaangażowały się influencerki: Panna Oksytocyna i ekipa profilu Zaufaj Położnej – obie są położnymi, które dzielą się wiedzą, doświadczeniem i udzielają cennych porad. Ich kanały śledzą miliony Polek spodziewających się dziecka. Przekaz kampanii dotarł w Internecie do 9,7 mln użytkowników, a działania FASOFF wywołały blisko 50 tys. reakcji. Spot wideo kampanii był emitowany nieodpłatnie w TVP (30 mln dotarcie), stacjach radiowych, a także w 180 centrach medycznych w Polsce. Wcześniejsze edycje projektu #FASOFF zdobyły wiele nagród i wyróżnień, w tym Digital Communication Awards 2020 w kategorii CSR Communication, Srebrny Spinacz 2020, PR Wings w 2022.

2716

mBank w 2022 r. w ramach **kampanii edukacyjnej „Ludzie są niesamowici"** zwracał uwagę na najczęstsze błędy, które ludzie popełniają w sieci i które mogą doprowadzić do utraty danych i pieniędzy. Kampania obejmowała spoty TV, radiowe oraz działania w Internecie. W czasie wzmożonych zakupów świątecznych mBank prowadził edukację z pomocą influencerów. Na stronie www.ludziesaniesamowici.pl użytkownicy

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

mmogi sprawdzić swoją wiedzę na temat cyberbezpieczeństwa. Bank przypominał też, że jego klienci mogą bezpłatnie korzystać z usługi CyberRescue. Zasięg kampanii sięgnął niemal 17 mln unikalnych użytkowników. Serwis internetowy kampanii rocznie odwiedza 1,5–2,7 mln osób, z których każda spędza tam średnio kilka minut.

7000

Nationale-Nederlanden wspiera **kampanię społeczną Mosznowładcy** (wcześniej Movember) już od 8 lat. Ma ona na celu szerzenie świadomości, jak istotna jest profilaktyka nowotworów wśród mężczyzn i promowanie dbania o własne zdrowie. Akcja przełamuje tabu związane z rakiem jądra i prostaty. W ramach kampanii w galeriach handlowych największych miast w całej Polsce organizowane są bezpłatne badania przesiewowe dla mężczyzn – USG i testy PSA. W 2022 r. akcja trwała aż 2 miesiące (październik–listopad) i po raz pierwszy wykorzystany został w niej podwójny gabinet. Dzięki temu możliwość przebadania się zapewniono znacznie większej liczbie mężczyzn niż w poprzednich latach. Podczas tegorocznej akcji pobito rekord. Przebadano w sumie 7203 mężczyzn, wykonano 5507 badań USG i 1696 testów PSA. Wykryto 34 nowotwory jąder i zdiagnozowano 53 wyniki PSA (marker nowotworowy prostaty), które odbiegały od normy. Wszystkie osoby skierowano na dodatkowe badania i dalszą diagnostykę.

839

PZU Zdrowie jako partner strategiczny wspierało promocyjnie, finansowo i merytorycznie projekt **kampania o profilaktyce Siła KobieTY**. Organizatorem kampanii był „Dziennik Bałtycki" razem z Akademią Walki z Rakiem. Jej celem było przypomnienie o profilaktyce nowotworów kobiecych. Do udziału w projekcie „Siła KobieTY" zaproszono 12 mieszkanek Pomorza, które wygrały walkę z rakiem, a obecnie wspierają w niej inne panie. Kobiety podzieliły się swoimi historiami oraz wzięły udział w artystycznej sesji zdjęciowej. Wystawę można było obejrzeć w pomorskich centrach handlowych. Akcji towarzyszyła seria artykułów poradnikowych, publikowanych na przełomie października i listopada, zachęcających do wykonywania badań.

7000

W Black Friday odbyła się kampania społeczna **#juzwszystkomam_vol. 3** przeciwko impulsywnemu kupowaniu niepotrzebnych rzeczy. Akcja organizowana przez **SzeptSzum** ma na celu przeniesienie uwagi na rzeczy wypełnione emocjami, wspomnieniami i uświadomienie odbiorcom, że warto rozejrzeć się dookoła siebie i zrozumieć, że ten dzień to nie „okazja", a szansa dla nas na uratowanie kawałka świata. Akcję wspierają osoby ze świata designu, architektury, muzyki, sztuki i nauki, którym los planety nie jest obojętny.

3

Akcja społeczno-edukacyjna **Na zdrowie. Seniorze pij kranowiankę!** powstała w ramach kampanii „W Krakowie dobra woda prosto z kranu" prowadzonej przez **Wodociągi Miasta Krakowa**. Jej celem jest zwrócenie uwagi na szczególną potrzebę regularnego picia wody przez osoby 60+, ponieważ bardziej niż osoby młodsze są one narażone na ryzyko odwodnienia organizmu. Dodatkowo, przekazuje informację, że z krakowskich kranów płynie wysokiej jakości woda, którą można pić bez przegotowania. Seniorom przekazywane są ulotki informacyjne dotyczące akcji oraz ekobidony na wodę. Organizowane są także prelekcje dotyczące dobrej wody prosto z kranu. W ramach kampanii spółka przygotowała materiały informacyjne oraz podjęła współpracę z krakowskimi klubami seniorów i centrami aktywności seniora.

1200

W ramach kampanii informacyjnej „W Krakowie dobra woda prosto z kranu", **Wodociągi Miasta Krakowa** od 2019 r. prowadzą akcję **W Krakowie pijemy kranowiankę** skierowaną do właścicieli krakowskich lokali, zarówno tych, którzy serwują już kranówkę swoim gościom, jak i tych, którzy dopiero chcą rozpocząć jej podawanie. Główne cele akcji to zwiększanie świadomości na temat wysokiej jakości wody w krakowskich kranach, propagowanie picia wody z kranu, troska o środowisko. W ramach wydarzenia organizowane są m.in. prelekcje dotyczące jakości wody w krakowskich kranach. W lokalach, które dołączyły do akcji, rozdawane są dzbanki, butelki na wodę, ulotki informacyjne. Do kampanii dołączyło 40 krakowskich lokali. W 2022 r. spółka rozdała 2 tys. bidonów, 500 szklanek, 200 dzbanków i butelek na wodę.

1200

Responsible Party powstało we współpracy firmy **Wyborowa Pernod Ricard** z Erasmus Student Network (ESN). Projekt ma na celu promowanie odpowiedzialnego spożywania alkoholu, przeciwdziałanie jego nadmiernej konsumpcji oraz binge drinking wśród młodych dorosłych, a jednocześnie promocję zrównoważonego stylu życia i samodecydowania o sobie. Firma wdrożyła cyfrową kampanię Drink More Water, zachęcając do częstszego picia wody, zwłaszcza podczas spożywania alkoholu. W Polsce Responsible Party zajmuje się zwiększaniem świadomości problemów związanych z nieodpowiedzialnym spożywaniem alkoholu, prowadzi prezentacje edukacyjne, dostarcza wodę i gadżety związane z odpowiedzialną konsumpcją alkoholu podczas imprez. Program pojawił się w 3 wydarzeniach ESN, podczas których firma dotarła do 200 młodych dorosłych z przesłaniem dotyczącym odpowiedzialnej konsumpcji. Łączny zasięg kampanii cyfrowej osiągnął dotarcie do 3,7 mln osób z grupy docelowej.

150

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

KULTURA I SZTUKA

Ambasador Wschodu to największy i najstarszy cykliczny przegląd dokonań osób, instytucji, podmiotów i samorządów działających na terenie wschodniej Polski oraz jej pogranicza. Organizuje go Kwartalnik „Kraina Bugu" wydawnictwa **5 STRONA**. Odbyło się już 9 edycji, w których łącznie ogłoszono 196 nominacji i przyznano 78 tytułów Ambasadora Wschodu. W 2022 r. po raz pierwszy umożliwione zostało społeczne zgłaszanie kandydatów – w sumie ogłoszono 28 nominacji i przyznano 9 tytułów Ambasadora Wschodu. Wśród laureatów w 2022 r. najwięcej było reprezentantów woj. podlaskiego i podkarpackiego. W dziedzinie społecznej odpowiedzialności przyznano tytuł zbiorowo, za zaangażowanie wielu podmiotów i prywatnych osób w pomoc Ukrainie.

4

Bank Pekao zorganizował **wystawę sztuki multimedialnej i stokenizował sztukę**. Projekt przenosi produkty finansowe na poziom sztuki, dodając im zupełnie nowych wartości: NFT z elementami kompozycji malarskiej Rafała Bujnowskiego zostały powiązane z 440 kartami płatniczymi Unique wprowadzonymi z MasterCard. Każda z kart na awersie ma nadrukowany fragment obrazu artysty „Ściana pracowni", z którym będzie powiązany niewymienialny token. W pierwszym polskim środowisku metaverse'owym ESKA World stworzono przestrzeń Pekao – Galerię PeoPay. W wirtualnych pomieszczeniach galerii prezentowane są stokenizowane prace Kai Renkas wykonane na 25-lecie Bankowości Prywatnej oraz animacje i gra interaktywna. W lobby jednego z budynków centrali banku powstała galeria multimedialna. Dodatkową atrakcją jest gra AR. Można było zagrać w nią za pomocą dołączonego tabletu lub pobrać poprzez wyświetlany kod QR.

12483

W 2022 r. w okresie wakacji letnich w bezpośrednio sąsiadującym z Muzeum Powstania Warszawskiego hotelu Crowne Plaza należącym do **Ghelamco Hotel** upamiętniono **Powstanie Warszawskie**. W pokojach hotelu umieszczane zostały kartki kalendarza z informacjami o Powstaniu po polsku i angielsku, a dzieci otrzymywały książeczkę edukacyjną „Jak narysować Łączniczkę". Przez cały sierpień działało Kino Powstańcze z filmami Muzeum Powstania Warszawskiego. W hotelowym lobby odbyła się wystawa prezentująca najważniejsze wydarzenia i zdjęcia Powstania. Dystrybuowane były broszury z informacjami o Powstaniu, a 1 sierpnia na 21. piętrze budynku pojawiła się biało-czerwona iluminacja oraz wyświetlany na fasadzie symbol Polski Walczącej. Ghelamco Hotel zorganizował pro bono uroczysty obiad dla weteranów ze zgrupowanie AK „Gurt" i baterii plot. „Żbik".

132

Piąta edycja konkursu **„zaŚPIEWAJ I TY NIEPODLEGŁEJ!"** odbyła się pod hasłem „Moja Poezja – Moja Ojczyzna". Przedsięwzięcie promuje wśród uczniów małopolskich szkół podstawowych patriotyzm i pozwala zabłysnąć talentom. W 2022 r. napłynęło ponad 260 zgłoszeń, nagrodzono 43 wykonania. Laureaci wystąpili w galowym, transmitowanym na żywo na YT, koncercie w zabytkowej kopalni. Konkurs to wspólne przedsięwzięcie **Kopalni Soli „Wieliczka"** i Wojewody Małopolskiego, wspierane przez Małopolskiego Kuratora Oświaty, Akademię Muzyczną w Krakowie i Muzeum Żup Krakowskich Wieliczka. Zgłoszenia na konkurs oceniali fachowcy, ale również publiczność – głosująca w internetowym plebiscycie na swojego faworyta. Konkurs i koncert aktywizują utalentowane dzieci, skłaniają do sięgania po patriotyczny repertuar. W koncercie w 2022 r. wystąpiły również pozostające pod opieką kopalni dzieci z Ukrainy.

807

Festiwal „Stolica Języka Polskiego" w Szczebrzeszynie to jedno z najważniejszych wydarzeń literackich w Polsce. Firma **Model Opakowania** wspiera organizację festiwalu poprzez przygotowanie oprawy Małej Stolicy Języka Polskiego, skierowanej dla najmłodszych. Wyprodukowane przez firmę tekturowe ławy, taborety, kuferki, zwierzątka do składania i wycięte z tektury literki umilają czas najmłodszym uczestnikom festiwalu w atmosferze ecofriendly.

830

1 czerwca 2022 r. w Dzień Dziecka **NEPI Rockcastle Polska** otworzył **interaktywną wystawę „Machiny Leonarda da Vinci"** w galerii Aura Centrum Olsztyna. Wstęp dla dzieci był bezpłatny. Można było tam zobaczyć wiernie odtworzone modele ponad 30 wynalazków mistrza, m.in. helikopter, łożysko kulkowe, spadochron czy czołg, a także repliki najsłynniejszych obrazów, w tym „Mony Lizy". Zwiedzający mogli samodzielnie sprawdzić działanie maszyn. Całość ekspozycji uzupełniały tablice dydaktyczne. W dniu otwarcia ekspozycję odwiedziło 419 osób, przede wszystkim rodziny z dziećmi. Wystawa trwała do końca października 2022 r.

83

Firma **Nhood Polska**, w ramach **współpracy z Kampinoskim Parkiem Narodowym**, udostępnia w Galerii Łomianki ekologiczne wystawy fotografii. Uzupełnieniem zdjęć są plansze edukacyjne, na których zgromadzono fakty dotyczące fauny i flory obecnej w Kampinoskim Parku Narodowym. Od kwietnia do listopada 2022 r. odwiedzający wystawę w Galerii Łomianki mogli poznać bliżej zwierzęta zamieszkujące teren KPN. Natomiast od listopada 2022 r. na wystawie „Mozaika przyrodnicza Puszczy Kampinoskiej" można podziwiać uchwycone w fotograficznych kadrach malownicze zakątki puszczy, wrzosowiska, uroczyska, starodrzew oraz skąpane w mgłach bagna.

80

Nhood Polska w ramach programu CSR „Dobry sąsiad" **wspiera dziedzictwa regionów poprzez rodzinne animacje**. Realizuje wydarzenia promujące tradycje i kulturę regionów, w których działają zarządzane przez firmę obiekty handlowe, a także wspiera lokalną społeczność. W 6 centrach handlowych na Śląsku oraz w Zagłębiu odbyło się 13 akcji promujących sztukę regionalną, w tym bibułkarstwo, wykonywanie ozdób z drewna osiki i wikliny czy malowanie na szkle. Bezpłatne zajęcia adresowane do osób w każdym wieku odbywały się w soboty.

80

Częścią festiwalu Emanacje organizowanego przez Centrum w Lusławicach jest **Young Arts Festival w Krośnie** – wydarzenie na kulturalnej mapie całego regionu, promujące muzykę klasyczną i jazzową. Od początku organizatorzy mogą liczyć na wsparcie **Nowego Stylu**, dzięki czemu festiwal utrzymuje darmową formułę. Pierwsza edycja odbyła się latem 2016 r. i dzięki bardzo ciepłemu przyjęciu i ogromnej frekwencji w kolejnych latach doczekała się kontynuacji. W 2022 r. na scenie Young Arts Festival wystąpili: Kinga Głyk, Leszek Możdżer razem z Orkiestrą Kameralną Miasta Tychy AUKSO oraz Orkiestra Symfoniczna Filharmonii Lwowskiej pod batutą Volodymyra Syvokhipa.

6883

Grupa **PKP CARGO** pełni funkcję **mecenasa zabytków techniki kolejowej**. Od 18 lat utrzymuje zabytkowy tabor kolejowy w skansenie w małopolskiej Chabówce. Wspólnie z wielkopolskimi jednostkami samorządu terytorialnego współfinansuje działalność 115-letniej Parowozowni w Wolsztynie (status Instytucji Kultury), a z organizacjami non profit działa dla rozwoju kolejowego ruchu turystycznego (np. program edukacyjny „Lato z Parowozami"; czy „Parowozjada" – jedno z największych wydarzeń popularyzujących historię kolei). Zaangażowanie firmy pozwoliło uratować bezcenne w skali Europy skarby techniki kolejowej. W Skansenie w Chabówce zgromadzono najliczniejszą w Polsce kolekcję: parowozy, lokomotywy spalinowe, elektryczne, wagony pasażerskie i towarowe. Część parowozów pozostaje w stanie czynnym. W ciągu roku z podróży pociągami retro korzysta ok. 22 tys. osób, Skansen odwiedza ok. 30 tys. osób, w najbardziej spektakularnych wydarzeniach („Lato z Parowozami"; „Parowozjada", programie „Małopolskie Szlaki Turystyczne") uczestniczy ok. 19 tys. osób.

14800

Poprzez konkurs **Baltic Horizons** Miasto Sopot oraz **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**, wspólnie z Państwową Galerią Sztuki w Sopocie, a także partnerskimi instytucjami kultury Polski, Litwy, Łotwy i Finlandii, zwracają uwagę na zmiany klimatyczne w regionie, wspierają rozwój świadomości klimatycznej i zachęcają do zmiany myślenia o wspólnej przestrzeni. Baltic Horizons to jednocześnie konkurs rzeźbiarski i szeroka platforma dialogu społeczno-artystycznego z udziałem partnerów z regionu bałtyckiego. Jednym z jego celów jest podtrzymanie i rozwinięcie sopockich tradycji współpracy z artystami z różnych obszarów kultury. Założeniem Baltic Horizons jest budowanie trwałych i szerokich społeczności, a także nowych pól artystycznej współpracy w regionie Morza Bałtyckiego.

10 2800

Konkurs **Literacka Podróż Hestii** wyróżnia autorów i autorki powieści, powieści graficznych i opowiadań napisanych z myślą o młodych czytelnikach i czytelniczkach (10–15 lat). Fundatorem Nagrody jest **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**. Konkurs organizuje Fundacja Artystyczna Podróż Hestii w partnerstwie z Fundacją Wisławy Szymborskiej. W drugiej edycji konkursu kapituła wyróżniła książkę „Stan splątania" Roksany Jędrzejewskiej-Wróbel. Twórcy konkursu stawiają sobie za cel promowanie powieści i opowiadań, które będą miały szanse pozostać na długo w kanonie literatury dziecięco-młodzieżowej. Inicjują też dyskusję o roli i kondycji literatury dziecięcej i młodzieżowej w Polsce – podczas spotkań z wydawcami na targach książki, czy festiwalach literackich o nominowanych tytułach opowiadali recenzenci i influencerzy.

2800

WATER by Artystyczna Podróż to czwarta edycja konkursu fotograficznego organizowanego na instagramowym profilu @artystycznapodroz przez **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**. W konkursie mogli wziąć udział zarówno amatorzy, jak i profesjonaliści. Warunkiem było wykonanie urządzeniem mobilnym (smartfon lub tablet) zdjęcia nawiązującego do tematu wody i opublikowanie go na Instagramie, oznaczając hashtagami #artystycznapodroz oraz #apwater2022. Do konkursu zgłoszono ponad 2 tys. zdjęć. Temat wody jest współcześnie szczególnie ważny – w obliczu zachodzących zmian klimatycznych i destrukcyjnych działań człowieka wpływających na wodne ekosystemy.

2800

MARKETING ZAANGAŻOWANY SPOŁECZNIE

Energa Obrót i Fundacja Energa z **Energa Grupa ORLEN** wsparły domy dziecka i ośrodki opiekuńczo-wychowawcze. Wszystko dzięki **ofercie „Radość pomagania"** – za każdą podpisaną umowę w ramach tej oferty Fundacja Energa przekazała wybranej instytucji 100 zł. Dzięki prawie 4 tys. indywidualnych decyzji konsumenckich, łącznie przekazano ponad 396 tys. zł na rzecz 9 ośrodków pomocy dzieciom w Polsce. To, który z ośrodków otrzyma darowiznę, zależało od miejsca zawarcia oferty. Dzięki przekazanym środkom placówki mogły lepiej realizować potrzeby swoich wychowanków.

9800

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Hochland w ramach **programu Hochland dzieli się tym, co dobre** współpracuje z Polską Akcją Humanitarną i Programem Pajacyk, wnosząc swój wkład w zmniejszenie problemu niedożywienia dzieci i jego następstw. Logo akcji umieszczone zostało na opakowaniach serów Hochland, aby konsumenci wiedzieli, że wybierając ten produkt, przeznaczają pewną część jego ceny na wsparcie potrzebujących dzieci. W 2022 r. w ramach Programu Pajacyk sfinansowano 150 tys. posiłków. Zaplanowano dodatkowo – w dłuższej perspektywie czasu – kampanię informacyjną w mediach, a także rozmowy z ekspertami. W listopadzie odbyły się warsztaty edukacyjne dla dzieci.

800

STORSTOMMA to nie tylko torba IKEA, ale także produkt będący symbolem szacunku dla osób LGBT+ oraz wsparcia, akceptacji i otwartości. Sprzedaż **toreb pełnych szacunku** to dla **IKEA Retail** możliwość wsparcia oraz pomocy dzieciom i młodzieży we współpracy z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę. Dochód z limitowanej serii toreb wsparł strategiczne działanie FDDS – telefon zaufania dla dzieci i młodzieży (116 111) potrzebujących rozmowy o tym, co dla nich trudne, a nieznajdujących pomocy wśród najbliższych z ich otoczenia; nierzadko są to młode osoby nieheteronormatywne, które zmagają się z wykluczeniem. Wsparcie telefonu umożliwiło odebranie dodatkowo ok. 26 tys. połączeń od dzieci i nastolatków w kryzysie. Sprzedaż toreb rozpoczęła się 17 maja, w święto IDAHOT, m.in. jako wyraz szacunku do osób LGBT+.

6000

Konkurs grantowy „Zabawa to poważna sprawa" jest lokalnym programem **IKEA Retail**, będącym częścią globalnej inicjatywy IKEA „Play Coalition". Inicjatywa buduje świadomość tego, jak ważny jest wpływ zabawy na prawidłowy rozwój dzieci. W Polsce, w ramach programu, środki uzyskane ze sprzedaży kolekcji zabawek SAGOSKATT (zaprojektowanych przez dzieci) firma przeznacza na granty dla organizacji zajmujących się wspieraniem dzieci i młodzieży zagrożonych wykluczeniem społecznym. W 2022 r. (piąta, ostatnia edycja) nagrodzono projekty adresowane do dzieci i młodzieży z doświadczeniem migracyjnym. Trafiły do Fundacji Niezwyczajni z Józefowa, Fundacji dla Wolności z Warszawy oraz Młodzieżowego Ośrodka Pracy Twórczej z Dąbrowy Górniczej.

6000

W 2021 r. sieć Biedronka, należąca do **Jeronimo Martins Polska**, została sponsorem głównym WOŚP. W sklepach Biedronki, oprócz tradycyjnej zbiórki pieniędzy, pojawiły się zimowe czapki w atrakcyjnych wzorach, w rozmiarze dla dorosłych oraz dla dzieci, opatrzone logo WOŚP i Biedronki. Cały przychód ze sprzedaży **czapek WOŚP** (prawie 5 mln zł) został przekazany na WOŚP, a nakrycia głowy nosiło ponad pół miliona Polaków. Pracownicy sieci dodatkowo wspierali finał WOŚP, pokazując czapkę w swoich mediach społecznościowych, a drużyna pracowników Biedronki, także w czapkach, wystartowała w biegu charytatywnym organizowanym przez WOŚP. Łącznie sieć Biedronka przekazała WOŚP 7,43 mln zł.

80000

Firma **KABAK** **współpracuje z Fundacją Avalon** działającą na rzecz osób z niepełnosprawnościami i przewlekle chorych. W ramach kooperacji powstały wyjątkowe skarpetki Socks Off Seks On – ideą jest przywrócenie głosu osobom z niepełnosprawnościami, których cielesność i seksualność są społecznie wykluczane. Stygmatyzacja niepełnosprawności została symbolicznie przedstawiona na skarpetkach poprzez zakrycie fragmentów linii ciał widocznych na projekcie. Skarpetki stworzyła Julia Zakrocka, artystka z niepełnosprawnością rysująca i malująca ustami. 50% kwoty z każdej sprzedanej pary wsparło działania Fundacji Avalon na rzecz osób z niepełnosprawnościami, w tym rozwój Projektu Sekson. Od początku współpracy do teraz firma KABAK sprzedała ponad 300 par Socks Off Seks On.

11

Projekt **Lidl Polska** powstał z myślą, aby odmienić na lepsze nie tylko warunki, w których uczą się miliony polskich dzieci, ale przede wszystkim ich przyszłość. Dzięki wyposażeniu szkół w pomoce naukowe oraz sportowe dzieci mogły odkryć swoje pasje. Motorem akcji **Szkoły pełne talentów** byli klienci sieci, którzy po zrobieniu zakupów za określoną kwotę otrzymywali specjalne vouchery – Talenciaki, a następnie przekazywali je wybranej szkole. Placówka mogła wymienić vouchery na nagrody, a były ich dziesiątki: zaczynając od piłek, a kończąc na zaawansowanym sprzęcie multimedialnym. Akcja odniosła wielki sukces – ponad 26 mln Talenciaków trafiło do 10 600 szkół w całej Polsce, które zamówiły ponad 30 tys. nagród. Celem akcji było wyposażenie jak największej liczby polskich szkół w pomoce naukowe, artykuły sportowe, sprzęt elektroniczny i inne nagrody, które pomogą dzieciom w określeniu i realizacji ich pasji oraz wyłonieniu talentów.

24000

Firma **Many Mornings** ustanowiła niedzielę 11 grudnia 2022 r. Dniem **Dobrych Uczynków Kolorowych Skarpetek**. Przekazywała 10% przychodu na cele społeczne. Każdy użytkownik mógł samodzielnie zadecydować, jaką organizację wesprze w trakcie robienia zakupów i jaki obszar społecznego deficytu wymagał jego inicjatywy. Firma doprowadziła do partnerstw z organizacjami pozarządowymi odpowiadającymi za różne obszary społeczne: ze Stowarzyszeniem mali bracia Ubogich, z Fundacją Ocalenie i Fundacją dla Szczeniąt Judyta. W ramach akcji łącznie przekazano darowizny w wysokości 8423 zł. Najważniejszym wskaźnikiem dla działania był wzrost przychodu z analogicznego okresu rok do roku. Dane pokazywały liczbę użytkowników, którzy decydowali się na zakup właśnie ze względu na jego dobroczynny wymiar. Liczba transakcji wzrosła rok do roku o niemal 15%.

35

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Od 2019 r. w sklepach **Pepco** w Polsce można kupić pluszowe misie, z których 100% zysku firma przeznacza na cele charytatywne związane z realizacją zadań na rzecz wspierania rozwoju osobistego i edukacji dzieci w trudnej sytuacji rodzinnej i finansowej. W roku finansowym 2021/2022 zyski z akcji **Misie z Pepco dzielą się dobrem** przekazywano Towarzystwu Przyjaciół Dzieci. Jesienią 2022 r. do sklepów trafiły misie w nowych ubrankach, które tym razem pomogli zaprojektować pracownicy Pepco. W Polsce 100% zysku ze sprzedaży zasiliło konto Fundacji Świętego Mikołaja na budowę świetlic, do których uczęszczają dzieci z Ukrainy. W placówkach uczą się języka polskiego, otrzymują wsparcie psychologiczne i mają zapewnione zajęcia integracyjne.

23262

W 2020 r. **Pharmena** zawarła **porozumienie z Fundacją Gajusz**. Ma ono na celu wsparcie podopiecznych Fundacji, która prowadzi Centrum Opieki Paliatywnej dla Dzieci obejmujące swoją kompleksową pomocą przewlekle i nieuleczalnie chore dzieci i ich rodziny. Pharmena SA nieprzerwanie od 3 lat przekazuje Fundacji kwotę ze sprzedaży każdej sztuki kosmetyków z linii Dermena, których jest producentem. Spółka umieszcza na opakowaniach kosmetyków stosowne komunikaty oraz logo Fundacji, zachęcające do jej wsparcia. Ideą praktyki jest finansowe wsparcie podopiecznych Fundacji i umożliwienie jej realizacji celów statutowych.

30

Spółka **Procter & Gamble DS Polska** już po raz czwarty połączyła siły ze Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce w ramach programu **Czyste Pomaganie**. W akcję jak co roku zaangażowali się konsumenci, którzy kupując wybrane produkty marek P&G w sieci sklepów Carrefour, pomogli sfinansować obiady dla podopiecznych Stowarzyszenia. Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce opiekuje się opuszczonymi i osieroconymi dziećmi oraz tymi z rodzin w kryzysie w ramach Programu Umacniania Rodziny „SOS Rodzinie". Program powstał z myślą o dzieciach w potrzebie, które nie miały zapewnionego codziennego dostępu do ciepłego, pełnowartościowego posiłku. Kluczową miarą efektywności jest liczba ufundowanych posiłków dla dzieci. W ramach inicjatywy zorganizowanej w 2022 r. firma P&G ufundowała 10 tys. pełnowartościowych posiłków dla dzieci w Polsce. Od początku trwania inicjatywy partnerzy przekazali już ponad 40 tys. posiłków.

4000

Procter & Gamble DS Polska podejmuje działania, których celem jest realna pomoc oraz poprawienie jakości życia konsumentów. **Każdy Dzień na Medal** to wspólna inicjatywa Procter & Gamble, Polskiej Fundacji Olimpijskiej oraz sieci Biedronka. Akcja wspiera publiczne szkoły podstawowe w działaniach promujących sport i zdrowy tryb życia wśród młodzieży. W ramach programu powstał konkurs grantowy dla szkół oferujący środki na realizację projektów wspierających sportowy rozwój dzieci. Program angażował lokalne społeczności, a na zgłoszone przez szkoły projekty głosowali konsumenci, którzy kupili wybrane produkty P&G w sklepach sieci Biedronka. Dzięki inicjatywie 31 szkół otrzymało granty o wysokości do 60 tys. zł.

4000

Od 1 kwietnia do 31 grudnia 2022 r. 52 kobiety, które podczas chemioterapii utraciły włosy, otrzymały wsparcie w ramach akcji **#wlosodnowa Twój Cel** To, w postaci funduszy na zakup syntetycznych peruk. Z każdego zakupu produktu Biotyna 10 firma **Simple Day** przekazała 1% na Fundację Rak'n'Roll oraz dodatkowo do każdej zakupionej peruki ufundowała zakup 2 kolejnych peruk. W tym czasie suplement na gęste i długie włosy pomagał zarówno kobietom, które chciały o siebie zadbać, jak i tym, które straciły włosy w wyniku leczenia. Początkowo zakładano wsparcie dla 40 kobiet. Dzięki przeprowadzonej akcji realne wsparcie otrzymały aż 52 kobiety.

8

Firma **Wawel** oraz Fundacja „Wawel z Rodziną" przeprowadziły w 2022 r. czwartą edycję charytatywnej akcji **Zostań Pomocnikiem Świętego Mikołaja**, która miała na celu zaangażowanie konsumentów w czynienie dobra. W ramach współpracy z Frisco.pl klienci sklepu internetowego przy okazji zakupów online w dniach od 14 listopada 2022 do 11 grudnia 2022 r. minimum dwóch słodyczy marki Wawel, oznaczonych symbolem „Kupujesz – Pomagasz", sprawiali, że do jednej z sześciu placówek opiekuńczo-wychowawczych (w Gdańsku, Warszawie, Katowicach, Krakowie, Poznaniu i we Wrocławiu) trafiły słodkie upominki. W ramach czwartej edycji akcji firma Wawel oraz Fundacja „Wawel z Rodziną" przekazały do ośrodków łącznie ok. 300 kg słodyczy, na podstawie zamówień internetowych, złożonych przez konsumentów w sklepie Frisco.pl.

1097

PROFILAKTYKA ZDROWOTNA

W ramach kampanii **„Adamed Dla Rodziny"** firma **Adamed Pharma** oferowała specjalistyczne badania, m.in.: echo serca, USG, badanie dna oka i umożliwiła dostęp do urologa i psychiatry. Założeniem było dotarcie do mieszkańców mniejszych miejscowości, w których dostęp do lekarza specjalisty jest utrudniony. Firma dotarła do sześciu miejscowości: Pabianic, Kołobrzegu, Leszna, Katowic, Ełku i Nowego Sącza. W ramach kampanii wykonano 2153 badania i konsultacje. Firma zaprosiła do współpracy m.in. władze samorządowe. Przedstawiciele urzędów miast oraz mieszkańcy złożyli kilkaset imiennych podpisów pod deklaracją zobowiązującą do dbania o zdrowie własne i bliskich, co podkreśla wymiar edu-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

kacyjny akcji. W ramach kampanii przeprowadzono też badanie opinii społecznej „Stan zdrowia Polaków".

2000

Sieć **ALAB laboratoria** realizuje program **Profilaktyka 40 PLUS**. Program zakłada realizację bezpłatnych badań diagnostycznych w formie pakietów dedykowanych oddzielnie kobietom i mężczyznom oraz pakietu wspólnego. Dla pacjentów, którzy zrealizowali lub zrealizują badania w ramach programu, ALAB laboratoria przygotował ofertę uzupełniającą, która umożliwia wykonanie dodatkowych badań, spoza programu, ze zniżką 20%. Badania w ramach programu zrobiło w 2022 r. prawie 70 tys. pacjentów. Praktyka jest kontynuowana. Akcja jest również promowana wewnątrz organizacji, wśród pracowników, którzy po wewnętrznej kampanii informacyjnej wybrali się na badania (pracownicy biura i centralnego laboratorium mogli skorzystać z badań w czasie pracy, w punkcie pobrań, który znajduje się w głównej siedzibie ALAB laboratoria).

4000

Dla firmy **ALAB laboratoria** działalność edukacyjna oraz profilaktyczna jest bardzo ważna i stanowi dużą część działań firmy. W jej ramach ALBA laboratoria prowadzi **otwarte webinary** i **Centrum Wiedzy – szerzenie wiedzy na temat chorób i profilaktyki zdrowia** z udziałem zewnętrznych ekspertów, ale również specjalistów z firmy, którzy prowadzą otwarte spotkania i dzielą się swoją wiedzą. Informacje o webinarach trafiają zarówno do pacjentów, jak i pracowników firmy. W maju 2022 r. pojawiła się nowa odsłona Centrum Wiedzy ALAB laboratoria. Ma ono za zadanie dostarczać rzetelnych i aktualnych informacji na temat profilaktyki zdrowotnej i badań laboratoryjnych. Celem firmy jest zapewnienie szerokiego dostępu do wiedzy na temat chorób, profilaktyki zdrowia i suplementacji. W 2022 r. zostało przeprowadzonych 11 otwartych webinarów z ekspertami ALAB laboratoria, a w Centrum Wiedzy pojawiło się 60 artykułów eksperckich. Stronę odwiedziło ponad pół miliona użytkowników.

4000

Miasteczko zdrowia to projekt realizowany wspólnie z Fundacją powołana przez **ANWIL** w formie jednodniowego eventu plenerowego o charakterze rodzinnym. Mieszkańcy Włocławka i okolic mieli wówczas możliwość skorzystania z bezpłatnych porad lekarskich i wykonania bezpłatnych badań profilaktycznych: kardiologicznych, okulistycznych, dermatologicznych i dietetycznych. Do dyspozycji odwiedzających były mobilne punkty badań: osteobus, słuchobus, mammobus i dentobus, można było oddać krew. W ramach akcji funkcjonowały strefy: sportowa, bezpieczeństwa, wellbeingowa. Miarą efektywności działania było zainteresowanie mieszkańców – w wydarzeniu wzięło udział 3300 uczestników. Wykonano ponad 2500 badań profilaktycznych. Udzielono 100 porad specjalistycznych.

1300

Firma **Benefit Systems** stworzyła innowacyjne rozwiązanie, jakim jest usługa **MultiLife**. To platforma wspierająca holistyczne podejście do kluczowych obszarów życia, takich jak: odżywianie, ruch, rozwój czy zdrowie psychiczne. W ramach usługi pracownik firmy, która z niej korzysta, może porozmawiać z dietetykiem, trenerem czy psychologiem, uczyć się języków obcych lub przejść kurs medytacji i prawidłowego oddychania. Usługa odpowiada na aktualne potrzeby rynku, o których firma dowiedziała się z przeprowadzonego badania na grupie 600 pracowników z różnych organizacji i obszarów zamieszkania. Usługa wspiera 3 obszary niezbędne do prowadzenia zdrowego stylu życia użytkowników usługi: kondycję fizyczną, kondycję psychiczną i zdrowe odżywianie.

3689

Inicjatywa **Analiza składu ciała** jest elementem programu Zdrowie na Etacie spółki **Benefit Systems**, skierowanego do jej klientów. Była przeprowadzana w organizacjach, które są klientami firmy, w ramach programu wellbeingowego Zdrowie na Etacie oraz Dni Otwartych Multisport. To krótkie i nieinwazyjne badanie, po którym uczestnik otrzymuje informacje o swojej masie ciała, zawartości tkanki tłuszczowej, mięśniowej i kostnej w ciele, a także o zawartości tkanki tłuszczowej trzewnej i wody w organizmie. Poznaje również rozmieszczenie tkanki tłuszczowej i mięśniowej w swoim ciele oraz podstawowe zapotrzebowanie energetyczne, a od dietetyka otrzymuje porady dotyczące zdrowego odżywiania. Inicjatywa jest odpowiedzią na wysoki odsetek osób zmagających się z nadwagą i otyłością w Polsce. Wskaźnik zadowolenia z analizy wynosił powyżej 94% w firmach objętych programem Zdrowie na Etacie.

3689

Compensa stara się docierać z działaniami profilaktycznymi do różnych grup wiekowych. Firma stworzyła konto na platformie Tik-Tok, która dociera do osób najmłodszych, by **edukować młodsze pokolenie z zakresu pierwszej pomocy**. Na kanale pojawiły się m.in. filmy dotyczące pierwszej pomocy przy zakrztuszeniu się, złamaniu kości, epilepsji, udaru słonecznego oraz prawidłowym masażu serca. Kanał @pierwsi_do_pomocy z dnia na dzień cieszy się coraz większym zainteresowaniem młodych osób. Compensa edukowała także swoich pracowników i w 2022 zorganizowała 5 szkoleń w Centrali. Dotarcie do użytkowników platformy Tik-Tok w 2022 ro. wyniosło 13 milionów. Również ponad 100 pracowników firmy zostało przeszkolonych z zakresu udzielania pierwszej pomocy

1935

Co trzeci Polak wieku powyżej 75 lat mieszka sam, a co piąta osoba w wieku powyżej 65 lat czuje się samotna. Często doprowadza to do depresji, a w konsekwencji do przedwczesnej śmierci. Fundacja Dbam o zdrowie, należącą do **DOZ**, pod koniec 2022 r. uruchomiła **Telefon życzliwości dla seniora. Słuchamy–Wspieramy**. Każda osoba czująca się samotnie lub borykająca się z życiowym problemem może zadzwonić i porozmawiać z życzliwą osobą. W telefonie dyżury pełnią wolontariusze w różnym wieku, nie tylko seniorzy. Jest to więc platforma międzypokoleniowa. Dzwoniące osoby samotne mają z kim porozmawiać, a seniorzy wolontariusze mają

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

swoją misję do spełnienia – czują się potrzebni. Dyżury pełnią również specjaliści, m.in. farmaceuta czy dietetyk.

4500

Energa Grupa ORLEN realizuje projekty odpowiedzialności społecznej, wspierając osoby potrzebujące i chore oraz dbając o dobre zdrowie i jakość życia. Wspiera projekt **Oddech pełen energii**, realizowany przez Polskie Towarzystwo Walki z Mukowiscydozą Oddział w Gdańsku. „Oddech pełen energii II" jest kontynuacją projektu. W jego ramach dzieci chore na mukowiscydozę otrzymają kompleksowe wsparcie w zakresie opieki psychologicznej, aktywności sportowej i fizjoterapii, które jest konieczne w profilaktyce choroby. Projekt zachęca również do udziału w akcji popularyzującej problem walki z chorobą o nazwie #PrzeskoczMukowiscydozę, zorganizowanej z okazji Światowego Dnia Mukowiscydozy. Energa Grupa Orlen Grupa docelowa projektu to ok. 70 dzieci.

9800

Akcja **Babeczki dla Oli** została zainicjowana przez pracownice laboratorium **Energopomiar** na rzecz koleżanki chorej na nowotwór piersi. Kluczowym punktem akcji był kiermasz z wypiekami domowej roboty. Kiermasz miał jasnoróżową oprawę, a na opakowaniach babeczek i ciast wyeksponowano różową wstążkę – znak walki z rakiem piersi. Dodatkowo Energopomiar zorganizował różowy tydzień świadomości raka piersi – akcję informacyjną przypominającą o konieczności wykonywania badań profilaktycznych. Podczas akcji profilaktyki zdrowotnej promowane były badania piersi, w tym dostępne w ramach pakietu medycznego LuxMed dla pracowników Energopomiaru. Dodatkowo pracownicy otrzymali za pośrednictwem poczty firmowej informacje na temat terminów darmowych badań mammograficznych organizowanych przez Narodowy Instytut Onkologii z Gliwic. Podczas kiermaszu zebrano ponad 7 tys. zł. Energopomiar przekazał darowiznę w wysokości 24 tys. zł na konto pracowniczki w fundacji Rak'n'Roll i dodatkowo zapomogę z funduszu socjalnego.

239

Projekt **Forum Młodzieży – Niębieskie Trampki** powstał z inicjatywy **FORUM GDAŃSK Property**. Był on odpowiedzią na agresję i niszczenie mienia przez młodzież. FORUM we współpracy z Fundacją FOSA bezpłatnie świadczy wsparcie psychologiczne młodzieży, rozumiane jako forma ochrony ich zdrowia psychicznego w kryzysach osobistych. Psycholodzy, terapeuci, streetworkerzy oraz wolontariusze ratują młodzież przed podjęciem impulsywnych decyzji, organizują bezpieczną przestrzeń, w której wzmacniają powrót uczniów do odgrywania ról społecznych. Wsparcie w trybie interwencyjnej konsultacji psychologicznych otrzymali także rodzice/opiekunowie prawni. Współpraca z FOSĄ zaowocowała wsparciem ponad 2300 uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych będących w kryzysie. Jednym z najważniejszych rezultatów projektu było wzmocnienie psychicznych zasobów młodzieży, by potrafiła konfrontować się z uczuciami pojawiającymi się w procesie dojrzewania i trudnymi wydarzeniami życiowymi.

10

Minęło 15 lat, odkąd **Grupa Muszkieterów** zaczęła prowadzić kampanię **Muszkieterowie dla Polek**. Jej celem jest zwiększanie świadomości w zakresie profilaktyki nowotworu piersi i zainspirowanie kobiet do regularnego dbania o zdrowie. W ramach akcji Grupa organizuje bezpłatne badania, w których mogą wziąć udział kobiety w wieku 50–69 lat, które w ciągu ostatnich dwóch lat nie wykonywały mammografii. Przed wybranymi sklepami sieci postawione są specjalne mammobusy, w których chętne osoby mogą skorzystać z badań i w razie potrzeby uzyskać skierowanie na dalsze badania. W 2022 r. badaniu poddało się 6637 kobiet. U 607 z nich wykryto łagodną zmianę, a 175 zostało skierowanych na dalsze badania. W jednym roku Grupa Muszkieterów swoim działaniem uchroniła 782 kobiet przed zbyt późną diagnozą, co pokazuje, jak wiele można zrobić, wychodząc naprzeciw osobom, które często nie są świadome tego, jak ważna jest profilaktyka.

13000

KGHM Polska Miedź corocznie angażuje się w **kampanie promujące badania profilaktyczne**, takie jak Różowy Październik czy Movember (Wąsopad). Poprzez organizowane wśród pracowników konkursy podnoszona jest świadomość na temat problemów zdrowotnych kobiet i mężczyzn. Praktyka ta będzie kontynuowana, a corocznie włączają się w nią np. partnerskie kluby sportowe czy znani sportowcy.

18500

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 psychicznego**. W 2022 r. zainicjowano drugą edycję programu, uruchamiając dodatkowe punkty konsultacyjne w regionie. Dzięki różnorodnym formom wsparcia zdrowia psychicznego z pomocy skorzystało już kilkadziesiąt tysięcy odbiorców i uczestników działań. Program ten stanowi wymierne wsparcie dla gminnych i miejskich poradni, dzięki czemu skróciło się oczekiwanie na pomoc specjalistów w naszym regionie.

18500

Wiosną 2022 r. powrócił po przerwie spowodowanej pandemią program **Zdrowie na 5+**, realizowany przez **Kopalnię Soli**

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

„Wieliczka”. Program promuje zdrowy styl życia wśród dzieci, zachęca je do aktywności fizycznej, uczy dbałości o zdrowie i higienę, edukuje, kształtuje dobre prozdrowotne postawy i nawyki. Kopalnia kieruje inicjatywę do wielickich i krakowskich przedszkoli, a udział w niej jest bezpłatny. W ramach programu fizjoterapeuci Uzdrowiska kopalni odwiedzili w 2022 r. 41 przedszkoli, w tym 22 na terenie Wieliczki oraz powiatu wielickiego. Spotkania z najmłodszymi trwały przez 8 dni, a skorzystało z nich ok. 1500 dzieci. Eksperci z Uzdrowiska proponują atrakcyjne, pożyteczne, a także łatwe do wykonania w domu ćwiczenia, podsuwają też pomysły na zabawy, które inspirują do aktywnego spędzania czasu.

807

Grupa **LUX MED** z okazji Miesiąca Świadomości Raka Piersi (Różowego Października) była partnerem merytorycznym akcji edukacyjnej **Pier(w)si się badamy**, realizowanej przez program Dzień Dobry TVN. Projekt powstał, by wzmocnić świadomość kobiet na temat nowotworu piersi. W każdą sobotę października w jednej z mobilnych stref zlokalizowanych w danym mieście podczas programu na żywo eksperci Grupy LUX MED – onkolodzy, psychoonkolodzy/psycholodzy wypowiadali się na tematy związane z profilaktyką i leczeniem nowotworów piersi i wsparciem psychologicznym dla chorych i ich rodzin. Operatorem badania USG była redakcja Dzień Dobry TVN. Dzięki akcji „Pier(w)si się badamy” udało się po raz kolejny przypomnieć tysiącom Polek, że samobadanie piersi może uratować ich życie. Akcję nagłaśniano w ramach sobotnich wydań Dzień Dobry TVN.

20000

Od 2017 r. firma **Mars Polska** wraz z Fundacją Dr Clown realizuje ogólnopolski program **Dogoterapii**. W jego ramach organizowane są zajęcia z wyszkolonymi psami i certyfikowanymi opiekunami – terapeutami, wspierające proces leczenia małych pacjentów w szpitalach. W 2021 r. program rozszerzono o domy pomocy społecznej dla osób starszych. Dogoterapia odpowiada na potrzeby społeczne i jest inspiracją do budowania otwartości na obecność zwierząt w przestrzeni publicznej. Mars poprzez dogoterapię szerzy także wiedzę na temat pozytywnego wpływu relacji z czworonogami na człowieka. Od początku programu moc merdającego ogona pomogła ponad 13 tys. osób. W 2022 r. odbyło się 155 spotkań dla blisko 3 tys. małych pacjentów oraz regularne spotkania w 17 domach pomocy społecznej, podczas których prawie 700 seniorów mogło poczuć magiczną więź ze zwierzakami.

3100

Mars Polska oraz Polski Czerwony Krzyż zakończyli w 2022 r. dziewiątą edycję ogólnopolskiego **programu edukacyjnego Orbit Dziel się Uśmiechem**. Dzięki lekcjom prowadzonym w ramach inicjatywy blisko 800 tys. uczniów mogło dowiedzieć się, jak dbać o higienę jamy ustnej. Program wspiera Polskie Towarzystwo Stomatologiczne oraz Polskie Towarzystwo Stomatologii Dziecięcej, a jego ambasadorką jest Magdalena Różczka. Program jest finansowany przez Mars Polska, który co roku przekazuje na jego realizację 1% ze sprzedaży bezcukrowych gum Orbit®. Program Orbit „Dziel się Uśmiechem” zachęca do wdrożenia w codzienną rutynę 4 kroków dla zdrowych i czystych zębów (szczotkuj, czyść, żuj, kontroluj), a także uświadamia, że żucie bezcukrowej gumy jest prostym i skutecznym elementem profilaktyki zdrowia jamy ustnej. W dziewiątej edycji programu wzięło udział blisko 70 tys. uczniów klas I–III z ponad 780 szkół podstawowych z całej Polski.

3100

W 2022 r. firma **Medezin** zorganizowała bezpłatne warsztaty dla kobiet w ciąży **SideraLOVE Mamy – ciąża, poród, połóg, karmienie** pod patronatem marki SiderAL®. Miały one po 50–60 uczestniczek. Firma Medezin jest wyłącznym dystrybutorem żelaza sukrosomalnego (Sucrosomial® Iron) SiderAL®, którego główną zaletą jest skuteczność oraz fakt, że nie powoduje zaparć czy bólów brzucha. Na warsztatach firma uświadamiała kobiety, jaką rolę odgrywa żelazo w ciąży – jak wpływa na mamę (poród i połóg) i dziecko (rozwój i pierwsze miesiące życia). Przyszłe mamy dowiedziały się, jak mogą pomóc sobie oraz swoim dzieciom, gdy napotkają problem niedoboru żelaza.

120

Mindgram uruchomił nieodpłatne wsparcie psychologiczne **Mindgram ze wsparciem psychologicznym w obliczu wojny w Ukrainie**, udzielane przez Telefoniczną Linię Wsparcia obsługiwaną przez psychologów. Wsparcie było udzielane w językach: ukraińskim, polskim, angielskim i rosyjskim. Mindgram zorganizował również serię bezpłatnych, otwartych spotkań online z ekspertami z zakresu psychologii. Wyjaśniali oni m.in., jak rozmawiać z dziećmi o wojnie oraz jak poradzić sobie ze stresem wynikającym z aktualnej sytuacji politycznej w Europie. Bezpłatna Telefoniczna Linia Wsparcia ruszyła już 25 lutego 2022 r. Od samego początku wsparcia udzielało 7 specjalistek (psycholożki i psychoterapeutki). Największe zainteresowanie wsparciem miało miejsce na przełomie lutego i marca 2022 r. Do końca sierpnia 2022 r. linia wsparcia obsługiwana była całodobowo od poniedziałku do piątku.

90

Nationale-Nederlanden nawiązał **współpracę z Fundacją Twarze Depresji**. Dzięki otrzymanej od ubezpieczyciela darowiźnie Fundacja uruchomiła pierwszy w Polsce program bezpłatnej, zdalnej pomocy psychologicznej dla chorych na raka, ich rodzin i osób, które zostały skierowane na konsultację onkologiczną. W ramach wsparcia osób chorych onkologicznie i ich rodzin od początku programu do grudnia 2022 r. przeprowadzono 1677 konsultacji. Pod koniec lutego 2022 r. ruszyła akcja Twarze Depresji dla Ukrainy. W jej ramach została zorganizowana bezpłatna, zdalna pomoc psychologów i psychiatrów dla obywateli Ukrainy. Dzięki finansowaniu przez Nationale-Nederlanden akcji Twarze Depresji dla Ukrainy udzielono 2294 konsultacji. Uruchomiono także program pomocowy dla nauczycieli z Polski, dzięki któremu mogli zyskać większą wiedzę na temat m.in. zespołu stresu pourazowego (PTSD). Z programu pomocowego skorzystało 436 nauczycieli, którzy sprawują opiekę nad dziećmi z Ukrainy oraz uczniami z Polski.

839

Profilaktyka zdrowotna i dostęp do badań jest powszechnym problemem w Polsce, dlatego **NEPI Rockcastle Polska** wraz z lokalnymi oddziałami Międzynarodowego Stowarzyszenia Studentów Medycyny IFMSA-Poland od lat realizuje wiosną i jesienią akcje profilaktyczne **Zdrowie pod Kontrolą** w swoich galeriach handlowych. W 2022 r. w jednym dniu i miejscu można było bezpłatnie wysłuchać prelekcji oraz skorzystać z kilkunastu badań, m.in.: mammografii, pomiaru glikemii, ciśnienia, EKG, USG, spirometrii, badania wzroku i słuchu, zrobienia testów na wirusa HCV, konsultacji psychiatrycznych, farmaceutycznych oraz dietetycznych. Uczono samobadania piersi i jąder. W 2022 r. w akcjach w 6 galeriach wzięło udział blisko 8000 osób. Ponad ¾ z nich skorzystało z badań.

83

Edukacja na temat zdrowia intymnego jest w Polsce wciąż na niskim poziomie. Dlatego zachęcanie kobiet do regularnych badań ginekologicznych i zdobywania wiedzy w tym zakresie jest bardzo ważne. Dlatego firma **NEPI Rockcastle Poland** w Krakowie, Zabrzu i Dąbrowie Górniczej włączyła się w projekt **Go Healthy Girl**. Jego celem jest szeroka edukacja kobiet z zakresu profilaktyki zdrowotnej, obejmująca m.in. tematy: profilaktyka raka szyjki macicy i raka piersi, fizjoterapia mięśni dna miednicy, diagnoza i leczenie endometriozy, nietrzymanie moczu. W październiku 30 ekspertów w obszarze ginekologii oraz fizjoterapii uroginekologicznej poprowadziło 30 godz. warsztatów i 50 konsultacji. Stacjonarnie uczestniczyło w nich ponad 250 osób, 2200 oglądało relację live. 180 kobiet skorzystało z USG piersi, w tym 30% pierwszy raz. 30% przebadanych kobiet skierowano na dalszą diagnostykę. W ramach projektu ukazało się 61 publikacji o łącznym zasięgu 43 721 028.

83

W kalendarzu wydarzeń organizowanych przez **Nhood Polska** ważne miejsce zajmują akcje promujące zdrowy tryb życia i zachęcające do profilaktyki. W listopadzie 2022 r. krakowska Galeria Bronowice, należąca do Nhood Polska, już po raz szósty włączyła się w międzynarodową kampanię **Mosznowładcy – kampania profilaktyki chorób nowotworowych u mężczyzn** i zaprosiła panów do udziału w badaniach profilaktycznych. Panowie przed 40. rokiem życia mogli sprawdzić zdrowie swoich jąder dzięki bezbolesnemu badaniu USG, a nieco starsi mogli oznaczyć poziom markera nowotworowego prostaty (PSA). W bezpłatnych badaniach wzięło udział łącznie 656 mężczyzn. Galeria Bronowice była jedyną lokalizacją w Krakowie, w której – w ramach kampanii „Mosznowładcy” – panowie mogli wykonać bezpłatne badania profilaktyczne i sprawdzić stan swojego zdrowia.

80

Od 2012 r. **Polpharma** organizuje cykl bezpłatnych konsultacji zdrowotnych **Strefa na Zdrowie Polpharmy**, które umożliwiają polskim pacjentom skorzystanie z porad lekarskich i badań, do których dostęp na co dzień jest utrudniony, zwłaszcza po pandemicznym ograniczeniu dostępności specjalistów i terapii. W 2022 r. spółka zaprosiła do udziału również uchodźców z Ukrainy. Od początku projektu firma przeprowadziła ponad 22 tys. konsultacji w 111 strefach bezpłatnych badań na terenie całej Polski. W trakcie dziesiątej edycji programu, która odbyła się w 2022 r., namioty strefy stanęły w Starogardzie Gdańskim, Kobyłce, Rybniku, Sieradzu, Przemyślu oraz Nowej Dębie. Specjaliści wykonali 2223 badań i konsultacji medycznych z dziedziny kardiologii, pulmonologii, diabetologii i okulistyki, diagnozując kilkadziesiąt podejrzeń jaskry, wiele przypadków nieleczonego nadciśnienia tętniczego, stanu przedcukrzycowego, źle kontrolowanej cukrzycy oraz jeden zawał.

7500

Polski Koncern Naftowy ORLEN w 2022 r. kontynuował **program zdrowotny ORLEN**, polegający na kompleksowej profilaktyce, diagnostyce i leczeniu nowotworów oraz chorób układu oddechowego u mieszkańców Płocka i okolic, obejmujący działania edukacyjne, profilaktyczne i lecznicze. Program realizowany jest przez Narodowy Instytut Onkologii i Instytut Gruźlicy i Chorób Płuc. Jego adresatami są mieszkańcy Płocka i okolic oraz chętne podmioty lecznicze z tego terenu. Mieszkańcy Płocka i okolic mogą również skorzystać z bezpłatnej oferty badań profilaktycznych w ramach czwartej i piątej edycji Miasteczka Zdrowia. Ponadto dla pracowników zorganizowano badania profilaktyczne w ramach inicjatywy „Badajmy się”. Miasteczko Zdrowia odwiedziło ponad 3800 mieszkańców, co zaowocowało przeprowadzeniem blisko 4800 badań i konsultacji lekarskich z takich dziedzin, jak np. kardiologia, EKG, okulistyka, morfologia. W ramach akcji „Badajmy się” przeprowadzono 700 badań w miejscu pracy, np. spirometrię, cytologię, mammografię.

11355

W celu promowania profilaktyki zdrowotnej **PZU Zdrowie** zorganizowało webinar o profilaktyce onkologicznej kobiet i mężczyzn **Wstążka z wąsem**, promowany w mediach społecznościowych oraz wśród pracowników Grupy PZU. Uczestnicy spotkania mogli dowiedzieć się, dlaczego zgłaszalność na badania przesiewowe wciąż jest za niska, jakie czynniki mają wpływ na nasze zdrowie i o jakie aspekty możemy zadbać samodzielnie, jaka jest rola samobadania. Celem webinaru była edukacja z zakresu profilaktyki onkologicznej. Planowana jest kontynuacja projektu.

7000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

PZU Zdrowie wraz z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej zorganizował w 2022 r. 2 akcje edukacyjne dla seniorów: **Letnia Akademia Seniora i Paszport OK Senior**. Celem letniego projektu było promowanie profilaktyki zdrowotnej wśród osób powyżej 55 roku życia i idei długiego życia w dobrym zdrowiu za pomocą cyklu webinarów. Cykl składał się z 10 webinarów. W zajęciach online brali udział seniorzy z całej Polski. Celem zajęć online było poruszenie tematyki najpopularniejszych schorzeń i problemów, z którymi mierzą się seniorzy w Polsce, jak problemy sercowe czy depresja, oraz metod dbania o zdrowie, takim jak dbanie o kręgosłup, aktywność fizyczna, profilaktyka onkologiczna czy dbanie o odpowiednią dietę. Wykładowcami byli eksperci PZU Zdrowie. Natomiast Paszport OK Senior to materiały drukowane promujące profilaktykę seniorów, dystrybuowane w instytucjach senioralnych wspieranych przez Instytut Gospodarki Senioralnej. Wydruk 5000 tys. paszportów sfinansowało PZU Zdrowie.

7000

ROHLIG SUUS Logistics podjęła współpracę z Fundacją Marka Kamińskiego i dołączyła do programu **LifePlan Academy**, którego celem jest wsparcie odporności psychicznej dzieci i młodzieży przez budowanie ich pewności siebie. Przeprowadzono pilotaż programu, zapraszając do niego dzieci pracowników firmy. W 2022 r. w projekcie wzięło udział 15 dzieci pracowników firmy.

2000

Projekt **Dbam o zdrowie**, organizowany przez **Samsic Polska**, skierowany jest do dzieci oraz wnuków pracowników firmy i ma formę konkursu. Zadanie konkursowe polega na wykonaniu pracy plastycznej dowolną techniką oraz w dowolnym formacie. Projekt ma na celu: zachęcenie dzieci do refleksji nad stylem życia, odżywiania oraz dbałości o zdrowie, zachęcenie pracowników do rozmów z dziećmi o sposobach dbania o zdrowie, upowszechnienie wiedzy związanej ze zdrowymi nawykami, kształtowanie wyobraźni i inwencji twórczej dzieci, motywowanie dzieci do poszerzania wiedzy i umiejętności, rozwój umiejętności plastycznych, kształtowanie pozytywnego wizerunku firm. W konkursie wzięły udział dzieci w wieku 3–11.

100

#GotowiNaSezon to kampania społeczna prowadzona przez **Sanofi**, której celem jest zachęcenie Polaków do zaszczepienia się przeciwko grypie, aby byli gotowi na zmierzenie się z wirusem, który wywołuje grypę, i zabezpieczyli się na nadchodzący sezon. Wirus grypy nieustannie mutuje, a grypa sezonowa to globalny problem zdrowia publicznego, który obciąża ekonomicznie całe społeczeństwo. Światowa Organizacja Zdrowia mówi wprost, że najlepszym sposobem walki z wirusem i ochrony osób najbardziej narażonych na powikłania pogrypowe są szczepienia profilaktyczne. W październiku w warszawskim biurze Sanofi powstał punkt szczepień, w którym każdy z pracowników mógł bezpłatnie skorzystać z możliwości zaszczepienia się przeciw grypie.

900

Firma **Sanofi** zainicjowała społeczną kampanię edukacyjną **#MamyOdporność**, by podkreślić rolę szczepień, m.in. przeciw krztuścowi, zalecanych kobietom ciężarnym między 27. a 36. tygodniem ciąży, przeciwdziałać dezinformacji i edukować w kwestii dbania o odporność. Krztusiec jest wysoce zakaźną chorobą, która rozprzestrzenia się drogą kropelkową i jest szczególnie niebezpieczna dla niemowląt, dla których może stanowić zagrożenie życia. W pierwszych miesiącach życia dziecka ryzyko poważnych chorób i ich powikłań jest największe, dlatego tak ważne jest zabezpieczenie dziecka na jak najwcześniejszym etapie. Kampania stara się uświadamiać i przekazywać wiedzę, by umożliwić przyszłym mamom podjęcie przemyślanej decyzji w kwestii szczepień. Robi to za pomocą komunikacji opartej na nauce i wynikach badań oraz rozmowy z lekarzami i pacjentkami.

900

Sanofi prowadzi kampanię **aTTP – liczy się każda godzina** na temat zakrzepowej plamicy małopłytkowej (aTTP). To rzadka autoimmunologiczna choroba krwi, która – niewłaściwie rozpoznana – w większości przypadków prowadzi do śmierci. Jest to choroba nieprzewidywalna i szybko postępująca, dlatego tak ważna jest szybka diagnoza i leczenie. Problemem jest brak powszechnej wiedzy o aTTP i doświadczenia, które umożliwiłoby szybkie rozpoznanie schorzenia. Z tego powodu Sanofi zostało partnerem kampanii edukacyjnej „aTTP – liczy się każda godzina". Prowadzone przez spółkę działania mają zwrócić uwagę na tę mało znaną chorobę i najważniejsze problemy polskich pacjentów ze zdiagnozowanym aTTP. W ramach kampanii powstały filmy opowiadające historie pacjentów oraz materiały informacyjne. Celem kampanii jest edukowanie i podnoszenie świadomości w zakresie tej rzadkiej choroby, a także wsparcie pacjentów cierpiących na aTTP.

900

Mężczyźni, szczególnie po 40 roku życia, są najbardziej narażeni na niealkoholowe stłuszczenie wątroby (NAFLD), które według szacunków może dotyczyć nawet 1/4 Polaków. W odpowiedzi na to wyzwanie firma **Sanofi** rozpoczęła kampanię **Prowadź się zdrowo – zacznij od wątroby**, której celem jest podniesienie świadomości na temat konieczności dbania o własne zdrowie oraz edukacja o ważnej roli wątroby dla prawidłowego funkcjonowania organizmu. Ambasadorami akcji zostali utytułowani kierowcy rajdowi – Kuba Przygoński oraz Mikołaj Marczyk. W ramach kampanii powstała dedykowana strona internetowa, na której można m.in. wykonać krótki test określający stopień ryzyka stłuszczenia wątroby.

900

Sanofi prowadzi kampanię edukacyjną **Zrozumieć AZS** na temat przewlekłej, nawrotowej choroby, jaką jest atopowe zapalenie skóry. Jest to projekt, który ma na celu obalanie stereotypów dotyczących choroby oraz walkę z brakiem zrozumienia i wykluczeniem, z jakim na co dzień spotykają się chorzy w każdym wieku. W ramach kampanii powstała strona internetowa oraz dedykowane profile w mediach społecznościowych (Instagram, Facebook), gdzie regularnie publikowane są materiały informacyjne i edukacyjne, wywiady

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

z ekspertami oraz historie pacjentów. Jest to doskonała platforma wymiany doświadczeń, dająca możliwość opowiedzenia swoich historii związanych z chorobą.

900

Firma **Sela** po raz kolejny była partnerem zielonogórskiego oddziału PGNiG w ramach akcji **Dar Krwi** na Dzień Dziecka i Dar Krwi na Barbórkę. Pracownicy firmy wsparli akcję dodatkowymi działaniami, które są związane z propagowaniem bezpiecznych zachowań, nauką udzielania pierwszej pomocy czy korzystaniem z AED. Ratownicy ze Sztabu Ratownictwa oraz specjaliści BHP dzielą się swoją wiedzą w tym zakresie, przeprowadzając ćwiczenia na fantomach i udzielając instruktażu najmłodszym dzieciom z okolicznych przedszkoli oraz wszystkim chętnym. Podczas wszystkich akcji zebrano łącznie 17 litrów krwi, zaś w tym roku było to ponad 8 litrów. Ponadto w 2022 r. przeszkolono z udzielania pierwszej pomocy kilkadziesiąt osób w wieku od 3 lat wzwyż. Byli to zarówno pracownicy PGING i dzieci z przedszkola, jak i przechodnie, lubuszanie, którzy postanowili wesprzeć akcję.

16

Servier Polska od 2003 r. organizuje kampanię społeczną **Servier dla Serca**. Jej celem jest podnoszenie świadomości społecznej Polaków w zakresie czynników ryzyka chorób układu sercowo-naczyniowego i zagrożeń z nimi związanych poprzez ofertę bezpłatnych badań profilaktycznych uzupełnioną o działania edukacyjne. „Idź na rekord. Wygraj z nadciśnieniem tętniczym" to hasło dziewiętnastej edycji, skupionej na edukacji o korzyściach zdrowotnych płynących z kontrolowania i leczenia nadciśnienia tętniczego. W ramach akcji ustanowiono pierwszy Rekord Polski w liczbie jednoczesnych pomiarów ciśnienia tętniczego wykonywanych samodzielnie – w wydarzeniu wzięło udział blisko 200 osób z Warszawy i okolic. Nadciśnienie tętnicze to nadal jeden z najczęściej występujących czynników ryzyka sercowo-naczyniowego, który bez odpowiedniej kontroli może doprowadzić do wielu powikłań. Z badań profilaktycznych towarzyszących kampanii skorzystało blisko 630 osób w całej Polsce.

620

Servier Polska organizuje kampanię społeczną **Servier – Wyłącz Raka**. Jej głównym celem jest promocja profilaktyki przednowotworowej, podnoszenie świadomości społecznej Polaków w zakresie czynników ryzyka, a także motywacja do przełamywania lęku i wstydu przed badaniami oraz podkreślanie znaczenia wczesnego wykrywania choroby w skutecznym jej leczeniu. Czwarta edycja kampanii przebiegała pod hasłem „Kolonoskopia to nie kosmos". Organizatorzy podkreślali szczególną rolę badań profilaktycznych w odniesieniu do czynników zwiększających ryzyko zachorowania na raka jelita grubego i zwracali uwagę na niepokojące objawy, mogące świadczyć o pierwszych symptomach choroby. W ramach kampanii uruchomiono Wirtualną Poradnię Profilaktyki Raka Jelita Grubego, z której skorzystało 114 osób w Polsce.

620

Kryzysy w obszarze zdrowia psychicznego wśród dzieci i młodzieży zdarzają się coraz częściej. Szacuje się, że stany i zaburzenia depresyjne występują u ok. 2% dzieci i aż u ok. 20% młodzieży. To dlatego tak ważne jest, by w porę dostrzec objawy depresji i zacząć im przeciwdziałać. Reagując na te problemy, firma **Servier Polska** przeprowadziła **kampanię społeczno-edukacyjną Forum Przeciw Depresji**. W jej ramach odbył się cykl 8 szkoleń (5 dla nauczycieli i 3 dla rodziców) oraz otwarty webinar na temat kryzysów zdrowia psychicznego i depresji wśród dzieci i młodzieży. Łącznie z oferowanych spotkań skorzystało prawie 2000 osób, w tym nauczyciele, pedagodzy, psychologowie, dyrektorzy szkół, rodzice. Kampania została przeprowadzona we współpracy z Polskim Towarzystwem Psychiatrycznym i Suicydologicznym.

620

Grant Onkologiczny Servier – CARE Towarzystwa Onkologicznego, realizowany we współpracy z firmą **Servier Polska** pod auspicjami Warsaw Health Innovation Hub, jest pierwszą tego typu inicjatywą, umożliwiającą rozwój i poprawę wyników diagnostyki i leczenia chorych z rakiem trzustki. Konkurs będzie realizowany w trzech corocznych edycjach. Łącznie zostanie wyłonionych 3–9 projektów dotyczących raka trzustki o możliwie różnym charakterze: technologicznym, badawczym czy edukacyjnym. W konkursie mogą wziąć udział lekarze, osoby, które są gotowe zaproponować i wprowadzić innowacyjne rozwiązania mające na celu poprawę opieki nad pacjentem z rakiem trzustki. Perspektywa udziału w konkursie i uzyskania grantu może być zachętą do lepszego poznania patomechanizmów choroby, diagnostyki oraz leczenia i opieki nad pacjentem. Firma Servier deklaruje przekazanie Polskiemu Towarzystwu Onkologicznemu łącznej kwoty 450 tys. zł grantów – w trzech transzach, przez trzy kolejne lata.

620

Akademia Małych Kroków prowadzona przez **SuperDrob** jest odpowiedzią na problemy uczniów klas III szkół podstawowych, które nasilił czas pandemii Covid-19. To wsparcie dzieci na różnych płaszczyznach i wskazanie im, jak w prosty i skuteczny sposób zmiana swoich nawyków daje szansę na długoterminowe rezultaty i faktycznie wpływa na ich życie. Chodzi o zmianę nie tylko nawyków żywieniowych, lecz również o wprowadzenie zmian pozytywnie wpływających na zdrowie psychiczne i rozpoczęcie regularnej aktywności fizycznej. Celem warsztatów było przedstawienie dzieciom nowych możliwości i dobrej zabawy w kształtowaniu zdrowych nawyków wpisujących się w obszary: głowa (zdrowie

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

psychiczne), ruch (aktywność fizyczna), brzuch (zdrowe odżywianie). Dzieci brały udział w pomiarach czasu reakcji oraz profesjonalnej analizie składu ciała.

2000

Fundacja TVN od ponad 20 lat porusza ważne społecznie tematy i udziela pomocy potrzebującym. Jednym z jej kluczowych tematów jest psychiatria dziecięca. W 2019 r. Fundacja, powołana do życia przez **TVN Warner Bros. Discovery**, zainicjowała **budowę Centrum Psychiatrii Dzieci i Młodzieży przy Centrum Zdrowia Dziecka w Warszawie**. Innowacyjne i światowej klasy centrum ma zostać oddane do użytku pod koniec 2023 r. i będzie miejscem kompleksowym, referencyjnym dla Polski. W Centrum znajdzie się m.in. oddział pobytu dziennego, który zapewni pomoc ok. 30 pacjentom dziennie, oraz oddział pobytu stacjonarnego, dysponujący 32 łóżkami (w tym 6 łóżkami na oddziale obserwacji, 4 łóżkami na oddziale detoksykacji oraz 22 łóżkami na oddziale szpitalnym). W Centrum będzie również działać poradnia psychiatryczna. Ośrodek będzie służył nie tylko jako miejsce leczenia małych pacjentów, ale też jako centrum edukacyjne dla personelu psychiatrycznego w Polsce.

4400

Fundacja Urtica, działająca jako inicjatywa firmy **Urtica**, realizowała cykl bezpłatnych sesji terapeutycznych **Onkokonsultacje** z psychoonkologami oraz psychodietykiem, przygotowany z myślą o dzieciach walczących z chorobami nowotworowymi oraz ich najbliższych. Tegoroczna edycja poszerzona była o możliwość konsultacji w języku ukraińskim. Spotkania prowadzone były w formie online, a ich koszt sfinansowany został przez Fundację Urtica Dzieciom. Onkokonsultacje rozpoczęły się 1 marca 2022 r. i pozwoliły przeprowadzić ponad 170 godzin bezpłatnych sesji. Aby skorzystać z konsultacji, należało wypełnić formularz na stronie www.urticadzieciom.pl. Po wstępnym rozpoznaniu psychologicznym ustalana była liczba koniecznych sesji, czas ich trwania oraz szczegółowy przebieg. Sesje prowadzone były przez specjalistów z Centrum Psychoonkologii Unicorn.

300

ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Mam swoje Alle to projekt **ALLEGRO**, którego celem jest rozwijanie przedsiębiorczości wśród uczniów szkół ponadpodstawowych. Projekt został stworzony przy współpracy z Olimpiadą Zwolnieni z Teorii, czyli praktyczną olimpiadą dla licealistów. W jego ramach uczniowie organizują projekty społeczne rozwiązujące lokalne problemy. Elementem programu jest także założenie zbiórki na Allegro Lokalnie i zbieranie tam funduszy na realizację pomysłu. Wybrane projekty otrzymują dodatkowo wsparcie doświadczonych mentorów i mentorek z Allegro w realizacji zadań, komunikacji, e-commerce czy współpracy w zespole.

4848

ALLEGRO uruchomiło program **StartUp Asystent**, który ma pomóc w zakładaniu i prowadzeniu firmy osobom zainteresowanym rozpoczęciem sprzedaży w Internecie. Projekt zapewnia wsparcie ekspertów na różnych etapach budowania biznesu. Przewiduje m.in. pomoc w procesie rejestracji nowej działalności, zakładaniu firmowego rachunku bankowego czy rejestracji VAT oraz ZUS. Uczestnicy mogą też liczyć na wsparcie w księgowości oraz wskazówki w zakresie optymalnego prowadzenia nowego biznesu. Wszystko odbywa się online i jest darmowe. Projekt służy wsparciu osób, które mają konkretny pomysł na biznes, ale boją się wykonać pierwszy krok ze względu na formalne procedury administracyjne czy logistykę sprzedaży.

4848

Huawei Polska realizowało **Huawei Startup Challenge**. Druga edycja ruszyła pod hasłem #TechForBetterPlanet. W 2022 r. firma wraz ze Startup Academy wyróżniła nagrodami pieniężnymi o wartości 40, 60 i 100 tys. zł 3 spośród 226 zgłoszonych start-upów. Zwycięzcą zostało Dynamic Air Coooling z projektem chłodziarek niwelujących produkcję szkodliwych freonów. Drugą nagrodę otrzymało Plan Be Eco za stworzenie kompleksowego narzędzia do raportowania śladu węglowego. Trzecie miejsce zdobyło Hydrum z hydrooszczędnym reaktorem chemicznym. Celem inicjatywy jest wsparcie start-upów impaktowych, które działają na rzecz realizacji celów zrównoważonego rozwoju w zakresie ochrony planety.

800

Program Grantowy ING dla start-upów i młodych naukowców to inicjatywa **ING Banku Śląskiego**. Konkurs wspiera innowacyjne rozwiązania z zakresu zrównoważonego rozwoju. W ciągu roku organizowane są 2 edycje. Pula nagród za każdym razem wynosi 1 mln zł. Dodatkową wartością dla uczestników jest udział w warsztatach prowadzonych przez ekspertów ING, dotyczących projektowania nowych rozwiązań. Zwycięzcy mają również zapewnioną szeroką promocję oraz możliwość nawiązania kontaktu z inwestorami i firmami z portfolio ING. Całość uzupełnia indywidualny mentoring, dopasowany do potrzeb prowadzonego przez nich projektu. Wyboru zwycięzców dokonuje kapituła złożona z przedstawicieli ING, świata biznesu, nauki i NGO.

8500

Nationale-Nederlanden **współpracuje z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości** od 2017 r. W ramach współpracy co roku organizowany jest Social Innovation Relay – międzynarodowy konkurs dla uczniów szkół ponadpodstawowych na najlepszy innowacyjny pomysł biznesowy odpowiadający na konkretną potrzebę społeczną. Od kilku lat inicjowany jest również Social Innovation Camp, podczas którego uczestnicy rozwiązują problemy biznesowe. Firma jest również partnerem Dnia Przedsiębiorczości. Dzięki udziałowi w projektach organizowanych przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości dzieci i młodzież zyskują doświadczenie, praktyczne umiejętności i profesjonalne doradztwo niezbędne dla rozwoju przyszłej kariery zawodowej. Dla Nationale-Nederlanden to kolejny sposób, by angażować organizację w wolontariat pracowniczy.

839

PKO Bank Polski połączył siły z globalną siecią EIT Climate-KIC oraz z Accelpoint i został wiodącym **partnerem programu „Poland ClimAccelerator"**. Jest to program akceleracyjny dla start-upów działających w obszarze technologii prośrodowiskowych i zrównoważonego rozwoju. Celem współpracy jest wykorzystanie potencjału banku do wdrażania oraz skalowania innowacji dotyczących zielonych technologii i wspólne ze start-upami wypracowywanie narzędzi do rozwiązywania problemów związanych ze zmianami klimatycznymi. Do programu zgłosiło się ok. 100 start-upów działających w obszarze m.in.: EnergyTech, CleanTech, Renewable Energy, AgTech, AI, FinTech, Blockchain, BioTech, Waste & disposal Services, czy IoT.

22000

Polski Fundusz Rozwoju (PFR) we współpracy z Allegro od 2018 r. tworzy program edukacyjny dla początkujących przedsiębiorców **Szkoła Pionierów PFR**. Celem jest edukacja, budowanie nowych spółek i pomoc w pozyskaniu przez nie finansowania. Adresaci programu to osoby o kompetencjach naukowych, technicznych, biznesowych, zmotywowane do tworzenia start-upów. Piąta edycja programu miała na celu stworzenie zespołów i projektów zorientowanych na wyzwania związane z celami zrównoważonego rozwoju, szczególnie z obszaru zdrowia i klimatu. Warsztaty w ramach Szkoły Pionierów PFR pozwoliły m.in.: rozwinąć umiejętności biznesowe, technologiczny know-how, innowacyjne myślenie. Pokazały też proces budowy start-upu – od analizy rynku po prezentację inwestorską. Końcowy etap, to zagraniczny wyjazd biznesowy. Program to również zaangażowanie i rozwój kompetencji pracowników PFR i Allegro, którzy prowadzą warsztaty i są mentorami. Łącznie, w 5 edycjach programu, wybrano 50 finalistów, powstało 16 projektów, a poziom finansowania firm absolwentów wyniósł 180 mln zł.

220

Mother and Child Startup Challenge to konkurs Instytutu Matki i Dziecka, który został zainicjowany z myślą o poszukiwaniu rozwiązań pozwalających zapewnić jak najlepsze metody opieki nad przyszłymi matkami i najmłodszymi pacjentami. **PZU Zdrowie** zostało partnerem strategicznym inicjatywy. Celem konkursu było wyłonienie najbardziej innowacyjnych start-upów rozwiązujących wyzwania polskiego szpitalnictwa położniczo-pediatrycznego. Statuetki trafiły do start-upów: MedApp za CarnaHolo Life, czyli hologramy ułatwiające operacje, oraz Infermedica za technologię wspierającą kierowanie pacjentów do odpowiedniej opieki.

7000

W ramach współpracy z Youth Business Poland **ROHLIG SUUS Logistics** po raz trzeci nawiązał **partnerstwo z Mazovian Startup**, który jest programem rozwijającym start-upy w regionie. Tegoroczna edycja skierowana była do start-upów mających pozytywny wpływ na środowisko i społeczeństwo. Rozwój przedsiębiorczości i pozytywne oddziaływanie na otoczenie od lat są ważne w strategii biznesowej spółki. W ramach inicjatywy pracownicy Suus dzielili się praktyczną wiedzą z osobami rozwijającymi swoje pomysły biznesowe, przy okazji sami poszerzając swoje horyzonty. Firma zgłosiła się również do implementacji w 3 lokalizacjach wersji pilotażowej jednego z ekologicznych projektów.

2000

Żabka Polska wzięła udział w dwóch edycjach programu akceleracyjnego dla start-upów pracujących na rzecz lepszej przyszłości Startup Impact Programa, które odbyły się w 2022 r. Wyróżnione w konkursie **Start-upy pozytywnego wpływu** przez kolejne miesiące będą rozwijać się pod okiem ekspertów z Grupy Żabka i Kozminski Business Hub. Udział w akceleracji to także szansa na współpracę z podmiotami Grupy oraz możliwość przetestowania swoich rozwiązań w najszybciej rozwijającej się sieci sklepów convenience w Polsce. Przedsięwzięcia są wybierane w zależności od bieżących potrzeb biznesowych, z uwzględnieniem najbardziej istotnych trendów, które stymulują rozwój branży retail nie tylko w Polsce, ale i na świecie.

2573

TWORZENIE MIEJSC PRACY I ROZWÓJ KOMPETENCJI

Od wielu lat **ArcelorMittal Poland** **współpracuje ze szkołami i uczelniami technicznymi**, aby wspierać rozwój infrastruktury szkół i polepszać warunki nauczania, jak i stwarzać możliwości uczniom i studentom w poszerzaniu wiedzy. Firma oferuje uczniom oraz studentom praktyki w swoich oddziałach. W 2022 r. firma przyjęła na praktyki 50 uczniów i studentów we wszystkich swoich lokalizacjach. Wsparła finansowo 13 szkół technicznych we wszystkich miastach, w których znajdują się jej oddziały. Wsparcie finansowe zostało przeznaczone przez placówki na doposażenie szkół i rozbudowę infrastruktury. Dodatkowo firma realizowała inne projekty w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych oraz na uczelniach technicznych.

10000

Auto Partner zorganizował **cykl szkoleń technicznych dla uczniów klas o specjalności technik pojazdów samochodowych** ze szkół w Siedlcach i Hrubieszowie. Uczniowie zyskali nową wiedzę na temat metod diagnostyki i naprawy najnowo-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

cześniejszych silników benzynowych i skrzyni biegów, którą mogli zweryfikować w praktyce. Podczas szkoleń uczniowie i nauczyciele poznali zarówno przedstawicieli firm – producentów części samochodowych, jak i najnowsze rozwiązania, np. dotyczące akumulatorów stosowanych w nowoczesnych pojazdach (mikrohybrydy, poj. hybrydowe, hybrydy typu plug-in, poj. elektryczne). Firmie do realizacji tego projektu udało się nawiązać współpracę z klientami (warsztaty samochodowe wchodzące w skład sievi MaXserwis), dostawcami (Bilstein, Febi Polska, VARTA, Continental Aftermarket Polska), by trafić do lokalnej społeczności i zrealizować cel poszerzenia wiedzy przyszłych mechaników – uczniów ZS Ponadpodstawowych nr 3 w Siedlcach i ZS nr 1 w Hrubieszowie. Obie placówki otrzymały także darowizny (wózek narzędziowy), które wykorzystają w zajęciach praktycznych.

2300

Dziewczyny w grze! to pierwszy w Polsce program stypendialno-mentoringowy skierowany do uczennic szkół średnich, który oferuje możliwość poznania pracy w branży gier wideo. Program realizowany jest przez **CD PROJEKT** i Fundację Edukacyjną Perspektywy. Mentorami i mentorkami w programie zostali specjaliści i specjalistki z CD PROJEKT, którzy przez cały rok pracują z dziewczynami nie tylko merytorycznie, ale też budują ich pewność siebie, by nie kierowały się stereotypami i zawalczyły o swoją wymarzoną ścieżkę zawodową. Uczestniczki biorą udział w warsztatach i eventach, a także uzyskują wsparcie finansowe (1 tys. zł miesięcznie), które mogą przeznaczyć na rozwój i edukację. Pierwsza edycja projektu rozpoczęła się w styczniu 2022. Program od początku cieszył się zainteresowaniem: napłynęło aż 1400 zgłoszeń od utalentowanych i zafascynowanych gamingiem młodych programistek, graficzek, animatorek i pisarek. W wyniku kilkuetapowego procesu rekrutacyjnego wyłonionych zostało 20 kandydatek. Zgłoszenia do drugiej edycji programu ruszyły 5 września 2022 r.

1300

Ceramika Paradyż jest patronem klas o kierunku mechatronik w Zespole Szkół Ponadgimnazjalnych nr 1 w Tomaszowie Maz. oraz Zespole Szkół Ponadgimnazjalnych nr 1 w Opocznie w pięcioletnim okresie edukacji. Projekt **klas patronackich** ma na celu ułatwić uczniom z regionu zdobycie atrakcyjnego zatrudnienia. Oprócz wizyt w zakładach produkcyjnych, szkoleń e-learningowych w programie jest szereg zajęć, warsztatów i szkoleń ze specjalistami z różnych działów firmy, które pozwolą młodym ludziom zdobyć praktyczne kompetencje. Zwieńczeniem każdego roku nauki są nagrody przekazywane przez firmę dla najlepszych uczniów. Dzięki temu projektowi firma potencjalnie zyskuje wykwalifikowanych pracowników.

1300

W 2022 roku inicjatywa **Sieć Kobiety w IT** firmy **Credit Suisse Poland** skupiła uwagę na dzieciach i młodzieży, proponując dwa programy. „Tech We Can" udostępnia na swej platformie darmowe materiały do wykorzystania w szkole i w domu przez dzieci w wieku między 8-14 lat. Treści zostały przygotowane przez wolontariuszy z Credit Suisse we współpracy z brytyjską organizacją Tech She Can. Warsztaty STEM – Dziewczyny do IT" skierowane są do dziewcząt, promując szerokie spektrum zawodów związanych z technologią. Poprzez realizację obu programów firma zachęca uczniów do zainteresowania się tematyką technologii. Jednocześnie podkreślamy znaczenie udziału technologii w realizowaniu marzeń, poszukiwaniu spełnienia oraz niezależności ekonomicznej. „STEM – Dziewczyny do IT": w 2022 roku zorganizowano 4 warsztaty dla niespełna 100 uczennic szkół średnich. „Tech We Can": w 2022 roku wolontariusze skupiali się głównie na tłumaczeniach zasobów edukacyjnych, a także promocji wśród pracowników, zachęcając do przeprowadzania lekcji i promowania materiałów w lokalnych społecznościach.

5000

Wiedząc, że wybór drogi zawodowej rozpoczyna się już w wieku szkolnym, w poczuciu społecznej odpowiedzialności **Emitel** zaangażował się w rozwój projektu non profit **Mapa Karier**. Jest to interaktywna i darmowa baza informacji o ścieżkach kariery i rynku pracy, z której korzystają uczniowie oraz doradcy zawodowi i nauczyciele. Do istniejących już w bazie Mapy Karier kart zawodów w 2022 r. Emitel dołożył 2 karty: Specjalista ds. Nadzoru Sieci oraz Specjalista ds. Utrzymania Sieci. Zapoznając się z nimi, młody człowiek może zyskać wiedzę na temat specyfiki pracy w danym zawodzie, dowiedzieć się o kluczowych wymaganiach i potrzebnych umiejętnościach, istotnych przedmiotach szkolnych czy przykładowych ścieżkach edukacyjnych. W ten sposób Emitel realizuje działanie w zakresie doradztwa zawodowego dla uczniów i osób na początku kariery zawodowej, a także buduje świadomość specyfiki pracy na stanowiskach w firmie Emitel.

450

Dualna Ostrów to klasa branżowa utworzona w jednej ze szkół średnich w Ostrowi Mazowieckiej pod patronatem 4 lokalnych przedsiębiorstw, w tym **Fabryki Mebli „FORTE"**. Ideą kształcenia dualnego jest zaangażowanie pracodawcy w edukację zawodową od pierwszego roku nauki poprzez prowadzenie zajęć praktycznych na terenie zakładu przez wykwalifikowanych instruktorów. W ramach projektu uczniowie w Ostrowi uczą się zawodów: mechatronik, operator CNC oraz ślusarz. Stworzenie klasy było działaniem edukacyjnym związanym z zapotrzebowaniem rynku na te zawody. Program rozpoczął się w 2021 r. W roku 2022/2023 w FORTE kształci się 11 uczniów z dwóch klas (pierwszej i drugiej) w zawodzie mechatronik; w każdym tygodniu młodzież spędza w zakładzie w Ostrowi Mazowieckiej 2–3 dni, ucząc się zawodu w praktyce.

3000

Według obserwacji **Fujitsu Technology Solutions**, młodym ludziom brakuje kompetencji, które są pożądane na rynku pracy. W 2019 r. firmy Fujitsu, IBM i Samsung we współpracy z Urzędem Miasta Katowice, Instytutem Badań Edukacyjnych i pod honorowym patronatem premiera Mateusza Morawieckiego oraz Ministerstwa Cyfryzacji uruchomiły **Program edukacyjny P-Tech**. Pracownicy Fujitsu prowadzą zajęcia dla lokalnych szkół technicznych (Śląskie Zakłady Techniczne w Katowicach i Zespół Szkół Politechnicznych w Łodzi), pomagając w przygotowaniu młodzieży do pracy w branży IT. Oprócz wiedzy technicznej i umiejętności miękkich, uczniowie i uczennice poznają oczekiwania przyszłych pracodawców. W trakcie 3 lat od rozpoczęcia wykształcono ponad 180 osoby. Efektem projektu jest też zmniejszenie bariery między szkołą a środowiskiem pracy (wypełnienie luki kompetencyjnej) oraz rozwijanie środowiska zawodowego potencjalnych pracowników Fujitsu.

3000

Grupa Amica objęła patronatem klasę szkoły branżowej pierwszego stopnia w zawodach ślusarz i operator obrabiarek skrawających CNC w Zespole Szkół nr 2 im. St. Konarskiego we Wronkach, w celu odpowiedniego przygotowania merytorycznego i praktycznego uczniów do **pracy w przyszłości**. Firma wdrożyła dla uczniów dodatkowe zajęcia prowadzone przez specjalistów inżynierów (zajęcia poza godzinami lekcyjnymi), na których uczniowie uczą się rysunku technicznego, podstaw materiałoznawstwa i programowania. W ramach współpracy w szkołach została doposażona pracownia komputerowa. Przez 3 lata nauki uczniowie otrzymują z firmy Amica stypendia naukowe po każdym zakończonym semestrze. Ponadto część uczniów odbywa praktyczną naukę zawodu w Amice.

3100

Program preinkubacji studenckiej i wyzwań projektowych w **Grupie Amica** został zrealizowany w roku akademickim 2021/2022. Studenci, którzy zakwalifikowali się do programu w wyniku kilkumiesięcznej rekrutacji, rozwijali umiejętności pod okiem ekspertów z Grupy Amica i Fundacji, w tym osób reprezentujących środowisko uniwersyteckie. Studenci wzięli udział w warsztatach i szkoleniach z metod Design Thinking i Design Sprint, narzędzi IT do pracy projektowej, analizy słabych i mocnych stron firmy metodą SWOT, a także analizy własnych umiejętności i w ćwiczeniach strategicznych. W ramach programu odbywały się konsultacje doradcze z tutorami i ekspertami. Pierwszy w Polsce **korporacyjny inkubator** można podsumować w liczbach: 8 miesięcy prac projektowych, 7 zespołów studenckich, 24 uczestników z 3 poznańskich uczelni, 5 cykli warsztatów, 3 etapy weryfikacji.

3100

W 2019 r. **Grupa Echo Investment** zorganizowała **konkurs architektoniczno-urbanistyczny Patchwork Łódź** dla studentów architektury i urbanistyki, a w 2022 r. zrealizowała nagrodę główną dla laureatów – zespołu studentów z Politechniki Śląskiej. Był nią czterodniowy wyjazd studyjny do Amsterdamu. Dał on okazję do zwiedzania miasta w towarzystwie architekta z biura STIR Architecture, który pokazał laureatom najnowsze realizacje swojej pracowni. Jeden ze studentów odbył również staż w Pracowni Architektonicznej „Studio – Medusa Group". Konkurs był objęty Patronatem Honorowym Prezydenta Miasta Łodzi i miał na celu kształtowanie dobrych wzorców oraz promowanie architektury i urbanistyki.

520

W 2022 r. **Huawei Polska** przeprowadził dziewiątą polską edycję darmowego programu edukacyjnego **Huawei Seeds For The Future**, kierowanego do studentów z Polski. Podczas 8 dni kursów studenci zapoznali się z ekspercką wiedzą na temat nowych technologii, takich jak sztuczna inteligencja, 5G, czy rozwiązania chmurowe, poszerzali umiejętności liderskie. Program to okazja do międzynarodowej wymiany doświadczeń, szkolenia się pod okiem ekspertów i rozpoczęcia kariery w ICT. Po raz drugi w ramach programu odbył się także konkurs Tech4Good, w którym studenci projektują technologię odpowiadającą na problem współczesnego świata. Sukcesem dziewiątej edycji był fakt, że aż 68% uczestników stanowiły kobiety. Udział w programie zaowocował też znalezieniem się polskiego zespołu w europejskim TOP 6 w ramach konkursu Tech4Good. Polacy zaproponowali aplikację, która łączyłaby rolników z klientem docelowym. Członkowie zespołu wyjechali do Aten, przez 3 dni kontynuowali swój udział w programie, podczas Gali Finałowej oraz międzynarodowej konferencji Huawei Talent Summit.

800

ING Hubs Poland we współpracy z innymi firmami (w 2022 r. EY, Accenture and Kyndryl) realizuje program edukacyjny **Corporate Readiness Certificate Program (CRC)** skierowany do studentów i młodych absolwentów uczelni w całej Polski. Specjaliści partnerskich firm dzielą się wiedzą i doświadczeniem z zakresu nowych technologii, biznesu i umiejętności miękkich. Program pozwala uczestnikom na pozyskanie dodatkowej, praktycznej wiedzy i umiejętności z szeroko rozumianego świata IT, aby przygotować się do pracy w dużych organizacjach. Kursy odbywają się w formie online, by mogły w niej uczestniczyć osoby z każdego zakątka Polski. Efektywność programu CRC mierzona jest w kilku aspektach: liczba zapisanych osób, liczba osób, które przystąpiły do egzaminu, liczba osób zakwalifikowanych do programu i liczba osób, które zdały egzamin końcowy. Do edycji programu zakończonej w 2022 r. zgłosiło się 1595 osób; liczba osób zakwalifikowanych wyniosła 432, a odznaczonych certyfikatem 220.

3000

W firmie **Intel Technology Poland** 8 marca 2022 r. ruszyła siódma edycja **programu stypendialnego Nowe Technologie Dla Dziewczyn**. Jest on przeznaczony dla młodych kobiet wiążących swoją przyszłość z nowymi techno-

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

logiami. Firma Intel rozpoczęła go w 2015 r. we współpracy z Fundacją Edukacyjną Perspektywy. W strategii firmy RISE2030 jednym z celów jest zwiększenie liczby kobiet na stanowiskach technicznych do 40% oraz podwojenie liczby kobiet w szeregach kierownictwa wyższego szczebla. Inicjatywa ma na celu zainteresowanie młodych kobiet branżą nowych technologii oraz kierunkami studiów, które wiążą się z ich tworzeniem. W 2022 r. 25 studentek otrzymało wsparcie mentoringowe od doświadczonych pracowników firmy Intel, stypendium w wysokości 12 tys. zł oraz możliwość uczestniczenia w szkoleniach technicznych. 15 laureatek zostało zatrudnionych w firmie Intel.

3000

Jastrzębska Spółka Węglowa razem z Zespołem Szkół nr 6 w Jastrzębiu-Zdroju realizuje **innowacyjne projekty na rzecz kolei**, których celem jest opracowanie aplikacji do analizy danych diagnostycznych systemów sterowania ruchem kolejowym oraz narzędzia do pomiarów prądów systemowych czujnika koła RSR180. Realizacja tej inicjatywy pozwala na łączenie elementów edukacji w zakresie bezpieczeństwa w transporcie kolejowym z rozwijaniem potencjału twórczego uczniów. Ponadto podjęta współpraca umożliwia rozwój i doskonalenie kompetencji uczniów szkoły ponadgimnazjalnej oraz zdobywanie doświadczenia zawodowego przez młodzież. Opracowane w ramach projektu narzędzie informatyczne będzie propagowane na krajowych i międzynarodowych targach wynalazczości i konkursach.

30686

Jastrzębska Spółka Węglowa wdrożyła program **stypendiów dla uzdolnionej młodzieży**, które mają zachęcić młodych ludzi nie tylko do nauki w klasach o profilu górniczym, ale także do podjęcia w przyszłości pracy w zakładach spółki. Program stypendialny polega na przekazywaniu miesięcznego stypendium przez 10 miesięcy w roku kalendarzowym. Ponadto, na koniec każdego roku szkolnego, 3 osoby z najwyższą średnią, z każdej szkoły, która objęta jest programem, otrzymają nagrody pieniężne za wyniki w nauce. Aktualnie spółka posiada około 900 aktywnych umów stypendialnych w 8 szkołach na terenie Jastrzębia-Zdroju, Pawłowic, Ornontowic, Czerwionki-Leszczyn, Knurowa oraz Rybnika.

30686

Firma **Kronospan Polska** w 2015 r. rozpoczęła program wspierania edukacji profesjonalistów dla branży drzewnej. W tym samym roku wystartowała pierwsza **Klasa Patronacka Kronospan** – technik technologii drewna w Zespole Szkół Technicznych w Szczecinku. Program nauki i praktyk stworzyli wspólnie – nauczyciele i pracownicy firmy, którzy wiedzieli, co absolwenci muszą wiedzieć i umieć, by w przyszłości bez problemu rozpocząć pracę. Uczniowie klas biorą udział w płatnych praktykach zakładowych oraz stażach. Kronospan współpracuje z największą szkołą zawodową w regionie – z Zespołem Szkół Technicznych. Obecnie we wszystkich klasach patronackich w Szczecinku kształci się ponad 250 uczniów. Firma funduje co roku stypendia dla najzdolniejszych i pomoce dydaktyczne dla wszystkich pierwszoklasistów, m.in. profesjonalne walizki z narzędziami – do tej pory zostało przekazane uczniom ponad 500 takich zestawów.

1150

W 2022 r. **MAKRO Polska** zostało **partnerem Szkoły Głównej Handlowej** oraz członkiem Klubu Partnerów SGH. Firma wspiera strategię odpowiedzialnego biznesu, oferując studentom warsztaty, staże, programy rozwojowe czy organizując dni otwarte. Inicjatywa zrzesza firmy i instytucje, które wspierają rozwój studentów SGH poprzez wzmacnianie potencjału samej uczelni, merytoryczne wsparcie w organizacji wykładów i współprowadzenie przedmiotów oraz realizację projektów, w tym społecznych. W ramach programu „Future Finance" zaoferowano studentom możliwość stażu w działach finansowych, które trwały od 3–6 miesięcy. Studenci zdobywali wiedzę w zakresie zagadnień: jak strategia przekłada się na biznes operacyjny i jak jako partner biznesowy można wspierać organizację w osiąganiu sukcesu.

5000

Lotniskowe Targi Zawodoznawcze w Centrum Edukacji Lotniczej Kraków Airport to corocznie organizowane wydarzenie dla uczniów, studentów, nauczycieli i rodziców, a także doradców zawodowych i miłośników lotnictwa. W trakcie wydarzenia przedstawiciele blisko 40 różnych służb, firm oraz jednostek organizacyjnych **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice** opowiadają o swoich obowiązkach, ścieżce rozwoju zawodowego i procedurach rekrutacyjnych na poszczególne stanowiska. Trzecia odsłona targów odbyła się w formule online. Dla uczniów przygotowano karty pracy w językach polskim oraz ukraińskim i udostępniono na stronie internetowej lotniska. Targi organizowane są w ramach projektu „SPINaj naukę", finansowanego z Programu „Społeczna Odpowiedzialność Nauki" Ministra Edukacji i Nauki.

689

W 2022 r. spółka **MoneyGram Poland** we współpracy z Fundacją Dobrych Inicjatyw zorganizowała w swoim warszawskim biurze **warsztaty edukacyjne dla podopiecznych mazowieckich placówek opiekuńczo-wychowawczych EduPodróż**. Praktyka ta ma na celu przedstawienie młodym ludziom różnych profesji z branży finansowej i objaśnienie ścieżek kariery. Omawiane są także kompetencje, które warto zdobywać, aby zainspirować młodzież z placówek opiekuńczo-wychowawczych do rozwoju oraz zaangażowania w edukację. W ramach warsztatów podczas EduPodróży zapoznawano młodzież z wieloma nowymi dla niej tematami, np. przeciwdziałania praniu brudnych pieniędzy. W drugiej edycji projektu wzięło udział 58 podopiecznych Fundacji i 12 wolontariuszy MoneyGram Poland w roli trenerów.

550

Centrum handlowe Pogoria zorganizowało akcję o charakterze wojskowym, szkoleniowym z elementami rozrywki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

– **Niedziela z Wojskiem Polskim w Pogorii**. Celem była promocja kariery zawodowej w Wojsku Polskim. Akcję kierowano do mieszkańców Dąbrowy Górniczej i okolicznych miast. Inicjatywa połączyła różne lokalne podmioty w tym m.in. stowarzyszenie proobronne Miłośników Militariów „Wesoła Trzynastka" i „Razem Głośniej", OSP KSRG Łosień oraz najemców galerii. Celem **NEPI Rockcastle Polska** jest współorganizacja i udostępnianie przestrzeni galerii dla akcji edukacyjnych i integrujących lokalną społeczność, organizacje lokalne i innych interesariuszy. W ciągu jednego dnia akcji w Pogorii 25 osób złożyło wniosek do Dobrowolnej Zasadniczej Służby Wojskowej.

83

Gotowi na przyszłość to lekcje dla dzieci organizowane przez ekspertki z **Orange Polska** na temat technologicznych zawodów przyszłości (Data Scientist, Programista/tka, Project Manager/Scrum Master, Analityk/czka biznesowy/a). Celem projektu jest poszerzanie świadomości w zakresie zawodów przyszłości głównie w zakresie nowych technologii oraz wskazanie dzieciom kompetencji, jakie są dziś potrzebne w działach związanych z nowymi technologiami: z programowaniem czy sztuczną inteligencją. Dodatkowym elementem programu jest przełamywanie mitów o zawodach typowo damskich i typowo męskich – zajęcia prowadzone są przez ekspertki z różnych obszarów zawodowych Orange. Gotowi na przyszłość to oddolna inicjatywa pracowniczek działów technologicznych, realizowana w ramach programu wspierającego różnorodność w Orange – Razem. Trenerki działają w ramach wolontariatu pracowniczego we wsparciu Fundacji Orange. Spotkanie trwa półtorej godziny.

10880

Orange Digital Center wspiera ludzi w rozwoju kompetencji przyszłości, aby zwiększać ich szanse w życiu zawodowym i społecznym (szczególnie grupy zagrożone wykluczeniem społeczno-cyfrowym). Skupia programy edukacji realizowane przez powołaną przez **Orange Polska** Fundację: Szkołę Kodowania, FabLaby powered by Orange oraz Pracownie Orange. To bezpłatne profesjonalne kursy programowania dla młodych dorosłych, otwarte warsztaty nowoczesnego rzemiosła oraz multimedialne świetlice w małych miastach i wsiach. Szkoła Kodowania w ramach Orange Digital Center przeszkoliła ponad 100 osób w programowaniu oraz rozwijaniu kompetencji przyszłości, a pierwszeństwo zakwalifikowania się na kursy miały osoby znajdujące się w trudnej sytuacji życiowej. Przy okazji otwarcia Orange Digital Center w warszawskim FabLab powered by Orange ruszyły nowe edycje dwóch projektów: YouthLab i Maker Woman.

10880

P.P.H. WObit E.K.J. Ober zorganizował **Dzień Przedsiębiorczości dla uczniów** okolicznego liceum. Uczniowie klasy o profilu ścisłym mieli okazję poznać nowoczesne środowisko produkcyjne, innowacyjne rozwiązania dla przemysłu 4.0. Poprzez praktyczne warsztaty zdobyli wiedzę z zakresu prawa pracy oraz zarządzania jakością.

60

Polska Grupa Farmaceutyczna nawiązała **partnerstwo z organizacjami studentów farmacji**: z Młodą Farmacją – Sekcją Studencką Polskiego Towarzystwa Farmaceutycznego oraz Polskim Towarzystwem Studentów Farmacji. Polska Grupa Farmaceutyczna pomaga w sfinansowaniu zjazdów naukowo-szkoleniowych obu organizacji, funduje nagrody w konkursach naukowych. Pracownicy PGF prowadzą szkolenia merytoryczne dla członków organizacji, m.in. dotyczące zadań i roli farmaceutów w prowadzeniu hurtowni leków. Organizowane są wizyty grup studenckich na terenie oddziałów PGF w różnych miejscowościach.

2000

Polski Fundusz Rozwoju poprzez projekt **SamoDZIELNI** realizowany przez Fundację PFR pomaga młodzieży wychowującej się w pieczy zastępczej w przygotowaniu do życia zawodowego i usamodzielnienia. W ramach trzeciej edycji SamoDZIELNYCH (2022 r.) Fundacja zorganizowała dla 29 osób w wieku 17–19 lat cztery zjazdy warsztatowe w formie stacjonarnej i online. Zaangażowała 3 absolwentów w roli ambasadorów. Dotychczas w projekcie wzięło udział ponad 80 uczestników. Fundacja PFR, oprócz warsztatów, młodym ludziom dała „Bony na rozwój": pełne sfinansowanie wybranych kursów zawodowych, a dzięki partnerowi – firmie Samsung – przekazała tablety, na których kontynuują edukację. W prowadzenie warsztatów dla młodzieży zaangażowali się wolontariusze GK PFR (ok. 30 osób), którym projekt daje możliwość sprawdzenia się w nowej roli: jako mentora-eksperta.

220

PwC realizuje szereg programów wspierających rozwijanie **Kompetencji przyszłości dla środowiska akademickiego**, m.in. wakacyjne praktyki WEX oraz Tech Summer Camp, Program Influencer, SAP Academy, M&A Master Challenge, Akademię Modelarza czy program mentoringowy Data Talent Lab oraz warsztaty z serii PwC Talent Lab, Campus Recruitment oraz Na tropie kariery w FCU. W ramach tych programów studenci i studentki mogą zdobyć swoje pierwsze lub kolejne doświadczenie zawodowe, sprawdzić wiedzę w praktyce oraz rozwinąć kompetencje przyszłości, współpracując z ekspertami tworzącymi PwC Polska.

6000

Bosch Termotechnika Szkoli to program edukacyjny firmy **Robert Bosch** prowadzony we współpracy ze szkołami

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

średnimi kształcącymi na kierunkach: technik gazownictwa, technik urządzeń sanitarnych i na kierunkach pokrewnych. Celami programu są: poszerzanie wiedzy uczniów w zakresie nowoczesnych urządzeń i systemów grzewczych oraz promocja zawodu instalatora urządzeń grzewczych. W ramach przedsięwzięcia firma Bosch zaprasza nauczycieli techników na szkolenia. Następnie nauczyciele przekazują zdobytą wiedzę zainteresowanym uczniom, przygotowując ich do testów. Efektywność projektu jest mierzona zaangażowaniem uczniów i szkół. W dotychczasowych 8 edycjach programu wzięło udział łącznie ponad 2 tys. uczniów z 37 szkół z całej Polski.

750

Wolontariat dla CEMS Chance to projekt społeczny skierowany do młodzieży w wieku 14–16 lat, mającej z różnych przyczyn utrudniony start w dorosłe życie. Program ma na celu wyrównywanie szans wśród uczniów oraz pomaganie im w podjęciu decyzji edukacyjnych i w planowaniu ścieżek zawodowych. Aby wesprzeć uczestników, pracownicy firmy **Samsung** z pomocą trenerów ds. kompetencji zorganizowali dla uczniów warsztaty dotyczące kompetencji przyszłości; realizowane one były metodą design thinking. Wolontariusze reprezentujący różne stanowiska opowiedzieli, jak wybrane kompetencje przydają im się w codziennej pracy. W odpowiedzi na pytania uczniów pracownicy przygotowali folder zawierający wskazówki na temat kariery, studiów i wyboru zawodu.

2500

Santander Bank Polska we współpracy z British Council przeprowadził drugą edycję bezpłatnego kursu języka angielskiego dla osób z Polski, które ukończyły 18 lat. Projekt **Santander Universidades – Stypendium Językowe Santander |Angielski i IELTS z British Council** ma na celu wsparcie w rozwoju umiejętności językowych, które są jedną z kluczowych kompetencji przyszłości, ale również obecnie wymaganych na rynku pracy. Projekt umożliwia uczestnikom bezpłatną naukę poprzez platformę online, udział w zajęciach z lektorami oraz bezpłatne zdanie IELTS – certyfikatu potwierdzającego poziom znajomości języka angielskiego. Zainteresowanie tymi kursami dynamicznie rośnie, dlatego z roku na rok bank zwiększa liczbę miejsc. Celem projektu jest wspieranie rozwoju kompetencji przyszłości wśród osób dorosłych. W kursach udział wzięło 1700 osób, ponad 200 osób bezpłatnie uzyskało IELTS.

9584

Akademia SEGRO to pierwszy tego typu projekt realizowany przez firmę z branży magazynowej. Pierwsza edycja programu realizowanego przez **SEGRO Poland** odbyła się w 2021 r. Inicjatywa ma na celu wspieranie edukacji młodzieży licealnej poprzez popularyzację nauki języka angielskiego, przy jednoczesnym przybliżaniu branży magazynowo-produkcyjnej. Pierwszy etap polega na autorskiej grze negocjacyjnej przygotowanej w języku angielskim przez Fundację „Innowatorium". Połowa uczniów wciela się w rolę klienta, druga część grupy we właściciela i zarządcę powierzchni magazynowej, a zadaniem jest wynegocjowanie jak najlepszych stawek. W 2022 r. w pierwszym etapie drugiej edycji programu wzięło udział 750 uczniów z 5 miast i ich okolic: Warszawy, Poznania, Gliwic/Tychów, Łodzi i Wrocławia. Akademia SEGRO to działanie realizowane w ramach programu „Odpowiedzialne SEGRO", którego jednym z filarów jest edukacja i wsparcie lokalnych społeczności.

40

Od 2014 r. firma **UBS** wraz z Fundacją Stella Virium prowadzi projekt **Career Turn** – cykl szkoleń mających na celu pomoc osobom bezrobotnym lub tym, które pracują poniżej kwalifikacji albo w niekorzystnych warunkach. Uczestnicy programu to w większości osoby po dłuższej przerwie w karierze zawodowej, bez wcześniejszego doświadczenia w korporacjach, a chcące powrócić na rynek pracy. Intensywny, trzytygodniowy kurs składa się z 16 modułów, a szkolenia i warsztaty dla beneficjentów prowadzą przeszkoleni wolontariusze UBS. Zajęcia odbywają się w większości w języku angielskim. Kończy je certyfikowany egzamin i indywidualny program coachingu i mentoringu. W 17 edycjach projektu od 2014 r. wzięło udział ok. 250 osób z 6 krajów, a inicjatywę wsparło ok. 300 wolontariuszy UBS. Wskaźnik zatrudnienia beneficjentów projektu to średnio 60–70% (z czego 18 osób zostało zatrudnionych w UBS).

5100

We wrześniu 2022 r. w firmie **Volkswagen Motor Polska** odbyła się inauguracja roku szkolnego dla uczniów klasy pierwszych, rozpoczynających naukę w zawodzie mechatronik, w ramach inicjatywy **Mechatronicy na start**. Firma podpisała umowy z 10 pierwszoklasistami z Zespołu Szkół w Chocianowie. Od 15 lat firma kształci uczniów w zawodzie mechatronika. Nauka trwa 3 lata i prowadzona jest wspólnie ze szkołą przy wsparciu Hufców Pracy z Przemkowa. Wiedzę teoretyczną, zarówno z zakresu ogólnego, jak i fachowego, uczniowie zdobywają w szkole, natomiast praktyczną w firmie pod okiem fachowców z branży. To dzięki inicjatywie VW MP, a następnie akceptacji programu nauki przez Ministerstwo Edukacji Narodowej zawód monter mechatronik został wpisany na listę zawodów w Polsce.

1300

Wunderman Thompson Technology wspiera dwie **klasy patronackie technik programista w Zespole Szkół Łączności** w Poznaniu. Dzięki zaangażowaniu firmy uczniowie mają dostęp do aktualnej wiedzy w obszarze programowania i projektów IT. Odbywają także praktyki zawodowe w firmie. Specjaliści z WTT prowadzą wykłady i zajęcia, wskazują kierunki rozwoju zawodu i współtworzą program nauczania. Nauczyciele mogą poszerzać swoje kompetencje dzięki zorganizowanym dla nich mentoringom i kursom. Współpraca to też wsparcie rzeczowe – firma wyposaża szkołę w sprzęt komputerowy i branżową literaturę. Najlepsi uczniowie klasy programistycznej oraz nauczyciele otrzymują stypendia. Firma i szkoła skupiają się na poprawie jakości edukacji. 13 uczniów i 5 nauczycieli otrzymuje stypendia od firmy. W ramach prac stworzono siatkę przedmiotów oraz zaprojektowano szkolenia dla nauczycieli. Na współpracy zyskuje również szkoła – rozbudowując ofertę edukacyjną, przyciąga zdolnych kandydatów.

240

WSPARCIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Firma **Activy** udostępniła **dwie aplikacje podopiecznym Fundacji Rak'n'Roll**. Leczący się onkologicznie podopieczni Fundacji mogą korzystać z nich bezpłatnie przez rok. Aplikacja Activy motywuje użytkowników do regularnego ruchu na zewnątrz. Fundacja korzysta z Activy również podczas wyjazdów, np. skiturowych. Aplikacja Mindy wspiera kondycję mentalną poprzez dostęp do biblioteki treści audio i wideo przygotowanych przez ekspertów, w tym psychologów i terapeutów, o tematyce m.in. radzenia sobie ze stresem oraz trudnymi emocjami, dobrego snu. Aplikacja pozwala też realizować programy rozwojowe dotyczące m.in. poczucia własnej wartości, motywacji, odporności psychicznej. Użytkownicy Activy w ciągu kilku miesięcy wykonali ponad 5 tys. aktywności.

10

ALAB laboratoria od 2 lat jest **partnerem Fundacji Ronalda McDonalda**. Firma wsparła finansowo m.in. ogólnopolski program bezpłatnych badań USG dzieci, co zwiększyło potencjał bezpłatnych badań ultrasonograficznych realizowanych w ramach programu „NIE nowotworom u dzieci". W 2022 r. ALAB laboratoria wsparł też Fundację darowizną na zakup 24 łóżek oraz 14 materacy dla rodziców czuwających przy chorym dziecku. Część łóżek oraz materace trafiło na oddział chirurgii i ortopedii Warszawskiego Szpitala dla Dzieci. Kolejne łóżka trafią do szpitali w całej Polsce: do Szpitala Śląskiego w Cieszynie, Szpitala Miejskiego w Rudzie Śląskiej i Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Lublinie.

4000

Dzięki Starbucks Polska należącemu do **AmRest Coffee**, **Fundacja Opiekuńcze Skrzydła otrzymała dotację od Starbucks Foundation**. Grant wysokości 12,5 tys. dolarów został – w ramach projektu World Impact Grant – przekazany jesienią 2022 r. To element szerszej współpracy marki z fundacją, która pomaga dzieciom zagrożonym wykluczeniem społecznym i działa na rzecz wyrównywania ich szans. Pracownicy Starbucks Polska wspierają ośrodek fundacji w ramach wolontariatu pracowniczego, a firma przekazuje dotacje na remonty i wyposażenie domów dziennego pobytu oraz na wyprawki szkolne. W 2022 r. środki zostały też wykorzystane na przygotowanie lokalizacji, w której schronienie znalazły rodziny ukraińskich uchodźców. Grant od Starbucks Foundation pozwolił natomiast na realizację inicjatyw edukacyjnych, kulturalnych i wychowawczych dla dzieci i młodzieży z najuboższych dzielnic Warszawy.

1057

ANWIL powołał do życia **Fundację Anwil**. Decyzja ta poprzedzona została badaniem opinii społecznej, żeby lepiej poznać preferencje i realne potrzeby mieszkańców Włocławka. Fundacja wspiera szerokie spektrum projektów służących mieszkańcom Włocławka, a od 2022 r. całego powiatu włocławskiego. Pomaga w obszarze edukacji, ochrony zdrowia i środowiska, sportu, kultury. Prowadzi stały monitoring działań beneficjentów, zbiera na bieżąco opinie interesariuszy. Na działalność statutową przeznaczyła łącznie ponad 10 mln zł. Dzięki tym środkom szkoły, przedszkola, uczelnie wyższe, organizacje pozarządowe, koła gospodyń wiejskich, ochotnicze straże pożarne i inne podmioty działające na rzecz dobra publicznego zrealizowały 639 projektów. Fundacja ufundowała 324 stypendia dla zdolnej młodzieży i studentów. Angażuje też pracowników firmy w wolontariat.

1300

Zamiast koszy świątecznych, **Compensa** wysyła do partnerów biznesowych elektroniczną **świąteczną kartkę charytatywną Compensy**. Adresaci kartki mają możliwość wybrania fundacji, którą w ich imieniu firma wesprze finansowo. W 2022 r. były to Zachodniopomorska Fundacja Pomocy Rodzinie „Tęcza Serc" działająca na rzecz dzieci i dorosłych z alkoholowym zespołem płodowym FAS, Fundacja JiM działająca na rzecz osób z autyzmem oraz Fundacja „Przyszłość dla Dzieci" niosąca pomoc najmłodszym mieszkańcom terenów olsztyńskich z ubogich rodzin. Podczas akcji oddano ponad 400 głosów. Środki finansowe zostały podzielone między wybrane fundacje zgodnie z liczbą oddanych głosów.

1935

W ramach akcji **Partner Charytatywny Roku** firma **Credit Suisse Poland** wspiera wybraną przez pracowników organizację charytatywną. Partnerstwo nawiązywane jest na 1-2 lata. W tym czasie pracownicy zbierają fundusze podczas wydarzeń i inicjatyw charytatywnych na rzecz organizacji, oferują swój czas, umiejętności i doświadczenie, aby budować i wspierać jej potencjał. W Polsce program powstał w 2014 r. i do tej pory wsparł 7 organizacji, zbierając łącznie prawie 1,2 mln zł. W 2022 r. wybrano Stowarzyszenie Ochrony Zwierząt EKOSTRAŻ, a wsparcie dotyczy modernizacji usług Ekostraży, w tym remonty budynków i dostarczenie sprzętu medycznego. W 2022 r. pracownicy zebrali ponad 168 tys. zł podczas ponad 160 wydziałowych konkursów Charity Hero. Wsparcia wolontariackiego w 2022 r. udzieliło Ekostraży prawie 800 pracowników, którzy przeznaczyli na to ponad 9 tys. godzin. Credit Suisse oferuje również program „Payroll Giving", który umożliwia pracownikom przekazanie partnerowi charytatywnemu dowolnej kwoty potrącanej bezpośrednio

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

z ich wynagrodzenia. Dodatkowo w 2022 r. firma zorganizowała uzupełniającą zbiórkę na pomoc zwierzętom uratowanym z Ukrainy, dzięki której zebrano 2920 zł.

5000

Firma **dentsu Polska** od lat wspiera wybrany cel społeczny przy okazji corocznego globalnego badania zaangażowania (Check In) w ramach inicjatywy **Twój głos się liczy podwójnie**. Pracownicy na końcu ankiety decydują, który z wymienionych obszarów chcą wesprzeć: działania na rzecz klimatu, zdrowie psychiczne, różnorodność lub edukację. W akcję co roku zaangażowani są wszyscy pracownicy Grupy Dentsu, czyli 46 tys. osób na całym świecie. W Polsce w badaniu wzięło udział 92% pracowników. W 2022 r. dentsu Polska przekazało 21 tys. funtów międzynarodowej organizacji chroniącej przyrodę – WWF.

800

Projekt **Razem Możemy Więcej**, prowadzony przez firmę **DOZ** i powołaną przez nią DOZ Fundację dbam o zdrowie, ma na celu nawiązanie współpracy z organizacjami pozarządowymi, by za ich pośrednictwem udzielać pomocy osobom chorym, starszym, ubogim lub zagrożonym wykluczeniem społecznym. DOZ Fundacja organizuje konkurs grantowy dla organizacji z sektora zdrowia i opieki społecznej. Co roku laureatami grantu zostaje ok. 50 organizacji. Dzięki temu pomoc uzyskuje nawet ok. 15 tys. osób. Pomoc otrzymują również te organizacje, które wspierają osoby bezdomne i wykluczone społecznie.

4500

Firma **Egis Polska** z okazji Dnia Babci i Dziadka **wsparła Fundację Stocznia**. Fundacja przeprowadziła webinar „Umysł – menedżer do zadań specjalnych", w którym uczestniczyli pracownicy firmy i ich bliscy: rodzice czy dziadkowie. Firma promowała też zakup materiału „Siłownia Pamięci – ćwiczenia z głową" przygotowanego przez Fundację jako prezentu na Dzień Babci lub Dziadka. Ćwiczenia te zapewniają rozrywkę i trenują umysł. Badania dowodzą, że systematyczne ćwiczenia pamięci, uwagi czy logicznego myślenia są doskonałą profilaktyką zdrowia. Firma chciała zwiększyć ogólną świadomość i wiedzę na temat znaczenia treningu umysłu osób starszych i profilaktyki zdrowia psychicznego w późniejszym wieku.

250

Europejski Fundusz Leasingowy w 2022 r. zorganizowała akcję rejestracji połączoną z edukacją na temat procesu oddawania szpiku dla potrzebujących **EFL dla DKMS**. Działanie wpisuje się w firmowe cele z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu i służy osobom chorującym na nowotwory krwi oraz ich bliskim. Włączeni są również wolontariusze z Fundacji oraz spośród pracowników EFL. Firma współpracuje z Fundacją DKMS. W 2022 r. celem była akcja informacyjna połączona z dobrowolną rejestracją do bazy dawców. Zarejestrowało się 41 pracowników, a od początku współpracy z Fundacją już ponad 300.

409

Exorigo-Upos zorganizowała firmową zbiórkę za pomocą **E-skarbonki WOŚP**. W 2022 r. wartość wpłat pracowników na rzecz WOŚP wyniosła 4,5 tys. zł.

800

Ideą programu **AmberOne Blisko Nas** prowadzonego przez **Gdańsk Transport Company** jest wspieranie małych inicjatyw społecznych, istotnych z punktu widzenia ekologii i bezpieczeństwa na drodze, w gminach położonych wokół autostrady. Firma organizuje konkurs, w którym nagradzane i finansowane są projekty lokalnych organizacji. Mają one najlepszą wiedzę o potrzebach lokalnych społeczności. Dzięki pozyskanym środkom powstają nowe miejsca spotkań, a mieszkańcy zwiększają swoją świadomość na temat bezpieczeństwa w ruch drogowym i realizują działania proekologiczne. W 2022 r. wsparcie trafiło do 2 organizacji, które stworzyły miododajną zieloną przestrzeń publiczną, prowadziły warsztaty ekologiczne, zbudowały domki dla owadów, sadziły drzewa i edukowały na temat przepisów ruchu drogowego. W projektach uczestniczyło ponad 600 mieszkańców.

8

W 2022 r. **GPEC** wraz z AMBER EXPO łączyły ideę świątecznej zabawy dla mieszkańców z działalnością charytatywną. Zbiórka odbywała się podczas Jarmarku Bożonarodzeniowego w Gdańsku. Grupa GPEC przygotowała dla odwiedzających **świąteczną kulę pomocy dla Fundacji Hospicyjnej w Gdańsku**. Była to prawie 4-metrowa, świąteczna kula, do której – po kupieniu biletu wstępu – można było wejść i zrobić sobie pamiątkowe zdjęcie w formie świątecznej bombki. Bilet do atrakcji stanowił symboliczną cegiełką zasilającą konto Fundacji Hospicyjnej w Gdańsku. Zebranych zostało prawie 51 tys. zł.

460

Pandemia spowodowała przejście firmy **Grand Parade** na hybrydowy model pracy. Firma **użyczyła przestrzeń biurową organizacjom pozarządowym** – sale, gdzie odbywały się duże spotkania. Dzięki tej inicjatywie Fundacja One World – One Heart zorganizowała wielkanocny brunch dla kilkunastu ukraińskich rodzin, a organizacja Internationaler Bund Polska – obchody Światowego Dnia Wolontariusza dla kilkudziesięciu osób, swoich wolontariuszy. W obu wydarzeniach w sumie wzięło udział ok. 120 osób.

430

Firma **Grand Parade** zaangażowała się we **wsparcie Fundacji Zupa na Plantach**. W grudniu, w czasie firmowej imprezy świątecznej zorganizowano wśród pracowników zbiórkę pieniężną dla Fundacji Zupa na Plantach, organizacji pomagającej osobom w kryzysie bezdomności. Akcję wsparło ponad 80% uczestników imprezy świątecznej. Dzięki zbiórce udało się wyposażyć w śpiwory ponad 25 osób w kryzysie bezdomności.

430

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Przez **25 lat działalności Fundacja Polsat**, działająca przy **Grupie Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia)**, podjęła szereg inicjatyw mających pomóc dzieciom i ich rodzicom. Najbardziej znane to: „Podaruj Dzieciom Słońce" i „Podziel się Posiłkiem". Fundacja angażowała się też w inne projekty, m.in: przeniesienie do Polski programu Rodzinnych Przeszczepów Wątroby, czy wprowadzenie nowoczesnej metody leczenia rozszczepu kręgosłupa metodą fetoskopową, w łonie matki. Telewizja Polsat była pierwszą stacją komercyjną w Polsce, która zaangażowała się w działalność charytatywną. Od 25 lat Fundacja Polsat czyni wysiłki, aby poprawić sytuację zdrowotną najmłodszych pacjentów w Polsce. Obecne działania Fundacji wpisują się także w szereg inicjatyw i działań ekologicznych, w tym w walkę ze smogiem i jego skutkami, jakie podejmuje Grupa Polsat Plus poprzez Stowarzyszenie Program Czysta Polska.

7500

Firma **GXO** postanowiła **wesprzeć wiedzą i zasobami Bank Żywności SOS w Warszawie** – oddelegowała czasowo swojego pracownika magazynowego do pracy w magazynie banku. Było to znaczące wsparcie organizacji w szczególnie dla niej intensywnym okresie przedświątecznym. Firma od lat pomaga Bankom Żywności finansowo oraz poprzez organizację zbiórek produktów, teraz poszła o krok dalej. Magazynier wykonywał swoją codzienną pracę na rzecz Banku Żywności, a GXO pozostawał jego pracodawcą.

1500

Firma **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** we współpracy z wrocławskim Centrum Wspierania Organizacji Pozarządowych „Sektor 3" ogłosiła w 2022 r. drugą edycję akcji **Sprzęt dla NGO**. Firma przekazała organizacjom wysokiej klasy sprzęt biurowy, którym dysponowała po reorganizacji biur i przejściu na zdalny model pracy. Projekt wpisuje się w koncepcję gospodarki o obiegu zamkniętym – pozwala na przedłużenie eksploatacji sprzętu, jednocześnie znacząco poprawia sytuację lokalnych NGO. Z drugiej edycji projektu „Sprzęt dla NGO" skorzystało ponad 60 organizacji pozarządowych, które przyjęły blisko 1600 sztuk (ok. 50 ton) różnego typu sprzętu, w tym biurek, szafek, a także monitorów, o łącznej wartości ok. 500 tys. zł.

1000

W 2022 roku pracownicy **Kaufland Polska Markety** z całej Polski po raz kolejny wzięli udział w zainicjowanej przez firmę akcji **List do Świętego Mikołaja**. Podopieczni Fundacji „Serca dla Maluszka" oraz Domu Pomocy Społecznej „Samarytanin" opisali w listach świąteczne marzenia. Ponad 270 pracowników Kaufland przygotowało podarunki dla potrzebujących. W pomoc mogli włączyć się również klienci – skarbony Fundacji „Serce dla Maluszka" umieszczone są w punkcie informacyjnym każdego sklepu Kaufland.

15000

mBank po raz piąty był partnerem strategicznym Finału WOŚP. Do dwóch sztabów w Łodzi i Warszawie zgłosiło się 170 wolontariuszy-pracowników mBanku. Rozliczali pieniądze ze zbiórki, przygotowywali ciepłe posiłki dla wolontariuszy WOŚP. Dodatkowo **w Finał WOŚP włączyli się pracownicy** placówek mBanku z całej Polski. Prowadzili zbiórkę i wspierali lokalne sztaby WOŚP w obsłudze gotówkowej. Przed Finałem wypożyczali liczarki gotówki, a po nim przyjmowali pieniądze od sztabów. Ponadto mBank, jak co roku, prowadził akcje mobilizujące swoich klientów do przekazywania wpłat na WOŚP. Łącznie w Finał WOŚP w 2022 r. zaangażowało się ok. 1170 pracowników mBanku. Wolontariusze z mBanku z tylko dwóch sztabów WOŚP w Łodzi i Warszawie zebrali w sumie 110 tys. zł. Pracownicy zaangażowali się też w aukcje, z których dochód w wysokości 12,3 tys. zł został w całości przekazany na WOŚP. Ponadto w 2022 r. Fundacja WOŚP zebrała ponad 224,4 mln zł, z czego ok. 10% wpłacili klienci mBanku i sam mBank.

7000

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 wspiera organizacje m.in. w bieżącej obsłudze prawnej, działając w tej mierze pro bono.

8

Firma **Model Opakowania współpracuje z Bankami Żywności SOS w Warszawie**, wspierając doroczną Świąteczną Zbiórkę Żywności dla osób potrzebujących. Model produkuje opakowania z logo Banków Żywności, w które pakowane są paczki dla potrzebujących. Opakowania powstają w zakładzie w Czosnowie i są przekazywane nieodpłatnie. Firma Model, wspierając akcję Świątecznej Zbiórki Żywności, przekazuje też pomoc organizacjom i instytucjom społecznym, takim jak: jadłodajnie, domy samotnej matki, domy dziecka, noclegownie, ośrodki wsparcie itp. Firma wspiera Banki Żywności w bożonarodzeniowych, jak i wielkanocnych zbiórkach żywności.

830

Fundacja im. Janusza Korczaka, działająca już nieprzerwanie od 20 lat, została ufundowana przez Adama i Jerzego Krzanowskich – założycieli firmy **Nowy Styl**. Jej główny cel to wsparcie rozwoju uzdolnionych dzieci i młodzieży z Podkarpacia. W ramach **Programu stypendialnego Fun-**

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

dacja im. Janusza Korczaka co roku pomaga kilkudziesięciu osobom w rozpoczęciu lub kontynuowaniu nauki na wybranym przez siebie kierunku.

6883

Podczas świątecznego spotkania pracowników polskiej centrali firmy **Pepco** została przeprowadzona **cicha aukcja na rzecz WOŚP**. W dniach poprzedzających wydarzenie pracownicy oferowali produkty i usługi, które następnie licytowali podczas aukcji. Licytowane były m.in. różnego rodzaju rękodzieła, wypieki, cenne pamiątki, własnoręcznie namalowane obrazy oraz usługi, jak zajęcia jogi czy wizyta w SPA. Podczas aukcji firma Pepco wraz z pracownikami zebrała ponad 12 tys. zł.

23262

Firma **PZU Zdrowie** **ufundowała portal Onkorodzice.pl**, który prowadzi Fundacja Iskierka. PZU Zdrowie jest fundatorem portalu od momentu jego powstania. Onkorodzice.pl to obszerna i rzetelna baza wiedzy na temat nowotworów dziecięcych, z której mogą korzystać zarówno rodzice, jak i środowisko medyczne. Zawiera uporządkowane i zweryfikowane informacje, których najczęściej poszukują opiekunowie chorych dzieci. Ma ułatwić kontakt do osób znajdujących się w podobnej sytuacji. To także przestrzeń do wspólnych działań dla lekarzy i organizacji pozarządowych. Od momentu stworzenia do portalu zalogowało się 41 tys. użytkowników. PZU Zdrowie wspiera również Fundację w innych inicjatywach, m.in. promując Gold September – inicjatywę mającą upowszechniać wrzesień jako miesiąc świadomości chorób nowotworowych wśród dzieci.

7000

Program grantowy Szychta Fundacji Świętokrzyskich Kopalni Surowców Mineralnych „Kaganek" utworzonej przez **Świętokrzyską Grupę Przemysłową INDUSTRIA** jest skierowany do organizacji pozarządowych. Każdy, kto chce dokonać pozytywnej zmiany w społeczności lokalnej, może zgłosić projekt przy pomocy instytucji lub organizacji niekomercyjnej, mającej zdolność prawną. Granty stanowią odpowiedź na bieżące problemy otoczenia i społeczności lokalnej i promują społeczeństwo obywatelskie. W 2022 r. Fundacja wsparła 20 inicjatyw lokalnych w 4 obszarach: rozwój społeczności lokalnych, rozpowszechnianie kultury i tradycji ludowej regionu świętokrzyskiego, bezpieczeństwo oraz aktywizacja i integracja seniorów. Była to druga edycja programu.

320

Firma **TIM** **gra dla WOŚP** od 2019 r. W 2022 r. firma uruchomiła e-Skarbonkę, do której dokładać mogli się zarówno klienci, jak i pracownicy, przeprowadziła wewnętrzne licytacje, w które zaangażowani byli pracownicy i klienci. Firma zobowiązała się też, że wpłaci do e-Skarbonki złotówkę za każde zamówienie zrealizowane na TIM.pl w finałowym tygodniu Orkiestry.

308

WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI

W ramach współpracy z uczelniami wyższymi firma **ArcelorMittal Poland** uruchomiła program grantowy dla kół naukowych pionu hutniczego krakowskiej AGH pod tytułem **Rozkręć koło z ArcelorMittal Poland**. Celem przedsięwzięcia jest wspieranie ambitnych projektów inżynierskich realizowanych przez studentów AGH oraz zachęcanie ich do aktywności naukowej. W ramach grantu studenci zobligowani byli do przesyłania podsumowania swoich działań, aktywności w kanałach SM i końcowego raportu z wykorzystania środków. Projekt jest odpowiedzią na spadek atrakcyjności kierunków związanych z produkcją stali. Poprzez program firma stara się pokazać potencjał nie tylko tych kierunków, ale także zachęcać studentów do rozwijania swoich zainteresowań i kompetencji. Łącznie firma wspiera 11 kół naukowych z 5 wydziałów.

10000

Na przełomie 2015 i 2016 r. firma **BASF Polska** wspólnie z Politechniką Warszawską ruszyła z projektem „Zarządzanie Biznesem Technologicznym". To cykl wykładów prowadzonych przez przedstawicieli BASF na Wydziale Chemii Politechniki Warszawskiej, który dostarcza wiedzy i informacji z różnych dziedzin, takich jak chemia przemysłowa, zarządzanie przedsiębiorstwem, PR i zrównoważony rozwój. W ramach **współpracy z uczelniami wyższymi** w wykładach udział wzięło około 200 osób.

780

W 2022 r. wystartowała dziewiąta edycja studiów podyplomowych **Manager CSR. Zrównoważony rozwój i ESG** prowadzonych przez **CSRinfo** oraz Collegium Civitas. Ich celem jest wyposażenie kadry menedżerów w wiedzę i umiejętności niezbędne do zarządzania obszarem CSR/ESG. Studia wyróżniają się m.in. koncentracją na praktycznych aspektach pracy menedżera CSR/ESG, interdyscyplinarnością i zaangażowaniem ekspertów-praktyków z wieloletnim doświadczeniem. Partnerami bieżącej edycji studiów są firmy AMMEGA Business Services i B&B Opakowania. Ósmą edycję studiów (rocznik 2021/2022) ukończyło 41 absolwentów i absolwentek. W dziewiątej edycjijest 31 słuchaczy.

14

Studia Podyplomowe CSR na Akademii Leona Koźmińskiego „CSR. Cele Zrównoważonego Rozwoju w strategii firmy" są organizowane w ramach współpracy Zespołu Sustainability **Deloitte Polska** pod kierunkiem Ireny Picholi oraz Centrum Etyki Biznesu Akademii Leona Koźmińskiego pod kierunkiem prof. ALK dr. hab. Bolesława Rok. Obecnie trwają piętnasta i szesnasta edycja studiów, łącznie w obu tych edycjach w roku akademickim 2022/2023 bierze udział ok. 70 studentów, podobnie jak w poprzednich edycjach. Zespół Deloitte angażuje się w tworzenie syllabusa studiów, a eksperci zespołu Sustainability Consulting Central Europe prowadzą

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

zajęcia ze studentami, dzieląc się swoimi doświadczeniami z codziennej pracy projektowej.

3000

Od 2021 r. **Grand Parade** prowadzi **zajęcia „Facylitacja w IT" dla studentów AGH**. Zajęcia odbywają się w semestrze zimowym. Specjaliści firmy dzielą się swoim doświadczeniem i pokazują pracę na realnych case study.

430

Firma **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** nawiązała **współpracę z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu** w 2009 r. Na przestrzeni lat firma realizuje programy stażowe, mentoringowe i kompetencyjne (np. „Kompetencje Przyszłości", „Business Challenger", „HPE Academy"), prowadzi studia podyplomowe, uczestniczy w akredytacjach programów nauczania i targach pracy. Od roku akademickiego 2020/2021 firma zasiada w Radzie Wydziału Finanse i Rachunkowość, współtworząc programy studiów licencjackich i magisterskich, a także prowadzi zajęcia CIMA managerial case studies dla studentów. Praktyka jest kontynuowana w 2023 r.

1000

Od 2019 r. **Huawei Polska** **współpracuje z polskimi uczelniami w ramach ICT Academy i konkursu ICT Competition**. Na przełomie października i listopada Huawei odwiedził Politechnikę Poznańską, Uniwersytet Śląski, Technikum Łączności, Zespół Szkół Łączności w Poznaniu i Warszawską Wyższą Szkołę Informatyki, w których wspierał rozwój laboratoriów i prowadził certyfikowane kursy. Podczas jesiennego obozu szkoleniowego online dla studentów kierunków STEM, Huawei przeszkolił tysiąc młodych talentów na temat technologii chmurowych, zarządzania danymi oraz sztucznej inteligencji i wyróżnił 2 najlepsze uczelnie. Podczas ICT Competition najlepsi absolwenci akademii mogli zaprezentować zdobyte umiejętności podczas finałów krajowych, a później także globalnych. Dotychczas wzięło w nich udział 40 tys. uczestników z ponad 8 tys. szkół.

800

Jastrzębska Spółka Węglowa, Politechnika Śląska i Instytut Techniki Górniczej KOMAG zawarły **porozumienie dla cyberbezpieczeństwa**. To jedno z najważniejszych współczesnych wyzwań przemysłu wydobywczego, które szczególnego znaczenia nabrało w obliczu wojny w Ukrainie. Cyfrowa transformacja przemysłu pozwala skutecznie optymalizować, zarządzać, ale także monitorować bezpieczeństwo procesów wydobywania i przeróbki węgla koksowego. Współpraca JSW S.A. z Politechniką Śląską i ITG Komag dotyczyć będzie kształcenia studentów politechniki, a także realizacji i wspierania innowacyjnych projektów oraz programów badawczych z zakresu cyberbezpieczeństwa systemów przemysłowych.

30686

W 2016 r. firma **Kronospan Polska** wraz z Politechniką Koszalińską stworzyła działającą w Szczecinku **Filię o kierunku Inżynieria i automatyzacja w przemyśle drzewnym**. Firma wybudowała infrastrukturę dydaktyczną z salami wykładowymi, laboratoriami oraz biurami dziekanatu. Zajęcia realizowane są m.in. przez specjalistów Kronospan, również na terenie zakładu firmy, gdzie studenci mają dostęp do najnowszej stosowanej w branży technologii. Firma funduje też stypendia dla młodzieży w trakcie trwania studiów. Przez 6 lat z oferty Filii Politechniki Koszalińskiej w Szczecinku skorzystało ponad 115 studentów. Firma Kronospan zatrudniła 16 absolwentów.

1150

LG Energy Solution Wrocław za kwotę ponad 600 tys. zł **ufundowała Laboratorium Elektromobilności na Politechnice Wrocławskiej**. Dotacja dla uczelni umożliwi powstanie miejsca, w którym studenci zdobędą doświadczenie i poszerzą techniczną wiedzę: laboratorium będzie wyposażone m.in. w silnik prądu stałego z magnesami trwałymi, specjalizowany zasilacz do napędów elektrycznych, model roweru elektrycznego czy zestaw elementów do badań ogniw paliwowych. Firma także objęła patronat nad kierunkiem elektromobilność prowadzonym na Wydziale Elektrycznym uczelni.

10000

Ørsted Polska chce wykorzystać doświadczenie w sektorze morskiej energetyki wiatrowej oraz wiedzę ekspertów z całego świata do tego, by stworzyć ofertę dla rodzącego się rynku offshore w Polsce. W ramach **współpracy z polskimi uczelniami** firma podpisała list intencyjny z Wydziałem Elektrycznym Politechniki Warszawskiej i nawiązała współpracę z Uniwersytetem Morskim w Gdyni. Ørsted przekazuje też wiedzę uczestnikom Executive Offshore Wind MBA – pierwszego takiego programu w Polsce. Do tej pory udało się zrealizować cykl warsztatów prowadzonych przez ekspertów Ørsted, w których wzięło udział kilkudziesięciu studentów.

270

W ramach współpracy **Polskiej Grupy Zbrojeniowej**, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz Polskiego Instytutu Kontroli Wewnętrznej zorganizowano pierwszą edycję **studiów podyplomowych o kierunku biegły w zakresie wykrywania nadużyć gospodarczych**. Cel studiów

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

to przygotowanie słuchaczy do pracy w zakresie wykrywania i neutralizacji zagrożeń dla organizacji. Program stworzony na potrzeby Grupy obejmował: akty prawne, zawodowe standardy i regulacje dotyczące pracy biegłych wykrywających oszustwa i nadużycia gospodarcze, a także metodykę badań i zasady ich dokumentowania. Istotnym dopełnieniem programu była też psychologia oszustw. Pierwszą edycję studiów ukończyło 29 osób z kilku spółek z Grupy Kapitałowej.

300

ZRÓWNOWAŻONE MIASTA

W ramach **Finału Konkursu Drive Innovation – Przyszłość Zrównoważonego transportu** uczestnicy mieli znaleźć rozwiązanie na co najmniej jeden z problemów, którymi są: ograniczanie emisji gazów cieplarnianych, wydajność energetyczna, zamykanie obiegu oraz bezpieczeństwo pojazdów. Konkurs został zainaugurowany przez **BASF Polska** w grudniu 2021 i trwał do października 2022 r. Partnerami konkursu byli: Centrum Nauki Kopernik, magazyn „Focus", Polska Izba Motoryzacyjna, Politechnika Rzeszowska, Politechnika Warszawska, Politechnika Śląska. Do finału dotarło 6 drużyn.

780

Podmioty z **Energa Grupa ORLEN**: Energa S.A., Fundacja Energa, Energa Obrót SA – zamontowały na dachach 10 budynków użyteczności społecznej ogniwa fotowoltaiczne. Odbyło się to w ramach programu **Domy Dobrej Energii**. Dzięki panelom obniżyły się koszty użytkowania obiektów, a korzystające z nich instytucje i organizacje ograniczyły swój wpływ na środowisko. Program bezpośrednio przekłada się na bezpieczną transformację energetyczną oraz na ochronę środowiska. Domy Dobrej Energii to także edukacja społeczna na temat ochrony powietrza i klimatu: warsztaty ekologiczne, zajęcia integracyjne czy wycieczki edukacyjne. W 2022 r. do programu przystąpiły: 4 domy dziecka, 1 szkoła w Afryce, 1 dom pomocy dla bezdomnych

9800

Fundacja Veolia Polska realizuje we współpracy z Veolia Energia Warszawa oraz w partnerstwie z Fundacją CultureLab i Warszawskim Centrum Innowacji Edukacyjno-Społecznych i Szkoleń pod honorowym patronatem Prezydenta m.st. Warszawy program edukacyjny **Kocham Warszawę – łapię deszczówkę**. Jest to pierwszy program edukacyjny poświęcony gospodarce wodnej, który wspomaga nauczycieli i rodziców w rozmowach na temat oszczędzania wody i w kształtowaniu postaw prośrodowiskowych wśród dzieci, a jednocześnie inwestuje w infrastrukturę wspierającą retencję w mieście. W ciągu 2 lat program objął zasięgiem 62 placówki warszawskie: żłobki, przedszkola i szkoły podstawowe. Efektem projektu było zwiększenie wiedzy 2 tys. dzieci i ich rodziców na temat konieczności oszczędzania wody i zaangażowanie ponad 100 nauczycieli w edukację wodną. Dodatkowo, we wszystkich placówkach biorących udział w programie w 2021 r. zainstalowano 100 zbiorników do zbierania deszczówki, a także posadzono 100 drzew liściastych.

4300

Projekt **Od Drzewa do Miasta. Laboratorium wiedzy o zieleni miejskiej** realizowany jest od października 2021 i potrwa do czerwca 2023 r. Organizatorami są UNEP/GRID-Warszawa (koordynator projektu), **Fundacja Veolia Polska** (udziela wsparcia dla miast biorących udział w projekcie) oraz Asplan Viak AS (wsparcie geoinformacyjne). Projekt finansowany jest z grantów norweskich. Realizowany jest w 5 miastach partnerskich: Rzeszowie, Miasteczku Śląskim, Przasnyszu, Lidzbarku Warmińskim i Szczytnie. W ramach projektu powstało 5 analiz ekosystemowych usług drzew, a także 50 tablic informacyjnych z wynikami badań oraz strona internetowa, na której uruchomiono geoportal, zrealizowano również ogólnopolską kampanię medialną.

4300

Fundacja Veolia Polska realizuje program **Przywództwo w Samorządzie** koncentrujący się na wzmacnianiu współpracy międzysektorowej w dążeniach miast do zrównoważonego rozwoju. Działa na terenach, gdzie zlokalizowane są spółki grupy Veolia w Polsce. Przywództwo w samorządzie to program szkoleniowy realizowany we współpracy z Fundacją Szkoła Liderów, dedykowany 35 liderom samorządowym z 8–10 miast rocznie, przygotowany w oparciu o koncepcję rezyliencji miejskiej, czyli odporności miast i zdolności do odradzania się w momentach kryzysowych. Program stanowi platformę dla wspólnego poszukiwania skutecznych rozwiązań na bieżące wyzwania klimatyczne i społeczne miast, biorą w nim udział także eksperci grupy Veolia. W 2022 r. odbyła się trzecia edycja. Dotychczas w programie udział wzięło 104 samorządowców z 26 miejscowości.

4300

Grupa Echo Investment zazielenia miasta, realizując **program społeczny Echo-Łąka**. Polega on na zakładaniu miejskich łąk kwietnych, które pozytywnie wpływają na miejski mikroklimat, bioróżnorodność, ograniczają smog. Program powstał we współpracy z Fundacją Łąka. Od 2021 r. firma założyła łącznie 7 łąk kwietnych, o powierzchni blisko 6,5 tys. mkw., w Warszawie przy ul. Towarowej, w Łodzi w sąsiedztwie zrównoważonego osiedla Zenit, w Kielcach w sąsiedztwie siedziby głównej firmy, a także w Poznaniu, Krakowie i Wrocławiu. Łąki są wieloletnie i znajdują się na obszarach zarządzanych przez miejskie instytucje, które udostępniły tereny dla programu.

520

Podczas każdej inwestycji **Grupa Echo Investment** **zadrzewia miasta i chroni drzewa**. Na etapie projektowania firma stara się unikać usuwania wartościowych drzew lub krzewów. Na etapie budowy drzewa i krzewy przeznaczone do zachowania są zabezpieczane, a ich stan jest stale monitorowany. Firma stworzyła także przewodnik dla osób zarządzających budowami z wytycznymi dotyczącymi ochrony drzew. Znajdują się w nim zasady postępowania z drzewami przed rozpoczęciem budowy, w jej trakcie i po jej zakończeniu. Firma co roku zleca specjalistom dendrologom kompleksową waloryzację drzew wyciętych i posadzonych na swoich inwestycjach oraz w ramach inwestycji towarzyszących, aby ocenić stopień wpływu działalności na miejskie ekosystemy. W 2022 r. na wszystkich budowach prowadzonych przez Echo Investment 131 drzew zostało wyciętych, a 304 drzewa zostały posadzone, głównie w ramach inwestycji towarzyszących.

520

Grupa Echo Investment na wielu swoich inwestycjach projektuje **żywe zielone dachy lub ściany**, co pozwala osiągnąć wskaźnik powierzchni biologicznie czynnej wyższy niż wymagany przepisami. Starannie dobrana roślinność, umieszczona na dość rozległej powierzchni dachu lub ściany, stanowi barierę dla zanieczyszczeń, pochłania dwutlenek węgla i produkuje tlen. W 2022 r., w ramach inwestycji apartamentowej Resi4Rent przy krakowskich Błoniach, firma stworzyła żywą ścianę pełną roślin, o powierzchni blisko 200 m^2.

520

W ramach **partnerstwa z United Nations Association – Poland (UNAP)**, **Grupa Enea** wsparła program edukacyjny dla uczniów liceów i techników oraz organizację Letniej Akademii Zrównoważonego Rozwoju 2022. Enea patronowała również drugiej edycji raportu „Zrównoważony rozwój miast w Polsce – od teorii do praktyki" pokazującego, jak samorządy w Polsce działają na rzecz realizacji Agendy 2030, czyli 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju przyjętych przez ONZ. W raporcie wzięło udział 30 miast, które informowały o tym, jak polskie miasta wdrażają strategie polityki zrównoważonego rozwoju i z jakimi wyzwaniami muszą się mierzyć. Opracowanie zawiera również głos przedstawicieli biznesu, organizacji pozarządowych, środowisk młodzieżowych oraz administracji publicznej. Stworzenie raportu zostało poprzedzone otwartymi debatami z mieszkańcami oraz formalnymi spotkaniami z władzami miast.

17480

Program **InPost Green City**, realizowany przez **InPost**, wspiera rozwój polskich miast zgodnie z ideą smart city, poprzez oferowanie mieszkańcom nowoczesnych usług, rozwój optymalnej i ekologicznej sieci urządzeń Paczkomat® oraz działania na rzecz poprawy jakości powietrza i ochrony klimatu. Program przewiduje również rozwój usług dla mieszkańców, takich jak m.in. ładowarki elektryczne, rozwój transportu przyjaznego środowisku czy nasadzenia roślinności oczyszczającej powietrze. Obecnie przy urządzeniach Paczkomat® układana jest kostka brukowa o właściwościach antysmogowych oraz zwiększana jest liczba montowanych czujników powietrza. Do programu zdecydowało się dołączyć 35 miast partnerskich z całej Polski.

5080

Indeks Zdrowych Miast to autorskie i długofalowe przedsięwzięcie firmy **LUX MED**, mające na celu ocenę warunków życia w miastach. Dzięki współpracy z ekspertami ze Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i Fundacji Gospodarki i Administracji Publicznej w 66 polskich miastach na prawach powiatu zbadano 8 kluczowych obszarów: zdrowie, ludność i pokolenia, usługi komunalne i społeczne, edukacja, mieszkalnictwo, środowisko, infrastruktura oraz przestrzeń. Eksperci, naukowcy i przedstawiciele organizacji pozarządowych wskazali, co i w jaki sposób wpływa na jakość życia i zdrowie mieszkańców miast oraz które spośród nich są najlepszymi miejscami do życia. Indeks Zdrowych Miast szeroko obrazuje, jak miasta podchodzą do kluczowych kwestii związanych ze zdrowiem mieszkańców. Wskazuje, które samorządy inwestują w tworzenie zrównoważonej przestrzeni miejskiej, edukację, środowisko i inne ważne dla rozwoju jednostek aspekty.

20000

ROBYG buduje **ogrody deszczowe i błękitną infrastrukturę** w tkance miejskiej. Projektując, stara się stosować rozwiązania oparte na przyrodzie, polegające na zrównoważonym gospodarowaniu wodą oraz jej ochroną. Deweloper wykonuje m.in. przegląd kierunków spływu wody oraz preferuje rozwiązania projektowe zatrzymujące wodę opadową na działce, w tym odpowiednie nawierzchnie komunikacyjne, chroni wody podziemne, wykorzystuje istniejące zbiorniki wody jako element gospodarki wodami, wykonuje ogrody deszczowe oraz daje możliwość, w wybranych lokalizacjach, podlewania zieleni zebraną wodą deszczową. ROBYG na terenach inwestycji mieszkaniowych wykonał już 8000 m2 ogrodów deszczowych. Na 50% osiedli ROBYG wybudowanych w 2022 r. istnieje możliwość podlewania terenów zielonych wodą deszczową.

500

ROBYG Human Balance to standard budownictwa opracowany przez **ROBYG**, oparty na rozwiązaniach poprawiających jakość życia mieszkańców. Zawiera 11 rozwiązań, które sprzyjają ruchowi, budowaniu więzi społecznych oraz realizują pośrednio założenia „15-minutowych miast", których ROBYG jest ambasadorem. Na standard składają się zewnętrzne strefy rekreacyjne, place zabaw, siłownie plenerowe, boiska wielofunkcyjne, przestrzenie coworkingowe, rozwiązania wspierające mikromobilność, wyposażenie mieszkań w system smart house bez dodatkowych dopłat, bliskość transportu, sklepów, usług, restauracji, szkół i przedszkoli. Częścią standardu są też osiedla bez barier. Zgodnie ze standardem ROBYG Human Balance w latach 2015–2022 deweloper wykonał: zewnętrzne strefy rekreacyjne (10 siłowni outdoor),

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

siłownie indoor (17), place zabaw (68), boiska wielofunkcyjne (2), coworking (1), infrastrukturę dla mikromobilności (4 tys. stojaków na rowery, 11 stacji napraw rowerów, 3936 m^2 powierzchni rowerowni). Dodatkowo 14 200 mieszkań zostało wyposażonych, bez dopłat, w standardzie w system do zdalnego zarządzania lokalem, który pozwala zoptymalizować zużycie mediów.

500

Shell Polska realizuje **zrównoważony rozwój biur**. W 2018 r. Shell Business Operations opracowało plan redukcji energii i odpadów, wspierający cele Krakowa związane z poprawą klimatu. Biura są w 100% zasilane energią z OZE. W 2022 r. pracownicy posadzili 1046 drzew, 4184 roślin, 7886 m^2 łąk kwietnych. Shell udostępnia pracownikom 4 darmowe ładowarki elektryczne. Firma bierze udział w akcji „Rowerem do pracy". W 2022 r. zmniejszyła w porównaniu z poprzednim rokiem emisję CO_2 aż o 93%, a zużycie wody o 79% oraz utrzymała model „0 odpadów na wysypisko".

5000

Wszystkie praktyki znajdziesz też na: www.odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki

Zdj. Євгенія Височина (Unsplash)

WYBRANE ARTYKUŁY 2022 R.

Łączna liczba artykułów podejmujących tematykę odpowiedzialnego biznesu i powiązane z nią zagadnienia:

402 528

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2022 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.

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU A ATAK ROSJI NA UKRAINĘ

Dzisiaj jedna z głównych kart przetargowych marek w budowaniu wizerunku i walce o klienta to społeczna odpowiedzialność biznesu i CSR. Dlaczego więc tak bardzo boimy się powiedzieć na głos, że żadna naprawdę odpowiedzialna społecznie marka nie powinna inwestować w Rosji? *Mariya Hud* **(marketerplus.pl, 28.02.2022)**

UCHODŹCÓW BĘDZIE 5 MILIONÓW I ONI, W PRZECIWIEŃSTWIE DO IRAKIJCZYKÓW, NIE WYJADĄ DO NIEMIEC

W tydzień przez polskie granice przeszło tylu uchodźców, ilu przez granicę austriacko-niemiecką w miesiąc jesienią 2015 roku. *Klaus Bachmann* **(Wyborcza.pl, 3.03.2022)**

WOJNA W UKRAINIE TO DRAMAT LUDZI I ZAGROŻENIE DLA ŚRODOWISKA

Choć bez wątpienia największym dramatem wojny w Ukrainie jest cierpienie jej mieszkańców, eksperci ostrzegają, że rosyjska agresja niesie za sobą również poważne ryzyko środowiskowe. *Aleksandra Bełdowicz* **(rp.pl, 8.03.2022)**

KRWAWY RUBEL WCIĄŻ NIE WSZYSTKIM ŚMIERDZI

Masowa wyprowadzka firm z Rosji, obok zamrożenia aktywów Banku Centralnego Rosji, jest chyba najdotkliwszą sankcją wymierzoną w Rosjan. Jednak niektóre firmy ociągają się z opuszczeniem coraz mniej intratnego rynku. *Piotr Wójcik* **(krytykapolityczna.pl, 1.04.2022)**

TYLKO WSPÓLNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Jak nigdy potrzebujemy partnerstw, współpracy trzech sektorów zarówno w wypracowywaniu, jak i wdrażaniu, i weryfikowaniu pomysłów. Potrzeba też lepszej filantropii i wolontariatu, modeli biznesowych, przeciwdziałania wykluczeniu, potrzeba budowania zaufania społecznego. *Marzena Strzelczak* **(„Rzeczpospolita", 23.03.2022)**

NIEEFEKTYWNE ŁĄCZENIE PRACY Z OPIEKĄ GENERUJE GIGANTYCZNE STRATY

Aż 252 mld zł wyniosły w 2020 r. utracone korzyści gospodarcze wynikające z bierności zawodowej spowodowanej koniecznością rezygnacji z pracy na rzecz opieki nad bliskimi. Niewiele mniej, bo 190 mld zł, straciliśmy przez brak możliwości łączenia opieki z zatrudnieniem na pełen etat. To tylko niektóre z danych przedstawionych w raporcie Forum Odpowiedzialnego Biznesu „Opieka rodzinna i praca". *Miłosz Marchlewicz* **(„Dziennik Gazeta Prawna", 1.07.2022)**

CYFROWY ŚLAD, CZYLI BLASKI I CIENIE NOWYCH TECHNOLOGII

40 proc. Polaków przewiduje, że w najbliższych trzech latach zwiększy się oddziaływanie technologii na relacje w pracy, życiu prywatnym i na środowisko. Biznes jest świadomy faktu, że od nowych technologii nie ma odwrotu. Aż dziewięć na dziesięć firm inwestuje w cyfryzację. *Katarzyna Kucharczyk* **(„Rzeczpospolita", 29.07.2022)**

GENERACYJNY MIT

W analizach i raportach dotyczących rynku pracy często wykorzystywany jest podział pracownic i pracowników na generacje, takie jak: baby boomers, pokolenie X, Y (zwane też milenialsami) czy Z. Każdej z grup przypisuje się pewne wyróżniki, m.in. takie jak: motywacja np. do pracy, słabe i mocne strony, kluczowe wartości czy postrzeganie zatrudnienia pod kątem korzyści. Większość z nas zapewne choć raz posłużyła się tymi etykietami czy przyglądała się ich charakterystykom. Ale czy takie podziały międzypokoleniowe mają sens? *Marzena Strzelczak* **(„Personel i Zarządzanie", 13.09.2022)**

GEOPOLITYCZNE ZAWIROWANIA NIE ZATRZYMAJĄ ZIELONEJ TRANSFORMACJI

Rosyjska agresja na Ukrainę w krótkim terminie może spowolnić dekarbonizację europejskiej gospodarki. Natomiast w długim terminie może ją nawet przyspieszyć. Bez niej kryzys energetyczny i klimatyczny jeszcze się pogłębi. *Katarzyna Kucharczyk* **(„Parkiet", 21.09.2022)**

SLOGANY NIE MAJĄ ŻADNEGO ZNACZENIA. LICZĄ SIĘ KONKRETNE DZIAŁANIA

Najbardziej zmotywowany pracownik to ten, którego potrzeby finansowe są zaspokojone. Jednak w sytuacji niskiego bezrobocia i rynku pracy potrafiącego wchłonąć praktycznie każdego do głosu dochodzą także inne potrzeby. Społeczeństwo zwraca dziś uwagę m.in. na wartości, które komunikuje dany pracodawca. *rozmowa z Karolem Krzyczkowskim* **(„Rzeczpospolita", 26.09.2022)**

TRUDNA DROGA DO ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

W ciągu ostatnich lat tematyka zrównoważonego rozwoju stała się jednym z najczęściej omawianych zagadnień. Coraz częściej temat ten pojawia się też w samych przedsiębiorstwach - zarówno jako element dyskusji podczas spotkań kadry zarządzającej, jak i w określanych przez firmę obowiązkach jej pracowników oraz oczekiwaniach wobec dostawców czy partnerów biznesowych. *Zofia Leśniewska, Aleksandra Stanek-Kowalczyk* **(„Polityka", 28.09.2022)**

KOMPETENCJE LIDERÓW KLUCZEM DO ZMIANY

Skutki kryzysu klimatycznego możemy obserwować na co dzień. Podobnie jak coraz większe zainteresowanie firm tym tematem. Wydawać by się mogło, że świadomość ryzyk, które niosą ze sobą zmiany klimatu, jest w biznesie już powszechna. Raport Chapter Zero Poland pokazuje jednak, że sporym wyzwaniem są rozbieżności pomiędzy deklarowanym a rzeczywistym poziomem wiedzy i świadomości rad nadzorczych. *Agnieszka Kłopotowska* **(„Gazeta Wyborcza", „Dziennik Gazeta Prawna" – dodatek Odpowiedzialny biznes, 30.09.2022)**

DEKLARACJE KLIMATYCZNE NAJWIĘKSZYCH GOSPODAREK JEDNO, A RZECZYWISTOŚĆ DRUGIE

To projekty związane z paliwami kopalnymi, a nie odnawialne źródła energii są na pierwszym miejscu pod względem finansowania nowych inwestycji. *Aleksandra Bełdowicz* **(rp.pl, 8.11.2022)**

MILIARDERZY DEWASTUJĄ PLANETĘ. TRUJĄ MILION RAZY BARDZIEJ OD BIEDNYCH

Średnia roczna emisja dwutlenku węgla miliardera jest milion razy wyższa niż osób należących do biedniejszych 90 proc. ludzkości. *Aleksandra Bełdowicz* **(rp.pl, 10.11.2022)**

INICJATYWY ŚWIĄTECZNE LEPIEJ POWIĄZAĆ Z DŁUGOFALOWĄ STRATEGIĄ BIZNESU

Szafowanie branżową terminologią, nadawanie ESG niby totalnej rewolucyjności, tworzenie iluzji, że właściwie dopiero teraz świat, w tym firmy, odkrył, że biznes powinien zarządzać, mierzyć i raportować swój wpływ, nie sprawi, że dokona się realna zmiana. *Agnieszka Usiarczyk rozmawia z Marzeną Strzelczak* **(„Rzeczpospolita", 24.11.2022)**

KOŃCZĄ SIĘ CZASY „MĘSKICH KLUBÓW" W FIRMACH

Giełdowi potentaci, których zarządy i rady nadzorcze są zdominowane przez mężczyzn, mają niespełna cztery lata na zwiększenie udziału kobiet we władzach. *Anita Błaszczak* **(„Rzeczpospolita", 24.11.2022)**

HANDEL ONLINE W TRENDZIE CSR

E-commerce znajduje się na ścieżce szybkiego wzrostu. To oznacza nie tylko konieczność wprowadzania ciągłych zmian, lecz także dostosowania się do oczekiwań klientów. A dla tych, na równi z pragmatyczną oceną zakupów, zaczęły być ważne działania w zakresie zrównoważonego rozwoju. *Patrycja Otto* **(„Dziennik Gazeta Prawna", 22.12.2022)**

FIRMY POWOLI PRZEKONUJĄ SIĘ DO KORZYŚCI Z RÓŻNORODNOŚCI I RÓWNOŚCI

Na razie to głównie presja kolejnych regulacji, a także dbałość o dobry wizerunek skłaniają pracodawców, na czele z dużymi międzynarodowymi firmami, do inwestycji w politykę różnorodności, równości i włączania. *Anita Błaszczak* **(„Gazeta Giełdy i Inwestorów Parkiet", 14.12.2022)**

KONTROWERSYJNE PROPOZYCJE ZŁAGODZENIA ZASAD DUE DILIGENCE

Propozycja nowego kształtu dyrektywy Corporate Sustainability Due Diligence, wypracowana przez Radę Unii Europejskiej po burzliwych dyskusjach, spotyka się z mocną krytyką wielu środowisk. *Miłosz Marchlewicz* **(„Teraz Środowisko", 14.12.2022)**

TO BYŁ ROK TESTU DLA IDEI ESG. CO PRZYNIESIE KOLEJNY?

Nie można dzisiaj funkcjonować w oderwaniu od kwestii zrównoważonego rozwoju. Choć mijający rok przyniósł wiele wyzwań, to długofalowo potwierdził konieczność zielonej transformacji gospodarek. Lista zadań na 2023 r. jest długa. *Katarzyna Kucharczyk* **(parkiet.com, 27.12.2022)**

Zdj. Maddi Bazzocco (Unsplash)

WYBRANE WYDARZENIA 2022 R.

KONFERENCJE, SEMINARIA, SPOTKANIA

01
27 stycznia
Spotkanie otwarte Forum Odpowiedzialnego Biznesu
On-line
FOB

02
14 lutego
Inauguracja obchodów 10-lecia Karty Różnorodności w Polsce
On-line
FOB

22 lutego
Agenda 2030 – zmierzmy się!
online
Kampania 17 Celów

03
29 marca
ESG: wybór czy konieczność?
online
Zespół ds. raportowania niefinansowego przy MFiPR

04
4 kwietnia
Premiera raportu „Wolontariat pracowniczy przyszłości"
online
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce

5 kwietnia
Webinar „Prewencja antydyskryminacyjna odpowiedzią na nowe wyzwania rynku pracy"
online
FOB, PTPA

29 kwietnia
Inauguracja Europejskiego Miesiąca Różnorodności
online/Bruksela
Komisja Europejska

05
11 maja
Sympozjum naukowe „Odpowiedzialny konsument i przedsiębiorstwo"
online/Warszawa
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

12 maja
Zrównoważony rozwój i ESG – wizja dla profesji finansowej
Warszawa
AICPA & CIMA

24 maja
Ogłoszenie wyników 2. edycji badania Diversity IN Check
Warszawa
FOB

25 maja
9. Targi CSR
Warszawa
FOB

25 maja
Premiera raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2021. Dobre praktyki"
Targi CSR, Warszawa
FOB

25 maja
Spotkanie Chapter Zero Poland
Targi CSR, Warszawa
FOB

06
1 czerwca
Gala Listków CSR
Warszawa
Tygodnik POLITYKA

2 czerwca
Gala finałowa XXV edycji Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku"
Warszawa
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
Forum Odpowiedzialnego Biznesu i portal odpowiedzialnybiznes.pl patronami Konkursu

7 czerwca
Ewaluacja wolontariatu pracowniczego i wykorzystanie danych w raportowaniu pozafinansowym
online
FOB

14 czerwca
Jak reagować odpowiedzialnie? Webinar o sytuacji związanej z wojną w Ukrainie
online
Komisja Europejska, FOB

14 czerwca
Jak finansować transformację klimatyczną sektora rolniczego?
online
FOB / Chapter Zero Poland

30 czerwca
Gala Rankingu Odpowiedzialnych Firm
Warszawa
Koźmiński Business Hub

07
1 lipca
Pomorskie Forum Wolontariatu Pracowniczego
Gdańsk
UpFoundation

09
8 września
Korony Równości
Warszawa
Kampania Przeciw Homofobii

16 września
HR Wellbeing Forum
Wrocław
Akademia Wellbeing

19 września
Czy jesteśmy gotowi na zrównoważony ślad cyfrowy?
online
FOB

21 września
Światowy Dzień Działania 2022. Agenda 2030 – Czy zdążymy? Megatrendy. Miasta. Przywództwo biznesu.
online
Kampania 17 Celów

23 września
GFKM Leadership Conference 2022: Przywództwo włączające
Gdańsk
Gdańska Fundacja Kształcenia Menedżerów

27 września
„Karta Zasad Wolontariatu Pracowniczego" i „Karta Etyczna Wolontariusza" – czym są jak działają oddolne regulacje wolontariatu
online
FOB

27-28 września
Konferencja „Czas na ESG!"
Warszawa
ADN Akademia

30 września
VII Festiwal Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów"
Poznań
Fundacja Res Severa

10
7-10 października
III Carbon Footprint Summit
Kraków
Carbon Footprint Foundation

10-12 października
European SDG Summit
online
CSR Europe

12 października
CGI Summit
online
Climate Governance Initiative

16 października
Czy biznes może być liderem społecznej zmiany? Okrągły stół FOB na Igrzyskach Wolności
Łodź
Fundacja Liberté!

19 października
Precop 27
Katowice
UNGC PL i Grupa PTWP

22 października
Gala 13. edycji Plebiscytu „Gwiazdy Dobroczynności"
Warszawa
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce

24-28 października
Tydzień Odpowiedzialnego Biznesu
online
CSR Info

25 października
Zrównoważone zarządzanie organizacją. I Międzynarodowa Konferencja Naukowa Instytutu Zarządzania UEP
Poznań
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

26 października
LGBT+ Diamond Awards
online
NatWest Group i ABSL
Karta Różnorodności patronem konkursu

KALENDARIUM

27 października
Gala konkursu „GOZpodarz 2022"
online/Warszawa
Pracodawcy RP

11

16 listopada
Jak efektywnie mierzyć zarządzanie różnorodnością w organizacji?
online
FOB

17 listopada
Business for the Future
online
ICAN Institute

22-23 listopada
VII edycja Open Eyes Economy Summit
online/Kraków
Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej

25 listopada
Inauguracja 19. edycji Ligi Odpowiedzialnego Biznesu
Warszawa
FOB/ BNP Paribas Bank Polska

28 listopada
Gala Konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju
online/Warszawa, GPW
FOB

12

1 grudnia
Konferencja wieńcząca obchody 10-lecia Karty Różnorodności w Polsce, gala rozdania Nagród Karty Różnorodności
Warszawa
FOB

2 grudnia
Konferencja nt. wdrożenia Europejskigo Aktu o Dostępności (EAA)
online/Warszawa
Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej

6 grudnia
Raportowanie niefinansowe – obowiązek czy szansa?
online
Brytyjsko-Polska Izba Handlowa

6 grudnia
Premiera 7. edycji raportu „Barometr Francusko--Polskiej Izby Gospodarczej"
Warszawa
Francusko-Polska Izba Gospodarcza

23 grudnia
Start ogólnopolskiego konkurs wiedzy o CSR i ESG 2022/2023
online
FOB

KONKURSY I NAGRODY

ranking odpowiedzialnych firm

RANKING ODPOWIEDZIALNYCH FIRM W 2021 ROKU

W XVI edycji ROF wzięło udział ponad 70 firm ocenionych pod względem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR). Zainteresowanie rankingiem wyraziło przeszło 100 przedsiębiorstw. Ostatecznie do głównego zestawienia zakwalifikowało się ponad 60 firm. 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 ROF. Ranking został objęty patronatem medialnym przez Dziennik Gazetę Prawną. W tym roku mieliśmy jednak do czynienia z bardzo wyrównaną rywalizacją, co potwierdza duża liczba firm, które wywalczyły miejsce na podium. Mimo że ankieta była trudna, a zawarte w niej pytania stawiały poprzeczkę nawet wyżej niż przed rokiem, to jednak bardzo wiele działających w Polsce firm zdołało uzyskać ponad połowę punktów, a znaleźć się w czołowej dziesiątce można było tylko wtedy, gdy zgromadziło się co najmniej 80 proc. punktów. Spośród 70 firm zakwalifikowanych do głównego zestawienia, w pierwszej dziesiątce znalazły się *[pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu]*:

1 ING Bank Śląski

2 Orange Polska
2 Santander Bank Polska
2 BNP Paribas Bank Polska
2 ERGO Hestia
2 DB Schenker

3 L'Oréal Polska
3 Coca-Cola HBC
3 Allegro
3 PZU

4 Lidl Polska

5 Signify
5 Żywiec Zdrój
5 Polskie Sieci Elektroenergetyczne

6 PKN Orlen
6 Kompania Piwowarska
6 Credit Agricole Bank Polska
6 Danone

7 Emitel
7 Grupa Lotos

8 Carlsberg Polska
8 Polska Grupa Energetyczna
8 Bank Millennium
8 Schumacher Packaging
8 Lubelski Węgiel Bogdanka
8 LPP

9 Cemex
9 Sanofi
9 Raben Group
9 PKP Energetyka

10 Energa
10 mBank
10 Polpharma
10 Saint Gobain

Jak w każdej edycji Rankingu Odpowiedzialnych Firm, wyróżniono też branżowych liderów. W branży „bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy" kolejne pozycje na podium zajęły ING Bank Śląski, eq-aequo drugą pozycję Santander Bank Polska, BNP Paribas Bank Polska oraz ERGO Hestia, trzecią zaś PZU. W kategorii „dobra konsumpcyjne" na pierwszym miejscu podium stanęły Coca-Cola HBC Polska oraz L'Oréal Polska, na drugim – Żywiec Zdrój, na trzecim zaś Kompania Piwowarska i Danone. W sektorze „farmacja i medycyna" kolejne dwa wyróżnienia otrzymały Sanofi oraz Polpharma. W branży „paliwa, energetyka, wydobycie" zwycięzcą została firma Polskie Sieci Elektroenergetyczne, na drugim miejscu znalazł się PKN Orlen, a na trzecim Grupa Lotos. W branży „produkcja przemysłowa i chemiczna" liderem została firma Signify Poland, a kolejne dwie pozycje na podium zajęły Schumacher Packaging oraz Cemex Polska. W branży „handel" kolejne miejsca zajmują Allegro, Lidl Polska. W branży „transport, logistyka, usługi" pierwsze miejsce na podium zajęła firma DB Schenker, na drugim miejscu są Raben Group oraz PKP Energetyka, na trzecim zaś Kuehne + Nagel. W branży „telekomunikacja, technologia, media i rozrywka" liderami zostały zaś Orange Polska, Emitel i Walstead Central Europe.
https://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%C5%9Bci/partnerzy-strategiczni-fob-wsrod-liderow-xvi-rankingu-odpowiedzialnych-firm/

17. 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. Podobnie jak w poprzednim roku, w XVII edycji konkursu została wręczona również Nagroda Różnorodności w kategorii Diversity&Inclusion, której patronuje Karta Różnorodności koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Laureaci_tki Verba Veritatis 2022

PRACE DOKTORSKIE

Dr Justyna Ziobrowska-Sztuczka
Gospodarka współdzielenia a kształtowanie się współczesnych stosunków gospodarczych, obronionej na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu.

PRACE MAGISTERSKIE

I miejsce:
mgr Jadwiga Pisarska
Otwarte fundusze inwestycyjne uwzględniające aspekty ESG w Polsce na tle Europy. Oferta, strategie i rozwój segmentu w 2021 roku, obroniona na Uniwersytecie Warszawskim.

II miejsce (ex aequo):
Maksymilian Jabłecki
Strategie zrównoważonego inwestowania (sustainable investing strategies) jako nowy sposób myślenia o rynku finansowym – ujęcie prawne i etyczne, obroniona w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

II miejsce (ex aequo):
mgr Ludmilla Schoenaich-Carolath
Corporate Social Responsibility in the eyes of the CEO and Employees. The case study of Ravensburger, obroniona na Akademii Leona Koźmińskiego.

Wyróżnienie:
mgr Patricia Pater
Zielone obligacje i inwestycje – greenwashing z perspektywy innowacji finansowej, obroniona w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie).

PRACE POZOSTAŁE (LICENCJACKIE)

I miejsce:
Konrad Kochalski
Możliwości wykorzystania raportów środowiskowych polskich spółek energetycznych w procesie decyzyjnym inwestorów giełdowych, obroniona na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

II miejsce (ex aequo):
Zuzanna Gackowska
Greenwashing w przemyśle modowym, czyli jak marki oszukują konsumentów powołując się na ekologię. Case study H&M, obroniona na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu.

II miejsce ex aequo:
Sylwia Wierzejska
Jakość raportowania informacji CSR w sektorze bankowym w Polsce i Niemczech. Studium przypadku, obroniona na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu.

NAGRODA RÓŻNORODNOŚCI W KATEGORII PRACE MAGISTERSKIE:
mgr Aleksander Tomala
Wpływ zarządzania różnorodnością kapitału ludzkiego na wyniki finansowe, obroniona w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

NAGRODA RÓŻNORODNOŚCI W KATEGORII PRACE POZOSTAŁE:
Sylwia Pajor
Rozrachunki z pracownikami z tytułu wynagrodzeń a luka płacowa, obroniona na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu.

KONKURS **Raporty Zrównoważonego Rozwoju**

KONKURS RAPORTY ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2022

W 16. edycji konkursu, organizowanego przez Stowarzyszenie Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę Deloitte, nagrodzono najlepsze raporty obejmujące dane niefinansowe za rok 2021. Konkursowi przyświeca idea promocji raportowania niefinansowego w Polsce i wskazania dobrych praktyk w tym obszarze. W tej edycji projektu, pod patronatem honorowym Ministerstwa Finansów, jury oceniało rekordową liczbę 76 publikacji.

Laureaci Konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju 2022:
[pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów FOB]:

NAGRODA GŁÓWNA W KATEGORII RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU:

(ex aequo)
CCC S.A.
Raport Zrównoważonego Rozwoju «EXPERIENCCCE»
Za rzetelnie zaprezentowane informacje i szczegółowość w opisie tematów istotnych, w tym dogłębną analizę zagadnień związanych ze zmianą klimatu, wynikających z niej ryzyk i powiązań z działalnością grupy; ujawnienia taksonomiczne oraz postępy w realizacji mapy drogowej GOZ.

(ex aequo)
Santander Bank Polska S.A.
Raport ESG 2021 r. Santander Bank Polska S.A.
Za sumienne przedstawienie starań i działań organizacji mających na celu rozwój w pożądanych kierunkach odzwierciedlających jej rzeczywiste priorytety.

WYRÓŻNIENIE:
CEMEX Polska
Raport Zrównoważonego Rozwoju CEMEX Polska za rok 2021 «Future in Action»
Za odpowiednie dla sektora wyważenie kwestii środowiskowych, szczegółowe informacje o zobowiązaniach, celach i miernikach ich realizacji, a także kontekstualizację danych ułatwiającą zrozumienie specyfiki branży.

NAGRODA GŁÓWNA W KATEGORII RAPORT ZINTEGROWANY:
(ex aequo) ING Bank Śląski S.A.
Zintegrowany Raport Roczny ING Banku Śląskiego 2021
Za spójność i przejrzystość przekazu, a także utrzymanie wysokiego poziomu raportowania i kompleksowości ujętych tematów istotnych, a także za rzeczywistą integrację kwestii finansowych i zrównoważonego rozwoju, pozwalającą lepiej zrozumieć ryzyka i wpływy oraz model biznesowy organizacji.

(ex aequo) Orange Polska
Orange Polska Raport Zintegrowany 2021
Za przejrzyste przedstawienie konsekwentnej realizacji strategicznych celów ESG popartej wskaźnikami, a także wielopłaszczyznowe podejście do tematu kapitału ludzkiego – kluczowego w strategii organizacji.

NAGRODA GŁÓWNA W KATEGORII DEBIUT:
Arctic Paper S.A.
Arctic Paper S.A. Raport zrównoważonego rozwoju 2021
Za szczegółowy opis aspektu środowiskowego i klimatycznego, odpowiedni dobór wskaźników, a także wskazanie konkretnych działań i celów wynikających ze strategii organizacji.

NAGRODA GŁÓWNA W KATEGORII RAPORT ORGANIZACJI POZABIZNESOWEJ:
Fundacja Dorastaj z Nami
Raport zrównoważonego rozwoju Fundacji Dorastaj z Nami za rok 2021
Za wiarę i wysiłek w dialog z interesariuszami oraz ich zaangażowanie w proces tworzenia pierwszego raportu zrównoważonego rozwoju Fundacji.

NAGRODA SPECJALNA GIEŁDY PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH:
BNP Paribas Bank Polska
Raport zintegrowany Grupy Kapitałowej BNP Paribas Bank Polska S.A. za 2021 rok
Za spełnienie najwyższych standardów w zakresie raportowania niefinansowego. Zawiera wskaźniki w zakresie GRI, TCFD oraz wynikające z Taksonomii EU.

NAGRODA INTERNAUTÓW:
Allegro
Na Allegro mają... zrównoważony rozwój. Raport ESG Allegro za 2021 rok

LISTKI CSR TYGODNIKA POLITYKA

Tygodnik POLITYKA już po raz 11. przyznał Listki CSR firmom stawiającym na zrównoważony rozwój. Partnerami merytorycznymi zestawienia są firma Deloitte i Forum Odpowiedzialnego Biznesu.
[Pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu]

ZŁOTY LISTEK CSR POLITYKI

Adamed Pharma SA
Allegro.pl Sp. z o.o.
ANWIL SA
Bank Millennium SA
BNP Paribas Bank Polska SA
CCC SA
Grupa Raben
ING Bank Śląski SA
InPost Sp. z o.o.
Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. j.
Lidl Polska
LPP SA
Orange Polska SA
PGE Polska Grupa Energetyczna SA
Polpharma SA
PKN ORLEN SA
Polskie Sieci Elektroenergetyczne SA
Santander Bank Polska SA
DB Schenker w Polsce
Żabka Polska Sp. z o.o.
T-Mobile Polska SA

SREBRNY LISTEK CSR POLITYKI

ArcelorMittal Poland SA
Bank Ochrony Środowiska SA
Brose Sitech Sp. z o.o.
Carrefour Polska Sp. z o.o.
Carlsberg Polska Sp. z o.o.
CEMEX Polska Sp. z o.o.
Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.
Credit Agricole Bank Polska SA
Danone Sp. z o.o.
EMITEL SA
ENEA SA
Energa SA Grupa Orlen SA
Grupa CIECH
Grupa ERGO Hestia
Grupa LOTOS SA
Grupa Lubawa
Grupa NEUCA
Grupa Żywiec SA
Inter Cars SA
Kompania Piwowarska SA
Kuehne + Nagel Sp. z o.o.
Lubelski Węgiel Bogdanka SA
mBank SA
Jeronimo Martins Polska SA
Provident Polska SA
Solaris Bus&Coach Sp. z o.o.
SumiRiko Poland Sp. z o.o.
TAURON Polska Energia SA
Grupa Veolia w Polsce
Żywiec Zdrój SA

BIAŁY LISTEK CSR POLITYKI

GK AGORA SA
BASF Polska Sp. z o.o.
Budimex SA
CANPACK SA
DPD Polska
Dr. Schumacher Sp. z o.o.
Fabryka Łożysk Tocznych – Kraśnik SA
FM Polska Sp. z o.o.
Fujitsu Technology Solutions Sp. z o.o.
Gdańsk Transport Company SA
Global Cosmed SA
Grupa GPEC
GK Comarch SA
Grupa Kęty SA
Jastim Sp. z o.o
L'Oréal Polska Sp. z o.o.
MAKRO Cash and Carry Polska SA
Nowy Styl
Philip Morris Polska SA
Sanofi Polska
Schumacher Packaging Sp. z o.o. Zakład Wrocław
Sephora Polska Sp. z o.o.
Signify Poland sp. z o.o.
Shell Polska Sp. z o.o.
Skanska Residential Development Poland Sp. z o.o.
Sodexo Polska Sp. z o.o.
SOFTSERVE POLAND Sp. z o.o.
Unilever Polska Sp. z o.o.
Walstead Kraków Sp. z o.o.
WAWEL SA
Wunderman Thompson Technology Sp. z. o.o.
Wyborowa SA
Volvo Polska

ZIELONY LISTEK POLITYKI

Allegro.pl Sp. z o.o.
BNP Paribas Bank Polska SA
Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.
Grupa ERGO Hestia
Grupa Raben
L'Oreal Polska Sp. z o.o.
LPP SA
Orange Polska SA
Sanofi Polska
Signify Poland Sp. z o.o.
Skanska Residential Development Poland Sp. z o.o.
T-Mobile Polska SA
Unilever Polska Sp. z o.o.
Żabka Polska Sp. z o.o.

NAGRODA KARTY RÓŻNORODNOŚCI
DLA PRACODAWCÓW WSPIERAJĄCYCH #DEI

NAGRODA KARTY RÓŻNORODNOŚCI

1 grudnia 2022 r. po raz pierwszy wręczono Nagrody Karty Różnorodności – wyróżnienia przyznawane pracodawcom wspierającym różnorodność, równość i inkluzję. Do konkursu zgłoszono 164 inicjatywy podejmowane przez firmy, samorządy i organizacje pozabiznesowe. Organizatorem plebiscytu jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Pierwsza edycja Nagrody Karty Różnorodności została przeprowadzona z okazji obchodów 10-lecia Karty Różnorodności w Polsce. Każdy podmiot mógł zgłosić dowolną liczbę inicjatyw w jednej z trzech kategorii głównych: DEI w biznesie, DEI w samorządach i DEI w organizacjach pozabiznesowych. Firmy zgłosiły łącznie 114 inicjatyw, samorządy 22, a pozostałe organizacje (m.in. NGO, uczelnie wyższe, instytucje publiczne) 28 inicjatywy. Udział w konkursie wzięło łącznie 85 podmiotów (firm, samorządów i organizacji). Inicjatywy oceniało 22-osobowe jury składające się z osób reprezentujących biznes, organizacje pozarządowe i instytucje publiczne.

Kategoria: DEI W BIZNESIE

podkategoria: PARTNERSTWO
miejsce I:
Bank BNP Paribas
Aktywizacja osób z niepełnosprawnościami
WYRÓŻNIENIE:
CD PROJEKT RED
Dziewczyny w grze

podkategoria: AKTYWIZM KORPORACYJNY
miejsce I:
nagrody nie przyznano
WYRÓŻNIENIE:
Philip Morris w Polsce
Happy Parents

podkategoria: ODPOWIEDŹ NA POTRZEBY OSÓB UCHODŹCZYCH
miejsce I:
GRUPA LUX MED
Pomoc Ukrainie

podkategoria: WOLONTARIAT PRACOWNICZY
miejsce I:
MBANK S.A
mBank pomaga ofiarom wojny w Ukrainie

podkategoria: NOWATORSKIE PODEJŚCIE
wiejsce i:
TVN WARNER BROS. DISCOVERY
Program „Diversity Tracker"
wyróżnienie:
LOTTE Wedel sp. z o.o.
CzekoSprawni

Kategoria: DEI W SEKTORZE POZABIZNESOWYM

miejsce I:
Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku
Inicjatywa „Mamy –Mamom"
wyróżnienie:
Polskie Towarzystwo Prawa Antydyskryminacyjnego
Kampania społeczna #NieMamWątpliwości

Kategoria: DEI W SAMORZĄDACH

miejsce I:
Urząd Miejski w Gdańsku
Standardy przyjaznej obsługi osób LGBT+ w obszarze pomocy społecznej, psychologicznej i obsługi klienta
wyróżnienie:
Urząd Miasta Łodzi
Fabryka Aktywności Miejskiej

NAGRODA SPECJALNA

Orange Polska – za strategiczne i długofalowe wsparcie rozwoju Karty Różnorodności w Polsce.

KALENDARIUM

WYBRANE BADANIA I PUBLIKACJE FOB

Zrównoważony rozwój w pandemii *[infografika]*
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/zrownowazony-rozwoj-w-pandemii-infografika/

Opieka rodzinna i praca
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/opieka-rodzinna-i-praca/

Kobiety na rynku pracy
[interaktywna infografika]
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/kobiety-na-rynku-pracy-interaktywna-infografika/

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2021. Dobre praktyki" / Responsible business in Poland 2021. English Summary
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-2021/
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/responsible-business-in-poland-2021-english-summary/

Zrównoważony ślad cyfrowy. Odpowiedzialność przyszłości
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/zrownowazony-slad-cyfrowy-odpowiedzialnosc-przyszlosci/

Rady nadzorcze wobec zmian klimatu
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/rady-nadzorcze-wobec-zmian-klimatu/

Diversity IN Check – raport z 2. edycji badania
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/diversity-in-check-raport-z-2-edycji-badania/

Inkluzja, osoby LGBT+, wellbeing
[interaktywna infografika]
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/inkluzja-osoby-lgbt-wellbeing-interaktywna-infografika/

DEI w miejscu pracy
[interaktywna infografika]
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/dei-w-miejscu-pracy-interaktywna-infografika/

Wolontariat interwencyjny
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/wolontariat-interwencyjny/

Zarządzanie różnorodnością w Polsce. Gdzie jesteśmy, dokąd zmierzamy?
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/zarzadzanie-roznorodnoscia-w-polsce-gdzie-jestesmy-dokad-zmierzamy/

Pigułka wiedzy o wolontariacie pracowniczym
https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/pigulka-wiedzy-o-wolontariacie-pracowniczym/

WYBRANE BADANIA I PUBLIKACJE Z ZAKRESU CSR, ESG I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Miesiąc Różnorodności – inspiracje do działania
FOB / Komisja Europejska

Poradnik „Jak mówić i pisać o grupach narażonych na dyskryminację", część 2
FleishmanHillard

Lepiej późno niż później. Redukcja śladu węglowego a konkurencyjność klimatyczna polskich firm
Climate Strategies Poland

Wolontariat pracowniczy. Przewodnik po zagadnieniach prawno-podatkowych. Perspektywa pracodawcy
Social Impact Alliance for CEE

Droga do otwarcia rynku pracy w Polsce dla osób autystycznych
Fundacja JiM, Polski Instytut Ekonomiczny, Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Wolontariat pracowniczy przyszłości
Akademia Rozwoju Filantropii

Wolontariat pracowniczy dla Ukrainy
Akademia Rozwoju Filantropii

Miejska gościnność. Wielki wzrost, wyzwania i szanse
Centrum Analiz i Badań Unii Metropolii Polskich im. Pawła Adamowicza

Równi w domu – równi w pracy. Przewodnik dla pracodawców i pracujących rodziców
Fundacja Share the Care

Kondycja organizacji pozarządowych 2021
Stowarzyszenie Klon/Jawor

Odpowiedzialny konsument i przedsiębiorstwo
Instytut Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie

Global Gender Gap Report 2022
Światowe Forum Ekonomiczne

Zielone finanse w Polsce 2022
UN Global Compact Network Poland, Instytut Odpowiedzialnych Finansów

Reporting matters 2022
World Business Council for Sustainable Development

European Sustainable Industry Barometer
CSR Europe, Moody's ESG Solutions

United Business for Ukraine
UN Global Compact Network Poland

Co Polacy wiedzą o śladzie węglowym?
Carbon Footprint Foundation

Ekspozycja na ryzyko Finansowanie paliw kopalnych przez polskie banki a ryzyko osierocenia aktywów
Fundacja Instrat

Zmiana klimatu. Co warto wiedzieć? Jak przeciwdziałać dezinformacji?
Instytut Spraw Publicznych

Molestowanie seksualne w obszarach kształcenia zawodowego, zatrudnienia i usług
Polskie Towarzystwo Prawa Antydyskryminacyjnego

Yearbook UN GCNP 2022
UN Global Compact Network Poland

Big shifts, small steps. Survey of Sustainability Reporting 2022
KPMG

Twój wpływ ma wpływ
Colliers

2022 CxO Sustainability Report
Deloitte

4. edycja Badania Świadomości Klimatycznej Spółek
Fundacja Standardów Raportowania, Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych, Bureau Veritas Polska, MATERIALITY

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Cel 1
112 praktyk
Wyeliminować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie

Cel 2
60 praktyk
Wyeliminować głód, osiągnąć bezpieczeństwo żywnościowe i lepsze odżywianie oraz promować zrównoważone rolnictwo

Cel 3
500 praktyk
Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt

Cel 4
378 praktyk
Zapewnić wszystkim edukację wysokiej jakości oraz promować uczenie się przez całe życie

Cel 5
111 praktyk
Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt

Cel 6
27 praktyki
Zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wody i warunków sanitarnych poprzez zrównoważoną gospodarkę zasobami wodnymi

Cel 7
40 praktyki
Zapewnić wszystkim dostęp do źródeł stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie

Cel 8
358 praktyk
Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywne zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi

Cel 9
155 praktyk
Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność

Cel 10
362 praktyk
Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami

Cel 11
209 praktyk
Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu

Cel 12
328 praktyki
Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji

Cel 13
264 praktyk
Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom

Cel 14
16 praktyk
Chronić oceany, morza i zasoby morskie oraz wykorzystywać je w sposób zrównoważony

Cel 15
70 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
98 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
156 praktyki
Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalnego partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju

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 i ESG. 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

wbcsd
CSR Europe
Open For Business
Business in the Community
The Global Compact
GRI
SDSN Member
Climate Governance Initiative

WYBRANE PUBLIKACJE 2022 R.

WSPÓŁPRACA W POLSCE

Konkurs Raporty Zrównoważonego Rozwoju

16. edycja Konkursu Raporty Zrównoważonego Rozwoju (współpraca z Deloitte)

XI edycja Listków CSR POLITYKI (Organizatorem jest Tygodnik Polityka, partnerami Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte).

ranking odpowiedzialnych firm

XVI Ranking Odpowiedzialnych Firm 2022 (od 2018 roku organizatorem jest Koźmiński Business Hub, partnerem merytorycznym jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu). Za weryfikację odpowiada Deloitte. Partnerem medialnym jest Dziennik Gazeta Prawna.

W ramach Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej funkcjonują trzy inicjatywy, w które angażuje się FOB: Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, Grupa robocza ds. rozwoju raportowania niefinansowego oraz Partnerstwo na rzecz dostępności.

FOB W LICZBACH / 2022

PROGRAM PARTNERSTWA

Kompleksowy program współpracy FOB z firmami, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do popularyzacji oraz rozwoju CSR i ESG w Polsce.

59 partnerów strategicznych

9 nowych Partnerów w 2022 roku

18 spotkań i webinariów dla Partnerów, z czego 5 dotyczyło wolontariatu pracowniczego

9 prasówek – „Co się dzieje w wolontariacie i wolontariacie pracowniczym?"

KARTA RÓŻNORODNOŚCI

Zobowiązanie pracodawcy do przeciwdziałania dyskryminacji, prowadzenia polityki równego traktowania i strategicznego zarządzania różnorodnością.

43 nowych Sygnatariuszy,

10. rocznica obecności Karty w Polsce – przez cały rok trwały obchody jubileuszu

3. Miesiąc Różnorodności w Polsce

2. edycja badania Diversity IN Check

Został przygotowany **Nowy przewodnik po Karcie Różnorodności. Łączy nas różnorodność**

NAGRODA KARTY RÓŻNORODNOŚCI

DLA PRACODAWCÓW WSPIERAJĄCYCH #DEI

164 zgłoszenia

85 podmiotów wzięło udział w konkursie

22 osoby zasiadły w jury

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 **19.** edycji programu

35 Ambasadorów i Ambasadorek

3 ścieżki tematyczne

185 uczestników i uczestniczek w I etapie Ogólnopolskiego Konkursu Wiedzy o CSR i ESG

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
		Liczba praktyk w obszarze						
1.	**5 STRONA**							1
2.	**AB**		1	1		1		1
3.	**Activy**							1
4.	**Adamed Pharma**		1		1			4
5.	**ALAB laboratoria**			2	3		1	3
6.	**ALDI**		1					1
7.	**Alior Bank**		1					
8.	**ALLEGRO**		3		2		2	3
9.	**AmRest Coffee**				4			1
10.	**Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne**		1	5	3			1
11.	**ANWIL**			6	2			2
12.	**Aquanet**			1				
13.	**ArcelorMittal Poland**		2	6				2
14.	**Architecture Snob**				1			
15.	**Asseco Poland**		1					1
16.	**AstraZeneca Pharma Poland**				2			
17.	**Auto Partner**		1		1			2
18.	**AVON COSMETICS POLSKA**		3	3				
19.	**Avon Operations Polska**		3	5	1			1
20.	**Baltic Hub**				1			1
21.	**Bank Gospodarstwa Krajowego**		1	2	1			
22.	**Bank Millennium**		1		1			3
23.	**Bank Ochrony Środowiska**			1	4			3
24.	**Bank Pekao**		1	2	1			3
25.	**BASF Polska**		1	1	1			5
26.	**Bayer**		1			1		1
27.	**Bee Talents**		1	2				
28.	**Benefit Systems**		2	2		1		5
29.	**Biofarm**		1	1				1
30.	**Blue City**		1					1
31.	**BNP Paribas Bank Polska**	1		3	1	1		4
32.	**BNP Paribas Real Estate Poland**			4	1			1
33.	**BNP Paribas Oddział w Polsce**		2		1			2
34.	**Budimex**		4	2	1			3
35.	**Business Support Solution**		1	7	1			1
36.	**C&F**			3				1
37.	**Capchem Poland**							1
38.	**Capgemini Polska**	1	3	4	1			1

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
		Liczba praktyk w obszarze						
39.	**Carlsberg Polska**	1	2	2	3		1	
40.	**Carrefour Polska**			3	4		1	1
41.	**CD PROJEKT**		1	2	1			1
42.	**CDRL**							1
43.	**Cellnex Poland**	2	2	6				
44.	**CEMEX Polska**		1	2	4	1		2
45.	**Ceramika Paradyż**			1	2			2
46.	**CFE Polska**		1	2	2	1		1
47.	**Citi Handlowy**		3	1	4			2
48.	**Clariter Poland**		1	4	1			
49.	**Coca-Cola HBC Polska**		2	4	2			
50.	**Coca-Cola Poland Services**		1		1			
51.	**Columbus Energy**			1	1			
52.	**Compensa**		1	3			3	3
53.	**Credit Agricole Bank Polska**	2	1	1	4		2	
54.	**Credit Suisse Poland**		1	7				2
55.	**CSR Consulting**				2	1		1
56.	**CSRinfo**					2		1
57.	**Dalkia Polska**	1	1		2			
58.	**Dalpo**	1	1	1	2			3
59.	**Danone**				2			3
60.	**DB CARGO POLSKA**	1	2	6				1
61.	**DB Schenker**		1	2	1	1		1
62.	**Deloitte Polska**		4	1	3			2
63.	**dentsu Polska**		1	5				3
64.	**DHL Parcel Polska**				3			
65.	**DIAGNOSTYKA**	1	1	1	2	1		
66.	**Dobrowolscy**			1				
67.	**DOZ**		1					4
68.	**DWF Poland**	1	2	3				1
69.	**Egis Polska**		2	2	1			3
70.	**ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego**				5			
71.	**Emitel**			8				2
72.	**Energa Grupa ORLEN**	1			2			6
73.	**Energopomiar**		1	3		1		5
74.	**EPP**		1					1
75.	**epruf**		1	5				
76.	**Europejski Fundusz Leasingowy**	1	1	2	1		1	4

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
		Liczba praktyk w obszarze						
77.	**Exorigo-Upos**			4	1			3
78.	**EY Polska**		1	3				6
79.	**Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka**	1			1			2
80.	**Fabryki Mebli „FORTE”**	1		5	2			1
81.	**FAKRO**	1	1					1
82.	**FAMUR**		1	5	1			
83.	**Ferrero Polska**				5			
84.	**Ferrero Polska Commercial**	3	1	1				1
85.	**FORUM GDAŃSK Property**							1
86.	**FroGum**				1			
87.	**Fujitsu Technology Solutions**		1	4	2			2
88.	**Fundacja Veolia Polska**		1		2			4
89.	**G&G**							1
90.	**Gdańsk Transport Company**			1	1		2	3
91.	**Generali Polska**		1					1
92.	**Ghelamco Hotel**			1		1		1
93.	**Global Cosmed**	2	1					1
94.	**Globe Trade Centre**	1			2			
95.	**Good One PR**		1					
96.	**GPEC**		1	1	1			1
97.	**Grand Parade**		2	2				3
98.	**Green Office Ecologic**				1			3
99.	**Grupa AGORA**	1	6		2			1
100.	**Grupa Amica**		1	2				5
101.	**Grupa ANG**	2	2	2		1		1
102.	**Grupa Azoty Zakłady Azotowe „Puławy”**		1		1			1
103.	**Grupa CCC**	2			5	1		1
104.	**Grupa Echo Investment**							6
105.	**Grupa Enea**		1	3				6
106.	**Grupa Eurocash**		1	4	4	1		
107.	**Grupa Maspex**				1			2
108.	**Grupa Muszkieterów**		1					2
109.	**Grupa PBI**	2	1	1	3	1	1	1
110.	**Grupa Polsat Plus (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel, Netia)**			2	4		2	2
111.	**Grupa Schiever w Polsce**	1		4	2			
112.	**Grupa VELUX**				2	1		1
113.	**Grupa Żywiec**	1		1	5			1
114.	**GXO**		1	5				1
115.	**Henkel Polska**			2	2			3

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
		Liczba praktyk w obszarze						
116.	**Hewlett Packard Enterprise Global Business Center**		1	7				2
117.	**Hilti Poland**			1	2			
118.	**Hochland**			1	7	1		1
119.	**Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe**			1			1	1
120.	**HSBC w Polsce**		1	1				1
121.	**HSBC Service Delivery Polska**		2	5	3			
122.	**Huawei Polska**		2		1			5
123.	**IKEA Retail**	1	2	1	1			3
124.	**Infosys Poland**			1	1			1
125.	**ING Bank Śląski**	1	1	3	2		1	2
126.	**ING Hubs Poland**		4	2			1	3
127.	**Ingka Centres Polska**		2		3			5
128.	**InPost**	1		1	4			1
129.	**Intel Technology Poland**		1	1	1			3
130.	**InterKadra**		1	6	1			1
131.	**Intrum**			3		2	1	
132.	**Janssen Polska**							1
133.	**Jastrzębska Spółka Węglowa**			3	1			6
134.	**Jeronimo Martins Polska**		2		3	2	1	2
135.	**Jet Line**		1					2
136.	**Job Impulse**		1	1				
137.	**KABAK**	1	2		3			1
138.	**Kaufland Polska Markety**		1		7			2
139.	**KGHM Polska Miedź**			2				4
140.	**Kompania Piwowarska**		2	3	3		1	1
141.	**KONE**		1	3			1	2
142.	**Kopalnia Soli „Wieliczka”**		1		1			6
143.	**KPMG w Polsce**	1	3	3	1			2
144.	**Kronospan Polska**		1	4		1		3
145.	**KRUK**		3	2	1		4	
146.	**Kuehne+Nagel**	1		4	3			
147.	**Lenovo Technology Oddział w Polsce**		1	1				1
148.	**Leroy Merlin Polska**		2	4	2			2
149.	**Lewiatan Holding**	1	1		1		1	2
150.	**LG Energy Solution Wrocław**	1		3	1	1		4
151.	**Lidex**		2	1				
152.	**Lidl Polska**		2		6		1	1
153.	**Linklaters Poland**			1				2
154.	**L'Oréal Polska**		4	1	1		1	

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
		Liczba praktyk w obszarze						
155.	**LOTTE Wedel**	1	3	4	1			1
156.	**LPP**		2	2	2			3
157.	**Lubelski Węgiel Bogdanka**	1	2		5			2
158.	**LUX MED**		1					3
159.	**Lyreco Polska**	2		2	5			1
160.	**MAKRO Polska**			3	3	3		1
161.	**Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego**	1	1	4	1	2		1
162.	**Many Mornings**		3		2			5
163.	**Mars Polska**		1	3	1		1	4
164.	**mBank**		2		3	1	1	3
165.	**MEDEZIN**							1
166.	**Merck**	1	2	2				1
167.	**Miejskie Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji w m.st. Warszawie**				1			
168.	**Międzynarodowe Targi Gdańskie**				1			1
169.	**Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice**		1			1	2	2
170.	**MindBlowing**				3			
171.	**Mindgram**							1
172.	**Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni**		3			1		3
173.	**Model Opakowania**		1					9
174.	**MODIVO**		2	2	4			2
175.	**Mondelēz International w Polsce**				3			
176.	**MoneyGram Poland**							1
177.	**Nationale-Nederlanden**		3	3				4
178.	**Natura**		3		1			
179.	**NatWest**		3	2	2			1
180.	**NEPI Rockcastle Polska**				2			5
181.	**Nest Bank**			5				
182.	**Nestlé Polska**		3	1	3			1
183.	**Nhood Polska**		1		3			6
184.	**Nieagencja**	1						
185.	**Nowy Styl**	1	1	1	2	1		3
186.	**Objectivity**		2	6	1			1
187.	**OneDayMore**				1			
188.	**Orange Polska**		4		2		1	3
189.	**Ørsted Polska**			1	1			3
190.	**P.P.H. WObit E.K.J. Ober**		1	2	2			4
191.	**Panattoni**		1	1	6			2
192.	**Pelion**	1	2	2	1			1

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
		Liczba praktyk w obszarze						
193.	**Pepco**	1	1	1	2			5
194.	**PGE Polska Grupa Energetyczna**				1			
195.	**Pharmalink**			1				1
196.	**Pharmena**							1
197.	**Philip Morris Polska**	1	2	5	1			
198.	**PKO Bank Polski**		1					2
199.	**PKP CARGO**			6				1
200.	**Planko**					1		
201.	**Polenergia**		4	1	4			
202.	**Polpharma**	1	3	3	2			1
203.	**Polska Grupa Farmaceutyczna**		1					2
204.	**Polska Grupa Zbrojeniowa**		1	3				1
205.	**Polski Fundusz Rozwoju**		4					5
206.	**Polski Koncern Naftowy ORLEN**	1	3	1	2			3
207.	**Polskie Sieci Elektroenergetyczne**	3		1	3			2
208.	**Polwell**						1	
209.	**Poznański Park Naukowo-Technologiczny**				2			
210.	**Procter & Gamble DS Polska**		1	3	1			4
211.	**ProPIT biuro rachunkowe Edyta Zaniewicz**	1						
212.	**Provident Polska**	1	2	1	3		1	2
213.	**PwC**	1	3	1	2	1		2
214.	**PZU Zdrowie**			1	1			8
215.	**Refinitiv Poland**			1				1
216.	**Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań**				5			
217.	**RELATIONS MARIA PAWŁÓW**		1					
218.	**Robert Bosch**		2					1
219.	**ROBYG**	1			2	1		2
220.	**Rödl & Partner**		2	5	1		1	1
221.	**ROHLIG SUUS Logistics**		2	4	2			2
222.	**Samsic Polska**		1	2				1
223.	**Samsung**			3	1			6
224.	**Sanofi**		1	4				5
225.	**Santander Bank Polska**		3	1	1		2	3
226.	**Schumacher Packaging**							1
227.	**SEGRO Poland**		1		4			2
228.	**Sela**		2					4
229.	**Servier Polska**		2	1	1			4

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
		Liczba praktyk w obszarze						
230.	**Shell Polska**		3	4	1			1
231.	**SimCorp**		1	3				2
232.	**Simple Day**							1
233.	**Skanska**		1	4	4			
234.	**SLODKIE**			1	1			2
235.	**Societe Generale Oddział w Polsce**							1
236.	**Sodexo Polska**		1	4	3			1
237.	**Solaris Bus & Coach**				5			
238.	**Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**		2	3	1			4
239.	**Specjalistyczny Szpital Onkologiczny NU-MED w Tomaszowie Mazowieckim**	1						
240.	**Spółka biurowa Skanska w regionie Europy Środkowo-Wschodniej**		1					
241.	**Stena Recycling**	1		1	3	1		
242.	**Studio 102**				1			1
243.	**SumiRiko Poland**		1	2	2			5
244.	**SuperDrob**			2				1
245.	**Szeptszum**							1
246.	**Świętokrzyska Grupa Przemysłowa INDUSTRIA**		1	1	2			4
247.	**TIM SA**	1	1	1		1		6
248.	**T-Mobile Polska**		2		3		2	3
249.	**Totalizator Sportowy**	1	5		1		1	2
250.	**Tubądzin Management Group**				1			
251.	**TVN Warner Bros. Discovery**		6	2	1			1
252.	**UBS**		2	4	1			2
253.	**Unum Życie TUiR**	1	1	2				4
254.	**Urtica**				1			2
255.	**Vantage Development**		1	2				2
256.	**Velvet CARE**				1			
257.	**VGL Solid Group**			1	1			1
258.	**Volkswagen Motor Polska**	1	2	1	3			3
259.	**Volkswagen Poznań**		2		4			3
260.	**Walstead Central Europe/ Walstead Kraków**	1	1		2			1
261.	**Wawel**		1		1		1	1
262.	**Wiener TU Vienna Insurance Group**			3			2	
263.	**Wirtualna Polska Holding**	1	2		1			1
264.	**Wiśniowski**				1			
265.	**Wodociągi Miasta Krakowa**		1	2	2	1		4
266.	**wonga.pl**	1	1	6	1		1	

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
		Liczba praktyk w obszarze						
267.	**Wunderman Thompson Technology**		1	3				2
268.	**Wyborowa Pernod Ricard**			2	1	1		1
269.	**Zakład Utylizacyjny**	2			4			
270.	**Zentiva Polska**	2	1	3				1
271.	**Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce**	1				2	1	1
272.	**Żabka Polska**	1	1	2	3		1	1

www.odpowiedzialnybiznes.pl

Dziesiątki ważnych informacji.
Od ręki. Online.

PARTNERZY STRATEGICZNI FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

PARTNER KOMUNIKACYJNY

PARTNER ANALITYCZNY

PARTNER TŁUMACZENIOWY

PARTNER BADAWCZY