



RAPORT

ODPOWIEDZIALNY
BIZNES W POLSCE
Dobre praktyki

2020



Przez ostatnie 20 lat swojego funkcjonowania Forum Odpowiedzialnego Biznesu inicjowało projekty oraz uczestniczyło w inicjatywach, które wspierały rozwój społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce. (...) Nasz wpływ społeczny to dzielenie się wiedzą, udział w debacie publicznej, docieranie nie tylko do przedstawicieli biznesu, ale i administracji publicznej, studentów czy konsumentów. Chcemy aktywnie uczestniczyć w procesie kształtowania odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju

Marzena Strzelczak,
prezesa, dyrektorka generalna Forum Odpowiedzialnego Biznesu.



**PROGRAM
PARTNERSTWA**

Biznes to główny partner dla działań Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Inicjatywy podejmowane w ramach społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju na rzecz oraz wspólnie z sektorem biznesowym służą wzmocnieniu wiedzy sektora gospodarczego oraz inicjowaniu kolejnych projektów odpowiadających bieżącym potrzebom interesariuszy ważnych dla biznesu.

* w latach 2010-2019 nie wliczając w to maili wysyłanych bezpośrednio ze skrzynek pracowniczych
** stan na XII. 2020



300 firm wzięło udział w wydarzeniach organizowanych przez FOB



Prawie **200** inicjatyw podjęł FOB w ramach Programu Partnerstwa i Karty Różnorodności



200 firm było zaangażowanych w powstanie publikacji FOB



479 mailingów oraz newsletterów otrzymali partnerzy biznesowi FOB*



50 firm należy do Programu Partnerstwa**



**RAPORT
ODPOWIEDZIALNY
BIZNES W POLSCE
Dobre praktyki**

18

**EDYCJI
RAPORTU**

„Odpowiedzialny
biznes w Polsce.
Dobre praktyki”

Wejścia na wyszukiwarkę
dobrych praktyk online

Wejścia na stronę
z raportem do pobrania

DOTARCIE **206 245** **165 651** **36 596** **25 188**
odstón unikalnych odstón odstón unikalnych odstón

**LICZBA
ZGŁOSZONYCH
PRAKTYK***

	Praktyki nowe (od 2011)	Praktyki długoterminne (od 2015)
ład organizacyjny	280	184
prawa człowieka	149	107
praktyki z zakresu pracy	1088	795
środowisko	767	378
uczciwe praktyki rynkowe/operacyjne	211	124
zagadnienia konsumenckie	252	191
zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	1635	1255



**WARTO
WIEDZIEĆ**

Najczęściej przeszukiwany obszar
ISO 26000 środowisko

Najczęściej przeszukiwana branża
transport i logistyka

Najczęściej przeszukiwany SDGs
Cel 3 - dobre zdrowie i jakość życia

* od 12.04.2018 do 27.02.2020
* W 2019 ograniczono liczbę zgłaszanych nowych praktyk do 10 dla organizacji.



8 edycji

332 wystawców¹

Ponad
10.000
zwiedzających

TARGI – 2020

57 wystawców¹

ok
3 500 tys.
odbiorców konferencji

ok
600
uczestników części
networkingowej

ok
15 tys.
wejść na stoiska wirtualne



organizacja ponad
50 konferencji
i spotkań otwartych



620
artykułów eksperckich
dostępnych na portalu
odpowiedzialnybiznes.pl²



65
publikacji, infografik
oraz broszur
informacyjnych
służących edukowaniu
biznesu oraz jego
otoczenia³



40
publikacji będących
rezultatami prac
badawczych⁴



13
analiz tematycznych⁵



30
szkoleń dla firm
i administracji
publicznej⁶

1 Dane od 4 edycji
2 Dane za okres
2008–2020

3 Dane za okres 2001–2020
4 Dane za okres 2003–2020
5 Dane za okres 2013–2018
6 Dane za okres 2015–2020



**KARTA
RÓŻNORODNOŚCI**

296
sygnatariuszy*

225
sygnatariuszy z biznesu

36
NGOs

29
jednostek administracji
publicznej, samorządu
terytorialnego i ambasad

5
uczelni

1
klub sportowy



500 tys.
osób zatrudnionych
przez organizacje
– sygnatariuszy
Karty Różnorodności



Ponad **300**
spotkań, wizyt
studyjnych i wyjazdów
zagranicznych
w ramach KR



1833 wzmianek,
cytatów, powołań
w mediach**



10 publikacji
tematycznych**



10 konferencji



6 projektów
badawczych

* stan na 31 grudnia 2020 r.
** od 2012 r.

SPIS TREŚCI

Słowo wstępne
Marzena Strzelczak
3

#CSRwPL2020 <i>Marta Górską Tadeusz Joniewicz</i> 4	Znaczenie CSR w kryzysie wywołanym pandemią COVID-19 <i>dr hab. Piotr Wachowiak</i> 6	Kultura refleksyjna, nie tylko rozrywkowa <i>dr Sylwia Chutnik</i> 7	Opieka nad seniorami w czasie pandemii – czyli co robić, kiedy trudna sprawa staje się jeszcze trudniejsza <i>Marcel Andino Velez</i> 8	Czy (i jak) pandemia zwiększa ryzyko pracy przymusowej <i>Irena Dawid-Olczyk</i> 9	Co biznes ma wspólnego z aktywizmem? <i>Marzena Strzelczak</i> 10
Zrównoważony ślad cyfrowy – odpowiedzialność przyszłości <i>dr Aleksandra Stanek-Kowalczyk</i> 12	Praca zdalna i hybrydowe modele pracy z korzyścią dla pracodawcy i pracownika <i>prof. Renata Włoch, mgr Monika Berdys</i> 13	Zielona i cyfrowa transformacja <i>Andrea Bittnerova, Macha Epp</i> 14	Biznes odpowiedzialny = biznes korzystający z samoregulacji? <i>dr adw. Anna Wilińska-Zelek</i> 15	Czy wartości są jak yeti i co warto wiedzieć o firmach rodzinnych <i>dr Joanna Lajstet</i> 16	Rekomendacje TCFD jako narzędzie zarządzania ryzykiem klimatycznym w bankach <i>dr Maciej Orczyk</i> 17
Zielone miejsca pracy jako element zrównoważonego rozwoju <i>dr Łukasz Kozar</i> 18	Polska wyschnie na pieprz? <i>Bartłomiej Kozek</i> 19	Obecna dekada to punkt zwrotny w ochronie przyrody <i>Eva Zabey</i> 20	Przyszłość jedzenia <i>Marcin Tischner</i> 21	COVID a CSR – badania w 2020 roku <i>Tadeusz Joniewicz</i> 22	DOBRE PRAKTYKI 26
	Ład organizacyjny 26		Prawa człowieka 40		Praktyki z zakresu pracy 54
	Środowisko 106		Uczciwe praktyki operacyjne 150		Zagadnienia konsumenckie 164
	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej 178	PRASA 246	Wybrane artykuły z 2020 r. 246	KALENDARIUM WYDARZEŃ 249	Konferencje, seminaria, spotkania 249
Konkursy i nagrody 251	Badania, publikacje 254	Cele Zrównoważonego Rozwoju 255	O Forum Odpowiedzialnego Biznesu 256	Indeks firm 258	

RAPORT

ODPOWIEDZIALNY BIZNES W POLSCE

Dobre praktyki

2020

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

Szczegółowe informacje dostępne są na stronie www.odpowiedzialnybiznes.pl

Koordynatorki wydania:

Marta Górską
Ewa Wojciechowicz

Nadzór merytoryczny:

Marzena Strzelczak

Redakcja:

Marta Górską
Aleksandra Jelska
Tadeusz Joniewicz
Agnieszka Kłopotowska
Karol Krzyczkowski
Mitosz Marchlewicz
Katarzyna Mróz
Izabela Opatczyńska
Sergiej Podus
Agnieszka Siarkiewicz
Ewa Wojciechowicz
Izabela Zielińska


Redakcja i korekta:

Beata Saracyn

Monitoring rynku:

zespół Forum
Odpowiedzialnego Biznesu

Monitoring mediów:

na podstawie materiałów
dostarczonych przez 

Źródło materiałów:

materiały własne firm

Opracowanie graficzne i skład:

Olga Figurska, 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](http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/pl)

ISBN: 978-83-959322-2-9

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!

Powiedzieć, że 2020 rok był wyjątkowy, to nie powiedzieć nic. Jest wiele analiz i podsumowań tego, co zdarzyło się na świecie i w Polsce w ciągu ostatnich 12 miesięcy. A wnioski wynikające z tychże rozważań są ważne przede wszystkim w kontekście zagadnienia, jak będzie wyglądała przyszłość, choć zapewne długo jeszcze otwartym pytaniem pozostanie, czy umiemy wyciągnąć lekcje z pandemii i budować lepiej. Bardzo potrzebnym i pilnym zmianom sprzyjają już wprowadzone i planowane regulacje w UE, wzmacniające zarządzanie poprzez integrację czynników ESG. Nowe modele biznesowe muszą w większym stopniu służyć budowaniu włączających, spójnych społeczeństw. Teraz kluczową kwestią jest refleksja, czy zmiany następowały na tyle szybko, by odsunąć widmo katastrofy klimatycznej oraz zmienić istniejące reguły społeczno-gospodarcze.

W pewnym stopniu na te pytania odpowiada przygotowana wspólnie z Państwem już po raz 19. publikacja Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”.

Zgodnie z przewidywaniami, w tym roku najwięcej praktyk reprezentuje obszar zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej, w którym wzrost liczby nowych praktyk liczony rok do roku wyniósł ponad 70%. Obserwując to, jak sprawnie biznes zareagował na potrzeby interesariuszy związane z pandemią, można było oczekiwać takiego rezultatu. Mniej oczywiste jest już to, że wzrosły także liczby nowych praktyk w niemal wszystkich pozostałych obszarach ISO 26000. Zdecydowanie więcej nowych praktyk odnotowaliśmy w następujących kategoriach: prawa człowieka (ok. 80%), uczciwe praktyki operacyjne i zagadnienia konsumenckie (ok. 70% i ok. 80%), praktyki

z zakresu pracy (ok. 40%), również w obszarze środowiskowym przybyło ponad 10% nowych praktyk. W sumie nowych praktyk zgłoszono ponad 40% więcej niż w 2019 roku, przy około pięcioprocentowym wzroście liczby firm występujących w Raporcie. To dobrze obrazuje skalę zaangażowania biznesu. Przyrost całości prezentowanych w publikacji praktyk wyniósł kilkanaście procent, a więcej niż połowę Raportu stanowią praktyki nowe. Czekamy więc Państwa wiele ciekawych inspiracji, także w formie artykułów eksperckich, stanowiących integralną część publikacji. Cieszymy się, że nasze zaproszenie do współpracy przyjęło szerokie i bardzo różnorodne grono Auterek i Autorów, z Polski i z zagranicy, reprezentujących różne sektory i obszary wiedzy. Jak co roku, nie zabrakło również tekstów przygotowanych przez Ekspertki i Ekspertów Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Serdecznie dziękujemy w tym miejscu wszystkim Ekspertkom i Ekspertom oraz Osobom zgłaszającym praktyki za współtworzenie Raportu. Najnowsza edycja naszej publikacji dobrze pokazuje, jak bardzo aktywny był biznes w czasie ekstremalnej zmiany i wielkiej niepewności. To pozwala mieć nadzieję na kolejne zmiany i nowe przedsięwzięcia, realizowane we współpracy sektorowej i międzysektorowej.

Na koniec serdecznie dziękuję Zespołowi Forum Odpowiedzialnego Biznesu, który jak co roku w pierwszym kwartale wiele czasu poświęcił na przygotowanie Raportu, zwłaszcza Marcie Górskiej i Ewie Wojciechowicz, które koordynowały powstawanie tej publikacji.

Życzę dobrej lektury.



Marta Górka
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU



Tadeusz Joniewicz
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

#CSRwPL2020

CSR-owy 2020 rok rozpoczął się zwyczajnie, z perspektywy czasu – beztrosko: od ogłoszenia naboru artykułów na temat odpowiedzialnego biznesu do **Konkursu Pióro Odpowiedzialności**, a także finału naboru praktyk do kolejnej edycji niniejszego Raportu i corocznych analiz przewidujących najważniejsze trendy na nadchodzące dwanaście miesięcy.

Rok 2020 był szczególny dla Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Obchodziliśmy w tym czasie **20-lecie** istnienia organizacji oraz **partnerstwa na rzecz zrównoważonego rozwoju w Polsce**. W ramach obchodów ukazała się publikacja „**Wartość biznesu – biznes oparty na wartościach. Jubileusz z pandemią w tle**” obrazująca rozwój koncepcji CSR w Polsce na przelomie ostatnich dwóch dekad. Jubileusz to też sposobność do spojrzenia na zmiany, stąd trzecia edycja badania „**Menedżerowie CSR**”. Dodatkową wartość stanowiły podcasty i panele dyskusyjne pod hasłem „Efekt motyla i problemy »splątane« – jak być odpowiedzialnym w obliczu niepewności”. Partnerem jubileuszu została firma LPP.

RÓŻNORODNOŚĆ I MIEJSCE PRACY W DOBIE PANDEMII

W styczniu 2020 roku odbył się, siódmy już, **Kongres Różnorodności**. Na wydarzenie pod hasłem „FIXING TOMORROW WITH DIVERSITY – czyli jak budować kapitał społeczny dzięki różnorodności” zapraszali organizatorzy: Henkel Polska oraz firma BETTER. Z początkiem roku Forum Odpowiedzialnego Biznesu ogłosiło także nabór do drugiej edycji **Diversity & Inclusion Rating**. Skład zestawienia przygotowywanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę Deloitte Polska poznaliśmy podczas **Miesiąca Różnorodności**, trwającego przez cały maj w Karcie Różnorodności. Wśród liderów zarządzania

różnorodnością znalazły się Bank BPH, BNP Paribas Bank Polska, Citi w Polsce, ING Bank Śląski, NatWest Poland oraz Pfizer Polska.

Tematowi różnorodności w miejscu pracy poświęcono także lutowe spotkanie **Rady Odpowiedzialnego Przywództwa** Forum Odpowiedzialnego Biznesu, którego gościem specjalnym była prof. Małgorzata Fuszara – prawniczka i socjolożka specjalizująca się między innymi w zagadnieniach związanych z socjologią polityki i gender studies. Efektem spotkania było przyjęcie szóstej Rekomendacji Rady, dotyczącej budowania organizacji opartych na różnorodności i kulturze włączania. W czerwcu prace przy Radzie rozpoczął **Zespół Ekspertów i Ekspertek**. W jego skład wchodzi przedstawiciele świata nauki, sztuki, świata mediów i organizacji pozarządowych.

Szybko przekonaliśmy się jednak, że będzie to rok inny niż wszystkie, a my – pracownicy, pracodawcy, klienci, lokalne społeczności – bardziej niż kiedykolwiek potrzebujemy świata odpowiedzialnych firm. W związku z pojawieniem się w Polsce pierwszych przypadków COVID-19 firmy podjęły działania minimalizujące ryzyko zachorowań wśród pracowników, ale także zainicjowały pomoc interesariuszom zewnętrznym. Napływające do Forum Odpowiedzialnego Biznesu informacje prasowe z dnia na dzień zmieniły swój charakter. Reakcje firm na pandemię prezentujemy w utworzonej na portalu Odpowiedzialnybiznes.pl sekcji „Biznes w odpowiedzi na COVID-19”. Znalazły się tam zarówno przykłady wsparcia materialnego dla szpitali oraz szkół, jak i inicjatywy realizowane z myślą o wspieraniu i ochronie pracowników.

Badanie Forum Odpowiedzialnego Biznesu „**Koronawirus – opinie Polaków i ocena działań**”, zrealizowane w pierwszych tygodniach pandemii w Polsce, pokazało, że aż 77% pracodawców podjęło dodatkowe działania na rzecz swoich pracowników. Jednym z nich było wprowadzenie pracy zdalnej tam, gdzie było to możliwe. W ramach akcji **#BiznesReagujeOdpowiedzialnie** czołowi menedżerowie, prezesi i prezeski przedstawili kontekst zmian i wyzwań, przed jakimi stanęli w obliczu pandemii. Forum Odpowiedzialnego Biznesu opublikowało kilkanaście wywiadów, w których udział wzięły m.in.: CCC, Coca-Cola HBC, Grupa Lotos, LPP, Sanofi, Siemens Polska, Grupa Veolia, Deloitte Polska, Carrefour, Provident Polska, Stena Recycling, BNP Paribas Bank Polska i IKEA Retail.

Koordynowany w Polsce przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu transeuropejski projekt **Upskill 4 Future** również szczególnie wpisuje się w aktualną sytuację gospodarczą, a docelowo ma sprawić, by inkluzywna transformacja zawodowa stała się nowym standardem w europejskich przedsiębiorstwach. W projekcie udział biorą partnerzy Forum Odpowiedzialnego Biznesu: BNP Paribas Bank Polska, Castorama Polska, Carrefour, Ergo HESTIA, Orange Polska, Polpharma, Rossmann SD, Grupa Veolia w Polsce, i Grupa Velux.

Na skutek wybuchu pandemii zaczęliśmy spotykać się, ale także organizować wydarzenia, szkolić, a nawet świętować online. Życie wyłącznie przed ekranem monitora i konieczność zorganizowania pracy na nowo okazały się dla wielu trudnym doświadczeniem. By w tym czasie wspomóc pracowników i pracownice firm, Forum Odpowiedzialnego Biznesu zorganizowało **cykl webinarów z udziałem psycholożki Ewy Woydyłto-Osiatyńskiej**, który realizowaliśmy przez kilka miesięcy.

ŚRODOWISKO - JUŻ NIE W TLE (INNYCH TEMATÓW)

Bardzo szybko podjęliśmy decyzję o przeniesieniu **8. Targów CSR** na jesień. Jednak wkrótce stanęliśmy przed wyzwaniem przeorganizowania półtorarocznej pracy nad największym wydarzeniem stacjonarnym w Polsce dotyczącym CSR w event hybrydowy w formule online. W październiku 2020 roku przetarliśmy szlaki, organizując pierwsze tego typu targi, łączące trzy różne formy interakcji: konferencję online (zaproszeni goście pojawiali się w studiu, ale także łączyli się z nami zdalnie), wirtualne stoiska targowe oraz networking przy „gorących” stolikach. Pięciodniowe wydarzenie okazało się sukcesem. Partnerami ósmej edycji zostali: Jeronimo Martins Polska, Siemens, Ergo HESTIA i Europejski Korpus Solidarności.

Targi nie bez przyczyny upłynęły pod hasłem **„Środowisko! Biznesowe i naturalne”**. Wciąż palącym – i to dosłownie – tematem pozostają kwestie środowiskowe: zmiany klimatu, kryzys bioróżnorodności, powracające (a nawet ciągłe już) susze. Zmiany klimatu nieodłącznie wiążą się z zanikiem bioróżnorodności. Chcąc temu zapobiec, **Koalicja Business for Nature**, której członkiem jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu, zainicjowała **Call to Action** dotyczące przeciwdziałania utracie bioróżnorodności. Firmy z całego świata, w tym także partnerzy Forum Odpowiedzialnego Biznesu, dołączyły do inicjatywy wzywającej rządzących do wspólnych, ambitnych działań na rzecz przyrody.

Dnia 10 września powołano **Polski Pakt Plastikowy** na rzecz gospodarki obiegu zamkniętego tworzyw sztucznych, który realizowany jest jako inicjatywa Kampanii 17 Celów. Projekt zakłada współpracę międzysektorową, a członkowie zobowiązują się do osiągnięcia sześciu celów strategicznych do 2025 roku. Pakt stanowi część globalnej sieci **Plastics Pact** i jest pierwszą taką inicjatywą w Europie Środkowo-Wschodniej.

RAPORTOWANIE NIEFINANSOWE

Wiele działo się w kwestiach raportowania niefinansowego. Przyjęte zostały „ramy ułatwiające zrównoważone inwestycje” (czyli tak zwana taksonomia). W kontekście zrównoważonego rozwoju jest to zestaw kryteriów, których spełnienie oznacza, że dana działalność można uznać za zrównoważoną pod względem środowiskowym.

Trwały też przygotowania do stosowania SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation), przepisów dotyczących ujawniania informacji związanych ze zrównoważonym rozwojem w sektorze usług finansowych. Są one stosowane od 10 marca 2021 roku. W 2020 roku odbywały się również konsultacje dotyczące zmian w dyrektywie o obowiązkach ujawniania informacji niefinansowych, których ostateczne propozycje mają być ogłoszone przez Komisję Europejską w kwietniu 2021 roku. Trwały także prace nad jednolitym dla całej Unii Europejskiej standardem raportowania niefinansowego. Działania przygotowawcze prowadziła w tym obszarze Europejska Grupa Doradcza ds. Sprawozdawczości Finansowej (EFRAG).

ZWYKŁA PRACA W NIEZWYKŁYCH CZASACH

Chcąc podsumować **5-lecie** ogłoszenia przez Organizację Narodów Zjednoczonych **Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ**, w 2020 roku Forum Odpowiedzialnego Biznesu zainicjowało kampanię informacyjną poświęconą Agendzie 2030. W kolejnych tygodniach poszukiwaliśmy odpowiedzi na to, co już udało się osiągnąć w ramach realizacji Celów, jakie inicjatywy zosta-

ły podjęte przez biznes, czy i na jakie wyzwania udało się już odpowiedzieć. Realizacji Celów SDG dotyczyła także stycznio-wa konferencja w Ministerstwie Rozwoju, organizowana przez CSR Consulting pod hasłem **„Biznes na rzecz Agendy 2030 w Polsce – wyzwania i rozwiązania”**. Podczas tego dorocznego wydarzenia podsumowano działania rządu oraz biznesu na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju w Polsce w roku 2019 i ogłoszono plany na przyszłość.

Miniony rok nie spowolnił pracy grup roboczych **Zespołu do spraw Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw przy Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej**. Efekty działania grup to: wydanie poradników „Praca przymusowa. Poradnik: jak ją rozpoznać i jej przeciwdziałać” oraz „Przewodnik CSR po bezpiecznym i zrównoważonym środowisku pracy” (Grupa ds. relacji z osobami świadczącymi pracę); cykl bezpłatnych warsztatów regionalnych dla małych i średnich przedsiębiorstw w pięciu miastach w Polsce (Grupa ds. innowacji dla zrównoważonego rozwoju i CSR); publikacja „Katalogu dobrych praktyk społecznej odpowiedzialności uczelni w dobie COVID-19” (Grupa ds. Społecznej Odpowiedzialności Uczelni); przygotowanie przewodnika dla administracji centralnej „Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność organizacji” (Grupa ds. Społecznej Odpowiedzialności Administracji); ukazanie się broszury z cyklu zrównoważona konsumpcja pt. „Zrównoważone budownictwo” (Grupa ds. konsumenckich).

W efekcie dwuletnich działań firmy BETTER, z końcem 2020 roku został zorganizowany pierwszy w Polsce B Corp Summit „Feel The People, Feel The Planet”. Ruch **B Corp** to certyfikacja oparta na szczegółowej weryfikacji sposobu funkcjonowania firmy w odniesieniu do wszystkich interesariuszy oraz jej otoczenia. W tej chwili w Polsce już siedem firm uzyskało certyfikację przyznaną przez organizację pozarządową B Lab.

Korzystając z obchodów 35. rocznicy Międzynarodowego Dnia Wolontariusza podczas VIII konferencji Koalicji Liderzy Pro Bono, 1 grudnia zainaugurowano **Kartę Zasad Wolontariatu Pracowniczego**. Dokument zawiera gotowe wskazówki i rozwiązania, opis korzyści dla pracodawcy i pracownika oraz elementarne zasady, pomocne we wdrażaniu i rozwijaniu wolontariatu pracowniczego.

Rok 2020 był czasem zmian także w strukturach organizacji. Członkowie Stowarzyszenia Forum Odpowiedzialnego Biznesu powołali na trzyletnią kadencję **nową prezeskę, Marzenę Strzelczak**, która jest związana z organizacją od 2014 roku. Na lata 2020–2023 powołany został również nowy Zarząd, w skład którego weszły: Marzena Strzelczak, Joanna Erdman, Monika Kulik, Irena Pichola, Izabela Rakuć-Kochaniak, Patrycja Rogowska-Tomaszyczka oraz Katarzyna Kocher.

Zamknęliśmy rok z nadzieją i poczuciem, że był sprawdzianem odpowiedzialności. Ci z nas, którzy mają taką możliwość (to jedynie około 1/5 pracujących w Polsce), rozwinęli nowe umiejętności związane z pracą i funkcjonowaniem w wirtualnym świecie. W tym czasie praca zdalna z pożądanego benefitu zamieniła się w konieczność. Nadal i pewnie jeszcze długo będziemy uczyć się, jak lepiej pracować i żyć w tej formule. Cieszyć może odczarowanie „ludzkiego” elementu w biznesie, powrót do takich pojęć, jak empatia i wspólnotowość. To pozytywne skutki trudnego roku 2020 i o tym jest ten raport – biznes potrafi w obliczu kryzysu reagować odpowiedzialnie.

Serdeczne podziękowania za współpracę Ewie Wojciechowicz i Marzenie Strzelczak.



**Dr hab.
Piotr Wachowiak,
prof. SGH**
SZKOŁA GŁÓWNA
HANDLOWA
W WARSZAWIE

Znaczenie CSR w kryzysie wywołanym pandemią COVID-19

Pandemia związana z koronawirusem zmieniła świat. Od marca 2020 roku żyjemy w warunkach niepewności i są one o wiele gorsze niż warunki ryzyka, w których można określić prawdopodobieństwo wystąpienia pewnych zjawisk. Obecnie nie jesteśmy w stanie przewidzieć, jak długo ta sytuacja potrwa, jaki będzie miała wpływ na zdrowie społeczeństwa, w jaki sposób będzie funkcjonowała gospodarka po ustaniu epidemii. Pandemia wywarła wpływ na wszystkie obszary życia społecznego i gospodarczego. Przez długi okres gospodarka będzie wracała do równowagi (ile czasu – nie wiadomo). Coraz więcej osób, które znalazły się w trudnej sytuacji materialnej, będzie potrzebowało długookresowej pomocy. Troska o zdrowie stanie się dla społeczeństwa coraz bardziej cenioną wartością. Obecna sytuacja uświadomiła także, jak ważne są relacje międzyludzkie.

W związku z powyższym przed przedsiębiorstwami stoją zatem bardzo poważne wyzwania. Jeszcze większe znaczenie będzie miało efektywne gospodarowanie zasobami w taki sposób, aby mogły być one wykorzystywane przez przyszłe pokolenia. Obecnie radzą sobie lepiej te organizacje, które do swoich pracowników miały podejście podmiotowe. Dzięki zaangażowaniu pracowników mogą lepiej odpowiadać na wyzwania związane z sytuacją pandemiczną. W krótkim okresie wiele przedsiębiorstw musiało zmienić swoją strategię działania, dostosowując ją do szybko zmieniającego się otoczenia. Tylko odpowiedzialność i wytrwałość pracowników umożliwiły ich przebudowę.

W mojej ocenie przedsiębiorstwa powinny się skupić na kluczowych wartościach, których przestrzeganie umożliwi skuteczną działalność. Jak nigdy dotąd podstawą egzystencji każdego przedsiębiorstwa stają się właśnie wartości. Do nich

zaliczam: profesjonalizm, współpracę, uczciwość, szacunek i prawdę. Przez profesjonalizm rozumiem oparte na ciągłym rozwoju, wysokiej jakości odpowiedzialne działanie we wszystkich obszarach funkcjonowania przedsiębiorstwa. Istotne jest dążenie do wysokiego poziomu sprawności organizacyjnej. Współpraca to budowanie dobrych relacji opartych na zaufaniu i wzajemnym wsparciu między pracownikami oraz podmiotami znajdującymi się w otoczeniu przedsiębiorstwa. Ważną kwestią jest wspieranie się pracowników w wykonywaniu zadań i służenie pomocą. Współpraca powinna również obejmować budowanie partnerskich relacji z otoczeniem. Szczególnie istotne są tego typu kontakty z dostawcami i konkurentami. Konkurencja powinna być zastępowana współpracą. W tym obszarze przede wszystkim ważna jest następną wartością, którą jest uczciwość rozumiana jako transparentne i sprawiedliwe postępowanie zgodne z powszechnie przyjętymi w społeczeństwie zasadami. To działanie w sposób przejrzysty ujawniający jego przesłanki i efekty. Szacunek to życzliwe, godne i równe traktowanie pracowników i innych osób, przestrzeganie praw każdego człowieka i dbanie o równowagę między życiem zawodowym i osobistym (w warunkach pracy zdalnej balans nabiera dużego znaczenia). Ważne jest dbanie o wysoką kulturę postępowania i przyjazną atmosferę w pracy nastawioną na współpracę. Szacunek również oznacza odpowiedzialność wobec środowiska przyrodniczego i przyszłych pokoleń. Przejawia się to w dążeniu do zrównoważonego rozwoju. Szczególnie w sytuacji kryzysowej bardzo cenioną wartością powinna być prawda rozumiana jako postępowanie w zgodzie z faktami oraz z zachowaniem obiektywizmu. Ważna jest krytyczna ocena działalności, dzięki której przedsiębiorstwo może lepiej dostosować się do uwarunkowań, w których funkcjonuje.

Należy mieć również na uwadze poszanowanie dla różnorodności. Nikt w przedsiębiorstwie nie może czuć się gorszy. Korzyści wynikające z różnorodności powinny być w pełni wykorzystane w działalności firmy. Z tego też względu trzeba szczególnie naciskać na politykę równego traktowania i zasady zarządzania różnorodnością.

Ważnym wyzwaniem jest zmiana podejścia do pracowników. Osoby pełniące funkcje kierownicze powinny w szczególności utrzymywać dobre relacje międzyludzkie w zespołach. Pracownicy oczekują większego zainteresowania się nimi poprzez częsty kontakt oraz koncentrację uwagi nie tylko na ich zawodowej sytuacji. Jednym z podstawowych oczekiwań podczas pandemii wobec odpowiedzialnego pracodawcy jest zapewnienie bezpieczeństwa zdrowotnego. Pracownicy liczą na większą troskę ze strony pracodawcy. Dlatego też ważną kwestią staje się prowadzenie systematycznego dialogu z pracownikami. Efektywna komunikacja jest priorytetem w kierowaniu zespołami.

W obszarze działania na rzecz społeczeństwa przed przedsiębiorstwami pojawia się szereg wyzwań. Do najważniejszych z nich zaliczam: wdrażanie w firmach programu wolontariatu pracowniczego, dzięki któremu można wspierać różne grupy społeczne potrzebujące pomocy. Ważne jest również rozpowszechnianie idei społecznej odpowiedzialności. Istotne staje się realizowanie projektów dla społeczności lokalnej, które mogą pomóc w lepszym odnalezieniu się ludzi w tej trudnej sytuacji.

Jestem przekonany, że przedsiębiorstwa, które w obecnych uwarunkowaniach będą społecznie odpowiedzialne, szybciej opanują sytuację kryzysową, a w dalszej perspektywie zyskają większe szanse na rozwój.



Dr Sylwia Chutnik
PISARKA I DZIAŁACZKA
SPOŁECZNA

Kultura refleksyjna, nie tylko rozrywkowa

Miniony rok wyjątkowo boleśnie pokazał, czym tak naprawdę jest kultura w Polsce: wypełniaczem czasu. Oczywiście, w sytuacji kryzysowej najważniejsze są osoby pracujące w sektorach „pierwszej linii frontu”: w ochronie zdrowia, obsłudze logistycznej czy zaopatrzeniu. Nie o hierarchię jednak chodzi, ale o skończenie z deprecjonowaniem pracy osób działających twórczo i artystycznie. Czemu? Ponieważ zwłaszcza kultura ambitna, wymagająca zaangażowania odbiorcy/odbiorczyni, potrafi przynieść nie tylko rozrywkę, ale przede wszystkim ulgę oraz odpowiedzi na ważne pytania. Bywa „plastrem dla duszy” i potrzebnym buforem między przytłaczającymi realiami a naszą wrażliwością i emocjami.

Od kiedy trwa pandemia i coraz więcej czasu spędzamy w domu zaczęliśmy doceniać wpływ filmów, książek czy muzyki na nasze samopoczucie. Tu nie trzeba było recepty czy wskazówki specjalisty. Wzrosły wpływy platform takich jak Netflix (w dwóch pierwszych kwartałach 2020 roku wzrost liczby subskrybentów o 15,8 miliona osób!), sprzedaż internetowa książek (do czerwca o blisko 20%) czy liczba spotkań autorskich i dyskusji online z udziałem ludzi kultury (średnio około 40 dziennie). Pokazuje to, w jaki sposób kontakt z literaturą czy filmem pomaga przetrwać czas niepewności i nagłego zawieszenia. Z drugiej strony, mimo wsparcia państwa (zapomogi, program Kultura w sieci, stypendia) trudno jest podtrzymywać i tak już wąty rynek teatralny czy muzyczny. Ograniczenia widowni bądź zamknięcie placówek kultury przyniosły fale przebranżowienia, które i tak są trudne w obecnej, niepewnej sytuacji. Perkusista znanego zespołu, który w zeszłym sezonie grał po dwa koncerty dziennie, teraz prowadzi warzywniak. Aktor występujący w klasycznych przedstawieniach jest kurierem. Kilku twórców założyło agencję pośrednictwa pracy dla takich

jak oni: oczekujących na zmianę, ale niemających oszczędności, które pozwoliłyby przeczekać na bezrobociu. Pracodawcy zwykle nie są chętni do zatrudniania aktorek czy muzyków, ponieważ nie chcą inwestować w ludzi, którzy prawdopodobnie odejdą z pracy, kiedy tylko sytuacja się poprawi. „Życie tymczasowe” nie jest jednak doświadczeniem ostatnich miesięcy: prekariat napędzał od lat sektor kultury i niewiele robiono w tym kierunku. Brak stabilności, praca w domu lub wielość projektów realizowanych w jednym czasie to norma dla dramaturgów, felietonistów czy filmowców.

W tym wszystkim ważną rolę, oprócz (w wersji długoterminowej) zmiany sposobów zatrudniania artystów czy (w wersji tymczasowej) wsparcia instytucjonalnego w trakcie pandemii, odgrywa sektor prywatny.

Od wielu lat łączy się on bowiem z różnego rodzaju formami artystycznymi, takimi jak współpraca przy festiwalach, partnerstwo w pojedynczych spektaklach czy wydarzeniach muzycznych, wsparcie rzeczowe przy jednorazowych spotkaniach czy usługowe przy wydarzeniach o charakterze społecznym. A zatem można powiedzieć, że są już i doświadczenie, i wiedza o skutecznych oraz bezpiecznych formach łączenia kultury z biznesem. Dzięki świadomemu uczestniczeniu we wzajemnym edukowaniu się coraz mniej obecny jest na szczęście model „sponsora”, od którego oczekuje się tylko pieniędzy, natomiast ten oczekuje możliwie największego logotypu (najlepiej wszędzie). W czasie pandemii warto przypomnieć sobie to, co jest najważniejsze w kontekście wspólnych działań: dostarczenie rozrywki na wysokim poziomie, która stanie się elementem kultury refleksyjnej. Ten „towar” był zawsze w deficycie ze względu na łatwy dostęp do niewyszukanych form spędzania czasu. Mówiąc wprost: łatwiej znaleźć wsparcie dla festynu niż baletu. Ale nie o słupki oglądalności czy tłumy pod sceną chodzi, lecz o sens działania. Dlatego też firmy budujące swój wizerunek w sposób przemyślany i odważny powinny nadal, wbrew obecnej sytuacji, inwestować w działalność kulturalną. To właśnie jej efekty (długoterminowe oddziaływanie, pogłębienie problemu i uniwersalność) mogą być inwestycją, którą warto rozpocząć.

Jako pisarka nie lubię rozpatrywania kultury tylko w kontekście „zysku”, ponieważ nie chodzi tu o jasne przełożenie opłacalności w tabelce i pochwalenie się tym na zebraniu. Jakkolwiek jestem na z góry przegranej pozycji, używając „romantycznych” sformułowań, takich jak empatia, wyobraźnia, emocjonalne wsparcie, to chciałabym mimo wszystko przywołać je zwłaszcza w czasach, gdzie kapitał stał się kruchy i niewiele wart wobec braku nadziei i widma katastrofy. To właśnie kultura ratuje nas od brutalności doświadczeń ostatnich miesięcy. Czas, aby uratować również kulturę, bo sama nie będzie w stanie udźwignąć tej odpowiedzialności, która na niej spoczywa.

**Marcel Andino
Velez**

RODZINNA KOORDYNACJA
OPIEKI GERIATRYCZNEJ

Opieka nad seniorami w czasie pandemii – czyli co robić, kiedy trudna sprawa staje się jeszcze trudniejsza

Zawsze warto mocno zacząć. Dlatego napiszę wprost: mamy do czynienia z prawdziwą katastrofą, bo przymusowa izolacja osób starszych, jako szczególnie zagrożonych koronawirusem, to jeszcze większe ograniczenia kontaktu, które dotyczą ludzi już i tak w przeważającej mierze osamotnionych. Nie tylko geriatry i gerontolodzy, ale chyba każdy w miarę empatyczny dorosły wie, że styczność z drugą osobą jest fundamentem ludzkiej egzystencji, a pisząc mniej górnolotnie i skupiając się na starości – bliskość drugiego człowieka to podstawa dobrostanu. Medycyna i psychologia zgodnie twierdzą, że to obecność innych pozwala ludziom w podeszłym wieku dłużej cieszyć się zdrowiem i po prostu dłużej żyć. My, mniej lub bardziej młodzi, z pandemiczną izolacją możemy sobie radzić dzięki sprawnemu posługiwaniu się nowymi technologiami telekomunikacyjnymi. Większości starszych pozostaje telefon, o ile będą mieli do kogo zadzwonić. Do kolejkowiczów w przychodni, do pana z warzywniaka czy do znajomej „pani magister” z apteki się nie zadzwoni, żeby zamienić kilka słów, które dla wielu ludzi sędziwych są tym niezbędnym do życia minimum kontaktów międzyludzkich.

W realiach niekontrolowanej epidemii, jakie przyniosła tak zwana druga fala, wyzwaniem dla opiekunów osób wiekowych stało się już nie tylko zapewnienie tak zwanym bliskim zależnym, czyli niesamodzielnym seniorom, bezpieczeństwa zdrowotnego i socjalnego. Każda sytuacja prowadząca do hospitalizacji w trybie nagłym – czyli przez SOR – oznacza ogromne ryzyko zakażenia wirusem i realne ryzyko śmierci. Nagle my, opiekunowie chorujących seniorów, straciliśmy możliwość rozwiązywania najczęstszych problemów zdrowotnych naszych podopiecznych, czyli odwodnienia i upadków, poprzez interwencyjne leczenie w szpitalu. Jeśli więc ktoś pyta, co realnie można, ba, należy zrobić, żeby ustrzec się najgorszego, odpowiadam: pilnować na-

wodnienia i zadbać, by z mieszkania seniora zniknęły dywaniki na trasie łózko-fotel-kuchnia-toaleta. Nawodnienie, a raczej odwodnienie, to w starości fundamentalny problem przyspieszający ciężkie zachorowania i odejścia naszych bliskich. Naprawdę. Zachęcając do picia, błagając i stosując mądre fortele (winogrona? borówki?), możemy naprawdę zdecydowanie zmniejszyć ryzyko różnych chorób, które doprowadziłyby nas z naszym bliskim na SOR. A teraz trzeba tego unikać. No i bezpieczeństwo w drodze do łazienki, zwłaszcza nocą. Światelka przy podłodze, kaptcie z pełną piętą, zamiast babcinych/dziadkowych papci. Upadek i złamanie kończyn to... czytaj powyżej. Wiadomo od zawsze, lepiej zapobiegać, niż leczyć. Zwłaszcza dziś.

Przepraszam za akapit ze wskazówkami praktycznymi, ale uznałem, że te informacje mogą realnie komuś pomóc. Co do zmian, jakie pandemia wniosła w życie opiekunów rodzinnych... No, cóż. Jest bardzo ciężko. Ale po pierwsze, w mediach i w tak zwanej debacie publicznej zaczęto się w związku z pandemią mówić całkiem sporo o problemach opiekuńczych – czyli o trudnościach, które napotykają seniorzy i ci, którzy się nimi opiekują. Pękła tabu, coraz więcej osób dokonuje swoistego coming outu, przyznając publicznie, przed pracodawcami i/lub znajomymi, że obciążone są opieką i potrzebują zrozumienia, a czasem wsparcia. To duży postęp.

No i wraz z dramatyczną zmianą sposobu, w jaki większość pracowników biurowych wykonuje swoje obowiązki, ale też z przewartościowaniem pewnych nawyków myślowych rządzących ekonomią i społeczeństwem, nagle łatwiejsze jest dopasowanie pracy do naszych życiowych potrzeb. Oczywiście, ogromna większość ludzi tęskni za powrotem do biur. To zrozumiałe. Ale jest też rzesza tych, których przymus pracy zdalnej przybliżył do ich podopiecznych i pozwolił połączyć coś, czego wcześniej powiązać się nie dało. Spada – choć tylko nieznacznie – presja na wzrost, na wyniki, na pędzenie do przodu bez refleksji nad celem tego wszystkiego. To pomaga dokonać ewaluacji własnej egzystencji, osobistych planów i celów. Ludzie, którzy przedtem nie zdecydowaliby się na zmianę życiowego paradygmatu, teraz wchodzą na taką ścieżkę. Rozważają więcej możliwości, niż dopuszczali wcześniej. Dobrze bytoby, gdyby ten trend się utrzymał i gdyby liderzy biznesu też dostrzegli wartość tego niezwykłego momentu w najnowszej historii kapitalizmu i całego ludzkiego świata. I my, i nasi podopieczni, a chyba i cała planeta – byśmy na tym bardzo dobrze wyszli.



Irena Dawid-Olczyk
LA STRADA – FUNDACJA
PRZECIWKO HANDLOWI
LUDŹMI I NIEWOLNICTWU

Czy (i jak) pandemia zwiększa ryzyko pracy przymusowej

Rok 2021 jest dla Fundacji La Strada¹ rokiem prowadzenia kampanii informacyjnej na temat pracy przymusowej. Dlatego, że zagrożenie pracą przymusową w Polsce rośnie. Przyjmujemy coraz więcej cudzoziemskich pracowników, nasza gospodarka się rozwija, a jednocześnie świadomość i wiedza na temat pracy przymusowej są bardzo niskie. Pandemia nie sprzyja prowadzeniu kampanii, jednak paradoksalnie może to właśnie ona szerzej otworzyć nasze serca i umysły.

Corocznie do Fundacji La Strada zgłasza się kilkaset osób wykorzystywanych w pracy. Część z nich jest ofiarami pracy przymusowej, a część ofiarami handlu ludźmi. Dzięki pracy z nimi wiemy, że wielu pracowników cudzoziemskich (a Polacy na zagranicznych rynkach pracy także są cudzoziemcami) nie zna swoich praw, jest odciętych od rzetelnej informacji, zgadza się na bycie wykorzystanymi.

Na początku roku 2020 mieliśmy zjawisko tak zwanego rynku kandydata: pracownicy byli poszukiwani i mogli przebierać w ofertach. Można było łatwo zmienić pracę i wydawało się, że firmy zaczynają dbać o reputację i inwestować w wizerunek pracodawcy. Tematyka biznesu i praw człowieka zyskiwała na znaczeniu. Świadomość, że handel ludźmi to przede wszystkim wykorzystywanie w pracy, powoli przebiła się nie tylko do świadomości społecznej, ale także do kręgów biznesowych. Co prawda w raportach niefinansowych wciąż można było znaleźć sugestie, że przedsiębiorstwo nie jest zagrożone handlem ludźmi i pracą przymusową, ponieważ nie szyje w Bangladeszu ani nie ma dostawców z Afryki, jednak już tylko incydentalnie.

Jednocześnie do opinii publicznej trafiły informacje o przypadkach drastycznych konsekwencji pracy na czarno, w tym

dwa powszechnie znane przypadki, kiedy pracodawcy nie wzywając pomocy medycznej, doprowadzili do śmierci pracownika.

Pracując jako koordynator Krajowego Centrum Interwencyjno-Konsultacyjne dla Ofiar Handlu Ludźmi² staram się przewidywać zagrożenia. Nie byłam jednak w stanie przewidzieć pandemii.

Jej początek nie okazał się tak miążdzący jak się obawialiśmy – gospodarka i pracodawcy nadal potrzebowali pracowników, niewielu naszych beneficjentów chorowało, a pandemia nie spowodowała nastrojów antymigranckich. Z punktu widzenia samej Fundacji był nawet zwrot pozytywny – zaczęliśmy dostawać więcej darów, propozycji pomocy i wolontariatu. Uspokajająco na naszych podopiecznych podziałało przedłużenie możliwości legalnego pobytu w Polsce z powodu sytuacji epidemiologicznej.

Jednak kryzys pandemii nie zatrzymał niepokojących tendencji, które obserwowaliśmy od pewnego czasu. Duże firmy nadal ograniczają ryzyko biznesowe, zatrudniając osoby przez agencje pracy, które z kolei zatrudniają cudzoziemców na umowy-zlecenia, pomimo że praca jest wykonywana w magazynach czy fabrykach, pod nadzorem przełożonego i w określonych godzinach, co ewidentnie jest stosunkiem pracy. W przypadku pracy na zlecenie (umowy cywilno-prawnej) prawa pracowniczego są znacząco ograniczone, a koszt pracy niższy. Praktyka ta jest powszechna i społecznie akceptowana, pomimo że niezgodna z prawem. Najczęściej jednak nikt nie egzekwuje takiego przekroczenia prawa.

Cudzoziemcy, którym trudno jest pojąć różnicę między rodzajami umów, rzadko wiedzą, że powinni mieć umowę o pracę. Nie wiedzą też, że wówczas mieliby wyżej płatne dodatkowe godziny pracy, dłuższy okres wypowiedzenia i płatne urlopy. Nikt nie mógłby do ich kontraktu wpisać na przykład kary finansowej za rozwiązanie stosunku pracy.

Zmiana pracodawcy w Polsce jest możliwa, ale wymaga wielu formalności, często za trudnych dla cudzoziemca. Trudny jest również czas zmiany – nawet jeżeli to tylko miesiąc bez płacy i zakwaterowania. Cudzoziemscy pracownicy najczęściej wszystkie pieniądze wysyłają do swoich rodzin, więc nie mają oszczędności.

Zatamanie się zatrudnienia w sektorze Horeca³ zmusiło ludzi do poszukiwania nowej pracy (osoby z Afryki czy Azji często tylko raz w życiu są w stanie zebrać pieniądze na wyjazd do Europy), często niżej płatnej i na gorszych warunkach. Także na czarno. Pozornie nie jest źle – pracownicy cudzoziemscy i słabo wykwalifikowani nadal znajdują zatrudnienie, jednak szukanie oszczędności prowadzi przedsiębiorców do ryzykownych decyzji w wyborze dostawców, jak i podwykonawców. Ofiary handlu ludźmi do pracy przymusowej rzadko zdają sobie sprawę ze swojej sytuacji i nie mają się jak skarżyć. A przedsiębiorca całą sytuację może uświadomić sobie dobitnie dopiero w trakcie kontroli albo postępowania karnego. Wtedy straty wizerunkowe będą już trudne do odrobienia. O krzywdzie ludzkiej nie wspominając.

¹ La Strada – Fundacja przeciwko Handlowi Ludźmi i Niewolnictwu to niezależna polska organizacja istniejąca od 1995 roku.

² Zadanie publiczne zlecane od 2009 roku przez Ministra spraw wewnętrznych i administracji.

³ Hotele, restauracje, catering.



Marzena Strzelczak
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Co biznes ma wspólnego z aktywizmem?

Rok pandemii przyniósł wiele przykładów działań biznesu na rzecz szerokiego grona interesariuszy, ale wzmocnił też oczekiwania instytucjonalne i społeczne w tym zakresie, co stawia przed firmami nowe wyzwania.

Obserwowaliśmy erupcję filantropii korporacyjnej, ale i wzmocnienie zainteresowania strategicznym zarządzaniem wielowymiarowym wpływem organizacji, integrującym czynniki ESG. Odnosząc się do minionego roku, należy podkreślić dużą determinację Komisji Europejskiej, która zdecydowanie postawiła na zieloną transformację, wyznaczając szczególną rolę w tym procesie sektorowi bankowemu. Wiele inspiracji i działań wspierających rozwój CSR płynęło od takich organizacji, jak World Economic Forum czy World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Wydaje się, że ostatecznie nadchodzi kres paradygmatu biznesu opartego na przekonaniu o prymacie zysku i akcjonariuszy nad interesariuszami. Powracają dyskusje na temat sensowności wykorzystania PKB do mierzenia rozwoju. Niewiele mówi on o jakości życia społeczeństw i cenie, którą płacimy za nieopohamowany wzrost produkcji, w świecie, w którym należy szukać sposobów na zmniejszenie nadmiernego konsumpcjonizmu. Kiełkuje nadzieja, że ograniczenia wymuszone pandemią wzmocnią rolę czynników ESG w zarządzaniu ryzykiem w biznesie i sprawią, że „będziemy budować lepiej”, szukając możliwości zrównoważenia kosztów środowiskowych, społecznych i ekonomicznych oraz kierując się długofalową perspektywą. Dużo uwagi poświęcamy obecnie tematowi klimatu i środowiska, jednak równie pilne są kwestie społeczne. Wprost wskazuje na to wydany niedawno (marzec 2021) raport WBCSD „Vision 2050. Time to Transform”, w którym rosnące nierówności (obok kryzysu klimatycznego i utraty bioróżnorodności) uznano za jeden z trzech palących

problemów współczesnego świata. Autorzy raportu (w tym gronie kilkudziesięciu liderów globalnych marek) wskazują na odpowiedzialność biznesu nie tylko w zakresie reagowania „na oczekiwania konsumentów, popyt, rynki finansowe, regulacje i środowiska polityczne”, ale też ich kształtowania. Mówimy już nie tylko o produktach i usługach (kto jak nie biznes je zarówno kształtuje, jak i tworzy), ale o podstawach ładu społecznego, prawach człowieka. Jak czytamy w publikacji WBCSD, „biznes ma możliwość wpływania na ambicje oraz działania w służbie Wizji 2050 i jego ścieżki transformacji, a współpracujące sektory publiczny i prywatny powinny zapewnić bezpieczeństwo obrońcom praw człowieka i rozwinąć ramy regulacyjne w tym zakresie chroniąc prawa wszystkich ludzi”. To zbieżne z oczekiwaniami wyrażonymi przez respondentów ostatniej edycji „Edelman Trust Barometer”. Biznes spośród wszystkich instytucji (administracji publicznej, NGO, mediów) został uznany za jedyną, której odpowiadający ufają, która jest zarówno etyczna, jak i kompetentna. Co więcej, aż 86% badanych uważa, że CEO powinni wypowiadać się na tematy społeczne, a 68% oczekuje od nich pomocy w rozwiązywaniu problemów społecznych. Te dane z kolei mocno korespondują z wynikami badań pokazującymi rosnące oczekiwania zwłaszcza millenialsów, by miejsca pracy służyły większemu dobru i dawały zatrudnionym ludziom poczucie sensu.

CZY NEUTRALNOŚĆ DOBRZE SŁUŻY KLIENTOM?

Równocześnie niepewność, lęk o zdrowie, pracę, o dziś i o przyszłość, własną i najbliższych skłaniają do przemysłów, a czasem także przewartościowań, w życiu i w pracy. Wartości, w tym prawa człowieka czy budowanie wspólnotowości i zaufania, stają się tematem powszechnych dyskusji. Abstrahując od raportu WBCSD czy badania Edelmana, można też po prostu przyjąć, że skoro biznes jest ważnym aktorem życia społecznego, to naturalne, że sprawy, które dotyczą całego społeczeństwa, odnoszą się także do przedsiębiorstw. Pandemia i związany z nią kryzys postawiły przed biznesem może nie całkiem nowe pytania, ale takie, których standardowo nie kierowalibyśmy do firm. Zwykło się przecież uważać, że biznes powinien dbać o neutralność, nie angażować się w kwestie, które są lub mogą być przyczyną podziałów, zwłaszcza mogących mieć wydźwięk polityczny. W końcu, przyjmowano, rolą firm jest służyć wszystkim klientom. Jak jednak podkreśla WBCSD w wydanej w 2020 roku publikacji „Reinventing Capitalism”, „o odporności firmy decyduje nie tylko to, co znajduje się w jej czterech ścianach, ale także ekosystemy, społeczność, warunki ekonomiczne, praworządność czy skuteczne zarządzanie”.

DZIAŁAĆ, ALE JAK?

Takie przekonania w połączeniu z oczekiwaniami interesariuszy, legitymizującymi działania firm na rzecz „dobrej społeczności”, stwarzają ogromną przestrzeń do aktywności, ale też rodzą wiele trudnych pytań, wyzwań, dylematów. Jaskrawo uwypukliły je wydarzenia, których byliśmy świadkami w Polsce w ubiegłym roku, dotyczące osób LGBT+ i kobiet. Stąd próba szerszego przeanalizowania tematu zaangażowania biznesu w ważne kwestie społeczne, którą podjęliśmy we współpracy z dwiema firmami badawczymi ARC Rynek i Opinia oraz Sotrender. W analizie tematycznej „Przygotuj się, nawet jeśli (jeszcze) nie wiesz na co. Co biznes ma wspólnego z aktywizmem” pokazujemy pewne inspiracje, dla których punktem odniesienia są, zaprezentowane w publikacji, przykładowe inicjatywy firm z całego świata. Z drugiej strony – wydawnic-

two Forum Odpowiedzialnego Biznesu zawiera również analizę wpisów w kanałach komunikacyjnych firm działających w Polsce w mediach społecznościowych (głównie na LinkedInie) dotyczących takich tematów, jak klimat, kwestie kobiet/różnorodność, osoby LGBT+, Blacks Lives Matter, MeToo, migranci.

Kluczowe wnioski:

- Firmy we wpisach na LinkedInie poruszają różne tematy społeczne, jednakże unikają jednoznacznego popierania konkretnych akcji – tego rodzaju wpisy są jednostkowe i rzadkie. Popierając różne wydarzenia, firmy robią to w formie „miękkiej”: piszą o obchodach różnych świąt, włączają je do szerszych działań z zakresu CSR i PR.
- Wpisy, w których firma komunikuje w przejrzysty sposób swoje podejście do na przykład praw człowieka bądź kryzysu klimatycznego, przykuwają o wiele większą uwagę niż posty nawiązujące do takich tematów w sposób zawoalowany. Zainteresowaniem opinii publicznej cieszą się przede wszystkim te tematy i sytuacje, w których biznes zajmuje jasne, czasem odważne, stanowisko. Odwołanie się do konkretnych wydarzeń polityczno-społecznych czy konkretnych działań firmy wzbudza ponadprzeciętną aktywność użytkowników portalu LinkedIn – takie wpisy znajdują się wśród 25% (górną kwartyl) najczęściej komentowanych oraz lajkowanych postów.
- Podobnie, jeśli chodzi o tematy środowiskowe, to marki rzadko publikują wpisy powiązane z konkretnymi wydarzeniami dotyczącymi kryzysu klimatycznego i jego przejawów. Raczej dzielą się informacjami o zwycięstwach w konkursach czy nowych ekoproduktach, starając się przy tym edukować klientów/społeczeństwo. Warto tu przytoczyć wpis jednego z banków na LinkedInie, w którym zwrócono uwagę na klęskę ekologiczną lasu biebzańskiego wiosną 2020 roku. Materiał spotkał się z wyjątkowo dużym odzewem.
- Największą liczbę reakcji użytkowników wywołują wątki dotyczące LGBT+ i różnorodności oraz praw kobiet. Wpisy firm dotyczące Strajku Kobiet, w którym bezpośrednio zostało wyrażone wsparcie dla tej inicjatywy, były jednostkowe i rzadkie, zwłaszcza w przypadku dużych korporacji.
- Tematem, który firmy poruszają w sposób bardziej bezpośredni niż kwestie dotyczące praw kobiet czy ekologii, jest sytuacja osób LGBT+. Marki chętnie sięgają po hasła, takie jak „różnorodność to siła”, „equal is legal” czy „diversity is a priority”. We wpisach używane są też bardziej precyzyjne sformułowania (odwoływanie się do słowa klucza LGBT+ czy umieszczanie na grafikach tęczy flagi).
- W przypadku tematów przyciągających uwagę opinii publicznej – każda decyzja może zostać odebrana zarówno pozytywnie, jak i negatywnie.

MILCZENIE TO TEŻ STANOWISKO

Ostatni z wniosków jest w sumie dość oczywisty, zwłaszcza w kontekście tematów, które są lub mogą być polaryzujące społecznie. Powraca więc pytanie, czy firmy powinny zabierać głos w sprawach będących przedmiotem sporów, w tym dyskusji światopoglądowych. Mogłoby się wydawać, że najlepiej milczeć, w imię „neutralności”. Tyle że milczenie to też stanowisko, może prowadzić do oskarżeń o bierność czy niespójność w kontekście wcześniejszego zaangażowania firmy we wspieranie grup marginalizowanych czy w rozwiązanie jakiegoś problemu. Jak pamiętamy, konsumenci oczekują większej aktywności biznesu także w zakresie tematów, które są przedmiotem aktualnej debaty oraz wykorzystywania mocy sprawczej firm do rozwiązywania najistotniejszych problemów

współczesnego świata, wspierania inkluzji, zrównoważonego rozwoju w organizacjach i w społeczeństwie. Biznes ma do tego mandat społeczny, co podkreśla m.in. WBCSD.

Jak jednak to robić, nie wykluczając pewnych grup, w tym pracowników, których poglądy mogą, jak w całym społeczeństwie, być rozmaite, czasem też sprzeczne? Na te i inne dylematy zwraca uwagę prof. Bolesław Rok w tekście „Czy aktywizm korporacyjny się opłaca” zamieszczonym we wspomnianej analizie¹ tematycznej FOB. Nie ma tu łatwych recept. Warto pracować nad włączaniem pracowników i pracowników do procesów decyzyjnych w firmie. Jakkolwiek otwarta i włączająca byłaby struktura organizacyjna, i tak kluczowe są przywództwo, liderzy i liderki organizacji, ich świadectwo i ich działanie.

Firmy, rzecz jasna, nie zawsze muszą zabierać głos, nie zawsze muszą to robić samodzielnie, mogą tworzyć koalicje czy przyłączyć się do głosu organizacji, z której stanowiskiem się identyfikują, tak jak to miało miejsce w sierpniu ubiegłego roku. Wówczas wielu partnerów strategicznych FOB oraz sygnatariuszy Karty Różnorodności przyłączyło się do oświadczenia dotyczącego wydarzeń 7–8 sierpnia w Warszawie, dając wyraz niezgody biznesu wobec łamania praw osób LGBT+². Jest też oczywiście możliwość współpracy z różnymi organizacjami, wspierania ich działań lub włączania NGO w projekty biznesu służące rozwiązywaniu ważnych społecznie problemów. Jednak, jak pokazuje doświadczenie, nawet całkiem niewinne i inkluzywne, zdawałoby się, przekazy mogą zostać odebrane jako kontrowersyjne. Tak jak w przypadku kampanii „Gdzie są nasze patronki”, której celem było zachęcenie do uhonorowania Polek jako patronek szkół (obecnie są jedynie w 10% szkół³). Idea została odebrana przez część interesariuszy jako „kwestia polityczna i światopoglądowa”. To pokazuje, że „neutralność” przekazów wyznacza percepcja innych, którzy odwołują się przy tym do swoich wartości i zasad. W spolaryzowanym świecie, w którym żyjemy, trudno obronić wiarygodność, unikając wyrażania ważnych dla firmy wartości.

¹ http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/03/FOB_Aktywizm-korporacyjny.pdf [dostęp 8 IV 2021].

² <http://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%C5%9Bci/oswiadczenie-forum-odpowiedzialnego-biznesu-w-sprawie-wydarzen-7-8-sierpnia-w-warszawie> [dostęp 8 IV 2021].

³ <https://natemat.pl/344113,patronki-pl-nowy-projekt-bnp-paribas-polska-libus-odmowil-publikacji> [dostęp 8 IV 2021].



dr Aleksandra Stanek-Kowalczyk
SZKOŁA GŁÓWNA
HANDLOWA
W WARSZAWIE

Zrównoważony ślad cyfrowy – odpowiedzialność przyszłości

Gwałtowne przyspieszenie cyfryzacji to jeden ze skutków pandemii COVID-19. Nowoczesne rozwiązania technologiczne po wybuchu pandemii zostały rozwinięte w dużych korporacjach, ale też wdrożone w małych i średnich przedsiębiorstwach. Głównie w zakresie komunikacji z klientem, elektronicznego obiegu dokumentów czy systemów do zarządzania przedsiębiorstwem¹.

Tak znaczny wzrost wykorzystania cyfrowych rozwiązań w każdej sferze działalności biznesowej pobudza dyskusję dotyczącą wpływu nowych technologii na otoczenie, w tym szerzej, na zrównoważony rozwój. Uważa się, że cyfryzacja, jako kluczowy element czwartej rewolucji technologicznej, może wesprzeć realizację globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju². Pozytywny wpływ technologii na rozwój gospodarczy i społeczny jest niezaprzeczalny, jednak powszechny technooptymizm powoduje, że pomijany jest często negatywny wpływ cyfryzacji na otoczenie. Niezbędna staje się zatem wyważenie między technooptymizmem a technopesymizmem.

Mimo że dyskusja dotycząca wpływu cyfryzacji na zrównoważony rozwój toczy się bardzo aktywnie zarówno w środowiskach akademickim, społecznym, jak i biznesowym, to zagadnienie wpływu wdrażania nowych technologii w przedsiębiorstwach na zrównoważony rozwój nie zostało w wyczerpujący sposób dotychczas omówione.

Z jednej strony od wielu lat w języku i literaturze naukowej funkcjonują pojęcia dotyczące różnych wymiarów wpływu działalności organizacji na otoczenie, zwłaszcza na środowisko, takie jak ślad węglowy czy ślad wodny, z drugiej strony znane jest także pojęcie cyfrowej odpowiedzialności biznesu (corporate digital responsibility), zgodnie z którym „organizacje działające

na rzecz rozwoju technologii oraz te, które wykorzystują technologię do świadczenia usług, mają obowiązek robić to w sposób, który zasadniczo prowadzi do pozytywnej przyszłości”³.

Istnieje więc szereg pojęć, które dotyczą wpływu działalności przedsiębiorstw na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę, oraz takich, które odnoszą się do cyfryzacji i działań podejmowanych przez firmy, związanych z wdrażaniem nowych technologii. Żadne nie wydaje się jednak w pełni definiować zagadnienia, które dotyczy wpływu społecznego, środowiskowego i gospodarczego wywieranego przez firmy w efekcie wykorzystywania nowych technologii. Materii, którą nazwaliśmy **zrównoważonym śladem cyfrowym**.

Wierzmy, że stworzenie terminu definiującego ową kwestię pomoże firmom w świadomy i pozytywny sposób wpływać na procesy zachodzące w organizacjach i społeczeństwie, ale też identyfikować synergię pomiędzy procesami społecznymi i gospodarczymi a wykorzystaniem technologii.

Do dyskusji dotyczącej definicji zrównoważonego śladu cyfrowego zaprosiliśmy ekspertów z zakresu nowych technologii i zrównoważonego rozwoju reprezentujących środowisko akademickie, organizacje pozarządowe oraz instytucje publiczne, a także przedstawicieli firm z Programu Partnerstwa FOB.

Efektem dyskusji mającej na celu zdefiniowanie kwestii zrównoważonego śladu cyfrowego była konkluzja, że ślad ten wydaje się zagadnieniem bardzo szerokim. W celu uporządkowania dalszych rozważań, ale też umożliwienia doprecyzowania tego pojęcia należy je analizować oddzielnie dla dwóch wymiarów:

1. dla wykorzystania nowych technologii w procesach (wdrażanie rozwiązań technologicznych),
2. dla zarządzania danymi.

Analizy te powinny uwzględniać cały łańcuch wartości danej organizacji i trzy wymiary wpływu: społeczny, środowiskowy i gospodarczy.

Zaproponowane podejście pozwoli z jednej strony analizować to zagadnienie w ramach dwóch, bardziej homogenicznych, kategorii działań, a z drugiej zapewnia, że podejście jest kompletne i dotyczy pełnego wpływu organizacji, a nie tylko wybranych aspektów.

Poszukiwania definicji zrównoważonego śladu cyfrowego zostały rozpoczęte. Ich celem jest nie tylko wypracowanie samej definicji pojęcia, ale też stworzenie zestawu mierników, które będą pozwalały firmom zmierzyć swój ślad cyfrowy, a dzięki temu nim zarządzać.

Wierzmy, że te poszukiwania zmienią punkt widzenia i zachęcą przedsiębiorstwa do analizowania swojego podejścia do nowych technologii nie tylko przez pryzmat bezpośrednich efektów ich wykorzystywania, ale też wpływu na społeczeństwo, środowisko i gospodarkę. Świadome zarządzanie wpływem, także wpływem związanym z korzystaniem z nowych technologii, jest podstawą odpowiedzialnego zarządzania każdej organizacji.

¹ Polski Instytut Ekonomiczny, *Nowoczesne technologie w przedsiębiorstwach przed, w trakcie i po pandemii COVID-19*, Warszawa, czerwiec 2020.

² Cybercom Group, *Digital Sustainability. Global sustainability as a driver of innovation and growth*.

³ Procontent Communication, *Czy sztuczna inteligencja wygra z człowiekiem? Raport programu Cyfrowej Odpowiedzialności Biznesu*.



Prof. Renata Włoch
DELAB UW,
WYDZIAŁ SOCIOLOGII
UNIwersYTETU
WARSZAWSKIEGO



Mgr Monika Berdys
DELAB UW

Praca zdalna i hybrydowe modele pracy z korzyścią dla pracodawcy i pracownika

Zjawisko telepracy upowszechnia się w Unii Europejskiej już od dekady, a mimo to w 2019 roku tylko 5,4% ogółu zatrudnionych w UE pracowało na co dzień z domu¹. W 2020 roku z powodu ograniczeń pandemicznych przynajmniej częściowo zdalnie pracowało 40% zatrudnionych². Konieczność przeniesienia aktywności wielu sektorów gospodarki do świata cyfrowego przyspieszyła procesy transformacji technologicznej i zweryfikowała stopień przygotowania do niej firm i ich pracowników. Sukces płynnego przejścia na pracę zdalną wymagał równoległego działania w trzech obszarach. Przede wszystkim należało zapewnić odpowiednie zaplecze techniczno-logistyczne; następnie zadbać o to, aby pracownicy potrafili z dostępnych narzędzi korzystać efektywnie i zgodnie z regułami cyberbezpieczeństwa; a także dostosować do nowego modelu pracy kulturę organizacyjną i metody pracy. Badanie organizacji finansowych przeprowadzone pod koniec 2020 roku przez DELab UW³ wykazało, że firmy w większości poradziły sobie z tymi wyzwaniami. Pracownicy wykazali się gotowością do dopasowania się do nowej organizacji pracy i odpowiednimi kompetencjami technicznymi, aby zapewnić efektywność procesu przejścia na model zdalny.

Dostosowanie do nowych warunków pracy nie odbyło się bezproblemowo. Praca w domu to ciągła konfrontacja z czystą treścią obowiązków – pozbawioną nieformalnych spotkań i rozmów

przy kawie. O ile firmy usiłowały odtworzyć te więzi poprzez wirtualne spotkania, to pokonanie ludzkich ograniczeń, takich jak umiejętność koncentracji i skupienia uwagi na długotrwałych, następujących po sobie spotkaniach zdalnych, sprawiło pracownikom szczególnie dużo trudności. Zmęczenie fizyczne spotęgowane rozproszeniem zadań, wielozadaniowością, brakiem ciągłości pracy, połączonej często z koniecznością opieki nad dziećmi i osobami zależnymi, dodatkowo obniżało morale pracowników.

Izolacja społeczna to jednak nie tylko problem pracowników. Wpływa ona na zanik poczucia przynależności do zespołu i identyfikacji z organizacją. Problem ten był wyraźnie widoczny w przypadku wdrażania nowych pracowników, których kontakty z zespołem ograniczały się do często anonimowych interakcji wirtualnych. Z badań DELab wynika, że komunikacja i obieg informacji w firmach poprawiły się dzięki zmianie formy na krótszą i częstszą (z użyciem komunikatorów zamiast e-maila) oraz nastawionych na rozwiązywanie problemów bądź podejmowanie konkretnych decyzji podczas spotkań (zamiast rutynowych, cyklicznych zebrań). Forma zdalna ograniczała jednak dynamiczną wymianę myśli i potencjał innowacyjny zespołów. Menedżerowie zdali sobie sprawę z wartości dodanej kontaktu bezpośredniego, którą w zdematerializowanym środowisku pracy tak trudno wytworzyć. Metody pracy *agile* wydają się sprzyjać modelowi zdalnemu poprzez wspieranie autonomii, sprawczości i odpowiedzialności osobistej pracowników, ale mogą też grozić dryfowaniem i brakiem transparentności działań rozproszonych zespołów. Dlatego też badane organizacje zwiększyły ofertę kursów wspomagających lepszą organizację pracy, warsztatów z zakresu wellbeing, a nawet pomocy psychologicznej. Efektywność tego rodzaju działań była jednak ograniczona. Pracownicy doceniali „demokratyzację” kursów, które dzięki formie cyfrowej dostępne były w dowolnym momencie, ale zgłaszali brak czasu i zainteresowania jako główne powody odrzucenia oferty pracodawcy. Zwiększenie potencjału organizacji i bezpieczeństwa zawodowego pracowników będzie wymagało zatem zbudowania strategii szkoleniowej uwzględniającej „szybę na miarę”, kompleksowe programy szkoleniowe podlegające stałej ewaluacji. Pracownicy cyfryzujących się firm muszą łączyć wiedzę na temat specyfiki swojego sektora z kompetencjami technicznymi, rozwiniętymi umiejętnościami społecznymi oraz umiejętnością pracy w hybrydowych, częściowo zdalnych środowiskach projektowych. Wyzwaniem będzie także wypracowanie nowych postaw wobec samorozwoju i kariery w warunkach płaskiej hierarchii organizacyjnej. Kompetencje cyfrowe stają się bezwzględnie warunkiem wykonywania pracy, natomiast jej długotrwałe utrzymanie zależeć będzie od umiejętności współpracy z technologią, higieny cyfrowej oraz godzenia wydajności z dobrostaniem psychicznym i fizycznym.

¹ Joint Research Center, *Telework in the EU before and after the COVID-19: where we were, where we head to*, Publications Office of the European Union, Luxembourg 2020, https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/jrc120945_policy_brief_-_covid_and_telework_final.pdf [dostęp 3 I 2021].

² Eurofound, *Living, working and COVID-19*, COVID-19 series, Publications Office of the European Union, Luxembourg 2020, <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2020/living-working-and-covid-19> [dostęp 3 I 2021].

³ J. Pokojka, K. Śledziwska, R. Włoch, *Przyszłość pracy w sektorze finansowym*, DELab UW, Warszawa 2020.



Andrea Bittnerova
FUTURE OF WORK,
CSR EUROPE



Macha Epp
FUTURE OF WORK,
CSR EUROPE

Zielona i cyfrowa transformacja

Cyfryzacja i automatyzacja wymusza konieczność zdefiniowania na nowo niektórych zawodów i stanowisk pracy. Osoby wykonujące zadania, które można łatwo zautomatyzować, są szczególnie narażone na utratę zatrudnienia wynikającą z redukcji stanowiska. W 2020 roku Europejskie Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego¹ prognozowało, że kwalifikacje zawodowe aż 128 milionów dorosłych mieszkańców Unii Europejskiej mogą okazać się już anachroniczne, przewidując jednocześnie możliwość utworzenia nawet 133 milionów nowych stanowisk, które można by obsadzić pracownikami posiadającymi odpowiednie przygotowanie.

Organizacja CSR Europe zareagowała na te prognozy uruchomieniem w współpracy z J.P. Morgan projektu Upskill 4 Future zaplanowanego na dwa i pół roku i realizowanego w czterech krajach – we Francji, we Włoszech, w Polsce i Hiszpanii – gdzie Narodowe Organizacje Partnerskie CSR Europe, w tym Forum Odpowiedzialnego Biznesu, przejęły inicjatywę, angażując w przedsięwzięcie na szczeblu lokalnym ponad trzydzieści przedsiębiorstw. Celem projektu jest ustalenie, w jaki sposób transformacja działań HR może prowadzić do przekształcenia siły roboczej w sposób włączający, szczególnie w odniesieniu do najbardziej zagrożonych pracowników, o których była mowa powyżej.

Projekt koncentruje się na trzech kluczowych procesach kadrowych – strategicznym planowaniu zatrudnienia, szkoleniach i rozwoju oraz elastyczności i mobilności. Określono również wymagania wobec HR, między innymi przewidywanie kwalifikacji i zawodów, które będą potrzebne w przyszłości, oraz komunikację w zakresie megatrendów. Upskill 4 Future został podzielony na trzy etapy. Podczas pierwszego etapu przedsiębiorstwa uczestniczące w pilotażu są oceniane pod

względem gotowości HR w zakresie trzech wyżej wspomnianych kluczowych procesów kadrowych. Na podstawie wyników opracowywane są indywidualne, krajowe i międzynarodowe raporty porównawcze. Następnie zgodnie z zaleceniami wynikającymi z analizy porównawczej przedsiębiorstwa przygotowują plan działania w celu wdrożenia własnych programów pilotażowych dla zagrożonych pracowników. Ostatni etap polega na podsumowaniu wyników projektu ze szczególnym uwzględnieniem możliwości odtworzenia ich realizacji w małych i średnich przedsiębiorstwach.

Z pierwszych ustaleń wynika, że wejście na ścieżkę włączających przekształceń siły roboczej często wymaga wielu fundamentalnych zmian w funkcjonowaniu firmy. Nawet jeśli przedsiębiorstwa opracowały średnio- i długoterminowe plany biznesowe, wdrażają określone strategie dotyczące szkoleń i realizują ogólną politykę w zakresie rozwoju kariery, działania te często nie są skierowane do pracowników, których stanowiska są najbardziej zagrożone w związku z cyfryzacją. Dlatego większości przedsiębiorstw należałoby ponownie przemyśleć i ukierunkować ogólne plany działania w celu zidentyfikowania zagrożonych pracowników i objęcia ich działaniami. Przedsiębiorstwa mogą skorzystać z narzędzia mapującego lub matrycy kompetencji, które umożliwiają zidentyfikowanie zagrożonych grup i pomagają w prognozowaniu oraz podejmowaniu skierowanych do nich działań. Zwiększyłyby to przejrzystość zarówno międzydziałowej, jak i wewnętrznej komunikacji z pracownikami, dotyczącej przyszłości pracy, a także stworzyłyby podstawy do podjęcia oficjalnych działań strategicznych na rzecz podnoszenia kwalifikacji.

Z ustaleń wynika również, że wiele przedsiębiorstw osiągnęło najstabsze wyniki w obszarze strategicznego planowania zatrudnienia, co pokazuje, że z powodu braku sformalizowanych procesów organizacje nie zawsze mają jasny obraz tego, jaki wpływ na ich zasoby ludzkie mogą mieć megatrendy. To z kolei może spowodować trudności z wdrożeniem elastycznych strategii opartych na koncepcji agile, gdy wynikające z cyfryzacji zagrożenia dla pracowników staną się faktem. Aż 51% przedsiębiorstw uczestniczących w projekcie pilotażowym dostrzega zagrożenia utraty zatrudnienia przez najbardziej narażonych pracowników szczególnie w perspektywie krótkoterminowej (od roku do czterech lat), co podkreśla potrzebę wdrożenia sformalizowanych procesów tworzenia prognoz dotyczących megatrendów, kwalifikacji potrzebnych w przyszłości oraz miejsc pracy.

Pandemia COVID-19 uświadomiła przedsiębiorcom pilną konieczność zrewidowania strategii ukierunkowanych na pracowników. Wiele organizacji musiało podnieść kwalifikacje swoich pracowników i przemyśleć na nowo kulturę korporacyjną w zakresie ciągłego uczenia się, bowiem w wielu firmach pojawiły się nowe grupy pracowników zagrożonych utratą zatrudnienia. Wprawdzie kryzys uświadomił przedsiębiorcom, jaka może być przyszłość rynku pracy, jednak nawet jeśli dostrzegają oni megatrendy, to nie zawsze mają poczucie, że te problemy dotyczą ich lub wpływają na ich pracowników. Konieczna jest wymiana dobrych praktyk między firmami. Pozwoli to na lepsze zrozumienie różnorodności grup, które są narażone na zmianę miejsca pracy, a także zapoznanie się z inicjatywami w zakresie aktywnego podnoszenia kwalifikacji.

¹ https://www.cedefop.europa.eu/files/3081_en.pdf [dostęp 2 III 2021].



**dr adw. Anna
Wilińska-Zelek**
AUTORKA IEST LAUREATKA
KONKURSU VERBA VERITATIS

Biznes odpowiedzialny = biznes korzystający z samoregulacji?

Zuwagi na dynamiczne zmiany technologiczne i konieczność zapewnienia większej swobody oraz elastyczności w tworzeniu reguł postępowania, prawo coraz rzadziej jest w stanie sprostać pojawiającym się wyzwaniom. Za przykład mogą posłużyć regulacje w obszarze sztucznej inteligencji, które potrafią się dezaktualizować z dnia na dzień.

W poszukiwaniu alternatywnych dróg działania coraz częściej wybierana jest samoregulacja, która zyskała szczególną popularność wraz z rozwojem Internetu. Dzisiaj traktowana jest jako realna szansa tworzenia zasad postępowania, które będą dostosowane do zmieniającej się rzeczywistości.

Inicjatywa wprowadzania samoregulacji wychodzi od członków danej społeczności bez angażowania państwa czy to w fazie tworzenia norm, czy też na etapie ich stosowania. Opisywane mechanizmy cechują się różnorodnością form, a podmioty je ustanawiające mogą działać zarówno niezależnie, jak i w stowarzyszeniach, związkach stowarzyszeń, fundacjach, porozumieniach branżowych bądź związkach pracodawców. Przejawem samoregulacji są w szczególności komunikaty, wytyczne, rekomendacje, kodeksy postępowania, kodeksy dobrych praktyk czy kodeksy etyczne. Samoregulacja jest promowana na forum międzynarodowym od wielu lat (w licznych sprawozdaniach, raportach oraz aktach prawnych), obecnie na całym świecie jest zauważalna ożywiona dyskusja na temat jej roli. Za przykład pozytywnego jej wpływu mogą posłużyć efektywne działania dotyczące mediów, prowadzone w takich państwach, jak Rwanda, część państw Oceanii czy Zimbabwe.

Na poziomie unijnym samoregulacja przedstawiana jest jako jeden z najistotniejszych elementów składających się na sukces programu lepszego stanowienia prawa. Pozwala ona

bowiem zainteresowanym podmiotom nie tylko brać udział w procesie tworzenia norm i uwzględnić ich zdanie, zapewnić odpowiedni poziom merytoryczny, ale i odpowiadać na rzeczywiste potrzeby rynku. Coraz częściej postuluje się, by to właśnie samoregulacja (a nie prawo) była podstawowym źródłem praw i obowiązków podmiotów funkcjonujących na rynku. Umożliwia ona ujęcie w formalne ramy istotnych z punktu widzenia określonych grup społecznych zagadnień, a tym samym realizowanie interesów społecznych zdecydowanie efektywniej niż regulacje tradycyjne.

Oddolny charakter ustanawianych norm postępowania pozwala na ich większą efektywność – podmioty stosujące samoregulację są przekonane o zasadności wprowadzanych norm i z większym zaangażowaniem je stosują. Badania potwierdzają, że samoregulacja cieszy się społecznym zaufaniem, a dobrowolne poddanie się tworzonej regulacji stanowi element, który decyduje o konkurencyjności i atrakcyjności rynkowej określonego podmiotu.

Wśród najważniejszych cech samoregulacji wymienia się jej elastyczność i możliwość szybkiego dostosowywania do aktualnych potrzeb, w tym reakcji na pojawiające się problemy społeczne. Co jednak mniej oczywiste – w świetle prowadzonych badań wszystkie te cechy mogą pozytywnie wpłynąć na odbudowę autorytetu prawa (które postrzegane jest jako zbyt sztywne, niedostosowane do szybko zmieniającej się rzeczywistości) oraz prowadzić do demokratyzacji życia społecznego.

Samoregulacja jest również bardzo korzystna z perspektywy państwa, gdyż pozwala odciążyć jego organy odpowiedzialne za stanowienie prawa pod kątem organizacyjnym i finansowym, a także może pomóc w weryfikacji, czy ingerencja państwa w danym obszarze jest rzeczywiście niezbędna.

Powodzenie samoregulacji zależy od wielu czynników, takich jak: przejrzystość systemu, kompetencje uczestników podejmowanych działań, skuteczność nadzoru, dojrzałość rynku. Stąd bardzo istotne jest, by jej zaprojektowanie oraz wdrożenie oddolnie ustanawianych norm było poprzedzone dogłębną analizą potrzeb i możliwości danej branży. W momencie wprowadzenia owych zasad szczególnego znaczenia nabierają działania edukacyjne – zwłaszcza w tej grupie, której samoregulacja bezpośrednio dotyczy.

Samoregulacja wdrożona w codziennym funkcjonowaniu przedsiębiorstw może przynieść wiele korzyści i w efektywny sposób uzupełniać istniejące rozwiązania prawne. Kodeksy postępowania pobudzają do podejmowania dyskusji na temat spraw dotyczących firm, ułatwiają wyjaśnianie wymogów prawnych i praktyki funkcjonowania przedsiębiorstwa, wyznaczają standardy w wykonywaniu kompetencji nadzorczych oraz zarządczych, a także mogą stanowić podstawę do podejmowania inicjatyw mających na celu zmianę ustawodawstwa.

Przewiduje się, że samoregulacja w najbliższych latach będzie szerzej stosowana zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym, a także że znacznie częściej będzie cechować biznes odpowiedzialny. Wiadomość ta bardzo cieszy, bo oddolne działania wpisują się w koncepcje zdobywające coraz większą popularność, do których zaliczyć należy *good governance*, *corporate social responsibility* oraz *soft power*.



**dr Joanna
Lajstet**
AUTORKA JEST LAUREATKA
KONKURSU VERBA VERITATIS

Czy wartości są jak yeti i co warto wiedzieć o firmach rodzinnych

Biznesy rodzinne można znaleźć wśród największych i najstarszych przedsiębiorstw na świecie. Wpływają one stabilizująco na gospodarkę między innymi z powodu funkcjonowania w oparciu o długą perspektywę trwania oraz zaangażowanie społeczne. Posiadają zdolność przystosowywania się do szybko zmieniających się warunków, zaobserwowaną na przykład w minionej dekadzie w trakcie kryzysu ekonomicznego. Familijny biznes, dbając o efektywność własnej działalności, jest często jednocześnie społecznie odpowiedzialny i na pierwszym miejscu akcentuje (czasem nieświadomie) wartości i praktyki mu przypisywane. Firmy rodzinne są różne, tak jak rozmaite są wartości eksponowane w ich działaniu, których z kolei cechą nie jest stabilność i nie zawsze muszą wpływać pozytywnie na funkcjonowanie organizacji. Z wartościami w firmie bywa czasem jak w powiedzeniu o yeti: każdy o nim styszał, ale nikt go nie widział. Kilku rzeczy o wartościach możemy się jednak od firm rodzinnych nauczyć.

Nie jest łatwo zbadać wartości. Łatwo wypisać je na stronie internetowej, w folderach, ale nie tak prosto wdrożyć w życie. O wartościach możemy mówić tylko wtedy, kiedy stoi za nimi działanie. Trzeba na nie patrzeć w długiej perspektywie, bo tylko z odpowiedniej odległości widzimy, jak oddziaływały w określonym czasie, jak się zmieniały i na czym ich działanie polegało, a także jak zapisały się w firmowej historii.

Zasady i przekonania w biznesie rodzinnym często przekazywane są z pokolenia na pokolenie, stanowią integralny element firmy, potrafią wyzwalać energię i zaangażowanie.

Kiedy myślimy o wartościach w firmie (nie tylko rodzinnej), często na pierwszy plan wysuwa się pytanie: „jak te wartości określić?”, a zaraz potem „jak wcielić je w życie?”. Firmy rodzinne nie stawiają sobie takich pytań, często bowiem nawet nie uświadamiają sobie, że działają w oparciu o wyżej wymienione. Dlatego warto zwrócić uwagę na przedsiębiorstwa rodzinne, bo dzięki ich historiom możemy zobaczyć naszego yeti, czyli wartości w akcji.

W biznesie rodzinnym proces określania wartości ma spontaniczny charakter, a ich spektrum jest duże. Jak zatem pogodzić konstatację, że wartości w organizacjach omawianego typu stanowią ich symptomatyczny element – z ich dużą różnorodnością? Historie firm rodzinnych pokazały, że gdy chcemy dowiedzieć się czegoś o wartościach – zamiast pytać: „jakie są wartości firmy?”, zapytajmy lepiej: „jak dane wartości wcielić w życie?”. Tak postawione pytanie zwiększa szansę na bliskie spotkanie z tytułowym yeti.

Nasza wiedza, a czasem wyobrażenia na temat wartości w przedsiębiorstwie pełne są paradoksów. Nie warto ich szukać w strategiach, w działaniach fasadowych, ale raczej tam, gdzie nasz wzrok nie sięga tak łatwo i gdzie nie są one elementem wizerunku – we wspólnych posiłkach, spotkaniach, wyjazdach, w codziennej pracy, w lojalności, zaufaniu, szacunku.

Charakterystyczne w biznesach rodzinnych jest to, że swoje wartości implementują nie tylko w działaniach rynkowych, ale znajdują dla nich miejsce także (a raczej przede wszystkim) w innych sferach, takich jak podział ról w organizacji, firmowe rytuały, relacje wewnętrzne i zewnętrzne. To głównie tam wartości dzieją się i tam osiągają kluczowy dla ich realnego oddziaływania status: współdzielonych. Symptomatyczny charakter wartości w firmach rodzinnych nie wynika z ich uniwersalności lub z tego, że deklarowane – wpisują się w oczekiwaną społecznie wizję etycznego biznesu, ale z ich podzielenia. To nie konkretne wartości, lecz ich wspólnota decyduje o znaczeniu dla funkcjonowania organizacji.

Bez względu na to, jakie są wartości, najważniejsze jest ich współdzielenie. Podnosi ono jakość życia osób pracujących w firmie poprzez swój wpływ na lepszą współpracę i komunikację. Wspólne wartości stwarzają poczucie bezpieczeństwa i przestrzeń do satysfakcjonującego działania poszczególnych członków rodziny i współpracowników.

Współdzielenie zasad i przekonań rodzi się z wielu elementów: ze wspólnoty wartości rodziny założycielskiej oraz z wartości obecnych w kulturze, z wizji założyciela, a także z relacji w firmie rodzinnej, w której współpracownicy traktowani są holistycznie (osobowość, historia, pełnione role również poza miejscem pracy), nie zaś postrzegani fragmentarycznie jako dysponenti określonych kompetencji. Sprzyjają im długotrwałe relacje. Elementy te sprawiają, że mamy do czynienia z dużym zaangażowaniem i identyfikacją, czego przejawem są między innymi reakcje pracowników w sytuacji kryzysowej, które nierzadko decydują o przetrwaniu firmy. W tych momentach widać wartości w akcji. Bo wartości są tylko wtedy, kiedy stoi za nimi działanie. Utrzymanie ich w firmie nigdy nie jest jednak prostym zadaniem.



**dr Maciej
Orczyk**
AUTOR JEST LAUREATEM
KONKURSU VERBA VERITATIS

Rekomendacje TCFD jako narzędzie zarządzania ryzykiem klimatycznym w bankach

Postępujące zmiany klimatu odciskają piętno nie tylko na środowisku naturalnym, ale również na gospodarce. Organizacje międzynarodowe, a także same przedsiębiorstwa podejmują działania mające na celu uodpornienie firm na różne rodzaje ryzyka wynikającego ze zmian klimatycznych oraz ograniczenie negatywnego wpływu biznesu na środowisko. Takie przedsięwzięcia wymagają finansowania, w związku z tym centralnymi postaciami gospodarczych zmagania ze zmianami klimatu stają się instytucje finansowe, a w szczególności banki.

Nie sposób jednak grać główną rolę w zielonej transformacji bez odpowiednich narzędzi. Banki muszą rozumieć wpływ ryzyk wynikających ze zmian klimatu na finanse swoich klientów między innymi po to, żeby poprawnie oceniać ryzyko bankowe. W związku z tym od kilku lat regulatorzy, organizacje pozarządowe, a także same banki rozwijają narzędzia służące do zarządzania ryzykiem klimatycznym. Jak wskazuje ankieta przeprowadzona przez Instytut Ryzyka GARP (GRI), ten obszar ciągle znajduje się w początkowym stadium rozwoju, jednak już dziś można wskazać narzędzia, które pomagają w ocenie wpływu ryzyka klimatycznego na działalność banków.

Wyróżniającym się narzędziem są standardy raportowania przygotowane przez grupę zadaniową Rady Stabilności Finansowej (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD). Grupa zadaniowa opracowała wytyczne dotyczące zasad raportowania potencjalnych szans i zagrożeń wynikających ze zmian klimatycznych, które obejmują cztery obszary: strategia, ład korporacyjny, zarządzanie ryzykiem oraz miary i cele. Największą reprezentację wśród firm popierających

standardy TCFD stanowią właśnie instytucje finansowe. Wśród nich znalazło się 39 banków, które w 2019 roku zdecydowały się na raportowanie według wytycznych TCFD.

W jaki sposób standardy raportowania pomagają w zarządzaniu ryzykiem klimatycznym w bankach? Rekomendacje TCFD, szczególnie w zakresie zarządzania ryzykiem oraz miar i celów, niejako zmuszają banki do uwzględnienia i oceny tego rodzaju ryzyka w swojej działalności. Standardy TCFD charakteryzują się dużą elastycznością, w związku z tym mogą być stosowane zarówno przez instytucje, które posiadają już rozwinięte procedury, jak i przez banki, które stawiają pierwsze kroki w tym obszarze.

Grupa zadaniowa rekomenduje przede wszystkim aktualizację polityk i praktyk w zakresie zarządzania ryzykiem, tak aby odzwierciedlały czynniki wynikające ze zmian klimatycznych, jednak wymaga również informacji, w jaki sposób takie rodzaje ryzyka wpłyną na działalność banku w krótkim, średnim i długim okresie. Według PRMIA, organizacji zrzeszającej menedżerów ryzyka, opracowanie metryk, które pozwoliłyby odpowiedzieć na tak zadane pytanie, jest obecnie niemożliwe, jednak choćby opisowa (np. niskie, średnie, wysokie) ocena ryzyk wynikających ze zmian klimatu dla kluczowych transakcji, klientów czy portfeli byłaby pomocna. Nawet dzięki takim miarom przypisywanym przez ekspertów łatwiej byłoby monitorować ryzyko.

Bardziej zaawansowanym narzędziem, które może pomóc w odpowiedzi na pytanie postawione przez TCFD, jest rekomendowana między innymi przez brytyjskiego regulatora Prudential Regulatory Authority analiza scenariuszowa. W zarządzaniu ryzykiem służy ona przede wszystkim do konwersji scenariuszy makroekonomicznych na dane wykorzystywane w modelach ryzyka, co pozwala na ocenę potencjalnej kondycji finansowej instytucji w warunkach skrajnych. Analizy scenariuszowe odnoszące się do zmian klimatycznych są bardziej skomplikowane od klasycznych analiz scenariuszowych, ponieważ czynniki klimatyczne muszą zostać najpierw przekształcone na czynniki makroekonomiczne, które następnie wykorzystuje się do określenia parametrów ryzyka.

Ważnym założeniem w przypadku stosowania analiz scenariuszowych w ocenie ryzyka wynikającego ze zmian klimatycznych jest nieopieranie analiz wyłącznie na danych historycznych. Głównym powodem jest specyfika ryzyka klimatycznego, ponieważ przewidywanie przyszłych zjawisk meteorologicznych na podstawie danych historycznych jest niemożliwe. Kolejną trudnością stojącą w szczególności przed dużymi, międzynarodowymi instytucjami finansowymi jest fakt, że zmiany klimatyczne w różnym stopniu dotyczą różnych lokalizacji geograficznych. W związku z tym na przykład nieruchomości, które stanowią zabezpieczenie kredytów hipotecznych dla banków, w niektórych obszarach mogą być zagrożone powodziami, jednak nie jest to zjawisko występujące w równym stopniu globalnie.

Mimo swoich ograniczeń, analizy scenariuszowe pozwalają na zrozumienie ekspozycji firmy na ryzyko finansowe wynikające ze zmian klimatu, a także na określenie, czy obecnie stosowana strategia biznesowa jest dobrą odpowiedzią na nadchodzące wyzwania. W połączeniu z opisową oceną ryzyka, a także uwzględnianiem tego ryzyka klimatycznego w politykach i procedurach banków – stanowią odpowiedni „zestaw startowy” dla instytucji zainteresowanych zarządzaniem ryzykami wynikającymi ze zmian klimatu.



dr Łukasz Kozar
AUTOR IEST LAUREATEM
KONKURSU VERBA VERITATIS

Zielone miejsca pracy jako element zrównoważonego rozwoju*

Zrównoważony rozwój leży współcześnie u podstaw polityki społeczno-gospodarczej Unii Europejskiej. Zakłada on oparcie rozwoju gospodarczego na zasadzie synergii i równowagi między aspektami społecznymi, gospodarczymi oraz środowiskowymi. Tym samym żaden ze wskazanych obszarów nie powinien dominować nad pozostałymi, a co za tym idzie utożsamianie zrównoważonego rozwoju wyłącznie z działaniami podejmowanymi na rzecz ochrony środowiska bądź też z problematyką dostępności surowców winno być uznane – w opinii autora – za metodologicznie niepoprawne. Z punktu widzenia praktyki osiągnięcie synergii i jednocześnie równowagi między wskazanymi aspektami jest niezmiernie trudnym wyzwaniem i wymaga konsensusu wielu stron (w tym odpowiedniego działania zarówno konsumentów, jak i przedsiębiorstw dostarczających na rynek dobra i usługi).

Warto jednocześnie podkreślić, że zrównoważony rozwój w ostatnich latach coraz częściej przekładany jest na praktykę społeczno-gospodarczą. W efekcie powstają coraz to liczniejsze opracowania ukierunkowane na wskazanie ściśle określonych celów zrównoważonego rozwoju (wskaźników statystycznych, których zmieniające się wartości można śledzić w czasie). Dzięki takim działaniom koncepcja zrównoważonego rozwoju staje się bardziej zrozumiała przez szersze grono odbiorców. Przestaje być czysto teoretyczną ideą.

Również z innej perspektywy można patrzeć na zrównoważony rozwój. Urzeczywistnieniem tej idei jest – w opinii autora – koncepcja zielonej gospodarki, która przenosi teoretyczne rozważania związane ze zrównoważonym rozwojem na grunt praktyki gospodarczej. Tak specyficzny sposób gospodarowania jest jednocześnie odpowiedzią na nasilające się problemy środowiskowe, które wynikają z dotychczasowego sposobu go-

spodarowania (brązowej gospodarki – opartej na węglu) i przyczyniają się do stopniowego ograniczania szans rozwojowych przyszłych pokoleń. Zielona gospodarka stanowi więc istotny element rozwoju, charakteryzującego się zupełnie nową jakością gospodarowania, gdyż zakłada konieczność zwiększenia uwagi na bagatelizowany dotąd wpływ podejmowanej działalności na stan i jakość środowiska naturalnego. W swoich założeniach taki sposób gospodarowania zakłada zmianę dotychczasowego sposobu gospodarowania na bardziej zrównoważony, czyli w mniejszym stopniu emisyjny, odzyskujący surowce wtórne i ponownie je przetwarzający w procesie produkcyjnym oraz uwzględniający wartości środowiskowe jako istotne dla rozwoju przyszłych pokoleń.

Jednym z kluczowych elementów koncepcji zielonej gospodarki jest jakościowa zmiana charakteru miejsc pracy. W tym kontekście wskazać należy na tworzenie tak zwanych zielonych miejsc, które mają odzwierciedlać założenia zielonej gospodarki. W opinii autora powstały one w wyniku środowiskowych przemian działalności podejmowanych przez różnego rodzaju podmioty gospodarcze, których efektem jest bezpośrednie lub pośrednie zmniejszenie ich negatywnego wpływu na lokalne środowisko naturalne. Istotą takich miejsc pracy jest realizacja określonych zadań środowiskowych wynikających z założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju. Tak specyficzne miejsca pracy można różnicować zarówno przez pryzmat stopnia zazielenienia, jak i ich jakości. Na oba wskazane aspekty zasadniczy wpływ mają działania podejmowane bezpośrednio przez pracodawców bądź też osoby zarządzające personelem w przedsiębiorstwie. Tym samym należy brać pod uwagę:

- poddawanie ocenie postaw ukierunkowanych na ochronę środowiska w przedsiębiorstwach,
- czas pracy, jaki poświęcają pracownicy ściśle określonym i zdefiniowanym w badaniu zadaniom środowiskowym,
- dostęp do szkoleń dotyczących praktycznego wykorzystania rozwiązań proekologicznych w przedsiębiorstwie,
- organizowane w przedsiębiorstwach różnego rodzaju dobrowolne dla pracowników akcje o charakterze środowiskowym,
- formalne i nieformalne standardy zarządzania ryzykiem środowiskowym.

Transformacja obecnego sposobu gospodarowania na bardziej zrównoważony, czyli na zieloną gospodarkę, i powstawanie zielonych miejsc pracy niesie również szanse rozwoju dla lokalnego rynku pracy. Z jednej strony korzyści tych należy upatrywać w powstawaniu jakościowo innych miejsc pracy niż dotychczas wraz z rozwijaniem się zielonej gospodarki. Z drugiej strony może następować wzrost ogólnej liczby miejsc pracy na lokalnym rynku pracy powiązany z oddziaływaniem międzysektorowym.

* Tekst zawiera fragmenty dysertacji „Rola »zielonych« miejsc pracy w rozwoju lokalnego rynku pracy” obronionej na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego.



Bartłomiej Kozek
CENTRUM UNEP/GRID
-WARSZAWA

Polska wyschnie na pieprz?

Dostęp do wody już dziś nie jest w naszym kraju problemem odległym i abstrakcyjnym. Kryzys klimatyczny będzie go w kolejnych latach dodatkowo potęgował.

GORĄCO I SUCHO

Dane Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu wskazują, że wzrost średniej globalnej temperatury o dwa stopnie Celsjusza narazi 410 milionów mieszkańców miast całego świata na skutki dotkliwych susz. Utrzymanie wzrostu na poziomie półtora stopnia zmniejszy ten wskaźnik do – wciąż wysokiego – poziomu 350 milionów. O tym, jak taka przyszłość może wyglądać, przekonaliśmy się w ostatnich latach na przykładzie Kapsztadu – drugiego największego miasta RPA. Z powodu znaczącego obniżenia poziomów pochodzącej z opadów wody w okolicznych zbiornikach (w najgorszych momentach wypełnionych jedynie w 15–30%) mieszkańcy musieli pogodzić się z ograniczeniami dotyczącymi użytkowania tego cennego zasobu – od zachęt do używania prysznica tylko przez dwie minuty po wymóg nieprzekraczania zużycia więcej niż pięćdziesięciu litrów dziennie.

Choć dzięki mobilizacji społecznej udało się uniknąć najgorszego i doczekać końca suszy, to kryzys ten unaoczniał wagę kolejnego – powiązanego z kryzysem klimatycznym – wyzwania środowiskowego, z którym jako ludzkość będziemy się mierzyć. Także na polskim podwórku.

PROBLEMY NAD (I Z) WISŁĄ

W sierpniu 2015 roku spowodowany upałami niski stan rzek nadwyrężył systemy chłodzenia części elektrowni, co było jednym z czynników, które zmusiły do wprowadzenia dwudziestego stopnia zasilania. Wiązał się on z niemałymi stratami

finansowymi dla przemysłu. Cztery lata później letnie upały sprawiły, że wody zabrakło w skierniewickich kranach. Z kolei wiosną 2020 roku mieszkańcy Warszawy z niepokojem patrzyli na bardzo niski poziom wody w Wiśle.

Obszary wiejskie zmagają się z suszami rolniczymi, które są zagrożeniem dla dochodów osób zatrudnionych w tym sektorze, ale też dla dostępności żywności w przystępnych cenach. Według danych Organizacji Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa odnawialne zasoby wody w roku 2017 wyniosły w Polsce 1585 metrów sześciennych na osobę, a więc poniżej ustalonego na 1700 metrów sześciennych progu, poniżej którego trafia się do grona państw mierzących się z deficytem wody.

Kryzys klimatyczny zwiększa też ryzyko gwałtownych zjawisk pogodowych. Brak wody na potrzeby rolnictwa coraz częściej współwystępuje z nawałnymi deszczami mogącymi przyczyniać się do powodzi i związanych z nimi strat infrastrukturalnych.

OD WYZWANIA DO ROZWIĄZAŃ

Długofalowym rozwiązaniem dającym szansę na ograniczenie skali tych negatywnych zjawisk jest osiągnięcie stanu neutralności klimatycznej – sytuacji, w której dojdzie do gwałtownej redukcji emisji gazów cieplarnianych, a wszelkie pozostałe emisje kompensowane będą ich wychwytem metodami naturalnymi, jak odbudowa ekosystemów, lub technologicznymi. Nie obędzie się jednak bez „przeproszenia się z naturą” i dążenia do zmiany panujących warunków. Na poziomie makro oznacza to postawienie na efektywne używanie wody – zarówno w gospodarstwach domowych, jak i w biznesie. Konieczne będą również inwestycje w retencję.

W globalnych metropoliach coraz częściej stawia się na rozwijanie koncepcji „miasta-gąbki”. Rozbudowywana jest zielona i błękitna infrastruktura, która może służyć zarówno jako przestrzeń wypoczynku i ochrony bioróżnorodności, jak i (w momentach kryzysowych) spowalniać spływ wody do systemów kanalizacyjnych. Na obszarach wiejskich w grę wchodzi powrót oczek wodnych, ochrona cieków czy przeciwdziałające erozji zadrzewienia śródpolne.

ROLA BIZNESU

Ochrona zasobów wodnych stanie się ważnym elementem polityki środowiskowej, ale również strategii biznesowych. Zwiększenie efektywności wykorzystywania wody w zakładach produkcyjnych skutkować będzie oszczędnościami, a także stanowi polisę ubezpieczeniową na wypadek ograniczeń. Poza korzyściami ekonomicznymi przyniesie również te wizerunkowe, pozwalając uniknąć zarzutów o przerzucanie odpowiedzialności wyłącznie na konsumentów. Może też ukazywać innowacyjność przedsiębiorstwa, gdy zdecyduje się ono na zainwestowanie w odpowiednie czujniki, analizę danych i zminimalizowanie strat, na przykład przy przesyłach czy w procesach produkcyjnych. Recykling wody, łapanie deszczówki, a także wykorzystywanie (tam, gdzie to możliwe) niezdatnej do spożycia wody szarej to kolejne rozwiązania, którym warto się przypatrzeć.

Bez wody żyje się ciężko... i krótko. Trudno jest bez niej również o funkcjonowanie firm i całej gospodarki. Wraz z innymi świadczonymi przez ekosystemy usługami woda stanowi podstawę naszego istnienia na Błękitnej Planecie. Warto o tym pamiętać przy planowaniu kolejnych inwestycji w firmach, aby Polska nie stała się sucha jak pieprz.



**Eva
Zabey**
BUSINESS FOR NATURE

Obecna dekada to punkt zwrotny w ochronie przyrody

Z perspektywy ewolucji dekada to zaledwie okamgnienie. Tym bardziej szybkie zanikanie bioróżnorodności w ciągu ostatnich dziesięciu lat wzbudza głęboki niepokój. Nasze lasy się kurczą, rafy koralowe umierają, a oceany zapelniają się plastikiem. Nie tak miało być. Wszystko wskazywało na to, że lata 2010–2020 przejdą do historii jako „dekada różnorodności biologicznej”, a narody świata opowiedzą się za ambitnym planem działania określonym na początku tejże dekady w trakcie konferencji w Aichi w Konwencji Narodów Zjednoczonych o różnorodności biologicznej.

Mimo że obecnie znajdujemy się w punkcie krytycznym, jeśli chodzi o stan środowiska, to jednak ochrona – a nawet regeneracja – istniejących zasobów jest jeszcze możliwa, a w niektórych miejscach już realizowana. Przy odpowiednim zaangażowaniu politycznym i społecznym możliwe jest stworzenie świata „korzystnego dla przyrody” (nature-positive), w którym człowiek daje więcej niż bierze.

Rośnie świadomość społeczna stanu zagrożenia, w jakim znajduje się świat przyrody. Jak pokazuje dokument „Living Planet Report” [Raport o stanie planety] przygotowany przez organizację WWF¹, w ciągu ostatnich pięćdziesięciu lat populacja dzikich zwierząt zmniejszyła się o 2/3 w wyniku niszczenia środowiska. W związku z tym nasila się presja społeczna, by działać.

Znalazło to odzwierciedlenie w pakietach naprawczych wprowadzanych przez rządy poszczególnych państw: Pakistan zatrudnił bezrobotnych do sadzenia drzew, a Indie przeznaczyły 780 milionów dolarów amerykańskich na program zalesiania. W Europie wdrażany jest plan naprawy Next Generation EU (stanowiący Europejski Instrument na rzecz Odbudowy) o wartości 750 miliardów euro, z czego 30% będzie przeznaczane

na inicjatywy ekologiczne. Umowa ta zawiera zobowiązanie do zmniejszenia zanieczyszczenia chemicznego poprzez zwiększenie udziału upraw ekologicznych o 25%.

Sektor biznesowy również w zauważalny sposób angażuje się i wspiera projekty na rzecz ochrony przyrody, wychodząc naprzeciw nowym wyzwaniom. Z danych Business for Nature wynika, że co najmniej 530 dużych firm zobowiązało się do realizacji ambitnych celów w ustalonych terminach, aby przeciwdziałać utracie zasobów środowiskowych. Przeszło dwukrotnie więcej firm podejmuje inicjatywy na rzecz zmniejszenia negatywnego wpływu swojej działalności na środowisko, inwestując w ochronę i odbudowę zasobów przyrody oraz zwiększając produkcję artykułów i technologii, które są bardziej przyjazne środowisku.

Każda z tych setek instytucji, niezależnie od jej moralnego lub etycznego stosunku do kwestii środowiskowych, uznaje ochronę przyrody za ekonomicznie uzasadnioną. Myślący perspektywnie właściciele firm dobrze rozumieją, że bez ochrony przyrody nie jest możliwe zapewnienie takich warunków, w których społeczeństwa, gospodarki i przedsiębiorstwa mogą się zdrowo i prężnie rozwijać, wykazując przy tym odporność na kryzysy. Wprawdzie żywność, którą spożywamy, oraz ubrania, które nosimy, wytwarzają firmy, w rzeczywistości jednak tych cennych zasobów każdemu z nas dostarczają lasy, rzeki, oceany i gleby. WWF szacuje, że wskutek nieustannego niszczenia różnorodności sektor biznesu w ciągu następujących trzydziestu lat zostanie obciążony kosztami rzędu 8 bilionów funtów sterlingów.

Istnieje też pozytywna strona całej tej sytuacji. Dbanie o naturę jest ekonomicznie uzasadnionym działaniem i daje realną możliwość lepszej odbudowy (build back better). Światowe Forum Ekonomiczne szacuje, że inwestowanie w rozwiązania korzystne dla przyrody może przyczynić się do powstania 395 milionów nowych miejsc pracy do 2030 roku.

Poszczególne przedsiębiorstwa – bez względu na ich wielkość czy poziom zaangażowania – dysponują jedynie ograniczonymi możliwościami, jeśli chodzi o przeciwdziałanie utracie zasobów przyrodniczych. Prawdziwa zmiana wymaga zatem przededefiniowania ogólnych reguł gry, tak aby zanieczyszczających karać, a działania proekologiczne wynagradzać.

Ustalanie tych zasad leży w gestii rządów poszczególnych państw, toteż koalicja Business for Nature² namawia firmy, aby wywierały presję na polityków, by ci przeciwdziałali utracie zasobów przyrodniczych poprzez wdrażanie odpowiednich zasad i procedur. Kampania Nature is Everyone’s Business (Przyroda to sprawa każdego z nas) uzyskała już wsparcie ze strony ponad sześciuset firm z całego świata, które łącznie wpłaciły 4,1 biliona dolarów amerykańskich. Jeszcze nie jest za późno, by nas wesprzeć. Zarejestruj się!³

Kolejna dekada wyznacza punkt zwrotny w procesie ochrony przyrody i różnorodności biologicznej. Będzie trwała zaledwie okamgnienie. Epidemia wywołana wirusem COVID-19 obnażyła słabość naszych systemów. Uprzytomniła nam również, że wspólne działania i wielostronna współpraca są kluczem do rozwiązywania problemów.

¹ Living Planet Report <https://livingplanet.panda.org/en-gb/> [dostęp 12 I 2021].

² <https://www.businessfornature.org/>

³ <https://www.businessfornature.org/call-to-action> [dostęp 12 I 2020].



Marcin Tischner
EKSPERT DS.
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU W SEKTORZE
SPOŻYWCZYM,
ALUMN LIGI ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

Przyszłość jedzenia

WYZWANIA SEKTORA SPOŻYWCZEGO

Prawie 800 milionów ludzi jest niedożywionych, a 2 miliardy uważa się za osoby z niedoborem mikrośladków odżywczych. Czy to oznacza, że musimy produkować więcej żywności? Przede wszystkim konieczne jest konsumowanie jej mądrzej. Inaczej nasza planeta (i my na niej) może nie przetrwać skutków naszego apetytu. Obecnie marnujemy około 1,3 miliarda ton żywności, czyli 1/3 jedzenia, które produkujemy, a u 2 miliardów osób notuje się nadwagę lub otyłość. Trzeba na to nałożyć kwestie środowiskowe. Sektor spożywczy przyczynia się między innymi do emisji 25–30% antropogenicznych gazów cieplarnianych, znacznego zużycia zasobów wody słodkiej i wylesiania. Granice planetarne wymuszają na nas zmniejszenie śladu środowiskowego pozyskiwanej żywności. Nie będzie to łatwe wyzwanie – szacuje się, że do 2050 roku popyt na żywność wzrośnie o kilkadziesiąt procent z powodu wzrostu populacji do 9–10 miliardów osób.

Warto pamiętać również o związku sektora żywnościowego z ryzykiem powstawania pandemii odzwierzęcych. Wyzyskiwanie zwierząt dzikich i hodowlanych oraz niszczenie siedlisk przyrodniczych zwiększają ryzyko mutacji wirusów, a w konsekwencji mogą sprawić, że kryzys podobny do COVID-19 się powtórzy¹.

DIETA DLA PLANETY I ZDROWIA

Komisja Europejska, w przyjętej w maju 2020 roku strategii Farm to Fork, kładzie duży nacisk na modyfikowanie diety Europejczyków, tak aby była ona bardziej przyjazna dla zdrowia i planety. Żywność o mniejszym wpływie na środowisko (np. owoce, rośliny strączkowe) jest jednocześnie częściej zalecana przez dietetyków niż produkty o większym wpływie na

środowisko (mięso czerwone, sery, czekolada). Komisja chce wspierać świadome wybory konsumenckie między innymi poprzez wspólny europejski system etykiet informujących o właściwościach odżywczych produktu oraz jego wpływie na środowisko i dobrostan zwierząt.

ALTERNATYWNE ŹRÓDŁA BIAŁKA

Farm to Fork zakłada również zwiększenie dostępności i źródeł alternatywnego białka, w tym roślinnych substytutów mięsa, co będzie jednym z kluczowych obszarów wartego 10 miliardów euro programu Horizon Europe. Rynek roślinnych zamienników mięsa, nabiału, jaj i ryb rozwija się co roku prawie w każdej kategorii w tempie dwucyfrowym. Co ciekawe, najbardziej na tym trendzie mogą skorzystać producenci mięsa i nabiału. Inwestując w linie roślinnych zamienników, docierają oni do nowych klientów, poszerzają swoje portfolio i dywersyfikują ryzyko.

Prawdziwym przetodem na rynku produktów odzwierzęcych może okazać się rolnictwo komórkowe, które polega na wytwarzaniu żywności z kultur komórkowych, a nie bezpośrednio ze zwierząt. W ten sposób docelowo możemy pozyskiwać produkty szybciej, taniej oraz w sposób wolny od cierpienia i mniej zasobochłonny, ale przy ciągłym zachowaniu właściwości smakowych i odżywczych. Pierwszy kawałek mięsa hodowanego komórkowo powstał w 2013 roku pod nadzorem dr. Marka Posta, a cały proces jego stworzenia kosztował 300 tysięcy dolarów. Od tego czasu technologia mocno się rozwinęła, a jej koszty znacząco spadły. Dzięki temu już w najbliższych latach mięso hodowane komórkowo powinno trafić na półki sklepowe.

MNIEJ MARNOWANIA ŻYWNOCI

W Polsce marnotrawi się około 5 milionów ton żywności rocznie, z czego za aż 60% tej wartości odpowiadają konsumenci. Aby przeciwdziałać temu zjawisku, w kraju rozwijają się wartościowe inicjatywy społeczne (np. Foodsharing) czy aplikacje mobilne (m.in. Too Good To Go), których wspólnym celem jest lepsze zagospodarowanie nadwyżek artykułów spożywczych. Marnowaniu żywności można również przeciwdziałać na poziomie systemowym. We wrześniu 2019 roku w życie weszła Ustawa o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności, która obowiązuje duże sklepy do przekazywania niesprzedanych, ale dobrych jakościowo artykułów spożywczych organizacjom charytatywnym. Z kolei Komisja Europejska planuje ograniczyć skalę trwonienia żywności na etapie konsumentów i handlu o 50% do 2030 roku między innymi poprzez:

- ustalenie prawnie wiążących celów w zakresie ograniczenia marnotrawienia żywności dla krajów członkowskich,
- zmianę przepisów dotyczących dat ważności. Niezrozumienie i niewłaściwe stosowanie zwrotów „należy spożyć do” i „najlepiej spożyć przed” prowadzi nawet do marnotrawienia 10% żywności w UE.

TRZEBA DZIAŁAĆ JUŻ TERAZ!

W najbliższych latach nasz system żywnościowy musi ulec transformacji w kierunku zdrowszych i bardziej przyjaznych dla planety produktów. Zmiana ta będzie wymagała współpracy i edukacji na wszystkich etapach łańcucha dostaw. Jest to jednak metamorfoza, której z pewnością oczekuje konsument przyszłości, dlatego gorąco zachęcam wszystkich graczy sektora spożywczego do monitorowania trendów i wychodzeniu im naprzeciw już teraz.

¹ <https://proveg.com/pl/raport-zywnosc-pandemie/> [dostęp 3 I 2021].



**Tadeusz
Ioniewicz**
FORUM
ODPOWIEDZIALNEGO
BIZNESU

COVID a CSR – badania w 2020 roku

W roku 2020 słowo „pandemia” odmienialiśmy przez wszystkie przypadki. Wirus znacząco dotknął wiele branż, ale także zmienił hierarchię najważniejszych dyscyplin, a niektórym z nich dodał nowych wymiarów.

ŚRODOWISKO W PANDEMII

Tymczasem wyzwania, które stoją przed światem, wcale się nie zmieniły, a jedynie chwilowo zeszyły na dalszy plan. Według „Emissions Gap Report”¹, wydawanego co roku raportu Programu Środowiskowego Organizacji Narodów Zjednoczonych, w 2020 roku emisje gazów cieplarnianych nieco spadły, głównie za sprawą ograniczenia transportu lądowego oraz mniejszego poboru energii, ale wskaźniki obecności gazów cieplarnianych nadal rosną, a zwyżka ta zostanie powstrzymana tylko pod warunkiem przekształcenia gospodarek na niskoemisyjne i uwzględniania tego procesu podczas wychodzenia z pandemii. Zadanie to jest kluczowe, a na razie aż połowa ekspertów pytanych podczas badania The GlobeScan-SustainAbility Climate Survey² uznaje za mało prawdopodobne, aby udało się uniknąć negatywnych skutków zmian klimatycznych. Światelkiem w tunelu mogą być jednak – prezentowane w raporcie „Deloitte Global Millennial Survey 2020”³ – opinie osób z pokolenia Y i pokolenia Z, które po wybuchu pandemii w większym stopniu zaczęły dostrzegać możliwość cofnięcia zmian klimatycznych, licząc, że gospodarka po pandemii stanie się bardziej prośrodowiskowa.

W obszarze bioróżnorodności raport „Global Biodiversity Outlook 5 (GBO-5)”⁴, wydany w ramach Konwencji ONZ o różnorodności biologicznej⁵, analizując realizację 60 szczegółowych celów wspierających zachowanie bioróżnorodności, wskazuje, że spełnionych zostało zaledwie 7 z nich, w 38 dokonał się pe-

wien postęp, stanu realizacji 2 z nich nie da się określić, natomiast 13 nie udało się osiągnąć, przekroczony został termin realizacji lub wskazano na odejście od celu. Co więcej, „Living Planet Report 2020. Ratunek dla różnorodności biologicznej”⁶ wydany przez WWF zaznacza, że wskaźnik LPI (Living Planet Index), opierający się na danych dotyczących populacji dzikich zwierząt, w latach 1970–2016 spadł dla różnych gromad zwierząt średnio o 68%. To pokazuje, że sytuacja jest dramatyczna i wymaga szybkiej reakcji, także ze strony biznesu.

Palącym zagadnieniem jest też zanieczyszczenie plastikiem. W związku pandemią nastąpił przede wszystkim ogromny wzrost ilości zużytych opakowań jednorazowych (na początku pandemii dane z Wuhan mówiły o zwiększeniu się ilości odpadów medycznych ze szpitali z 40 do 240 ton dziennie)⁷. Jednak wciąż mamy szanse, aby intensywnymi działaniami to zmienić i na przykład uwolnić oceany od odpadów. Pokazuje to raport Pew Charitable Trust „Breaking the Plastic Wave Thought Partners. A Comprehensive Assessment Of Pathways Towards Stopping Ocean Plastic Pollution”⁸ gdzie czytamy, że bazując na obecnie posiadanych technologiach, do 2040 roku możemy ograniczyć roczną ilość plastiku wpuszczaną do oceanów o 80%. Sprawa jest pilna, bo zeszły rok przyniósł także odkrycie, że mikroplastik znajduje się już nawet w łóżyskach ludzkich płodów⁹.

CZŁOWIEK W PANDEMII

Jednak pandemia COVID-19 dotknęła nie tylko środowisko, ale przede wszystkim ludzi. W badaniu, które realizowało Forum Odpowiedzialnego Biznesu w marcu 2020 roku, 45% pracowników poproszonych o ocenę postawy pracodawcy w skali od 1 do 10 wskazało 8 lub wyżej. Pracodawcy gwarantowali środki bezpieczeństwa i ochrony oraz ograniczyli ilość kontaktów. Jednak poczucie bezpieczeństwa przedsięwzięcia te zapewniały jedynie 2/3 z tych, którzy je otrzymali, a byli narażeni na bezpośrednie kontakty w pracy.

A poczucie bezpieczeństwa jest kluczowe nie tylko ze względu na ochronę przed zakażeniem, ale też na zachowanie zdrowia psychicznego. Raport ONZ „COVID-19 and the Need for Action on Mental Health”¹⁰ już w maju 2020 roku zwracał uwagę na konsekwencje długotrwałego narażenia na stres, do których należą między innymi depresja oraz nadużywanie alkoholu i innych używek. Co ciekawe, wysoki poziom stresu dotyczy nie tylko osób najstarszych czy służb medycznych – ale też ludzi młodych i dzieci, a podwyższony poziom stresu rozkłada się nierównomiernie, obciążając kobiety w znacznie większym stopniu niż mężczyzn.

Okazuje się, że stopień narażenia na zakażenie wirusem zależy nie tylko od rodzaju wykonywanej pracy, ale też różni się pomiędzy krajami, ze względu na liczbę kontaktów podczas pracy. Według analizy „Occupational Exposure to Contagion and the Spread of COVID-19 in Europe”¹¹ Instytutu Badań Strukturalnych z tych względów najbardziej zagrożeni byli pracownicy w Hiszpanii, Szwecji i Szwajcarii.

CSR PO STAREMU

W mijającym roku tematy związane bezpośrednio z CSR nie były bynajmniej traktowane po macoszemu. Dowodem są chociażby publikacje dotyczące odpowiedzialnej mody. Z badania realizowanego przez Accenture i FashionBiznes.pl w partnerstwie merytorycznym z Forum Odpowiedzialnego Biznesu¹² wynika, że konsumenci wciąż nie zdają sobie sprawy z tego,

jak ogromny wpływ na środowisko ma ta branża, a ich wiedza o zrównoważonej modzie nie jest duża. Jednak prawie wszyscy respondenci bez wahania wybraliby produkt zrównoważony, jeśli byłby dostępny w tej samej cenie, a aż 47% zadeklarowało, że kupi go, nawet jeżeli będzie o 20% droższy.

Chcąc się dowiedzieć więcej o zrównoważonej modzie, warto również zajrzeć do raportu „Uszyte z klasą. Przemysł odzieżowy wobec wyzwań społecznych i środowiskowych”¹³, gdzie omówiony jest zarówno wpływ branży na otoczenie, jak i sposób prowadzenia biznesu zmniejszający to negatywne oddziaływanie. W sprawozdaniu tym znajdziemy także zestawienie dobrych praktyk, między innymi nowych modeli biznesowych wspierających zrównoważoną modę.

Zeszły rok przyniósł również ważne wyniki badań w interesującym wiele firm problemie marnotrawstwa żywności. Według badań Instytutu Ochrony Środowiska-Państwowego Instytutu Badawczego i Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w ramach projektu PROM¹⁴, spośród 4,8 miliona ton żywności marnowanej rocznie w Polsce za aż 60% odpowiadają konsumenci.

Kolejnym ważnym w tym roku tematem stały się nowe technologie i ich potencjał wpływu na gospodarkę. Jednym z ważnych głosów w tym obszarze był raport „Digital ethics – polscy konsumenci wobec wyzwań etycznych związanych z rozwojem technologii”¹⁵ przygotowany przez badaczki i badaczy z Uniwersytetu Łódzkiego. Pokazuje on, że polscy konsumenci chętnie korzystają z nowych technologii, ale mają też poważne obawy związane z ich rozwojem. Odnoszą się one głównie do bezpieczeństwa. Ponad 2/3 obawia się inwigilacji i utraty kontroli nad swoimi urządzeniami, ale też 1/3 jest skłonna iść na ustępstwa w kwestii bezpieczeństwa czy ujawniania swoich danych w zamian za lepsze oferty lub nowe usługi. Dotyczy to przede wszystkim osób młodych, dla których nowe technologie to codzienność.

RAPORTOWANIE Z TRENDEM WZROSTOWYM

Osoby zajmujące się CSR-em powinny też trzymać rękę na pulsie w obszarze raportowania niefinansowego. Ostatni rok pokazał, że raportowanie staje się coraz poważniejszą gałęzią działania CSR. Według raportu KPMG „The time has come. The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020”¹⁶ w Polsce wśród 100 największych firm odsetek organizacji raportujących dane niefinansowe wynosi już 77%, co stanowi wzrost aż o 18 punktów procentowych w porównaniu z poprzednią edycją badania z 2017 roku. Jednak kluczowa jest treść tych sprawozdań, a w badaniu oceniającym raportowanie kwestii klimatycznych realizowanym przez Bureau Veritas i Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych¹⁷ przeciwny wynik osiągnięty przez 151 badanych spółek wyniósł 1,87 na 10 możliwych do zdobycia punktów, co i tak stanowi duży wzrost w porównaniu z poprzednim sondażem, kiedy było to 1,03 punktu. Konieczność pracy nad jakością sprawozdawanych informacji potwierdza też raport przygotowany przez zespół Frank Bold w ramach projektu „Alliance for Corporate Transparency”¹⁸, który prezentuje ujęcie regionalne. Widać, że w Europie Wschodniej, nawet jeżeli kwestie klimatyczne są przedstawione, to brakuje konkretnych treści – na przykład cele w tym obszarze prezentuje 6,7% badanych firm, podczas gdy we Francji czy w Niemczech około 50%.

SKUPIENIE NA PRACOWNIKACH

Jednym z tematów, które w najbliższych latach będą stawały się coraz ważniejsze dla pracowników, a tym samym i dla pracodawców, jest opieka nad osobami starszymi. Dlatego warto zajrzeć do wydanego przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu raportu „Praca zawodowa a pełnienie ról opiekuńczych przez kobiety i mężczyzn w Polsce”¹⁹. Pokazał on nie tylko, że potrzeba ułatwiania pracownikom łączenia pracy z opieką nad dorosłymi będzie w najbliższych latach coraz większym wyzwaniem, ale także że w ten rodzaj opieki mężczyźni włączają się częściej niż na przykład w opiekę nad dziećmi.

Niemniej jednak to kobiety częściej niż mężczyźni są w trudniejszej sytuacji na rynku pracy, zwłaszcza że zostały one w szczególności dotknięte przez pandemię COVID-19. Zwraca na to uwagę raport „Cyfrowy klucz do przyszłości zawodowej. Kobiety na rynku pracy w kontekście kryzysu gospodarczego”²⁰ opracowany przez Delab i Instytut Innowacyjna Gospodarka. Kobiety nie dość, że są w mniejszym stopniu obecne na rynku pracy, to jeszcze pandemia w większym stopniu dotknęła branże sfeminizowane oraz zwiększyła obowiązki opiekuńcze, dlatego kluczowe znaczenie ma, aby – chcąc utrzymać się na rynku pracy – wzmocniły kompetencje potrzebne do realizacji zawodów przyszłości. Temat zwiększania obecności kobiet na rynku pracy był także obecny w opracowaniu „Jak zwiększyć aktywność zawodową kobiet w Polsce?”²¹ Instytutu Badań Strukturalnych, który również w dużym stopniu zwraca uwagę na kwestię elastyczności rynku pracy w aspekcie łączenia pracy z obowiązkami opiekuńczymi.

Wśród tematów społecznych warto także wspomnieć o wciąż niedocenianym przez polskich pracodawców temacie dyskryminacji osób LGBT. Według raportu „EU-LGBTI II. A long way to go for LGBTI equality”²², wydanego przez European Union Agency for Fundamental Rights, osób, które odczuły dyskryminację podczas szukania pracy, było 11% (w porównaniu z 12% w 2012 roku), a w swoim miejscu pracy było to 21% (19% w 2012). W Polsce wskazania wynosiły odpowiednio 11 i 24%, czyli były zbliżone do średniej w Unii Europejskiej. I dla Polski były to obszary o najbardziej pozytywnej wymowie w tym dramatycznie niekorzystnym dla naszego kraju raporcie.

CSR SIĘ ROZPĘDZA

W 2020 roku, w ramach obchodów „20 lat partnerstwa na rzecz zrównoważonego rozwoju w Polsce”, których partnerem była firma LPP, w Forum Odpowiedzialnego Biznesu przyjrzelśmy się także pracy osób zajmujących się społeczną odpowiedzialnością w firmach, realizując badanie „Menedżerowie CSR” 2020”²³. Według 94% ankietowanych znaczenie CSR i zrównoważonego rozwoju dla organizacji wzrosło w ciągu ostatnich pięciu lat, a 78% widzi integrację wartości CSR z biznesową działalnością firmy. To bardzo ważny sygnał pokazujący, że zrównoważony rozwój coraz głębiej zapuszcza korzenie w polskich firmach. Istotną zmianą, widoczną w porównaniu z badaniem sprzed pięciu lat, było wskazanie czynników, jakie wspierają rozwój CSR w Polsce. O ile według poprzedniego sondażu zdecydowanie największe znaczenie miał wpływ rozwiązań wprowadzanych przez zagraniczne korporacje (odpowiedź wybrana przez 80% respondentów), tak w tegorocznym badaniu ich znaczenie wskazało 59% ankietowanych, ale równie silny wpływ ich zdaniem miało osobiste zaangażowanie pojedynczych osób, w tym zarządzających firmami.

Wątek znaczenia świadomości zarządzających firmami dla budowania zrównoważonego rozwoju jest kluczowy. Przewijał się on przez całe badanie. Wsparcie tych osób ułatwia realizację działań, przekonuje kolejne grupy, a ich niechęć czy niezrozumienie CSR-u może blokować działania CSR-owców.

Dlatego ważne jest pokazywanie stanowiska prezesów i członków oraz członkiń zarządów. Głos ich wybrzmiał w kolejnym realizowanym przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu badaniu na temat podejścia tych osób do zrównoważonego rozwoju w firmach. Pokazuje jasno, że zagadnienie zrównoważonego rozwoju jest dla prezesów i prezesek niebagatelne. Treści z nim związane omawiane są często lub bardzo często na spotkaniach zarządów firm – tak uznało 79% ankietowanych, a 97% zgadza się ze stwierdzeniem, że odpowiedzialność społeczna i środowiskowa jest równie ważna jak generowanie zysku przez firmę. Szefowie dostrzegają też potencjał stojący za tymi rozwiązaniami. Ze stwierdzeniem, że kwestie związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu i zrównoważonym rozwojem otwierają nowe możliwości biznesowe, zgadza się aż 75% badanych, a zdecydowanie stwierdza to ponad połowa respondentów. Jednak musimy pamiętać, że zrównoważony rozwój to nie tylko entuzjazm, ale i wyzwanie. Zarządzający doskonale zdają sobie z tego sprawę. Ze stwierdzeniem, że kwestie związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu i zrównoważonym rozwojem stanowią coraz większe wyzwanie dla firm, zgadza się 73% udzielających odpowiedzi, z czego zdecydowanie – 35%. To potwierdza, że społeczna odpowiedzialność jest dla polskich firm istotna, a jej znaczenie będzie w kolejnych latach rostać wraz z zmianami prawnymi i wzrostem znaczenia tego tematu dla społeczeństwa, czyli pracowników i klientów.

Rok 2020 był na pewno niezwykły. Jednak przedstawione badania pokazują, że cały czas machina działań napędzających społeczną odpowiedzialność biznesu nie zwalnia, a jedynie wymaga nowych rozwiązań, elastyczności i wytrwałości w ich wdrażaniu.

¹ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/emissions-gap-report-2020/>

² <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/ten-years-to-deliver-the-paris-agreement/>

³ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/08/deloitte-2020-millennial-survey.pdf>

⁴ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/global-biodiversity-outlook-5/>

⁵ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/global-biodiversity-outlook-5/>

⁶ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/wwf-living-planet-report-2020/>

⁷ <https://www.weforum.org/agenda/2020/07/plastic-waste-management-covid19-ppe/>

⁸ https://www.pewtrusts.org/-/media/assets/2020/07/breakingtheplasticwave_report.pdf

⁹ <https://www.theguardian.com/environment/2020/dec/22/microplastics-revealed-in-placentas-unborn-babies>

¹⁰ https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/un_policy_brief_covid_and_mental_health_final.pdf

¹¹ https://ibs.org.pl/app/uploads/2020/05/Occupational-exposure-COVID-19-IBS_WP_02_2020.pdf

¹² https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-114/Accenture-Czy-ekologia-jest-w-modzie-Raport-2020.pdf#zoom=50

¹³ http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/08/Rudnicka_UszyteZklasa_ONLINE-.pdf

¹⁴ <https://ios.edu.pl/ogloszenia/jaka-jest-skala-marnotrawstwa-zywnosci-w-polsce-wyniki-badan-projektu-prom/>

¹⁵ http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/12/Digital_ethics_raport-1.pdf

¹⁶ <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/12/pl-the-time-has-come-the-kpmg-survey-of-sustainability-reporting-2020.pdf>

¹⁷ <https://www.bureauveritas.pl/newsroom/niewielka-poprawa-swiadomosci-klimatycznej-spolek-gieldowych>

¹⁸ https://www.allianceforcorporatetransparency.org/assets/2019_Research_Report%20Alliance_for_Corporate_Transparency-7d9802a0c-18c9f13017d686481bd2d6c6886fea6d9e9c7a5c3cfafea8a48b1c7.pdf

¹⁹ http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/08/FOB_Praca-zawodowa-a-pe%C5%82nienie-r%C3%B3l-opieku%C5%84czych-przez-kobiety-i-m%C4%99%C5%BCczyn-w-Polsce.pdf

²⁰ http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/07/Raport-Woman-Update_Cyfrowy-klucz-do-przyszlosci-zawodowej.pdf

²¹ http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/05/IBS-PP-01-2020_PL.pdf

²² http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/05/fra-2020-lgbti-equality_en.pdf

²³ http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/10/FOB_MenedzowieCSR-2020_druk.pdf

A top-down view of a wooden desk with a laptop, tablet, glasses, and coffee. The laptop screen displays the time 08:15 AM. The tablet shows a video player with a play button and a landscape image. The glasses are on a dark blue notebook. A white coffee cup is on a saucer. A green leaf is on the right side of the desk.

ŁAD ORGANIZACYJNY



36 praktyk nowych

61 praktyk długoletnich

62 firmy

W obszarze ład organizacyjny znalazło się 36 nowych praktyk oraz 61 długoletnich, zgłoszonych łącznie przez 62 firmy. Obejmują one sześć kategorii: compliance, dialog z interesariuszami, zagadnienia etyczne oraz raportowanie i zarządzanie. Liczba obecnie zgłoszonych w tym obszarze praktyk jest zbliżona do danych z ubiegłego roku – 62 firmy zgłosiły 96 dobrych praktyk. Niezmiennie jednak dominują praktyki z zakresu etyki i zarządzania. Można również zauważyć, że w obliczu pandemii wiele działań podejmowanych przez firmy było związanych z miejscem pracy, co wynika z częstotliwości przyporządkowania Celu 8. SDG dotyczącego wzrostu gospodarczego i godnej pracy.





Tegoroczne praktyki z zakresu etyki oraz compliance związane są w dużej mierze z tworzeniem i wdrażaniem narzędzi oraz instrumentów umożliwiających działanie zgodnie z przyjętymi przez firmę zasadami. W realizowanych inicjatywach wyraźnie widać chęć implementowania odpowiednich regulacji i edukowania pracowników z zakresu compliance. Do tych aktywności należy między innymi wdrażanie kodeksów etyki oraz programów antymobbingowych. Zdecydowana większość praktyk z kategorii etyki, a także compliance umacnia stwierdzenie, że strategiczne zarządzanie powinno mieć początek w budowaniu etycznych i wartościowych fundamentów. Dialog z interesariuszami to ważny element funkcjonowania firm odpowiedzialnych społecznie. Pozwala na pozyskanie informacji, które następnie mogą być wykorzystane przy planowaniu konkretnych działań, produktów i usług. Natomiast można zauważyć, że coraz częściej firmy nie poprzestają na doradczej funkcji swoich interesariuszy, a aktywnie włączają ich na przykład do współtworzenia strategii biznesowej organizacji.

Raportowanie obejmuje w tegorocznej edycji 13 praktyk (6 nowych, 7 długoletnich). Szukanie innowacyjnych sposobów prezentacji danych i wyróżnienia jest istotne dla

firm, które cyklicznie przygotowują raport. Kolejny rok z rzędu przedsiębiorstwa kładą szczególny nacisk na podkreślanie w raportach kwestii ekologii, energii odnawialnej, emisji gazów cieplarnianych czy elektromobilności. Ponadto organizacjom zależy na konstrukcji raportu w taki sposób, aby był przydatnym narzędziem dla pracowników, dostarczającym istotnych informacji o firmie. W roku jubileuszowym Konkursu Raporty Społeczne warto zwrócić uwagę na publikacje zgłaszane w ostatnich edycjach wydarzenia. W ostatniej odsłonie konkursu znalazła się rekordowa liczba publikacji. Dostępne są one na stronie: <http://raportyspoleczne.pl/biblioteka-raportow/>.

Zarządzanie to wiodący obszar pod względem liczebności praktyk. W tegorocznej edycji Raportu dominują strategie CSR/ zrównoważonego rozwoju. Od zeszłorocznego Raportu utrzymuje się tendencja postrzegania działań prośrodowiskowych jako długofalowych inicjatyw, wpisanych w strategię biznesową firmy, które są dla niej kluczowe w ogólnej działalności. Praktyki są odzwierciedleniem kierunku działania firm, a jest to przeciwdziałanie zmianom klimatycznym oraz dążenie do dożywotniej neutralności węglowej.

ŁAD ORGANIZACYJNY

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2020 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 255

z obowiązkowych szkoleń onboardingowych „Stay Safe / Stay Fair”.

 2018  2 355 

Aby zapewnić pracownikom równe prawa, bezpieczeństwo i dostęp do kluczowych dla **Carlsberg Polska** informacji, wprowadzono „Kodeks etyki i postępowania”. Naruszenia można zgłaszać: do swojego przełożonego, przedstawiciela Działu HR lub Działu Prawnego, do Rzecznika Etyki lub przez **System zgłaszania nieprawidłowości Speak Up**. W systemie można informować o naruszeniach w swoim własnym języku, całodobowo, również w soboty, niedziele i święta. System zarządzany jest przez niezależną stronę trzecią, co zapewnia anonimowość, jeżeli jest to wymagane. Dodatkowo, dzwoniąc na linię Speak Up, pracownicy mogą także anonimowo wyrazić swoje obawy związane z podejrzeniem o nieprzestrzeganie „Kodeksu etyki i postępowania”.

 2019  1 300 

Wdrożony w 2020 r. **System Zarządzania Zgodnością (Compliance)**, odnoszący się do potrzeb i oczekiwań interesariuszy organizacji, to zestaw regulacji i mechanizmów związanych ze standardami etycznymi i zasadami postępowania. Obejmuje w szczególności identyfikację obszarów działalności **Energa Grupa ORLEN** obarczonych szczególnym ryzykiem braku zgodności, ewidencję przepisów, ocenę zgodności z wymaganiami, a także komunikację i odpowiednie raportowanie stanu zgodności oraz edukację.

 2019  9 800 

MAKRO Polska od 2008 r. posiada wdrożony program **zasad compliance** obejmujący m.in.: politykę antykorupcyjną; przestrzeganie godziwych warunków pracy, w tym zakaz dyskryminacji i mobbingu; zasady dotyczące unikania i rozwiązywania konfliktu interesów; należyte postępowanie z informacjami firmowymi/poufnymi, w tym danymi osobowymi. Każdy pracownik, kontrahent lub klient może dokonać anonimowego zgłoszenia potencjalnych przypadków naruszenia zasad compliance. Obszarem compliance zarządza komórka organizacyjna niezależna od Zarządu MAKRO

 2019  5 000 

W **SITECH** wprowadzono Code of Conduct (Zasady postępowania w koncernie Volkswagen), żeby ułatwić pracownikom zrozumienie i przestrzeganie zasad **compliance**. Dokument zawiera regulacje dotyczące m.in. unikania konfliktu interesów i korupcji, postępowania w kontaktach biznesowych, postępowania z informacjami poufnymi. W strukturze firmy ustanowiono też Petnomocnika ds. Compliance oraz powołano platformę zgłaszania naruszeń.

 2016  1 850 

W 2019 r. w Grupie Skanska wdrożono **ład korporacyjny** – zbiór zasad dotyczących zarządzania spółką, w tym regulacje

COMPLIANCE

Ferrero Polska Commercial prowadzi **Compliance program**. Wdrożone regulacje wewnętrzne obejmują m.in. przeciwdziałanie korupcji, zapobieganie mobbingowi, dyskryminacji, relacje z dostawcami czy zasady postępowania z informacjami poufnymi. Firma przywiązuje dużą uwagę do edukacji pracowników, wprowadzając nowe szkolenia e-learningowe. Ferrero wdrożyło system informatyczny do zarządzania danymi osobowymi oraz system umożliwiający zgłaszanie nieprawidłowości.

 351 

W **Biuletynie Compliance** Grupy **PZU**, opracowywanym i wydawanym przez Biuro Compliance PZU SA/PZU Życie SA, prezentowane są zagadnienia związane z tematyką compliance, aktualne wyzwania regulacyjne oraz wybrane wydarzenia rynkowe, które mogą być interesujące i użyteczne dla wszystkich pracowników Grupy PZU w ich codziennej pracy. Inicjatywa stanowi element wspierania Strategii PZU poprzez budowanie kultury organizacyjnej, opartej na wartościach etycznych, zgodnych z zasadami compliance.

 9 900 

Głównym celem projektu **Kawa&Compliance** było wdrożenie mniej formalnego sposobu edukowania współpracowników z zagadnień prawnych i compliance obecnych w firmie **wonga.pl**. Stanowi to odpowiedź na zapotrzebowanie zgłaszane przez zatrudnionych do wprowadzenia dodatkowych szkoleń ze względu na ilość zmian w prawie. Spotkania odbywają się w kameralnym gronie, w swobodnej atmosferze, bez przełożonych, co wspiera aktywny udział uczestników. Każde spotkanie skierowane jest do sprecyzowanej grupy współpracowników np. zajmujących się relacją z klientem lub zawierających umowy z kontrahentami.

 120  

Kodeks etyki **Safe Enough** w **Allegro** zawiera zapisy dotyczące polityk transparentności, antymobbingu, antymonopolu oraz bezpieczeństwa, procedur zgłaszania nieprawidłowości (tzw. whistle-blowing), a także przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu. W Allegro powołano również Komisję ds. Etyki, która zajmuje się m.in. badaniem i rozstrzygnięciem zgłaszanych spraw związanych z łamaniem postanowień zawartych w kodeksie. Nowi pracownicy z zasadami przyjętymi w dokumencie zapoznają się podczas jednego

porządkujące wzajemne zależności jednostek należących do spółki. W 2020 r. **Skanska w Polsce** kontynuowała prace nad wdrożeniem Ładu, realizując po raz pierwszy compliance self assessment – przegląd wszystkich powstałych dokumentów i procedur. Trzy poziomy dokumentów (polityki, standardy oraz instrukcje i wytyczne) zostały przez ich właścicieli przeanalizowane i zaktualizowane. Ład, jako zintegrowany system zgodności korporacyjnej, tworzony jest przez kilkadziesiąt regulacji wewnętrznych (corporate governance) ze wszystkich dziedzin działalności spółki. Zainicjowany w 2020 r. przegląd planowany jest jako działanie cykliczne.



W **SumiRiko Poland** cyklicznie przeprowadzane są szkolenia dla pracowników z zakresu **Kodeksu Postępowania**. Szkolenia odbywają się regularnie, dzięki temu zdobyta wiedza jest systematycznie utrwalana oraz pogłębiana. Zakładowa gazетка zawiera stałą rubrykę poświęconą zagadnieniom z zakresu kodeksu oraz ścieżkom postępowania i właściwej reakcji w przypadku zaistnienia sytuacji budzącej wątpliwości. Każdy nowy pracownik odbywa szkolenie dotyczące Kodeksu Postępowania. Przeprowadzane są również wśród pracowników quizy online z z wiedzy dotyczącej compliance. Quizy traktowane są jako forma utrwalenia zdobytej wiedzy.



Polityka Przyjmowania i Dawania Prezentów dostarcza pracownikom i współpracownikom **T-Mobile Polska** jasnych i łatwych w zastosowaniu zasad w relacjach z dostawcami, klientami i innymi interesariuszami.



W ramach **Compliance & Ethics Day 2020** pracownikom Grupy Kapitałowej **Totalizatora Sportowego** zaprezentowano nowy Kodeks Etyki; poruszano też zagadnienia związane z aktualnymi wyzwaniem etycznymi czy podstawowymi wartościami i zasadami etycznego postępowania w codziennej pracy. Kodeks Etyki reguluje m.in. kwestie równości płci i polityki antidyskryminacyjnej. Z uwagi na ograniczenia epidemiczne wydarzenie odbywało się zdalnie. Kilkaset osób obejrzało transmisję na żywo, a 43 pracowników wzięło udział w towarzyszących wydarzeniu konkursach „Test wiedzy o compliance” i „Odkryj hasło o etyce”. Spółka jest w trakcie opracowywania programu regularnych szkoleń z etyki oraz promocji Kodeksu Etyki.



Polityka compliance w Volkswagen Motor Polska obejmuje takie zagadnienia, jak: bezpieczeństwo i higiena pracy, ochrona zdrowia, środowiska, unikanie konfliktu inte-

resów i korupcji, równość szans. Jasne reguły są wsparciem dla pracowników, pomagają zwiększać globalną i lokalną odpowiedzialność firmy. Wątpliwości w postępowaniu lub nieprawidłowości można zgłaszać do oficera compliance, którego obowiązuje zasada anonimowości.



Wonga.pl po raz trzeci zorganizowała **Tydzień Compliance**. Od 15 do 19 czerwca 2020 r. każdego dnia poruszany był inny temat związany z compliance, a pracownicy byli zachęceni do zapoznania się z regulacjami w firmie i wzięcia udziału w konkursach. Przypomniane zostały przykłady najczęstszych przypadków naruszenia ochrony danych osobowych oraz wskazówki, jak sobie z nimi radzić, jak weryfikować kontrahentów i jakie korzyści płyną z zarządzania zgodnością.



Wonga.pl przyznała nagrody pracownikom, którzy przykładają szczególną wagę do przestrzegania regulacji z zakresu compliance. Firma wystartowała z projektem **As Compliance**. Przy wyborze wyróżnionych osób brane są pod uwagę m.in. takie kryteria, jak: traktowanie klientów zgodnie z zasadami wskazanymi w „Kodeksie etyki” Wonga, prowadzenie etycznej relacji z kontrahentem na zasadach przyjętych w Wonga; zgłaszanie konfliktu interesów czy ochrona danych osobowych.



W 2019 r. **wonga.pl** przyjęła **politykę zarządzania zgodnością** działalności z prawem, wewnętrznymi regulacjami oraz przyjętymi standardami etycznymi o nazwie **Compas**. Zgodnie z Compasem w firmie podejmowane są czynności nakierowane na przeciwdziałanie, wykrywanie oraz reagowanie na przypadki, w których wystąpiło niepożądane zdarzenie lub w których działania podejmowane w spółce powoduje niezgodność obowiązującymi zasadami. W 2020 r. w trakcie Compliance Week Wonga jeden dzień był poświęcony Polityce Zarządzania Zgodnością. Pracownicy mogli też sprawdzić swoją wiedzę w konkursie o Compasie.



DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Celem **Badania Interesariuszy „Ocena Istotności”** firmy **Gdańsk Transport Company** było poznanie opinii osób z urzędów, instytucji i innych firm, które odpowiadają za współpracę z AmberOne Autostrada A1. Zakres współpracy podzielono na cztery obszary: ochrona środowiska, bezpieczeństwo i ochrona zdrowia, sprawy społeczne i społeczne oraz sprawy zarządcze. Uczestnicy badania otrzymali zaproszenie



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

do udziału w projekcie i zapewnienie anonimowości udzielonych odpowiedzi. Opinie uzyskano od 36 respondentów. Opracowywanie wyników badań i przygotowanie ostatecznej formy matrycy istotności było kontynuowane w 2020 r.



Poprzez dialog z interesariuszami **Orange Polska** chce lepiej zrozumieć, co i w jaki sposób zmienił kryzys oraz czego oczekuje społeczeństwo od operatora telekomunikacyjnego, który wspiera cyfrową transformację. Orange Polska zaprosił swoich interesariuszy do dialogu na temat: **Jak być odpowiedzialnym w cyfrowym świecie po COVID?**



W **PKP Energetyka** pracownicy współtworzą strategię biznesową 2030, przygotowywaną na podstawie zebranych danych i opinii podczas warsztatów, w których wzięło udział 200 zatrudnionych. Po zatwierdzeniu przedmiotu działania, osoby, które brały udział w warsztatach, zostały ambasadorami strategii. Funkcja ambasadora ma pomóc w lepszym zakomunikowaniu i zrozumieniu działań przez wszystkich pracowników.



Sesje dialogowe **CCC** według standardu AA1000SES mają na celu nawiązanie dialogu z interesariuszami, poznanie ich potrzeb i oczekiwań oraz wymianę doświadczeń i poruszanie wyzwań istotnych dla firmy. Sesje dialogowe przeprowadzane są w cyklu dwuletnim.



CEMEX Polska od początku działalności w Polsce prowadzi regularny dialog z interesariuszami. Spotkania organizowane są w cementowniach spółki w Chetmie i w Rudnikach. Co roku podczas sesji firma informuje interesariuszy o bieżących działaniach i planach biznesowych. W spotkaniach uczestniczą sąsiedzi cementowni, przedstawiciele lokalnej społeczności, organizacji pozarządowych, szkół, instytucji, kontrahenci biznesowi. W 2020 r. ze względu na pandemię COVID-19 zorganizowano dwie sesje dialogowe dla interesariuszy obydwu cementowni w formule online, z użyciem platformy MS Teams. W spotkaniach wzięło udział prawie 80 interesariuszy z Chetmy i Rudnik.



Intencją sesji dialogowych „Wspólna droga” jest poznanie potrzeb i oczekiwań oraz poinformowanie interesariuszy o celach i kierunkach rozwojowych firmy. Projekt **Grupy Raben** realizowany jest zgodnie ze standardem AA1000, a dyskusje prowadzone są w formule okrągłego stołu. W 2020 r., ze względu na pandemię i strategiczny cel, zmieniono formułę ze spotkań „przy okrągłym stole” na indywidualne wywiady online. W spotkaniu udział wzięło 21 interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych. W jego trakcie omówiono

priorytety, które Grupa Raben powinna podjąć w najbliższych latach w ramach zrównoważonego rozwoju.



Dwa lata po zorganizowaniu w 2018 r. pierwszego w historii spółki dialogu z interesariuszami według standardu AA1000SES **TIM** ponownie zaprosił jego uczestników – tym razem w formule mieszanej. Przedstawiciele 12 interesariuszy wzięli udział w wywiadach indywidualnych (telefonicznie lub online), zaś szersze grono interesariuszy zewnętrznych – podobnie jak pracownicy – wypełniło ankiety online.



Rada Interesariuszy Zakładu Utylizacyjnego działa od 2014 r., a od 2020 r. jest też radą spółki **Port Czystej Energii**. Działają w niej mieszkańcy, członkowie Rad Dzielnic, Rad Soteckich, urzędnicy, eksperci akademicy, przedstawiciele władz miasta i Zarządu **Zakładu Utylizacyjnego**. Głównym celem Rady jest regularna wymiana informacji i wspólne wypracowywanie strategii działań dla spółek 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 Intensywnie uczestniczy w konsultacjach projektów inwestycyjnych.



ETYKA

Firma **Budimex** wprowadziła **Kodeks Etyki**, aby przeciwdziałać zachowaniom nieetycznym, w tym korupcji, łapownictwu oraz wszelkim postaciom dyskryminacji. Za przestrzeganie Kodeksu Etyki w firmie odpowiedzialna jest Komisja ds. Etyki. Pracownicy mają także dostęp do informacji oraz narzędzi umożliwiających im anonimowe zgłaszanie zauważonych naruszeń i nieprawidłowości. Celem jest również zacieśnianie współpracy wewnątrz organizacji oraz wśród partnerów zewnętrznych wokół idei zrównoważonego wzrostu.



W „Kodeksie postępowania i etyki” zawarto zasady i standardy postępowania, które obowiązują pracowników firmy **Clear Channel Poland**. Co roku wszyscy zatrudnieni są szkoleni z polityk i GDPR, a spółka przechodzi przez wewnętrzne audyty dotyczące przestrzegania ustalonych zasad.



W **Ferrero Polska Commercial** zostały podjęte działania w ramach programu antymobbingowego. Mają one na celu zapobieganie mobbingowi, dyskryminacji oraz molestowaniu w miejscu pracy. W ramach działań prewencyjnych

prowadzone są szkolenia dla pracowników z tematyki mobbingu, dyskryminacji i molestowania oraz zapisów polityki, jak również derykowane szkolenia dla kadry menedżerskiej.



„Kodeks postępowania w biznesie” **Ferrero Polska Commercial** opiera się na trzech filarach: prawa człowieka i zaangażowanie społeczne; ochrona środowiska i zrównoważony rozwój oraz transparentność dostawców. Każdy z dostawców – w ramach działań z zakresu **odpowiedzialnego biznesu** firmy – przed podpisaniem umowy musi poznać się Kodeksem Dostawców Ferrero oraz go zaakceptować.



Do kształtowania oraz realizacji swojej misji **GEODIS Poland** potrzebuje kompletu wspólnych zasad, których celem jest inspirowanie oraz kierowanie wszystkimi pracownikami Grupy w ich codziennej pracy. Zasady te zostały określone w **Kodeksie etyki** przedstawiającym zobowiązania wobec każdego z interesariuszy GEODIS – pracowników, organizacji i sieci placówek, wspólników, partnerów handlowych oraz społeczeństwa obywatelskiego.



Etyczne traktowanie konsumentów jest zapisane w wewnętrznych procedurach **Intrum** oraz Kodeksie Postępowania. W ramach **wyznaczania drogi ku zdrowej gospodarce, umożliwiania zrównoważonych płatności**, w 2020 r. firma przeprowadziła blisko milion rozmów z osobami zadłużonymi, pomogła 250 tys. konsumentów, przyjęła ponad milion spraw do obsługi. Ponadto podjęto działania na rzecz zwiększenia wiedzy na temat finansów w społeczeństwie.



W 2020 r. spółki budowlane i biurowe **Skanska w Polsce** wdrożyły w sposób sformalizowany praktykę Value moments – dyskusje na temat **dylematów etycznych**. Tym samym menedżerowie wyższego szczebla zostali w 2020 r. zobowiązani do przeprowadzania dwóch dyskusji etycznych ze swoim zespołem na kwartał. Dodatkowo po zakończeniu każdej dyskusji przetożony uzupełnia swoje obserwacje w aplikacji wewnętrznej, służącej do monitorowania działań z zakresu bezpieczeństwa i etyki pracy. W spółce biurowej dyskusje przeprowadzane są raz w miesiącu, a w ich konsekwencji tworzona jest informacja zwrotna do wszystkich pracowników.



Firma **Sodexo Polska** wdrożyła **Kodeks Etyczny „Business Integrity Guide”**. Zawiera on zbiór zasad, które dotyczą każdego pracownika – niezależnie od jego miejsca w hierarchii firmy.



„Kodeks etyki” Grupy Kapitałowej **TIM** opiera się na siedmiu wartościach wybranych wcześniej przez pracowników (pasja, odpowiedzialność, uczciwość, zaufanie, szacunek, współpraca i rozwój). Kodeks nawiązuje bezpośrednio do strategii odpowiedzialnego biznesu TIM pro. Równocześnie wdrożona została „Procedura zgłaszania naruszeń w TIM S.A.” dotycząca przepisów prawa, regulacji wewnętrznych lub standardów etycznych firmy, ze szczególnym uwzględnieniem propozycji korupcyjnych lub nadużycia przysługujących uprawnień.



Z końcem maja 2020 r. wyłoniono 17 **ambasadorów prawości** w **Volkswagen Motor Polska**. Ambasadorzy wybrani przez działy i obszary zostali zaakceptowani przez Organizację Zakładową „Solidarność”. Powołanie ich ma szczególne znaczenie, bo celem projektu jest m.in. uwrażliwienie pracowników na tematy uczciwości i compliance, dostarczanie informacji związanych z uczciwością i prawością załogi, a także pozyskiwanie informacji zwrotnej.



25 czerwca 2020 r. pod hasłem „Osobno, ale zawsze razem!” odbył się **Międzynarodowy Festiwal Wartości Adamed**. To cykliczne wydarzenie, którego celem jest utrwalanie i przybliżanie wartości będących wyznacznikami działań **Adamed Pharma**. Po raz pierwszy w historii firmy event w całości odbył się w formie online.



Przestrzeganie etyki zawodowej oraz norm i wartości zawartych w **Zasadach Postępowania Pracowników Citi** w codziennych działaniach jest jednym z fundamentalnych obowiązków każdego pracownika **Banku Handlowego w Warszawie działającego pod marką Citi Handlowy**.



Carlsberg Polska kształtuje kulturę organizacyjną i wdraża zasady etyki wśród pracowników i partnerów handlowych w oparciu o **Kodeks Etyki i Postępowania**. Kodeks obejmuje m.in. takie obszary, jak: zgodność z przepisami prawa i procedurami firmy, przestrzeganie przepisów przeciw



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

korupcji i przekupstwu, przestrzeganie prawa konkurencji, ochrona danych i ochrona prywatności, ochrona i odpowiedzialne korzystanie z zasobów firmy, informacje poufne i zastrzeżone, działalność polityczna i darowizny, rzetelność ksiąg, rejestrów i sprawozdań publicznych oraz odpowiedzialna konsumpcja alkoholu. Dokument pomaga chronić reputację odpowiedzialnego globalnie przedsiębiorstwa browarniczego i wspiera realizację strategii Grupy Carlsberg. Każdy pracownik firmy może anonimowo zgłosić ewentualne nadużycia.



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



CCC w 2014 r. wdrożyło **Kodeks Etyki**. Dokument określa wartości, którymi grupa się kieruje w swojej działalności i w relacjach z interesariuszami. Wdrożenie standardów i ich przestrzeganie pozwoliło pracownikom ugruntować wiedzę m.in. na temat relacji z partnerami biznesowymi, konfliktu interesów i ochrony powierzonego mienia. Kodeks Etyki CCC jest cyklicznie aktualizowany. W 2020 r. rozpoczęto prace na kolejną aktualizację.



Aktualizowany cyklicznie **Kodeks Etyki** reguluje zasady dotyczące zapobiegania powstawaniu konfliktów interesów, przyjmowania i wręczania upominków, transakcji prywatnych pracowników **Credit Agricole Bank Polska**, relacji między pracownikami i relacji z podmiotami konkurencyjnymi, a także utrzymywania kontaktów z instytucjami publicznymi, klientami i partnerami biznesowymi oraz z dostawcami.



Kodeks etyki reguluje kwestię ogólnych praktyk biznesowych, na podstawie których prowadzona jest działalność firmy **Emitel**. Celem dokumentu jest promowanie uczciwego, postępowania, ujawniania informacji w raportach i dokumentach dla inwestorów w sposób pełny, przestrzegania obowiązujących przepisów, niezwłocznego zgłaszania naruszeń oraz odpowiedzialności za przestrzeganie kodeksu.



Kodeks etyczny Grupy Forte oparty jest na czterech wartościach firmy: odpowiedzialności, wrażliwości, rozwoju i współpracy. Zadaniem kodeksu jest ułatwienie dokonywania właściwych wyborów dzięki wskazaniu kluczowych wzorców

i norm etycznych w organizacji, w działalności zawodowej i relacjach społecznych. W każdym oddziale **Fabryk Mebli „FORTE”** powołany został co najmniej jeden rzecznik bądź rzeczniczka ds. etyki, którzy są przeszkoleni w kierunku wyjaśniania wszelkich wątpliwości związanych z kodeksem oraz do przyjmowania zgłoszeń nieprawidłowości. Zespół rzeczników i rzeczniczek kilka razy w roku spotyka się na warsztatach, na których dzielą się oni doświadczeniami i wiedzą.



W **Grupie ANG** każdy współpracownik w ramach **programu etycznego** ma obowiązek zapoznania się z **Kodeksem Etyki** oraz zaliczenia autorskiego szkolenia z etyki. Wszystkie przyjęte zasady wynikają z przekonania, wartości i sposobu, w jaki firma prowadzi biznes. Na straży przestrzegania zapisanych zasad stoi Komisja Etyki oraz Rzecznik Etyki. Każdy współpracownik lub interesariusz zewnętrzny może zgłosić naruszenie zasad drogą mailową.



W **Kodeksie Etyki Grupy Enea** opisane zostały wartości etyczne, którymi kierują się pracownicy, oraz zasady postępowania, które wskazują stosowny sposób zachowania w sytuacjach służbowych wobec klientów, partnerów, akcjonariuszy, społeczności lokalnych i współpracowników **Grupy Enea**.



Whistleblowing wspiera budowę lub utrzymanie wiarygodnie działającej organizacji, w której każdy postępuje zgodnie z przepisami prawa i wewnętrznymi regulacjami. Narzędzie do zgłaszania nieprawidłowości w **Grupie Raben** powstałe we współpracy z EthicsPoint jest dostępne w 11 językach i daje możliwość zgłoszenia (również anonimowo) poprzez formularz online oraz infolinię.



Kodeks Etyki od 2018 r. jest stosowany we wszystkich spółkach **Grupy Kapitałowej LW Bogdanka**. Ponadto od 2015 r. w **Lubelski Węgiel Bogdanka** obowiązują także: „Kodeks postępowania dla Dostawców LW Bogdanka” oraz „Wytyczne w zakresie wnoszenia i rozwiązywania skarg i zażaleń związanych z nieprzebraniem zasad w obowiązującym w spółce Kodeksie Etyki”. Przyjęty dokument wskazuje wartości i zasady etyczne, którymi należy kierować się w organizacji oraz w przystępny sposób przedstawia potencjalne sytuacje niepożądane. Poruszone są w nim kwestie związane z zakazem konkurencji, konfliktem interesów oraz przeciwdziałaniem łapownictwu i korupcji.



Kodeks etyczny pracowników reguluje ogólne zasady etyki w biznesie i współpracy z kontrahentami. Zawiera też zobowiązania **Lyreco Polska** wobec pracowników dotyczące: zapewnienia bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy, róż-

norodności i braku zgody na wszelkie przypadki dyskryminacji. Przestrzegania standardów opisanych w kodeksie oczekuje się od każdego pracownika.



Kodeks etyki Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego określa elementarne wartości, na których opiera się realizacja strategii biznesowej spółki oraz reguluje kluczowe obszary jej działania (czyli relacje wewnętrzne, relacje z interesariuszami zewnętrznymi i troska o środowisko naturalne).



Od 2018 r. w **Międzynarodowym Porcie Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków-Balice** funkcjonuje jawny dla wszystkich interesariuszy **Kodeks Etyki Kraków Airport**, który prezentuje podstawowe normy, wartości oraz idee uznane za wspólne przez społeczność Kraków Airport. Kodeks, kontakt do komisji etyki oraz internetowy formularz zgłoszeń wszelkich nieprawidłowości lub wątpliwości dostępne są na stronie lotniska.



Kodeks Etyki firmy **Pelion** określa najważniejsze wartości obowiązujące w spółce i definiuje sposób postępowania pracowników. Jest też wskazówką dla partnerów biznesowych i określa zasady współpracy z kontrahentami.



Edukacja etyczna realizowana w ramach programu etycznego Grupy **Polpharma** ma cykliczny charakter. Raz w roku każdy pracownik jest zobowiązany do udziału w szkoleniu e-learningowym dotyczącym wartości i standardów etycznych w firmie. W intranecie dostępne są poradniki i tutoriale. Wybrane problemy są przedmiotem artykułów w magazynie dla pracowników. Dostawcy również mają możliwość skorzystania z osobnego kursu e-learningowego dotyczącego etycznych zasad współpracy.



W **Provident Polska** od kilku lat obowiązuje Kodeks Etyczny, a raz w roku organizowany jest Tydzień Etyczny. W firmie zostało powołane stanowisko Rzecznika ds. **Etyki**, który jest członkiem Stowarzyszenia Rzeczników Etyki powstałym z inicjatywy Global Compact. Rzecznik m.in. przyjmuje i zarządza zgłoszeniami od pracowników i doradców klienta. Nieprawidłowości można także zgłaszać anonimowo online przez zewnętrzny system Speak Up Serwis oraz infolinię „Możesz na nas liczyć” – pracownicy i doradcy klienta

mogą przez 7 dni w tygodniu i 24 godziny na dobę skontaktować się ze specjalistą, aby uzyskać wsparcie psychologiczne oraz doradztwo w kwestiach prawnych czy finansowych.



Na program **Etyka w PwC** składa się szkolenie dla każdego nowego pracownika, który otrzymuje także egzemplarz „Kodeksu postępowania”. **PwC** cyklicznie organizuje szkolenia z etyki.



Z końcem 2019 r. **Rödl & Partner** rozpoczęło prace nad przygotowaniem **kodeksu etyki i systemu etycznego**. Dokonano audytu obowiązujących polityk i procedur oraz przeprowadzono ankietę wśród pracowników. Najwyższa kadra zarządzająca wzięła udział w warsztacie decyzyjnym, przygotowanym przez wewnętrznego trenera, pozwalającym zbudować ramy kodeksu. W 2020 r. powołana grupa robocza pracowała nad treścią kodeksu, ulepszeniem systemu zgłaszania nieprawidłowości w Rödl & Partner oraz nad elementami systemu etycznego w organizacji.



Dzień Wartości Firmowych to inicjatywa podejmowana, aby zaakcentować wspólnie wyznawane wartości kultury korporacyjnej **T-Mobile Polska**. W ramach akcji przygotowano dla wszystkich pracowników szereg wykładów, warsztatów i spotkań z ekspertami i członkami Zarządu



Kodeks etyki stanowi fundament kultury organizacyjnej **wonga.pl**. Jego celem jest usystematyzowanie standardów działania i zasad etycznych w codziennych obowiązkach. Kodeks jest regularnie aktualizowany oraz udostępniany nowym pracownikom i kontrahentom.



W **wonga.pl** działa **system zgłaszania nieprawidłowości**. Każdy pracownik może zgłosić jawnie lub anonimowo zdarzenia niezgodne z prawem, wewnętrznymi regulacjami lub zasadami etyki, które mogą mieć miejsce w Wonga.pl. Informację o naruszeniu można przekazać za pośrednictwem jednego z czterech kanałów. Wonga.pl przeprowadziła również badanie, z którego wynika, że 98% pracowników wie, jakie ewentualne naruszenia zgłosić oraz gdzie szukać informacji o obowiązujących w spółce regulacjach.



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

(d. Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych) wypracował i wdrożył program poprawy praktyk biznesowych oraz jakości usług świadczonych przez przedsiębiorstwa finansowe. Podstawą **Programu Etycznego Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** są Zasady Dobrych Praktyk (ZDP) – dokument stanowiący zbiór zasad postępowania, oparty na ogólnych normach moralnych i zgodny z obowiązującym prawem. Związek zobowiązuje członków do corocznego audytu działania w zgodności z ZDP. Nad ich przestrzeganiem czuują Komisja Etyki oraz Rzecznik Etyki.



RAPORTOWANIE

W 2020 r. **CCC** po raz pierwszy zaraportowało emisje w zakresie 1 (Scope 1) 2 (Scope 2) zgodnie z GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. **Kalkulacja Scope 1 i Scope 2** pozwala określić emisję i ograniczenie gazów cieplarnianych oraz identyfikację ich źródeł w tempie wspierającym realizację postanowień porozumienia paryskiego oraz polityki klimatycznej Unii Europejskiej. Emisje gazów cieplarnianych w Scope 1 i 2 w 2019 r. wyniosły 92,6 tys. ton CO₂e.



Firma **ENERIS Ochrona Środowiska** stworzyła **Raport Zrównoważonego Rozwoju ENERIS**. Raport w przystępny sposób opisuje proces odbioru odpadów, sortowania, utylizacji na składowiskach, a także przekształcania odpadów niebezpiecznych.



Raport EFL Zielona energia w MŚP jest dziesiątym opracowaniem z serii „Pod lupą” wydanym przez **Europejski Fundusz Leasingowy** w ramach autorskiego projektu Europejski Fundusz Modernizacji Polskich Firm. Obecna edycja koncentruje się na obszarze ekologii, energii odnawialnej, elektromobilności i aktywności MŚP na tych polach. Raport opiera się na badaniach (ilościowym i jakościowym) zleconych przez EFL S.A. niezależnemu podmiotowi, rozbudowanych o szeroki kontekst problematyki związanej z ekologią.



Raport społecznej odpowiedzialności Grupy VELUX

„Tworzymy wspólną wartość” uwzględniła cztery obszary wpływu (pracownicy, społeczeństwo, środowisko i gospodarka). Został opracowany zgodnie z wytycznymi GRI Standards (Global Reporting Initiative), poziom Core i obejmuje lata 2018–2019. Raport pokazuje zaangażowanie firmy w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ; zaprezentowane zostały w nim również założenia nowej Strategii Zrównoważonego Rozwoju 2030.



Biedronka po raz pierwszy opublikowała **Raport Zrównoważonego Rozwoju** na lata 2018–2019 **Codziennie odpowiedzialni**. Dokument uwzględnia pięć strategicznych filarów odpowiedzialności przyjętych przez Grupę **Jerónimo Martins Polska** i sieć handlową Biedronka: promowanie zdrowych nawyków żywieniowych, zrównoważony łańcuch dostaw, poszanowanie środowiska naturalnego, wspieranie lokalnych społeczności, bycie godnym zaufania pracodawcą. Raport powstał zgodnie z wytycznymi GRI Standards, został poprzedzony sesją dialogową w standardzie AA1000 SES.



Najnowszy raport **Spółeczna odpowiedzialność Sanofi w Polsce** prezentuje istotne informacje na temat działalności firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju i CSR. **Sanofi** odpowiada na potrzeby polskich i zagranicznych pacjentów w zakresie terapii oraz zwiększa świadomość profilaktyki leczenia licznych schorzeń. Raport stanowi funkcjonalne narzędzie dla pracowników, dostarczające informacji o firmie.



Grupa Przedsiębiorstw ALDI Nord, w której skład wchodzi **ALDI**, co roku publikuje **raport zrównoważonego rozwoju**. Poszczególne działania, wskaźniki oraz dane przedstawiane są szczegółowo dla każdego kraju. Raport za 2019 r. opiera się na 10 zasadach UNGC, tym samym skupia się przede wszystkim na tematach dotyczących ochrony klimatu i środowiska naturalnego, odpowiedzialnej konsumpcji i zaopatrzenia.



Konferencja raportowanie niefinansowe w Polsce 2020 to piąta edycja cyklicznego wydarzenia **CSRinfo**, podczas którego prezentowane są najlepsze praktyki i najnowsze trendy w sprawozdawczości w Polsce i na świecie. Tematem przewodnim ostatniej nieodpłatnej konferencji w formule online było rosnące znaczenie czynników ESG. Dodatkowo przeprowadzono panel ekspertów z udziałem partnerów instytucjonalnych, m.in. GPW oraz PSIK. Ekspertką wiedzą z zakresu sprawozdawczości podzielili się także przedstawiciele International Integrated Reporting Council, przybliżając mniej rozpoznawalny w Polsce standard raportowania zintegrowanego.



Grupa Enea w 2019 r. opublikowała dziewiąty **raport zrównoważonego rozwoju** w wersji elektronicznej. Dokument opisuje inicjatywy i działania podejmowane w roku 2019 oraz prezentuje wyniki społeczne, środowiskowe i ekonomiczne Grupy. Raport informuje o podejściu organizacji do budowania relacji z jej otoczeniem w kontekście zarządzania ryzykami pozafinansowymi i budowania trwałej wartości firmy. Omawia zakres i charakter wdrażanych w Grupie zmian systemowych, które będą miały bezpośredni wpływ na jakość obsługi i poziom satysfakcji klientów Grupy Enea. Raport został

przygotowany w zgodzie z wytycznymi najnowszej wersji międzynarodowego Standardu Global Reporting Initiative (GRI Standards).



Grupa Kapitałowa LOTOS od 2009 r. przygotowuje publikację **online Zintegrowanego Raportu Rocznego**. Publikacja ma postać interaktywnej platformy internetowej, której odbiorcy mogą m.in. porównywać wyniki czy samodzielnie generować niezbędne analizy i wykresy.



Provident Polska w cyklu dwuletnim przygotowuje i publikuje **Raport CSR**. W kolejnej edycji pt. „Mamy plan. Jesteśmy odpowiedzialni” zidentyfikowane zostały takie kwestie, jak: odpowiedzialne relacje z klientem, edukacja konsumentów, odpowiedzialny marketing oraz odpowiedzialność wobec pracowników. Raport został przygotowany zgodnie ze Standardami Global Reporting Initiative na poziomie zgodności Core.



Raport CSR, opracowany zgodnie z GRI Standards, to siódma tego typu publikacja przygotowana przez **Santander Bank Polska**, która od 2018 r. ma formę portalu internetowego. W 2020 r. strona została rozbudowana o tabelę ze wskaźnikami, aby ułatwić poruszanie się po raporcie osobom poszukującym konkretnych danych niefinansowych banku. W zestawieniu dodano m.in. czynniki ESG oraz wytyczne Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (TCFD). Raport opublikowany jest w dwóch wersjach językowych (polskiej i angielskiej) i dostosowany do potrzeb osób niewidomych i niewidzących (zgodnie z międzynarodowym standardem WCAG 2.0, posiada certyfikat Fundacji Widzialni.org, przed publikacją został poddany niezależnemu audytowi). Publikacja drugi rok z rzędu otrzymała nagrodę główną w konkursie Raporty Społeczne.



Sprawozdanie Zarządu z działalności **Grupy Kapitałowej TIM** już po raz drugi miało formę **raportu zintegrowanego**, przygotowanego według wytycznych GRI Standards. Decyzja o publikacji była w dużej mierze efektem dialogu z interesariuszami, przeprowadzonego latem 2018 r. w formule sesji dialogowej, zgodnie z zasadami standardu AA1000SES. W raporcie omówiono założenia strategii odpowiedzialnego biznesu **TIM** pro na lata 2019–2021 oraz wynikające z niej działania realizowane w roku 2019.



ZARZĄDZANIE

Allegro w 2020 r. po przeprowadzeniu cyklu spotkań, konsultacji i warsztatów, wdrożyło wprowadziło **strategię CSR&Sustainability na lata 2020–2023**, w której kontynuuje ważne programy społeczne i edukacyjne, kładąc nacisk na podejście prośrodowiskowe. Hasłem przewodnim strategii jest **#SustainableTogether**, ponieważ Allegro, współpracując z klientami, partnerami biznesowymi, pracownikami i innymi interesariuszami, chce łączyć potrzeby i możliwości różnych grup, wspólnie działając na rzecz społeczeństwa, gospodarki i środowiska.



Strategia Zrównoważonego Rozwoju Aquanet 2020–2022 jest planem działania na rzecz pracowników, społeczności lokalnych i wyzwań związanych z klimatem. W zaktualizowanej strategii firma **Aquanet** postawiła na dialog i odpowiedzialną komunikację. Celem wdrożenia strategii jest ochrona i zapewnienie stabilnej jakości wody poprzez zrównoważoną gospodarkę zasobami wodnymi, dbałość o wysoką edukację dzieci, młodzieży i seniorów oraz wspieranie rozwoju i integrację społeczności na terenie działalności spółki.



BNP Paribas Bank Polska powołał **Radę ds. Zrównoważonego Rozwoju**, której zadaniem jest łączenie różnych kompetencji i przedsięwzięć obok już obowiązujących struktur. Rada ma za zadanie dopilnować, aby cele strategiczne związane z realizacją Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju były rozumiane i współdzielone we wszystkich obszarach działalności banku, również klientów. Do jej głównych obowiązków należy definiowanie oraz monitorowanie Strategii ESG, nadzór nad rozwojem zrównoważonych produktów i usług bankowych oraz łączenie inicjatyw podejmowanych w różnych obszarach działalności.



Bank Pekao zaktualizował dotychczasowe standardowe podejście do strategii – top-down, o bardziej innowacyjne podejściem **bottom-up podczas budowania strategii banku** na lata 2021–2023. Dzięki temu zidentyfikowano kluczowe obszary wyzwań z różnych perspektyw: pracownika, klienta, branży. Proces diagnozy składał się głównie z warsztatów kreatywnych oraz wywiadów pogłębionych z pracownikami centrali, sieci oraz contact center, pracujących na co dzień na różnych szczeblach. W efekcie przeprowadzono 22 pogłębione wywiady z pracownikami i 14 warsztatów. W procesie udział wzięto ponad 400 pracowników.



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

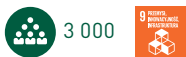
W 2020 r. spółka **CCC** wdrożyła odrębną **Strategię Zrównoważonego Rozwoju GK CCC Go.22**. W proces określania kierunków strategicznych zostali włączeni interesariusze firmy m.in. poprzez przeprowadzenie wśród pracowników i klientów ankiet dotyczących istotnych obszarów odpowiedzialność i oraz uwzględnienie głosu interesariuszy uczestniczących w sesji dialogowej.



W grudniu 2020 r. firma **CEETRUS Polska** (d. Immochan) przeszła **audyt WEPs Gender Gap Analysis Tool** w ramach programu „Równe Szanse w Biznesie” **Global Compact Network Poland**. Zasada równouprawnienia płci została wpisana w „Kodeks postępowania w firmie” oraz regulamin pracy. W kodeksie znajdują się zapisy wspierające różnorodność oraz negujące formy dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, religię, pochodzenie czy przekonania, zarówno w procesie rekrutacji, jak i na każdym etapie rozwoju zawodowego pracownika.



Firma **DB CARGO POLSKA** wdrożyła program **cyfryzacji procesów kadrowych oraz stanowisk pracy**. Polega on na przeprowadzaniu rekrutacji online, implementowaniu elektronicznych pasków wynagrodzeń, rezygnacji z papierowych list obecności, a także wprowadzeniu elektronicznych wniosków urlopowych, pracy zdalnej, zdalnej oceny pracowniczkiej oraz e-deklaracji ubezpieczeniowych.



Zarząd spółki **Emitel** podjął uchwałę wprowadzającą **Zintegrowany System Zarządzania**. Składa się on z Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji oraz Systemu Zarządzania Ciągłością Działania. Elementy Zintegrowanego Systemu opracowane są na podstawie Normy ISO 22301, a finalnie zatwierdzane przez jednostkę certyfikującą jako zgodne z normą, pozwalają na budowanie odpowiedniej organizacji pracy, tworzenie skutecznych procedur awaryjnych, strategii oraz planu ciągłości działania.



Grupa ANG (d. ANG Spółdzielnia) jest pierwszą firmą z **certyfikatem B Corp** w branży finansowej w Polsce. Certyfikat oznacza, że przedsiębiorstwo jest mocno zaangażowane w realizację pozabiznesowych celów i spełnia rygorystyczne normy społeczne oraz środowiskowe.



Grupa VELUX opracowała nową **Strategię Zrównoważonego Rozwoju 2030**. Ważnym elementem strategii jest **koncepcja Dożywotniej Neutralności Węglowej**, opracowana i wdrażana przy współpracy z WWF. Według zobowiązania VELUX bierze odpowiedzialność nie tylko za swoje przyszłe emisje CO₂, które będzie redukować, lecz także za całą histo-

ryczną emisję, która powstała w procesie działalności od początku istnienia firmy.



W 2020 r. firma **LOTTE Wedel** opublikowała pierwszą **strategię CSR firmy Wedel**, która wyznacza cele i kierunki na lata 2020–2027. W proces zaangażowany był zespół zarządzający, kluczowi menedżerowie wszystkich działów oraz otoczenie zewnętrzne, a w dialogu z interesariuszami udział wzięło ok. 100 osób. Wyznaczone zostały trzy kluczowe obszary: ludzie, innowacje i środowisko. Strategia odnosi się do Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDGs) i została wpisana do długofalowej strategii biznesowej firmy.



Grupa Orange zadeklarowała, że osiągnie neutralność klimatyczną (Net Zero Carbon) do 2040 r., a klimat znalazł się w centrum nowej strategii Orange – Engage 2025. **Orange Polska** wpisuje się w te działania, tworząc nowe stanowisko **doradcy ds. strategii klimatycznej** (climate officer), który będzie odpowiadał za całościową koordynację działań zmierzających do realizacji celów środowiskowych.



PZU uwzględniła **zagadnienia dotyczące środowiska, społecznej odpowiedzialności i ładu korporacyjnego w strategii wykonywania prawa głosu**, którymi kieruje się przy wyborze sposobu głosowania na walnych zgromadzeniach spółek wchodzących w skład portfeli lub stanowiących przedmiot lokat funduszy. Wprowadzone praktyki służą interesowi uczestników funduszy i klientów portfelowych, wzrostowi wartości ich lokat, przy jednoczesnym poszanowaniu kwestii ochrony środowiska, CSR i budowaniu ładu korporacyjnego.



Zarząd **Volkswagen Motor Polska** w 2020 r. podpisał **Politykę Społecznej Odpowiedzialności Biznesu**. Dokument przedstawia i podsumowuje działania firmy na rzecz pracowników, lokalnej społeczności, ochrony środowiska oraz dialogu z interesariuszami.



Program STOP Marnotrawstwu ma na celu walkę z codziennym marnotrawstwem na każdym szczeblu funkcjonowania firmy i promowanie przeciwdziałania temu procesowi wśród pracowników, dostawców i klientów **Carrefour**. Sieć ogranicza zużycie energii, stosuje proekologiczne rozwiązania w sklepach (przyjazny środowisku system chłodniczy, wykorzystujący CO₂), racjonalnie gospodaruje odpadami, wykorzystuje odnawialne źródła energii w sklepach (instalacje geotermalne, panele fotowoltaiczne). W ramach inicjatywy firma współpracuje również z NGO, którym przekazuje żywność.



Credit Agricole Bank Polska przygotował i wdrożył **Kartę CSR dla Obszaru Scentralizowanych Usług Generalnych** (d. Administracja). Dokument reguluje wewnętrzne procedury i polityki Obszaru Scentralizowanych Usług Generalnych. Konspekt karty został opracowany na podstawie zebranych informacji z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu z innych jednostek banku.



2017 4 703

Ład ANG to zbiór zasad i regulacji, których celem jest zapewnienie równowagi między interesami podmiotów zaangażowanych w działania **Grupy ANG (d. ANG Spółdzielnia)**. Znajomość i przestrzeganie tych zapisów jest obowiązkiem dla wszystkich współpracowników, normy są elementem szkoleń, a ewentualne zgłoszenia dotyczące naruszenia zasad mogą być analizowane przez Komisję Etyki.



2015 1 000

Strategia zrównoważonego rozwoju LPP na lata 2020–2025 skupia się na czterech obszarach (produkt i produkcja, bezpieczeństwo chemiczne, eliminacja plastiku oraz ekologiczne rozwiązania w budynkach). W 2020 r. zredukowano o kolejne 255 ton jednorazowy plastik, a co czwarty produkt **LPP** posiada metkę Eco Aware. Firma przystąpiła również do międzynarodowej inicjatywy Zero Discharge of Hazardous Chemicals. Strategia ma charakter otwarty, a najważniejsze cele do 2025 r. to: wykorzystywanie 100% opakowań przyjaznych środowisku, 50% udział kolekcji Eco Aware w marce Reserved, a także zmniejszenie śladu węglowego o 15%.



2019 24 000

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego

opracowała nową **Strategię odpowiedzialnego prowadzenia biznesu na lata 2020–2030**, stanowi ona aktualizację poprzedniego dokumentu. Strategia systematyzuje działania w zakresie odpowiedzialnego biznesu i określa cele, do których zmierza spółka, oraz metody monitorowania postępu w tym zakresie. Strategia definiuje dziewięć zobowiązań CSR, które oparte zostały na czterech obszarach (zorientowanie na klienta i jego potrzeby, partnerstwo międzysektorowe na rzecz zrównoważonego rozwoju, ochrona środowiska oraz bezpieczeństwo pracy, kultura etyczna, satysfakcja i zaangażowanie pracowników).



2018 205

Philip Morris International otrzymał **Certyfikat Równych Płac** szwajcarskiej fundacji non profit Equal-Salary potwierdzający, że we wszystkich spółkach firmy kobiety i mężczyźni otrzymują równe wynagrodzenia za tę samą pracę. Po otrzymaniu certyfikatu spółki przechodzą regularny audyt poświadczający

kontynuację i rozwój prowadzonych praktyk. **Philip Morris Polska** na bieżąco realizuje działania w zakresie równości wynagrodzeń i zapewnienia równych szans rozwojowych oraz dostępu do szkoleń i awansów wszystkim pracownikom niezależnie od płci.



2018 4 000

W przedsiębiorstwie **Polpharma** w 2018 r. została przeprowadzona analiza możliwości rozwoju w obszarze GOZ. Analizie zostały poddane kluczowe zagadnienia: odpady oraz sposoby ich zagospodarowania, opakowania, gospodarka wodna, gospodarowanie energią, współpraca z dostawcami, ecodesign, dobre praktyki stosowane w firmie. Wyniki **Analizy i praktyki Gospodarki Obiegu Zamkniętego** zostały przedstawione w postaci mocnych i słabych stron. Od tego czasu firma skupia się na wdrażaniu rekomendowanych działań realizujących ideę gospodarki o obiegu zamkniętym (m.in. włączenie kryteriów środowiskowych w proces wyboru dostawców, dążenie do minimalizacji ilości wytwarzanych odpadów, eliminacja opakowań jednorazowych w firmowych stołówkach, edukacja pracowników w zakresie zrównoważonej konsumpcji).



2019 7 500

Polski Koncern Naftowy ORLEN, przystępując w 1997 r. do programu **Responsible Care**, światowej inicjatywy przemysłu chemicznego, zobowiązał się do działania na rzecz zmniejszania negatywnego wpływu na środowisko, poprawy stanu bezpieczeństwa oraz ochrony zdrowia pracowników i społeczności lokalnej. Działania te realizowane są przez Sekretariat Programu „Odpowiedzialność i Troska” prowadzony przez ORLEN Eko pod nadzorem Polskiej Izby Przemysłu Chemicznego i Kapituły Programu „Odpowiedzialność i Troska”. W 2020 r. poza obowiązkowymi elementami programu realizowano też m.in. „Drzewko za butelkę” – akcję zbierania od pracowników **PKN ORLEN** trzech grup odpadów: zużytych baterii, przeterminowanych leków i elektrośmieci (ok. 1400 kg odpadów). Za przyniesione odpady uczestnicy akcji otrzymywali sadzonkę drzewka.



2009 5 727

Polityki społeczno-środowiskowe regulują aspekty działalności oraz definiują ogólne zasady postępowania **Santander Bank Polska**. W 2020 r. zaktualizowano „Politykę praw człowieka”, wprowadzając do dokumentu zmiany wynikające z rozporządzeń i międzynarodowych aktów prawnych. Ponadto bank uaktualnił dotychczas funkcjonującą „Politykę klimatyczną i ochrony środowiska”, równocześnie włączając ją do „Polityki Zrównoważonego Rozwoju”.



2016 10 747



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

ŁAD ORGANIZACYJNY

Rok 2020 był trzecim cyklem wdrażania metodologii **Agile** w **Santander Bank Polska**. Została zrealizowana kolejna faza transformacji Agile 2.0. Wdrożono procesy i narzędzia do efektywnego ich użycia oraz pracy nad wartościami i postawami. Do najważniejszych celów transformacji należą: dążenie do budowania jak najwyższej satysfakcji klientów, do zwiększania zaangażowania pracowników, a także wzrost efektywności działania.



Celem programu **Risk Pro i Tygodnia Kultury Ryzyka** w **Santander Bank Polska** jest budowanie świadomości ryzyka, jego występowania w codziennej pracy i odpowiedzialności każdego za zarządzanie nim. Bank prowadzi szkolenia dla pracowników w ramach risk pro Banking School i wdrożył tematykę do systemu motywacyjnego. W Tygodniu Kultury Ryzyka poruszane są tematy różnych rodzajów ryzyk, a pracownicy zachęceni są do udziału w grach, warsztatach i dyskusjach. Risk pro promowane jest poprzez konkursy i stanowi element „Programu onboardingu”.



Firma **SITECH** zaktualizowała odrębny dokument w postaci **Strategii CSR**, która jest wpisana w cele biznesowe spółki. Zgodnie ze strategią działania firmy koncentrują się na czterech podstawowych obszarach: kapitał ludzki, kapitał społeczny, integracja z rynkiem i interesariuszami oraz ochrona środowiska.





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



PRAWA CZŁOWIEKA



55 praktyk nowych

55 praktyk długoletnich

71 firm



obszar praw człowieka w tegorocznym Raporcie to 55 nowych praktyk oraz 55 długoletnich,

co oznacza zgłoszenie przez organizację większej liczby działań zrealizowanych w tym obszarze w 2020 roku w porównaniu z rokiem wcześniejszym (w 2019 roku: 32 nowe i 42 długoletnie praktyki). Wśród Celów Zrównoważonego Rozwoju, do których odnoszą się praktyki, znaleźć można: Cel 4. – dobra jakość edukacji, 5. – odnoszący się do równości płci, 8. – dotyczący wzrostu gospodarczego i godnej pracy, 10. – obejmujący hasło „mniej nierówności”, a także 17. – partnerstwo na rzecz celów.

Wzrost liczby przesłanych i zrealizowanych praktyk może między innymi wynikać z rosnącej świadomości organizacji w zakresie ogromnej wagi różnorodności i wieloaspektowości wymiarów jej realizowania. Uwagę zwraca zaangażowanie niektórych firm w działania w obszarach dotąd nieobecnych bądź prawie nieobecnych w praktykach, a także ważnych społecznie, związanych z aktualnymi wydarzeniami mającymi miejsce w przestrzeni publicznej. I tak na przykład: wsparcie Strajku Kobiet, działania zwracające uwagę na podział obowiązków domowych pomiędzy kobiety i mężczyzn, obchody Międzynarodowego Dnia Eliminacji Przemocy Wobec Kobiet – wskazują na przyjęcie dużo szerszej perspektywy przez organizację w patrzeniu na obszar różnorodności. Być może wynika to z faktu, że pandemia i bieżące wydarzenia uwydatniły problemy, które stały się istotne również dla firm. Czas pokaże, czy to stały trend, świadczący o coraz większej otwartości i uważności biznesu na tego typu kwestie. W tegorocznych praktykach wyraźniej widoczne są także aktywności skierowane do wielu różnorodnych grup pracowników. Organizacje coraz lepiej potrafią i przede wszystkim chcą odnajdować różnorodność wśród swoich pracowników, ale również pośród innych interesariuszy. Praktyki obejmują wiele aspektów: wielopokoleniowość w miejscu pracy, różnice

międzykulturowe, okazywanie solidarności ze społecznością osób LGBT+, wyzwania osób z niepełnosprawnościami w miejscu pracy, życie osób na przykład z chorobą afektywną dwubiegunową, wspieranie kobiet i inne. Firmy powołują także zespoły bądź ambasadorów różnorodności czy LGBT+, aby poprzez ich działanie oddać głos tym, którzy mogą się czuć wykluczeni. Wciąż wiele miejsca w obszarze praw człowieka zajmują praktyki z kategorii kobiety w biznesie. Są to aktywności przeznaczone dla kobiet chcących awansować, rozwijać się zawodowo i łączyć pracę zawodową z rolą mamy, dla studentek, kobiet poszukujących ścieżki rozwoju zawodowego w nowych technologiach. Niezwykle istotna pozostaje tutaj kwestia równości płac. W ramach edukacji zgłaszający praktyki nie wahają się sięgać po działania nie tak często dotychczas prezentowane. Zapraszają psychologów, psychoterapeutów, trenerów biznesu, ekspertów z różnych dziedzin, aby rozmawiać o nietatwych zagadnieniach społecznych. Ponownie trudno jednoznacznie stwierdzić, czy jest to konsekwencja wyjątkowo ciężkiego roku w każdej dziedzinie życia, czy chęć wyjścia naprzeciw naturalnym potrzebom pracowników, czy też obydwaj powody jednocześnie.

Jak co roku – w obszarze praw człowieka pojawiły się praktyki związane z tworzeniem polityk, procedur antymobbingowych i antidyskryminacyjnych. Takie dokumenty wprowadzają jasny tryb postępowania w przypadku wystąpienia zachowań nieakceptowalnych i porządkują kwestie formalne.

Z pewnością cieszy, że w tym niezwykłym roku działania związane z prawami człowieka, z różnorodnością pozostały ważne i stanowią przykłady doświadczeń, z których warto korzystać.

PRAWA CZŁOWIEKA

- Liczba zatrudnionych pracowników w 2020 r.
- Małe / średnie przedsiębiorstwo
- Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
- Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 255

EDUKACJA

W drugiej połowie 2020 r. firma **Credit Suisse Poland** zorganizowała cykl **Courageous Conversations** (wirtualnych **Odważnych Rozmów**), aby omówić ważne, niekoniecznie popularne tematy społeczne. W Polsce zmierzono się z problematyką rasizmu i zagadnieniem codziennego życia obcokrajowców. Jako pierwszy zorganizowany został panel dyskusyjny z gościem z Londynu, kolejnym spotkaniem była wideokonferencja z psychologiem wyjaśniającym, jak reagować, kiedy jest się obiektem lub świadkiem zachowań dyskryminacyjnych.

5 000

Po wybuchu protestów wywołanych orzeczeniem Trybunału Konstytucyjnego w sprawie zaostżenia prawa aborcyjnego **media Agory** (z **GRUPY AGORA**) **wsparty Strajk Kobiet** poprzez zainicjowanie akcji pomocowych i solidarnościowych. „Gazeta Wyborcza” oraz „Wysokie Obcasy” uruchomiły specjalną ofertę prenumeraty cyfrowej, przekazując 700 tys. zł Ogólnopolskiemu Strajkowi Kobiet. Radio TOK FM zachęcało słuchaczy do wsparcia walki o prawa kobiet poprzez zakup subskrypcji TOK FM Premium.

2 586

Why Differences Matter (**Dlaczego różnice mają znaczenie**) to cykl wydarzeń, które w 2020 r. powstały w ramach wolontariackiego programu People Agenda działającego w Pionie CIO w **ING Banku Śląskim**. Wydarzenia skupiają się na szeroko pojętej różnorodności, jej promowaniu i zwiększaniu świadomości pracowników na jej temat. Dotychczas zrealizowano dwie konferencje: jedna dotyczyła różnic kulturowych, druga – pokonywania barier, zarówno fizycznych, jak i psychologicznych.

8 100

Nudge Management to nowy styl zarządzania wdrożony w firmie **SITECH**, przedstawiony menedżerom w trakcie szkoleń z różnorodności, które odbyły się w 2020 r. Przez słowo „nudge” należy rozumieć metodę wpływania na zachowanie ludzi bez uciekania się do zakazów i nakazów lub zmiany bodźców ekonomicznych. Nudge Management uzupełnia tradycyjne podejście do poprawy wydajności i zmiany kultury poprzez szczególne stymulowanie instynktów pracowników.

1 850

Sodexo Polska wsparto akcję Fundacji Centrum Praw Kobiet „Równość zaczyna się w domu”. Zadano internautom pytania mające sprawdzić, kto w ramach wspólnego domostwa podejmuje się konkretnych czynności porządkowych. Z uwagi na zainteresowania firmy i obopólną współpracę, postanowiono wesprzeć ten projekt. Sodexo zrealizowało analogiczną do ankiety CPK **ankietę dotyczącą obowiązków domowych** wśród pracowników, by mieć wkład w ogólnopolskie badanie.

2 248

W listopadzie 2020 r. **Sodexo Polska** zrealizowało **Aktywne obchody Międzynarodowego Dnia Eliminacji Przemocy Wobec Kobiet**. Obejmowały one: wewnętrzną kampanię edukacyjną dla pracowników z serią multimedialnych mini-lekcji. Sodexo stworzyło również komunikację zewnętrzną (artykuł blogowy autorstwa Country President – osoby stojącej na czele firmy – oraz wpisy w mediach społecznościowych). Materiały te prezentowały numery pomocowe do Centrum Praw Kobiet oraz Ogólnopolskiego Pogotowia dla Ofiar Przemocy w Rodzinie „Niebieska Linia”.

2 248

Dzień Praw Człowieka (10 grudnia) obchodzony jest w **Fujitsu Technology Solutions** od wielu lat. Pracownicy firmy biorą udział w konkursach związanych z promocją „Deklaracji praw człowieka”. W minionym roku Fujitsu opublikowało własną „Politykę praw człowieka”. Każdy pracownik otrzymał informację, gdzie może znaleźć spis swoich praw oraz co robić, gdy prawa są łamane.

2019 2 300

KOBIETY W BIZNESIE

Z okazji obchodów Międzynarodowego Dnia Kobiet firma **Alstom Konstal** zorganizowała **spotkanie z reporterką Anną Wojtachą** – korespondentką wojenną i pisarką, która podczas swojego wystąpienia podzieliła się z pracownicami Alstom własnym doświadczeniem zawodowym, opowiedziała o odwadze, sile oraz drodze, którą musiała pokonać, by osiągnąć sukces w stereotypowo „męskim świecie”.

2 500

W **Banku Pekao** kobiety stanowią ponad 70% pracowników. Dlatego też pod patronatem Magdaleny Zmitrowicz, wiceprezes Zarządu, w 2020 r. utworzono zespół projektowy, aby wykreować wspólnie z zainteresowanymi inicjatywę w oparciu o faktyczne potrzeby płynące od kobiet. Ustalono, że **Program dla Kobiet „Bez cukru”** będzie realizował następujące cele: inspirowanie do wszechstronnego rozwoju; edukacja w zakresie nowoczesnych technologii; budowanie zaangażowania oraz przywiązanie do organizacji.

12 707

BNP Paribas Bank Polska podejmuje działania na rzecz wzmocnienia roli kobiet. W 2020 r. zainaugurowano program Kobiety Zmieniające BNP Paribas. W ramach programu wyróżnionych zostało pięć stref tematycznych (mocy, rozkwitu, głosu, zmiany i otwartości). Jesienią wystartował również program Women Up, którego celem jest wsparcie uczestniczek w odkrywaniu ich mocnych stron, rozwój kompetencji miękkich oraz wykorzystanie potencjału kobiet w podejmowanych aktywnościach.



Projekt **Mamo pracuj**, został przeprowadzony przez **BNP Paribas Securities Services** we współpracy z Fundacją Mamo Pracuj. Był skierowany do matek powracających na rynek pracy po dłuższej nieobecności związanej z urodzeniem i wychowywaniem dziecka oraz do wszystkich kobiet, które w czasie pandemii straciły zatrudnienie. Z uwagi na pandemię został zrealizowany w formie trzech webinarów „Zdobądź wymarzoną pracę!”



Murowany sukces to pierwszy program rozwojowy w firmie **Budimex** zorganizowany specjalnie dla kobiet.

Firma wspiera uczestniczki w ich rozwoju zawodowym, a także wzmocnia ich umiejętności miękkie oraz kompetencje menedżerskie. W programie biorą udział panie na co dzień pracujące na różnorodnych kontraktach Budimexu w całej Polsce. W 2020 r. firma uruchomiła już II edycję projektu.



Increase your seniority to darmowy program szkoleniowo-networkingowy dla kobiet w **Credit Suisse Poland**

zorganizowany przez sieć pracowniczą przy wsparciu kadry menedżerskiej. Do prowadzenia warsztatów zaproszono specjalistów z różnych lokalizacji (Wrocław, Zurych, Nowy Jork). W ciągu pięciu dni doświadczeni menedżerowie wysokiego szczebla przeprowadzili 10 godzin warsztatów, podczas których pracowano nad indywidualnymi wyzwaniami, podnoszono kompetencje uczestniczek i stworzono platformę do wymiany doświadczeń.



Program mentoringowy dla studentek **Woman That Matters Polska** łączy studentki ostatnich lat z liderkami z **Deloitte**, wspierając solidarność kobiet i ideę dzielenia się doświadczeniem poprzez mentoring. Studentki otrzymują wsparcie w zakresie planowania swojej kariery; mogą porozmawiać z kobietami, które osiągnęły sukces zawodowy, łącząc ambitną karierę z rolą rodzica.



Kobiety w biznesie to projekt realizowany w **Europejskim Funduszu Leasingowym**, promujący przedsiębiorcze kobiety, różnorodność płci w środowisku pracy oraz skuteczne wypożyczanie i posiadanie zapatu do pracy. Fundusz do projektu zaprosił dwie ekspertki z dziedziny well-being i networkingu. Wypracowano e-book z dobrymi praktykami, który umieszczono na dedykowanej podstronie. Do projektu EFL zaprosił również swoje klientki, które podzieliły się dobrymi praktykami w budowaniu własnych biznesów.



Firma **Franklin Templeton** we współpracy z Fundacją Mamo Pracuj przeprowadziła I edycję kampanii **Mamy Plan!** – programu wsparcia dla kobiet z całej Polski, które powracają na rynek pracy po urodzeniu dziecka/dzieci, oraz tych, które straciły zatrudnienie w wyniku pandemii lub chcą zmienić pracę. Udział w programie dawał możliwość uczestniczenia w godzinnych, bezpłatnych spotkaniach ze specjalistą ds. rekrutacji, podczas których uczestniczki mogły skonsultować swoje CV, znajomość języka angielskiego oraz dowiedzieć się, w jaki sposób i gdzie szukać pracy.



Kampania **Grupy OLX „BEZ JAJ”** miała na celu sprawić, by kobiety i mężczyźni odrzucili krzywdzące stereotypy, a dostrzegli, że równe szanse to zawodowy rozwój dla wszystkich. Poza głównym spotem opublikowanym w Dzień Kobiet zamieszczono pięć filmów poruszających tematykę każdego problemu omawianego w kampanii, w kanałach społecznościowych i na stronie kampanii Bezjaj.org.pl, gdzie znalazły się także dodatkowe treści i statystyki dotyczące omawianych nierówności. Przekaz kampanii wzmocniły banery w serwisie OLX.



Huawei Polska wspiera działania na rzecz różnorodności, inkluzji oraz walki ze stereotypami i promowanie wzorców kobiet w biznesie i technologiach. W 2020 r. firma po raz drugi została partnerem konkursu „Bizneswoman Roku” Fundacji Sukces Pisany Szminką. Huawei wspólnie z fundacją stworzył nową kategorię: przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu – liderka, biznes, organizacja. Firma była także partnerem „Perspektywy Women In Tech Summit 2020”, zorganizowała także blok debat z liderkami organizacji społecznych z obszaru „Women In Tech” podczas Huawei Innovation Day 2020.



W 2020 r. **Lidl Polska** podpisała dokument Narodów Zjednoczonych dotyczący Zasad **Wzmocnienia Pozycji Kobiet**. Stanowi on pierwszą ogólnopolską inicjatywę w dziedzinie



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

PRAWA CZŁOWIEKA

promowania i wzmocnienia roli kobiet w przedsiębiorstwach. Lidl dąży do zwiększania proporcji kobiet wśród kierownictwa średniego i wyższego szczebla. Stosuje również sprawliwy system wynagrodzeń oparty na obiektywnych kryteriach, takich jak staż pracy, kwalifikacje i umiejętności.



Orange Polska jako firma technologiczna cały czas potrzebuje kandydatów do obszarów STEM w celu realizacji projektów. Kobiety w Orange tworzą technologie, rozwijają karierę, są częścią tego, co tworzy firma, są **WłączOne**. Pokazując przykłady takich kobiet, firma chce wzmocnić wizerunek kobiet w technologiach, zwiększyć liczbę zgłoszeń o pracę utalentowanych absolwentek z dobrych uczelni oraz kobiet posiadających już doświadczenie.



Jednym z programów wspierających „Politykę zarządzania różnorodnością” w **Orange Polska** jest inicjatywa **Razem.One**. Razem lokalnie jest nowym elementem tego programu i wspiera działania na rzecz różnorodności w środowiskach lokalnych. To społeczność pracowników Orange Polska działająca na rzecz różnorodności w swoim mieście i okolicy. Społeczność ta ma na celu rozpowszechnianie wiedzy o różnorodności, wzmocnianie i zwiększanie siły do działania wśród pracowników zatrudnionych poza Warszawą, ze szczególnym uwzględnieniem kobiet.



W firmie **Philip Morris Polska** proces rekrutacyjny nastawiony jest na dbałość o atrakcyjność ofert pracy również dla kobiet. W rekrutacjach podkreślona jest **równość płac** istniejąca w firmie, potwierdzona uzyskaniem Certyfikatem Równych Płac lokalnie i globalnie.



Polski Koncern Naftowy ORLEN bierze udział w Programie Uniwersytet Sukcesu realizowanym we współpracy z Fundacją **Digital University**. To program edukacji zawodowej skupiający się na dziewczętach wychowujących się w domach dziecka, rodzinach zastępczych, placówkach środowiskowo-opiekuńczych lub znajdujących się w trudnej sytuacji osobistej. Program ma pomóc im wejść na rynek pracy. Pierwszym etapem był warsztat online z uczestniczkami prowadzony przez rekruterów PKN ORLEN. Drugim etapem – symulowane rozmowy rekrutacyjne.



Firma **Robert Bosch** w 2020 r. podjęła decyzję o realizacji zewnętrznej kampanii promującej aktywność zawodową rodziców, w szczególności mam. Firma nawiązała współpracę z Fundacją Mamo Pracuj, z którą zaplanowała działania: program stypendialny, działania edukacyjne oraz **program mentoringowy Mother Empower**, który był główną osią programu.

12 menterek z firmy Bosch przygotowywało 12 mentee do powrotu na rynek pracy.



Firma **Rödl & Partner** w 2020 r. w ramach **współpracy z Fundacją Women in Law** objęła opieką mentoringową studentkę prawa, zapewniając jej dostęp do wiedzy i dobrych praktyk. Firma brała także udział w spotkaniach ze studentkami prawa dotyczącymi nowych technologii i cyberbezpieczeństwa.



Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy realizuje **Shesnnovation Academy** – program skierowany do studentek, doktorantek, absolwentek kierunków technicznych i ścisłych oraz do kobiet, które chcą założyć własny start-up technologiczny. Zawiera narzędzia umożliwiające zbudowanie niezbędnych kompetencji biznesowych oraz miękkich poprzez wsparcie mentorskie i eksperckie. Program finansowany jest przez Citi Foundation, realizowany przez Fundację Perspektywy przy merytorycznym wsparciu Fundacji Citi Handlowy im. Leopolda Kronenberga.



Zwiększenie liczby kobiet na wysokich stanowiskach, likwidacja luki płacowej oraz wprowadzanie narzędzi sprzyjających lepszemu wykorzystaniu talentów kobiet i mężczyzn – to cele, które postawił przed sobą klub **Champions of Change**. Deklarację powołującą klub do życia w 2018 r. podpisało sześciu prezesów, w tym Przemek Gdański, prezes Zarządu **BNP Paribas Bank Polska**. Prezesi zrzeszeni w polskim klubie współdziałają na rzecz wypracowania rozwiązań, które będą uwzględniały polską specyfikę i problemy.



W ramach obchodów **Dnia Kobiet** firma **Cappgemini Polska** zrealizowała webinar o tematyce różnorodności Unconscious Bias: uświadomić sobie nieświadomiane. Prelegentka dr Anna Zaroda-Dąbrowska z Diversity Hub przybliżyła pracownikom rolę tzw. nieświadomych uprzedzeń, stronniczości, stereotypowych założeń wobec określonych osób, grup społecznych i ich mimowolnego pozytywnego lub negatywnego postrzegania m.in. w kontekście płci. Firma przyłączyła się także do akcji **#EachForEqual**.



Program **Kobiety w Cappgemini** (Women@Cappgemini) firmy **Cappgemini Polska** polega na szkoleniach i spotkaniach w kameralnej atmosferze, rozmowach i wymianie doświadczeń oraz dyskusji na tematy, takie jak różnorodność w miejscu pracy czy work-life balance.



Inicjatywa **Credit Suisse Poland „STEM** – Dziewczyny do IT” powstała, żeby zwiększać udział kobiet w branży technologicznej i inspirować kobiety niezwiązane dotąd z tą branżą do zmiany ścieżki edukacji lub kariery i do dalszego rozwoju w tym zakresie. Na początku 2020 r. odbyły się warsztaty skierowane do uczennic ze szkół średnich, tak aby wpłynąć na ich percepcję zawodów technicznych jeszcze przed etapem wyboru zawodu.



Działająca w **Credit Suisse Poland Rada Kobiet IT** (obecnie IT Women's Champions) to inicjatywa pracownicza kobiet z IT. Celem działań grupy jest budowanie przyjaznego oraz inkluzywnego środowiska pracy w branży technologicznej oraz promocję kariery w IT. Beneficjentkami działań są głównie kobiety, które organizacja wspiera w ich rozwoju w ramach nowoczesnych technologii.



Od 2013 r. pracownicy **Credit Suisse Poland** mają możliwość uczestniczenia w spotkaniach z osobami na stanowiskach menedżerskich – głównie kobietami, które dzielą się z nimi swoimi **Inspirującymi Historiami Sukcesu**. W 2020 r. udało się przenieść spotkanie w przestrzeń wirtualną, co umożliwiło zapraszanie inspirujących gości z całego świata.



Celem **sieci pracowniczej skierowanej do kobiet w Credit Suisse Poland** jest tworzenie i promowanie środowiska, w którym kobiety, niezależnie od szczebla kariery, mogą rozwijać swój potencjał. Obecnie grupa liczy ok. 30 koordynatorów oraz ok. 500 członków. W 2020 r. zorganizowano wiele wydarzeń online skierowanych do pracowników, m.in. warsztaty, panele dyskusyjne czy spotkania wspierające pracowników w czasie izolacji. Sieć przeprowadziła również kampanię „Each for Equal” z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet.



W 2020 r. firma **dentsu Polska** kontynuowała wewnętrzny program **Mentoringu** dla pracowników. W jego ramach pracowało 13 par. Na koniec roku firma przeprowadziła badanie Gallupa dla Mentorów oraz kilkugodzinny e-warsztat związany z tym tematem.



Women in Leadership to międzynarodowy program networkingu i rozwoju skierowany do kobiet zatrudnionych w **Henkel Polska**. Inicjatywa, realizowana w Polsce

od 2013 r., ma na celu wspieranie rozwoju osobistego i karier zawodowych kobiet. Uczestniczki programu poprzez udział w spotkaniach tematycznych, warsztatach, treningach rozwijają swoje menedżerskie kompetencje.



Grupa **Women@HPE Poland w Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** powstała w 2013 r. i od tego czasu aktywnie wspiera kobiece talenty w osiąganiu sukcesu w życiu zawodowym oraz prywatnym. W 2020 r. kontynuowano inicjatywy w formule online, z uwzględnieniem interaktywnych sesji dotyczących budowania swojej marki w sieci, a także wzmacniania motywacji i pewności siebie.



Philip Morris Polska dąży do tego, żeby w 2022 r. kobiety stanowiły 40% wszystkich osób zatrudnionych na stanowiskach zarządczych. Dlatego prowadzone są różnorodne inicjatywy w celu stałego **zwiększania liczby kobiet na stanowiskach zarządczych**, w tym bieżący dialog z kobietami oraz działania nakierowane na to, by jeszcze lepiej poznać potrzeby kobiet w środowisku pracy.



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



Sanofi tworzy środowisko pracy, które zarówno kobietom, jak i mężczyznom zapewnia równe szanse i prawa – zgodnie z ideą **gender balance**. Firma wprowadziła regulacje antydyskryminacyjne zapisane w dokumentach statutowych, jak również aktywnie promuje zawodowy rozwój kobiet – w polskiej filii ponad 70% z nich pracuje na stanowiskach menedżerskich. W 2020 r. pracownicy Sanofi promowali ideę gender balance, m.in. biorąc udział w globalnej akcji w social media „Each for Equal, International Women's Day”.



Program **Kobiece Strona Biznesu (#SantanderWomen)** **Santander Bank Polska** ma na celu m.in.: zwiększenie liczby kobiet na stanowiskach menedżerskich, aktywizację kobiet na wewnętrznym rynku pracy, zwłaszcza w apliko-



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

PRAWA CZŁOWIEKA

waniu na stanowiska przyszłości, wspieranie różnorodności i wzmocnienie siły kobiet, budowanie i rozwój kompetencji przywódczych. Bank współpracuje z fundacjami skupiającymi się na wsparciu rozwoju zawodowego i osobistego kobiet: Fundacją Lestawa Pagi oraz Fundacją Vital Voices.



Dla **Sodexo Polska** kluczowe jest **wspieranie rozwoju zawodowego kobiet** oraz niedyskryminowanie ich ze względu na płeć. Jako sygnatariusz Women's Empowerment Principles zobowiązuje się do: zaangażowania najwyższego szczebla managementu firmy do działań na rzecz równości płci, równego traktowania kobiet i mężczyzn w pracy – szanowania i wspierania praw człowieka oraz do działań antydyskryminacyjnych.



POLITYKI I PROCEDURY

Kampania Avon Kontra Przemoc „**Mów o tym głośno**” została zorganizowana w ramach międzynarodowej akcji 16 Dni Przeciw Przemocy ze względu na płeć. **AVON COSMETICS POLSKA** wprowadził procedurę postępowania w przypadku przemocy, zwaną „Protokołem GBV”, dzięki której pracownicy w trudnej sytuacji mogą skorzystać ze wsparcia Ambasadora ds. Przemocy, bezpłatnego urlopu lub pracy w elastycznych godzinach. Zaktualizowano także aplikację Avon Alert umożliwiającą bezpieczny kontakt z fundacją Feminoteka.



SpeakUp to internetowe i telefoniczne narzędzie do raportowania i zarządzania incydentami, obsługiwane przez niezależnego dostawcę usług i udostępniane przez **Cappemini Polska** członkom zespołu, klientom, dostawcom i partnerom biznesowym. SpeakUp stoi na straży wolności pracowników do zgłaszania nieprawidłowości i wyrażania swoich obaw odnośnie do sytuacji, które mogą naruszać zasady etyki biznesowej, a także przyczynia się do ochrony kultury otwartości Cappemini i wysokich standardów etycznych.



W celu przeciwdziałania mobbingowi, dyskryminacji i zachowaniom niepożądanym w **GEODIS Poland** oraz w celu ochrony pracowników przed tym zjawiskiem firma ustanowiła „**Procedurę przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji**”. Reguluje ona zasady niedyskryminacji oraz powstrzymywania się od zachowań o charakterze mobbingu.



W 2020 r. w firmie **LOTTE Wedel** wdrożony został **System przeciwdziałania nieprawidłowościom**, na który składają się „Polityka antymobbingowa” oraz „Procedura zgłaszania i wyjaśniania nieprawidłowości”. W firmie utwo-

rzono również stanowisko kierownika ds. zgodności, który odpowiada m.in. za przyjmowanie zgłoszeń dotyczących nieprawidłowych zajęć oraz prowadzenie postępowań wyjaśniających.



W 2020 r. **mBank** wprowadził **Politykę w sprawie przeciwdziałania mobbingowi, dyskryminacji i innym zachowaniom nieakceptowanym**. Dokument kompleksowo reguluje to, czym są zachowania nieakceptowalne, tj. niezgodne z prawem, nieetyczne i naruszające zasady współżycia społecznego. Poszerzono w ten sposób zakres obowiązującej wcześniej „Polityki antymobbingowej”.



W 2020 r. firma **Sabre Polska** dołączyła do inicjatywy WorkingTogether, zapoczątkowanej przez ABSL Poland. W jej ramach zarząd Sabre **podpisał Deklarację Różnorodności i Włączenia**, która zawiera zbiór dobrych praktyk i działań dotyczących równego traktowania w miejscu pracy.



ALDI realizujemy standardy i wytyczne zdefiniowane w **Deklaracji zasad dotyczących przestrzegania praw człowieka**. Celem ALDI jest zapobieganie rozpoznanyemu zagrożeniu. Firma uwrażliwia i szkoli kluczowych pracowników, dostawców oraz partnerów handlowych.



Allegro posiada **Politykę przeciwdziałania zjawiskom dyskryminacji i mobbingowi**. W 2020 r. w Allegro została wdrożona także polityka różnorodności, w której wpisano dobre praktyki oraz procesy mające na celu wspieranie zróżnicowanego i kreatywnego miejsca pracy. Dodatkowo dostępne są szkolenia z zakresu działań antymobbingowych i antydyskryminacyjnych oraz warsztatów dotyczących pracy w różnorodnych zespołach: „Nonviolent communication w biznesie”.



Wdrożony w **CCC** **Regulamin przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi** reguluje działania zarówno pracodawcy, jak i pracowników. Ma na celu wdrożenie właściwych rozwiązań proponowanych przez firmę oraz ochronę osób dotkniętych przejawami dyskryminacji lub mobbingu. Reguluje także aktywność powoływanej Komisji Pojednawczej.



Compensa TU Vienna Insurance Group posiada **procedurę antymobbingową** określającą sposób postępowania i zasady przeciwdziałania zjawisku mobbingu w firmie. Polityka ujmuje szczegółowo sposób przeciwdziałania zjawisku, a także składania skarg oraz tryb postępowania

i rozpatrywania tych skarg. Procedura obowiązuje we wszystkich jednostkach organizacyjnych spółki.



Polityka antymobbingowa w Credit Agricole Bank Polska określa sposoby zapobiegania mobbingowi i wskazuje reguły postępowania w razie zaistnienia podejrzenia stosowania mobbingu. W ramach działań prewencyjnych prowadzone są także szkolenia kadry menedżerskiej.



Firma **Emitel** wprowadziła **procedurę antymobbingową i antidyskryminacyjną**, czyli formalną ścieżkę postępowania na wypadek zgłoszenia niewłaściwego działania lub zachowania noszącego znamiona mobbingu bądź dyskryminacji. Każdym nowo zatrudnianym pracownikiem jest zapoznawany z wytycznymi opisanymi w procedurze.



Polityka przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji oraz innym nieakceptowalnym zachowaniom w ENEA S.A. definiuje niedopuszczalne sposoby postępowania oraz tryb ich zgłaszania i postępowania ze zgłoszeniami, a także określa działania prewencyjne w **Grupie Enea**. ENEA S.A. w 2020 r. przeszła audyt w zakresie przeciwdziałania mobbingowi uprawniający ją do otrzymania certyfikatu „Firma bez mobbingu”, wystawionego przez Centrum Antymobbingowe Sanduro.



Polityka wspierania różnorodności jest częścią strategii biznesowej i strategii HR firmy **Henkel Polska**. Jej celem jest zapewnienie wszystkim pracownikom – bez względu na narodowość, wiek i płeć – równych szans rozwoju i samorealizacji w życiu zawodowym. Kultura różnorodności promowana jest wśród pracowników w ramach komunikacji wewnętrznej, m.in. podczas Tygodnia Różnorodności.



Polityka przeciwdziałania mobbingowi w Henkel Polska ma na celu podejmowanie działań prewencyjnych, zwiększanie świadomości pracowników, a także eliminację mobbingu w miejscu pracy. Ramy jej działania wyznaczają: Kodeks Etyki, Normy Społeczne oraz Procedura Przeciwdziałania Mobbingowi, określająca prawa i obowiązki pracowników oraz zasady zgłaszania zachowań nieetycznych. Na mocy procedury powołano bezstronną komisję antymobbingową, składającą się z zaufanych pracowników firmy.



RELATIONS Maria Pawtów oraz Monika Klonowska – Szkolenia od 12 lat prowadzą szkolenia oraz doradztwo z **przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji** w organizacjach. Na dostępnym dla wszystkich blogu www.mobbingidyskryminacja.pl/blog publikowane są artykuły z zakresu przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji oraz aktualne orzecznictwo i komentarze do sytuacji społecznej.



Rödl & Partner kładzie nacisk na minimalizowanie ryzyka wystąpienia nieprawidłowości w środowisku pracy, wdrażając **polityki i procedury**. W 2020 r. dotychczasowa polityka antymobbingowa została zaktualizowana i przekształcona w politykę przeciwdziałania naruszeniom w środowisku pracy, która porusza nie tylko takie zagadnienia, jak przeciwdziałanie mobbingowi, ale także dyskryminacji i wszelkim przejawom molestowania.



Wdrożona w **SITECH** wewnętrzna **Polityka Antymobbingowa** reguluje działania zarówno pracownika, jak i pracodawcy. Ma na celu eliminować zachowania o charakterze mobbingu lub dyskryminacji.



RÓŻNORODNOŚĆ

W **Alstom Konstal** w Polsce obchodzono wydarzenie **We Are All Differently Apled – Tydzień różnorodności w zatrudnieniu** wraz z Alstom na całym świecie. W 2020 r. zostało ono rozszerzone o inicjatywy związane z promocją zdrowia psychicznego i bezpieczeństwa w dobie pandemii. Oprócz kampanii komunikacyjnej przygotowano wydarzenia online – szkolenie „COVID-19 – jak pracować w czasie kryzysu?”, webinar z Pete'em Stone'em, ekspertem ds. Diversity & Inclusion oraz webinar z ratownikiem medycznym Państwowego Ratownictwa Medycznego.



W **Banku Handlowym w Warszawie działającym pod marką Citi Handlowy** realizowane są działania mające na celu wzmacnianie kultury diversity i inclusion. Jednym z nich jest rozwój tzw. **networków pracowniczych dla wzmacniania różnorodności w okresie pracy zespolów rozproszonych** – nieformalnych stowarzyszeń, ruchów pracowniczych. W Polsce od lat działają już: Citi Women Network, Citi Pride Network, Family Matters, Disability Network, Multicultural Network.



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

PRAWA CZŁOWIEKA

BASF Polska w środowisku pracy przeciwdziała dyskryminacji ze względu na wiek, rodzicielstwo, religię lub przekonania, płeć bądź orientację seksualną, niepełnosprawność czy rasę, narodowość, pochodzenie etniczne lub narodowe oraz ze względu na jakiegokolwiek inne cechy osobowości lub preferencje. Dlatego m.in. firma **BASF podpisała Kartę Różnorodności koordynowaną przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu**, a w połowie 2020 r. wprowadziła nowy globalny „Kodeks Postępowania Compliance”. Pracownicy mają zapewnione mechanizmy ochrony i niezwłocznej reakcji na nieprawidłowości poprzez możliwość anonimowego zgłoszenia wszelkich przejawów dyskryminacji w ramach Infolinii Compliance.



Dni Różnorodności w Brown-Forman Polska to wewnętrzna inicjatywa, której celem jest budowanie różnorodnego i włączającego środowiska pracy. W firmie zorganizowane zostały cztery webinary z udziałem ekspertów, z których każdy poświęcony był innemu zagadnieniu. Koordynatorami wirtualnych spotkań byli członkowie wewnętrznych grup, których zadaniem jest wspieranie rozwoju kobiet, promowanie współpracy przedstawicieli różnych pokoleń oraz budowanie środowiska opartego na wdrażaniu praktyk związanych z efektywnym zarządzaniem różnorodnością.



Projekt Wielka Czwórka – międzypokoleniowość to projekt edukacyjny poświęcony różnorodności wynikającej z różnic pokoleniowych w firmie **Budimex**. Celami inicjatywy jest pokazanie wymiernych korzyści wynikających z dzielenia się wiedzą pomiędzy pracownikami reprezentującymi różne pokolenia; skuteczne budowanie kultury informacji zwrotnej; zbudowanie wiedzy dotyczącej tego, na czym polegają różnice międzypokoleniowe; a także polepszenie współpracy oraz komunikacji pomiędzy poszczególnymi grupami pracowników i pokoleniami.



Firma **Capgemini Polska** przygotowała kampanię wizerunkową **Między Innymi**, której celem jest ukazanie różnorodności w nowy, odświeżony sposób. Kampanię zaplanowano z uwzględnieniem najnowszych trendów technologicznych, i tak powstały: serial „Among Others” z udziałem pracowników, webinary „Among Others” z udziałem zaproszonych ekspertów, podcasty „Między Innymi” z udziałem ekspertów z danej branży oraz slajdowiska online prowadzone przez pracowników.



Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** organizuje szereg działań na rzecz wspierania różnorodności. W 2020 r. w spotkaniu dotyczącym różnorodności w miejscu pracy wzięła udział Rzecznik Praw Obywatelskich, przedstawicielka Kampanii Przeciw Homofobii oraz Fundacji Women in Law. We wrześniu

zorganizowano tygodniowy Diversity & Inclusion Festival oraz pozyskano środki finansowe z brytyjskiej fundacji CMS Cameron McKenna na rzecz Kampanii Przeciw Homofobii.



W 2020 r., jak i w latach poprzednich **Credit Suisse Poland** LGBTQ+ & Ally Network okazał **solidarnością ze społecznością LGBT+**. Przygotowano wiele szkoleń online o tematyce LGBT. Firma zorganizowała spotkanie z psychologiem na temat problemu homofobii w kraju oraz efektywnego wspierania osób LGBT+, a potrzebującym pracownikom zaofiarowała bezpłatne sesje terapeutyczne.



Diversity & Inclusion Rating to inicjatywa, którą eksperci **Deloitte Polska** prowadzili wraz z Forum Odpowiedzialnego Biznesu, koordynatorem Karty Różnorodności w Polsce. To narzędzie stworzone na podstawie doświadczeń i metodyk polskich i międzynarodowych, zaprojektowane, by definiować szanse i ryzyka związane z zarządzaniem różnorodnością oraz obszary do rozwoju w procesie budowania włączającej organizacji, otwartej na różnorodne pracowniczki i różnorodnych pracowników. Odbyły się dwie edycje ratingu.



EY Polska prowadzi program **Poziom wyżej bez barier**, którego celem jest budowanie kultury różnorodności poprzez stworzenie jak najlepszych warunków pracy dla osób z różnymi wyzwaniami zdrowotnymi oraz zachęcenie kandydatów z niepełnosprawnością do aplikowania do EY. Program realizowany jest przez multidyscyplinarny zespół. Do jego zadań należy m.in. pomoc w przejściu przez całą procedurę uzyskania orzeczenia o niepełnosprawności oraz udzielenie wsparcia w dostosowaniu warunków pracy do potrzeb osób z niepełnosprawnością.



Różnorodność i integracja to praktyka firmy **EY Polska**. Grupa Diversity and Inclusiveness działa w EY GDS Poland od 2016 roku. Akcje grupy skupiają się na szerzeniu wśród pracowników dobrych praktyk w zakresie współpracy międzykulturowej i rozumienia potrzeb drugiego człowieka. Warsztaty, spotkania i artykuły tworzone przez grupę budują świadomość.



Celem **przeglądu wynagrodzeń w Ferrero Polska Commercial** jest zapewnienie uczciwego i konkurencyjnego wynagrodzenia bez względu na płeć. Poziom wynagrodzenia jest regularnie weryfikowany, by były one konkurencyjne w skali danego rynku.



W 2020 r. firma **Ferrero Polska Commercial** wdrożyła globalnie i w Polsce projekt **Różnorodność i Inkluzja**. W wyniku analizy obszarów do poprawy zdefiniowano cztery podstawowe wymiary, na których firma postanowiła się skupić: płeć, narodowość, pokolenie i kultura pracy. W ramach projektu powołano 17 Ambasadorów we wszystkich regionach świata, którzy przewodniczą radom D&I. W skład rad wchodzi 130 osób 25 narodowości reprezentujących przekrój działów, stanowisk, kategorii wiekowej i płci w strukturze firmy.



Firma **Fujitsu Technology Solutions** zorganizowała trzy **Żywe Biblioteki** w współpracy z organizacjami pozarządowymi – Centrum Dialogu im. Marka Edelmana i Fabryką Równości. W ramach wydarzenia pracownicy mogli spotkać się z przedstawicielami grup społecznych zagrożonych wykluczeniem. Rozmawiali na ważne tematy społeczne i osobiste, mogli zapytać o radę lub dowiedzieć się, jak wygląda życie np. osoby z chorobą dwubiegunową czy osoby transpłciowej.



GEODIS Poland realizuje **Program integracji osób z niepełnosprawnością**. Wyznaczono Przedstawiciela ds. Niepełnosprawności, którego rola polega m.in. na podniesieniu świadomości wśród menedżerów, zachęcaniu do wdrażania środków, które pozwalają pracownikom z niepełnosprawnością wykonywać swoje zadania w dobrych warunkach, a także reprezentowaniu GEODIS w szkołach partnerskich.



Huawei Polska prowadzi szereg działań w celu **przeciwdziałania wykluczeniu i wsparcia osób z niepełnosprawnościami w ramach współpracy z Fundacją Leżę i Pracuję**. Firma zatrudniła w swoich strukturach jednego z podopiecznych Fundacji. Kolejnymi etapami współpracy z fundacją był udział w opracowaniu raportu „Zdalniacy” diagnozującego sytuację i perspektywę dla osób z niepełnosprawnością ruchową na polskim rynku pracy, a także wsparcie maratonu innowacji Wheelkathon.



W **ING Tech Poland** w ramach projektu związanego z inicjatywą **firmy bez barier** zorganizowano sześć edycji szkolenia w zakresie „Savoir-vivre w kontakcie z osobą z niepełnosprawnością” (uczestniczyło w nim prawie 200 osób z całej firmy) oraz cykl pięciu szkoleń dla zespołu HR i dla menedżerów z zakresu rekrutacji, zatrudniania i zarządzania osobami z niepełnosprawnościami. Przeprowadzono dwa spotkania z Area Leaderami i Tribe Leaderami, podczas których

poruszana była tematyka zarówno zasad zachowania, jak i zatrudniania osób z niepełnosprawnościami.



W październiku 2020 r. w firmie **intive** po raz pierwszy odbył się **Tydzień Różnorodności**. Akcja przyjęła formę webinarów, do których można było przyłączyć się o stałej porze od poniedziałku do piątku. Poruszały one tematy z obszarów: zdrowie psychiczne, międzykulturowość, LGBT+, status rodzinny, komunikację. Dodatkowo firma intive podpisała **Kartę Różnorodności** w Polsce, jak również w Niemczech.



W czerwcu, który jest obchodzony na świecie jako Miesiąc Dumi, firma **intive** powołała **stanowisko Ambasadora LGBT+** jako reprezentanta pracowników należących do społeczności LGBT+. Do głównych zadań Ambasadorów należą konsultacje – jeżeli ktokolwiek chce zabrać głos, wyrazić wątpliwości, uzyskać odpowiedzi czy też otrzymać wsparcie – jest to pierwszy kontakt. Ambasador jest niezależny i bezstronny.



Many Mornings wspiera **Stowarzyszenie Rodzin i Opiekunów Osób z Zespołem Downa Bardziej Kochani** przekazując od trzech lat w Światowym Dniu Zespołu Downa 21% ze sprzedaży wszystkich swoich produktów na jego rzecz. Many Mornings pod hasłem „Jesteśmy dumni z bycia różnymi” wsparta ogólnopolską kampanię edukacyjną walczącą z niesprawiedliwymi stereotypami i z wykluczeniem ze względu na chorobę.



W 2020 r. w **Rödl & Partner** prowadzono działania mające na celu edukację i promocję różnorodności w organizacji w ramach **projektu „Różnorodność”**. Z początkiem roku realizowany był pilotażowy warsztat dla zespołów „Różnorodne zespoły”, który przerwany z powodu pandemii, kontynuowany był jako „Siła zespołu” jesienią 2020 r. i miał formę online. W październiku został przeprowadzony warsztat dla najwyższej kadry zarządzającej dotyczący różnorodności. Rödl & Partner w 2020 r. przystąpił do Karty Różnorodności.



W 2020 r. zorganizowano trzeci **Dzień Różnorodności** w **Rossmann SDP**. W czasie pandemii wydarzenie odbyło się w formie online. Firma zdecydowała się na poruszenie tematu języka inkluzyjnego oraz na Q&A z Żywą Książką. Przedsięwzięcie rozpoczęło się od ogólnodostępnego wykładu na temat stereotypów. W trakcie Q&A z Żywą Książką pracow-



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

PRAWA CZŁOWIEKA

nicy mieli okazję porozmawiać m.in. z mamą dziecka autystycznego, osobą transpłciową i żyjącą z ChAD.



Kampanię wewnętrzną „JA TEŻ” **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**

rozpoczęło w 2020 r., aby informować o nowych benefitach dla osób z orzeczeniem o niepełnosprawności. Firma m.in. dofinansowuje leczenie, rehabilitację oraz zakup leków związanych z niepełnosprawnością, zapewnia dodatkowe dwa dni urlopu czy konsultacje ze specjalistami. W ramach kampanii wewnętrznej zrealizowano cykl filmów „JA TEŻ” o realizowaniu pasji przez pracowników, którzy posiadają orzeczenie o niepełnosprawności.



W 2020 r. w **T-Mobile Polska** przygotowano odświeżone podejście do tematu D&I, a cały projekt został nazwany **WE LOVE DIVERSITY. SIŁA RÓŻNORODNOŚCI**. Jego symboliczną inauguracją było podpisanie deklaracji wartości. Przez kolejne miesiące przygotowano szereg aktywności: wprowadzono femintatywy w ogłoszeniach o pracę i znacząco zmieniono ich formę, szkolono rekruterów, przygotowano specjalną stronę internetową dla pracowników, wzmacniano pozycję Koordynatora ds. Równego Traktowania, rozpoczęto serię webinarów z zewnętrznymi ekspertami.



Na terenie Toru Wyścigów Konnych Służewiec, którego od 11 lat mecenasem i zarządcą jest **Totalizator Sportowy** odbyło się w sezonie pięć różnorodnych gonitw, w których brały udział tylko kobiety. **Women Power Series** było okazją dla amatek do zaprezentowania swojego potencjału w rywalizacji zapewniającej równe szanse. Dla najlepszej uczestniczki przewidziana została premia finansowa.



Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy

utworzył sieć networków – tzw. **affinity networks**, która odzwierciedla różnorodność osób pracujących w Citi. Wartością sieci jest jej oddolny charakter. Pracownicy wybierają obszary i tematy, w ramach których chcieliby pogłębiać swoją wiedzę i doświadczenie. Pracodawca – Citi – wspiera te działania, tworzy przyjazne środowisko i finansuje przedsięwzięcia w jego ramach.



W **Banku Handlowym w Warszawie działającym pod marką Citi Handlowy**

funkcjonuje grupa pracownicza **Pride Network Poland**. Sieć jest otwarta dla wszystkich przedstawicieli środowiska LGBT, jak również dla tych pracowników, którzy chcą wspierać poszanowanie dla różnorodności w Citi, otwarcie mówić o swoim życiu, być

równoprawnymi członkami zespołu i móc być sobą, nie bojąc się dyskryminacji czy braku akceptacji w miejscu pracy.



W ramach **działań na rzecz różnorodności i integracji społecznej** w 2020 r. w **BNP Paribas Bank Polska**

zorganizowano Dni Różnorodności, podczas których pracownicy mieli szansę uczestniczyć w webinarach i warsztatach dotyczących stereotypów, komunikacji i savoir-vivre'u wobec osób z niepełnosprawnością, kreatywnej komunikacji, skutków i sposobów zapobiegania przemocy oraz łączenia pracy zawodowej i obowiązków związanych z opieką nad dzieckiem wśród ojców.



Podczas Światowego Dnia Wartości **Capgemini Polska**

wraz z ABSL i innymi firmami z sektora usług biznesowych w wielu lokalizacjach w Polsce świętowało siłę różnorodności. Akcja **#razemwpracy** została zainicjowana w 2018 r. przez ABSL, zrzeszając firmy z tego sektora, chcące w ten sposób pokazać wsparcie i otwartość dla różnorodności kulturowej w miejscu pracy. Capgemini w ramach akcji #workingtogether2020 m.in. podpisało deklarację ABSL Poland – ABSL Diversity & Inclusion Declaration jako zobowiązanie do tworzenia przyjaznego i zintegrowanego środowiska pracy.



Capgemini Polska realizuje program **Win with Capgemini**

, którego celem jest wsparcie zatrudnienia osób niepełnosprawnych w firmie. Firma oferuje niezbędne adaptacje technologiczne i pomoc na pierwszych etapach pracy i zatrudnienia. Obecnie Capgemini Polska zatrudnia ponad 80 osób z niepełnosprawnościami. Korzystają one z takich rozwiązań, jak: oprogramowanie dla osób z niepełnosprawnością wzroku czy adaptacje przestrzeni dla poruszających się na wózkach.



Program **People and Culture** firmy **Clear Channel Poland**

powstał w 2019 roku. Obejmuje wszystkie istotne aspekty, zarówno z zakresu HR, jak i kultury organizacyjnej, promując Diversity & Inclusion. Programy w ramach praktyki to: Fair Pay, Development, Równość Płci, Leadership Behaviours, Inclusion&Connection. To działania w kierunku różnorodności, równego traktowania i tworzenia włączającego miejsca pracy.



Credit Agricole Bank Polska realizuje „Diversity Power – różnorodność i integracja”.

To projekt na rzecz wspierania różnorodności oraz zarządzania nią w banku Credit Agricole i społeczeństwie. Działania zapoczątkowało podpisanie Karty Różnorodności w 2018 r. W 2020 r. prowadzono kampanię informacyjno-edukacyjną. W ramach akcji,

we współpracy ze Stowarzyszeniem Diversja, regularnie organizowane były warsztaty oraz webinary związane z różnorodnością i językiem inkluzywnym.



W **Credit Agricole Bank Polska** wprowadzona została **Polityka Różnorodności**, która precyzuje rozumienie różnorodności, a także określa podstawowe zasady zarządzania tym obszarem w banku i jego zobowiązania. Nad polityką i jej wdrożeniem pracowała grupa robocza „Diversity & Inclusion”. Realizacja polityki – która obejmuje pracowników, klientów, kandydatów do pracy i pozostałych interesariuszy – wzmacniana była i będzie szeregiem warsztatów i szkoleń.



W **Credit Suisse Poland** działa sieć pracownicza **Poland LGBT+ & Ally Network**, skupiająca osoby LGBT i heteroseksualne, którym bliskie są idee otwartości na różnorodność. Celem grupy jest inicjowanie projektów przeciwdziałających dyskryminacji szczególnie osób LGBT.



Credit Suisse Poland to pierwsza wrocławska firma, która oficjalnie wzięła udział we wrocławskim **Marszu Równości** w 2016 r. W 2020 r. organizacja nadal wspierała ideę marszu równości poprzez działania informacyjne, ale z uwagi na bezpieczeństwo pracowników nie zachęcała do udziału w eventach masowych. Pracownicy mogli dołączyć prywatnie na podstawie indywidualnych decyzji.



Poland LGBT+ & Ally Network we współpracy z trenerem antydyskryminacyjnym prowadzi **autorski warsztat „Język włączający”** podnoszący świadomość roli języka w kształtowaniu rzeczywistości i wyposażający uczestników w praktyczne umiejętności reagowania na język dyskryminujący. W **Credit Suisse Poland** w 2020 r. w związku z pandemią odbyło się jedno szkolenie online z zewnętrznym trenerem na temat języka włączającego, na które zgłosiło się 180 osób.



Credit Suisse Poland wspiera różnorodność i działania włączające, a jedną z szeroko promowanych inicjatyw jest **Pride Month** – globalna kampania informacyjna promująca zagadnienia związane z równością i sytuacją osób LGBT+. W 2020 r. przedsięwzięcia przeniosły się do przestrzeni wirtualnej.



Sieć **Multicultural Network** zrzesza pracowników **Credit Suisse Poland** reprezentujących wiele narodowości, ras i kultur. Grupa ułatwia proces adaptacji społeczności międzynarodowej do nowych warunków kulturowych, społecznych i językowych. W 2020 r. sieć zorganizowała serię spotkań pod hasłem „Explore Culture with MCN”, której celem było przybliżenie kultury, historii i ciekawych miejsc turystycznych krajów, z których pochodzą pracownicy Credit Suisse Poland.



Celem **Programu „Praca – Integracja”** jest podniesienie wskaźnika zatrudnienia osób niepełnosprawnych na otwartym rynku pracy. W 2020 r. zawarto porozumienie o współpracy przy realizacji pilotażowego Programu „Praca – Integracja” określające warunki współpracy pomiędzy ENEA a wyłonionym przez PFRON oferentem NGO. Pozostałe spółki Grupy ENEA, biorące udział w programie zawarły również stosowne porozumienia. W ramach programu spółki **Grupy Enea** deklarują gotowość podejmowania działań zmierzających do podjęcia i utrzymania zatrudnienia przez osoby niepełnosprawne – łącznie 25 etatów.



Segreguję – nie widzę przeszkód to projekt firmy **ENERIS Ochrona Środowiska**, który ma za zadanie ułatwienie niewidomym ochronę środowiska poprzez właściwe sortowanie odpadów. Służy do tego zestaw sześciu prostych naklejek w alfabecie Braille'a dla osób niewidomych (wykonane z PET pochodzącego z recyklingu, odporne na warunki pogodowe) bezpłatnie dystrybuowanych wśród osób niepełnosprawnych.



W 2019 r. **Henkel Polska** we współpracy z firmą BETTER zainaugurował – pod parasolem Kongresu Różnorodności – **cykl kameralnych spotkań Praktycy Różnorodności w Lepszym Świecie**. W ich trakcie eksperci i praktycy wymieniają się pomysłami i dobrymi praktykami oraz zastanawiają się, jak skutecznie tworzyć przyjazne i różnorodne organizacje.



Program **Welcome2Wroclaw** firmy **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** powstał w 2015 r. w odpowiedzi na zapotrzebowanie zgłaszane przez zatrudnianych w firmie obcokrajowców. Aktualnie obok wsparcia w kwestiach związanych z relokacją do nowego miasta, organizowane są spotkania integracyjne, odbywają się zajęcia z języka polskiego dla obcokrajowców i sesje informacyjno-edukacyjne na temat bezpieczeństwa czy dostępnych w mieście programów dla osób z innych krajów.



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

PRAWA CZŁOWIEKA

Projekt **Budowanie Świadomości Niepełnosprawności (DIVE. IN)** realizowany w **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** ma na celu przybliżenie pracownikom firmy zagadnienia aktywizacji osób niepełnosprawnych, obalenie stereotypów dotyczących niepełnosprawności oraz wypracowanie narzędzi pomocnych w aktywizacji osób wykluczonych z powodu niepełnosprawności. W 2020 r. firma zorganizowała kompleksowe szkolenie przybliżające różne rodzaje niepełnosprawności.



Od 2018 r. **Holding 1** realizuje program **zatrudniania osób z niepełnosprawnościami** w ramach telepracy. Każdy telepracownik ma wsparcie opiekuna, który pomaga wdrożyć się pracownikowi w obowiązki, a następnie radzi sobie z wyzwaniami zawodowymi. W 2020 r. położono szczególny nacisk na budowanie otwartej komunikacji między telepracownikiem a opiekunem.



Specjalny zespół **Diversity Team** ma za zadanie integrację wszystkich pracowników **Infosys Poland** oraz wspieranie, promowanie i rozwijanie idei różnorodności w firmie i poza nią. Z perspektywy Infosys Poland to szczególnie ważne, ponieważ pracownicy firmy pochodzą ze 106 krajów i na co dzień pracują w aż 28 językach.



Od 2011 r. w ramach programu **TAKpełnosprawni Job Impulse** aktywnie promuje zatrudnianie i integrację osób z niepełnosprawnością. Przekazuje pracodawcom wiedzę na temat aspektów formalnoprawnych oraz wspiera w tworzeniu kultury organizacji otwartej na zespoły różnorodne pod kątem sprawności. W 2020 r. powołano Fundację TAKpełnosprawni, która rozszerzyła działania na rzecz bardziej otwartego rynku pracy.



Lidl Polska ustanowił nagrodę **Lidl Fair Pay**. W plebiscycie wzięły udział firmy z sektora FMCG, zakłady produkcyjne, farmaceutyczne oraz centra usług wspólnych. Uczestnicy konkursu zostali przebadani pod względem kilku aspektów, m.in.: równości wynagrodzeń na tych samych poziomach zaszerzowania, udziału kobiet w kadrze kierowniczej oraz zespołach zarządzających. Partnerem merytorycznym nagrody jest firma Korn Ferry. W 2020 r. odbyła się druga edycja konkursu.



Projekt „Różnosprawni” **Santander Bank Polska** ma na celu budowanie inkluzywnego i różnorodnego środowiska pracy i przygotować organizację do zatrudnienia osób z niepełnosprawnością. Bank realizuje działania edukacyjne budujące świadomości z zakresu praw i potrzeb tej grupy pra-

cowników (m.in. przekazy komunikacyjne, warsztaty, artykuły edukacyjne, np. cykl „Przetam się wiedzą o niepełnosprawności”).



Shell Polska wspiera i zatrudnia osoby z niepełnosprawnościami. Shell kontynuuje program Workplace Accessibility. Dzięki niemu m.in. osoby z niepełnosprawnościami mogą pracować w większym komforcie, co jest szczególnie ważne w czasie pracy zdalnej. Prowadzone są cykliczne szkolenia dla menedżerów i działu HR zwiększające świadomość pracy z osobami z niepełnosprawnościami.

W 2020 r. odbyły się: sesje informacyjne na temat języka niepełnosprawności i projekt Bridge mający na celu udoskonalenie komunikacji, edukacji i procesu zgłaszania faktu bycia osobą z niepełnosprawnościami.



Shell Polska wspiera różnorodność wewnątrz firmy.

W 2020 r. firma kontynuowała prace nad obszarem tematycznym Gender Balance in Leadership, w wyniku którego 62% menedżerów to kobiety. Ponadto 40 osób w Shell to osoby z niepełnosprawnościami. Firma organizuje m.in. D&I Festival.



SITECH propaguje różnorodność w miejscu pracy, bazując na podpisanych przez przedstawicieli spółki dokumentach. W maju 2020 r. zorganizowano Dzień Różnorodności. Pracownikom został przedstawiony krótki film, aby podnieść ich świadomość w obszarze uprzedzeń. Na koniec spotkania każdy rozwiązał krótki quiz i dzięki temu mógł sprawdzić stan swojej wiedzy w dziedzinie różnorodności.





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



PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY



W tym roku, w obszarze działań z zakresu pracy znalazło się 255 praktyk nowych oraz 270 praktyk długoletnich zgłoszonych przez 141 firm. W porównaniu z poprzednią edycją mamy do czynienia z okolo czterdziestoprocentowym wzrostem nowych działań CSR. To także wynik wyższy niż w raporcie za rok 2018, gdy nie obowiązywało jeszcze ograniczenie maksymalnie 10 nowych działań zgłoszonych przez dane przedsiębiorstwo. W przypadku praktyk długoletnich wystąpił zaś niewielki spadek liczby zgłoszonych praktyk.

Firmy wdrażały zupełnie nowe działania CSR, a jednocześnie zmieniały wcześniej realizowane projekty w sposób, który pozwalał skutecznie odpowiedzieć na aktualne wyzwania. Czynnikiem wpływającym na specyfikę podejmowanych inicjatyw była przede wszystkim pandemia. Firmy wdrożyły rozwiązania, które miały wesprzeć zatrudnionych i ochronić ich przed zakażeniem koronawirusem. Firmy umożliwiały też zaangażowanie się kadry w prowadzone akcje pomocowe na rzecz społeczności lokalnych, grup narażonych na wykluczenie oraz personelu szpitali.

Tam, gdzie była taka możliwość, organizacje czy poszczególne działy przechodziły w tryb pracy zdalnej. Pracodawcy spostrzegli, że model home office, wcześniej traktowany jedynie jako cenne narzędzie employer brandingowe, niesie ze sobą także nowe wyzwania. Biznes musiał wesprzeć pracowników nie tylko pod kątem organizacyjnym czy informacyjnym. Ważnym tematem stało się zdrowie psychiczne i obciążenie obowiązkami – zarówno zawodowymi, jak i prywatnymi. Konieczność pracy na kilku etatach, zwłaszcza przez kobiety łączące pracę, opiekę i wsparcie dzieci w nauce zdalnej, zgłaszane przez zatrudnionych problemy w zachowaniu odpowiedniej równowagi spowodowały niejako odczładowanie home office. Pracodawcy reagovali na pojawiające się sygnały i udzielali zatrudnionym wsparcia poprzez ułatwienie dostępu do psychologów, szkolenia i porady dotyczące work-life balance, ale i... ograniczanie liczby i częstotliwości spotkań online. Jednocześnie należy pamiętać, że według ostatnich statystyk home office to

niejako przywilej dostępny zaledwie co piątemu pracownikowi.

Nowa rzeczywistość wymusiła także zmianę zasad rekrutacji i procesów związanych z onboardingiem. Pracodawcy podjęli więc szereg działań, których celem była dbałość o efektywność procesów związanych z zatrudnieniem nowych osób, gdyż wdrażanie w codzienne obowiązki i poznawanie kultury organizacyjnej nowego pracodawcy w warunkach pracy zdalnej jest dodatkowo utrudnione.

Ponadto firmy dostrzegły, podnoszoną również przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu w badaniu z 2020 roku „Praca zawodowa a pełnienie ról opiekuńczych przez kobiety i mężczyzn w Polsce” konieczność zwrócenia większej uwagi na wspomniane już łączenie ról opiekuńczych i zawodowych. W kategorii firma przyjazna rodzinie ponaddwukrotnie wzrósł odsetek działań wspierających pracowników w zachowaniu odpowiedniej równowagi między pracą a życiem prywatnym. Oprócz warsztatów i nastawienia na elastyczność, wprowadzono na przykład dodatkowe urlopy dla ojców. A to, jak pokazują wyniki wspomnianego badania FOB, jest odpowiedzią na najważniejsze wyzwania rynku pracy. Umożliwia bowiem wsparcie kobiet w bardziej sprawiedliwym podziale ról opiekuńczych.


Rzut oka na Cele Zrównoważonego Rozwoju, do realizacji których przyczyniają się zgłoszone praktyki, pozwala na wysunięcie tezy że oprócz Celu 8., który dotyczy godnej pracy, do najczęściej pojawiających się należą 3. Cel – dobre zdrowie i jakość życia, a także 4. Cel – dobra jakość edukacji. Ten trend związany jest po pierwsze z priorytetem nadanym działaniom związanym z ochroną zdrowia, a po drugie z często edukacyjnym charakterem realizowanych inicjatyw. Jak pokazały wyniki badania FOB (<http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-z-badania-forum-odpowiedzialnego-biznesu-koronawirus-opinie-polakow-i-ocena-dzialan-pracodawcow/>) przeprowadzonego w marcu 2020 roku, dostarczenie fachowej i podanej w przystępny sposób wiedzy na temat COVID-19 oraz działania wdrażane przez pracodawcę zostały przez pracowników zauważane i doceniane.


255 praktyk nowych


270 praktyk długoletnich


141 firm

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

 Liczba zatrudnionych pracowników w 2020 r.

 Małe / średnie przedsiębiorstwo

 Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie

 Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 255

BEZPIECZEŃSTWO W MIEJSCU PRACY

W związku z zagrożeniem pandemią **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** zrealizowało program **bezpieczne miejsce pracy podczas pandemii COVID-19**, którego celem było zminimalizowanie ryzyka zakażeń na terenie zakładu. W ramach programu firma podjęła szereg działań, m.in.: wprowadzenie pracy zdalnej i zdalnych spotkań biznesowych, zakaz wejścia do magazynu dostawców, praca zmianowa w laboratorium oraz kontrola temperatury ciała na wejściu do zakładu. Programowi towarzyszyła regularna kampania informacyjna i komunikacja między Działem HR a kadrą pracowniczą.

 230  

Odpowiedź Capgemini Polska na pandemię COVID-19 to dobra praktyka **Capgemini Polska** obejmująca takie inicjatywy, jak m.in. przejście 97% pracowników na pracę zdalną, zmiana i dostosowanie procedur i procesów HR-owych, dostosowanie powierzchni biurowej do zasad reżimu sanitarnego, stworzenie dedykowanego procesu komunikacji zagadnień związanych z COVID-19, zmiana w procedurach działania zespołów wsparcia IT oraz powołanie sztabu kryzysowego.

 9 000 

Kampania Bezpieczeństwo to nasz priorytet zrealizowana przez **CEMEX Polska** miała na celu zwrócenie uwagi pracowników na zagrożenia w miejscu pracy. Wskazania kampanii skupiały się na zidentyfikowaniu i ocenie ryzyka pracy, a także upewnieniu się, że narzędzia, których pracownicy używają, są bezpieczne. Wagę przywiązywano również do sprawdzania stanu zabezpieczenia przez personel maszyn przed konserwacją/naprawą. Kampania została przeprowadzona za pomocą filmu zaprezentowanego pracownikom produkcyjnym oraz mailingu.

 1 000 

W ubiegłym roku firma **CEMEX Polska** podjęła kolejny krok w kwestii przeciwdziałania potencjalnie niebezpiecznym zdarzeniom z udziałem pojazdów i wprowadziła **elektroniczny system kontroli pojazdów za pomocą modułu NFC**. Nowy system daje możliwość ciągłego monitorowania realizowanych kontroli oraz stanu pojazdów. Kierowca przykładła telefon do czytnika NFC, który inicjuje dostęp do miejsca wypetnienia

listy kontrolnej. Projekt rejestru kontroli został wdrożony we wszystkich zakładach WBT w Polsce. Celem jest monitorowanie przeglądów przeprowadzanych zgodnie z dokumentacją techniczną, aby zapewnić bezpieczeństwo użytkownika betonomieszarek i pomp do betonu.

 1 000  

Elektroniczne narzędzie do zarządzania personelem wykonawców to platforma do nadzoru pracowników firm wykonujących prace na terenie zakładów **CEMEX Polska**. Dostępne jest dla każdej zarejestrowanej firmy i zawiera szkolenia wprowadzające kończące się egzaminem w postaci testu. Po szkoleniu konto w systemie zostaje aktywowane i uprawnia pracowników do wejścia na teren zakładu. System przypomina również o zbliżającym się terminie utraty ważności kwalifikacji i uprawnień oraz posiada moduł weryfikacji przedsiębiorstw w zakresie spełniania wymagań przepisów i zasad BHP CEMEX.

 1 000  

W ramach akcji **#RazemSilniejsi** grupa spółek **Danone** działała w trzech obszarach: ochrona pracowników, wsparcie partnerów biznesowych oraz pomoc szpitalom. Program objął m.in. przejście na pracę zdalną, zapewnienie warunków chroniących zdrowie, dodatkowe wynagrodzenie, gwarancję zatrudnienia do końca czerwca 2020 r. oraz utrzymanie poziomu wynagrodzeń. Globalny budżet pozwolił na wsparcie MŚP w utrzymaniu płynności finansowej oraz przekazanie m.in. środków ochrony osobistej na rzecz szpitali. Łączna wartość rynkowa udzielonej pomocy wyniosła ponad 3 mln zł.

 1 223  

Nowe procedury bezpieczeństwa podczas pandemii wykraczające ponad wymogi prawa to praktyka DB CARGO POLSKA mająca na celu utrzymanie ciągłości działań kluczowych procesów produkcyjnych. W ramach procedury został powołany zespół ds. zarządzania kryzysowego w dobie pandemii, opracowano linię komunikacji zarządczej, wprowadzono codzienne spotkania z kadrą kierowniczą oraz Zarządem, wdrożono regulacje zabezpieczające. Dzięki szybkiej reakcji i wspomnianym działaniom łączna ilość zakażeń wśród załogi ogółem nie przekroczyła 5%.

 3 000  

Bezpieczeństwo lokomotyw i poprawa komfortu pracy w lokomotywach to inicjatywa **DB CARGO POLSKA**, w ramach której m.in. zamontowano klimatyzację w starszych typach lokomotyw, wymieniono fotele maszynistów na ergonomiczne, zamontowano nakładki ryflowane na stopnie wejściowe. Dodatkowo dla zwiększenia bezpieczeństwa lokomotyw w ruchu kolejowym wdrożono skaner 3D do precyzyjnego pomiaru zestawów kołowych i wyeliminowania ewentualnych błędów. Dzięki działaniom ograniczono liczbę wypadków przy pracy (w 2020 r. do 20 wypadków, w 2019 – 37 wypadków).

 3 000  

Dla **ENERIS Ochrona Środowiska** najważniejszym celem było utrzymanie zdrowia pracowników, a dzięki temu zachowanie ciągłości zbiórki odpadów od 830 tys. mieszkańców. Powołany sztab kryzysowy w ramach programu **ENERIS w dobre COVID** opracował zbiór wytycznych, procedur oraz materiałów informacyjnych. Zaangażowano również współpracujące firmy do dzielenia się wiedzą, w ramach Koalicji BHP stworzona została seria artykułów o przeciwdziałaniu zakażeniom. Spółka dzieliła się wiedzą na temat bezpiecznej utylizacji środków ochronnych.



W celu ochrony zdrowia swoich pracowników firma **GEODIS Poland** zrealizowała **Kampanię Bezpieczeństwa**. Plakaty informacyjne oraz materiały edukacyjne dystrybuowane były regularnie za pomocą ekranów znajdujących się w oddziałach, poprzez maile oraz na spotkaniach wewnętrznych pracowników z menedżerami.



Grupa Raben zainicjowała praktykę **Keep calm i zachowaj dystans**. Po oficjalnym ogłoszeniu pandemii wszyscy pracownicy, którzy nie musieli pracować z biura, zostali oddelegowani do pracy w domu. W obiektach firmy wprowadzono szereg procedur minimalizujących ryzyko zarażenia (30-minutowe przerwy między zmianami w magazynie, kontrole temperatury przy wejściu, sprzęt firmowy możliwy do zabrania do domu, powszechna dostępność środków ochrony osobistej itd.). We wrześniu ruszyła kampania edukacyjna dotycząca bezpieczeństwa w czasach pandemii.



SERBastion służy radą – Bezpiecznie i odpowiedzialnie o każdej porze to program edukacyjny firmy **Hochland**, który ma na celu promocję bezpiecznych zachowań w pracy i życiu prywatnym wśród pracowników. Poruszono tematy powiązane z porami roku i zagrożeniami, które występują w danym okresie, poprzez publikacje w portalu pracowniczym oraz umieszczanie w obszarze produkcyjnym plakatów informacyjnych promujących bezpieczne zachowanie i zwracającą uwagę na zagrożenia.



Zodox jest środkiem dezynfekującym, którego produkcję ze względu na pandemię podjęła się **Jastrzębska Spółka Węglowa**. Środek jest produkowany z bazującego na związkach chloru powszechnego surowca, którym dysponuje firma. Zodox stworzony został według wytycznych Światowej Organizacji Zdrowia oraz Centrum Kontroli i Zapobiegania Chorób. Znalazł swoje zastosowanie w zakładach pracy

(warsztaty, magazyny), w pomieszczeniach, takich jak łaźnie, toalety, szatnie, a także obiektach przestrzeni publicznej, np. przystanki, ławki, chodniki.



W celu kontroli standardów higienicznych i zasad bezpieczeństwa **Kaufland Polska Markety** zlecił niezależnej, akredytowanej jednostce certyfikującej **TÜV Rheinland kontrolę** wszystkich swoich placówek. Proces dotyczył całej sieci: 225 marketów, 3 centrów dystrybucyjnych oraz centrali firmy we Wrocławiu. Sprawdzone zostały m.in. stacje do dezynfekcji dłoni, dostęp klientów do rękawiczek czy stanowiska kasowe. Po zakończeniu kontroli wszystkie placówki uzyskały znak TÜV Rheinland potwierdzający pozytywny wynik inspekcji.



Kopalnia Soli „Wieliczka” wypracowała szczegółową politykę bezpieczeństwa sanitarnego i **ochrony zdrowia w czasie pandemii COVID-19**. Polityka obejmowała szereg działań ukierunkowanych m.in. na zapewnienie pracownikom środków ochronnych czy kontroli stanu zdrowia. Firma przekazała również środki ochronne i sprzęt dla wielecjan, szpitali i służb mundurowych. Programowi towarzyszyła kampania informacyjna, w intranecie opublikowano blisko 40 wpisów poświęconych profilaktyce COVID-19.



MAKRO Polska wprowadziło szereg **działań w celu ograniczenia rozprzestrzenienia się wirusa SARS-CoV-2**, w tym m.in.: dezynfekcję miejsc i powierzchni, monitorowanie stanu zdrowia pracowników oraz kampanię edukacyjną. Wdrożono również indywidualną pomoc psychologiczną dla pracowników oraz przeprowadzono cykl szkoleń online dla Sił Sprzedaży z zakresu wytycznych dotyczących przeciwdziałaniu epidemii SARS-CoV-2.



W 2020 r. **MAKRO Polska** w celu udoskonalenia funkcjonowania **pierwszej pomocy** w firmie zakupiło 15 **defibrylatorów AED**, które trafiły do hal m.in. w Warszawie, Krakowie, Bydgoszczy, Sosnowcu, Bielsku-Białej i Gdyni. W związku z tym dla personelu zostały zorganizowane szkolenia z zakresu obsługi tych urządzeń.



W raporcie firmy **Nowy Styl** „Welcome back... to the office!” zostały przedstawione **bezpieczne rozwiązania Nowego Stylu** – dobre praktyki i porady koncentrujące się



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

wokół sześciu obszarów tematycznych dotyczących bezpiecznego powrotu do pracy w biurach. Tworzą one tzw. Workplace Safety Puzzles – puzzle bezpieczeństwa, czyli konkretne działania i rozwiązania pomagające na nowo ułożyć biuro. W ciągu trzech miesięcy raport został pobrany 360 razy.



W ramach **kampanii bezpieczeństwa PKP Energetyka** opracowano 12 Zasad Ratujących Życie, które odnoszą się do najważniejszych aspektów codziennych zadań wykonywanych przez pracowników. Rozdano książeczki z zasadami, ich opisem i przykładowymi działaniami, które można wdrożyć na różnym poziomie organizacyjnym. Dodatkowo każda z zasad była szczegółowo omawiana na spotkaniach zespołów **PKP Energetyka**.



Szybka reakcja **Polskiego Holdingu Hotelowego** miała na celu **ochronę miejsc pracy podczas pandemii**. Spółka powołała sztab kryzysowy i wprowadziła szereg rozwiązań, m.in. pracę zdalną dla załogi biurowej, system pracy rotacyjnej dla pozostałych pracowników, zapewniła środki ochrony osobistej oraz okresowo obniżyła wymiar czasu pracy.



W firmie **DB Schenker** w ramach praktyki **bezpieczna logistyka w czasach pandemii** uruchomiono procedury ochronne. Wprowadzono całodobowy telefon dedykowany sytuacjom związanym z pandemią, badanie temperatury i dezynfekcję części wspólnych kilka razy dziennie. Tam, gdzie to było możliwe, został wprowadzony system pracy zdalnej, zostało także zapewnione bezpieczne połączenie VPN dla ponad 1100 osób w Polsce i 30 tys. na świecie, wprowadzono akcje informacyjne i wizualizację dotyczące ochrony zdrowia.



Pracownicy **ANWIL** mają do czynienia z substancjami, które stosuje się w określonych warunkach z przestrzeganiem rygorystycznych zasad postępowania. Dzięki programowi **Zgłoś zagrożenie** pracownicy spółki sami identyfikują potencjalne niebezpieczeństwa, proponując sposób ich eliminacji.



ANWIL organizuje **Dni Bezpieczeństwa Pracy i Ochrony Zdrowia**, by pogłębić wiedzę pracowników na temat bezpiecznej pracy i oceny zagrożeń dla zdrowia, życia i środowiska. W roku 2020 szkolenie odbyły się w formule online.



ANWIL organizuje **konkurs dla kontraktorów**, wykonawców corocznych remontów na terenie firmy. Spółka nagradza kontraktorów, którzy wykonują swoje zadanie z poszanowaniem obowiązujących na terenie firmy zasad i wymogów bezpieczeństwa.



Firma **ArcelorMittal Poland** kontynuowała program **Bezpieczeństwo to my!** – czyli praktyczne treningi wiedzy i umiejętności w obszarze wewnętrznych uregulowań tzw. Standardów Zapobiegania Wypadkom Śmiertelnym. Treningi mają otwartą formułę i biorą w nich udział pracownicy z różnych wydziałów i grup wiekowych.



W **ArcelorMittal Poland** w ramach **Dnia Bezpieczeństwa** odbywają się szkolenia dla pracowników oraz symulacje pożarów i wypadków komunikacyjnych. W 2020 r. Dzień Bezpieczeństwa odbył się w formie online. Przeprowadzono również bieżące audyty związane z przestrzeganiem wymogów bezpieczeństwa sanitarnego związane z COVID-19.



W ramach projektu **Kultura ZERO wypadków w browarach Carlsberg Polska** prowadzi się stały monitoring potencjalnych zagrożeń i wdraża procedury podnoszące bezpieczeństwo. Aktywny udział wszystkich pracowników w zgłaszaniu obserwacji BHP pozwolił na eliminację wielu potencjalnych zagrożeń.



W ramach **Minutki dla bezpieczeństwa w DB CARGO POLSKA** na początku każdego spotkania przedstawiany jest przykład sytuacji opisującej zaobserwowane przez pracownika niebezpieczne warunki czy zachowanie. Na podstawie okoliczności, skutków i wniosków z takiej sytuacji uczestnicy spotkania są zachęceni do zwracania uwagi na kwestie bezpieczeństwa w życiu prywatnym i w pracy. Program pozwolił zmniejszyć liczbę wypadków z 37 w 2019 do 20 w 2020 r.



Lekcje ze zdarzeń pozwalają dzielić się informacjami dotyczącymi niebezpiecznych sytuacji w **DB CARGO POLSKA**. Obecnie stanowią materiał szkoleniowy, z krótkim opisem okoliczności, skutków, przyczyn oraz wniosków i zaleceń, dystrybuowany wśród wszystkich pracowników.



W trosce o zdrowie i bezpieczeństwo pracowników firma **Emitel** wyposaża swoje siedziby w **defibrylatory oraz auto-**

matyczne ciśnieniomierze. W razie potrzeby sprzęt ten udostępniany jest również na potrzeby zewnętrzne.



W ramach **inicjatyw na rzecz bezpieczeństwa pracowników** firma **Emitel** co miesiąc publikuje kolejny numer Biuletynu BHP. Informacje dotyczą zdarzeń wypadkowych i potencjalnie wypadkowych, sposobów postępowania w sytuacjach niebezpiecznych i sposobów radzenia sobie ze stresem.



W należącym do spółki Energa Operator **poligonie szkoleniowym w Bąkowie**, będącym jednostką szkoleniowo-rozwojową, odbywają się szkolenia dla ekspertów energetyki z **Energa Grupa ORLEN** i pracowników firm zewnętrznych z branży energetycznej. Szkolenia obejmują głównie bezpieczeństwo prac pod napięciem (PPN), zarówno na sieci niskiego, jak i średniego napięcia.



We wszystkich zakładach produkcyjnych **Fabryk Mebli „FORTE”** istnieją 20–25-osobowe zastępy **Ochotniczej Straży Pożarnej** (w sumie ok. 100 osób). Ich zadaniem jest codzienna kontrola zagrożenia pożarowego i prewencja.



Kampania **„Nasz wybór – bezpieczna praca”** ma na celu propagowanie zasad bezpiecznej pracy przez podnoszenie świadomości pracowników i przetożonych **Grupy Enea** z zakresu bezpieczeństwa i zdrowia człowieka w środowisku pracy.



Grupa Kapitałowa LOTOS co roku organizuje w swojej siedzibie w Gdańsku Dni Bezpieczeństwa i Ochrony Zdrowia w Pracy. To akcja profilaktyczna, podczas której pracownicy mają możliwość poddać się badaniom i konsultacjom lekarskim. W 2020 r. **Dni BHP** odbyły się w formule online.



Dyskusje SUSA to program **Grupy Raben**, który ma na celu ograniczenie wypadków i zwiększenie świadomości dotyczącej bezpieczeństwa. Obserwowany pracownik pozostaje anonimowy, a inicjujący rozmowę z nim obserwator prowadzi zapisy dotyczące miejsca i zauważonego zachowania. W trakcie rozmowy wypracowywane są pomysły na wprowadzenie

nowych lub udoskonalenie dotychczasowych rozwiązań z zakresu BHP. W 2020 r. przeprowadzono ponad 2600 takich rozmów.



W ramach programu **AED w ING** w roku 2020 wyposażono w automatyczne defibrylatory zewnętrzne kolejne 20 oddziałów **ING Banku Śląskiego** i przeprowadzono dodatkowe szkolenia z ich obsługi. W sumie rozlokowano 58 urządzeń w różnych miastach Polski.



Kompania Piwowarska realizuje program **Bądź bardziej spostrzegawczy**. Jego filarami są liderzy bezpieczeństwa, którzy dokonują obserwacji na stanowiskach pracy. W roku 2020 zwiększono liczbę liderów do 546. Wykonano 9105 obserwacji, z których wynikało, że 422 razy działania pracowników wymagały korekty. Przeprowadzono 112 godzin szkoleń dla 65 pracowników.



W każdy piątek na skrzynki mailowe pracowników **Kopalni Soli „Wieliczka”** trafia **Wiadomość Bezpieczeństwa** wysyłana przez kopalnianą służbę BHP. Mail zawiera informację o aktualnej liczbie dni bez wypadku oraz materiały związane z bezpieczeństwem i higieną pracy.



Praca w zakresie podnoszenia świadomości bezpiecznej pracy przynosi efekty w postaci kolejnych dni bez wypadku. W lutym 2020 r. firma **Kuehne+Nagel** odebrała nagrodę za zajęcie pierwszego miejsca w szóstej edycji konkursu **Bezpieczna praca w magazynie**.



Leroy Merlin Polska dba o bezpieczeństwo w sklepie. W ramach programu „Bezpieczeństwo ma pierwszeństwo” prowadzone są regularne działania edukacyjne związane z bezpieczeństwem w pracy skierowane do pracowników. Przeprowadzane są także audyty bezpieczeństwa sklepów oraz ich wyposażenia.



W ramach 3-letniej strategii BHP przyjęto cel **zero wypadków w fabryce Wedla**. Wśród pracowników **LOTTE Wedel** prowadzone są akcje uświadamiające i doszkalające. W roku 2020 wśród pracowników przeprowadzono 389 godzin



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

szkoleń i webinarów dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy.



Program edukacyjno-motywuujący „Ktoś na Ciebie czeka” dla korzystających z floty służbowej obejmuje wszystkich użytkowników aut służbowych w firmie **LOTTE Wedel**.

Ma na celu szerzenie świadomości i wiedzy na temat bezpieczeństwa na drodze wśród osób korzystających ze służbowych samochodów.



„Niezbędnik BHP” dla pracowników i podwykonawców to rozdystrybuowana wśród całej załogi firmy **Lubelski Węgiel Bogdanka** publikacja będąca zbiorem podstawowych zasad dotyczących bezpieczeństwa, obowiązujących na terenie kopalni.



Tydzień Bezpieczeństwa organizowany jest cyklicznie w firmie **Lubelski Węgiel Bogdanka** i ma na celu podniesienie poziomu świadomości na temat ochrony i bezpiecznych zachowań podczas pracy na wszystkich stanowiskach. Program rozszerzono o edukację z zakresu bezpiecznego i odpowiedzialnego zachowania w drodze do i z pracy.



Działająca w **Międzynarodowym Porcie Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków-Balice**

Lotniskowa Służba Ratowniczo-Gaśnicza jest pierwszą tego typu jednostką w Polsce w **Krajowym Systemie Ratowniczo-Gaśniczym**. Daje jej to możliwość niesienia pomocy podczas wypadków i zdarzeń również poza terenem lotniska.



Dzień Bezpieczeństwa NSG Group to element długofalowego programu edukacyjnego na rzecz poprawy standardów bezpieczeństwa i przeciwdziałania wypadkom w **NSG Group, właściciela marki Pilkington** w Polsce. W roku 2020 podjęto zagadnienia związane z pracą w domu, z radzeniem sobie ze stresem i z przeciwdziałaniem rozprzestrzenianiu się wirusa COVID-19.



Częścią rozpoczętego w **PKP CARGO** programu poprawy bezpieczeństwa jest kampania „Kierunek: bezpieczni w pracy”, której celem jest budowanie kultury bezpiecznego miejsca pracy i kształtowanie postaw sprzyjających bezpiecznemu wykonywaniu obowiązków.



Program Stop Wypadkom to system zgłaszania i reagowania na sytuacje potencjalnie niebezpieczne w **Polpharmie**.

W 2020 r. wprowadzono aplikację mobilną na smartfony, która pozwala na digitalizację procesu: usprawnia przesyłanie zgłoszeń, załączanie dokumentacji zdjęciowej, skraca czas procedowania, pozwala na monitorowanie działań i automatyczne powiadamianie osób uczestniczących w procesie.



System wsparcia pracowników (SWP) to zespół technik ukierunkowanych na zachęcanie lub zniechęcanie pracowników i kontraktorów **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** do określonych zachowań w celu zmniejszenia

liczby wypadków i urazów związanych z pracą. W 2020 r. podjęto działania związane z wdrożeniem Systemu na Terminalu Samochodowym w Płocku: przeprowadzono spotkanie otwierające wdrożenie SWP oraz przeprowadzono badania „Postrzeżenie poczucia bezpieczeństwa osobistego”.



Do programu **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN „Bezpieczeństwo podwykonawców – PKN ORLEN”**

w umowach z kontraktorami na wykonywanie prac inwestycyjnych, remontowych, projektowych i badawczych wprowadzono klauzule „Bezpieczeństwo pracy”. Klauzule podają zasady i procedury obowiązkowe podczas prowadzenia prac na terenie PKN ORLEN.



SITECH w ramach praktyki **Bezpieczeństwo i higiena pracy** wdrożyła elektroniczny program Incydenty, dzięki któremu każdy pracownik ma możliwość zgłoszenia zauważonego zagrożenia lub zdarzenia potencjalnie niebezpiecznego. W firmie odbywają się też kampanie informacyjne oraz projekt „Behavioralne podejście do bezpieczeństwa”.



Skanska w Polsce corocznie organizuje **Tydzień Bezpieczeństwa**, uświadamiający w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa. Podczas szesnastej Edycji, w 2020 r. odbyły się działania w formule online. Dodatkowo zorganizowano webinary na temat zdrowego odżywiania oraz komunikacji bez przemocy.



Celem programu **„Zero mindset – zero wypadków” – system prewencji** jest budowanie świadomości na temat bezpieczeństwa wśród pracowników **Sodexo Polska**. Jego elementy to m.in. cykliczne szkolenia, materiały edukacyjne i aplikacja dla pracowników, która pozwala na monitorowanie bezpieczeństwa w zakładzie pracy.



Lekcja jednopunktowa jest krótką, konkretną i udokumentowaną informacją, której cel stanowi pogłębienie wiedzy pracowników fabryki **SumiRiko Poland** o metodzie 5S oraz BHP. Temat lekcji wybierany jest na podstawie najczęściej występujących niezgodności pojawiających się podczas audytów lub po wystąpieniu sytuacji potencjalnie niebezpiecznej.



W **TAURON Polska Energia** funkcjonuje projekt **Dzień dobry z BHP**, który polega na codziennym przypominaniu pracownikom o prawidłowych zachowaniach podczas wykonywania obowiązków służbowych oraz na zwiększeniu zaangażowania kadry nadzorującej w organizację bezpiecznych warunków pracy.



Członkowie **Zakładowej Jednostki Ratowniczej Rescue Team** to ochotnicy z **T-Mobile Polska** z całego kraju. Do ich najważniejszych zadań należy podejmowanie czynności ratowniczych na terenie firmy, w tym reagowanie na system powiadamiania ratunkowego „SMS na Ratunek”.



Volkswagen Motor Polska organizuje **szkolenia z udzielania pierwszej pomocy** dla nowo zatrudnionych pracowników oraz dla wszystkich pracowników w ramach szkoleń BHP, przeprowadzanych co dwa lata. Jedna na 20 osób w dziale jest ratownikiem.



Na terenie fabryki **Volkswagen Motor Polska** w Polkowicach odbywają się **przeciwpowozarowe ćwiczenia** ewakuacyjno-gaśnicze zakładowej służby ratowniczej, przy współudziale Państwowej Straży Pożarnej i Ochotniczej Straży Pożarnej. Mają one na celu sprawdzenie umiejętności ewakuacyjnych i ratowniczych służb zakładowych oraz służb zewnętrznych.



DIALOG Z PRACOWNIKAMI

Od 2018 r. wszyscy pracownicy **Clear Channel Poland** są zapraszani do wypowiedzi w **ankiecie Fairness** dotyczącej zaangażowania i poczucia przynależności do zespołu. Ankieta jest narzędziem do budowania transparentności procesów, ulepszenia kultury pracy oraz zaangażowania zespołu.



W roku 2020 **DB CARGO POLSKA** przygotowało nową aplikację – **czat dla pracowników** z Zarządem. Narzędzie pozwala na udział w czacie wszystkim pracownikom, także tym, którzy nie mają dostępu do służbowych telefonów czy komputerów. Czat jest anonimowy i można się na nim postawić wybranym nickiem. Redukuje to obawy związane z zadawaniem pytań.



DNB Bank Polska przygotował i wdrożył nowe narzędzia **komunikacji z pracownikami w okresie pandemii**.

Aby regularnie informować pracowników o sytuacji w banku, przeprowadzono 25 spotkań na żywo z Zarządem, cyklicznie wysyłano pracownikom Newsletter Koronawirus, który zawierał m.in. zasady i zalecenia dotyczące organizacji pracy. Dodatkowo została stworzona ankieta online #NewNormal, w której oceniano m.in. efektywność pracy, jakość komunikacji i wsparcie ze strony organizacji i menedżerów. Ankieta cieszyła się wysoką frekwencją (60–80%).



W ramach **dialogu pracodawcy z pracownikami** firma **Emitel** zorganizowała cykliczne spotkania trójstronne z pracownikami, związkami zawodowymi i Zarządem. Przedsiębiorstwo co roku przeprowadza badanie opinii personelu, a także publikuje co miesiąc biuletyn „Na Fali”, w którym informuje o najważniejszych sprawach związanych z zespołem. Pracownicy współtworzą wewnętrzny magazyn informacyjny EmiTime. Tegoroczna frekwencja badania opinii wyniosła 84,1%, a ogólny wskaźnik satysfakcji z pracy: 94,3%. Biuletyn „Na Fali” w 2020 r. miał osiem wydań, liczba pobrań przez zespół magazynu EmiTime z grudnia 2020 r. wyniosła 257.



Program „Know Your Center” stanowi filar komunikacji wewnętrznej **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** we Wrocławiu. Jego celem jest

przekazywanie za pośrednictwem cyklicznych newsletterów informacji o działalności lokalnej i globalnej HPE. W ramach inicjatywy zostały zrealizowane spotkania dla pracowników z reprezentantami Funkcji Centrum, liderami grup zaangażowania pracowniczego i członkami Zarządu. Analogicznie odbywały się sesje mentoringowo-coachingowe, skoncentrowane na kwestiach dotyczących rozwoju zawodowego. W każdym interaktywnym spotkaniu uczestniczyło 30–50 osób.



Od wielu lat w **Hochland** w ramach **dialogu z pracownikami** odbywają się cykliczne spotkania pracowników kierownictwa. Ze względu na pandemię w listopadzie 2020 r. spot-



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

kanie odbyło się w formie online. Również w formule online zorganizowano piąty Campus Strategiczny pod hasłem „Campus goes digital”. Udział w nim wzięło 49 pracowników, którzy wspólnie pracowali nad Strategią 2025.

**Wewnętrzny chatbot dla pracowników Jeronimo Martins Polska**

dziata od lutego 2020 r. i obsługuje zapytania z zakresu kadr, benefitów czy programów socjalnych. Dzięki interfejsowi podobnemu do popularnych komunikatorów pracownik może o dowolnej porze z dowolnego urządzenia uzyskać ogólne lub spersonalizowane informacje z wymienionych wyżej zakresów. W pierwszym roku działania z nowego kanału komunikacji w **Jeronimo Martins Polska** skorzystały ponad 32 tys. osób, które przeprowadziły blisko 60 tys. rozmów.

**PKP CARGO** uruchomiła **Virtual Newsletter CSR – integrowanie wokół CSR online.**

Newsletter pozwolił upowszechnić najlepsze praktyki z zakresu CSR i cele firmy w tym obszarze oraz umożliwił włączenie inicjatyw realizowanych w trakcie pandemii przez sam zespół, np. dla społeczności lokalnych. Stał się przestrzenią komunikowania oddolnego zaangażowania społecznego pracowników i aktywnego informowania o akcjach CSR. W ciągu roku zrealizowanych zostało dziewięć miesięcznych wydań Newslettera CSR online.

**Dialog z pracownikami w ramach badań Puls Check**

i **Covid Puls Check** i działania po badaniach to program **Polpharmy**, którego celem jest budowanie włączającej kultury organizacyjnej. Poza badaniem opinii zespołu typu Pulse Check firma uruchomiła dodatkowe badanie Covid Puls Check, które pozwoliło poznać nastroje w zespole oraz jego potrzeby w czasie pandemii. Frekwencja w ostatnim badaniu w grudniu 2020 r. wyniosła 87%. Wdrożone w 2020 r. działania dotyczyły m.in. poprawy komunikacji, wzmocnienia kultury nagradzania personelu czy work-life balance.

**HR-owe koło ratunkowe** to jedna z inicjatyw realizowanych przez Departament Personalny **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** w związku z pandemią.

HR-owe Koło Ratunkowe to zakładka w firmowym intranecie zawierająca cyklicznie publikowane informacje, które pomagają przetrwać czas izolacji, lepiej zorganizować pracę zdalną i aktywizują do samorozwoju. Strona jest aktualizowana w każdą środę. Tego dnia zespół otrzymuje w newsletterze podsumowanie wszystkich nowych publikacji.



Job Changer to narzędzie, które daje możliwość zespołowi **Sii** zawnioskowania o zmianę stanowiska, projektu, departamentu, technologii lub miejsca wykonywania pracy. Aplikacja Job Changer działa od 2017 r. Przez trzy lata (do końca 2020 r.) projekt/departament/technologię/miejsce wykonywania pracy zmieniło 605 osób. W 2020 r. w trakcie zmiany projektu było dodatkowo 68 osób.

**W celu skutecznej komunikacji z pracownikami w trakcie lockdownu w wonga.pl**

uruchomiony został serwis informacyjny dotyczący aktualnych kwestii pandemicznych. Firma włączyła swoich pracowników w proces komunikacji, w efekcie czego powstały różnego rodzaju konkursy, playlisty, specjalne piosenki oraz zdjęcia publikowane w intranecie. Z okazji Dnia Dziecka pracownicy nagrali bajki dla dzieci.

**W Allegro** w 2020 r. już po raz dziesiąty odbył się

Town_Hall, czyli spotkanie wszystkich pracowników, podczas którego można było usłyszeć o strategii firmy, dowiedzieć się o nowych projektach oraz zadać pytanie Zarządowi. Sesje **Q&A Allegro** towarzyszyły również trzem kwartalnym spotkaniom online Allegro Business Update, a także dodatkowemu spotkaniu z Zarządem, związanemu z wejściem spółki na giełdę.



Spotkania kwartalne Zarządu z pracownikami zostały wprowadzone w **ANWIL** na początku 2015 r. Dają one możliwość bezpośredniego kontaktu pracowników wszystkich obszarów oraz szczebli z przedstawicielami Zarządu, w tym zadawania pytań, a także podzielenia się swoimi spostrzeżeniami i uwagami.



Do **skutecznych narzędzi komunikacji wewnętrznej** można zaliczyć w **ANWIL**: serwis intranetowy, kampanie informacyjne, materiały drukowane oraz mailing. Przedstawiciele obszaru produkcyjnego, niepracujący na co dzień przy komputerze, mogą skorzystać z aplikacji pracowniczych za pomocą jednego z kilkunastu infopunktów – stanowisk komputerowych z dostępem do sieci korporacyjnej.

**Firma Compensa TU Vienna Insurance Group** posiada **platformę komunikacji w Compensie – KIWI.**

Narzędzie pomaga pracownikom w codziennej pracy poprzez: komunikację, wzajemne dzielenie się wiedzą, informacjami na wallu firmowym, czatach, dedykowanych wydarzeniach czy w ramach grup dyskusyjnych.



Celem zapewnienia wszystkim **pracownikom** równego dostępu do informacji, **DB CARGO POLSKA** wprowadziła aplikację **MyDBCargoPL**. Przewagą aplikacji nad innymi narzędziami komunikacji wewnętrznej polega na jej interaktywności oraz możliwości instalacji na prywatnych urządzeniach.



2018 3 000



Officevibe to narzędzie, dzięki któremu pracownicy **ING Tech Poland** mogą dzielić się swoimi opiniami. Narzędzie ma formę mailowej ankiety, którą każdy pracownik otrzymuje raz w tygodniu. Zbiorcze oraz anonimowe wyniki ankiet są dostępne dla menedżerów i dyrektorów.



2019 1 160



W celu prowadzenia skutecznej **komunikacji z pracownikami** firma **SITECH** wykorzystuje narzędzia komunikacji wewnętrznej. Pracownicy produkcyjni mają dostęp do intranetu za pomocą tzw. infokiosków i specjalnych tablic w halach produkcyjnych. Raz na kwartał odbywają się spotkania dyrektora z załogą, organizowane są drzwi otwarte u dyrektora.



2018 1 850



W ramach programu **wnioseków racjonalizatorskich** pracownicy firmy **SITECH** mogą za pomocą specjalnego systemu, składać wnioski o poprawę miejsca pracy. Pracownik, którego wniosek został wdrożony, otrzymuje premię. Co miesiąc autor najlepszego wniosku dostaje specjalną nagrodę. Raz na kwartał wybierany jest tzw. JackPot, wniosek który generuje największe oszczędności dla firmy, a jego autor otrzymuje premię specjalną.



2016 1 850



Dialog społeczny jako forma współdecydowania jest istotny dla **współdziałania** firmy **SITECH** z dwiema organizacjami związkowymi, które reprezentują pracowników. Porozumienie między organizacjami a reprezentacją Zarządu umożliwia trwałą i efektywną współpracę.



2016 1 850



W ramach **Suiage dla bezpiecznej pracy** firma **SumiRiko Poland** zachęca pracowników do zaangażowania się w udoskonalanie miejsca pracy. Zastrzeżenia i sugestie można zgłaszać za pomocą formularza.



2016 1 400



FIRMA PRZYJAZNA RODZINIE

ArcelorMittal Poland posiada dwa zakładowe przedszkola **ArcelorMittal Poland**: w Dąbrowie Górniczej (116 miejsc) i Krakowie (100 miejsc). Oferta przedszkolna skierowana jest przede wszystkim do pracowników firmy, ale również, w miarę możliwości, do personelu spółek zależnych. Przedszkola są czynne przez cały rok, a godziny otwarcia są dostosowane do godzin pracy w firmie.



11 000



CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm

organizuje coroczne **wydarzenia prodrodzinne**. Celem spotkań jest zwrócenie uwagi na rozwój, edukację i aktywność dzieci oraz budowanie ich świadomości w obszarach związanych z ekologią, aktywnością zespołową i rozwijaniem kreatywnego myślenia. Każde ze spotkań realizowane jest w oparciu o program dostosowany do tematyki mityngu. Corocznie w spotkaniach udział bierze łącznie 150 osób, w 2020 r. w spotkaniach uczestniczyło 100 dzieci.



280



DNB Bank Polska wprowadził rozwiązania wspierające oboje rodziców w sprawowaniu opieki nad dzieckiem w pierwszym okresie jego życia i ułatwiające łączenie tej opieki z pracą zawodową. Bank zaoferował możliwość skorzystania z 20-tygodniowego **płatnego urlopu rodzicielskiego dla ojców**, którzy otrzymają w tym okresie zasiłek w wysokości 100% wynagrodzenia. Ponadto firma oferuje rodzicom dziecka w wieku do dwóch lat możliwość skorzystania ze skróconego czasu pracy, z zachowaniem prawa do pełnego wynagrodzenia. Pełnopracujący urlop rodzicielski wdrożono w drugim kwartale 2020 r. i skorzystało z niego dwóch ojców (na dwóch uprawnionych).



183



W ramach **inicjatyw na rzecz dzieci pracowników** firma **Emitel** zorganizowała akcję Książka dla Dziecka na Dzień Dziecka. W okresach świątecznych dzieci oraz wnuki pracowników uczestniczą w konkursach plastycznych. Autorzy najlepszych prac otrzymują nagrody rzeczowe, a wszyscy uczestnicy – dyplomy i słodkie upominki. Od 2019 r. w akcji wzięło już udział 418 dzieci.



450



Ferrero Polska Commercial oferuje świadczenia socjalne dla pracowników. **Dzieci w Centrum Uwagi** to program kierowany do rodzin z dziećmi. Co roku organizowany jest piknik z okazji Dnia Dziecka, w 2020 r. jednak z powodu pandemii został on zastąpiony 10-godzinnym kursem rysowa-



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

nia oraz cyklem czterech spotkań online. Firma wręcza prezenty dla nowo narodzonych dzieci pracowników.



Dzieciom pracowników w wieku 14–17 lat **Ferrero Polska Commercial** dedykowała **Program stypendialny INTERCULTURA**. Uczestnicy spędzają rok szkolny za granicą, mieszkają u rodziny goszczącej i uczęszczają do szkoły. Podczas programu uczeń ma nieustanny kontakt z obcym językiem oraz nową kulturą i innymi zwyczajami.



InterKadra organizuje **wyprawki dla nowo narodzonych dzieci pracowników**. Dzięki tej praktyce firma chce pokazać pracownikom aktualnie przebywającym na urloпах macierzyńskich lub ojcowskich, że są jednym zespołem i bez względu na krótką nieobecność firma czeka na ich powrót.



Program **Domowa Szkoła z Biedronką** realizowany przez **Jeronimo Martins Polska** stanowi odpowiedź na potrzeby rodziców uczących się dzieci w wieku 7–19 lat. Pierwsza edycja programu wsparcia rozpoczęła się w grudniu 2020 r. Pracownicy otrzymali sprzęt komputerowy przeznaczony do nauki online. Pracownicy częściowo partycypują w kosztach, jednak większość projektu została objęta dofinansowaniem z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Do pierwszej edycji projektu zgłosiło się 4909 pracowników, z czego do 2 tys. osób spełniających kryteria trafił sprzęt komputerowy.



W 2017 r. firma **Kronospan Polska** zdecydowała się na utworzenie **przedszkola „KronoMiś”** działającego przy niepublicznym przedszkolu „Miś”. Obecnie do placówki uczęszcza 213 dzieci, z czego 1/3 to dzieci pracowników firmy. Kronospan czynnie włącza się w działalność „Misia” i „KronoMisia”, organizując inicjatywy edukacyjne związane z ekologią, recyklingiem i nauczaniem technicznym.



Strefa Dziecka – Szkoła z mBankiem to projekt **mBanku** mający na celu wsparcie rodziców w opiece nad dziećmi. Idea narodziła się wraz z nadejściem pandemii COVID-19 i zamknięciem szkół. Jego centrum stanowi platforma edukacyjna, na której dzieci mogą z pomocą nauczycieli odrobić lekcje czy przygotowywać się do egzaminów. Dla najmłodszych jest też pokój gier i animacji. Na każdy typ zajęć, na wybraną godzinę możliwe było zapisanie do 15 dzieci. Przez cały rok liczba uczestników wyniosła 2,5 tys.



Wielu pracowników **Philip Morris Polska** skorzystało z **zasiłku opiekuńczego w trakcie pandemii COVID-19**. W przypadku osób, które pobierały zasiłek opiekuńczy, a wraz z nim 80% swojego podstawowego wynagrodzenia, firma doptała pozostałe 20%. Zasiłek wypłacany był od marca do maja 2020 r. Od marca do 23 czerwca 2020 r. z zasiłku opiekuńczego skorzystało 378 osób zatrudnionych we wszystkich spółkach Philip Morris w Polsce, w tym 170 mężczyzn.



W ramach praktyki **balans między życiem prywatnym i zawodowym podczas pracy zdalnej** firma **Polpharma** wprowadziła specjalne zasady pracy zdalnej. Zwrócono uwagę na promocję dobrych nawyków oraz zachęcenie pracowników do aktywności ruchowej podczas pandemii. Wprowadzono ułatwienia dla pracujących rodziców poprzez cykl webinarów z psychologiem oraz rozwiązania angażujące dzieci w formie online. W webinarach na żywo wzięto udział ponad 500 uczestników. Jako wsparcie dla pracujących rodziców udostępniono również 70 laptopów do nauki dla dzieci z rodzin wielodzietnych.



Z końcem wakacji w 2020 r. w **Rödl & Partner** zorganizowano **„Okazywanie troski” – konkurs plastyczny dla dzieci pracowników**. Nagrodą w konkursie była promująca tolerancję i wielokulturowość książka „Zielony latawiec. Przyjaźń przez 6 kontynentów”, która powstała dzięki wsparciu sponsoringowemu firmy i jest wypełniona ilustracjami przygotowanymi przez ponad 20 ilustratorów z całego świata. W konkursie wyróżniono 10 najlepszych prac dzieci.



Shell Polska przykłada dużą wagę do **wspierania mężczyzn w rodzicielstwie**. Firma wzięła udział w projekcie Men in Care mającym na celu poprawę warunków pracy i umożliwienie mężczyznom pełnienia funkcji opiekuńczych. Firma daje możliwość elastycznych godzin pracy dostosowanych do organizacji życia rodzinnego i włącza się w akcje, takie jak Dwie Godziny dla Rodziny czy sesje dla rodziców o tym, jak połączyć rodzicielstwo z pracą zdalną w trakcie pandemii.



Firma **TAURON Polska Energia** zorganizowała Tydzień Rodziny, który przebiegał pod hasłem **„Trzymajmy się razem! Rodzina MegaMoc”**. Wszystkie wydarzenia odbywały się wirtualnie i miały na celu wsparcie zatrudnionych osób w trudnym czasie lockdownu. Blisko 15 tys. pracowników mających dostęp do intranetu mogło wziąć aktywny udział we wszystkich wydarzeniach. W ramach akcji zorganizowano m.in. konkursy, warsztaty online z zakresu nagrywania, reżyserowania i montowania filmów oraz wykład online dotyczący wzmocnienia odporności.



Totalizator Sportowy zaangażował się w akcję **2 h dla Rodziny**, która zwraca uwagę na rolę rodziny we współczesnym świecie. W maju i czerwcu 2020 r. pracownicy mogli skorzystać z bonusu w postaci skrócenia wybranego dnia pracy o dwie godziny i spędzenia tego czasu ze swoimi bliskimi.



Przy poznańskiej siedzibie **Allegro** funkcjonuje firmowe **przedszkole i żłobek „WOW”**, które posiadają odpowiednio po 57 i 20 miejsc. Program edukacyjny kładzie nacisk na wszechstronny rozwój dzieci. Program edukacyjny kładzie nacisk na wszechstronny rozwój dzieci, które uczestniczą w zajęciach muzyczno-ruchowych, językowych i plastycznych.



Sieć pracownicza Family Network zrzesza grono pracowników **Credit Suisse Poland** będących rodzicami. Oferuje możliwość udziału w warsztatach z ekspertami z zakresu wychowania oraz w imprezach okolicznościowych dla dzieci i rodziców powracających z urlopów macierzyńskich i wychowawczych. W 2020 r. zorganizowano 15 warsztatów online z psychologami, nauczycielami i lekarzami dla ok. 2250 uczestników.



Wonderland to firmowy punkt **opieki dla dzieci pracowników dentsu Polska**. Jest to bezpłatna usługa realizowana przez wykwalifikowaną nianię codziennie w godzinach 9–17 w biurze, w specjalnie przygotowanej do tego przestrzeni. Wiosną 2020 r. w trakcie pandemii niania organizowała dla dzieci codzienne zajęcia popołudniowe online.



Z **dwujęzycznych przedszkoli przyzakładowych z oddziałami żłobkowymi Żółty Stonik** w Ostrowi Mazowieckiej i Suwałkach mogą skorzystać dzieci pracowników **Fabryk Mebli „FORTE”** (w sumie 280 miejsc). Zajęcia prowadzone są w systemie polsko-angielskim, dzieci uczestniczą w programie rozwoju inteligencji emocjonalnej i kompetencji społecznych, warsztatach i wycieczkach, uczą się też zdrowych nawyków żywieniowych.



Akademia Radosnych Rodziców Wedla to program wsparcia pracowników **LOTTE Wedel** będących rodzicami, ułatwiający im godzenie życia prywatnego z zawodowym przez m.in.: opiekę medyczną dla rodzin, ubezpieczenie na życie i NNW. W odpowiedzi na pomysły pracowników, wdrożono

letni czas pracy. W sezonie letnim od poniedziałku do czwartku można pracować po 8,5 godziny, aby w piątek skończyć pracę po 6 godzinach



Wdrożony w **Philip Morris Polska** program **„Happy Parent”** wspiera rodziców w momencie pojawienia się dziecka, przy zachowaniu ciągłości ścieżki zawodowej. Przełożony jest w regularnym kontakcie z rodzicem przebywającym na urlopie macierzyńskim, by wspólnie omawiać bieżącą sytuację w firmie i plany związane z powrotem do pracy; rodzic ma możliwość pracy w 50% wymiaru czasu pracy, z zachowaniem pełnego wynagrodzenia, przez pierwszy miesiąc po powrocie; w ciągu miesiąca od powrotu do pracy na wniosek kierownika przyznawana jest rodzicowi podwyżka wynagrodzenia wyrównująca ewentualną lukę płacową.



Od 2013 r. **Provident Polska** prowadzi program kierowany do nowych rodziców **Dbamy nie tylko o mamy**. Każdy pracownik, który zostaje rodzicem, otrzymuje od firmy upominek składający się z akcesoriów dla noworodka oraz gratulacje od preziski Agnieszki Kłos. W 2020 r. firma ufundowała 80 upominków.



W ramach realizacji globalnej polityki spółki **Sabre Polska**, aby zwiększać zainteresowanie korzystaniem z **urlopu rodzicielskiego**, wprowadzono płatny w 100% urlop macierzyński przez 12 tygodni oraz płatny w 100% urlop ojcowski przez 10 tygodni. Wprowadzenie tej inicjatywy ma ułatwić rodzicom decyzję o zostaniu w domu z dzieckiem i zapewnić lepsze warunki finansowe zarówno matce, jak i ojcu.



W **Sopockim Towarzystwie Ubezpieczeń ERGO Hestia** funkcjonuje **przedszkole dla dzieci pracowników**. Przedszkole współpracuje z firmową Fundacją Artystyczna Podróż Hestii podczas organizacji warsztatów twórczych. Przedszkole jest jednostką integracyjną, przyjmuje również dzieci z orzeczeniem o niepełnosprawności.



Program **Mama pracuje** kierowany jest do kobiet w ciąży lub wychowujących dzieci w wieku do sześciu lat. Udział w programie następuje na podstawie wniosku złożonego do odpowiedniej komórki organizacyjnej **TAURON Polska Energia**. Kobiety mogą pracować sześć godzin dziennie za 100% wynagrodzenia (przyszłe mamy), przejść na indywidual-



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

ny czas pracy (przyszłe mamy i mamy), skorzystać z telepracy (przyszłe mamy i mamy).



Program **Letni obóz dla dzieci** to refundowane w 100% przez firmę kolonie zorganizowane z myślą o dzieciach (w wieku od 6 do 12 lat) pracowników **Tesco Polska**, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji. W 2020 r. z powodu epidemii koronawirusa zajęcia dla dzieci przybrały nową formę atrakcji we własnych miejscowościach. W Polsce w 2020 r. do programu zaproszono 440 dzieci.



Pokój przyjazny rodzicom to specjalnie wydzielona przestrzeń w siedzibie głównej **T-Mobile Polska**, w którym pracownicy mogą wypełniać swoje obowiązki służbowe, jednocześnie opiekując się swoimi dziećmi. Pokój wyposażony jest w sprzęt audio i wideo, zabawki oraz gry dla dzieci.



W **Volkswagen Motor Polska** w 2006 r. wprowadzono program „Przyszła mama”, w ramach którego kobiety w ciąży mogą pracować od 6,5 do 8 godzin dziennie, otrzymując pełne wynagrodzenie. Mają również możliwość elastycznego rozpoczęcia i zakończenia pracy. Jeżeli kobieta w ciągu dnia pracuje dłużej niż 6,5 godziny, pozostały czas gromadzi na swoim indywidualnym koncie „godzin na plus”, które może wykorzystać w dogodnym dla siebie terminie, także po urlopie macierzyńskim.



INTEGRACJA PRACOWNIKÓW

Na początku grudnia **ANWIL** zaprosił pracowników do tworzenia świątecznego menu **przy wigilijnym stole z ANWILEM**. Firma zachęcała do udziału wszystkich, którzy chcieliby podzielić się rodzinnym przepisem i historią z nim związaną. Przepisy na 12 tradycyjnych potraw publikowane były w intranecie przez 12 kolejnych dni, w ten sposób powstał symboliczny wigilijny stół firmowy.



Celem wsparcia Stowarzyszenia Pomocy Chorym na Mięsaki i Czerniaki Sarcoma **Compensa TU Vienna Insurance Group** zorganizowała **charytatywną aktywność sportową pracowników** – Compensa Rowerowa oraz Treningi Online. Podczas aktywności rowerowych pracownicy rejestrowali wyniki w dedykowanej aplikacji, prowadząc zdrową grywalizację indywidualną w różnych konkurencjach. Wsparcie Fundacji było uzależnione od frekwencji w treningach. Od maja do października 2020 r. pracownicy wspólnie pokonali prawie 80 tys. km.



Podczas lockdownu **Compensa TU Vienna Insurance Group** przeprowadziła **#ZdolniZdalnie – akcję dla pracowników**. Na wewnętrznej platformie komunikacyjnej publikowano przydatne porady i bieżące informacje, organizowano konkursy z nagrodami. W ramach akcji firma zapewniła pracownikom bezpłatną pomoc psychologiczną.



Firma **Emitel** wspiera **aktywność sportową** swoich pracowników poprzez różnorodne programy. EmiDrużyna – to grupa założona w serwisie społecznościowym, gdzie pracownicy mogą prowadzić rywalizacje sportowe oraz wewnętrzny klub sportowy EmiTeam, w ramach którego osoby lubiące sportowe wyzwania mogą wymieniać się doświadczeniami i wspólnie trenować. Firma zwraca również koszty opłat startowych.



Firma **ENERIS Ochrona Środowiska** postanowiła podjąć **Świąteczne ekowyzwanie**, w ramach którego oddziały firmy losowały się wzajemnie i przygotowywały świąteczne ekoprezenty. Prezenty łączyły aspekty środowiskowe i lokalne. W efekcie grudniowej akcji powstała galeria prezentów – choinek przygotowanych z różnorodnych materiałów: butelek PET, starych palet, naturalnych gałązek. Spółki przed świętami wymieniały się upominkami.



Firma **Fortum** w ramach **#ZeroWasteChallenge** zaprosiła swoich pracowników do podzielenia się pomysłami dotyczącymi zero waste w domu. W intranecie publikowano zdjęcia lub filmiki przedstawiające domowe zero waste. W ciągu 2 tygodni w inicjatywie wzięło udział ponad 30 osób, a na wewnętrznej platformie Fortum pojawiło się ponad 175 reakcji dotyczących tego działania.



GPEC GRA – zespolowa grywalizacja na czas pandemii zrealizowana przez firmę **GPEC** miała wspierać te elementy, które szczególnie są potrzebne w czasie pandemii, m.in. aktywność fizyczną z dala od biurka, integrację zespołu czy metody oddzielenia pracy zdalnej od życia w domu. W ramach gry zostały zrealizowane m.in. wspólne zdalne przygotowanie posiłków oraz wspólne spacerowanie, gdzie jako zespół oddzielnie spacerujący pracownicy liczyli razem kilometry. W realizacji zadań w pierwszym miesiącu gry zaangażowało się ok. 50 osób w ośmiu zespołach.



W ramach akcji **#stayhome** firma **InterKadra** zachęcała swoich współpracowników do dzielenia się sposobem spędzania czasu każdego dnia tygodnia, np. twórczy poniedziałek, aktywny wtorek, smaczna środa, kulturalny czwartek i słodki piątek. Akcja polegała na wstawieniu do firmowego intranetu

zdjęcia nawiązującego do kategorii obowiązującej danego dnia tygodnia.



Job Impulse w 2020 r. zorganizował **Dni Integracji Online** umożliwiające bezpośrednie poznanie współpracowników, z którymi kontakt odbywał się dotychczas tylko drogą mailową lub telefoniczną. W siedmiu spotkaniach łącznie wzięło udział 67 osób.



Od września 2020 r. zespół sprzedaży i marketingu w **Kuehne+Nagel** wdrożył inicjatywę **Vege Środy**. Pracownicy, którzy dotychczas do akcji (ponad 60 osób) zadeklarowali się do niespożywania mięsa w każdą środę. W wewnętrznym intranecie co tydzień umieszczane były przepisy na posiłki wegetariańskie. Raz w miesiącu, poprzez głosowanie, osoby zaangażowane w akcję mogły zagłosować na przepis, który szczególnie im się spodobał.



W ramach akcji **#JesteśmyRazemMW – razem, choć osobno w trakcie pracy zdalnej** zrealizowanej przez **Mars Polska** uruchomione zostały nowe narzędzia digitalowe do komunikacji i współpracy. Co dwa tygodnie odbywały się wirtualne spotkania z Zarządem, komunikowano wytyczne odpowiednich instytucji oraz wewnętrzne zasady, uruchomiono grupę na Yammerze do kontaktów oraz budowania wspólnoty, zorganizowano spotkania przy wirtualnej kawie. Łącznie odbyło się 4408 spotkań.



W ramach inicjatywy **Active Leasing** firma **Santander Leasing** zorganizowała webcasty dotyczące radzenia sobie z bieżącą sytuacją i natłokiem informacji, efektywnej pracy zdalnej i jej godzenia z opieką nad dziećmi, zarządzania zespołem w nowych warunkach i utrzymania motywacji. Zorganizowano również sportowe wyzwania, w których wzięło udział 67 osób. Zespół łącznie pokonał ponad 55 tys. km i spalił ponad 2,5 mln kalorii.



Zespół Działu Operacji i Telesprzedaży **wonga.pl** w ramach **Dziennika czasów zarazy** wzajemnie wymieniały się sposobami motywacji do pracy i funkcjonowania w czasie lockdownu. Z zebranych materiałów powstała książka wraz z playlistą oraz zdjęciami pupili pracowników.



W celu docenienia zespołu obsługi klienta w październiku 2020 r. **wonga.pl** zorganizowała **Tydzień Obsługi Klienta**, w ramach którego prezentowały się działy: customer service, CX, windykacja, back office i sprzedaż. Każdy dzień zaczynał się filmem pokazującym pracę w danym zespole, prezentacją pracowników, ich hobby i zainteresowań. Prezentowano również dane dotyczące liczby odebranych połączeń, wystanych maili, wywiady, przykładowe rozmowy z klientami, konkursy.



Zentiva Polska zainicjowała wewnętrzny projekt o nazwie **Activity for Charity**, który zakłada pomoc potrzebującym poprzez aktywność ruchową. W ciągu trzech miesięcy pracownicy raportowali swoje aktywności ruchowe, przyłączając się do wspólnej rywalizacji. Brana była pod uwagę każda aktywność powyżej 15 minut, którą firma przeliczała na złotówki na cel charytatywny. Do tej pory odbyły się dwie edycje projektu, w pierwszej edycji darowizna pieniężna przekazana została Fundacji WOŚP, w drugiej beneficjentem była Fundacja Ewy Błaszczak „Akogo?”. W 2020 r. w akcji wzięło udział 77 osób.



Program **Anwil w każdym wieku** kierowany jest do byłych pracowników. W 2020 r. z uwagi na obostrzenia większość imprez integracyjnych nie odbyła się, jednak firma **ANWIL** pamiętała o swoich byłych pracownikach, przekazując im świąteczne bony podarunkowe oraz obejmując ich opieką w ramach akcji Wspieraj Seniora – Solidarnościowy Korpus Wsparcia Seniorów.



Podczas **DNI CSR 2020** pod hasłem „Łączy nas odpowiedzialność” pracownicy **BNP Paribas Bank Polska** zapoznawali się z działaniami w ramach czterech filarów odpowiedzialności banku. Pracownicy mieli okazję wziąć udział w wielu aktywnościach: rejestracji w bazie dawców szpiku Fundacji DKMS, sesjach treningowych, wykładach inspirowanych, spotkaniach z partnerskimi organizacjami, a także mogli odświeżyć swoją wiedzę na temat pierwszej pomocy oraz ekologicznej i bezpiecznej jazdy.



Emitel organizuje wycieczki krajoznawcze dla pracowników. W trakcie **spotkań integracyjnych** osoby pracujące na co dzień w różnych lokalizacjach mają okazję się spotkać i wspólnie wziąć udział w różnych atrakcjach. W marcu 2020 r. (przed ogłoszeniem lockdownu) pracownicy spotkali się w Białce Tatrzańskiej, integrując się na stokach Kotelnicy Białczańskiej.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

PKP CARGO realizuje projekt **Firma przyjazna bieganiu**, który opiera się na trzech filarach: sportowym i integracyjnym, charytatywnym oraz symboliczno-historycznym. W roku 2020 z powodu COVID-19 program przyjął wymiar motywacyjny: podtrzymywanie aktywności fizycznej pomimo izolacji społecznej; charytatywny: pracownicy biegając, pomagają osobom z niepełnosprawnościami narządów ruchu.



W **Santander Bank Polska** realizowany jest projekt **Santander GO! – platforma społecznościowa**. Aplikacja pozwala tworzyć grupy społecznościowe, dzielić się swoimi pasjami czy też podejmować wyzwania sportowe. W 2020 r. bank został nagrodzony „Liderem Zdrowego Biznesu” za działania realizowane w ramach platformy SantanderGo!



Hestia po Godzinach to spotkania odbywające się co miesiąc w siedzibie **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**. Zapraszani są na nie goście ze świata kultury, sztuki, teatru, sportu, polityki i biznesu.



PARTYCYPACJA PRACOWNICZA

Zastużony dla ANWIL jest honorowym, corocznym wyróżnieniem pracowników spółki **ANWIL**, którzy wykazują się ponadprzeciętną postawą i zaangażowaniem. Nominacje przyznawane są w trzech kategoriach: catokształt wzorowej pracy zawodowej, szczególne osiągnięcia zawodowe, postawa społeczna i socjalna. Prawo nominowania w dwóch pierwszych kategoriach mają członkowie Zarządu oraz dyrektorzy, natomiast w kategorii społecznej kandydatury może zgłosić każdy pracownik firmy. W roku 2020 wyróżnienie otrzymało 12 osób.



W 2020 r. **Bank Pekao** zainicjował **program rozwojowy dla Talentów „Talents Up”**. Stwarza on możliwość zaangażowania się w projekty rozwijające wiedzę i umiejętności tworzenia wartości dodanej dla klientów, pracowników i lokalnych społeczności. Celami programu są: promowanie innowacji; budowanie kultury opartej na współpracy, synergii i zaangażowaniu; wspieranie idei organizacji uczącej się; promowanie przywództwa opartego na wizji i inspiracji. W programie wzięło udział 100 osób.



Firma **CSRinfo** wprowadziła **zasady pracy zdalnej na czas pandemii COVID-19**, które umożliwiły podtrzymanie kontaktu i realizację bieżących zadań bez szkody dla zespołu i projektów w firmie. Nowe praktyki to codzienne spotkania zespołu

online na tzw. standup przed rozpoczęciem pracy, w formie briefu zadań na dany dzień przez każdą osobę. Zespół jest w stałym kontakcie przez cały dzień poprzez komunikator, a dłuższe spotkania dotyczące projektów realizowane są za pośrednictwem platformy do spotkań online.



Wstuchując się w opinie i potrzeby pracowników **DB CARGO POLSKA**, zdecydowano o stworzeniu **Nastawni – miejsca spędzania przerw w pracy**. Przestrzeń odpowiada wymaganiom i oczekiwaniom zespołu, sprzyja integracji pracowników i wspiera budowanie kultury organizacyjnej. Realizację projektu Nastawnia rozpoczęto w centrali budynku w Zabrze. Jako druga powstała Nastawnia w największym zakładzie firmy w Rybniku.



Akcja **Dziękuję, Szanuję, Doceniam** zrealizowana przez **Fabryki Mebli „FORTE”** trwała przez cały październik 2020 r., a jej celem było wzmocnienie kultury doceniania, dziękowania i szacunku w firmie. W czasie akcji w wyznaczonych miejscach we wszystkich zakładach firmy postawiono oznakowane skrzynki. Pracownicy wrzucali do nich wypytione przez siebie kartki. W rolę firmowych listonoszy wcielił się pracownicy Biura Personalnego. W sumie wysłano 2136 kartek.



Grupa Eurocash rozpoczęła wewnętrzną ogólnofirmową kampanię **#FantastyczniLudzie**. Każdy pracownik mógł nominować koleżanki lub kolegów, którzy zaangażowali się bądź zainicjowali akcję niesienia pomocy w czasie pandemii. W ramach kampanii powstała dedykowana strona w intranecie z opisem wszystkich akcji oraz wideo z podziękowaniem od prezesa. Nominowano 548 osób.



Mapa Ekspertów to platforma, która pomaga w szybki sposób odnaleźć eksperta i nawiązać współpracę ze specjalistami z dowolnego obszaru działalności **Grupy Veolia w Polsce**. Platforma bazuje na innowacyjnym podejściu wykorzystującym sieciowe zarządzanie wiedzą jawną i ukrytą. Mapa Ekspertów ma charakter otwarty – eksperci zapisani do platformy mogą zapraszać kolejne osoby, wskazując ich doświadczenie, obszary wiedzy bądź umiejętności. Pod koniec 2020 r. na platformie było 200 zarejestrowanych ekspertów.



Potęga małych zmian to kampania, w ramach której pracownicy **Grupy Veolia w Polsce** tworzą innowacyjne rozwiązania, optymalizujące codzienną pracę w różnych obszarach, np. przez ulepszenie czy modyfikacje istniejących procesów lub narzędzi. Pracownicy firmy, niezależnie od ich lokalizacji, mogą zgłaszać pomysły na innowacje, używając

kompleksowego programu ActiVEO. W ramach kampanii zgłoszono ponad 200 pomysłów. Autorzy 50 najlepszych koncepcji w drugim etapie kampanii otrzymali granty na wdrożenie ich propozycji.



IQ – Innovation & Quality to zespół składający się z ekspertów w zakresie wsparcia technicznego oraz Project Managementu w **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center**. Działalność zespołu dzieli się na trzy podstawowe obszary: wsparcie realizacji projektów, przekazywanie wiedzy podczas szkoleń oraz szerzenie kultury innowacji wśród pracowników. Zespół stworzył aplikację „Idea Box”, która umożliwia pracownikom dzielenie się pomysłami na projekty usprawniające procesy, miejsce pracy, a także tworzenie nowych, innowacyjnych rozwiązań. W 2020 r. zaimplementowano sześć dużych projektów.



Dwa **programy rozwojowe dla Liderów** zostały zainicjowane przez **Hochland**. W listopadzie 2020 r. wraz z Hochland Rumunia firma uruchomiła pierwszą edycję „Akademii Liderów Projektów Hochland”. Jednym z kluczowych elementów w przyjętej do realizacji na lata 2020–2025 strategii jest obszar związany z rozwojem kompetencji liderek w organizacji. W związku z tym uruchomiono dwie edycje programu rozwojowego „First Time Line Manager”. Pierwsza edycja wystartowała w listopadzie 2020, z kolei druga zostanie uruchomiona w czerwcu 2021 r.



Praktyka firmy **InterKadra** polega na wyborze przez zespół **Ambasadora InterKadra** dedykowanego akcji do zrealizowania w danym roku. Ambasadorem, który reprezentuje firmę w lokalnych społecznościach, zostaje pracownik, który wyróżnia się w swojej codziennej pracy w firmie.



Leonardo to długofalowy **program innowacji** skierowany do pracowników **Polpharmy**. Pracownicy mogą zgłaszać swoje pomysły w trzech obszarach – rozwiązania dla pacjentów i klientów, miejsce pracy przyszłości i Go Green. Na potrzeby programu powstała platforma LEON służąca do zbierania pomysłów na innowacje. Jeśli zgłoszona idea ma potencjał, zostaje jej przydzielony ambasador i partner biznesowy. Od momentu wdrożenia programu w połowie czerwca 2020 r. zgłoszono 370 pomysłów, ponad 90 z nich przeszło wstępną akceptację, a ponad 30 zostało skierowanych do dopracowania koncepcji.



Celem programu „**Ambasador marki pracodawcy**” jest wsparcie w komunikacji **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN**, benefitów związanych z zatrudnieniem w firmie oraz kampanii społecznych realizowanych przez organizację. Program angażuje trzy grupy: pracowników, osoby realizujące staże w Grupie ORLEN oraz przedstawicieli środowiska akademickiego. Ambasadorzy biorą pośrednio udział w procesie rekrutacji oraz w procesach adaptacyjnych stażystów i nowo zatrudnionych pracowników. Stają się mentorami wprowadzającymi młodszych stażem kolegów w realia pracy w firmie, dzielą się wiedzą i rekomendacjami.



Tytuł **Zastępy Pracownik PKN ORLEN** jest wyróżnieniem prezesa Zarządu za wybitne osiągnięcia w pracy zawodowej, społecznej oraz etyczne działania zgodne z wartościami i zasadami postępowania w **Polskim Koncernie Naftowym ORLEN**. Odnaczenie każdego roku przyznawane jest 15 pracownikom w trzech kategoriach: za całokształt pracy zawodowej, za szczególne osiągnięcia zawodowe, za postawę prospołeczną. Wyróżnieni pracownicy otrzymują nagrodę finansową.



Bank Pomysłów to konkurs spółki **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**, który odbył się pod hasłem „Twoje lepsze miejsce pracy”. W ramach praktyki zachęcono pracowników do dzielenia się pomysłami na zmianę na lepsze otoczenia firmowego. Pomysły można było zgłaszać w intranecie w kilku kategoriach, m.in. procesy biznesowe, sport i zdrowie, procedury, kultura i edukacja oraz pomieszczenia i teren firmy. Dla autorów zwycięskich pomysłów przeznaczone zostały nagrody pieniężne, a ich projekty zostały skierowane do wdrożenia w 2021 r.



Generator Pomysłów to platforma do wymiany pomysłów i spostrzeżeń pracowników Grupy **PZU**. Platforma pozwala na gromadzenie i ocenę propozycji usprawniających funkcjonowanie organizacji w określonych obszarach biznesowych. W ciągu dwóch lat działalności platformy odbyło się osiem edycji konkursu. Ostatnia edycja, zorganizowana jesienią 2020 r., dotyczyła wspierania zrównoważonego rozwoju przez PZU. Poszukiwano pomysłów na inicjatywy biznesowe, które będą wspierały realizację wybranych Celów Zrównoważonego Rozwoju. W sumie zostało zgłoszonych 57 projektów.



YOUiversity to wewnętrzna społeczność tutorów. **Santander Bank Polska** zainicjował program w celu wzmocnienia wymiany wiedzy, kompetencji i doświadczeń.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

czenia między pracownikami. Bank prowadzi cykliczne nabory nowych tutorów, może się zgłosić do nich każdy pracownik, który chce się dzielić swoimi konkretnymi kompetencjami. Wszyscy pracownicy mają dostęp do bazy danych tutorów, gdzie obecnie jest ok. 160 osób z różnych jednostek firmy.



Celem akcji **#RespectChallenge** była m.in. promocja wartości i zasad korporacyjnych **Volkswagen Motor Polska**. Projekt polegał na wyborze jednej lub kilku wartości lub zasad korporacyjnych i pokazaniu w krótkim filmiku, jak są one realizowane w codziennej pracy. Powstało sześć filmów. Każdy film został opłacony przez Zarząd kwotą 2 tys. zł netto. Pieniądze te zostały przeznaczone na darowizny dla różnych fundacji, instytucji lub inicjatyw prezentujących wartości zgodne z polityką firmy.



W ramach praktyki **Kaizen** każdy współpracownik **Adamed Pharma** może zgłaszać usprawnienia w miejscu pracy. Mają one uprościć lub ułatwić wykonywane zadania, doceniane są również pomysły wprowadzające innowacje. Pomysły są nagradzane punktami, które można przeznaczyć na nagrodę lub przekazać na cele dobroczynne.



W programie **ciągłego doskonalenia w Carlsberg Polska** wszyscy pracownicy poza kierownictwem mogą zgłaszać pomysły usprawniające (kaizen). Dodatkowo punktowana jest chęć udziału pracownika we wdrażaniu zaproponowanej innowacji. Najlepsze wprowadzone usprawnienia są komunikowane w organizacji, a ich autorzy i dział, w których pracują, nagradzani. W 2020 r. pracownicy zgłosili 1127 pomysłów optymalizacyjnych (673 zgłoszenia w 2019 r.).



Carrefour przeprowadził konkurs „I ty możesz zostać Superbohaterem”, którego celem było wyłonienie grupy pracowników, którzy zarówno w pracy, jak i w domu angażują się i działają w sferze odpowiedzialności społecznej, ekologii, ochrony środowiska czy promowania zdrowego stylu życia. W 2020 r. zrealizowano program rozwojowy – warsztaty rozwijające kreatywność, poszerzające wiedzę o CSR i rozwijające kompetencje miękkie. **Superbohaterowie Carrefour** otrzymali grant na zrealizowanie wspólnego projektu CSR oraz wzięli udział w programie rozwojowym.



CCC kieruje do pracowników konkurs **Akcja Innowacja**, przeprowadzany cyklicznie w odstępach kwartalnych. Pracownicy, za pomocą Skrzynki Pomysłów w intranecie, zgłaszają innowacyjne pomysły usprawniające codzienną pracę w ośmiu kategoriach. W każdej turze konkursu przewi-

dziana jest realizacja pięciu najlepszych pomysłów i nagrody dla zwycięzców.



Platforma CreAktywni została utworzona z myślą o pracownikach i klientach **Credit Agricole Bank Polska**. Na platformie zgłaszane są pomysły pracowników na usprawnienie działań i usług firmy. Możliwe jest komentowanie, wymienianie się uwagami, ocenianie pomysłów. Najaktywniejsi użytkownicy oraz autorzy najlepszych wdrożonych pomysłów są nagradzani.



Program „Małe Kroki” służy pozyskaniu pomysłów na usprawnienia stanowisk pracy pod kątem operacyjnym lub bezpieczeństwa. Każdy pracownik **ENERIS Ochrona Środowiska**, który podzieli się swoim usprawnieniem, ma prawo do wybrania nagrody z listy. W roku 2020 zebrano 79 pomysłów, z czego 45 zostało skierowanych do realizacji lokalnie.



Konkurs **Henkel Polska Awards** jest kierowany do pracowników, by nagrodzić projekty, które w danym roku przyczyniły się do rozwoju firmy i jej sukcesu w Polsce. Indywidualni pracownicy i zespoły pracownicze **Henkel Polska** mogą zgłaszać projekty w pięciu kategoriach: pobudzenie wzrostu, przyspieszenie digitalizacji, zwiększenie sprawności, finansowanie wzrostu oraz zrównoważony rozwój.



Głównym celem programu **Przyszłość z Pomysłem** (d. Konkurs IdeaMARR) jest zebranie propozycji zmian, udogodnień i ulepszeń w firmie, zgłaszanych przez pracowników. Koncepty przyjmowane do realizacji wyłaniane są przez wietrzoną komisję **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego**, a ich autorzy otrzymują nagrodę finansową.



Ambasadorzy strategii empatii to liderzy opinii reprezentujący wszystkie obszary **mBanku**. Grupa ok. 150 osób bierze udział w warsztatach empatii, rozumienia własnych emocji, projektowania rozwiązań z myślą o odbiorcy oraz testuje nowe rozwiązania. Rok 2020 był ostatnim rokiem strategii, której częścią była empatia.



Magazyn wewnętrzny „LinkUP”, tworzony przez pracowników firmy **Nowy Styl** i dla nich, przygotowuje zespół międzynarodowy dostarczający treści dotyczące regionu. Opisuje zagadnienia zawodowe, ale też artykuły poświęcone

wartościom firmy, ich rozumieniu lub pokazaniu konkretnych zachowań na codziennych przykładach.



W ramach projektu **StarMeUp** każdy pracownik i użytkownik ma możliwość przyznania 10 wyróżnień (gwiazdek) w miesiącu, w kilku kategoriach zgodnych z kulturą organizacyjną Grupy Santander. Dobra praktyka promuje budowanie kultury organizacyjnej w **Santander Bank Polska**, współpracę, tworzenie włączającego i przyjaznego środowiska pracy oraz promuje ponadprzeciętne postawy pracowników.



Proces Ciągłego Ulepszania w SITECH, jako komórka wspierająca produkcję, działa na zlecenie kierowników produkcji, którzy definiują temat warsztatu i mierzalny cel dla moderatorów i grupy roboczej. W trakcie spotkania przedstawiciele różnych działów pracują nad rozwiązaniami, których wdrożenie pozwala na podniesienie produktywności, poprawę ergonomii, eliminowanie marnotrawstw w procesach, a także ulepszenie standardów. Po zakończeniu workshopu i zaakceptowaniu wyników następuje przypisanie odpowiedzialności i wdrożenie poszczególnych środków zaradczych.



Karta stosunków pracy definiuje prawa i obowiązki pracodawcy i reprezentacji pracowników oraz stanowi podstawę dialogu i współpracy dla przedstawicieli **Volkswagen Motor Polska** i załogi. Jej celem jest standaryzacja prawa do powiadamiania, konsultacji i współdecydowania.



W konkursie na **rozmowę kwartalu** nagradzane są najlepsze rozmowy customer service oraz windykacyjne pracowników **wonga.pl**. Celem konkursu jest zwiększenie zaangażowania pracowników, zwrócenie uwagi na etyczne zachowania i stosunek wobec klientów.



PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

Energa Grupa ORLEN podejmuje działania mające na celu zapobieganie, wykrywanie i reagowanie na sygnały o zachowaniach niepożądanych w obszarze pracowniczym (dyskryminacja, mobbing, molestowanie). **Usprawnienie programu działań antymobbingowych** składa się z: regulacji wewnętrznej określającej jednolite zasady i standardy postę-

powania, struktury organizacyjnej zapewniającej koordynację i nadzór nad prowadzonymi działaniami, kanału zgłoszeń sygnałów dotyczących niewłaściwych zachowań oraz działań szkoleniowych dla pracowników.



Firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober** wdrożyła Zasady Współzycia Społecznego – Politykę „Otwartych Drzwi” oraz Wewnętrzną Politykę Antymobbingową. W ramach inicjatywy **Poruszamy wyobraźnię** firma wzięła udział w licznych akcjach charytatywno-filantropijnych, organizowała wewnętrzne wydarzenia tematyczne i szkolenia, włączyła się w akcję #gaszynchallenge oraz zbiórki na rzecz fundacji, których podopiecznymi są dzieci z sąsiedztwa. Zorganizowany został m.in. projekt kreatywny – tworzenia plakatów motywujących oraz zbior pomysłów na zorganizowanie miejsca do odpoczynku.



SumiRiko Poland organizuje spotkania, prelekcje i szkolenia, których celem jest podniesienie świadomości pracowników na temat **równości szans i przeciwdziałania dyskryminacji w pracy**. Mobbing, dyskryminacja, molestowanie to zagadnienia, które regularnie omawiane są w firmie. Na łamach gazetki zakładowej systematycznie publikowane są przydatne informacje, przygotowano również tablice informacyjne na terenie fabryki. W ramach kampanii co jakiś czas informacje publikowane są na odwrocie „paska”.



REKRUTACJA I ADAPTACJA

Onboarding – Dobry start to kompleksowy program szkoleniowy **ALDI** dla osób rozpoczynających pracę, uwzględniający wprowadzenie we wszystkie działy firmy oraz przekazanie nowym pracownikom pakietu powitalnego. Program ma na celu ułatwienie startu w firmie.



Festiwal Pracy #Jobicon to nowe i elastyczne narzędzie rekrutacji dające możliwość spotkań z kandydatami w bezpiecznej wirtualnej rzeczywistości. W ramach festiwalu **Banku Pekao** odbywały się prywatne spotkania i webinary dla szerszej publiczności; przeprowadzono 106 indywidualnych spotkań, blisko 1600 minut rozmów oraz 10 spotkań warsztatowych grupowych z osobami z biznesu.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Compensa TU Vienna Insurance Group realizuje program wdrożeniowy dla nowych pracowników „**COMP**etentni na start”. Program obejmuje dzień szkoleniowy, w którym pracownicy poznają główne obszary działalności przedsiębiorstwa (produkty, marketing, sprzedaż, likwidacja szkód, HR). Dodatkowo każdy nowy pracownik otrzymuje „buddiego”, który jest jego opiekunem podczas pierwszych miesięcy pracy.



Projekt **Leon** ma na celu stworzenie doświadczonym pracownikom **DB CARGO POLSKA** szans rozwoju na arenie międzynarodowej oraz przyciągnięcie nowych kandydatów do sektora kolejowego. Kampania była prowadzona w mediach społecznościowych i uzupełniona reklamami zewnętrznymi, prasowymi, a także spotkaniami wirtualnymi z potencjalnymi kandydatami.



Emitel zapewnia transfer wiedzy w organizacji poprzez szkolenia wewnętrzne „EmiTech” prowadzone przez współpracowników będących ekspertami w danej dziedzinie. Dla kadry menedżerskiej przygotowano „Akademię Liderów” – program rozwoju kompetencji w zakresie zarządzania ludźmi i wynikami. Wszyscy pracownicy posiadają nieograniczony dostęp do firmowej platformy e-learningowej zawierającej kilkadziesiąt pigulek wiedzy i szkoleń z różnej tematyki. Firma rozwija także ofertę szkoleń online, zapewniając zespołowi dostęp do wiedzy przekazywanej w formie zdalnej.



Aby zminimalizować stres pierwszego dnia pracy, **Ferrero Polska Commercial** wdrożyło program onboardingowy **Rekrutacja i Adaptacja I Ferrero Fundamentals**.

W ramach programu przedstawiani są nowi współpracownicy oraz omawiany zakres współpracy z nimi. Dodatkowo program onboardingowy w 2020 r. został wzbogacony o pakiet szkoleń online, składający się z sześciu kursów opracowanych na szczeblu Grupy.



W ramach **AUE – Programy wdrożeniowe dla nowo zatrudnionych pracowników w handlu** na każdym ze stanowisk w sklepach **Grupy Eurocash** przygotowana jest specjalna ścieżka edukacyjno-szkoleniowa. Nowo zatrudnionym pracownikom sklepów spożywczych zapewniono dostęp do wiedzy z zakresu BHP, HACCP, merchandisingu, obsługi klienta, zarządzania kategoriami i obliczania rentowności sklepu. Materiały edukacyjne zostały wzbogacone o nowe zagadnienia związane z koronawirusem. W okresie od maja do listopada 2020 r. zrealizowano 11 767 ścieżek wdrożeniowych.



W celu zapewnienia **zdalnej rekrutacji i onboardingu** wszystkie rozmowy kwalifikacyjne w **ING Tech Poland** pro-

wadzone są za pośrednictwem komunikatora internetowego. Każdy nowy pracownik otrzymuje na starcie pakiet informacyjny, dostęp do wszystkich narzędzi i sprzętu, listę pracowników, którzy pomogą z formalnościami oraz rozwieją wątpliwości. Zaplanowano także czas na zapoznanie się z menedżerem oraz zespołem. Przez dziewięć miesięcy istnienia programu zatrudnione zostały 784 osoby.



Program poleceń pracowniczych w **Kronospan Polska** funkcjonuje od 2016 r. Dzięki niemu pracownicy mają możliwość rekomendacji osób chcących znaleźć zatrudnienie w strukturach firmy. Jeśli osoba kandydująca zostanie zatrudniona po trzymiesięcznym okresie próbnym, osoba polecająca otrzymuje gratyfikację pieniężną. W 2020 r. firma zatrudniła 24 osoby z programu poleceń.



Podręcznik dobrych praktyk rekrutacji i selekcji powstał w celu zapewnienia równych szans i przeciwdziałania dyskryminacji w procesie rekrutacji i selekcji w firmie **Nowy Styl**. Dzięki niemu menedżer ocenia każdego uczestnika rekrutacji pod kątem tych samych, wcześniej określonych kompetencji względem profilu wymagań. Ujednoliconą została również wersja formularza rozmowy kwalifikacyjnej, znajdują się w niej punkty stałe oraz pytania dostosowane do stanowiska, na które aplikuje kandydat.



W ramach praktyki **rozstania z ludzką twarzą** firma **Polpharma** wdrożyła szereg działań skierowanych do osób, których miejsca pracy uległy likwidacji. Spółka proponuje skorzystanie z pakietów odejściowych w formie odpraw oraz udział w trzymiesięcznym programie outplacementowym. Poza konsultacjami ze związkami zawodowymi i zapewnianiu pierwszeństwa tych pracowników w rekrutacjach, zadbano o wsparcie emocjonalne i merytoryczne tychże osób. Program outplacementowy dla pracowników trwał trzy miesiące i objął 177 osób.



Pilotażowy program mentoringowy rozpoczął się w **Rödl & Partner** w roku 2020 i miał na celu wdrożenie nowo mianowanych partnerów w ich role (onboarding mentoring) oraz wsparcie ich w tej roli poprzez regularny kontakt z mentorem. Jest to program złożony z szeregu działań zaplanowanych na cały rok: szkoleń wdrażających, spotkań mentor-mentee, spotkań monitorujących, oraz superwizji par mentoringowych. W pierwszej edycji programu wzięły udział cztery pary mentoringowe.



W 2020 r. w **Rödl & Partner** zaprojektowano i wdrożono program „**Induction**”, który jest kolejnym krokiem i rozwinię-

ciem działań po procesie onboardingu. Do każdej dotychczasowej do firmy osoby przypisany jest na trzy miesiące doświadczony pracownik, tzw. buddy. Po czasie wdrożenia nowy pracownik ocenia proces „Induction” i wsparcie buddy’ego. Buddy zaś w ramach podziękowania za zaangażowanie otrzymuje od firmy bon podarunkowy. Od sierpnia 2020 r. 24 osoby zostały objęte wsparciem buddy’ego.



W 2020 r. w **Rödl & Partner** przeformułowano proces podsumowującej rozmowy rocznej na **cykl rozmów rozwojowych**. Cykl składa się ze spotkania rocznego i półrocznego. Między tymi dwoma kluczowymi terminami pracownicy wraz ze swoimi przełożonymi pracują nad planem rozwojowym, który ma wesprzeć realizację celów w ciągu całego roku.



W skali roku firma **Shell Polska** zatrudniła 600 osób, z czego 200 pracowników rozpoczęło pracę na **nowo utworzonych miejscach pracy** w rozwijających się działach (np. Creative Solutions) czy nowym dziale Retail. Dzięki wdrożonym i przetestowanym wcześniej rozwiązaniom Shell zachował ciągłość procesów HR, które od 16 marca 2020 r. odbywają się w modelu zdalnym, z użyciem wideokonferencji. Proces wdrażania (onboardingu) również został wprowadzony w formie wirtualnych spotkań.



W firmie **Sii** wdrożono **platformę e-learningową**, która zapewnia automatyzację onboardingu oraz dostęp do katalogu szkoleń rozwijających wiedzę i umiejętności zespołu z wybranych obszarów: technicznych (umiejętności IT), miękkich (umiejętności interpersonalne), eksperckich (sprzedaż, rekrutacja etc.). Od września 2020 r. z platformy skorzystało 2835 osób.



W ramach **adaptacji w TIM** nowi pracownicy przedstawiani są za pośrednictwem platformy komunikacyjnej, która stwarza przestrzeń do konwersacji. W ciągu pierwszego tygodnia nowy pracownik spotyka się z przedstawicielami poszczególnych zespołów, poznając specyfikę ich pracy. **TIM** organizuje spotkania w wybranym biurze handlowym oraz w zautomatyzowanym centrum logistycznym. Nad pełnym wdrożeniem w obowiązki, procesy, systemy i grupy projektowe czuwa opiekun.



W **Allegro** z **onboardingu** skorzystała mogą **osoby**, które powracają **po dłuższej nieobecności do pracy**. Tematyka

warsztatów i prelekcji dotyczy funkcjonowania firmy: dbania o klientów i sprzedających, produktu, technologii oraz HR. Pracownicy dowiadują się również o politykach i zasadach obowiązujących w firmie, nabywają umiejętności i wiedzę potrzebne, by swobodnie korzystać z systemów wewnętrznych. W 2020 r. w onboardingu wzięły udział 694 osoby, w tym 42 osoby po dłuższej nieobecności.



W ramach programu **Nasz biznes jest w sklepach** nowi pracownicy **Castorama Polska** odbywają tygodniowy staż w sklepie w działach sprzedaży. Celem projektu jest bezpośrednia interakcja między pracownikami a klientami, szczególne poznanie zasad biznesu, procesów zachodzących między centralą a sklepami oraz pełna integracja firmy.



W **Compensa TU Vienna Insurance Group** realizowany jest **Program Praktyk Letnich „COMPETentni w praktyce”**. Program trwa 2–3 miesiące i organizowany jest latem. Każdy z praktykantów ma szansę zrealizować swój miniprojekt, którego prezentacja pod koniec praktyk zwieńczona jest otrzymaniem certyfikatu.



Pracownicy **Credit Agricole Bank Polska** mogą zgłaszać swoich znajomych do udziału w rekrutacji na wolne stanowiska w banku w ramach programu **Akcja rekomendacja – wsparcie rekrutacji**. Jeśli polecany kandydat zarejestruje się w systemie i ostatecznie zostanie zatrudniony, polecający otrzymuje nagrodę pieniężną.



Credit Suisse Poland korzysta z **aplikacji rekrutacyjnej neutralnej pod względem płci**, która przeszukuje wszystkie ogłoszenia o pracę w poszukiwaniu sformułowań sugerujących płeć kandydata i przekształca je w neutralne zwroty, tak aby zwiększyć bezstronność ofert pracy.



Firma **dentsu Polska** udoskonala swoje podejście do procesu onboardingowego. W 2020 r. przyjęto ponad 200 nowych pracowników. Uzupelniono materiał o kolejne moduły, a na koniec firma dodała quiz podsumowujący, w którym można wygrać miód z własnej pasieki. Całość programu **Onboarding jak marzenie** realizowana jest obecnie zdalnie za pomocą platformy Teams.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Adaptacja nowych pracowników w firmie **Emitel** odbywa się w ramach **programu onboardingowego**. Przewidziane są spotkania z działem HR, przełożonym oraz innymi osobami zaangażowanymi we wdrożenie pracownika. W portalu intranetowym Emi4U stworzono Strefę Nowego Pracownika.



Przełknięciem inicjatywy **Zmień pracę, ale nie pracodawcę** jest zapewnienie dostępu do wolnych stanowisk pracy dla wszystkich pracowników **Fabryk Mebli „FORTE”**, niezależnie od obecnie zajmowanego stanowiska. Od momentu uruchomienia programu 180 pracowników zmieniło stanowisko pracy w ramach rekrutacji wewnętrznych.



System poleceń pracowniczych „Polecaj i zarabiaj z Forte” jest częścią polityki personalnej **Fabryk Mebli „FORTE”**. Polega na zachęcaniu pracowników do zapraszania do pracy i przynoszenia CV swoich znajomych i rodziny, w zamian za korzyści finansowe. W roku 2020 w ciągu trzech miesięcy (w lipcu, sierpniu i wrześniu) w Grupie FORTE zatrudniono dzięki projektowi 104 osoby.



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



Nano Shadow to gra fabularna, której celem jest rekrutacja nowych pracowników w PwC. Zadaniem osób biorących udział w rekrutacji na praktykantów w **PwC** jest przeprowadzenie audytu fikcyjnej firmy z branży nowych technologii przed jej wejściem na giełdę. Wybrani kandydaci przez dwa miesiące śledzą wydarzenia, zbierając dane na temat fikcyjnej firmy, a następnie uczestniczą w finale polegającym na kilkugodzinnej rywalizacji.



Na **program onboardingowy „Witamy w Rödl & Partner”** składa się szkolenie wprowadzające pierwszego dnia pracy, pakiet powitalny, instrukcje z wykazem obowiązkowych dokumentów oraz lista kroków do zrealizowania pierwszego dnia pracy. Każdy nowy pracownik **Rödl & Partner** uczestniczy także w dwudniowym warsztacie MEV, którego celem jest integracja oraz utrwalenie informacji dotyczących wartości i kultury firmy.



W ramach **programu poleceń „Poszukiwacze talentów”**, pracownicy **Rödl & Partner** mogą zgłaszać osoby na wolne stanowiska, na które prowadzona jest rekrutacja. Po pozytywnym zakończeniu rekrutacji pracownik otrzymuje bonus od 200 do 1 tys. zł.



W związku z podjętą decyzją Zarządu banku dotyczącą zwolnień grupowych, które rozpoczęły się na przełomie 2020/2021 i trwać będą przez dwa lata, **Santander Bank Polska** przygotował nową edycję programu wsparcia dla pracowników objętych zwolnieniami grupowymi. W ramach praktyki **ReStart Program Zmiany Zawodowej** (d. Program outplacementowy) świadczona jest oferta wsparcia dla osób objętych zwolnieniami grupowymi. Program zakłada wiele inicjatyw mających na celu wsparcie uczestników w ponownym wejściu na rynek pracy poprzez dostarczenie: webinarów, warsztatów, dostępu do platform edukacyjnych, materiałów i informacji podnoszących wiedzę i kompetencje, wsparcia psychologicznego i coachingowego.



Osoby zainteresowane pracą w **TAURON Polska Energia** mogą w prosty sposób poznać szczegóły aktualnych ofert w Grupie, dzwoniąc na specjalnie uruchomioną dla kandydatów **infolinię rekrutacyjną**: 146 146 146.



Dla osób nowo zatrudnionych w **wonga.pl** organizowane są spotkania **Poznajmy się „Lift off”**. Celem akcji jest przedstawienie firmy i ludzi, którzy w niej pracują. W spotkaniu oprócz nowych pracowników biorą udział członkowie zarządu i wszyscy managerowie.



RÓŻNORODNOŚĆ

Fundacja Grupy ERGO Hestia na rzecz integracji zawodowej osób niepełnosprawnych INTEGRALIA została powołana w 2004 r., by wspierać osoby niepełnosprawne na ich drodze do zawodowej samorealizacji. Misję tę wypełnia **Sopockim Towarzystwie Ubezpieczeń ERGO Hestia** oraz w innych firmach i instytucjach.



SZKOLENIA I ROZWÓJ

Przez ponad tydzień firma **Adamed Pharma** zorganizowała 11 sesji szkoleniowych online w ramach praktyki **Jak się rozwijać**. Sesje dotyczyły różnych obszarów, m.in. sztuki prezentacji, zarządzania sobą w zmianie, komunikacji

w projektach. W szkoleniach łącznie wzięło udział ponad 170 uczestników. Wydarzenie wejdzie na stałe do kalendarza życia firmy Adamed Pharma i będzie cykliczne.



Pracownicy **Alstom Konstal** mogli zapoznać się z najlepszymi przykładami z życia firmy w ramach kampanii „Wartości AIR w praktyce”. Prezentowano projekty rozwijane w oparciu o następujące wartości: sprawność w dostosowaniu do zmian, inkluzywność podejście do różnorodności w zespołach i odpowiedzialność w podejmowanych decyzjach. Artykuły na ten temat były przysyłane przez komunikację wewnętrzną, a przygotowane zostały przez uczestników „Agile Leader Academy” ICAN. Równolegle przeprowadzony został cykl szkoleń dla menedżerów.



W 2020 r. firma **ArcelorMittal Poland** kontynuowała program ukierunkowany na szkolenie umiejętności mistrzów w identyfikacji zagrożeń, komunikacji, reagowania i współpracy. Celem praktyki była **poprawa jakości audytów zachowań**. Etap pierwszy obejmował warsztat wprowadzający do projektu – przypomnienie zasad prawidłowego przeprowadzenia wszystkich etapów audytu. Etap drugi stanowił indywidualną pracę trenerów z mistrzami – doskonalenie umiejętności niezbędnych do przeprowadzenia audytu (zdolność do identyfikowania zagrożeń, reagowanie na sytuacje niebezpieczne oraz pojawiające się zagrożenia, komunikacja i umiejętne przekazanie audytowanemu pracownikowi informacji zwrotnej). W efekcie przeprowadzono 146 indywidualnych sesji coachingowych.



Impact Challenge & Summer in The Citi to projekty realizowane przez **Bank Handlowy w Warszawie funkcjonujący pod marką Citi Handlowy** w ramach działań grup pracowniczych People Strategy Committee oraz Affinity Networks. Projekty są odpowiedzią na wewnętrzną potrzebę pogłębiania zaangażowania pracowników, zapewnienia możliwości rozwoju oraz stworzenia narzędzi, dzięki którym pracownicy mają realny wpływ na tworzenie kultury organizacyjnej. Impact Challenge zachęcał do realizacji własnych inicjatyw. W ramach projektu zgłoszono 30 działań. Summer in the Citi to kalendarz obejmujący letnie miesiące, w których firma zamieszczała wartościowe eventy, webinary, szkolenia, rekomendując pracownikom udział.



Platforma Next ma profil edukacyjny i została stworzona przez **Capgemini Polska**. Dostęp do aplikacji daje każdemu pracownikowi możliwość ciągłego podnoszenia

swoich kompetencji poprzez korzystanie z wielu szkoleń. Kursy e-learningowe dotyczą m.in. szkoleń technicznych, związanych z zarządzaniem czy coachingowe.



Program **Akademii Wiedzy** obejmuje wszystkie obszary świadczonych usług przez kancelarię **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** i ma na celu dzielenie się doświadczeniem oraz rozwój wiedzy. Wskaźnikiem efektywności świadczonej pomocy jest liczba uczestników cyklu oraz poziom ich satysfakcji mierzony za pomocą ankiet ewaluacyjnych. W pięciu spotkaniach wzięły łącznie udział 162 osoby.



W 2020 r. firma **Coca-Cola HBC Polska** zorganizowała **Learn Fest**, czyli „targi nauki”, dwutygodniowe wydarzenie, podczas którego angażowano w naukę, pokazując, jak można korzystać z różnorodnych zasobów, szczególnie digitalowych, jak efektywnie je wykorzystywać do własnych potrzeb, jak pracować nad wewnętrzną motywacją w digitalowych warunkach oraz jak skutecznie wdrażać w życie nowo poznane praktyki. Liczba godzin spędzonych na samodzielnej nauce online wyniosła 31 539.



Firma **Compensa TU Vienna Insurance Group** posiada System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji zgodny z normą ISO 27001. Realizuje **program wspierający bezpieczeństwo informacji „Awareness”**. To seria infografik ostrzegających o najpoważniejszych zagrożeniach sieci dla społeczeństwa informacyjnego oraz opisujących zasady bezpiecznego przetwarzania informacji wewnątrz organizacji. Firma interweniuje również w ten sposób w przypadku zamierzonych kampanii phishingowych oraz zalewu wiadomości spamowych lub scam, informując o zasadach bezpiecznego postępowania w podobnych przypadkach. Zespół IT Security prowadzi również szkolenia w punktach gromadzenia informacji dotyczących zasad ich bezpiecznego transferu.



W **Credit Suisse Poland** powstała **Grupa ds. lokalnej promocji etycznych standardów postępowania**. Zadaniem grupy było edukowanie pracowników w Polsce na temat jednolitych wartości etycznych reprezentowanych przez firmę oraz ich zastosowania w codziennej pracy. Grupa współorganizowała szereg wydarzeń informacyjnych i paneli dyskusyjnych, stworzyła kampanię informacyjną, a także pracowała nad koncepcją i treścią interaktywnej gry.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Firma **CSRinfo** wprowadziła test **Cliftonstrengths Online Talent Assessment – badanie mocnych stron pracowników**. Narzędzie pozwala określić indywidualne mocne strony i schematy postępowania w formie pięciu kolejnych wyrażonych talentów. Pracownicy mieli wgląd w wyniki własnych testów. Odbili również indywidualne sesje z trenerem Gallup, które pogłębiły wiedzę uzyskaną z testu o wykorzystanie zdobytych informacji w praktyce. Dodatkowo, przeprowadzono całonocny warsztat dla zespołu CSRinfo, podczas którego pozostali pracownicy poznali swoje talenty oraz wspólnie opracowali mapę talentów zespołu.



Świat nauki DB to platforma szkoleniowa działająca w **DB CARGO POLSKA**. Każdy pracownik, przy wsparciu ekspertów z działu HR, ma możliwość stworzenia własnego materiału, za pomocą którego dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi. Na platformie znajdują się materiały dotyczące każdego obszaru działania firmy.



Firma **EY Polska** realizuje praktykę **EY Ripples – współpraca z wpływowymi przedsiębiorcami (EY GDS Poland)**. EY Ripples to globalny program CR w EY. Współpraca z firmą RETOS polega na tym, że RETOS, wykorzystując platformę sztucznej inteligencji, wykrywa problemy społeczne i środowiskowe w odległych społecznościach wiejskich i łączy je z lokalnymi studentami uniwersytetów, którzy pomagają je rozwiązać. EY GDS Poland pomogło usprawnić model operacyjny organizacji i poszerzyć bazę klientów poza studentów i uniwersytety. Współpraca z firmą UpOwa z kolei opiera się na tym, że UpOwa dostarcza energię słoneczną typu pay-as-you-go do gospodarstw domowych poza siecią w Kamerunie, pomagając ludziom i lokalnej gospodarce żyć i funkcjonować po zmroku, jednocześnie obniżając emisję CO2. UpOwa chciała wzmocnić zarządzanie finansami za pomocą automatyzacji danych w czasie rzeczywistym.



Gamifikacja **Manager of Choice** programu rozwojowego w **Grupie Raben** podzielona jest na pięć etapów: rekrutacja, onboarding, rozwój, codzienna praca, odejście z organizacji. Menedżerowie w trakcie programu trwającego cztery miesiące zdobywali wiedzę zgodnie z cyklem doświadczeń pracownika. Aby znajdujące się na platformie zadania były jak najbardziej angażujące i różnorodne, większość z nich wymagała odpowiedzi otwartych lub rzeczywistych działań i współpracy ze swoim zespołem. Z tego względu został powołany zespół ponad 40 asesorów, którzy na bieżąco sprawdzali odpowiedzi menedżerów. Udział w programie wzięto prawie 500 menedżerów w Polsce, przyznano ponad 200 nagród.



Firma **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** wprowadziła program **Legendary People Leaders** w celu wzmocnienia umiejętności kadry kie-

rowniczej. W ramach programu organizowane są warsztaty i dyskusje prowadzone przez menedżerów pracujących w firmie oraz szkolenia dostarczane zarówno przez zewnętrznych, jak i wewnętrznych trenerów. Dodatkowymi elementami programu są „Leaders’ talk”, czyli spotkania mentoringowe, oraz „LPL Coffee Time” – krótkie, nieformalne spotkania służące wymianie wiedzy i informacji. W 2020 r. ponad 70% lokalnych menedżerów uczestniczyło w zajęciach organizowanych w ramach „Legendary People Leaders”.



Inicjatywa **Personal Development Plan** została zaprojektowana i wdrożona jako wewnętrzny system wsparcia rozwoju menedżerów średniego i wysokiego szczebla w **Infosys Poland**. W ramach przedsięwzięcia z uczestnikami projektu pracują członkowie zespołu Learning & Development, którzy pomagają w projektowaniu i realizacji działań rozwojowych. Łącznie w projekcie wzięło udział 116 osób. W grupie tej swoje indywidualne Personal Development Plan przygotowały 103 osoby, z czego 64 ukończyły ich realizację przed upływem roku.



Kompania Piwowarska w ramach praktyki **Edukujemy na temat ekonomii społecznej** zorganizowała wewnętrzne webinary przybliżające zagadnienie ekonomii społecznej. W spotkaniach online wzięli udział przedstawiciele działu zakupów, marketingu i administracji, łącznie ok. 60 osób. W pierwszym webinarze wystąpiła Agata Stafiej-Bartosik z Fundacji ASHOKA, w drugim spotkaniu – Majka Lipiak z agencji marketingowej Leżę i Pracuję. W tym roku firma zdecydowała się wystać do swoich partnerów zestaw ręcznie wykonanych mydełek, które przygotowali pracownicy z niepełnosprawnością ze stowarzyszenia Taka Mydlarnia.



Program High Potential funkcjonuje w **Kronospan Polska** od 2009 r. Składa się z dwóch bloków: Junior i Senior. Junior High Potential to program skierowany do osób młodych stażem. Dla każdego uczestnika programu określa się zindywidualizowany program szkoleń. Natomiast Senior High Potential to projekt dla pracowników, którzy pełnią funkcje kierownicze, a w przyszłości mogą zarządzać szerszymi obszarami lub uczestniczyć w budowaniu nowych fabryk. Cały program daje możliwość rozwoju pracownikom z potencjałem, powoduje wzmocnienie struktury firmy, otwiera drogę do podnoszenia kwalifikacji.



Firma **Kuehne+Nagel** rozwija platformę e-learningową (**myLearning**), aby szkolić online pracowników. Nacisk na rozwój poprzez wszechstronne kursy podyktowany jest chęcią ciągłego doskonalenia pracowników i stażystów. W 2020 r., w obliczu pandemii, system szkoleń online cieszył się jeszcze większą popularnością. Platforma oferująca kursy, oprócz funkcji szkoleniowych, pozwalała na dzielenie się wiedzą wśród

społeczności pracowniczej i komentowanie dostępnych szkoleń oraz polecanie ich sobie nawzajem.



Akademia Liderów Górnictwa to program HR, skierowany do wyższej i średniej kadry zarządzającej **Lubelskiego Węgla Bogdanka**. Program realizowany był w formule studiów podyplomowych z zakresu zarządzania wartością przedsiębiorstwa. Nad merytorycznym zakresem studiów czuwali wykładowcy Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie oraz zewnętrzni trenerzy. Program studiów obejmował trzy główne bloki tematyczne: zarządzanie produkcją górnictwem w łańcuchu wartości, aspekty finansowe związane z pomiarem wartości przedsiębiorstwa oraz psychologię zarządzania personelem.



Miejsce w intranecie z ofertą rozwojowo-konsultacyjną dla pracowników i menedżerów **Employability – strefę nowych możliwości** stworzył **mBank**. „Strefa nowych możliwości” wspiera pracowników i menedżerów w budowaniu kariery w nieprzewidywalnym świecie, podnosi wartość na rynku pracy, pozwala zrozumieć własny potencjał, pomaga rozwijać zupełnie nowe kompetencje, tworzyć własną tożsamość zawodową i umiejętnie ją komunikować.



W marcu 2020 r. firma **Philip Morris Polska** uruchomiła wewnętrzny program mentoringowy „Sita Mentoringu”, dzięki któremu 17 liderów jest mentorami dla innych pracowników. Program obejmuje, obok regularnych sesji mentoringowych, także szkolenia dla Mentorów i Mentee, sesje wymiany wiedzy, bieżące wsparcie przez ekspertów oraz wiele innych elementów wspierających efektywny udział w programie.



W 2020 r. w **Polpharmie** wdrożono platformę szkoleniową online. W szkoleniach wzięto udział 4750 pracowników, z czego prawie każdy ukończył średnio pięć różnych szkoleń; 85% realizowanych w 2020 r. aktywności rozwojowych odbyło się w formie online. Dzięki wdrożonej platformie pracownicy Polpharmy mają bezpośredni i stały dostęp do najważniejszych materiałów wspierających ich w samorozwoju i realizacji celów biznesowych.



Akademia mentoringu to projekt, którego celem jest zabezpieczenie luki pokoleniowej w oddziałach **Polskiego**

Górnictwa Naftowego i Gazownictwa

w Odolanowie, Sanoku i w Zielonej Górze poprzez przygotowanie merytoryczne i rozwój kompetencji wybranych pracowników. Celem spółki jest utrzymanie ciągłości obsady kluczowych stanowisk operacyjnych oraz zatrzymanie specjalistycznej wiedzy w organizacji w obszarze eksploatacji i produkcji. Od lutego 2020 r. trwa pierwsza edycja programu. Zakończenie programu planowane jest na 2025 r.



Firma **Rödl & Partner** przygotowała przewodnik dla pracowników „W stronę sukcesu”, którego celem jest usystematyzowanie i wewnętrzne promowanie podejścia do budowania relacji z klientami, odwołanie się do kultury organizacyjnej firmy i jej odpowiedzialności.



W obliczu pandemii, w marcu 2020 r. firma **Samsung Electronics Polska** pod hasłem **#RazemDamyRadę** zaprosiła swoich pracowników do szeregu aktywności, które miały ułatwić zmianę trybu pracy na zdalny. Pracownicy zostali zaproszeni do uczestnictwa w webinarach dotyczących metod zarządzania swoją energią i emocjami w warunkach stresu, zdalnych treningów jogi oraz konsultacji dotyczących organizacji domowego biura z fizjoterapeutą. Firma zapewniła również pracownikom dostęp do zdalnych lekcji języków obcych za pośrednictwem platformy online.



Za pomocą e-learningowej platformy **GoFluent** firma **Sanofi** umożliwia pracownikom doskonalenie umiejętności językowych. Na platformie dostępne są bezpłatne zajęcia indywidualne i grupowe oraz intensywne tygodniowe kursy z języków: angielskiego, francuskiego, niemieckiego, rosyjskiego, włoskiego, hiszpańskiego, portugalskiego, japońskiego i chińskiego. Uczestnicy kursu rozwijają zasób słownictwa, znajomość gramatycznych zasad, ćwiczą swobodną konwersację oraz praktykują aktywne uczestnictwo w interaktywnych zajęciach.



Firma **Sanofi** stworzyła dla swoich pracowników platformę szkoleniową **iLearn**, która zawiera ok. 350 szkoleń dotyczących miękkich i twardych kompetencji. W intranecie firmy funkcjonuje także Uniwersytet Sanofi, gdzie pracownicy mogą wyszukiwać szkolenia z różnych obszarów biznesowych, dostępnych na platformie iLearn.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Przez cały 2020 r. **Santander Leasing** realizował program rozwoju sześciu kluczowych kompetencji wśród pracowników, którzy zakwalifikowali się w drodze konkursu do projektu **Infuencerzy Leasingu – Program Rozwojowy dla Pracowników Spółki**. Przedsięwzięcie pozwalało rozwijać takie kompetencje, jak innowacyjność i kreatywność w biznesie, sprawne ciągłe uczenie się, świadomy rozwój własnej kariery, biegłość w środowisku cyfrowym, świadomość społecznej odpowiedzialności biznesu, osobiste zaangażowanie, empatia, autentyczność i spójność.



Program mentoringowy w firmie **Sii** trwa trzy miesiące i składa się z mentoringu menedżerskiego oraz eksperckiego. Beneficjentami programu są zarówno mentor, jak i mentee, który korzysta z udziału w programie, ponieważ może zwiększyć swoją wiedzę i umiejętności dzięki wsparciu mentora. Mentee dzięki udziałowi w programie może także zaplanować swoją ścieżkę rozwojową i przyszły awans. Mentor natomiast zyskuje nową perspektywę, buduje sieć kontaktów i otrzymuje feedback o sobie w nowej roli.



W 2020 r. firma **Skanska w Polsce** zorganizowała serię **webinarów** dla pracowników z zakresu **COVID-19**. Omawiano genезę COVID-19, ryzyko zachorowania i niebezpieczeństwa związane z wirusem, a także kolejne fale zachorowań. Część spotkań była dodatkowo prowadzona przez pracowników Skanska z zespołu BHP, którzy, na podstawie doświadczenia z biur i projektów, przekazali praktyczne wskazówki postępowania w przypadku podejrzenia lub potwierdzonego przypadku zachorowania na COVID-19 wśród pracowników Skanska. W spotkaniach wzięło udział ok. 100 pracowników firmy.



Aby zwiększyć świadomość oraz utrwalić wśród pracowników wiedzę o Celach Zrównoważonego Rozwoju, firma **SumiRiko Poland** realizuje **kampanię pt. Zostań Agentem 0017**. Projekt polega na wysłaniu pracownikom newslettera z kompleksowymi informacjami o Celach Zrównoważonego Rozwoju. Na zakończenie kampanii planowane jest przeprowadzenie quizu online, po którym każdy pracownik będzie miał szansę zdobycia tytułu Agenta 0017.



Rozwój do kwadratu to działanie zainicjowane dla pracowników firmy **TAURON Polska Energia**. Inicjatywa została opracowana jako odpowiedź na trudną sytuację związaną z pandemią COVID-19, uniemożliwiającą odbywanie szkoleń w klasycznej formie. Odbiorcami projektu jest ok. 17 tys. pracowników Grupy TAURON. „Rozwój do kwadratu” to cykl cotygodniowych webinarów prowadzonych przez pracowników obszarów HR z kilku spółek Grupy TAURON. Webinaria prowadzone są w czterech obszarach tematycznych: rozwój, dzielenie się wiedzą, współpraca oraz #zdrowie.



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



Platforma szkoleniowa Mind-up jest odpowiedzią na ciągłą potrzebę doskonalenia się i rozwoju pracowników **Allegro**. W 2020 r. został wprowadzony specjalny program **#zdalniazalna** dotyczący efektywnej pracy zdalnej. W 2020 r. 64% pracowników wzięło udział przynajmniej w jednym szkoleniu; odbyło się 289 szkoleń wewnętrznych dla 5342 uczestników.



Allegro raz w roku organizuje wewnętrzną konferencję technologiczną dla działu IT. W 2020 r. w konferencji online wzięło udział 700 osób, a 37 pracowników wystąpiło w roli prelegentów. W ramach **Allegro Tech Meeting** pracownicy występują jako prelegenci na otwartych wydarzeniach, np. Allegro Tech Talks, Allegro UX Talks, Misja zmiana branży.



Program **LEVEL UP! Mierzmy wysoko w BEST** zawiera szkolenia, konsultacje, nowy model feedbacku i monitoringu jakości rozmów, interaktywną witrynę, a także wdrożoną w 2020 r. grywalizację. Program stymuluje doradców do dbania o jakość pracy i swój rozwój.



W **Brown-Forman Polska** organizowany jest **Miesiąc Odpowiedzialności**. Celem inicjatywy jest wyposażenie pracowników firmy w wiedzę i narzędzia umożliwiające im pełnienie roli ambasadorów odpowiedzialnej promocji, sprzedaży i konsumpcji alkoholu.



W ramach **programu Digitalenty** ok. 220 pracowników sklepów **Carrefour** z całej Polski stworzyło zespół trenerów wspierających osoby, z którymi pracują, w korzystaniu z najnowszych rozwiązań digitalowych, e-commerce oraz w codziennym używaniu nowoczesnych technologii.



Kampania „Act for Food” to globalny program komunikacji konkretnych aktywności na rzecz lepszego jedzenia, smaku i jakości. Kampanii towarzyszą działania, których celem jest przybliżenie pracownikom **Carrefour** nowej strategii firmy i włączenie ich w realizację „Act for Food”.



Podejście **Customer Centricity** – „Bądź jak Leon. Myśl klientem” ma pomóc sieci **Carrefour** w tworzeniu angażującego miejsca pracy. W związku z pandemią koronawirusa, w 2020 r. szkolenie było realizowane w skróconej wersji i zostało włączone do programu onboardingowego dla nowych pracowników. Ze skróconej wersji szkolenia w formie online skorzystały 53 osoby.



Przepis na mistrza to projekt wspierający zawody specjalistyczne, takie jak cukiernik, piekarz czy rzeźnik. Skierowany jest do uczniów szkół zawodowych oraz doświadczonych ekspertów, którzy mogą ubiegać się o zawodową certyfikację. Program sieci **Carrefour** obejmuje również szkolenia i e-learningi skupiające się na dostarczaniu wiedzy nie tylko produktowej, ale i klientkiej z obszarów m.in. obsługi i doradztwa.



Szkola liderów to wewnętrzny program rozwojowy kierowany do przyszłych dyrektorów w sklepach należących do **Castorama Polska**. Jego celem jest przygotowanie uczestników do pełnienia funkcji menedżerskich.



Szkola kapitańska to wewnętrzny program rozwojowy mający na celu przygotowanie pracowników **Castorama Polska** do objęcia stanowisk kierowniczych kadry menedżerskiej średniego szczebla.



W **Castorama Polska** prowadzone są szkolenia i warsztaty **produktowe** dla pracowników - w 2020 r. w formule **online**. Eksperti, wybierani spośród pracowników, przy wsparciu trenerów, prowadzą warsztaty z zaaranżowanymi microstudiów na terenie sklepu.



Dzielmy się wiedzą! – zwiększanie kompetencji to program wewnętrznych szkoleń i warsztatów specjalistycznych prowadzonych przez pracowników-ekspertów **Credit Agricole Bank Polska** dla innych osób zatrudnionych w banku. W 2020 r. w edycja online udział wzięło 656 uczestników. Podczas 80 spotkań webinary poprowadziło 31 ekspertów.



MOVE&CO to rozwojowy program dla middle managerów, który daje pracownikom **Credit Agricole Bank Polska** możliwość zdobycia wiedzy, wymiany praktyk, wzajemnego uczenia się oraz współpracy przy ciekawych projektach. W 2020 r. bank rozwijał m.in. ekowrażliwość uczestników programu, podejmował tematy zmian klimatycznych, wpływu człowieka na środowisko i minimalizacji negatywnych skutków ludzkiej działalności. Menedżerów z projektu MOVE&CO zaangażowano jako liderów projektów w programie wolontariatu pracowniczego.



W 2020 r. odbyła się kolejna edycja programu **Let's Share – dzielimy się wiedzą**, w ramach którego pracownicy **dentsu Polska** wymieniają się wiedzą specjalistyczną. W piątej edycji zrealizowano 59 szkoleń wewnętrznych dla ok. 630 osób przy zaangażowaniu 18 trenerów.



Wdrożona w firmie **Emitel Akademia Trenera Wewnętrznego** to program służący wspieraniu trenerów. Osoby, które chcą dzielić się ze współpracownikami wiedzą i doświadczeniem, mogą pełnić funkcję trenera wewnętrznego i otrzymać wsparcie organizacji w swojej działalności trenerskiej. Trenerzy za realizowane przez siebie szkolenia otrzymują dodatkowe wynagrodzenie.



W ramach pakietu benefitów firma **Emitel** oferuje pracownikom bezpłatną **naukę języka angielskiego**. Od 2020 r. kurs językowy odbywa się w formie online, z wykorzystaniem formuły wirtualnych klas.



Początkujący menedżer to program **Europejskiego Funduszu Leasingowego**. Składa się z trzech modułów: ugruntowanie wiedzy na temat kluczowych procesów zarządzania zespołami i doskonalenie umiejętności menedżerskich, budowanie świadomości w zakresie stylu zarządzania i komunikacji, budowa planu rozwoju osobistego i zwiększającego efektywność zespołu.



Akademia FORTE to program rozwoju kompetencji menedżerskich kadry kierowniczej obszaru produkcji w **Fabrykach Mebli „FORTE”**. Jego założeniem jest rozwój niezbędnych kompetencji menedżerskich, zdefiniowanych w ogólnofirmowym modelu kompetencji,



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

a przede wszystkim – wdrożenie wystandaryzowanego zestawu narzędzi i technik z zarządzania ludźmi.



Program Mentoringu jest wewnętrznym programem rozwojowym Grupy **Górażdzie Cement**. Głównym jego założeniem jest rozwój kadry menedżerskiej i rezerwowej, zwiększenie integracji wewnątrz Grupy. Mentorzy to Zarząd, dyrekcja oraz wybrani mentees z pierwszej edycji programu. Ze względu na COVID-19 **druga edycja** programu została przeniesiona do formuły online.



Gra o troll to autorski program Grupy **GPEC**, stawiający na **rozwój kadry kierowniczej**. W 2020 r. program skupił się przede wszystkim na zadaniach związanych z rolą menedżera w budowaniu zespołów rozproszonych, w związku z pandemią i nową kulturą organizacyjną pracy hybrydowej. Menedżerowie trenowali również umiejętności związane z radzeniem sobie ze stresem związanym z przeniesieniem pracy zawodowej do domów, a także z narzędziami integracji i socjalizacji zespołów pracujących hybrydowo.



W styczniu 2020 r. redakcja „Gazety Wyborczej” (**GRUPA AGORA**) zorganizowała **drugą edycję Szkoły Redaktorów**. Do października 2020 r. 23 osoby z zespołu dziennika doskonalily swój redaktorski warsztat pod okiem doświadczonych kolegów i koleżanek z redakcji oraz ekspertów.



Grupa ANG (d. ANG Spółdzielnia) oferuje swoim członkom **Szkolenia ANG**, które dotyczą m.in. kwestii produktowych i zawodowych, pierwszej pomocy, wykładów na temat sztucznej inteligencji czy relacji, których szczególnie dziś, w czasach izolacji społecznej, brakuje. Ponadto wszyscy mają możliwość korzystania z dofinansowania edukacji.



You grow to projekt rozwojowy dla pracowników firmy **Henkel Polska**, którzy nie pełnią jeszcze funkcji menedżerskich. Program opiera się na czterech kluczowych elementach: indywidualnym planie rozwoju, współpracy międzydziałowej, programie szkoleniowym mini-MBA i grach symulacyjnych.



Celem **Programu mentoringu dla menedżerów** w firmie **Henkel Polska** jest rozwój umiejętności przywódczych oraz transfer wiedzy i dobrych praktyk między pracownikami reprezentującymi różne działy i funkcje firmy. Praca w parach

mentoringowych trwa 12 miesięcy. Do tej pory w programie wzięło udział ponad 50 par mentoringowych.



Program iLead to platforma komunikacji i networkingu przedstawicieli kadry kierowniczej **Henkel Polska**, dająca możliwość dyskusji o biznesie i zarządzaniu, wymiany doświadczeń i praktyk. Praktyka realizowana jest przez spotkania plenarne (dwa razy w roku) i seminaria.



Program szkoleniowo-rozwojowy „Brown Bag Sessions” to inicjatywa firmy **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center**. W roku 2020 zrealizowano blisko 50 szkoleń, w których wzięło udział ponad 1300 osób.



Raz w miesiącu w firmie **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** odbywa się **Inspirująca sesja wideo**, podczas której pracownikom wyświetlane są wystąpienia TED i inne materiały filmowe. Od lat frekwencja w tych spotkaniach sięga 80% załogi firmy.



Tech Academy to cykl wewnętrznych szkoleń w **ING Tech Poland**. Obejmują one tematykę zarówno technologiczną (Java, Python), specjalistyczną (dotyczącą phishingu, pierwszej pomocy), jak i związaną z umiejętnościami miękkimi (zarządzanie stresem, świadome podejmowanie decyzji).



MAKRO Polska prowadzi **szkolenia dla pracowników**. Menedżerowie uczestniczą w programie Lead&Win, opartym na „Kodeksie przywództwa”. Sieć rozwija kompetencje sprzedażowe oraz wiedzę produktową, prowadząc Akademię Aktywnej Sprzedaży i Akademię Sit Sprzedaży.



Absolwenci i młodzi profesjonalści mają szansę na rozwój w ramach „Metro Potentials” – jednego z **programów rozwojowych** realizowanych przez **MAKRO Polska**. Firma uruchomiła także program dla utalentowanych menedżerów, Makro Sustainable Leadership, który koncentruje się na zmianach organizacyjnych, budowaniu społeczności liderów i ambasadorów zrównoważonego rozwoju.



Zaloguj się do Rozwoju to sprawdzone treści wspierające rozwój talentów i umiejętności społecznych. W 2020 r. **mBank** szczególnie uwagę poświęcił tematowi: zarządzanie czasem,

praca zdalna, ergonomia pracy, zarządzanie sobą w stresie i nowoczesna komunikacja. Pracownicy mają stały dostęp m.in. do LinkedIn Learning, LEGIMI oraz platformy supermemo. Od 2020 r. pod hasłem **Piątki z rozwojem** co tydzień odbywają się inspirujące spotkania i warsztaty dla chętnych pracowników.



Od 2019 r., poza oceną realizacji celów biznesowych, **system ocen pracowniczych oparty na wartościach w Polpharmie** obejmuje obowiązkową ocenę zachowań odnoszących się do pięciu wartości: uczciwość, szacunek, odpowiedzialność, solidarność i współpraca. Przynajmniej dwa razy do roku menedżerowie wraz z pracownikami omawiają znaczenie firmowych wartości oraz plany działań doskonalących określone zachowania.



Doskonalenie jakości zarządzania – „Leadership Go!” i „Leaders Up!”, rozwój stylów przywódczych i klimatu organizacyjnego to inicjatywy realizowane przez **Polpharmę** w celu podnoszenia kompetencji menedżerskich na różnych poziomach organizacji. W 2020 r. skoncentrowano się na wspieraniu menedżerów w pracy w środowisku VUCA.



W **Rödl & Partner** działa **program coachingowy**. Jest dostępny dla osób, które zarządzają zespołami lub które w przyszłości będą pełniły funkcję menedżerską. W roku 2020 w pełnym procesie coachingu wzięto udział 13 osób (łącznie to 145 godzin zegarowych).



Dział HR **Rödl & Partner** realizuje **wewnętrzny projekt edukacyjny „Dzielimy się wiedzą”**. Prelegentami są chętni pracownicy. W 2020 r. w formule online odbyło się 10 szkoleń z zagadnień merytorycznych, dedykowanych poszczególnym liniom biznesowym. Dodatkowo Dział HR zorganizował cykl szkoleń „Z HRem na miękko”, w ramach którego odbyło się 36 spotkań odpowiadających tematycznie wyzwaniom pracy zdalnej.



Aby pomóc w lepszym zarządzaniu zespołami i projektami, firma **Rödl & Partner** prowadzi **program developmentowy dla menedżerów**. Działania rozwojowe proponowane menedżerom są dostosowane do indywidualnych potrzeb zdefiniowanych na etapie diagnozy z uwzględnieniem poziomu aktualnie zajmowanego stanowiska i/lub potencjału do peł-

nienia przyszłych funkcji w organizacji. W 2020 r. wzięło w nim udział 19 osób.



Projekt **Elixir Rozwoju** realizowany przez **Santander Bank Polska** w 2020 r. odbył się w formule online. Co dwa tygodnie serwowano nowy eliksir – inspiracja mailowa, webinarium lub sesja inspiracyjna. W ramach projektu odbyły się m.in. sesje inspiracyjne: „Jak podejmować dobre decyzje”, „Pewność w czasach niepewności, czyli moja własna strefa mocy”, „Przywództwo dziś i jutro – budowanie przewag konkurencyjnych w różnorodnym świecie”.



Rotacja stanowisk w SITECH polega na czasowej zmianie stanowiska pracy. Następuje to na wniosek pracownika lub po konkretnych wskazaniach po konsultacjach międzyoddziałowych. Proces może trwać od kilku miesięcy do trzech lat.



Do dyspozycji pracowników firmy **SITECH** została oddane zaawansowane **Centrum Szkoleniowe SITECH**, w którym wykwalifikowani trenerzy wewnętrzni szkolą m.in. z zakresu Lean Manufacturing, zasad ergonomii czy modelu 5S.



Hestyna Akademia Rozwoju Talentów (HART) to autorski programy szkoleniowy **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**, kierowany do firmowych talentów – osób, które wyróżniają się zaangażowaniem w pracę, twórczym podejściem, a także predyspozycjami do zarządzania pracą innych. Program jest konsekwentnie realizowany od 17 lat. Około 70% osób, które ukończyły HART, awansowało w ramach Grupy ERGO Hestia i stanowi obecnie większość w kadrze menedżerskiej.



W ramach **Uniwersytetu Otwartego** organizowane są cykliczne wykłady dla pracowników **TAURON Polska Energia**, umożliwiające spotkania z ekspertami. Zrealizowano blisko 40 wykładów, w których łącznie uczestniczyło kilkaset pracowników TAURONA.



Volkswagen Motor Polska oferuje pracownikom **szkolenia dotyczące autonomicznego utrzymania ruchu** – 20 pracowników zdobywa nowe kompetencje podczas 20 tygodni



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

szkolenia zakończone egzaminem, następnie wdrażają oni wiedzę w pracy na linii, a ich rozwój koordynowany jest przez kierownika działu.



Volkswagen Motor Polska, wspólnie ze Stowarzyszeniem SZANSA z Głogowa, zorganizował szkolenie „Przeciwdziałanie mowie nienawiści” dla HR-Partnerów i członków Respekt-teamu (pracowników należących do grupy projektowej „Nowa kultura organizacyjna”).



WOLONTARIAT PRACOWNICZY

W ramach akcji #pomagamy_bo_umiemy pracownicy **Allegro** mogli wskazać organizacje i instytucje oraz zaproponować konkretne działania obejmujące najbardziej potrzebujących, szczególnie dotkniętych skutkami pandemii. Pomoc otrzymali m.in. seniorzy, dzieci i młodzież, osoby z niepełnosprawnościami, w kryzysie bezdomności, wykluczone społecznie, ale również społeczności lokalne, pacjenci, podopieczni hospicjów i domów pomocy społecznej oraz pracownicy ochrony zdrowia.



W roku budżetowym 2019/2020 w **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** powstał program **wolontariatu pracowniczego**. Pracownicy zorganizowali akcję zbiórki karmy oraz akcesoriów dla zwierząt z wybranych schronisk. W firmie funkcjonują również: Drużyna Biegowa (10 zł na cele charytatywne za każdy wybiegany kilometr), wolontariat ogrodniczy, w którym sadzone są rośliny nektaropylne oraz szkółka roślin z dobrej ręki (ukorzenie roślin – odpadów pielęgnacyjnych).



Capgemini Polska zaangażowało pracowników w inicjatywę **Impact Together Week**. Celem było wsparcie lokalnej społeczności poprzez wolontariat w trzech obszarach: pomoc 30 dzieciom w nauce – korepetycje dla dzieci online (30 zaangażowanych wolontariuszy), pomoc trzem seniorom w poruszaniu się w wirtualnym świecie (Digital Senior Day) oraz sprzątnięcie terenów zielonych przez ośmiu pracowników.



Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** świadczyła pomoc prawną **pro bono** dla Fundacji Krystyny Jandy na rzecz Kultury oraz TR Warszawa. Kancelaria wspiera również Helsińską Fundację Praw Człowieka w ramach Programu Spraw Precedensowych, którego celem jest uzyskanie przełomowych wyroków zmieniających praktykę albo przepisy prawne

w konkretnych kwestiach prawnych, budzących poważne wątpliwości z punktu widzenia ochrony praw człowieka. W roku 2020 prawnicy kancelarii na pracę **pro bono** poświęcili 1288 godzin.



W ramach **świątecznej aktywności charytatywnej** w firmie **Compensa TU Vienna Insurance Group** ponad 100 pracowników zaangażowało się w organizację Szlachetnej Paczki dla trzech rodzin. Równoległe do partnerów biznesowych, zamiast tradycyjnych koszy świątecznych, wystano online „niosące pomoc” kartki. Każdy adresat kartki miał możliwość wybrania jednej z trzech organizacji, która dzięki temu otrzymała od Compensy wsparcie finansowe. Na beneficjentów akcji wybrano: Fundację „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”, Fundację „Daj Herbatę” oraz Fundację „Po Drugie”.



Power of Sharing – proaktywna społeczność banku realizowany przez **Credit Agricole Bank Polska** to będąca częścią programu „People Power” inicjatywa, która wspiera aktywność pracowników i działania wolontariackie. Wolontariusze mogą dzielić się swoimi doświadczeniami, zapraszać innych współpracowników. „Power of Sharing” jest częścią programu „People Power”, który w 2020 r. otrzymał nagrodę w konkursie „Siła Przyciągania”, zorganizowanym przez „Puls Biznesu” i Deloitte.



Członkowie komitetu charytatywnego **Credit Suisse Poland** przeprowadzili wywiady z ponad 20 organizacjami partnerskimi w celu poznania ich aktualnych potrzeb i sprawnego, jakich zadań mogłyby się podjąć pracownicy zdalnie. **Wolontariat wirtualny**, w który zaangażowało się ok. 1500 zatrudnionych, obejmował m.in.: mentoring, wsparcie merytoryczne pracowników organizacji, pomoc w zakresie grafiki i design, wsparcie informatyczne, tłumaczenia, rozliczanie PIT, szkolenia z obsługi programów.



Wspierając Fundację Edukacja dla Przyszłości, firma **Deloitte Polska** w ramach programu **Deloitte WorldClass** zaangażowała się w **pomoc dla polskich uczniów** poprzez przygotowanie treści do 40 filmów edukacyjnych opublikowanych w polskiej wersji językowej na platformie Khan Academy. Współpracując z uczestnikami Zwolnionych z Teorii, pracownicy pomagali uczniom w wymyśleniu nowych sposobów realizacji projektów na odległość. Wsparto dziewięć projektów społecznych, dedykując 20 godzin mentoringu dla projektów o zasięgu ponad 6 tys. beneficjentów. Firma Deloitte wsparła także fundację w stworzeniu specjalnej strony zmiana.zwolnienizteorii.pl, dzięki czemu kurs z zarządzania zmianą i ryzykiem ukończyło 850 osób.



W grudniu 2020 r. pracownicy **DNB Bank Polska** zorganizowali trzy projekty wolontariatu, których celem było wsparcie lokalnych społeczności. **Bank wsparł organizowane przez pracowników projekty**, udostępniając organizatorom akcji służbowe narzędzia komunikacji, konto do zbiórki finansowej oraz miejsce zbiórki darów rzeczowych. W efekcie przygotowano: 66 prezentów dla dzieci z domów dziecka i placówek wymagających wsparcia, 11 paczek pomocowych dla seniorów, ponadto 3 rodziny otrzymały wsparcie finansowe i rzeczowe w ramach Szlachetnej Paczki. W **akcje wolontariatu** zaangażowało się 60% pracowników.



Firma **Done Deliveries** zachęciła pracowników do zbiórki żywności i innych produktów dla potrzebującej rodziny seniorów z Andrychowa. Wartość wsparcia w formie **Szlachetnej Paczki 2020** wyniosła ok. 5 tys. zł.



W okresie pandemii 10 pracowników firmy **Emitel** zaangażowało się w akcję **Gotowość do niesienia pomocy** zorganizowaną przez Legię Warszawa. Była to pierwsza kompleksowa inicjatywa wsparcia w Warszawie, zapewniająca realną, bezpośrednią pomoc seniorom w czasie epidemii. Wielowymiarowa pomoc zakładała uruchomienie bezpłatnego telefonu pomocowego dla seniorów, a także dofinansowanie i dostarczanie posiłków dla seniorów na terenie całej Warszawy. Wsparcie otrzymało ponad 200 seniorów. W akcję zaangażowało się 10 pracowników.



W ostatniej edycji programu grantowego **EY Volunteers Challenge** zrealizowano 10 projektów. Liderzy projektu każdorazowo raportują m.in. liczbę godzin przeznaczonych na wolontariat w **EY Polska** oraz efekty realizowanych działań.



Prawnicy zespołu **Grabowski i Wspólnicy Kancelaria Radców Prawnych** w ramach sztabu antykryzysowego **wsparli prawnie pro publico bono** przedsiębiorców zrzeszonych w ramach Business Centre Club. Doradztwo prawne prawników zespołu kancelarii poskutkowało poprawnie złożonymi dokumentami związanymi ze wsparciem przedsiębiorców przez Polski Fundusz Rozwoju oraz dotyczącymi Funduszu Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych.



Moc jest w Nas to hasło akcji pomocowych podejmowanych przez pracowników i wolontariuszy **Grupy Enea**, akcji charytatywnych oraz wsparcia psychologicznego. W ramach akcji „Misja Profilaktyka. Chroń siebie i innych” pracownicy uszyli prawie 10 tys. maseczek, wystanych potem do szpitali i hospicjów. Włączyli się także w zbiórkę finansową, w efekcie której pozyskano 3873 zł. Środki, wraz z kwotą 50 tys. zł przekazaną przez Fundację Enea, przekazano placówkom medycznym walczącym z pandemią. Firma opracowała także materiały edukacyjne i promocyjne zachęcające do oddawania osocza.



Ponad 30 osób zgłosiło chęć udziału w **wolontariacie pracowniczym** realizowanym w **Infosys Poland**. Wolontariusze robili zakupy, dostarczali ciepłe posiłki i służyli wsparciem w rozmowach telefonicznych z osobami pozostającymi w izolacji. Początkowo działania były adresowane do pracowników, jednak stopniowo akcję rozszerzono na potrzebujących mieszkańców Łodzi. Nad koordynacją działań czuwał zespół Diversity & Inclusion.



W 2020 r. działania wolontariackie w **LOTTE Wedel** po raz pierwszy przeprowadzono w formie online. Zainaugurowano **program wolontariatu kompetencyjnego „Akademia Wedla”**, który polega na wsparciu młodzieży z placówek opiekuńczo-wychowawczych w procesie usamodzielniania poprzez nabywanie wiedzy i nowych umiejętności. Pracownicy przeprowadzili dziewięć warsztatów online na temat m.in. poszukiwania pierwszej pracy. Odbyła się także superwizja z uczestnikami i wolontariuszami, podczas której zbierano informacje zwrotne na temat projektu.



Od sierpnia do listopada 2020 r. każdy pracownik **MetLife** miał okazję uczestniczyć w globalnej akcji **Volunteering with Purpose: 90 Days of Giving**, która polegała na udziale w zdalnym wolontariacie. Pracownicy składali protezy ręki dla osób po amputacji, głównie dzieci z krajów rozwijających się, podopiecznych organizacji Helping Hands. Wolontariusze wsparli też organizację Save the Children, wysyłając listy ze słowami otuchy do dzieci z obozów dla uchodźców. W Polsce w działania zaangażowało się 20% pracowników wraz z rodzinami. Łączna liczba beneficjentów to ok. 150 osób.



Z okazji mikołajek pracownicy **Provident Polska**, wspólnie z Fundacją Zacztyani.org, przygotowali upominki dla ponad 1000 dzieci przebywających w szpitalach. W 2020 r. w **Covid Wolontariat** włączyli się także doradcy klienta.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Łącznie zostało przekazano 100 upominków. W roku 2020 firma rozpoczęła także współpracę z Fundacją The Hope Project Polska. Na rzecz uchodźców z Syrii, którzy przebywają na Lesbos, zebrano kilkadziesiąt kilogramów ubrań i środków czystości.



Celem programu stworzonego przez **CTech PwC dla Life Plan Academy** jest pomoc młodym ludziom ze środowisk dysfunkcyjnych, znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej lub po traumatycznych przeżyciach. Aplikacja bazuje na opisanej w książce „Power4Change” metodzie Mój Biegun. W projekt zaangażowało się 15 ekspertów **PwC**, a łączna liczba godzin wolontariatu wyniosła ponad 1300.



Social Impact na 30-lecie PwC Polska to program grantowy wolontariatu pracowniczego zrealizowany przez **PwC** z okazji jubileuszu firmy. W ramach programu pracownicy zgłaszali swoje pomysły na projekty wolontariatu. Każdy głos wart był 30 zł. Pieniądze trafiły do budżetów zgłoszonych projektów. Program wyróżnia pięć obszarów tematycznych (edukacja, wspieranie organizacji pozarządowych, ekonomia społeczna, niepełnosprawność i ekologia). Zgłoszonych zostało 26 projektów, na które oddano 3115 głosów. Do realizacji w 2021 r. przeszły 24 akcje. Łączny budżet wyniósł ponad 93 tys. zł.



Fundacja **Santander Bank Polska** zorganizowała wewnętrzny konkurs dla kadry pracowniczej pod tytułem **Liderzy Dobroczynności**. Konkurs polegał na wymyśleniu i przeprowadzeniu akcji społecznej w zgodzie z obowiązującymi przepisami sanitarnymi. Zgłoszona inicjatywa musiała w ciekawy sposób wspierać lokalną społeczność. Zakres działań był dowolny. Obecnie większość projektów jest w trakcie realizacji. Rozstrzygnięcie zaplanowane zostało na koniec pierwszego kwartału 2021 r.



Wsparcie medyków w walce z COVID-19 przez firmę **Sii** polegało m.in. na opracowaniu projektu podwójnego łącznika między maską nurkową a filtrem medycznym i wykonaniu maseczek na drukarkach 3D. W tym celu firma we współpracy z Fundacją Iskierka zakupiła 100 pełnotwarzowych masek do nurkowania oraz filtrów medycznych. W drukowanie podwójnego łącznika, składanie masek, pakowanie i wysyłkę zaangażowało się łącznie 15 wolontariuszy. Wolontariusze z Sii Polska wydrukowali w technologii 3D ponad 100 przebieżek. Fundacja Iskierka przekazała personelowi kilku szpitali 100 złożonych masek.



Do końca 2020 r. przeprowadzono dziewięć edycji **Sii Power Volunteers**. W ramach programu przez cztery lata organizo-

wano kilkadziesiąt projektów, których beneficjentami zostało ok. 50 instytucji. W działania zaangażowało się blisko 500 wolontariuszy z **Sii**, wspartych przez przyjaciół, znajomych i rodziny. W związku z rosnącą liczbą projektów i jakością aplikacji, prezes firmy podjął decyzję o zwiększeniu budżetu programu z 300 do 500 tys. zł.



Corocznie w firmie **Budimex** prowadzone są cztery edycje programu wolontariatu pracowniczego. Każda osoba zatrudniona może zgłosić projekt, który ma na celu wsparcie społeczności lokalnych w tych regionach, gdzie firma prowadzi swoje kontrakty. Pomysł na akcje wolontariackie ocenia Komitet CSR, który decyduje o przyznaniu **grantu na wolontariat**. Od 2015 r. wolontariusze zrealizowali ponad 50 projektów. W 2020 r. ze względu na pandemię została zrealizowana edycja specjalna, w ramach której pracownicy mogli zgłosić pomysły na działania wspierające potrzebujące osoby oraz instytucje. **Granty wolontariat w walce z COVID-19** otrzymało osiem zgłoszonych projektów.



W 2020 r. w ramach projektu **#jesteśmyzami – wolontariat** wolontariusze **Orange Polska** skoncentrowali się na ograniczaniu skutków pandemii. Podjęli działania, takie jak dostarczanie środków dezynfekujących, rękawiczek jednorazowych oraz maseczek do szpitali i domów pomocy społecznej. Zaangażowali się też w szycie maseczek, które bezpłatnie przekazywali seniorom i medykom, oraz produkcję przybicia na drukarkach 3D. Włączyli się w organizację posiłków dla medyków i dzieci w trudnej sytuacji oraz wsparcie podopiecznych domów dziecka w zdalnej nauce.



Każda Paczka Może być Szlachetna to projekt realizowany we współpracy ze Stowarzyszeniem „Wiosna” inicjatorem Szlachetnej Paczki. Darczyńcy i wolontariusze otrzymali od zespołu Szlachetnej Paczki materiały zachęcające ich do robienia zakupów dla potrzebujących rodzin – bezpośrednio na **Allegro**. Podczas zbiórki cegiełek na Allegro.pl udało się zebrać 535 331 zł. Akcja trwała od 1 do 27 grudnia 2020 r.



Allegro w ramach akcji **Gramy z WOŚP** organizuje Aukcje Allegro dla Wielkiej Orkiestry Świątecznej pomocy. W 2020 r. po raz dwudziesty firma włączyła się do działania.



W 2020 r., w ramach **wolontariatu pracowniczego**, wolontariusze **ANWILU** zrealizowali 30 projektów, m.in. dostosowanie nieużytkowanego pomieszczenia oraz organizację sali gier i relaksu dla dzieci i młodzieży z niepełnosprawnościami.



W 2020 r. wolontariusze **Aquanetu** przepracowali 196,5 godziny w ramach **wolontariatu pracowniczego** „Płyn z pomocą”, złożyli pięć wniosków na wsparcie finansowe dla organizacji pożytku publicznego na kwotę 25 tys. zł. Firma zatwierdził formalnie dodatkowe dwa dni wolnego na realizację prac wolontariackich.



Celem programu **Wolontariat jest super!** jest realizacja projektów wolontariackich zgłoszonych przez pracowników **Banku Gospodarstwa Krajowego**, a realizowanych przez zespoły wolontariackie. W 47 projektach uczestniczyło ponad 220 wolontariuszy, którzy dotarli z pomocą do 2 tys. potrzebujących. Włączono się m.in. w organizację warsztatów dla podopiecznych DPS i osób niepełnosprawnych oraz remonty świetlic środowiskowych czy sal edukacyjnych dla dzieci.



Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy realizuje program **#CitiVolunteers dla Rozwoju**, który włącza ekspertów Citi w programy społeczne realizowane przez Fundację Citi Handlowy. Wśród odbiorców działań mentoringowych są: start-upy, kobiety rozwijające własny biznes, studentki kierunków IT oraz migranci marzący o własnym biznesie. Mentorzy Citi angażują się zarówno w długofalowe działania mentoringowe w relacji mentor-mentee oraz akcyjną pomoc podczas zorganizowanych wydarzeń.



Celem **wolontariatu seniorów w Citi** realizowanego przez **Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy** jest aktywizacja społeczna osób starszych oraz umożliwienie im dzielenia się swoim doświadczeniem życiowym i zawodowym.



W ramach **programu wolontariatu pracowniczego Citi** pracownicy **Banku Handlowego w Warszawie działającego pod marką Citi Handlowy** zachęcani są do dzielenia się swoją wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami oraz do wspierania różnorodnych przedsięwzięć społecznych.



Mikrodotacje. Wolontariat pracowniczy grupy BOŚ to program angażujący pracowników **Banku Ochrony**

Środowiska. W 2020 r. wolontariusze wsparli swoimi działaniami m.in. seniorów, szyjąc dla nich ok. 1500 maseczek, odnowili miejsce do rekreacji dla Rodzinnego Domu Dziecka, zorganizowali warsztaty w szkołach specjalnych oraz stworzyli „Ławeczkę – chwilę wytchnienia” przy Centrum Onkologii.



Konkurs grantowy „Jesteśmy blisko” to wolontariat na rzecz lokalnych społeczności. Pracownicy **Banku Pekao** w roli liderów zgłaszają pomysły na pomaganie, tworzą zespół wolontariuszy i niosą realne wsparcie tam, gdzie jest ono najbardziej potrzebne. Inicjatywę dotuje grant finansowy od Fundacji Banku Pekao S.A. im. dr. Mariana Kantona. W 2020 r. zrealizowano 54 inicjatywy z udziałem 270 pracowników.



Dzień Wolontariusza – Festiwal Wolontariatu to wydarzenie dla pracowników **Banku Pekao**. W 2020 r. Dzień Wolontariusza zorganizowany został w formule online z udziałem ponad 90 osób. Celem inicjatywy było podkreślenie roli wolontariatu w kulturze organizacyjnej firmy, docenienie działań podjętych przez pracowników i inspiracja dla przyszłych aktywności.



Program **wolontariatu pracowniczego** „Możesz na mnie polegać” obejmuje edukację, tworzenie różnorodnych możliwości działania oraz merytoryczne i finansowe wsparcie pomysłów pracowników na rzecz lokalnych społeczności. Każdemu pracownikowi **BNP Paribas Bank Polska** przysługują także dwa dni wolne w roku na wolontariat indywidualny lub zespołowy.



W ramach **programu grantowego „Inwestujemy w dobre pomysły”** pracownicy **Capgemini Polska** mogą otrzymać dofinansowanie na projekty społeczne. Innowacją w 2020 r. było wprowadzenie nowej puli grantów – pracownicy mogli starać się o dofinansowania na grant ogólnopolski: 30 tys. zł, duży 10 tys. zł i mały grant w wysokości 2 tys. zł.



W 2020 r. odbyła się siódma edycja **programu grantowego InicJaTyWy**, po raz drugi kierowana do organizacji pozarządowych i instytucji użyteczności publicznej z Brzeska i Sierpca – lokalizacji browarów **Carlsberg Polska**. W edycji



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

2020 r. do konkursu zakwalifikowanych zostało 17 podmiotów, 8 z nich otrzymało granty w wysokości 10 tys. zł.



Duże zaangażowanie społeczne pracowników **Castorama Polska** zainspirowało spółkę do wprowadzenia rozwiązań systemowych z zakresu **wolontariatu pracowniczego**.

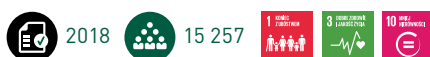
W ciągu roku zatrudnieni dysponują 24 godzinami, które mogą wykorzystać, angażując się w projekty społeczne. Mają możliwość spożytkowania swojej wiedzy, pasji i doświadczenia do pomagania lokalnym społecznościom lub działania w ramach Fundacji Castorama.



CCC opracowało kompleksowy program **Wolontariatu pracowniczego CCC**. Działania w tym obszarze są realizowane w ramach Strategii Zrównoważonego Rozwoju GK CCC GO.22, nadając temu obszarowi wysoki priorytet.



Program grantowy CCC jest skierowany do pracowników spółki, którzy są otwarci na niesienie pomocy i wsparcie lokalnej społeczności. Odbiorcami projektów są organizacje pozarządowe i instytucje publiczne. W 2020 r. przyznano cztery granty. Przystępując do programu, jest możliwość otrzymania środków na realizację własnych działań wolontariackich.



Kolej na pomaganie to program wolontariatu pracowniczego, aktywizujący pracowników **DB CARGO POLSKA** do działalności w lokalnych środowiskach. Akcje są finansowane przez pracodawcę za pomocą darowizn celowych na rzecz organizacji będących beneficjentami działań. Przez sześć lat do programu włączyło się ponad 500 pracowników.



W ramach **programu wolontariatu pracowniczego „Formy – fabryka inicjatyw”** pracownicy **Fabryk Mebli „FORTE”** mogą starać się o wsparcie finansowe i pozafinansowe na realizację swoich pomysłów. Projekty związane są z promocją edukacji, zdrowia, sportu i rekreacji, wyrównaniem szans lub ochroną środowiska czy promocją i rozwojem kultury. Na realizację jednego projektu można otrzymać do 7 tys. zł. Od 2016 r. wolontariusze zrealizowali 79 projektów.



Wolontariat pracowników to program, dzięki któremu pracownicy **GPEC** realizują swoje pomysły na rzecz lokalnej społeczności. Kapitała wolontariatu dysponuje budżetem i decyduje o podejmowanych inicjatywach. Firma przyznaje

czas wolny w godzinach pracy, by pracownicy mogli zrealizować projekt.



Grupa ANG włącza swoich pracowników w inicjatywę **świątecznych paczek dla potrzebujących**. W 2020 r. w zbiorce rzeczową i finansową włączyło się 65 osób, przygotowano 25 paczek z prezentami.



W ramach **wolontariatu pracowniczego w Grupie Enea** pracownicy mają szansę zaangażowania się zarówno w spon-taniczne akcje wolontariackie odpowiadające na zgłaszane potrzeby, wolontariat kompetencyjny, jak i programy grantowe organizowane z udziałem Fundacji Enea. W roku 2020 w działaniu wolontariackie zaangażowanych było prawie 400 osób.



W programie grantowym **Potęga poMocy**, realizowanym przez Fundację Enea, powstała przy **Grupie Enea**, w roku 2020 wyłoniono osiem projektów, które otrzymały wsparcie na realizację w wysokości 25 tys. zł. W sumie w ciągu trzech lat udzielono wsparcia 49 inicjatywom na łączną kwotę 148 500 zł.



Świąteczna akcja **Dobra energia na święta!** – Oswoić dorosłość to wspólny projekt **Grupy Enea** oraz Fundacji Tak Po Prostu, który polegał na udzieleniu pomocy usamodzielniającym się wychowankom placówek opiekuńczo-wychowawczych. Celem było sfinansowanie kursów zawodowych podnoszących kwalifikacje dla 18 podopiecznych. Poprzez zaangażowanie pracowników oraz dzięki wsparciu Fundacji Enea zebrano łącznie 36,5 tys. zł.



Grupa Enea dzięki zaangażowaniu pracowników podejmuje działania na rzecz pomocy porzuconym, bezdomnym zwierzętom w akcji **Pomóż zwierzątkom przetrwać zimę!** Przy wsparciu Fundacji Enea zebrano ponad 3 tys. zł na rzecz schroniska.



Grupa Schiever w Polsce zrealizowała po raz czwarty program **wolontariatu pracowniczego „Dobro-Czynni”**. W 2020 r. w różnych projektach wzięły udział cztery sklepy Grupy Schiever. Beneficjentami akcji były schroniska dla zwierząt, społeczności lokalne oraz dzieci z niepełno-sprawnościami. W wolontariat zaangażowało się 41 osób.



Program wolontariatu pracowniczego MIT (Make an Impact on Tomorrow) wspiera lokalne społeczności w rozwiązywaniu problemów. Każdy obecny lub emerytowany pracownik **Henkel Polska** może zgłosić projekt o charakterze edukacyjnym, prozdrowotnym, kulturalnym lub proekologicznym i uzyskać od firmy wsparcie finansowe, rzeczowe lub dodatkowe dni pełnopłatnego urlopu. W 2020 r. do realizacji zostało zgłoszonych 220 projektów pracowniczych, które uzyskały od firmy wsparcie w wysokości blisko 2 mln zł.



Wolontariusze z **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** zorganizowali warsztaty dla dzieci i młodzieży z wrocławskich placówek edukacyjnych oraz szkół podstawowych w ramach **Dnia Bezpiecznego Internetu**.



Pracownicy **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** prowadzą szkolenia komputerowe dla seniorów. W 2020 r. w ramach **Projektu senior** wolontariusze kontynuowali zajęcia w formule online, a także przygotowywali dla seniorów newsletter, proponujący najciekawsze wydarzenia kulturalne dostępne w sieci.



Firma **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** podjęła regularną **współpracę z Fundacją Antoni**. Pracownicy-wolontariusze mają możliwość wykorzystania przysługujących im godzin wolontariackich, angażując się w działalność długoterminową lub akcyjną. W roku 2020 firma przekazała nadwyżki żywności z biura na cele statutowe Fundacji.



Jet Line od roku 2014 jest członkiem Koalicji Prezesi – Wolontariusze (w 2019 roku zmienionej na Liderzy Pro Bono). W ramach **partnerstwa w Koalicji Liderzy Pro Bono** firma bierze udział w projekcie „Wiedza i doświadczenie”, wsparciu biznesowym dla podmiotów FISE, mentoringu oraz w wypracowaniu Karty Zasad Wolontariatu Pracowniczego.



Pracownicy **KP dla bezdomnych zwierząt** to cykliczny projekt realizowany we współpracy z Miejskim Schroniskiem dla Zwierząt w Tychach. Dzięki zaangażowaniu wolontariuszy **Kompani Piwowskiej**, poza standardową pomocą przy zakupach czy remoncie, przygo-

towano kalendarz na rok 2021, w którym „pyszczkiem” każdego miesiąca jest inny podopieczny schroniska czekający na przysmaki.



KP dla Centrum Praw Kobiet to akcja wspierająca gdański oddział Centrum Praw Kobiet. Wolontariusze **Kompani Piwowskiej** odnowili pomieszczenie, które wcześniej pełniło funkcję kuchni, na gabinet psycholożek i prawniczek.



W roku 2020 w akcji **Szlachetna Paczka w KP** ponad 1570 wolontariuszy z **Kompani Piwowskiej** przy wsparciu 54 liderów przekazało 225 tys. zł na 953 prezenty świąteczne. Łącznie podczas pięciu edycji udało się przygotować prawie 5 tys. paczek o wartości ponad 1,1 mln zł dla 300 rodzin i osób samotnych.



Od 14 lat w firmie **LOTTE Wedel** działa program grantowy **Wedel od serca – pomagamy innym**, w ramach którego pracownicy mogą zgłosić autorskie projekty społeczne na rzecz fundacji czy instytucji, które chcą wesprzeć z pomocą budżetu firmy przeznaczzonego na granty. W roku 2020 zrealizowano 22 projekty o łącznym budżecie 95 tys. zł.



Program **wsparcia inicjatyw społecznych „Bogdanka społecznie zaangażowana”** to narzędzie partycypowania pracowników spółki **Lubelski Węgiel Bogdanka** w lokalnych projektach i akcjach społecznych. Zgłaszana przez zatrudnionego inicjatywę może być pomysłem jego lub grupy pracowników na akcję społeczną. Może ona dotyczyć również działań podejmowanych przez podmioty funkcjonujące w otoczeniu lokalnym spółki i jej pracowników.



Akcja **Dobra karma od MUST** polega na zaangażowaniu wspólników i pracowników kancelarii **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie Prawni** do zbiórki produktów niezbędnych w schronisku.



Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie oferuje swoim pracownikom możliwość zaangażowania się w **wolontariat pracowniczy**. Firma zachęca do zgłaszania własnych projektów i przezna-



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

cza granty na ich realizację. W roku 2020 program był kontynuowany przy zachowaniu środków bezpieczeństwa.



Podczas **Miesiąca Zaangażowania Społecznego NSG Group w Polsce** pracownicy mogli przy wsparciu firmy realizować własne projekty w ramach wolontariatu pracowniczego. Na przełomie sierpnia i września do **NSG Group właściciela marki Pilkington** zgłoszono 20 pomysłów, z których wewnętrzne jury wybrało do realizacji w październiku sześć inicjatyw, każdą w innej lokalizacji.



Do programu grantowego „Grantspoteczni” pracownicy **PKP Energetyka** mogą zgłosić pomysł inicjatywy, która odpowiada na potrzeby lokalnej społeczności. Wybrane pomysły są realizowane przy wsparciu finansowym firmy oraz w współpracy z lokalnym partnerem: organizacją pozarządową, szkołą lub przedszkolem. W 2020 r. zgłoszono osiem pomysłów, które zakwalifikowały się do wdrożenia.



Polpharma rozwija program wolontariatu pracowniczego w formie konkursu grantowego, który zakłada dofinansowanie 20 najciekawszych projektów zgłoszonych przez pracowników w określonych kategoriach. Do 2020 r. 1150 pracowników spędziło 22 tys. godzin, realizując 159 projektów na rzecz dzieci, seniorów, osób z niepełnosprawnościami i innych beneficjentów.



Program wolontariatu pracowniczego umożliwia grupom pracowników **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** pozyskanie funduszy w wysokości 3 tys. zł na zaplanowaną przez siebie akcję. W 2020 r. pracownicy zrealizowali ponad 20 akcji i poświęcili na wolontariat łącznie 3 tys. godzin. Fundacja zrealizowała też wydarzenie pod hasłem Tydzień Wolontariatu. W trakcie wydarzenia powstało studio telewizyjne dobroMOCni.tv, w którym gościło łącznie 46 wolontariuszy. Transmisję na żywo obejrzało blisko 2 tys. pracowników.



Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo po raz kolejny zorganizowało **pracowniczą zbiórkę świąteczną** - tym razem dla domów dziecka i rodzin zastępczych. Pracownicy spółki wspólnie zebrali dary o wartości ponad 25 tys. zł.



Pracownicy **Provident Polska** w ramach wolontariatu kompetencyjnego wspierają mentorsko projekty społeczne

młodzi, organizowane w ramach olimpiady **Zwolnieni z teorii**, udzielając merytorycznych wskazówek i dzieląc się swoim doświadczeniem. Bezpośrednio mentorzy firmy Provident współpracowali z ok. 100 uczestnikami.



Tak! Pomagam to program wolontariatu pracowniczego realizowany w **Provident Polska**. W ramach przedsięwzięcia firma przekazała już 2 mln zł. Pracownikom przysługuje płatny dzień wolny na wolontariat.



Jeden z projektów wolontariatu pracowniczego **PwC Service Delivery Center** to współpraca z Domem Pomocy Społecznej Zacisze. Przebywających tam seniorów regularnie odwiedzają wolontariusze z PwC SDC, którzy organizują zajęcia i inicjują indywidualne rozmowy z podopiecznymi. Dodatkowo przed świętami Bożego Narodzenia już po raz trzeci zaangażowano studentów pięciu największych uczelni na Śląsku i w Opolu w świąteczną akcję **Studenci dla Zacisza**.



Coder Dojo w PwC otwarto we współpracy z Fundacją Coder Dojo Polska. Głównym celem tego miejsca jest wyrównywanie szans edukacyjnych w dziedzinie nowych technologii dzieci i młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym. Uczestnikami bezpłatnych zajęć prowadzonych przez wolontariuszy-pracowników **PwC** są podopieczni domów dziecka, osoby z rodzin zastępczych i środowisk dysfunkcyjnych. W roku szkolnym 2019/2020 odbyły się 23 spotkania, a wolontariusze PwC łącznie poświęcili na program 150 godzin wolontariatu.



Wsparcie młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym to cel projektu **PwC Tutoring – English Classes For Orphaned Children** realizowanego przez **PwC** w Gdańsku. W roku szkolnym 2019/2020 – 21 wolontariuszy wsparło 30 dzieci z czterech placówek opiekuńczo-wychowawczych. Wszyscy podopieczni zostali zaopatrzeni w materiały dydaktyczne.



Od roku 2012 Fundacja PZU koordynuje wolontariat pracowniczy w Grupie **PZU**. Każdego roku organizuje konkurs **„Wolontariat to radość działania”**. Ze względu na pandemię odbyła się jedna edycja konkursu. Wnioski mógł zgłaszać każdy pracownik. W 2020 roku w ramach wolontariatu pracownicy PZU zrealizowali 65 autorskich projektów.



Pracownikom **Refinitiv Poland** przysługują w ciągu roku dodatkowe dni wolne na wolontariat. Mogą je wykorzy-

stać np. na współpracę ze schroniskami. Wolontariusze spędzają cały dzień na spacerach z psami ze schronisk.



Do udziału w **Yoda Program** zaproszone zostały dzieci, które mają problemy z językami angielskim, francuskim lub matematyką i które jednocześnie, z powodów finansowych, nie mogą pozwolić sobie na płatne korepetycje. W ramach indywidualnych lekcji prowadzonych przez pracowników **Refinitiv Poland** uczniowie mogli skupić się na odrabianiu prac domowych lub powtórzyć materiał, który wymaga dodatkowych wyjaśnień.



SITECH daje możliwość wykorzystania ośmiu godzin w roku na indywidualne działania w ramach **wolontariatu pracowniczego**. Firma wdrożyła formalne procedury udzielania pomocy finansowej lub rzeczowej interesariuszom zewnętrznym oraz formalną procedurę przyznawania grantów na projekty społeczne realizowane przez pracowników.



Hestyjne Centrum Wolontariatu rozwija się od roku 2013. Koordynuje wzajemną pomoc dla tych spośród pracowników, którzy znajdują się w trudnej sytuacji, na przykład w związku z poważną chorobą w rodzinie. Wspomaga także działania firmowych Fundacji: **Integralia** oraz Fundacji APH. Pracownicy **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** prowadzą również akcję wolontariacką honorowego oddawania krwi.



Energia dobrych słów to projekt z zakresu społecznej odpowiedzialności **TAURON Polska Energia**, w ramach którego pracownicy nagrywają audiobooka z bajkami i kolędami dla dzieci. W roku 2020 nagrano koncert z polskimi i zagranicznymi przebojami świątecznymi.



TIM wspiera działalność pracowników w ramach **wolontariatu pracowniczego**, finansując narzędzia, dzięki którym mogą oni zrealizować zaproponowany przez siebie wolontariat. Z uwagi na pandemię jedna z edycji zakończyła się na etapie wybrania wniosków, które będą realizowane w późniejszym czasie.



Fundacja Lotto angażuje pracowników **Totalizatora Sportowego** w działania na rzecz lokalnych społeczności. **Program wolontariatu pracowniczego „Kumulacja dobrej woli”** został dostosowany do sytuacji związanej z pandemią. Pracownicy własnoręcznie uszyli pościel dla szpitali i seniorów. We wrześniu w ramach akcji **Rakreaton** pokonali dystans ponad 35 787 km, zdobywając tym samym 100 tys. zł na leczenie dzieci z nowotworem. Dostarczano również ciepłe posiłki seniorom znajdującym się w trudnej sytuacji materialnej i lokalowej.



Ogólnopolski **Dzień Wolontariusza** organizowany jest we wszystkich oddziałach **Unum Zycie TUiR** w Polsce. W 2020 r. ze względu na wybuch pandemii COVID-19 wolontariusze Unum zaangażowali się na rzecz problemów społecznych, takich jak bezpieczeństwo zdrowotne, finansowe, pomoc w walce z ubóstwem, bezpieczeństwo seniorów.



W **Wunderman Thompson Technology** (d. Cognifide) każdy pracownik może zgłosić własny projekt CSR w ramach programu **Do Good@ Cognifide**. Projekty są wybierane w oparciu o określone kryteria, ważny jest ich edukacyjny charakter, działania na rzecz środowiska naturalnego, wsparcie integracji osób wykluczonych, różnorodności i poszanowanie praw człowieka. każdy pracownik może w ciągu roku wykorzystać osiem godzin na działania wolontariackie.



WORK-LIFE BALANCE

Realizowany przez **ING Bank Śląski** **Program well-being w ING** obejmuje szereg aktywności w priorytetach Zdrowie, Aktywność, Energia i Wellbeing finansowy. Składają się na nie m.in. Program Profilaktyki Onkologicznej, dodatkowe dni wolne i więcej wolnego okolicznościowego, urlop typu Sabbatical; wspieranie zdrowych nawyków i ergonomii pracy poprzez kreowanie bardziej funkcjonalnych biur, organizacja wydarzeń sportowych (w pandemii wprowadzenie oferty online); nowa oferta ubezpieczeń grupowych, konferencje, broszury i webinary na temat budżetu domowego, emerytury, inwestycji i podatków.



Polityka wellbeingowa w PKN ORLEN jako oficjalny dokument **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** w formie zarządzenia została wydana w 2020 r. Stanowi wskaźnik mierzenia efektywności, który firma przyjmuje



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

dla zwiększającego się odsetka osób korzystających z poszczególnych elementów praktyk wellbeingowych, oraz wyników badania zaangażowania i satysfakcji pracowników. Projekt obejmuje świadczenia, takie jak dodatkowa opieka medyczna, profilaktyka zdrowotna, wsparcie w ramach Pracowni Psychologii Pracy, program Pracodawca Przyjazny Rodzinie, benefit prawny, karta zakupowa, ubezpieczenie grupowe.



W ramach **Piątku z Pankracym** pracownicy **wonga.pl** mogą przyjść do pracy z psem. Po rozmowach z przeciwnikami pomysłu, wspólnie ustalono, że właściciele czworonogów będą mogli przyszościć ze swoimi pupilami w dwa piątki w miesiącu. W tym dniu pracownicy z alergią pracowali z domu. Program był realizowany do rozpoczęcia lockdownu.



Dział HR **BASF Polska** zaprosił pracowników do **inicjatywy Work-Life Balance – gry edukacyjnej dla pracowników** online „Eco Town”. Ponad 100 osób przez trzy tygodnie rozwiązywało największe problemy współczesności z pomocą 12 produktów BASF. Pracownicy podczas dwugodzinnej gry mogli przypomnieć sobie i wykorzystać najważniejsze technologie i produkty firmy do walki z kryzysem klimatycznym oraz wprowadzić miasteczko na ścieżkę zrównoważonego rozwoju.



Pracodawca przyjazny rodzinie to zbiór inicjatyw realizowanych przez **ANWIL** na rzecz rodzin pracowników, m.in. bal karnawałowy dla dzieci czy „Dwie godziny dla rodziny”, w ramach Międzynarodowego Dnia Rodziny.



Projekt „**PowerON**” promuje i inspirowa do **zarządzania energią pracowników** i efektywnością w pracy i po pracy, aby mogli realizować cele osobiste i zawodowe. Program obejmuje szkolenia, seminaria i warsztaty oraz wyzwania sportowe, skierowane do specjalistów i menedżerów. W 2020 r. program **Credit Agricole Bank Polska** zdobył wyróżnienie w konkursie „Siła Przyciągania”, jako przykład najlepszych praktyk wspierających rozwój i work-life balance pracowników.



Wellbeing Dentsu to program skierowany do pracowników **dentsu Polska**, promujący ideę work-life balance. W 2020 r. firma skupiła się na takich inicjatywach, jak indywidualne wsparcie psychologiczne pracowników – webinary dotyczące radzenia sobie ze stresem, czy codzienne e-treningi na platformie Teams. Dodatkowo każdy pracownik otrzymywał co miesiąc, na specjalnej platformie, fundusze, które mógł przeznaczyć na sport, rekreację lub kulturę.



Pracownicy **DNB Bank Polska** mają możliwość korzystania z narzędzi **rozwoju w wersji digitalnej**, udostępnionych przez bank: platformy posiadającej ponad 60 tys. e-booków i audiobooków, platformy szkoleniowej LinkedIn z bazą ponad 6 tys. kursów w języku angielskim oraz platformy Motimate z bazą kilkuset szkoleń w języku angielskim. W roku 2020 użytkownicy przeczytali łącznie blisko 900 książek i zrealizowali ponad 5 tys. kursów.



W ramach praktyki **Audiobooki dla pracowników** każda osoba zatrudniona w **Emitel** może korzystać z nielimitowanego dostępu do audiobooków i podcastów. Z usługi mogą korzystać także członkowie rodzin pracowników.



W odpowiedzi na głosy pracowników firmy **Emitel** wyrażone podczas badania opinii, w 2018 r. wprowadzono możliwość pracy zdalnej w określonej liczbie. W roku 2020 w związku z pandemią wymiar dni **pracy z domu** dla pracowników jest nielimitowany.



W roku 2018 w polskim oddziale firmy Henkel ogłoszono oficjalny **regulamin korzystania z elastycznych form pracy**, który jest załącznikiem do regulaminu pracy. Pracownicy **Henkel Polska** mogą korzystać z takich rozwiązań.



Flex@PwC to inicjatywa umożliwiająca dopasowanie systemu pracy w **PwC** do indywidualnych potrzeb. Flex@PwC obejmuje cztery rozwiązania: zredukowane godziny pracy, dopasowanie godzin, w których pracownik pracuje, ustalenie dni w tygodniu, w których pracownik pracuje z domu, 4-3-2-1 Sabbatical – możliwość od jednego do czterech miesięcy przerwy w pracy, w ramach których firma zobowiązuje się płacić 25% pensji za każdy miesiąc urlopu.



WSPARCIE PRACOWNIKÓW

Aby zapewnić **współpracownikom wsparcie w czasie pandemii**, firma **Adamed Pharma** przygotowała odpowiednie procedury, wstrzymała delegacje, zapewniła przejście w całkowicie zdalny tryb pracy. Każdy współpracownik mógł anonimowo skorzystać ze wsparcia psychologicznego. Prowadzone były akcje edukacyjne i informacyjne, jedną z nich była akcja Zostań w domu i trenuj z nami - treningi online prowadzone na żywo. Również wszystkie szkolenia są przeprowadzane zdalnie.



Program zaangażowania pracowników podczas pracy zdalnej, realizowany przez **Allegro**, miał za zadanie podtrzymać poczucie wspólnoty i zaangażowania. Przygotowano różne aktywności: spotkania online, firmowe koszulki, konkursy, specjalną przesyłkę ze śniadaniem w okazji debiutu giełdowego oraz kupon w wysokości 1 tys. zł na dowolne wydatki, związane np. z doposażeniem mieszkania do pracy zdalnej. W ramach JUICE Work & Life Academy odbyły się spotkania online z m.in. Robertem Makłowiczem i Karolem Bieleckim.



Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy, aby wesprzeć pracowników w obliczu COVID, wprowadził zmiany w systemie pracy oraz udzielał pomocy finansowej, organizacyjnej i psychologicznej. Dodatkowo wobec przedłużającego się zagrożenia, dezinformacji oraz nasilenia działań o charakterze ksenofobicznym, rasistowskim i dyskryminacyjnym, bank zintensyfikował przedsięwzięcia promujące różnorodność.



Firma **Capgemini Polska**, chcąc zadbać o komfort psychiczny i higienę pracy osób zatrudnionych, stworzyła w intranecie zakładkę **StayWell@Home**, gdzie publikowane były wskazówki, rady, artykuły dotyczące tego, jak efektywnie pracować z domu. Zorganizowano również serię webinarów prowadzonych przez zewnętrznych ekspertów, m.in. Jana Krefta i Aleksandra Dobę.



CEMEX Polska w ramach praktyki **Jeden zespół CEMEX – edukacja i prewencja pracowników w czasie pandemii COVID-19** dba o zdrowie psychiczne swoich pracowników. Firma dostosowała przekaz zarówno do pracowników produkcyjnych, jak i biurowych oraz ich rodzin. Udostępnione zostały także szkolenia dotyczące wellbeingu. Pracodawca zachęcał też do wykonywania ćwiczeń na świeżym powietrzu.



W odpowiedzi na wyzwania pandemii oraz zainteresowanie adopcją psów i kotów, Zarząd **Credit Suisse Poland** zaoferował pracownikom **dotatkowy płatny dzień wolny od pracy na adopcję zwierzęcia**. Wraz z decyzją zakomunikowano listę preferowanych schronisk w obu lokalizacjach, w których znajdują się biura firmy. Zorganizowano także sesję informacyjną z behawiorystą, podczas której przedstawiono zarówno korzyści, jak i obowiązki wynikające z adopcji.



W celu złagodzenia negatywnych skutków izolacji **Credit Suisse Poland**, mając na celu **wsparcie pracowników w czasie pandemii koronawirusa**, zaoferował im spotkania z lekarzami na temat chorób zakaźnych, w tym COVID-19, sesje z psychologami odnośnie radzenia sobie z emocjami, atakże techniki relaksacyjne podtrzymujące wellbeing. Opracowano materiały do nauki i zabawy online dla dzieci, zorganizowano spotkania z psychologami dotyczące organizacji ich czasu i warsztaty z edukatorami na temat nauki zdalnej. Firma zaoferowała także finansowe wsparcie w postaci zwrotu części kosztów zakupu sprzętu do pracy zdalnej.



Dbam o bezpieczeństwo – to hasło przyświecające realizowanym przez grupę **Danone** działaniom mającym na celu dbałość o **zdrowe i bezpieczne miejsce pracy w czasie COVID-19**. Działania poszczególnych spółek w zakresie zasad pracy zdalnej, spotkań, szkoleń, podróży, przyjmowania gości, środków ochrony zostały dostosowane do sytuacji pandemicznej. Przeprowadzono także badanie dotyczące potrzeb i obaw pracowników (630 uczestników). Uruchomiono platformy informacyjne i edukacyjne związane z tematami medycznymi, prawnymi i bieżących sposobów pracy.



Pracownicy **DNB Bank Polska** wskazywali na zwiększoną liczbę zadań, trudności organizacji pracy w domu, z uwagi na łączenie jej z opieką nad dziećmi oraz brak sensu korzystania z urlopu w przypadku pracy zdalnej i ograniczonych możliwości wyjazdu. W celu zachęcenia ich do dłuższego urlopu bank zaoferował **dofinansowanie do wypoczynku** oraz zawieszenie w miesiącach wakacyjnych realizacji części projektów. Z dofinansowania przystępującego maksymalnie za łączny okres 20 dni urlopu skorzystało 87% zatrudnionych.



Aby stworzyć **optymalne warunki pracy w czasie pandemii**, **DNB Bank Polska** wprowadził pracę hybrydową w podziale na dwie grupy: A i B. Natomiast osoby z grup ryzyka i rodzice dzieci do 12. roku życia mogli pracować zdalnie. Osobom dojeżdżającym do biura prywatnymi samochodami zapewniono dofinansowanie do paliwa oraz udostępniono bezpłatnie miejsca parkingowe. Na potrzeby home office pracownikom zakupiono mobilne biurka oraz dostarczono sprzęt biurowy i IT pod wskazane adresy. Bank zaoferował także pracownikom możliwość skorzystania z bezpłatnych testów serologicznych na COVID-19 oraz testów genetycznych.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Ferrero Polska Commercial oferuje zatrudnionym **opiekę medyczną i ubezpieczenie** na życie. Są one sponsorowane przez pracodawcę. Pracownicy mogą także rozszerzyć pakiety na specjalnych zasadach. W 2020 r. program został wzbogacony o ubezpieczenie związane z COVID-19. Ponadto firma kilkakrotnie zorganizowała badania na obecność koronawirusa.



GEODIS Poland oferuje **benefity dla pracowników** w formie pakietów usług medycznych, ubezpieczeń i kart MultiSport.



Razem, choć osobno w pandemii to hasło przyświecające działaniom **GPEC**, w ramach których zorganizowano zajęcia i spotkania zdalne dla wszystkich pracowników i ich rodzin. Miały one na celu promocję aktywności fizycznej i integrację. Do kluczowych działań należały: zdalny Dzień Dziecka, ćwiczenia z trenerem, webinary z pedagogiem, naukowcem, sportowcem. Zorganizowano także przestrzeń do samopomocy: darmowe korepetycje dla dzieci pracowników, załatwianie spraw urzędowych online, pomoc przy robieniu zakupów.



Wsparcie w czasie pandemii było realizowane przez **Grupę ANG** na kilka sposobów: dofinansowano testy na COVID-19, wprowadzono pracę zdalną, zaoferowano zatrudnionym wsparcie psychologiczne, ufundowano 100 posittków dla medyków. Grupa przystąpiła także do koalicji firm wspierających walkę z koronawirusem, przeznaczając środki finansowe na zakup testów i przekazując je na rzecz wsparcia polskich szpitali i placówek medycznych.



W ramach działalności Fundacji Pracowniczej **Grupy VELUX** został utworzony specjalny **Fundusz Pomocy dla pracowników związany z pandemią**. Wsparcie dotyczyło różnorodnych obszarów, takich jak: zakup środków ochrony osobistej dla pracowników i ich rodzin, pomoc osobom wymagającym diagnostyki związanej z COVID-19, skorzystanie z opieki psychologicznej oraz prywatnego leczenia. Do końca 2020 r. granty te stanowiły prawie połowę wszystkich przyznanych grantów w Polsce.



W maju 2020 r. **Henkel Polska** uruchomił program wsparcia „Możesz na nas liczyć”. Poprzez **infolinię dla pracowników** osoby zatrudnione mogą bezpłatnie i w pełni anonimowo skorzystać z porady psychologa, prawnika lub doradcy finansowego.



ING Bank Śląski realizował przedsięwzięcie **COVID – wsparcie pracowników ING** poprzez zaopatrywanie ich w środki ochronne, takie jak: rękawiczki jednorazowe, maseczki, przyłbice, osłony czy stacje do dezynfekcji. By zmniejszyć ryzyko zakażenia, przystosowano biura poprzez specjalne oznakowania, wytyczne czy dezynfekcje powierzchni częstego kontaktu. Otwarto także Infolinię COVID. Bank przygotował też cykl webinarów edukacyjnych. W czasie lockdownu zorganizował również zajęcia dla dzieci pracowników.



Seria webinarów dotyczących radzenia sobie ze stresem, wzmacniania odporności czy efektywnego zarządzaniem czasem pracy to narzędzia **wsparcia pracowników w czasie pandemii**, podejmowane przez **ING Tech Poland**. Pracownicy mogą również skorzystać z darmowego wsparcia psychologa, a także z refundacji na testy na COVID. Zadbano o odpowiednie środki bezpieczeństwa dla osób chcących pracować z biura. Zwiększono częstotliwość wymiany filtrów wentylacji, wprowadzono ozonowanie pomieszczeń, ograniczono i wyznaczono biurka do pracy oraz liczbę osób mogących przebywać w danych pomieszczeniach.



Rozwój poprzez dokonywanie pozytywnych zmian i poszanowanie różnic to sposób na dbanie o zespół **Intrum** w Polsce. Firma realizuje m.in. cykl o wellbeingu oraz kładzie nacisk na działania z zakresu D&I. Prowadzi także programy mentoringowe.



W celu walki ze zmianami klimatu, **Leroy Merlin Polska** zaoferował **wsparcie termomodernizacji domów i mieszkań swoich pracowników**. To dodatkowy rabat na materiały wykorzystywane przy termomodernizacji budynków. W firmie działa także Fundusz Mieszkaniowy, oferujący pracownikom wsparcie w uzyskiwaniu środków na wkład własny przy zakupie nieruchomości. Teraz został on wzbogacony o możliwość aplikowania o środki w celu przeprowadzenia termomodernizacji.



Lidl Polska uruchomił **Program Wsparcia Pracowników**. Osoby zatrudnione i ich rodziny otrzymują profesjonalną pomoc w formie porad udzielanych przez specjalistów z obszaru finansów, prawa i psychologii. Wsparcie jest dostępne całodobowo, telefonicznie, przez internet i aplikację mobilną.



LOTTE Wedel w celu **wsparcia pracowników w czasie pandemii** uruchomił specjalny kanał komunikacji wewnętrznej (adres e-mail oraz codzienny newsletter z aktualnościami)

dotyczący COVID-19. Wszystkim pracownikom przekazano żele i maseczki, zapewniono możliwość indywidualnych konsultacji psychologicznych i dostęp do webinarów w zakresie dbania o wewnętrzny komfort. Ponadto udostępniono lekcje angielskiego online, prezentowano cykle z poradami dotyczące spędzania czasu z dziećmi, przekazano kody do platform rozrywkowych oraz dostęp do platformy z pakietem zniżek do popularnych marek. Zainteresowani pracownicy mogą wypożyczyć biurowe wyposażenie, np. ergonomiczne krzesła czy duże monitory.



Podniesienie świadomości w obszarze zdrowia i wypracowanie prozdrowotnych nawyków to cele **pracowniczego programu wellbeingu w czasie pandemii**, realizowanego przez **LOTTE Wedel**. Dla osób, które pracowały stacjonarnie, co dwa tygodnie przygotowywano zdrowy poczęstunek w formie owoców. Pracownicy mieli też dostęp do książek i publikacji na zewnętrznym serwisie bibliotecznym oraz do przygotowanych przez firmę ulotek i webinarów promujących zdrowy styl życia. Przygotowano też zdalne zajęcia z medytacji. Chętne osoby mogły skorzystać z porad psychologicznych.



Aktywni w Bogdance to program wspierający pozazawodowe pasje pracowników spółki **Lubelski Węgiel Bogdanka**, uruchomiony w ramach realizacji zapisów strategii CSR. Firma dofinansowała 13 aktywnych pracowników i dwa pracownicze zespoły. Dziedziny, którymi zajmują się laureaci, to ochrona przyrody, nauka, kultura i sztuka oraz sport. Program stał się elementem wdrażania work-life balance w firmie.



Pracownicze działania w czasie pandemii COVID-19 realizowane w **mBanku** to m.in. stworzenie specjalnej strony poświęconej koronawirusowi. Zamieszczono tam informacje na temat pracy zdalnej i zasad funkcjonowania biura, kwarantanny czy zasad opiekuńczych. Ponadto firma umożliwiła pracownikom dostęp do pomocy psychologicznej.



Priorytetem **Nationale-Nederlanden Towarzystwa Ubezpieczeń na Życie** było kompleksowe zadbanie o komfort **pracowników i wsparcie** w organizacji życia codziennego **w czasie pandemii**. Zorganizowano cykl webinarów oraz podcastów z poradami dotyczącymi efektywnej pracy z domu, budowania relacji w zespole rozproszonym oraz zarządzania zadaniami. Zainaugurowano także firmową biznesową telewizję śniadaniową „NiecodzieNNik”, prowadzoną przez pracowników.

Firma zaoferowała również możliwość bezpłatnych wideokonferencji z psychologiem i webinary na temat profilaktyki zdrowotnej oraz zajęcia fitness online.



Każdy pracownik **Philip Morris Polska** dostaje miesięcznie do dyspozycji budżet, który może przeznaczyć na wybrane benefity dla siebie czy swoich bliskich. Wybór odbywa się na platformie **kafeterii benefitów w ramach kampanii Benefity w Moich Rękach**. Świadczenia są związane m.in. z bezpieczeństwem zdrowotnym i finansowym (PPE, ubezpieczenie).



Wśród **działań na rzecz pracowników w dobie pandemii**, realizowanych przez **PKO Bank Polski**, są: zapewnienie zatrudnionym dostępu do środków ochronnych, zabezpieczenie stanowisk doradców specjalnymi osłonami, dezynfekcja oddziałów. Bank przekazał do dyspozycji pracowników samochody służbowe do dojazdów do pracy. Umożliwił także pracę w trybie zdalnym. Zapewnił również stały dostęp do porad telemedycznych oraz wsparcia psychologicznego.



Wszyscy pracownicy i współpracownicy **Polenergii** otrzymali możliwość pracy zdalnej. **Wsparcie pracowników i organizacja pracy biura podczas pandemii COVID-19** stały się priorytetem, dlatego firma dostarczyła pracownikom niezbędny sprzęt. Osobom pracującym w biurach zapewniono płyny i żele dezynfekcyjne, rękawiczki i maseczki ochronne. Zmieniono godziny pracy recepcji (określone dni w tygodniu, praca zmianowa).



Care Plan to działania mające na celu ochronę zdrowia i bezpieczeństwa zespołu **Provident Polska**. Firma zapewniła wszystkim pracownikom i doradcom środki ochrony osobistej. Wprowadzono także ofertę szkoleniową dla rodziców. We współpracy z AXA firma przekazała także pomoc finansową w wysokości ponad 100 tys. zł na walkę z koronawirusem szpitalom w Brodnicy, Chełmży, Przasnyszu, Strzelcach Opolskich i Szczytnie.



Sabre Polska, oprócz możliwości wypożyczenia z biura sprzętu niezbędnego do wykonywania pracy, zaoferowała zatrudnionym **dofinansowanie zdalnych stanowisk pracy**. Skorzystało z niego ok. 20% pracowników.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Kierowany do pracowników firmy **Samsung Electronics Polska** newsletter **CSR z pierwszej ręki** to odpowiedź na chęć poszerzenia wiedzy przez pracowników o temat działań CSR. W czasie pandemii wspiera przepływ informacji na temat inicjatyw podejmowanych przez firmę, także w walce z koronawirusem.



Firma **Servier Polska** zdecydowała się na zamrożenie wizyt przedstawicieli w placówkach medycznych. **Pracownicy Servier, w obliczu pandemii**, mieli zapewnione wsparcie psychologiczne oraz webinary edukacyjne. W formule online firma zorganizowała również spotkania sportowe i konsultacje z dietetykiem.



Wsparcie pracowników podczas pracy zdalnej jest realizowane w **Shell Polska** poprzez: udostępnienie sprzętu biurowego, dofinansowywanie stanowisk, szkolenia z ergonomii, spotkania z psychologiem oraz warsztaty z zarządzania stresem.



Program Sponsoringu Pasji Sii, do którego może aplikować każdy pracownik lub współpracownik **Sii Polska** spełniający kilka warunków formalnych, to projekt grantowy. Pracownicy wysyłają zgłoszenie opisując historię swojej pasji i osiągnięcia, a także plany i budżet potrzebny na zrealizowanie konkretnego projektu służącego dalszemu rozwojowi pasji. Grant przyznaje komisja sponsoringowa, w którą zaangażowany jest także prezes firmy. Obecnie budżet programu wynosi 500 tys. zł.



Totalizator Sportowy w walce z COVID-19 wdrożył działania wspierające zatrudnionych: pracę zdalną, e-learning, przekazanie środków do dezynfekcji oraz materiałów informacyjnych, a także dodatkowe szkolenia dla pracowników **Totalizatora Sportowego** punktów stacjonarnych.



Czas z HR to akcja online przygotowana przez Departament Personalny firmy **wonga.pl**. W ramach inicjatywy zorganizowano m.in. webinar z dr. n. med. Pawłem Grzesiowskim, pediatrą, immunologiem, oraz Justyną Rutkowską, psychologą, specjalistką w zakresie psychoonkologii.



Feel good @home to przeniesione w sferę online działania edukacyjne i wellbeingowe w **Wunderman Thompson Technology** (d. Cognifide). Pracownicy mogli nadal uczestniczyć w takich projektach jak

7 Continents, kontynuowane były też lekcje gry w Go. Firma przygotowywała kalendarz działań z linkami do różnych wydarzeń kulturalnych, webinarów, medytacji. Zorganizowano spotkania online z dietetyczką, psychologiem i fizjoterapeutą, którzy wspierali pracowników wiedzą i wskazówkami. Rozszerzono współpracę ze Stowarzyszeniem Centrum PISOP – pracownicy firmy przygotowali dla przedstawicieli NGO webinary dotyczące social mediów, komunikacji i narzędzi online.



W ramach programu **ANWIL Pasja** pracownicy mogą ubiegać się o dofinansowanie swojego hobby. **ANWIL** wsparł w ten sposób działalność kilkuset sportowców i artystów. W roku 2020 firma dofinansowała 76 projektów indywidualnych oraz 47 grupowych.



Każdy z pracowników firmy **Emitel** może przystąpić do programu **Dobrowolne ubezpieczenia pracowników Emitel**. Pracownicy samodzielnie opłacają kilkuzłotową składkę ubezpieczenia na życie, natomiast część kapitałową składki w wysokości 5,5% miesięcznego wynagrodzenia zasadniczego brutto w całości opłaca pracodawca. Pracownik może objąć ubezpieczeniem również współmałżonka (partnera życiowego) oraz pełnoletnie dzieci.



W **Emitel** działa **Pracownicza Kasa Zapomogowo-Pożyczkowa**, której celem jest udzielanie pomocy materialnej w formie nieoprocentowanych pożyczek oraz zapomóg.



Każdy pracownik firmy **Emitel**, a także członkowie jego rodziny oraz emeryci i renciści, którzy odeszli na te świadczenia bezpośrednio po zakończeniu pracy w organizacji, mają prawo korzystania z oferowanych przez Komisję Socjalną świadczeń z Zakładowego **Funduszu Socjalnego Emitel**.



Grupa Raben powołała dziewięciu koordynatorów ds. współpracy z przewoźnikami, którzy na co dzień opiekują się kierowcami w ramach praktyki **Raben w trosce o kierowców**. Ze względu na pandemię firma w 2020 r. zawiesiła konkurs/program motywacyjny i skoncentrowała się na zapewnieniu bezpiecznych warunków pracy również dla współpracujących z nią kierowców. Wszyscy zostali objęci tymi samymi procedurami co etatowi pracownicy i zostali wyposażeni w odpowiednie środki ochrony osobistej (maseczki, rękawiczki, płyny do dezynfekcji).



Holding 1 realizuje program **Pozytywnie zaangażowani**, którego celem jest wspieranie zaangażowania pracowników w działania społeczne oraz rozwój ich hobby i zainteresowań. Pracownicy mogą ubiegać się o wsparcie finansowe w wysokości 3 tys. zł. W 2020 r. odbyły się dwie edycje: pierwsza to pięć projektów, których celem było wsparcie grup najbardziej doświadczonych przez pandemię; druga objęła siedem inicjatyw skoncentrowanych na pomocy w dostosowaniu szkół, przedszkoli i klubów sportowych do funkcjonowania w zmiennej przez COVID-19 rzeczywistości.



Kopalnia Soli „Wieliczka” w ramach **wsparcia pracowników** oferuje m.in.: pakiet medyczny dla pracownika i jego bliskich, zindywidualizowany program szkoleń, dofinansowanie studiów, pracowniczy program emerytalny, dofinansowanie wypoczynku, pożyczki remontowe. W firmie funkcjonuje Pracowniczy Program Emerytalny oraz dedykowany pracownikom pakiet medyczny.



W ramach **Funduszu Mieszkaniowego** pracownicy **Leroy Merlin Polska** mogą uzyskać pomoc finansową przy zakupie pierwszego mieszkania lub domu. Firma oferuje wsparcie przy gromadzeniu wkładu własnego. Do końca 2020 r. z Funduszu skorzystało 79 osób.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego prowadzi szereg działań w zakresie programu **wsparcia pracowników**. Umożliwia skorzystanie z oferty **grupowego ubezpieczenia na życie** oraz pakietu dodatkowej **opieki medycznej dla pracowników i ich rodzin**. Firma zachęca również pracowników do korzystania z **zakładowego funduszu świadczeń socjalnych**, w ramach którego mogą oni uzyskać dofinansowanie do wypoczynku, zajęć sportowo-rekreacyjnych, a także otrzymać pomoc finansową.



Konkurs **Pasjonaci Providenta** ma na celu promocję hobby i pasji pracowników i doradców oraz tworzenia firmowych społeczności w **Provident Polska**. W każdej edycji wybieranych jest 10 laureatów, którzy otrzymują granty finansowe na rozwój swojej pasji. Laureaci prowadzą także warsztaty dla współpracowników. Efektem programu jest powstanie m.in. firmowego Klubu Biegacza. W 2020 r. działania pasjonatów były prowadzone on-line.



SITECH wprowadził w przedsiębiorstwie system pracy mobilnej – home office. Regulamin **home office** określa zasady systemu pracy mobilnej. W obecnej sytuacji wywołanej COVID-19 pracownicy administracyjni świadczą pracę wyłącznie w trybie zdalnym.



Firma **SITECH** wspiera pracowników w realizowaniu ich zainteresowań w czasie wolnym od pracy. Powołano drużynę siatkarską i piłkarską. Dla dzieci utworzono Akademię Piłkarską. Wszystkie koszty związane z funkcjonowaniem drużyn pokrywa spółka. Każdy z pracowników, który poszerza swoje umiejętności oraz wiedzę, może uzyskać dofinansowanie do 70% kosztów nauki. Firma oferuje również wsparcie merytoryczne osobom, które zamierzają pisać swoje prace dyplomowe z tematów dotyczących spółki.



Program stypendialny **Mądry start** przeznaczony jest dla dzieci pracowników **Tesco Polska**. W ciągu ośmiu edycji wzięto w nim udział blisko 800 młodych osób. **Stypendia edukacyjne** to nagroda za wzorowe zachowanie, bardzo dobre wyniki w nauce i aktywność społeczną.



Od 2002 r. **Volkswagen Motor Polska** w ramach **pracowniczego programu emerytalnego** oferuje swoim pracownikom grupowe ubezpieczenie emerytalne Pogodna Jesień oraz od 2017 r. możliwość wyboru dodatkowego oszczędzania na emeryturę. Przystąpienie do wybranego programu jest możliwe już w pierwszym miesiącu pracy. Aktualnie do PPE przystąpiło 98% załogi.



ZDROWIE PRACOWNIKÓW

Chcąc udzielić wsparcia pracownikom w przystosowaniu się do nowej pracy zdalnej, **Alstom Konstal** dla swoich pracowników przygotował cykl szkoleń pt. „COVID-19 – jak pracować w czasie kryzysu?”. Projekt zawierał trzy główne bloki tematyczne: techniki radzenia sobie ze stresem, organizacja pracy zdalnej i ergonomia. W szkoleniu przeprowadzonym online wzięto udział ponad 180 pracowników.



Tydzień Zdrowia i Dobrego Samopoczucia to coroczna inicjatywa, podczas której **Alstom Konstal** promuje zdrowy



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

tryb życia wśród swoich pracowników. W związku z pandemią COVID-19 szczególnie nacisk w ramach spotkań został położony na bezpieczne wznowienie podróży służbowych, ergonomię, wsparcie psychologiczne i aktywność fizyczną.



Spółka **ANWIL** włączyła się w społeczną akcję kształtującą właściwe postawy w czasie narodowej kwarantanny, organizując zajęcia sportowe online dla swoich pracowników oraz ich rodzin. Dla uczestników sportowego programu **#aktywnydomu** organizowany był cotygodniowy konkurs z nagrodami. Warunkiem uczestnictwa był nie tylko udział w zajęciach, ale też pokazanie, jak ćwiczą pracownicy w domowym zaciszu. Aktywność swoją i rodziny można było dokumentować za pomocą zdjęć lub filmików. Regularnie w zajęciach brało udział ponad 100 osób.



ArcelorMittal Poland wspólnie z Fundacją Droga stworzył dla swoich pracowników **program wsparcia „Zapytaj o drogę – nie jesteś sam”** w zakresie zdrowia psychicznego. Każdy pracownik borykający się ze stresem z powodu m.in. wypalenia zawodowego, przemocy czy problemów psychologicznych i psychicznych może uzyskać specjalistyczne wsparcie. Z tej formy pomocy mogą skorzystać również członkowie najbliższej rodziny pracownika. Program obejmuje też działania interwencyjne w przypadkach stresu pourazowego, np. wypadków w pracy. Wsparcie jest darmowe i anonimowe. W ramach programu realizowane są też szkolenia dla osób kierujących pracownikami.



ArcelorMittal Poland, współpracując z Fundacją **Ochrony Zdrowia na rzecz pracowników i społeczności lokalnych**, realizuje działania poprzez organizację badań przesiewowych (darmowe i bez skierowania), zapewnienie wsparcia finansowego na leczenie, refundację zakupu leków, ale również zakupu sprzętu dla szpitali. Z myślą o pracownikach organizowany jest również Tydzień Zdrowia czy Dzień Bezpieczeństwa. W 2020 r. wsparcie uzyskało 11 placówek medycznych z trzech województw: śląskiego, małopolskiego i opolskiego (w których znajdują się zakłady firmy).



W 2020 r. firma **ArcelorMittal Poland** wdrożyła **program profilaktyki COVID-19** polegający na opracowaniu pakietu działań profilaktycznych mających na celu zapobieganie rozprzestrzenianiu się wirusa SARS-CoV-2 wśród pracowników firmy i ich rodzin.



W obliczu pandemii COVID-19 **utworzono Fundusz Wsparcia dla Pracowników Grupy Banku Millennium na wypadek zarażenia koronawirusem** i konieczności pokrycia kosztów

leczenia i rehabilitacji. Fundusz został zasilony kwotą 1 mln zł ze środków banku.



Dla pracowników **Banku Pekao** powstał serwis **Bierz zdrowie za rogi** promujący zdrowe nawyki. Na stronie publikowane są przykłady ćwiczeń fizycznych, udostępniane są artykuły dotyczące pozytywnego wpływu treningów na zdrowie, a także organizowane są regularne webinaria i konsultacje z dietetykiem.



Zgodnie z działaniem **Innowacje, bezpieczeństwo, teamwork – praca w dobie koronawirusa**, firma **BEST** w obliczu pandemii wprowadziła pracę zdalną i rotacyjną, zapewniając warunki do pracy w różnych trybach.



Ze względu na pandemię COVID-19, **BNP Paribas Bank Polska** zainaugurował **program Corporate Wellness „DOBRZE”**. Jego celem jest poprawa świadomości w zakresie dbania o dobrą jakość życia oraz wzmocnienie kondycji psychofizycznej. Dzięki programowi każdy z pracowników ma możliwość kontaktu online ze specjalistami, takimi jak psycholog, dietetyk, coach, trener zdrowia, fizjoterapeuta czy ekspert mindfulness.



Celem programu **„STAY STRONG – trening siły i odporności psychicznej”** było zachęcenie pracowników firmy **Budimex** do zadbania o dobrostan psychiczny oraz wyposażenie ich w praktyczne techniki umiejętności budowania odporności psychicznej w sytuacji podwyższonego stresu (głównie związanego z pandemią COVID-19).



Celem programu **Summer Challenge** realizowanego przez **Budimex** było zachęcenie pracowników po lockdownie spowodowanym pandemią do aktywności fizycznej, wzmocnienia odporności i zadbania o zdrowe odżywianie. W ramach programu mogli oni też skorzystać z warsztatów radzenia sobie ze stresem, oddychania czy uważności. Akcja łączyła w sobie elementy edukacji z zakresu zdrowia i sportu. Przez trzy letnie miesiące na firmowym blogu pracownicy mogli znaleźć pomysły na ćwiczenia, porady fizjoterapeutów i dietetyków oraz inspirujące artykuły. W akcji wzięło udział ponad 700 osób.



W związku z pandemią firma **Coca-Cola HBC Polska** wdrożyła system EAP – **Employee Assistance Program**, czyli poufny serwis wsparcia. Jego celem jest udzielenie bezpłatnej

pomocy pracownikom oraz ich rodzinom w zakresie radzenia sobie z różnego rodzaju kłopotami i wyzwaniami, z którymi mierzą się w codziennym życiu.



W dobie pracy zdalnej w trosce o wewnętrzną równowagę i kondycję pracowników **Compensa TU Vienna Insurance Group** wprowadziła dwa programy: **Nie-niwe Piątki** z fizjoterapeutą oraz **Work-Life Balance** z psychologiem. Oprócz wirtualnych treningów, fizjoterapeuta regularnie nagrywał dla pracowników materiały na temat prawidłowej postawy ciała w pracy czy technik relaksacji. Z kolei webinar „Instrukcja obsługi stresu” otworzył cykl aktywności z obszaru Work Life Balance.



W roku pandemii COVID-19 firma **Credit Suisse Poland**, kontynuując programy mające na celu troskę o zdrowie psychiczne i fizyczne pracowników oraz propagowanie zdrowego stylu życia, wdrożyła inicjatywę dzielenia się wiedzą i doświadczeniem przez pracowników organizacji. Filozofia uważności stała się głównym tematem inicjatywy **Mindful Avengers**, która zgromadziła pracowników posiadających wiedzę i doświadczenie w dziedzinie jogi, oddychania oraz technik relaksacyjnych. Osoby te podczas sesji online dzieliły się swoją wiedzą i umiejętnościami.



W ramach działań wewnętrznych i zewnętrznych w **DB CARGO POLSKA** przeprowadzono **kampanię komunikacyjną #trzymajodstęp i bądź bezpieczny**. W ramach organizacji powołano nowy elektroniczny tygodnik pt. #dbcargoheroes, który dostarczał pracownikom informacji dotyczących sytuacji pandemicznej czy zasadach obowiązujących w firmie. Tygodnik opisywał rozwiązania i porady dotyczące zachowania zasad bezpieczeństwa. Dodatkowo dwukrotnie pracownikom zaoferowano wsparcie psychologa. Pracownicy mogli przysłać pytania, a odpowiedzi psychologa zostały opublikowane w „#dbcargoheroes”.



W odpowiedzi na wyzwania związane z izolacją, strachem o zdrowie własne i osób bliskich firma **Done Deliveries** uruchomiła program **WellDONE!...being**. Jego celem było **wsparcie pracowników DONE! w czasie pandemii**. Zorganizowano dwa webinary – pierwszy webinar dotyczył świadomego budowania odporności fizycznej, a drugi budowania odporności psychicznej. Ponadto firma uruchomiła infolinię wsparcia psychologicznego dla pracowników oraz konsultacje online COVID z internistą. W ramach dbania o odporność, firma rozdystrybuowała również wśród pra-

owników witaminę C, a także regularnie dostarcza do biura świeże owoce i soki.



W związku z trudną i stresującą sytuacją wywołaną pandemią, firma **Emitel** zaoferowała zatrudnionym możliwość skorzystania z konsultacji online w celu uzyskania **wsparcia psychologicznego**. Rozmowy mogą odbywać się telefonicznie lub w formie wideospotkania. Koszt usługi w 100% finansowany jest przez pracodawcę. Działanie realizowane jest z zewnątrz i z dbałością o poufność – od maja 2020 r. z tej formy wsparcia skorzystało mniej niż 10 **pracowników**.



Promocja zdrowia to nazwa intranetowej grupy, w której pracownicy firmy **Emitel** znajdują informacje dotyczące prawidłowego odżywiania czy profilaktyki chorzeń. Działania na tym polu są intensyfikowane zwłaszcza w październiku, który w firmie obchodzi się jako miesiąc zdrowia. Ponadto pracownicy mogą wziąć udział w szkoleniach z zakresu pierwszej pomocy i bezpiecznej jazdy samochodem.



W celu wsparcia, zapewnienia odpowiedniej pomocy i dostępu do rzetelnych informacji w marcu 2020 r. uruchomiono **Help-Line COVID-19** – specjalną infolinię informacyjną dotyczącą koronawirusa dla wszystkich pracowników **Europ Assistance Polska** i ich rodzin. W ramach infolinii można było uzyskać odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania odnośnie wytycznych związanych z koronawirusem czy informacje o rekomendowanych działaniach prewencyjnych. Infolinia osobom z symptomami chorobowymi umożliwiała także wstępną ocenę medyczną wykonywaną przez przeszkolony personel medyczny oraz instrukcje postępowania w razie zagrożenia wystąpienia zarażenia koronawirusem, a także dostęp do telekonsultacji lub wideokonsultacji z lekarzem.



Wsparcie dla pracowników EFL w czasie COVID-19 polega m.in. na umożliwieniu pracy zdalnej bez ograniczeń, korzystaniu z sześciogodzinnego trybu pracy przez rodziców dzieci w wieku szkolnym, zapewnieniu odpowiedniego dostępu do środków dezynfekcyjnych oraz oferowaniu bezpłatnych konsultacji z internistą i psychologiem. **Europejski Fundusz Leasingowy** na bieżąco informuje także pracowników o skali zachorowań w firmie oraz o wprowadzanych usprawnieniach.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

Celem akcji **Eko & Fit** jest motywowanie pracowników firmy **Gdańsk Transport Company** do aktywności fizycznej i rezygnacji z wykorzystania auta w ramach przjazdów do pracy na rzeczy innych środków transportu – komunikacji miejskiej czy rowerów. Z założenia akcja trwa 15 tygodni, w 2020 r. odbyła się w dniach 15 czerwca – 28 września. Każdy uczestników ma do wyboru pięciu aktywności. Podstawowe założenie to realizacja minimum dwóch dowolnych aktywności na tydzień lub 30 aktywności przez cały czas trwania akcji. Po zrealizowaniu przez pracowników założonego pułapu aktywności firma przekazała środki finansowe w wysokości 10 tys. zł na wybrane akcje charytatywne.



Enea Team jest grupą liczącą 278 pracowników **Grupy Enea** z całej Polski, chcących prowadzić aktywny tryb życia oraz przygotowujących się do zawodów sportowych – przede wszystkim triathlonowych. Celem programu jest promowanie zdrowego i aktywnego stylu życia. Aktywizacja pracowników poprzez prowadzenie profesjonalnego programu szkoleniowego ma zachęcić do dbania o swoje zdrowie oraz regularną aktywność fizyczną.



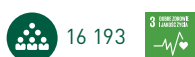
Realizacja akcji **Dbamy i chronimy!** polegała na zaopatrzeniu wszystkich zatrudnionych w **Grupie Enea** osób w maseczki, również do użytku poza miejscem pracy, pomagając w ten sposób w wywiązywaniu się z nowego obowiązku w przestrzeni publicznej. Pracownikom Miejskiej Energetyki Ciepła Piła umożliwiono również wykonanie bezpłatnego testu na obecność przeciwciał SARS-CoV-2. Dodatkowo Grupa Enea przekazała 5,5 mln zł na cel walki z pandemią, wspierając szpitale, domy pomocy społecznej czy hospicja.



Antykoronawirusowa kampania informacyjna realizowana przez **Grupę Enea** obejmowała uruchomienie w intranecie nowej zakładki „Koronawirus i szczepienia”, gdzie pracownicy znajdą wszelkie dokumenty i informacje z możliwością zadawania pytań (poprzez specjalny e-mail) odnośnie do sytuacji związanej z pandemią koronawirusa oraz ze szczepieniami przeciwko COVID-19. Na terenie spółek Grupy rozmieszczono również plakaty informacyjne. Dodatkowo w każdym tygodniu rozsyłane są informacje oraz SMS o bieżącej sytuacji w Grupie Enea. Przy udziale pracowników powstał cykl informacyjny dotyczący pracy zdalnej.



W związku z sytuacją epidemiczną **Grupa Enea** uruchomiła dla pracowników **infolinię wsparcia psychologicznego**. Zatrudnieni mogli skontaktować się ze specjalistami, którzy pomagali im w problemach związanych z poczuciem samotności i wykluczenia.



Grupa Eurocash skupiła się zarówno na zapewnieniu pracownikom bezpiecznych warunków pracy i na działaniach profilaktycznych. W drugiej połowie 2020 r. w ramach akcji **#NaszeZdrowie w dobie pandemii** zaoferowała pracownikom osiem webinarów prozdrowotnych, m.in. spotkania z dietetykiem, warsztaty zdrowego dnia, ćwiczenia z ergonomii pracy zdalnej. Skorzystało z nich ponad 500 osób. Pracownikom rozdano także ok. 250 poduszek ortopedycznych i rolek do masażu. Powstała również infolinia wsparcia psychologicznego oraz poradnik psychologiczny dotyczący zarządzania stresem. Odbyło się 18 dyżurów, a pracownicy skorzystali z ponad 2 tys. minut konsultacji.



Henkel Polska zaoferował na początku 2020 r. swoim pracownikom **Program Rezyliencji** na platformie online. Narzędzie to wsparło budowę odporności psychicznej na stres. Program trwał pół roku, objął 40 uczestników w dwóch grupach (pracowników i menedżerów). Opierał się na aplikacji Driven, która oferowała wsparcie wirtualnego bota. W procesie ważną była codzienna regularna praca nad sobą we współpracy z AI. Obok pracy indywidualnej, organizowano także comiesięczne spotkania w grupach, mające na celu wymianę doświadczeń. Szkolenia prowadziło trzech certyfikowanych pracowników. Badanie ankietowe wykazało zwiększenie poziomu rezyliencji uczestników na koniec programu o 18%.



Program Redukcji Stresu jest odpowiedzią na potrzeby, które pojawiły się w 2020 r. Celem było podniesienie świadomości pracowników **Holding 1** w zakresie objawów stresu, a przede wszystkim umiejętności radzenia sobie z nim. Program składał się z trzech etapów: badania ankietowego wśród zatrudnionych, webinarów dotyczące zarządzania stresem oraz warsztatów mindfulness.



Kampania #StayWell została wdrożona w **Infosys Poland** w odpowiedzi na wyzwania psychiczne niesione przez pandemię. W ramach programu nagrano filmy z udziałem psychologa, który wyjaśniał, jak radzić sobie ze stresem. Pracownicy dzielili się poradami dietetycznymi oraz przygotowywali treningi online. Dodatkowo na specjalnej grupie na portalu społecznościowym pracownicy zachęcali się nawzajem do podejmowania aktywności fizycznej, zamieszczając swoje zdjęcia z treningów i proponując sobie nawzajem udział w wyzwaniach sportowych.



Aby wesprzeć zatrudnionych w radzeniu sobie z emocjami, w firmie **Intive** wdrożono **program Less Stress!**, który ma na celu wyposażenie pracowników w wiedzę na temat mechanizmów powstawania stresu oraz sposobu efektywnego zarządzania nim. Program skierowany jest także do menedżerów, by wspomóc ich w rozpoznawaniu określonych

syndromów stresu w zespole. Program obejmuje: procedurę Less Stress!, zestaw narzędzi, grupę dyskusyjną online oraz cykliczne warsztaty.



Jak się masz? to program wellbeingowy **Kompanii Piwowskiej**. Projekt powstał na początku roku 2020. Składają się nań trzy obszary: zdrowie psychiczne, zdrowie fizyczne i równie ciekawi, dotyczący różnorodności. W ramach programu zorganizowano wewnętrzne kampanie informacyjne (ponad 1500 wizyt na stronie intranetowej), 40 sesji szkoleniowych (udział wzięły 483 osoby). Celem było wsparcie pracowników w covidowej rzeczywistości, a także uporządkowanie wszelkich działań z obszaru wellbeing w firmie.



Kronospan Mielec przeprowadził **akcję profilaktycznych badań piersi – „Zadbaj o zdrowie dla siebie i rodziny”**, skierowaną do wszystkich pracownic. Celem było zwrócenie ich uwagi na rolę samokontroli, a także ułatwienie dostępu do badań USG w czasie pandemii. Zaproszenie na badania otrzymały 104 kobiety zatrudnione w firmie Kronospan.



W firmie **KRUK** działa **Program Wsparcia Pracowników**, który ma na celu pomagać im w różnych trudnych sytuacjach życiowych, ale także tych wynikających z zaangażowania w indywidualne rozmowy o problemach finansowych klientów firmy. Program obejmuje specjalistyczne wsparcie psychologów z organizacji non profit, która współpracuje z firmą i anonimowo udziela pomocy pracownikom, którzy samodzielnie mogą zgłosić taką potrzebę.



W celu ograniczenia liczby zakażeń firma **Kuehne+Nagel** zdecydowała się na zmianę modelu pracy i przygotowała większość administracyjnych stanowisk pracy do świadczenia pracy w formie zdalnej. Firma zapewniła **wsparcie pracownikom podczas izolacji i pracy zdalnej poprzez organizację tematycznych wideokonferencji oraz określenie kultury pracy zdalnej**.



USG zamiast kwiatka to akcja profilaktyczna skierowana do pracownic przedsiębiorstwa **Lubelski Węgiel Bogdanka** z okazji Dnia Kobiet. Miała zwrócić uwagę na potrzebę regularnego badania się i zapewnić wsparcie we wczesnej diagnostyce chorób wśród pracownic spółki. Mogły one w godzinach pracy skorzystać z porady i badań

wykonywanych przez lekarza, który przez kilka dni dyżurował w siedzibie firmy.



W stronę równowagi to inicjatywa **mBanku**. Projekt obejmował szkolenia pomagające zarządzać lękiem i niepokojem oraz efektywnie organizować własną pracę zdalną. Menedżerowie otrzymali dodatkowo wskazówki do kompleksowego zarządzania rozproszonymi zespołami, w tym narzędzia dotyczące wyznaczania i egzekwowania celów. Bank planuje poszerzenie nowej oferty rozwojowej dotyczącej pracy hybrydowej. Z programów rozwojowych skorzystało już 189 osób, a z materiałów wiedzowych 511 pracowników.



Rozwijaj odporność to pakiet działań wspierających budowanie odporności wewnętrznej wśród pracowników **mBanku**. Od sierpnia do listopada odbyły się cztery bloki szkoleniowe obejmujące zagadnienia, takie jak nowa kultura pracy zdalnej, równowaga między pracą a życiem osobistym, niepewność o przyszłość. Program obejmował m.in. porady i dobre praktyki związane z utrzymaniem wysokiego poziomu energii, radzenie w budowaniu odporności na stres, porady dotyczące radzenia sobie z emocjami.



Firma **Orange Polska**, aby zadbać o **zdrowie i dobrostan pracowników w czasie pandemii**, zapewniła szkolenia oraz narzędzia wspierające stały kontakt i pracę zespołową (#orangezdalnie). Pracowników zaproszono na cykliczne webinary dotyczące m.in. organizacji pracy zdalnej, kondycji psychicznej i fizycznej, zarządzania relacjami z bliskimi czy swoimi emocjami. Wprowadzono zasadę spotkań nie dłuższych niż godzinę. Dodatkowo na wewnętrznym portalu Orange Plazza powstała dedykowana społeczność – służąca wymianie doświadczeń, dzieleniu się swoimi problemami i wsparciem. W ankiecie pracowniczej na temat pracy zdalnej 92% badanych oceniło taki model jako dobry lub bardzo dobry, a 95% przyznało, że funkcjonowanie zespołu w pracy zdalnej jest dobre lub bardzo dobre. Na webinarach średnio jest obecnych 1 tys. pracowników.



Z myślą o pracownikach, w trosce o ich zdrowie i dobre samopoczucie, **Pelion** dwukrotnie (wiosną i jesienią 2020 r.) zorganizował bezpłatne **telekonsultacje z psychologiem**. Pracownicy mieli możliwość rozmowy ze specjalistą o trudnościach związanych z pandemią lub innych ważnych dla nich sprawach. Telekonsultacje z ekspertem odbywały się trzy razy w tygodniu. Pracownicy mogli korzystać z dowolnej liczby konsultacji.



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

W ramach programu **Kierunek Zdrowie** pracownicy firmy **Pelion** wzięli udział w webinarze na temat szczepień przeciw grypie. Na spotkaniu z ratownikiem medycznym dowiedzieli się o zasadach udzielania pierwszej pomocy w domu, szkole i pracy. Z myślą o rodzicach zorganizowano webinar dotyczący powrotu dzieci do szkoły, przedszkola, żłobka w czasie pandemii.



Pelion zachęcił także swoich pracowników do skorzystania z **badania optometrycznego** (badanie komputerowe wzroku oraz ciśnienia śródgałkowego). Znaczna część pracowników firmy pracuje bowiem przy komputerze, przez co są szczególnie narażeni na choroby narządu wzroku. Badanie zostało zrealizowane na początku 2020 r., jeszcze przed wybuchem pandemii koronawirusa. Skorzystało z niego ok. 100 pracowników.



W dobie pandemii, dla zachowania ciągłości działania firmy, a co za tym idzie, aby umożliwić niezakłócony ruch pociągów na liniach kolejowych w Polsce, 90 pracowników firmy **PKP Energetyka** rozpoczęło pracę w izolacji od świata zewnętrznego i „skoszarowało się” w swoich miejscach pracy. Firma uruchomiła anonimowe, telefoniczne porady psychologa dla wszystkich zatrudnionych. Akcje pomocowe skierowano także do emerytowanych pracowników, którzy na początku pandemii otrzymali m.in. zestaw maseczek. Powołano też sztab kryzysowy i wdrożono dodatkowe procedury bezpieczeństwa.



Wsparcie psychologiczne pracowników w czasie pandemii miały też na celu działania podejmowane przez **Polpharmę**. Firma dostarczała pracownikom materiały zawierające rzetelne informacje propagujące profilaktykę prozdrowotną oraz promowała materiały dotyczące możliwości skorzystania w trudnych chwilach ze wsparcia psychologicznego instytucji zewnętrznych i wizyt w ramach pakietów medycznych, które posiadają pracownicy. Praktycznym wsparciem okazały się również specjalne szkolenie online zawierające treści psychologiczne w formie przystępnych pigutek wiedzy, dostępne dla pracowników 24 godziny na dobę wedle indywidualnych potrzeb, a także udostępniane cyklicznie webinaria i artykuły dotyczące radzenia sobie ze stresem, napięciem i emocjami oraz nową rzeczywistością.



Projekt **Zdrowo, aktywnie, pozytywnie** był realizowany w celu poprawy stanu fizycznego, jak i psychicznego pracowników spółki **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**. Na projekt składały się trzy segmenty: odżywianie i dietetyka – realizowane przez warsztaty online grupowe i konsultacje indywidualne z psychodietetykiem; promocja aktywnego trybu życia – indywidualne e-konsultacje sportowe z trenerami personalnymi, filmy instruktażowe;

cykl prowadzonych przez psychologów webinarów i e-szkoleń poświęconych stresowi, organizacji pracy i życia prywatnego w warunkach pracy zdalnej.



W obliczu pandemii firma **Refinitiv Poland** zaoferowała pracownikom trwający kilka miesięcy **program wellbeingowy**, obejmujący dobrostan pracownika wielopłaszczyznowo i koncentrujący się na wsparciu emocjonalnym, społecznym i finansowym. W ofercie znalazły się spotkania online poruszające takie tematy, jak: dbanie o odporność fizyczną i psychiczną, radzenie sobie z lękiem czy zarządzanie finansami w trudnych czasach, poradnik wellbeingowy, ale także zdalne warsztaty jogi czy spotkania podróżnicze. Zorganizowano również warsztaty wspierające rodziców pomagających swoim dzieciom w zdalnej nauce.



Dział HR w **Rödl & Partner** zainicjował cykl **HRujemy z domu**, w ramach którego przesyłano do pracowników wskazówki **wspierające** organizację pracy w trybie home office, prowadzono webinaria oraz oferowano indywidualne konsultacje. Webinaria dedykowane były wszystkim pracownikom, a niektóre z nich jedynie kadry zarządzającej. Najwięcej miejsca poświęcono tematowi radzenia sobie z nową sytuacją permanentnej pracy zdalnej, psychologicznych aspektów zmiany, radzenia sobie z kryzysami, zdalnego zarządzania zespołami. Łącznie ze wszystkich zaproponowanych form wsparcia skorzystało 320 pracowników.



W ramach zadbania o dobry stan zdrowia psychicznego i samopoczucie zespołu **Sabre Polska**, zorganizowane zostały **warsztaty wellbeing**. Program przygotowali i przeprowadzili specjaliści – psycholog oraz psychiatra. Warsztaty zostały podzielone na trzy sesje, w czasie których eksperci omówili z uczestnikami sposoby radzenia sobie ze stresem i uzyskania work-life balance podczas pracy zdalnej. Każdy z warsztatów zgromadził średnio po ok. 200 pracowników.



Natychmiast po ogłoszeniu pandemii COVID-19 firma **Sanofi** powołała globalny komitet kryzysowy oraz lokalny zespół ds. pandemii, który aktywnie działał na rzecz zapobiegania narażeniu pracowników na wirusa, jednocześnie monitorując potencjalny wpływ pandemii na działalność biznesową firmy. W celu **wsparcia pracowników Sanofi** wprowadzono m.in. pracę zdalną w trybie home office jako regułę, a nie dodatkowe świadczenie. Rozwinięta została także komunikacja wewnętrzna. Firma zorganizowała również webinaria z medycznymi ekspertami zewnętrznymi, w tym z psychologiem.



W marcu 2020 r. **Santander Bank Polska** uruchomił programy wellbeingowe i wsparcia psychiczne dla pracowników: infolinię, cykle spotkań z psychologami i wellbeingary tematyczne. Pozytywny feedback od pracowników sprawił, że bank wprowadził zajęcia cykliczne według stałego grafiku. Wszystkie zajęcia są interaktywne i pozwalają na kontakt z prowadzącym. Odbyło się 81 telefonów i 68 czatów z psychologami, ponad 7 tys. uczestników inicjatyw, 967 webcastów. Pracownicy, w skali od 0 do 10, ocenili działania średnio powyżej 9,5.



Troska o zdrowie psychiczne pracowników była motywem przewodnim e-szkoleń i kampanii informacyjnych **Sodexo Polska**. Kadra wyższego szczebla mogła skorzystać także z indywidualnych sesji coachingowych, które miały stanowić wsparcie dla nich samych, jak i pośrednio dla ich podwładnych. Ponadto Sodexo zakontraktowało nieodpłatne pakiety porad psychologicznych dla pracowników, oferowane przez dostawcę prywatnych usług medycznych.



W 2020 r. w Grupie **TAURON Polska Energia** uruchomiono projekt **#ZostańwZdrowiu!**, zorganizowano wirtualne warsztaty z zakresu podnoszenia odporności oraz treningi ogólnorozwojowe. Uruchomiono również dla wszystkich pracowników specjalną infolinię konsultacji z psychologiem, a także cykl publikowanych w intranecie artykułów dotyczących zachowania odpowiednich środków bezpieczeństwa i poprawy odporności. Wprowadzono rozwiązania organizacyjne, takie jak elastyczne godziny pracy i urlopów oraz możliwość pracy zdalnej. W projekcie wzięło udział blisko 17 tys. osób ze wszystkich spółek Grupy TAURON.



TAURON Polska Energia zdecydował o uruchomieniu dla pracowników projektu **Nie trać formy, ćwicz z domu!** – zaferowano dostęp do platformy, w której trzy razy w tygodniu odbywają się zajęcia jogi w formie online. W intranecie cyklicznie publikowano również komunikaty WHO. W akcji wzięli udział pracownicy Grupy TAURON z 10 spółek zlokalizowanych w pięciu województwach.



T-Mobile Polska z okazji **Dnia Kobiet** oraz **Dnia Chłopaka** przygotował webinary dotyczące profilaktyki zdrowotnej. W marcu, wspólnie z Fundacją Rak & Roll, zorganizowane zostało spotkanie „Kobieto, bądź zdrowa”, podczas którego edukatorka fundacji opowiedziała o tym, jak dbać o zdrowie, jakie badania profilaktyczne wykonać, oraz pokaza-

ła, jak prawidłowo wykonywać samobadanie piersi. Natomiast z okazji Dnia Chłopaka przygotowano trzy webinary: z internistą, z fizjoterapeutą oraz z dietetykiem. W każdym ze spotkań uczestniczyło ok. 100 osób.



Program wsparcia pracowników w czasie COVID-19 to poufna i bezpłatna infolinia działająca 24/7, która zapewniała profesjonalne wsparcie psychologiczne i praktyczne porady dla pracowników **L'Oréal Polska** oraz ich rodzin. Poszerzono także ofertę szkoleniową o wsparcie w okresie zmiany, zarządzania stresem, zajęcia mindfulness, personal resilience, szkolenia dotyczące pracy z domu, stabilności emocjonalnej oraz „Parenting in VUCA”. Pracownicy mieli dostęp do wellbeingowej platformy WorkSmile.



FUN RUN & MORE to program **Adamed Pharma**, dający możliwość wymiany doświadczeń, inspiracji w budowaniu zdrowego stylu życia. Osoby zalogowane na platformie biorą udział w różnorodnych aktywnościach, które w roku 2020 koncentrowały się na zachęceniu do dbania o kondycję fizyczną podczas pandemii.



Adamed Pharma w ramach programu **Zdrowie na 5** prowadzi w ciągu roku akcje profilaktyczne oraz badania. W roku 2020 była to m.in. możliwość badania markerów nowotworowych oraz coroczne skorzystanie z możliwości zaszczepienia przeciwko grypie.



Akcja Zdrowie w Allegro to cykliczne warsztaty, konsultacje i webinary skierowane do pracowników **Allegro**, mające propagować tematykę zdrowego stylu życia. W 2020 r. akcja odbywała się przez platformę szkoleniową Mindup i była poświęcona pracy zdalnej w ramach #zdaninazdalną. W jej ramach zrealizowano m.in. konsultacje z psychologami, fizjoterapeutami a także dietetykami oraz 13 spotkań, z których nagrania i materiały są wciąż dostępne dla pracowników.



W związku z **promocją zdrowia i badaniami profilaktycznymi wśród pracowników** w firmie **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** wdrożono szereg działań w zakresie promocji zdrowia. Odbyły się webinary dotyczące depresji oraz COVID-19, uruchomiona została także pomoc psychologiczna. Powstał również kalendarz promujący zdrowy styl życia. Anpharm uczestniczył też



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

w zewnętrznych kampaniach, m.in. „Aktywni w pracy” (CIOP PIB) oraz #rakniepoczekanankonieiepidemii (PLWzR) z Servier Polska.



Akcja **Anwil na zdrowie** realizowana jest pod hasłem „Październik miesiącem zdrowia”. Pracownicy **ANWIL** mogli skorzystać z badań profilaktycznych, konsultacji lekarskich, wziąć udział w prelekcji wraz z profilaktyką zdrowia.



Program **Anwil na sportowo** obejmuje najbardziej popularne dyscypliny sportu, m.in.: siatkówkę, koszykówkę, piłkę nożną, biegi czy tenis stołowy. W roku 2020 do oferty zajęć sportowych dla pracowników **ANWIL** dodano jogę, jogę twarzy oraz ćwiczenia poprawiające kondycję kręgosłupa.



Tydzień Zdrowia to coroczne wydarzenie **ArcelorMittal Poland** ukierunkowane na diagnostykę pracowników oraz promowanie zdrowego stylu życia. W 2020 r. firma skupiła się na profilaktyce COVID-19. Firma realizowała również szczepienia przeciw grypie sezonowej oraz testy na obecność koronawirusa.



Firma **AVON COSMETICS POLSKA** zorganizowała kampanię **Dzień na U**, podczas której zachęcała kobiety, aby raz w roku wzięły dzień wolny i wykonały badania profilaktyczne (badanie USG piersi). Kampania wspierała akcję Avon „Gabinety z Różową Wstążką”, realizowaną we współpracy ze Stowarzyszeniem „Amazonki” Warszawa-Centrum. Tegoroczna pula dofinansowanych badań została wykorzystana w 100%. W tym roku przebadano się 3300 kobiet w 90 gabinetach na terenie całej Polski.



BEneFIT to program wellbeing dla pracowników **BNP Paribas Bank Polska**. W ramach programu odbywają się: warsztaty żywieniowe, konsultacje specjalistyczne, akcje wspierające zdrowy tryb życia oraz dobre samopoczucie, promocje świadczące partnerów programu przygotowawne specjalnie dla pracowników banku oraz szereg dodatkowych atrakcji. W 2020 r. poprzez platformę zrealizowano program „Dobrze”, wspierający pracowników banku w czasie pandemii.



Seria **StayWell Webinars** organizowana w **Capgemini Polska** to inicjatywa mająca na celu holistyczne podejście do współczesnych problemów społecznych, z którymi potencjalnie spotykają się pracownicy w życiu codziennym.

Program jest odpowiedzią na takie problemy, jak nieprawidłowe odżywianie, brak ruchu, brak motywacji, choroby, stres.



Firma **Capgemini Polska** zorganizowała kampanię **November and More**. Celem jest podniesienie świadomości chorób onkologicznych, promocja wczesnej diagnostyki i prewencji oraz edukacja, jak wspierać osoby w kryzysie choroby onkologicznej. W listopadzie 2020 r. pracownicy otrzymywali komunikację, w której znajdowały się wywiady nagrywane z osobami będącymi po leczeniu onkologicznym lub w jego trakcie, dzielącymi się swoimi doświadczeniami i historią.



Carrefour promuje uprawianie sportu i angażuje się w imprezy sportowe. **Carrefour Cycling Team** to drużyna kolarzy amatorów, składająca się wyłącznie z pracowników Carrefour, którzy startują w zawodach kolarskich w całej Polsce. W 2020 r. z powodu pandemii zespół kolarski Carrefour brał w nich udział wirtualnie, poprzez aplikację dla kolarzy, mierzącą aktywność fizyczną.



Program Profilaktyki Onkologicznej dla pracowników ma na celu budowanie świadomości i edukacji na temat profilaktyki onkologicznej. W 2020 r. **CEMEX Polska** skupił się na promocji profilaktyki raka piersi oraz raka męskiego – nowotworu prostaty i jąder. Zorganizowano dwie kampanie informacyjne.



W roku 2020 sieć „Wellbeing and Care Network” tworzona przez pracowników wolontariuszy **Credit Suisse Poland** kontynuowała **program poświęcony zdrowiu psychicznemu** o nazwie „Mental Health Matters!”. W ramach programu zorganizowano m.in. wykłady i panele dyskusyjne. Utworzona grupa „Mindful Avengers” zrzesza pracowników mających wiedzę o metodach relaksacji oraz mindfulness, którzy prowadzą sesje dla współpracowników.



Październik i listopad to dla **Credit Suisse Poland** okazja do zwrócenia uwagi na problematykę zachorowalności na nowotwory, ze szczególnym naciskiem na istotę działań profilaktycznych. W roku 2020 w ramach **Miesiąca świadomości chorób nowotworowych** zorganizowano spotkanie online z osobą, która wygrała walkę z rakiem piersi i podzieliła się z pracownikami swoimi przeżyciami.



Doładuj baterie – program wellbeing dla pracowników Europejskiego Funduszu Leasingowego polega na kompleksowym podejściu do potrzeb pracowników

w czterech powiązanych ze sobą strefach: ciało, umysł, emocje i metafizyka. Pracownikom zaproponowano m.in. aktywności sportowe, dofinansowanie treningów sportowych oraz udział w zawodach.



Grupa ANG (d. ANG Spółdzielnia) zapewnia członkom swojej społeczności opiekę psychologa, coacha i trenera kompetencji społecznych. W ramach projektu **Psychohigiena w ANG** każdy ma możliwość umówienia się na bezpłatną konsultację lub regularne spotkania.



W ramach tegorocznej akcji **Enea dla kobiet**, 8 marca w Dzień Kobiet na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich odbyła się konferencja „Kobieta Możliwości”. W jej trakcie uczestniczki rozmawiały na tematy związane z łączeniem kariery zawodowej z życiem rodzinnym. W strefie **Grupy Enea** rozmawiano o zdrowiu, ekologii i bezpieczeństwie.



Elektrownia kobiet – forum kobiet to program organizowany przez Enea Elektrownia Potaniec (**Grupa Enea**) dla kobiet pracujących na terenie elektrowni oraz jej najbliższego otoczenia. Projekt powstał, by uczyć kobiety, jak dbać o zdrowie i bezpieczeństwo oraz wzmocnić w nich poczucie własnej wartości i samoświadomość. W marcu Enea zorganizowała warsztaty „Forum Kobiet – Bądź Naturalna”.



Misja Profilaktyka to działania prozdrowotne, które mają poszerzyć świadomość istotności działań profilaktycznych. W roku 2020 **Grupa Enea** zrealizowała dwa cykle akcji: „Zdrowy kręgosłup” i „Zdrowie”.



Lotos Running Team łączy promocję kultury fizycznej z ideą wolontariatu pracowniczego. Sekcja biegowa Lotos liczy kilkadziesiąt osób, które razem startują w zawodach. Wsparcie **Grupy Kapitałowej LOTOS** kierowane jest zarówno do zawodników rozpoczynających swoją przygodę ze sportem, jak i do tych, którzy zmagają się z wyzwaniami triathlonowymi czy ultramaratonami w Polsce i poza granicami kraju. Biegacze angażują się także w biegi charytatywne.



Założeniem projektu **Grupa Raben biega** jest połączenie pasji pracowników z promocją zdrowego trybu życia. **Grupa Raben** sponsoruje udział pracowników w biegach lub podobnych sportowych wydarzeniach na terenie kraju. W 2020 r., ze względu na pandemię, zrezygnowano z udziału w imprezach masowych. Udział w wirtualnych zawodach wzięło niemal 100 pracowników, którzy łącznie pokonali dystans ok. 80 tys. km i spalili ok. 2 mln kalorii.



Celem inicjatywy **Wellness** firmy **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** jest promowanie zdrowego stylu życia i komfortu w pracy. W roku 2020 przeprowadzono cykl wirtualnych warsztatów „Healthy Days” oraz „HPE Wrocław Wellness Challenge” zawierający zestawy aktywności, które pracownicy realizowali indywidualnie lub w zespołach, zdobywając punkty i rywalizując o miejsce na podium.



Program **Zdrowo wkręceni** promuje zdrowy styl życia wśród pracowników firmy **Holding 1**. W 2020 r., w ramach programu zorganizowane zostały zawody sportowe pod hasłem „Szlachetna Wiosna na sportowo”. Drużyny składające się z 3 do 5 osób rywalizowały ze sobą, uprawiając różne dyscypliny sportowe. Zwycięzcy wskazali organizację pozarządową, na rzecz której firma przekazała darowiznę finansową.



W firmie **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** został uruchomiony **program opieki medycznej dla pracowników**. Dzięki pakietom, których koszt w 80% pokrywa firma, pracownicy mają dostęp do specjalistów oraz badań diagnostycznych i laboratoryjnych. 90% załogi korzysta z pakietów.



Praktyka firmy **InterKadra** polega na bezpłatnych sesjach **terapii manualnej**, dostępnej raz w tygodniu dla każdego pracownika. Sesje prowadzi fizjoterapeuta z wieloletnim doświadczeniem.



Program **Biedronkowej Akademii Zdrowia** jest skierowany do pracowników biur oraz centrów dystrybucyjnych **Jerónimo Martins Polska**. Obejmuje on udział w bezpłatnych ćwiczeniach, prowadzonych w miejscu pracy, wliczonych w czas pracy, a raz w miesiącu wizytę w gabinecie fizjoterapeuty. Gabinety BAZ działały od wybuchu pandemii



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

PRAKTYKI Z ZAKRESU PRACY

zgodnie z zasadami sanitarnymi, zapewniając bezpieczeństwo pracownikom i fizjoterapeutom. W roku 2020 ze wsparcia terapeuty skorzystało 8213 pracowników, którzy odbyli 20 578 wizyt.



W ramach działań z zakresu zdrowia i **wellbeingu pracowników Kaufland Polska Markety** realizowane są inicjatywy dostosowane do charakteru ich pracy. Pracownicy mogą korzystać z nieodpłatnej firmowej siłowni oraz bezpłatnych zajęć sportowych lub z konsultacji i zabiegów fizjoterapeutycznych. Sieć wspiera również pracowników, finansując pakiety sportowe, jednak w roku 2020 odbywały się one za pomocą dedykowanych aplikacji. Łącznie w inicjatywach sportowych wzięło udział ponad 300 pracowników firmy Kaufland. Sieć uruchomiła również ogólnopolską, bezpłatną infolinię wsparcia psychologicznego dla swoich pracowników.



Postaw na ruch to akcja **Kompani Piwowarskiej**, w której pracownicy zachęceni są do podejmowania aktywności fizycznej. W roku 2020 pracownicy KP osiągnęli cel charytatywny 150 tys. km w trzy miesiące, korzystając z platformy Postaw na Ruch i wsparli trzech podopiecznych Fundacji Poland Business Run darowizną w wysokości 15 tys. zł na wyjazdy rehabilitacyjne. Wsparto również pięciu małych podopiecznych Fundacji Siepomaga, Zdążyć z Pomocą, czy 100 Serc oraz zorganizowano rywalizację eko – „Mniej CO₂, więcej tlenu”, gdzie budowano świadomość ekologiczną i wsparto cel eko, we współpracy ze Stowarzyszenie Eskapada/Pro Sanus.



Podczas akcji **Wedłowski Movember** edukowano pracowników **LOTTE Wedel** na temat profilaktyki zdrowotnej związanej z zachorowaniem na raka jąder i prostaty. Poprawność merytoryczną akcji zapewniła współpraca z Fundacją Kapitan Świąteczko odpowiedzialną za organizację akcji Movember w Polsce.



Od roku 2019 istnieje zewnętrzna **siłownia na świeżym powietrzu** dla pracowników **Lyreco Polska**.



Rzuć palenie – dbaj o zdrowie! to długofalowa kampania edukacyjna mająca na celu zwrócenie uwagi pracowników spółek **Pelion** na problem szkodliwości palenia i zachęcenie ich do porzucenia nałogu.



Celem **psychologicznego wsparcia powypadkowego** dla pracowników jest zwiększenie bezpieczeństwa w ruchu kole-

jowym. Projekt **PKP CARGO** realizowany jest za pomocą Infolinii Wsparcia Psychologicznego obsługiwanej przez psychologów wyspecjalizowanych w zakresie wsparcia sektora kolejowego. W 2020 r. projekt rozszerzony został o aspekty profilaktyki w związku z COVID-19.



Program wellbeingowy **Provi4You** jest przeznaczony dla pracowników **Provident Polska**. Opiera się na budowaniu społeczności, promocji zdrowego odżywiania i aktywności fizycznej, wspieraniu równowagi między życiem prywatnym i zawodowym oraz grywalizacji.



Rajd Bankowca to inicjatywa **Santander Bank Polska**, mająca na celu integrację pracowników i emerytów banku oraz ich rodzin, a także promocję zdrowego stylu życia. W roku 2020, z uwagi na epidemię, odbyła się tylko zimowa edycja Rajdu Bankowca w trzech turnusach. Na jednym turnusie przebywało ok. 150 osób.



W ramach programu **BeHealthy w Santander Bank Polska** funkcjonują cztery filary: zdrowie psychiczne, zdrowie fizyczne, udane relacje i edukacja finansowa. W każdym miesiącu bank oferuje pracownikom inicjatywy poświęcone dedykowanej tematyce, np. wellbinaria, zajęcia z fizjoterapeutami. Aby pomóc pracownikom radzić sobie z obecnymi wyzwaniami uruchomiono stałe wsparcie psychologiczne.



W ramach praktyki **SITECH dla zdrowia** zorganizowano Centrum Rehabilitacji. Każdy pracownik **SITECH** ma możliwość skorzystania z pomocy fizjoterapeuty. Grupa specjalistów działu konstrukcyjnego firmy przygotowała prototyp masażera, który został umieszczony na hali produkcyjnej. Dodatkowo spółka prowadzi kalendarz zdrowia, w którym każdy miesiąc odpowiada akcji specjalnej.



Centrum Zdrowego Pracownika to rozwiązanie z zakresu Corporate Wellness **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**. Centrum składa się z dwóch jednostek: gabinetu profilaktyki medycznej oraz sali ćwiczeń. W gabinecie pracownicy mogą wykonać USG oraz odbyć konsultację ze specjalistą lub skorzystać z szerokiej oferty badań laboratoryjnych.



W ramach programu **TIM – Team Integracja Multisportowa** od października 2019 do czerwca 2020 r. pracownicy firmy **TIM** rywalizowali w 2-3-miesięcznych rundach na liczbę

spalonych kalorii w ponad 20 aktywnościach. Najlepsi w poszczególnych kategoriach otrzymali w nagrodę punkty MyBenefit, a wśród wszystkich uczestników, którzy przekroczyli minimum kwalifikacyjne rozlosowano nagrody promujące aktywne tryb życia.



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



Ambulatorium Volkswagen Motor Polska zapewnia pracownikom całodobową opiekę medyczną przez siedem dni w tygodniu. Pracownicy mogą w godzinach pracy korzystać z finansowanych przez pracodawcę programów promujących zdrowie oraz z konsultacji lekarskich.



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



Program oceny postawy ciała w miejscu pracy pozwolił na dokonanie przez fizjoterapeutów analizy miejsc pracy. Zalecono rotację na stanowiskach pracy, aby co godzinę każdy pracownik **Volkswagen Motor Polska** wykonywał inne czynności. Zdiagnozowano także choroby w zakresie układu ruchu i zalecono leczenie.



Co dwa lata **Volkswagen Motor Polska** organizuje – w ramach programu „Zdrowa kobieta, zdrowy mężczyzna” – bezpłatne badania w godzinach pracy. Ich celem jest wczesne wykrycie chorób cywilizacyjnych typu cukrzyca, choroby serca czy nowotwory. W sytuacji choroby pracownik może skorzystać z pakietu medycznego lub ze specjalistycznych konsultacji lekarskich. Około 70% pracowników korzysta z cyklicznych badań.



W ramach programu **Nasze zdrowie w wonga.pl** w związku z pandemią pracownikom zapewniono wsparcie psychologiczne. Odbyły się również webinary: jak sobie radzić ze stresem, niepokojem, jak zarządzać czasem, oraz zajęcia z jogi dla zdrowego kręgosłupa. Chętni pracownicy zostali zaszczepieni przeciw grypie.



November jest jednym z projektów zgłoszonych przez pracowników **Wunderman Thompson Technology** (d. Cognifide) w ramach corocznego budżetu CSR na realizację inicjatyw społecznych. W ramach projektu zorganizowano spotkanie online z reprezentantem Fundacji Kapitan Światetko, który omówił konieczność regularnych badań. Dodatkowo firma informowała o możliwości zrobienia badań w ramach prywatnej opieki medycznej z pakietu benefitów zdrowotnych.



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



ŚRODOWISKO



204 praktyki nowe

178 praktyk długoletnich

139 firm

Rok 2020 zdominowany został przez problem pandemii koronawirusa. Pojawiły się więc wątpliwości, czy w tym ogólnie panującym trybie zarządzania kryzysowego świat nie odstawi na boczne tory tematu kryzysu klimatycznego. Wprawdzie ważne wydarzenia takie jak COP26 musiały zostać przełożone na kolejny rok, jednak dobrą wiadomością jest to, że działania na rzecz środowiska, a szczególnie proklimatyczne, zostały uznane za jedno z najważniejszych przy planowanej odbudowie gospodarki po kryzysie wywołanym pandemią. Wyjątkowo mocno w tym zakresie działa Unia Europejska, która w Europejskim Zielonym Ładzie nakreśliła plan przebudowy gospodarki na neutralną klimatycznie.

Biznes nie mógł pozostać w tyle ze swoimi rozwiązaniami. Widać to również w praktykach zgłaszanych przez firmy. To już kolejny rok z rzędu, w którym liczba zgłaszanych praktyk z obszaru środowiska naturalnego rośnie. Rozdział ten jest jednym z najobszerniejszych w niniejszej publikacji – tym razem znalazło się w nim aż 204 nowych inicjatyw (w poprzednim Raporcie było ich 185). Cieszy kwestia kontynuacji przedsięwzięć podjętych w poprzednich latach – zgłoszono bowiem aż 178 praktyk długoletnich (dla porównania 136 praktyk długoletnich w 2019 roku), oraz fakt, że ponad połowa nowych praktyk wspiera realizację 13. Celu Zrównoważonego Rozwoju, czyli sprowadza się do działań w dziedzinie klimatu w różnej formie. Drugą najliczniejszą grupą praktyk były projekty odnoszące się do Celu 12., czyli zrównoważonej konsumpcji i produkcji – inicjatywy realizujące ten cel możemy znaleźć już właściwie w każdej kategorii tematów.

Wiele firm wciąż stawia na działania z zakresu edukacji ekologicznej, zmienił się jednak nieco ich charakter. Przejście na tryb pracy zdalnej wymusiło ich realizację w formie online w postaci webinarów, warsztatów bądź konkursów. Tematami dominującymi działań były odpowiedzialne gospodarowanie odpadami, ograniczanie

zużycia plastiku, zanieczyszczenie powietrza oraz ochrona klimatu. Praktyk tego typu zgłoszono 52.

Kolejna najliczniejsza kategoria (31 praktyk) to działania prośrodowiskowe, w których mieszczą się inicjatywy firm wspierające walkę ze smogiem, wdrażane strategie zrównoważonych opakowań, a także zobowiązania i strategie firm prowadzące do osiągnięcia neutralności klimatycznej. Coraz więcej organizacji w ramach realizowania tych planów korzysta z energii z OZE, kupując zieloną energię z odpowiednimi certyfikatami bądź stawiając na przykład na własne instalacje fotowoltaiczne.

Zmianę na plus w liczbie praktyk możemy zaobserwować w obszarze zero waste. Prawie połowa zgłoszonych tu praktyk dotyczyła problemu marnotrawienia żywności. Firmy stopniowo i konsekwentnie ograniczają też zużycie plastiku, między innymi rezygnując z produktów jednorazowych, szukając rozwiązań na zagospodarowanie pozostałości z produkcji i nienadających się do sprzedaży produktów czy wprowadzając zmiany w sposobie pakowania produktów.

Organizacje zgłaszały również swoje działania w ramach gospodarki o obiegu zamkniętym. Wśród nich najciekawsze dotyczyły wykorzystania zamkniętego obiegu wody, regeneracji i naprawy starego sprzętu i telefonów, a także zbiórki i przekazania odpowiednim organizacjom używanego obuwia, ubrań, plecaków.

Największe spadki liczby nowych praktyk w obszarze środowiska obserwujemy z kolei w obszarach ekobiuro i zrównoważony transport.

ŚRODOWISKO

- Liczba zatrudnionych pracowników w 2020 r.
- Małe / średnie przedsiębiorstwo
- Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
- Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 255

BIORÓŻNORODNOŚĆ

Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne podjęło się **adopcji pszczoł**. W czerwcu 2020 r. firma adoptowała trzy pszczoły rodziny. Ule znajdują się na terenie Muzeum Wnętrz w Otwocku Małym. Bee in the city, który jest partnerem projektu, zapewnia pszczołom profesjonalną opiekę. Przy okazji adopcji pszczoł w firmie Anpharm została przeprowadzona kampania informacyjna wskazująca na rolę pszczoł jako kluczowego dla ekosystemu i zachowania bioróżnorodności gatunku. Każdy z pracowników otrzymał symboliczny podarunek w postaci stoiczka miodu od zaadoptowanych pszczelich rodzin.

230

BNP Paribas Securities Services w ramach **miejskiego pszczelarstwa** w 2019 r. adoptował ok. 40 tys. pszczoł, umieszczając na swoim tarasie dwa ule. Populacja uli rozrosła się do kilkudziesięciu tysięcy pszczoł, które w 2020 r. wyprodukowały kilkadziesiąt kilogramów miodu. Miód rozdawany był jako prezent pracownikom firmy angażującym się w akcje charytatywne.

850

Energia bioróżnorodności to kompleksowy projekt środowiskowy, ekologiczny i edukacyjny, mający na celu odtworzenie ekosystemów łąkowych. **Energia Grupa ORLEN** zainaugurowała projekt w Ostrołęce, zakładając łąkę na obszarze składowiska odpadów paleniskowych i przed siedzibą spółki Energia Elektryczna Ostrołęka – na łącznym obszarze 2,7 hektara. W wysiew łąki zaangażowani byli wolontariusze Energi. Projekt realizowany jest w partnerstwie z Fundacją „Łąka”.

9 800

Fujitsu Technology Solutions buduje hotele dla **owadów**. Firma Fujitsu dwukrotnie zorganizowała warsztaty tworzenia takich miejsc. Zbudowano i zainstalowano siedem hoteli na terenie Łodzi. Mogą one pomieścić w sumie ok. 400 owadów, takich jak pszczoły murarki, biedronki czy trzmiele. W niektórych hotelach umieszczone zostały kokony pszczoł murarek, które wykluły się wiosną 2020 r.

2 300

W 2020 r. marka piwa Żubr należąca do **Kompanii Piwowarskiej** sponsorowała i opiekowała się Białowieskim Parkiem Narodowym. W ramach akcji **Żubr ratuje życie zagrożonych gatunków** na puszkach i butelkach Żubra pojawiły się wizerunki chronionych zwierząt, a marka wsparła kwotą 1 mln zł programy ochronne zagrożonych gatunków prowadzone przez WWF Polska. W ramach programu w 2020 r. utworzono Fundusz Żubra wartości 1 mln zł. Ze środków funduszu Białowieski Park Narodowy otrzymał m.in. leśny ambulans terenowy, dron i laboratorium diagnostyczne do leczenia dla zwierząt.

2 726

Leroy Merlin Polska przekazało **9 tys. sadzonek Lasom Miejskim w Łodzi**. Rośliny odbudują zniszczony przez kornika drukarza ponad 1 hektar Lasu Łagiewnickiego. Na wiosnę 2021 r., jeśli sytuacja związana z epidemią COVID na to pozwoli, planowane jest spotkanie z mieszkańcami na miejscu sadzenia.

12 000

Na dachu fabryki **LOTTE Wedel** umieszczono **budki lęgowe dla ptaków**: 34 budki dla jeryzków i jedną budkę dla pustułki zainstalowano przy współpracy z ornitologiem, który wskazał rodzaj budek oraz miejsce montażu. Budki lęgowe pozwalają ptakom na bezpieczne osiedlenie się bez ryzyka utracenia lęgu.

1 276

Firma **Many Mornings** założyła **pasiekę w zakładzie produkcyjnym w Bełdowie**. W przykładowym ogrodzie, gdzie pracownicy Many Mornings posadzili rośliny miododajne, stanęło 15 uli, a w każdym z nich mieszka 40–60 tys. owadów. Przedsięwzięcie zostało zrealizowane z pomocą łódzkiej firmy Corpo, eksperta europejskiego oraz światowego rynku miodu, współpracującego z renomowanymi ośrodkami nauki pszczelniczej w Polsce oraz w Niemczech. Many Mornings, w ramach projektu środowiskowego „There is no Planet B(lee!)” propaguje tematykę związaną z bioróżnorodnością i zachęca swoich klientów do zachowań środowiskowych (np. „Posadź roślinę i nakarm pszczoły”), także poprzez produkty o pszczelej tematyce.

15

Polenergia, chcąc zapewnić **wzrost potencjału bioróżnorodności na terenie farm PV Sulechów**, zdecydowała się na stworzenie łąk kwiatnych na niewykorzystanym obszarze farm. Na początku 2020 r. na terenie PV Sulechów założono pasieczysko, które składa się z 10 pszczelich rodzin. Dodatkowo, w roku 2021 zaplanowana jest pierwsza analiza przyrodnicza terenu i porównanie wzrostu bioróżnorodności obszaru obsianego miododajną mieszanką z typową monokulturą upraw.

182

Polenergia postawiła na **ochronę i wzrost potencjału bioróżnorodności na terenie budowanej FW Dębsk**. Na budowanej farmie zostały zaobserwowane terytoria lęgowe pójdzki (ptaka z rodziny puszczykowatych). Aby zwiększyć sukces lęgowy, postanowiono zamontować budki przygotowane dla tego gatunku. W czasie ornitologicznych badań powykonawczych będą również prowadzone obserwacje lokalnej populacji sów.



Sodexo Polska złożyło **łąkę kwietną wokół zakładu produkcyjnego jednego z klientów**. Łąka nie wymaga częstego koszenia, nawożenia ani podlewania. Długie trawy naturalnie utrzymują wilgoć, a sama łąka stanowi dom dla licznych organizmów (owadów, ptaków). Uzupelnieniem łąki są hotele dla owadów, m.in. pszczoł.



Eksperti TAURON Wydobywie, spółki należącej do **TAURON Polska Energia**, i naukowcy Głównego Instytutu Górniczego posadzili setki roślin na hałdzie górniczej w Libiążu. **Roślinny poligon doświadczalny, czyli zazielenienie hałdy górniczej**, tworzony jest w ramach międzynarodowego projektu badawczego RECOVERY. Jego celem jest opracowanie sposobu rekultywacji tzw. obiektów unieszkodliwiania odpadów wydobywczych i innych terenów zdegradowanych. Eksperymentalna rekultywacja odbywa się poprzez zaprojektowanie i wykonanie tzw. podłoża antropogenicznych z użyciem produktów ubocznych wydobycia węgla i wytwarzania energii, na tzw. poligonie badawczym o powierzchni 4 tys. m kw. TAURON Wydobywie na bieżąco prowadzi monitoring procesów przyrodniczych w celu kontroli zastosowanego rozwiązania.



Tradycyjny sad to projekt edukacyjny skierowany do szkół podstawowych i ponadpodstawowych, organizowany przez Fundację **Banku Ochrony Środowiska**, który polega na poznaniu i restytucji starych odmian drzew owocowych w formie szkolnego minisadu. W roku 2020 szkoly z całej Polski złożyły niemal 120 tradycyjnych sadów. Posadzono ok. 700 młodych drzewek śliw i odnaleziono ponad 200 starych drzew, posadzonych przed 1960 r., z których pracownicy Polskiej Akademii Nauk mogą pobrać zrazy do szczepienia, co w rezultacie pozwoli uchronić odmiany tych drzew przed wyginieniem.



Od 2004 r. **Bank Pekao** angażuje się we **wspieranie i ochronę polskich żubrów**. Jest to działanie realizowane w ramach polityki zrównoważonego rozwoju. Bank wspiera instytucje zajmujące się ochroną polskich żubrów, przeznaczając środki na dofinansowanie ochrony i poprawę bytu tego zagrożonego wyginieniem gatunku, dywersyfikację i rozwój populacji, a także na dofinansowanie projektów edukacyjnych i naukowych. Bank kontynuuje wieloletnią współpracę z sześcioma wiodącymi instytucjami zajmującymi się ochroną żubrów, m.in. z Białowieskim Parkiem Narodowym, Warszawskim Ogrodem Zoologicznym „Panda” oraz Agencją Rozwoju i Promocji Ziemi Pszczyńskiej.



Od czerwca 2017 r. na dachu Centrali **BNP Paribas Bank Polska** w Warszawie w trzech ulach mieszkają pszczoły miodne. W 2019 i w 2020 r. zbudowano dodatkowe ulę w Rudzie Śląskiej i Krakowie. W 2020 r., aby wzmocnić działania na rzecz pszczoł, bank rozpoczął współpracę z Fundacją Pszczoła oraz kolejny raz został partnerem konkursu Pszczelarz Roku. Obecnie **Pasieka pod gwiazdami** to łącznie dziewięć uli, w których mieszka ok. 500 tys. pszczoł, które wyprodukowały dotąd blisko 650 kg miodu.



W ramach inicjatywy **Pszczele hotele**, zainicjowanej i realizowanej przez **Carrefour** oraz firmę Pszczelarz Kozacki, na dachach budynków, w których znajdują się sklepy Carrefour, instalowane są domy dla owadów żyjących w miastach. Łącznie na dachach sklepów sieci działa już 30 pszczelich hoteli.



CEETRUS Polska dba o **bioróżnorodność na terenach wokół centrów i galerii handlowych**. W obiektach handlowych mających lub ubiegających się o certyfikat branżowy Breeam-In-Use Ceetrus we współpracy z ekologami i ogrodnikami prowadził audyt. Na terenach otaczających centra dosadzane są różnorodne gatunki drzew, krzewów, traw oraz wytyczane szlaki dla ptaków i instalowane hotele dla owadów zapylających.



Fabryka **L'Oréal Warsaw Plant** mieści się na terenie obszaru chronionego krajobrazu oraz w otulinie obszaru Natura 2000. W związku z tym realizowana jest praktyka: **Bioróżnorodność w fabryce L'Oréal Warsaw Plant**. Przeprowadzono inwentaryzację bioróżnorodności. W 2020 r. między innymi zabezpieczono mrowiska, zainstalowano hotele dla owadów, stworzono zimowiska dla jeży i zaskrońców,



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

ŚRODOWISKO

a także zadbano o stawy. W związku z pandemią działania edukacyjne w 2020 r. odbywały się w formie webinarów.



Emitel we współpracy ze Stowarzyszeniem na rzecz Dzikich Zwierząt „Sokół” uruchomił monitoring gniazd sokotów wędrownych pod iglicą Patacu Kultury i Nauki w Warszawie oraz na obiekcie Emitel w Dobrej k. Nowogardu. Pracownicy firmy Emitel wybrali imiona dla pary sokotów z Dobrej, a następnie zyskali prawo do nadania imion ich potomstwu. W roku 2020 w ramach działań związanych z **ochroną bioróżnorodności** firma objęła dodatkowo mecenat nad ułem w pasie w Puszczy Iłżeckiej zamieszkanym przez 60 tys. pszczoł. Pracownicy mają możliwość odwiedzania swojej pszczelej rodziny, a w przyszłości także możliwość odbycia wolontariatu.



Energa dla Przyrody to działania podejmowane przez **Energę Grupa ORLEN** na rzecz ochrony przyrody, w szczególności skupione wokół gatunku bociana białego. Pracownicy spółki Energa Operator montują nowe i konserwują istniejące konstrukcje zabezpieczające gniazda na słupach niskiego napięcia. W sezonie zimowym 2019/2020 na terenie północnej oraz centralnej Polski Energa umieściła ponad 400 nowych i wyremontowanych platform. Energa współpracuje z Polskim Towarzystwem Przyjaciół Przyrody „pro Natura”, które edukuje i pomaga w ochronie bociana w całym kraju, m.in. udzielając porad na infolinii 801 BOCIAN. Firma jest również mecenasem bloga Dbajobociany.pl.



Pracownicy kancelarii **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** kolejny rok z rządu wzięli udział w ogólnopolskiej akcji #sadziMY, organizowanej przez Lasy Państwowe. W ramach projektu **Udział MUST w akcji #sadziMY** w Nadleśnictwie Stare Jabłonki kancelaria posadziła kolejne drzewka.



Firma **Polenergia** prowadzi **ochronę błotniaka łąkowego na terenie farm wiatrowych oraz w ich sąsiedztwie**. Umożliwia to bezpieczny rozwój pisklątom i zabezpiecza gniazda przed pojazdami rolniczymi. Dodatkowo dookoła gniazd rozsypany jest repelent odstraszcający drapieżniki. Od 2014 r. 60 zaobrazkowanych piskląt zagrożonego gatunku bezpiecznie opuściło gniazda.



W ramach projektu **Wspieramy ochronę pszczoły miodnej!** zbudowano kolejną pasiekę z 10 ulami na terenie zakładu produkcyjnego **Polskiego Concernu Naftowego ORLEN**. To efekt współpracy z Mazowieckim Ośrodkiem

Doradztwa Rolniczego. Wraz z powstaniem pasiek realizowany jest projekt mający na celu zwiększenie świadomości mieszkańców terenów wiejskich oraz Płocka o znaczeniu pszczoł dla środowiska, a przede wszystkim wzbogacenie środowiska naturalnego w rodziny pszczele. Jednocześnie zakupiono sprzęt pszczelarski, a w MODR w Płocku stworzono pracownię pszczelarską.



Na terenie należącym do **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** w Warszawie powstała pasieka edukacyjna, która liczy 25 uli. Projekt **Energia z miodu** łączy kwestie ochrony środowiska z elementami edukacyjnymi. W 2020 r. w Grupie Kapitałowej PGNiG powstała też druga pasieka (16 uli) w Warszawie na terenie Elektrociepłowni Siekierki (PGNiG Termika SA). Na co dzień pasiekami opiekuje się Fundacja PGNiG. W sumie to ok. 2 mln pszczoł w środowisku miejskim.



Na dachu biurowca **PwC** w Warszawie stoją dwa ule z pszczołami. **Pszczoły na dachu** to ekologiczna inicjatywa firmy, która ma wspierać ginący gatunek pszczoł oraz rozwój pszczelarstwa miejskiego. Od 2017 r. zebrano już blisko 133 kg miodu. Odbyły się również dwie wycieczki edukacyjne dla pracowników PwC połączone z warsztatem pszczelarskim.



Developer magazynowy **SEGR0 Poland** zainstalował **ule i hotele dla owadów w parkach logistycznych SEGR0**. Dotychczas do SEGR0 Logistics Park Warsaw, Pruszków, SEGR0 Logistics Poznań, Gądky oraz SEGR0 Logistics Park Gliwice wprowadziło się ponad 0,5 mln pszczoł. Owady te mogą produkować ok. 200 kg miodu rocznie. Polska jest drugim krajem w ramach Grupy SEGR0, który wprowadził ule na teren parków.



Na dachu biurowca centrali **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** zamieszkały **Pszczoły Hestii**. Prawie 300 tys. pszczoł rasy kraińskiej, nieagresywnych w stosunku do ludzi i chętnie wykorzystywanych w środowisku miejskim, znalazło przystań w ekologicznej pasiece na szczycie budynku firmy. ERGO Hestia wspiera także lokalny ekosystem nasadzeniami miododajnych roślin. W Parku Hestii posadzono ponad 20 gatunków miododajnych roślin, stanowiących źródło pożywienia dla pszczoł. Docelowo na dachu ma zamieszkać 600 tys. pszczoł.



TAURON Polska Energia w ramach praktyki **Jeż MegaZwierz** wspiera swojego pracownika Piotra Gleńską, który otworzył schronisko dla jeży. Każdy jeż odzyskujący pełnię zdrowia trafia do sponsorowanego przez TAURON

specjalnego syrodurowego domku, który jest niezatapialny, suchy i ciepły, a tym samym zastępuje naturalne schroniska, których jest coraz mniej. Firma propaguje także wiedzę o tym, jak chronić jeże.



Na sieciach elektroenergetycznych zarządzanych przez **TAURON Polska Energia** żyje ok. 1600 bocianich par. Inicjatywa **Bocian nasz** polega na budowaniu platform dla gniazd, oczyszczaniu ich, reagowaniu na nagłe wypadki i wspieraniu ornitologów w działaniach na rzecz ochrony tych ptaków. Akcja ma jednocześnie chronić bociany przed zagrożeniem, jakim jest dla nich infrastruktura spółki, oraz ograniczać zakłócenia w poprawności działania sieci, które powodowane są przez ptaki.



CERTYFIKACJA

Firma **CCC** otrzymała **Certyfikat Akcesyjny produktu EKO Biznes** należącego do Grupy TAURON, powstałego we współpracy z Polskim Towarzystwem Certyfikacji Energii. Spółka zobowiązała się do zakupu energii elektrycznej w części wyprodukowanej w tzw. wysokosprawnej kogeneracji, czyli w procesie wspólnego wytwarzania energii elektrycznej oraz ciepła. Od 2021 r. CCC zobowiązało się do zakupu energii elektrycznej, która w 100% będzie pochodziła z odnawialnych źródeł, tj. z małych elektrowni wodnych oraz elektrowni wiatrowych.



Firma **Leroy Merlin Polska** pierwszy raz wzięła udział w aukcji certyfikatów CO₂ emitowanych przez Lasy Państwowe. W ramach projektu Leśnych Gospodarstw Węglowych **dokonano kompensacji 1100 ton CO₂**. Środki uzyskane w kwocie 14 256 zł zostały przeznaczone na **ochronę cietrzewia** prowadzoną przez Lasy Państwowe.



W 2017 r. **Philip Morris Polska** wprowadził **certyfikat Alliance for Water Stewardship** w celu zmniejszenia śladu wodnego swoich fabryk i promowania zrównoważonego zarządzania wodą. Gotowość do certyfikacji została oceniona przez audytora zewnętrznego zgodnie z zasadami Alliance for Water Stewardship. W grudniu 2020 r. krakowska fabryka firmy uzyskała certyfikat AWS.



Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo

uzyskało **certyfikat ISO 50001** potwierdzający wdrożenie **Systemu Zarządzania Energią** zgodnie z normą PN-EN ISO 50001:2012. Skutecznie stosowany System Zarządzania Energią przyczyni się do poprawy wyniku energetycznego, czyli obniżenia kosztów zużycia energii oraz mniejszego oddziaływania na środowisko.



W roku 2020 w **Anpharm Przedsiębiorstwie Farmaceutycznym** miała miejsce **recertyfikacja ISO 50001**. W ostatnich ośmiu latach firma – w ramach **zarządzania energią** – zmniejszyła jej zużycie na jedno opakowanie leku o 61%. Poprzez tego typu działania firma dąży do zwiększenia efektywności zużycia energetycznego zakładu, obniżenia energochłonności wytwarzanych produktów oraz redukcji emisji CO₂ do atmosfery.



DNB Bank Polska wdrożył i realizuje **System Zarządzania Środowiskowego (EMS)**, dzięki któremu mierzy swój wpływ na środowisko, uzyskując tym samym w 2016 r. certyfikat ISO 14001. Główne zadania w zakresie EMS dla banku zostały określone w obszarach: działalność biurowa, zarządzanie nieruchomościami, zakupy, produkty i usługi finansowe. Aby zrealizować te cele, bank m.in. mierzy poziom zużycia energii elektrycznej, paliwa, ilość oraz rodzaj wytwarzanych odpadów, wprowadził także elektroniczny obieg faktur, wdrożył kodeks odpowiedzialnego prowadzenia biznesu dla dostawców oraz politykę społecznie odpowiedzialnej działalności kredytowej.



W **Energa Grupa ORLEN** od 2016 r. funkcjonuje zintegrowany system zarządzania środowiskowo-energetyczny, zgodny z unijnym **systemem ekozarządzania i audytu EMAS** oraz normami ISO 14001 i ISO 50001. To umożliwiło wykorzystanie najlepszych dostępnych technik i metod zarządzania. System umożliwił zdefiniowanie priorytetów informacyjnych, uporządkował wskaźniki środowiskowe i raporty, a także zapewnił optymalizację zużycia zasobów, redukcję emitowanych zanieczyszczeń i ilości wytwarzanych odpadów.



W **Lyreco Polska** w celu jasnego określenia sposobu kwalifikacji produktów przygotowano zasady **oceny zielonych produktów** w oparciu o międzynarodowe standardy ISO serii 14200. Metodyka została zaakceptowana przez niezależną międzynarodową organizację SGS. Jest ona również zgodna z kodeksem praktyk reklamowych opisanych przez



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

ŚRODOWISKO

Międzynarodową Izbę Handlową (ICC), w celu unikania tzw. greenwashing. Procedurę oceny co roku poddawani są wszyscy producenci, dostarczający ponad 13 tys. produktów do katalogu Lyreco. Oferta zielonych produktów w roku 2020 wyniosła 2075 przedmiotów przyjaznych środowisku.



Skanska w Polsce realizuje ideę zrównoważonego budownictwa, wprowadzając do swoich projektów deweloperskich certyfikację osiedli mieszkaniowych **Dom z certyfikatem środowiskowym BREEAM**, by spełniały rygorystyczne kryteria dotyczące jakości, zdrowia, środowiska oraz bezpieczeństwa. Certyfikat w najnowszej wersji – International 2016 New Construction: Residential – otrzymał w 2019 r. Jaśminowy Mokotów. Obecnie deweloper certyfikuje w systemie BREEAM wszystkie swoje osiedla (osiedle Mickiewicza, Holm House, Jaśminowy Mokotów i Park Skandynawia).



EDUKACJA EKOLOGICZNA

Grupa Allianz, do której należy **Allianz Polska**, stworzyła globalną inicjatywę, której celem jest wzajemne inspirowanie się do prośrodowiskowych zmian w biznesie i życiu codziennym. Green Story Book (**Zielona Książka**) jest symboliczną książką, która podróżuje po całym świecie Grupy Allianz, zbierając historie o innowacyjnych i zaskakujących zielonych inicjatywach, które realizowane są w poszczególnych krajach. Jej celem jest zachęcenie pracowników do działania i poznania sposobów na realizację strategii CSR.



ANWIL w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Rozwoju zaproponował pracownikom własnoręczne wykonanie alternatywy dla jednorazowych toreb foliowych podczas **makramowych warsztatów**. Uczestnicy otrzymali sznur zrobiony z bawełny z recyklingu oraz instrukcje, w jaki sposób przygotować się do spotkania online. Zaproszona ekspertka pokazała, jak wykonać ekotorbę.



CEMEX Polska przeprowadził projekt **CEMEX dla Planety** polegający na **edukacji ekologicznej pracowników w czasie pandemii COVID-19**. Za pośrednictwem maili informacyjnych, konkursów oraz plakatów pracownicy mieli okazję poszerzać swoją wiedzę na temat szeroko pojętej ochrony środowiska. Przeprowadzono konkursy i inne akcje m.in. z okazji Dnia Ziemi, Światowego Dnia Ochrony Środowiska, Europejskiego Dnia Bez Samochodu. W 2020 r. przeszkolono 1100 pracowników firmy.



Bank Ochrony Środowiska był jednym z partnerów **warsztatów online „Dzień o Suszy i Retencji w Ministerstwie Klimatu”**. Na warsztaty organizowane przez Ministerstwo Klimatu zaproszono nauczycieli i uczniów szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych. Eksperci mówili o przyczynach suszy i problemie niedoboru wody. W wydarzeniu wzięło udział 2,6 tys. osób.



Bank Ochrony Środowiska był partnerem **warsztatów online „Dzień Ziemi w Ministerstwie Klimatu”** organizowanych przez Fundację Banku Ochrony Środowiska i Ministerstwo Klimatu. Wydarzenie skierowane było przede wszystkim do nauczycieli i starszych uczniów szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych. W spotkaniu transmitowanym brał udział m.in. minister klimatu Michał Kurtyka oraz polscy naukowcy i twórcy fanpage'ów promujących naukę. W warsztatach wzięło udział ponad 19 tys. uczestników.



Bank Ochrony Środowiska był jednym z partnerów świątecznych **warsztatów online „Działamy dla klimatu”** organizowanych przez Fundację Banku Ochrony Środowiska. Adresatami spotkania byli nauczyciele i uczniowie szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych. W roli prowadzących wystąpili popularni twórcy internetowi. W czasie warsztatów uczestnicy zdobyli wiedzę z zakresu recyklingu, upcyklingu, ekologicznych ozdób świątecznych i poznali ciekawe przepisy kulinarne w duchu zero waste. W warsztatach wzięło udział 4669 osób, a 1180 osób rozwiązało finałowy quiz wiedzy.



„Kubusiowi Przyjaciele Natury” Grupy Maspex to ogólnopolski program edukacji ekologicznej dla przedszkoli i szkół podstawowych (dla klas 1-3). Placówka biorąca udział w programie otrzymuje bezpłatny pakiet materiałów edukacyjnych dla nauczycieli oraz dzieci, poświęcony m.in. segregacji odpadów, poszanowaniu wody, oszczędności energii. W trzynastej edycji wzięło udział 9 tys. przedszkoli i 5 tys. szkół podstawowych. Akcja objęta swoim zasięgiem w sumie ponad 6 mln dzieci w Polsce.



Projekt **„Bank miodem płynący” Banku Pekao** ma na celu propagowanie wiedzy związanej z pszczołami, z ich wpływem na ekosystem, a także z ratowaniem i rozwojem pszczelich rodzin, w tym przede wszystkim pszczoły miodnej. W ramach inicjatywy wraz z Fundacją Apiterra przygotowano wizyty i warsztaty w bankowej pasiece miejskiej na dachu budynku Centrali Banku w Warszawie, cykl czterech webinarów oraz filmy edukacyjne.



W kilkunastu Centrach Handlowych Auchan zarządzanych przez **CEETRUS Polska** (d. Immochan) odbyła się **kampania edukacyjna „Poznaj świat pszczoł”**. Miała ona na celu zwrócenie uwagi konsumentów na potrzebę troski o owady zapylające oraz zachęcenie do podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska. W galeriach handlowych można było obejrzeć wystawę tematyczną, na profilach galerii na Facebooku opublikowano filmy poruszające tematykę ochrony pszczoł i owadów zapylających.



BASF Polska był partnerem kampanii **Zielona Wstążka #DlaPlanety 2020** organizowanej przez Centrum UNEP/GRID-Warszawa. Kampania odwoływała się do kwestii zanikania rodzimej fauny i flory, prezentowała sposoby modyfikacji przyzwyczajęń i wspólnych działań dla zwiększenia różnorodności biologicznej.



Akcja edukacyjna #prostozpuszki jest wynikiem podjętych przez **Bonduelle Polska** zobowiązań na rzecz planety, żywności i ludzi – BIPACT. Firma postanowiła zachęcić konsumentów do nadawania drugiego życia puszkom w formie upcyklingu. Akcja przybrała formę zabawy-konkursu z wykorzystaniem Instagrama i hashtagu #prostozpuszki. 58 materiałów w postaci postów dotarło do ponad 293 tys. użytkowników. W ramach podjęcia wyzwania na nadanie drugiego życia puszcze kampania edukowała w zakresie odpowiedzialnej segregacji i recyklingu metalu jako przykładu obiegu zamkniętego.



Intencją programu „**Pieczą Otażamy**” – marka **Kasztelan Carlsberg Polska** jest promocja proekologicznych zachowań, zwiększenie świadomości w kwestii przyczyn suszy i walerów małej retencji. Firma stworzyła zbiór ekozasad i informacji na temat ochrony zasobów wodnych i zorganizowała konkurs dla mieszkańców powiatu i miasta Sierpc. Aby promować małą retencję, przekazano 16 stągwi do podłączenia przy budynkach użyteczności publicznej i stworzono ogród deszczowy przy sierpeckim ratuszu.



Castorama Polska prowadziła kampanię informacyjną **Łap deszczówkę**. Klientom w sklepach oraz na stronie internetowej udostępniono dobre praktyki z zakresu odpowiedzialnego gospodarowania wodą oraz informacje dotyczące m.in. instalacji oraz benefitów wynikających ze stosowania zbiorników retencyjnych.



Ideą programu **Spichlerz Zdrowia** realizowanego przez Dolinę Strugu z pomocą Fundacji powołanej przez **Carrefour**, jest wsparcie rozwoju rolnictwa ekologicznego w Polsce południowo-wschodniej, w tym przede wszystkim hodowli bydła mięsnego. Program skierowany jest do rolników już prowadzących gospodarstwa ekologiczne, a także przechodzących na rolnictwo ekologiczne. Pierwszym etapem projektu jest utworzenie 15 stad ekologicznego bydła mięsnego w gospodarstwach rozpoczynających konwersję, przeszkolenie 15 rolników podczas sześciomiesięcznego kursu rolnictwa ekologicznego i promocja założeń programu wśród rolników.



W czasie spotkania sieciującego dla śląskich podmiotów ekonomii społecznej pracownicy **CEMEX Polska** wraz z przyrodnikami poprowadzili edukacyjną **grę terenową na ścieżce przyrodniczej „Lipówka – kopalnia przywrócona naturze”**. Pytania dotyczyły m.in. biologii gatunków występujących w zrehabilitowanej kopalni, a także procesów sukcesji (ekologii). Wydarzenie przebiegało z zachowaniem reżimu sanitarnego COVID-19, wzięło w nim udział 40 osób.



W związku z pandemią COVID-19 Fundacja firmy **Górażdże Cement** przygotowała **wirtualną ścieżkę przyrodniczo-dydaktyczną po zrehabilitowanych terenach Kopalni Wapienia „Górażdże”**. Projekt adresowany głównie do szkół podstawowych umożliwiał wirtualne poznanie walorów przyrodniczych terenu. Zorganizowano też konkurs dla szkół, w którym nagrodą była dotacja w wysokości do 5 tys. zł. W okresie od 19 października do 31 grudnia 2020 r. odnotowano ponad 2 tys. wejść na stronę projektu.



Kompania Piwowarska przeprowadziła **Kampanię edukacyjną „Nie wypadaj z obiegu”** dotyczącą butelek wielokrotnego użytku, która ma na celu zmianę postrzegania kwestii związanej z oddawaniem butelek zwrotnych do sklepu. Zaproszona do współpracy projektantka zaprojektowała nerkę, która pomieści dwie butelki zwrotne, a znana z programu telewizyjnego modelka promowała gadżet w magazynie o modzie, zachęcając do oddawania opakowań wielokrotnego użytku. Partnerem projektu jest Organizacja Odzysku Opakowań Interseroh.



Castorama Polska prowadziła program **Akcja Segregacja**, który miał pomóc w zrozumieniu obowiązujących w Polsce zasad zbiórki odpadów. Przygotowano poradnik online z opisem zasad zbiórki, wprowadzono szkolenia



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

ŚRODOWISKO

wewnętrzne dla pracowników oraz system informacyjny dotyczący reguł selektywnej zbiórki odpadów w biurach.



Coca-Cola Poland Services wraz z partnerami ogłosiła konkurs **Świat bez odpadów – recyklatom w Twojej gminie**, w którym gminy do 50 tys. mieszkańców rywalizowały o nowoczesne automaty do zbiórki odpadów z tworzyw sztucznych. Osiem recyklatomów stanęło w sześciu zwycięskich gminach (spośród 108 gmin, które się zgłosiły do konkursu). Za wrzucone do urządzeń plastikowe butelki mieszkańcy otrzymują ECO-punkty wymieniane na nagrody u partnerów akcji.



Credit Agricole Bank Polska wraz z ekologiem Dominikiem Dobrowolskim i spółką leasingową EFL zorganizował akcję **„Bałtycka Odyseja” – sprzątanie polskich plaż**. To 500-km marsz po wybrzeżu połączony z działaniem edukacyjnym i sprzątaniem śmieci. Uzupelnieniem przedsięwzięcia była fotograficzna wystawa plenerowa „Skarby Bałtyckiej Odysei”. Akcja odbywała się we współpracy z samorządami, wzięto w niej udział łącznie ok. 1 tys. osób.



W 2020 r. **Credit Agricole Bank Polska** przyjął zobowiązanie, aby w ciągu najbliższych trzech lat wyeliminować z użycia wszystkie przedmioty jednorazowego użytku. Bank rozpoczął **kampanię edukacyjną #mniejplastiku**, w ramach której edukuje o szkodliwości plastikowych rzeczy jednorazowego użytku dla środowiska naturalnego. Kampania przewidziana jest na trzy lata. W ramach kampanii realizowane są różne akcje: sprzątanie, spotkania i webinary edukacyjne, wystawa fotografii promująca świadome korzystanie z plastiku.



Wolontariusze firmy **Kaufland Polska Markety** włączyli się w **akcję Sprzątania Świata 2020** i posprzątały wrocławski Las Pilczycki. Inicjatywa wpisuje się w strategię REset Plastic, w ramach której sieć Kaufland prowadzi działania REmove (czyli usuwanie odpadów plastikowych, sprzątanie, niszczenie oraz redukcja do minimum odpadów plastikowych z otoczenia/ze środowiska).



Energa Grupa ORLEN przygotowała przewodnik Planety Energii **Ekoświęta bez (niepotrzebnych) odpadów**. To publikacja dla dzieci w wieku szkolnym zawierająca pomysły na przygotowanie świątecznych dekoracji, ozdób choinkowych czy pakowanie prezentów w ekologicznym stylu. Nakład 5 tys. sztuk trafił do dzieci z placówek edukacyjnych, szpitali, a także do dzieci pracowników firmy. Publikacja w wersji PDF

została pobrana ponad 3 tys. razy. Kolejne edycje zostały zaplanowane na lata 2021 i 2022.



Kampania **Zmień nawyki albo giń!** firmy **ENERIS Ochrona Środowiska** ruszyła przed Dniem Długu Ekologicznego w internecie. W social mediach firmy ogłoszono konkurs na dzielenie się ekonawykami. Za każde zgłoszenie konkursowe przekazywano 50 gr na Banki Żywności. Druga odsłona kampanii odbyła się pod hasłem „Segreguj albo giń”.



Pracownicy **Volkswagen Motor Polska** wzięli udział w akcji **Pochwal się Swoim Ekopomyślem i świętuj Międzynarodowy Dzień Bioróżnorodności**. Pracownicy firmy dzielili się swoimi koncepcjami na ochronę środowiska na łamach wewnętrznych kanałów komunikacji oraz w intranecie. Zdjęcia wraz z krótkim opisem zostały opublikowane w gazetce zakładowej.



Realizowany przez **Deloitte Polska** projekt **Klimat na zmiany w biznesie to cykl webinarów**, podczas których eksperci Deloitte i zaproszeni goście przedstawiają najważniejsze konsekwencje wpływu zmian klimatycznych na działalność przedsiębiorstw oraz powiązane z tym wpływem nowe regulacje, zmiany w zarządzaniu ryzykiem i innowacyjne modele biznesowe. W trakcie pięciu webinarów w 2020 r. udział wzięło ponad 1 tys. osób reprezentujących duże i małe firmy.



W Światowy Dzień Środowiska firma **ENERIS Ochrona Środowiska** podjęła wyzwanie obalenia najczęstszych mitów związanych z gospodarką odpadami, na tego typu przekazy odpowiadając faktami i podkreślając, dlaczego segregowanie odpadów jest konieczne. Przygotowany w ramach **Kampanii Fakty i Mity** materiał edukacyjny w postaci krótkich filmów m.in. wyjaśnia, dlaczego warto segregować odpady w domu, jakie są tajemnice śmieciarek dwukomorowych oraz tzw. biodegradowalnych worków na odpady. Kampania była przygotowana przy współudziale partnerów Koalicji 5 Frakcji.



Aby zapoznać pracowników z zasadami prawidłowej segregacji na terenie oddziałów, firma **GEODIS Poland** przeprowadziła informacyjno-edukacyjną **Kampanię Świadomości – Środowisko**. Materiały informacyjne zostały zamieszczone w oddziałach, rozstane mailowo i rozdane pracownikom.



Telewizja Polsat należąca do **Grupy Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** była jednym z partnerów strategicznych **Koncertu „Earth Festival. Gwiazdy dla Czystej Polski”** zorganizowanego dzięki inicjatywie For Earth For Us. Ideą Telewizji Polsat jest inspirowanie społeczeństwa oraz uświadamianie mu, jak w prosty sposób wprowadzać zmiany w codziennym życiu. Partnerami merytorycznymi byli także: Cyfrowy Polsat, Plus, Fundacja Polsat, ESOLEO, ZE PAK oraz Uzdrowisko Termalne Uniejów.



Grupa Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel) dołączyła do akcji społecznej **#ZaczynamOdSiebie**, której celem było zwrócenie uwagi społeczeństwa na kwestie ochrony środowiska naturalnego i promowanie zachowań proekologicznych. O swoim zaangażowaniu w ochronę planety mógł poinformować każdy, zamieszczając w mediach społecznościowych krótki filmik lub zdjęcie ukazujące działania dla poprawy stanu środowiska. W akcję włączyli się gwiazdy Polsatu, pracownicy kluczowych spółek z Grupy Polsat, a także członkowie Stowarzyszenia Program Czysta Polska.



Firma **Kuehne+Nagel** przeprowadziła **kampanię edukacyjną Dzień Ziemi**, która ze względu na trwającą pandemię zrealizowana została w przestrzeni wirtualnej. Firma w intranecie umieszczała filmy i plakaty o tematyce recyklingu, odpowiedzialnego zużycia wody i ograniczania emisji CO₂. Przeprowadzała także wywiady z kadrą zarządzającą oraz zachęcano do inspirowania innych do zielonych aktywności.



Re!Generacja to ogólnopolska kampania edukacyjna firmy **Tetra Pak**. Przedsięwzięcie miało na celu podniesienie poziomu wiedzy i świadomości ekologicznej Polaków, a także wzrost liczby opakowań, w tym tych kartonowych po mleku i sokach, które trafią do recyklingu. Kampania połączona była z konkursem na tekst piosenki zachęcającej do właściwego segregowania odpadów.



Sodexo Polska prowadziło **promocję dań na bazie roślinnej**. Proces ten zakłada ustawiczne kształcenie szefów kuchni i kucharzy, którzy uczestniczą w projektach edukacyjnych ukierunkowanych na kuchnię roślinną. Firma dąży do sytuacji, by w każdej restauracji pracowniczej codzienne menu cechowała różnorodność wyrażająca się równowagą

między daniami tradycyjnymi a roślinnymi i pozycjami typu „light”.



DNB Bank Polska zwraca uwagę klientów i kontrahentów na kwestię ochrony środowiska poprzez **ekologiczną linię prezentów świątecznych**. Do pakietów świątecznych (np. nasiona łąki kwietnej i hotel dla owadów) dołączany jest bilecik wskazujący przeznaczenie prezentu oraz wyjaśniający, w jaki sposób dzięki niemu dba się o środowisko. Od momentu wdrożenia tej linii prezentów bank zrezygnował z produkcji kalendarzy ściennych i książkowych.



ENERIS Ochrona Środowiska wspólnie z firmą Skanska i niezależnym architektem stworzył pierwszy w kraju ilustrowany **Poradnik altankowy** – poświęcony projektowaniu altan na odpady. Obok poradnika powstał przelicznik umożliwiający samodzielne wyliczenie potrzebnej ilości pojemników i optymalnej wielkości altany. Stworzono też rodzaj testu, dzięki któremu zarządcy nieruchomości mogą ocenić, czy ich altana wymaga usprawnienia. Nawiązano również współpracę z Izłą Architektów, z którą rozpoczęto pracę nad normą przy Polskim Komitecie Normalizacyjnym.



Smart Home ING to seria wydarzeń **ING Banku Śląskiego** ukierunkowanych na promowanie działań na rzecz walki z wyzwaniami klimatycznymi. Podczas dwóch konferencji online dla pracowników poruszano tematy „smart” rozwiązań dla domu, które pomagają oszczędzać energię, oraz zagadnienia dotyczące smogu i oczyszczania powietrza w domu. Działania zakończył konkurs dla pracowników. W wydarzeniach udział wzięło blisko 800 osób.



„Jakość powietrza” to międzyfirmowa inicjatywa, w którą zaangażowane jest **EY Polska** w ramach organizacji ABSL. Projekt skoncentrowany jest na zwiększaniu świadomości o smogu wśród pracowników i młodzieży poprzez wirtualne warsztaty. Firma **EY GDS Poland** nawiązała współpracę z Credit Suisse, UBS, Dolnośląskim Alarmem Smogowym oraz Młodzieżowym Sejmikiem Województwa Dolnośląskiego. Zorganizowano cztery spotkania warsztatowe dla 80 pracowników i 25 warsztatów otwartych (838 uczestników). Na rok 2021 zaplanowano kolejne zajęcia.



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

ŚRODOWISKO

Grupa OLX stworzyła „Antysmog song” z T-Raperami **znad Wisły**, aby w sposób przystępny pokazać Polakom, jak można radzić sobie ze smogiem. Utwór wykreowany na potrzeby kampanii znalazł się na liście przebojów Programu III Polskiego Radia, a teledysk do niego obejrzały miliony internautów. Kampania miała na celu edukować użytkowników platformy sprzedażowej.



Spółka **TAURON Ciepło**, należąca do **TAURON Polska Energia**, przeprowadziła akcję pod nazwą **#Weź nie smoguj #Weź oddychaj**, skierowaną do uczniów starszych klas szkół podstawowych. W ramach inicjatywy przygotowano animację i e-book poświęcone produkcji ciepła, funkcjonowaniu elektrociepłowni, a także zagadnieniu – jak przeciwdziałać powstawaniu smogu. Nawiązano współpracę ze Śląskim Kuratorium Oświaty oraz Wydziałem Edukacji Urzędu Miasta Katowice.



Gazeta.pl, należąca do **GRUPY AGORA**, opublikowała **Deklarację Gazeta.pl**. W oświadczeniu znajdują się najważniejsze zasady, którymi zespół portalu kieruje się, przygotowując treści, a także tematy szczególnie ważne z perspektywy redakcji. Gazeta.pl zobowiązała się zawsze zdobywać wiedzę u źródła i kierować się bezpośrednio do ekspertów: lekarzy, ekonomistów i innych specjalistów. Ważne miejsce w „Deklaracji Gazeta.pl” zajęła również kwestia środowiska naturalnego i kryzysu klimatycznego. Praktyka będzie kontynuowana również w roku 2021.



Grupa Veolia w Polsce na bazie wyników z działań **kampanii** edukacyjnej promującej zero waste wśród pracowników uruchomiła ogólnodostępną platformę **Zerowasterzy.pl**, otwartą dla wszystkich, którzy chcą zmniejszyć ilość produkowanych śmieci. Zerowasterzy.pl to inicjatywa, która buduje społeczność wokół idei zero waste. Na platformie można znaleźć treści edukacyjne, wytyczne i praktyczne wskazówki, jak nie wyrzucać, a wykorzystywać.



W nawiązaniu do akcji Plastic Free July, firma **Intive** przeprowadziła cykl warsztatów poruszających szerszą tematykę zero waste, zatytułowanych **Zero Waste July**. Spotkania w formie webinarów poruszały kwestie zero waste w pigułce, zero waste w kuchni, recyklingu i ekologii w miejscu pracy.



Firma **PWC** zorganizowała **Święta w idei Zero Waste z PwC Service Delivery Center**. W ramach działań przeprowadzono cztery webinary z obszaru edukacji ekologicznej poruszające tematy pakowania prezentów i przygotowywania własnoręcznych wykonanych dekoracji świątecznych. Podejmowano też

kwestie związane z niemarnowaniem żywności czy budowaniem świadomości na temat generowania odpadów. Na warsztaty zapisało się łącznie 80 osób.



MAKRO Polska rozpoczęło wprowadzanie dodatkowych **oznakowań na opakowaniach produktów marki własnej ułatwiających konsumentom prawidłową segregację** tychże opakowań na poszczególne frakcje odpadów. Kolory symboli graficznych, które informują, do którego pojemnika należy wrzucić opakowanie, są zgodne z kolorami oznaczeń obowiązującymi w systemie segregacji w Polsce. Nowe oznakowania są systematycznie wprowadzane na opakowaniach wszystkich produktów marki własnej dostarczanych do MAKRO w ramach współpracy z krajowymi dostawcami.



Żabka Polska jako pierwsza sieć w Polsce wprowadziła **oznaczenia opakowań marek własnych ułatwiające sortowanie**. Stosowane oznaczenia bazują na symbolu przedstawiającym człowieka wrzucającego śmieci do kosza, posiadają dodatkową identyfikację kolorystyczną, która jest zgodna z jednolitym systemem kolorystycznym podziału na pięć frakcji odpadów.



W 2020 r. **Żywiec Zdrój** rozpoczął **rzecznictwo na rzecz wprowadzenia systemu depozytowego dla opakowań napojowych (DRS)** w Polsce. Firma współpracowała z partnerami, koncentrując się na opracowaniu założeń funkcjonowania DRS w Polsce oraz aktywnie włączyła się w dialog ze stroną rządową i innymi interesariuszami, by wypracować szeroki sojusz na rzecz DRS. Oprócz działań rzeczniczych, zrealizowano konsumentką kampanię edukacyjną.



Firma **Orange Polska** prowadziła **kampanię mediową „Drugie życie telefonu”**, zachęcając do rozstania się z nieużywanymi, niepotrzebnymi już urządzeniami i skorzystania z programu odkupu starszych modeli smartfonów (projekt Buy Back). Firma partnerska, z którą współpracuje Orange, naprawi ewentualne drobne uszkodzenia, dzięki czemu telefony dostaną szansę na drugie życie.



Ebook Liderzy GOZ w Polsce – dobre praktyki konkursu Stena Circular Economy Award to przygotowana przez **Stena Recycling** pozycja zawierająca praktyczne wskazówki dla firm, jak wprowadzać gospodarkę o obiegu zamkniętym. Czytelnicy znajdą nie tylko obowiązujące legislacje związane z GOZ, ale także modele oraz narzędzia do wdrażania gospodarki o obiegu zamkniętym. Dodatkowo w publikacji zawarto dobre praktyki z zakresu GOZ.



Kampania Stena Recycling i Electrolux opierała się na promocji nowego produktu firmy Electrolux – odkurzaczka, który w 100% jest stworzony z materiałów z recyklingu i może być w 100% ponownie przetworzony. W procesie jego tworzenia ważną rolę odgrywała Stena Recycling w Szwecji. Kampania, w którą zaangażowała się **Stena Recycling**, miała na celu pokazanie praktyki prezentującej działania wpisujące się w ideę gospodarki o obiegu zamkniętym.



Poznański Park Naukowo-Technologiczny

wprowadził **ekopiątki**. Są to dni, w które pracownicy i lokatorzy PPNT otrzymują na skrzynkę e-mail oraz za pośrednictwem wewnętrznej platformy graficzną ciekawostkę tematyczną związaną z ochroną środowiska, dobrymi praktykami w codziennym życiu, z dbaniem o zasoby naturalne i ze zrównoważonym rozwojem.



W Światowy Dzień Środowiska firma T-Mobile Polska

ogłosiła start akcji **EKO PIĄTKI** – inicjatywy skierowanej do swoich pracowników. Od 19 czerwca w każdy piątek odbywały się dwa spotkania online dotyczące wybranych zagadnień z zakresu ekologii. Część z nich miała charakter praktyczny, aby zachęcić pracowników firmy do wdrażania zmian w swoje życie. Przez cztery tygodnie eksperci poruszali tematy segregacji odpadów, zero waste, odpowiedzialnych zakupów i wpływu technologii na ekologię. W każdym ze spotkań wzięto udział 100 osób.



Konkurs **Pan Karp zarybia Wistę** to wspólna inicjatywa, realizowana od roku 2015 przez Towarzystwo Promocji Ryb oraz **ANWIL**. Celem akcji jest podniesienie świadomości najmłodszych w zakresie znaczenia ryb dla ekosystemu oraz popularyzacja ichtiologii. W 2020 r. do konkursu firma zaprosiła 371 placówek przedszkolnych i szkolnych z 35 miejscowości leżących nad Wistą; wzięły w nim udział dzieci z 35 przedszkoli i szkół podstawowych znajdujących się na terenie siedmiu województw. W ramach ubiegłorocznej edycji projektu podczas finałowego zarybiania w Kucerzu k. Włocławka do Wisty wpuszczono 192 kg narybku suma.



Kampania **Kwiaty za elektrograty** przeprowadzana we współpracy z organizacją AURAEKO ma zachęcać do dbania o środowisko naturalne dzięki zwiększeniu poziomu selektywnej zbiórki elektroodpadów i właściwemu gospodarowaniu nimi w lokalnych społecznościach. Klientów, którzy oddawali zużyty sprzęt, pracownicy sklepów **Castorama Polska** nagradzali sadzonkami wrzosów. W ostatni week-

end września 2020 r. we wszystkich sklepach sieci zebrano ponad 612 ton elektroodpadów pochodzących z gospodarstw domowych.



Castorama Polska angażuje się w **walkę ze smogiem** w ramach programu „**Nasza sfera**”. Firma nawiązuje partnerstwo z organizacjami pozarządowymi, urzędami marszałkowskimi i urzędami gmin. Organizuje szkolenia dla pracowników oraz edukuje klientów. Materiały edukacyjne są umieszczane na stronie internetowej i na terenie sklepów.



W ramach sieci pracowniczej **Trash Hero** firma **Credit Suisse Poland** zorganizowała w roku 2020 zbiórki elektroodpadów, wspierając projekt Okapi. Zebrano 30 smartfonów i 3 tablety. Akcja, w której bierze udział m.in. wrocławskie zoo, ma na celu odpowiedni recykling sprzętów elektronicznych, do których produkcji używany jest koltan. Koltan pochodzi z Demokratycznej Republiki Konga, którą zamieszkuje okapi, gatunek zagrożony przez jego wydobywanie. Dzięki recyklingowi tych sprzętów zapotrzebowanie na koltan jest mniejsze. Projekt wspiera organizacje działające na rzecz zagrożonych gatunków w Afryce.



W związku z wdrożoną polityką Zarządzania Ochroną Środowiska **Emitel** przygotował **kampanię edukacyjną w obszarze ekologii**: Chroń środowisko, zacznij od siebie. W ramach przedsięwzięcia przygotowano dla pracowników filmy edukacyjne oraz komunikaty wewnętrzne dotyczące pól elektromagnetycznych, odpadów, bioróżnorodności oraz ochrony atmosfery i klimatu. Opracowano i wdrożono pracownicy kalendarz ekologiczny. Kanatami komunikacji wewnętrznej pracownicy systematycznie otrzymują informacje o ważnych wydarzeniach ekologicznych, takich jak Światowy Dzień Ziemi, Światowy Dzień Ochrony Środowiska, Światowy Dzień Zwierząt czy też Wielki Dzień Pszczół, które w roku 2020 Emitel objął swoim mecenatem w ramach współpracy z „Roi Się”.



Ekodrowe warzywa ogrodowe to program firmy ENERIS Ochrona Środowiska.

Celem przedsięwzięcia jest zachęcenie mieszkańców do używania odpadów bio z własnego gospodarstwa domowego do produkcji kompostu oraz wykorzystywania go pod uprawy warzyw, ziół i owoców. W 2020 r. został ogłoszony konkurs internetowy „Pochwal się swoim ogródkiem”. Polegał na zamieszczeniu pod postem konkursowym zdjęcia swojego ogrodu, balkonu, tarasu, warzywnika czy grządek na działce. Autorzy trzech zdjęć



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

ŚRODOWISKO

z największą liczbą polubień otrzymali miano „Ogrodnik z pasją” i nagrody w postaci zestawów ogrodniczych. Przygotowano również film pokazujący sposób zakładania kompostownika we własnym ogrodzie. Premiera filmu miała miejsce w kinie w Chrzanowie i towarzyszył jej pokaz filmu dla seniorów.



W 2020 r. w **Fabrykach Mebli „FORTE”** po raz drugi odbył się **Piątek FSC® w Grupie FORTE**. Ukazano się wideo na temat FSC® i jej współpracy z FORTE oraz quiz na temat działalności FSC®, w którym wzięli udział pracownicy wszystkich oddziałów Forte. W wewnętrznych mediach zamieszczono również artykuł wyjaśniający zagadnienia związane z FSC®. Firma Forte posiada certyfikat FSC® od 2013 r.; nr licencji FORTE FSC®C118178.



W ramach inicjatywy **Gazeta.pl zielonym portalem** powstał serwis **GRUPY AGORA**: poświęcony wyłącznie ekologii oraz zmianom klimatycznym. Można w nim znaleźć m.in. artykuły z serii „Piątki dla klimatu”, „Ludzie z klimatem”, „Moto 2030” czy „Haps Zero Waste”, a także eksperckie materiały dotyczące zmian klimatycznych, ekologii oraz problemów środowiskowych. Dodatkowo w 2020 r. odbyła się pierwsza edycja akcji „Reklama dla klimatu”, w ramach której za symboliczną złotówkę na stronie głównej prezentowane były kampanie tych przedsiębiorstw, które charakteryzują się proekologiczną postawą i podejmują działania na rzecz środowiska.



„Gazeta Wyborcza” należąca do **GRUPY AGORA** zachęca czytelników do proekologicznych działań i zwrócenia uwagi na kwestie ochrony środowiska. Z myślą o odbiorcach, którzy poszukują tekstów na temat ekologii, w 2019 r. powstał cykl Wyborcza na zielono. W czerwcu 2020 r. redakcja rozpoczęła projekt **„JednaPlaneta. JednoŻycie – patrzymy w przyszłość, ale działamy tu i teraz”**. To cykl, w którym dziennikarze, powołując się na wiarygodne i rzetelne wyniki badań oraz opinie ekspertów, piszą o katastrofie klimatycznej. Jednocześnie szukają rozwiązań, które pojedynczy człowiek, duża organizacja czy samorząd mogą wdrożyć, aby sprostać środowiskowym wyzwaniom, z którymi przychodzi nam się mierzyć – zarówno w skali globalnej, jak i lokalnej.



Realizowany przez **Grupę Enea** program **Forum lokalne „Środowisko dla elektroni, elektrownia dla środowiska”** skierowany został do dzieci z lokalnych szkół podstawowych, a jego tematem przewodnim jest ochrona środowiska. W projektach łącznie udział wzięło ponad 200 dzieci – przedszkolaków oraz uczniów ze szkół podstawowych z regionu. Przeprowadzono kurs plastyczny oraz cykl „Ekologia w wierszu i piosence z Eneą”. Przedszkolaki z Potańca podsumowały kolejny rok działań proekologicz-

nych, które prowadzą na terenie swojej placówki. Dzieci dodatkowo uczestniczą w corocznej akcji selektywnej zbiórki odpadów oraz baterii.



Grupa Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)

podjęła się **edukacji ekologicznej na łamach magazynu dla abonentów „Brawo Ty!”** oraz abonentów Cyfrowego Polsatu. Klientom przybliżono zagadnienia związane z ochroną środowiska naturalnego, m.in. podano informacje o misji Stowarzyszenia Program Czysta Polska, zaprezentowano przykłady zielonych działań w Grupie Polsat, ciekawostki o darmowym prądzie, argumenty „Ekologia się optaca”, a także inspiracje, jak dać nowe życie starym rzeczom, pomysły na ekosprzątanie oraz zasady poprawnej segregacji śmieci i zdrowe przepisy. Magazyn zawiera kilkadziesiąt różnych artykułów tematycznych na ponad 130 stronach. Jest dostępny bezpłatnie w ponad 1 tys. punktów sprzedaży w całej Polsce. Wyprodukowano go na papierze ekologicznym pochodzącym z lasów zarządzanych w zrównoważony sposób oraz z kontrolowanych źródeł.



Lokalizacja Kopalni „Bogdanka” wymusza dbałość o środowisko, gdyż cała infrastruktura przedsiębiorstwa oraz obszar górniczy „Puchaczów IV” otoczone są terenami chronionymi. **Lubelski Węgiel Bogdanka** we współpracy z Ogólnopolskim Towarzystwem Ochrony Ptaków utworzył **ścieżkę edukacyjną w Nadrybium** w obrębie Parku Krajobrazowego Pojezierza Łęczyńskiego, na szczególnie cennym przyrodniczo terenie chronionym dzięki sieci Natura 2000. Ścieżka edukacyjna umożliwia obserwację różnych typów siedlisk i charakterystycznych gatunków zwierząt. Na przeszło dwukilometrowej trasie znajdują się miejsca do odpoczynku, a także przystanki z tablicami edukacyjnymi opisującymi możliwe do zaobserwowania ptaki, płazy, rośliny, motyle, ryby, ssaki i gady. W roku 2020 ścieżka została rozbudowana m.in. o drewniane stojaki na rowery.



Mapa ginącego świata to dwie strefy edukacyjne w terminalu **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków – Balice**

– stworzone we współpracy ze Stacją Celną. Ich rolą jest edukowanie o zrównoważonym rozwoju, odpowiedzialnym podróżowaniu, bioróżnorodności i zagrożonych wyginięciem gatunkach fauny i flory. Na mapach przedstawiono zagrożone gatunki oraz przykłady produktów pochodzenia zwierzęcego, których nie wolno posiadać ze względu na postanowienia Konwencji CITES.



Firma **MindBlowing** prowadzi **edukację w zakresie odpowiedzialnego podróżowania**, kierowaną do swoich klientów i kontrahentów. Głównym kanałem komunikacji jest portal www.DzielSie.pl, na którym znaleźć można m.in. kodeks odpowiedzialnego podróżowania, interaktywny test

nazwany ekologicznym rachunkiem sumienia, checklistę odpowiedzialnego podróżowania. Portal umożliwia obliczenie indywidualnego śladu węglowego. Strona zawiera także blog z ekopostami „na czasie”.



Podczas **Zielonego Tygodnia** pracownicy **Polpharmy** otrzymują praktyczne wskazówki, jak ekologicznie postępować w życiu codziennym. Firma przekazuje pracownikom materiały, dotyczące takich tematów, jak: segregacja odpadów, odpowiedzialna konsumpcja, odnawialne źródła energii. Pracownicy mieli również możliwość udziału w webinarium „Zero waste w domu i świadome zakupy”.



Podczas 1150 warsztatów 530 wolontariuszy z firm tworzących program **Biznes kontra smog** w ciągu dwóch lat przeszkoliło niemal 28 tys. dzieci i młodzieży w zakresie dbałości o czyste powietrze i przeciwdziałania powstawaniu smogu. Biznes kontra smog to program wolontariatu pracowniczego w obszarze edukacji antysmogowej zainicjowany przez **PwC** w 2018 r. W drugiej edycji programu w roku szkolnym 2019/2020 zaangażowało się 27 firm, a także dwa stowarzyszenia (ASPIRE i Krakowski Alarm Smogowy). Pracownicy firm jako wolontariusze prowadzili bezpłatne warsztaty dla szkół i przedszkoli w ponad 100 miejscowościach w Polsce. Program otrzymał patronat honorowy Marszałka Województwa Małopolskiego.



Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań

w ramach projektu **EcoDesign – dzielenie się wiedzą o opakowaniach przydatnych do recyklingu**, stworzyła platformę wymiany wiedzy w zakresie ecodesignu pomiędzy recyklarzami i firmami zbierającymi odpady a producentami i projektantami opakowań. Wiedza gromadzona jest dzięki wywiadom i wizjom lokalnym i przekazywana podczas sesji otwartych, doradztwa, szkoleń, seminariów oraz w czasie spotkań indywidualnych. Dodatkowo Rekopol ocenia przydatność opakowań do procesów recyklingu w oparciu o wiedzę i doświadczenia recyklarzy.



Dzień bez Śmiecenia to kampania prowadzona od roku 2007 przez **Rekopol Organizację Odzysku Opakowań**. Współorganizatorami akcji są akcjonariusze firmy. Kampania trwała od 11 maja do 5 czerwca. W Dzień bez Śmiecenia firma przygotowuje kartkę elektroniczną, która po kliknięciu przekierowuje na stronę www.dzieńbezsmiecenia.pl. Zawarte na niej treści w przystępny sposób wskazują na istotę selektywnej zbiórki i sposoby jej prowadzenia. Współorganizujący Dzień – akcjonariusze Rekopolu, klienci,

partnerzy, firmy gospodarujące odpadami i inne – przekazują kartkę swoim interesariuszom.



W ramach **partnerstwa strategicznego** akcji „Zielona wstążka #DlaPlanety” w 2020 r. **Santander Bank Polska** zaproponował wybranym klientom aktywację usługi Elektronicznego Kanалу Kontakt (EKK – dla klientów, którzy dotąd otrzymywali korespondencję w formie papierowej). W ramach kampanii od 25 czerwca do 7 lipca 2020 r. blisko 7500 klientów zdecydowało się przejść na elektroniczną formę kontaktu z bankiem. W mediach społecznościowych banku został przeprowadzony ekokonkurs dla klientów, a pracownicy mogli wziąć udział w ekokonkursie wewnętrznym oraz podjąć ekowyzwanie w aplikacji SantanderGo!



EDUKACJA KONSUMENTÓW

Lyreco Polska ma w swojej ofercie katalogowej ponad 13 tys. produktów. Część z nich przeszła ocenę pod kątem ekologii i została wyróżniona certyfikatem zielonego drzewa. Zasady oceny były zaakceptowane przez organizację certyfikującą. **Zielony katalog** (Minikatalog ekologiczny) to broszura tylko z produktami, które zostały ocenione jako ekologiczne. Jego podstawowym celem jest promowanie zielonych produktów wśród klientów.



EKOBIURO

BNP Paribas Bank Polska podjął współpracę z Autenti – polskim start-upem oferującym elektroniczne podpisywanie i elektroniczny obieg dokumentów w celu **wdrażania rozwiązań paperless**. Platforma Autenti m.in. umożliwia wysyłanie dokumentów drogą elektroniczną oraz podpisanie ich za pomocą smartfona, tabletu czy komputera. Podpis elektroniczny jest prawnie wiążący na terenie całej Unii Europejskiej. Łącznie w 2020 r. bank BNP Paribas podpisał elektronicznie 373 600 dokumentów.



W 2020 r. firma **dentsu Polska** w ramach inicjatywy **Ekobiuro** wprowadziła wiele działań proekologicznych, m.in. w biurze obowiązuje recykling na pięć frakcji, co łączyło się ze spotkaniami informacyjnymi oraz szeroką kampanią edukacyjną. Kantyna działająca w biurze zaczęła serwować obiady z użyciem metalowych sztućców, w garażu powstał punkt do ładowania elektrycznych aut i hulajnóg. Ponadto na dachu



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

ŚRODOWISKO

biurowca firma założyła pasiekę (cztery ule), z których miód trafia do pracowników i klientów.



Kuehne+Nagel, w ramach globalnej inicjatywy Paper Less, wprowadziło **e-faktury i ograniczanie zużycia papieru**. Firma koncentruje się na eliminacji papierowych wersji faktur na rzecz digitalizacji procesów i pozyskiwania od dostawców, kontrahentów i klientów faktur drogą elektroniczną.



Kancelaria **Grabowski i Wspólnicy Kancelaria Radców Prawnych** prowadzi **wewnętrzną politykę zrównoważonego środowiska** i system segregacji odpadów, jednocześnie edukując się w zakresie gospodarki o obiegu zamkniętym. Pracownicy kancelarii używają wielorazowych naczyń, nie drukują dokumentów, jeśli to nie jest konieczne.



Grupa Azoty Zakłady Azotowe „Puławy”

wprowadziła selektywną zbiórkę odpadów komunalnych w podziale na „makulaturę”, „odpady zmieszane”, a także dodatkowo „szkło” oraz „metale i tworzywa sztuczne”. Zakupiono kolejne – oznaczone kolorami – kontenery, przeprowadzono kampanię informacyjną dla pracowników. W każdym pokoju biurowym znalazły się osobne pojemniki na segregację czterech typów odpadów, po to aby **zwiększyć poziom segregacji odpadów** komunalnych.



Grupa Schiever w Polsce wdrożyła **system segregacji odpadów**, który wprowadził podział na pięć frakcji: papier; tworzywa sztuczne, metale i opakowania wielomateriałowe; szkło kolorowe, szkło bezbarwne; bioodpady i odpady zmieszane. Po przeprowadzonej fazie testowej w centrali w Poznaniu, na początku 2020 r. pojemniki do segregacji zostały umieszczone we wszystkich lokalizacjach w dwóch miejscach: w jadalni oraz na korytarzu w strefie biurowej.



W 2020 r. w biurach **Kuehne+Nagel** zrezygnowano z zakupu wody w plastikowych butelkach na rzecz dystrybutorów, aby **ograniczyć zużycie plastiku**. Woda w salach konferencyjnych podawana jest w szklanych dzbankach, a w magazynach firmy rozdano pracownikom bidony wielorazowego użytku.



Pelion

prowadził **zbiórkę zużytych tonerów i baterii**. Firma zachęcała pracowników do pozostawiania we wskazanych miejscach zużytych tonerów od firmowych drukarek i baterii, które następnie poddawane były utylizacji lub ponownemu przetworzeniu przez wyspecjalizowane podmioty. W komunikacji do pracowników firma zwracała uwagę na poważne zagrożenie dla przyrody i zdrowia człowieka, stwarzane przez zawarte w nich metale ciężkie i kwasy. W 2020 r. zebrano ponad 11 kg tonerów i ponad 1,5 kg baterii.



Pelion prowadził kampanię **Nie wyrzucamy – przekazujemy dalej. Market Spółek Pelion** i przygotował stronę internetową umożliwiającą pracownikom swoich spółek ponowne wykorzystywanie przedmiotów, w tym artykułów biurowych. Projekt ma charakter długofalowy, a jego celem jest przyczynienie się do ponownego wykorzystania rzeczy i zmniejszenia obciążenia środowiska naturalnego.



SumiRiko Poland uruchomiło akcję **Bądź EKO – pij z biokubka**. W firmie w 100% zaprzestano używania plastikowych kubków na rzecz biodegradowalnych biokubeczków, w które wyposażono dystrybutory w halach produkcyjnych i magazynach.



Carlsberg Polska posiada certyfikat **Zielone biuro** od 11 lat i stale edukuje oraz zachęca pracowników do proekologicznych działań. Firma wprowadziła rozwiązania ograniczające zużycie wody i energii oraz poprawiające gospodarowanie odpadami. Zużycie wody i plastiku ogranicza, stosując m.in. dystrybutory i dzbanki z wodą dla pracowników. Urządzenia AGD mają klasę „A”. Prowadzony jest stały monitoring obrotu papieru z certyfikatem FSC. Drukarki ustawione są na druk dwustronny, a niepotrzebny papier jest oddawany na makulaturę. W biurze są też dostępne zgniatarka PET, skrzynki na butelki zwrotne oraz pojemniki na zużyte baterie i tonery. W ramach Koalicji 5 Frakcji, do której należy Carlsberg Polska, zorganizowano dla pracowników szkolenie z segregacji odpadów, umożliwiające ich powtórne użycie. W 2020 r. firma otrzymała certyfikat Green Office przyznawany przez Fundację dla Edukacji Ekologicznej.



Na kawę tylko #zwasnymkubkiem to inicjatywa skierowana do wszystkich pracowników **Castoramy Polska**. Dzięki modyfikacji automatów wydających gotowe napoje umożliwiono pracownikom zamówienie kawy lub herbaty we własnym kubku. Inspiracją były działania Stowarzyszenia Zero Waste. Każdy z pracowników spółki Castorama ma bezpłatny dostęp do napojów, takich jak herbata czy kawa, pod warunkiem posiadania własnego naczynia.



Grupa ANG (d. ANG Spółdzielnia) prowadzi **proekologiczną politykę marketingową**. Wszystkie materiały są drukowane na papierze pochodzącym w 100% z recyklingu oraz z certyfikatem FSC. Jest do nich dołączany ekokalkulator, informujący o zaoszczędzonych zasobach i promujący tego typu rozwiązania. Spółdzielcy i eksperci są zachęceni do korzystania na co dzień z takiego papieru w swoich biurach.



W 2019 r. warszawskie biura firmy **Grupa Eurocash** uzyskały certyfikat **Zielone Biuro**. W ramach projektu realizowanego przez Grupę Eurocash we współpracy z Fundacją na rzecz Edukacji Ekologicznej w roku 2020 certyfikat otrzymały już wszystkie biura. Tak jak w roku poprzednim procesowi certyfikacji towarzyszyła ścieżka edukacyjna przeznaczona dla pracowników, rozszerzona o edukację o domowym zielonym biurze.



Program **E-faktura = wyższa kultura** to projekt **Grupy Raben**, w którym firma zachęca swoich klientów do zastępowania papierowych faktur ich elektroniczną wersją. Każda zgoda na e-fakturę to jedno drzewo posadzone w imieniu klienta. W roku 2020 ze względu na pandemię zrezygnowano z sadzenia drzew, w zamian sfinansowano akcję dla Wielkopolskiego Parku Narodowego, w którym pracownicy Fundacji Aeris Futuro posadzili w imieniu firmy 1800 drzew. Do tej pory, w całej Polsce, Raben posadził niemal 16 tys. drzew.



Firma **Infosys Poland** postanowiła ograniczyć zużycie plastikowych butelek z wodą pitną, wprowadzając ogólnodostępne dystrybutory z **łódką kranówką**. W siedzibie spółki zainstalowano 21 dystrybutorów z dostępem do wody, z których pracownicy mogą korzystać bez ograniczeń. Działaniu towarzyszyła wewnętrzna kampania informacyjna, której celem było przybliżenie pracownikom korzyści wynikających ze spożywania wody kranowej.



Zielone drukowanie polega na kompleksowym podejściu do optymalizacji drukowania w centrali **Lyreco Polska** poprzez: zakup urządzeń wyposażonych w funkcję dwustronnego druku oraz możliwość pracy urządzenia w trybie ekonomicznym, jak również posiadających funkcję oszczędności energii.



Projekt **zintegrowanej komunikacji w Nowym Stylu** to wdrożenie systemu wideokonferencyjnego Avaya, czyli portalu do tworzenia spotkań wideo zarówno na wewnętrzne potrzeby, jak i z firmami zewnętrznymi. Każdy pracownik **Nowego Stylu** oraz osoba z odpowiednią autoryzacją spoza organizacji może dołączyć do wideokonferencji, telekonferencji oraz prezentacji online. Dzięki systemowi firma znacznie ograniczyła ilość wyjazdów służbowych, co wpłynęło na redukcję śladu węglowego.



W **PKP Energetyka** w ramach inicjatywy **Wyberam środowisko, nie piję z plastiku** przeprowadzono kampanię informacyjną dla pracowników dotyczącą niekorzystnego wpływu plastiku na środowisko. Firma całkowicie wycofała z użycia w centrali butelkowaną wodę. Jej miejsce zastąpiły szklane bidony wielokrotnego użycia (które otrzymali wszyscy pracownicy), a także dystrybutory wody podłączone do sieci miejskiej. Pobierana z sieci miejskiej woda przechodzi dodatkową filtrację i może być również podgrzana lub sodowana.



W 2020 r. **Santander Bank Polska** zrezygnował z zakupu wody w jednorazowych opakowaniach. We wszystkich lokalizacjach zainstalowano filtry do wody bieżącej a pomieszczenia kuchenne i salki konferencyjne wyposażono w zestawy składające się z karafki oraz szklanek. Równocześnie w ramach akcji **#ekoSantander** przeprowadzono wewnętrzną kampanię edukacyjną, przygotowującą pracowników do wprowadzanych ekozmian. Publikowane były ekoartykuły, filmy i wywiady z ekspertami zewnętrznymi oraz pracownikami – ambasadorami projektu. Od 1 stycznia 2020 r. bank kupuje energię elektryczną wytwarzaną w 100% z ekologicznych źródeł.



Firma **wonga.pl** przez dwa tygodnie stycznia 2020 r. w ramach praktyki **zero waste** prowadziła grywalizację ekologiczną dla swoich pracowników. Zawodnicy mierzyli się z oszczędzaniem wody, energii, papieru oraz z niską emisją spalin, realizując zadania inicjatywy, m.in.: stworzenia ekochemii, wdrożenie domowej segregacji śmieci, sprzątnięcia swojej okolicy, minimalizmu w zakupach czy recyklingu domowych przedmiotów. Wonga utrzymuje działania zero waste: pracownicy piją filtrowaną kranówką, firma kupuje jedynie biodegradowalne produkty. Tam, gdzie tylko to możliwe, korzysta z elektronicznych dokumentów. Od sześciu lat zbiera zużyte baterie. Używa certyfikowanego papieru ksero o niskiej gramaturze, tj. 80 g/m².



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

ŚRODOWISKO

EKOBUDOWNICTWO

Efektywność Energetyczna Budynków to konkurs zorganizowany w **Grupie Veolia w Polsce**. Jego celem było opracowanie innowacyjnego produktu, który przyczyni się do poprawy efektywności energetycznej w istniejących, wielorodzinnych budynkach mieszkalnych z lat 70.–90., które obsługuje Veolia. Proponowane rozwiązania były konsultowane z ekspertami, zarówno z Grupy Veolia, jak i ze strony partnerów konkursu oraz spółdzielni mieszkaniowych, czyli potencjalnych klientów. W wyniku prac zespołów oraz ekspertów stworzone zostało 10 Proof-of-concepts produktów. Obecnie trwają cztery pilotażowe wdrożenia.



W piątej edycji loterii marki Almette, **Hochland** na główną nagrodę przeznaczył **Dom z natury**, czyli urządzonej ekodom. Inwestycja została wykonana z drewna świerkowego. Dzięki specjalnej konstrukcji ścian dom spełnia wysokie wymogi izolacyjne, zużywając mniej energii. Ponadto m.in. na dachu zamontowano instalację fotowoltaiczną, która pozwala na produkcję własnego prądu na potrzeby ogrzewania i oświetlenia.



Skanska w Polsce inwestuje w budowę **ekologicznych osiedli mieszkaniowych**. Wszystkie budynki mieszkalne powstają zgodnie z normami certyfikacji BREEAM. Podczas realizacji osiedli firma korzysta z odnawialnych źródeł energii; wykorzystuje nietoksyczne materiały; minimalizuje negatywny wpływ na otoczenie podczas prowadzonych prac. Na wybranych osiedlach instaluje panele fotowoltaiczne, oferuje rozwiązania smart home oraz montuje nawiewniki antysmogowe.



DB Schenker prowadzi **inwestycje w zielone terminale** – wyprowadza je z miast do nowoczesnych obiektów zlokalizowanych z dala od dużych osiedli. Obiekty są wyposażone w rozwiązania spełniające najwyższe normy pod względem oszczędności energii, obniżania emisji CO₂, a także efektywnej gospodarki wodnej i cieplnej. Nowe obiekty poddawane są weryfikacji w systemie BREEAM.



W ramach praktyki **Mitego mieszkania!** firma **Skanska w Polsce** promuje zdrowy, aktywny tryb życia w zgodzie z naturą. Budując osiedla, uzupełnia pobliską infrastrukturę rowerową, tworzy zielone przestrzenie wspólne i świetlice sprzyjające międzypokoleniowej integracji mieszkańców. Służą temu m.in. nawiewniki antysmogowe wyposażone w filtry zatrzymujące pyły i alergeny, termostaty zmniejszające zużycie energii czy czujniki monitorujące jakość powietrza w najbliższej okolicy. Deweloper przeprowadza analizy efektywności energetycznej każdego projektu w cyklu życia

budynków. Na jednym z osiedli analiza wykazała aż 20–30% oszczędności.



EKOEFEKTYWNOŚĆ

Alstom Konstal prowadził **projekt wymiany oświetlenia na LED w zakładzie Alstom w Chorzowie**, co pozwoli ograniczyć zużycie energii. Wymiana dotyczy wszystkich hal produkcyjnych, a jej zakończenie planowane jest na 2021 r.



Zaangażowanie Servier na rzecz klimatu to m.in. zobowiązanie redukcji o 25% śladu węglowego do 2030 r. **Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne** należące do Grupy Servier we współpracy z EcoAct zbadały swoje oddziaływanie w zakresie emisji do atmosfery za rok finansowy 2017/2018, a wynikiem analiz ma być ulepszenie procesów produkcyjnych, by w ten sposób zmniejszyć emisję CO₂ i zwiększyć efektywność energetyczną. Przegląd emisji firmy Anpharm został przeprowadzony zgodnie z metodologią GHG Protocol. Wynik firmy za rok finansowy 2017/2018 to 12 250 CO₂eq.



CCC w ramach projektu **Green CCChallenge** zaplanowało cykliczne pomiary zużycia energii, identyfikację obszarów marnotrawstwa oraz ich sukcesywną eliminację. Została również powołana grupa robocza pracowników z różnych obszarów działalności do wypracowania maksymalnej efektywności energetycznej w spółce. Jednym z filarów strategii firmy G0.22 jest zrównoważony rozwój, w ramach którego do roku 2022 w obszarze ochrony środowiska założono obniżenie wskaźników ilości wytwarzanych odpadów, emisji CO₂ oraz zużycia energii elektrycznej.



Coca-Cola HBC Polska, dążąc do **redukcji emisji CO₂ w zakładzie w Staniątkach**, wprowadziła **innowacyjne urządzenie do produkcji sprężonego powietrza**. Urządzenie jest innowacyjne ze względu na zastosowanie zaawansowanego systemu sterowania mocą sprężarki za pomocą przetworników częstotliwości wysokich mocy oraz systemu chłodzenia silnika wodą. Pozwoliło to na znaczne oszczędności energii, a dodatkowo na odzysk ciepła z pętli wody chłodzącej kompresor, który jest wykorzystywany przy ogrzewaniu hali produkcyjnej. Roczne oszczędności z tytułu wprowadzenia rozwiązania to 1 712 724 kWh.



Energa Grupa ORLEN od kilka lat wdraża **inteligentną sieć elektroenergetyczną Smart Grid**, powiązaną z technologiami informatyczno-telekomunikacyjnymi, które integru-

ją w sposób inteligentny działania wytwórców, dystrybutorów i odbiorców energii elektrycznej. Projekt polega na instalowaniu inteligentnego opomiarowania i automatyzacji sieci, co powoduje ograniczenie zużycia energii ze źródeł konwencjonalnych i jednocześnie redukcję emisji CO₂. Praktyka przyczynia się do rozwoju energetyki rozproszonej, zwiększając tym samym bezpieczeństwo energetyczne. Powoduje wzrost produkcji zielonej energii w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw. Wdrażanie Smart Grid pozwala też na aktywizację odbiorców (prosumentów) dla poprawy efektywności użytkowania energii.



Nowy Styl, prowadząc program redukcji emisji CO₂, wdrożył system CO₂ Performance Ladder. Działania, które podjęła firma, to m.in. zakup energooszczędnych maszyn oraz samochodów elektrycznych, ograniczenie podróży służbowych dzięki wdrożeniu systemu wideokonferencji, zoptymalizowanie procesu produkcyjnego oraz zwiększenie efektywności energetycznej w zakresie ogrzewania biur. Względna emisja CO₂ w 2019 r. spadła o 29% w porównaniu z wynikami z 2018 r. Program ten zakłada, że do 2025 r. firma będzie emitować o 20% mniej CO₂ w porównaniu z wynikami za rok 2018.



Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo

wdraża projekty mające na celu podnoszenie efektywności energetycznej w działalności operacyjnej oraz w obszarze utrzymania nieruchomości, a także realizuje kampanię na rzecz podnoszenia świadomości ekologicznej pracowników. Projekt **RIPEE – Rejestr Inicjatyw Poprawiających Efektywność Energetyczną** stanowi integralny element Polityki Energetycznej PGNiG. Jest to narzędzie promocji inicjatyw pracowniczych i wymiany wiedzy pomiędzy poszczególnymi jednostkami. Do 2020 r. pracownicy zgłosili w sumie 14 inicjatyw, które zostały zaimplementowane. Za wdrożone inicjatywy pracownicy otrzymują nagrody.



W ramach odpowiedzialnego zarządzania energią **PKO**

Bank Polski prowadził działania na rzecz poprawy efektywności energetycznej. Bank rozpoczął analizę przygotowującą wdrożenie Systemu Zarządzania Energią według normy ISO 50001. W kilkudziesięciu lokalizacjach w pomieszczeniach socjalnych i sanitarnych zamontowano czujniki ruchu. Wymieniono klimatyzatory i piece olejowe. Zakupiona energia pochodzi ze źródeł niskoemisyjnych. Bank uczestniczył także w rządowej kampanii na rzecz rozwoju fotowoltaiki. Przyjął ponadto polityki sektorowe dotyczące finansowania sektora energii wysokoemisyjnej oraz sektora chemii, ropy i gazu.



PZU uchwalił **Standard Grupy PZU „Zielone PZU”**, w ramach którego podjęto działania mające na celu ograniczenie w nieruchomościach zużycia energii cieplnej, energii elektrycznej, emisji gazów do atmosfery oraz rozszerzenie zakresu selektywnej zbiórki odpadów. Powszechny Zakład Ubezpieczeń w roku 2020 korzystał z zakupionej energii elektrycznej pochodzącej ze źródeł odnawialnych. Dodatkowo firma zamontowała panele fotowoltaiczne w 12 nieruchomościach, rozbudowała flotę o auta o napędzie hybrydowym i elektrycznym (24 sztuki). Wśród innych działań wymienić należy m.in.: termomodernizację 8 nieruchomości PZU SA/PZU Życie SA, zainstalowanie kompensatorów mocy na 7 nieruchomościach, modernizację lub zmianę instalacji grzewczej w 10 nieruchomościach.



W 2020 r. firma **Robert Bosch** osiągnęła **neutralność klimatyczną pod względem emisji CO₂**, także w swoich lokalizacjach w Polsce. Pozyskanie zielonej energii przyczyniło się do spadku emisji o ok. 74% w stosunku do roku 2019, a pozostała część emisji CO₂ jest na bieżąco kompensowana poprzez zakupy certyfikatów i inwestycje w zielone projekty.



W 2020 r. w Skanska w Europie Środkowej opracowana została **mapa dojścia do neutralności klimatycznej**. Jej zadaniem jest szczegółowe zdefiniowanie działań przybliżających także **Skanska w Polsce** do realizacji założonego przez Grupę celu klimatycznego. Określony cel zakłada redukcję emisji gazów cieplarnianych o połowę do roku 2030 i dojście do neutralności klimatycznej, a więc zerowych emisji netto w całym łańcuchu wartości, do roku 2045. W mapie ujęto cele i działania strategiczne i operacyjne, obejmujące nie tylko wszystkie obszary działalności organizacji, ale także łańcuch dostaw. Będą to m.in. działania podnoszące świadomość i edukację pracowników w zakresie klimatu, a także konkretne inicjatywy, podejmowane również we współpracy z zewnętrznymi partnerami, redukujące emisje gazów cieplarnianych.



W roku 2020 firma **Wawel** wymieniła oświetlenie na **lampy LED w zakładach produkcyjnych**. W jednym z magazynów usunięto 429 opraw, w ich miejsce montując 371 opraw LED o większej wartości strumienia świetlnego. W skali roku inwestycja ta oznacza redukcję zużycia energii finalnej o 260 MWh, co przy przeliczeniu na wartość energii pierwotnej oznacza oszczędność 650 MWh. Oświetlenie LED zastosowane w Zakładzie Produkcyjnym nr 2 przetożyło się na oszczędność rzędu 170 MWh energii finalnej w roku 2020.



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

ŚRODOWISKO

Żabka Polska przeprowadziła **zielony remodeling** – w ramach modyfikacji formatu nie tylko zmieniła logotyp, lecz także dokonała ekologicznych usprawnień w swoich sklepach, m.in. wymiany sprzętu chłodniczego na bardziej efektywne energetycznie i wymiany opraw świetlnych na lampy typu LED oraz zainstalowała inteligentne czujniki ruchu na terenie sklepowych zapleczy. Wdrożyła i certyfikowała system zarządzania energią według normy ISO 50001 i rozpoczęła cykliczne szkolenia dla franczyzobiorców, promując zasady zwiększania efektywności energetycznej w sklepach. Poprzez oszczędność energii oraz nowoczesne ekologiczne chłodnictwo Żabka zredukowała emisję CO₂ o 120 tys. ton – to tyle, ile Wielkopolski Park Narodowy pochłania w cztery lata.



BNP Paribas Bank Polska wspiera klientów w transformacji energetycznej. W 2020 r. Bank udostępnił ofertę tzw. Zielonej Hipoteki skierowaną do klientów ubiegających się o kredyt hipoteczny na finansowanie energooszczędnych nieruchomości, pełnił rolę współorganizatora i współprowadzącego księgi popytu emisji zielonych obligacji Cyfrowego Polsatu – pierwszej zielonej emisji obligacji korporacyjnych przeprowadzonej przez podmiot niefinansowy oraz uruchomił finansowanie projektu „Perfect Wind” opracowanego przez Aku. Łączna wartość kredytów udzielonych przez Bank BNP Paribas w ramach „zielonego finansowania” przekroczyła 1,5 mld zł.



Carlsberg Polska, prowadząc **zrównoważoną logistykę**, dąży do osiągnięcia zerowej emisji CO₂ w browarach i zmniejszenia o 30% śladu węglowego w łańcuchu „beer in hand” poprzez optymalizację procesów logistyki i magazynowania, współpracę z partnerami oraz zrównoważoną gospodarkę opakowaniową. W 2020 r. w **Carlsberg Polska** rozpoczęto zwiększanie warstw puszek na palecie z 7 do 8, co w efekcie zmniejszyło zapotrzebowanie na transport i przyczyni się do redukcji emisji CO₂ o 180 ton rocznie. W 2019 r. poprawiono wskaźniki „load factor” w dostawach o ponad 4% (redukcja 650 ton CO₂). Wyższe piętrowanie palet w zwrotach pustych opakowań poprawiło efektywność dla części transportów powrotnych o 20%. Podnosząc oświetlenie w magazynie, odzyskano 25% pojemności składowania w pomieszczeniu, a wynajem palet pozwolił zredukować emisję CO₂ o 443 tony, produkcję odpadów o 49 ton, zużycie drewna zaś o 297 ton.



Evolution System w sklepach Carrefour to metoda nadzoru zużycia energii elektrycznej, która pozwala analizować i wyeliminować niepotrzebne źródła obciążeń. Zastosowanie systemu pozwoliło na wprowadzenie proekologicznych rozwiązań technicznych w hiper- i supermarketach **Carrefour**.



Proekologiczny **system FCH HVAC** (Free Cooling and Heating System) ma na celu zmniejszenie zużycia energii elektrycznej wykorzystywanej przez sklepy **Carrefour**. To innowacyjne rozwiązanie FCH wykorzystuje temperaturę wód podziemnych do obniżenia lub podwyższenia temperatury powietrza w obiekcie. Zastosowanie systemu pozwala zoptymalizować zużycie energii nawet o blisko 40%. Obecnie działa on w pięciu sklepach Carrefour w Polsce.



Firma **CCC** wprowadza **ekologiczne rozwiązania infrastrukturalne**, do których należy m.in. budowa nowoczesnego systemu fotowoltaiki w Polkowicach. Inwestycja ma na celu obniżenie średniej ceny netto zakupionej energii elektrycznej i usługi związanej z jej dystrybucją. Dodatkowo zainstalowano inteligentne systemy zarządzania budynkiem przyczyniające się do zmniejszenia zużycia energii, m.in. w Centrum Usług Wspólnych, w biurze CCC w Warszawie i jednym z biurów firmy w Polkowicach.



CEETRUS Polska (d. Immochan) monitoruje poziom energii używanej w centrach i galeriach handlowych. Zanotowane dane są raportowane i wnikliwie analizowane. Jeśli chodzi o **efektywność energetyczną** zmierzoną w roku 2020 w centrach i galeriach handlowych, to odnotowano znaczne oszczędności zużycia energii w stosunku do roku 2019: obniżenie zużycia energii (energia elektryczna i gaz) o 17,2%, obniżenie zużycia energii elektrycznej o 20,8%, a zużycie wody ograniczono o 18%.



AMS inwestuje w proekologiczne rozwiązania dla polskich miast, m.in. wprowadzając nośniki OOH przyjazne środowisku. W lipcu 2020 r. dzięki ekologicznej inicjatywie AMS i Grupy MTP w Poznaniu powstał system zielonych dachów na wiatkach przystankowych stanowiących rozwiązania typu nature-based solutions. Docelowo w Poznaniu zazielenią się dachy przystanków zlokalizowanych w najbardziej zurbanizowanych miejscach. Natomiast w sierpniu 2020 r. AMS (**GRUPA AGORA**) wprowadził do swojej oferty system ekowiat – w całości pokrytych zielonym dachem i przyjaznych dla ptaków.



W firmie **Kaufland Polska Markety** możliwa jest **redukcja zużycia paliw kopalnych przez wykorzystanie ciepła odpadowego**. Sklepy ogrzewane są w 80% dzięki odzyskowi ciepła z instalacji chłodniczych lodówek, chłodni i magazynów. Ciepło odpadowe znajduje zastosowanie w instalacji wentylacyjnej, klimatyzacji, kurtynach powietrznych przy wejściach, w instalacji ogrzewania grzejnikowego w pomieszczeniach biurowych oraz socjalnych. Obszary biurowe, socjalne i magazynowe wyposażone są dodatkowo w klasyczne ogrzewanie podłogowe, porównywalne z ogrzewaniem podłogowym w budownictwie mieszkaniowym. System odzyskiwania ciepła

działa nie tylko w Polsce, ale też wprowadzony jest w całej Grupie Kaufland już od 2012 r. W 253 marketach w Europie (w tym w 59 w Polsce) sieć redukuje dzięki temu emisję CO₂ o ok. 25,5 tys. ton w skali roku.



Kopalnia Soli „Wieliczka” prowadzi działania z zakresu **ochrony wód** podziemnych i powierzchniowych oraz maksymalnego ich zagospodarowania. Systematyczne zabezpieczanie podziemnych wyrobisk chroni kopalnię, powierzchnię, jak i sam rezerwuuar wód. Podziemne doptywy wód zasolonych trafiają do nowoczesnej ekologicznej warzelnii: produkuje się z nich sól warzoną oraz pełnonasyconą solankę potrzebną w procesie zabezpieczania kopalni (podsadzka hydrauliczna). W 2020 r. kopalnia opracowała nowe cyfrowe mapy geologiczne złoża solnego – pozwalają one precyzyjnie planować prace związane m.in. z ograniczeniem doptywu wód do wyrobisk.



Kopalnia Soli „Wieliczka” w ramach **optymalizacji zużycia energii** prowadzi modernizację infrastruktury i urządzeń, rozdzielni, wymienia linie zasilania, stacje transformatorowe. W 2020 r. kopalnia m.in. poddała kompleksowej modernizacji kluczową rozdzielnię SN 3 kV przy szybie św. Kingi, wymieniła system łączności ogólnozakładowej, rozpoczęła budowę nowej stacji wentylatorów przy szybie Wilson. Trwa systematyczna wymiana tradycyjnego oświetlenia na LED (pod ziemią i na powierzchni). Na terenie należącym do kopalni pojawiła się dostępna dla wszystkich stacja ładowania samochodów elektrycznych i hybrydowych typu plug-in. Stacja zasilana jest prądem pochodzącym ze źródeł odnawialnych.



Kuehne+Nagel w ramach realizacji **odpowiedzialnej gospodarki odpadami** w 2020 r. w magazynie w Gądkach przeprowadził zbiórkę e-odpadów pochodzących z działalności firmy pt. wybieramy przyszłość bez e-odpadów. Zbędne elektroodpady zostały zgromadzone i przygotowane do odbioru oraz odesłane do firmy, która zajmuje się ich utylizacją. Zbiórka przełożyła się na 375 sztuk sprzętu, który otrzymał drugie życie, oraz 1735 kg e-odpadów, z których zostały odzyskane surowce wtórne.



Firma **Kuehne+Nagel** w ramach programu środowiskowego **Net Zero Carbon** przez połączenie działań redukujących i kompensujących emisję CO₂ dąży do osiągnięcia neutralności węglowej do roku 2030. Program firmy obejmuje również zmniejszenie zużycia energii elektrycznej, wody i odpowiedzialny recykling odpadów. Pierwszy element strategii kon-

centrował się na neutralności węglowej wszystkich przesyłek niepełnokontenerowych (LCL) i był realizowany od początku 2020 r.



Zbieranie wody deszczowej to praktyka **Leroy Merlin Polska**, realizowana już w 22 sklepach. Przedsięwzięcie polega na umieszczaniu w sklepach w rejonie działu Ogród zbiorników o pojemności od 1 do 5 m³, dopasowanych do wielkości i potrzeb sklepu. Woda opadowa zbierana jest z dachu lokalu lub wiaty ogrodowej, a następnie wykorzystywana do podlewania roślin znajdujących się w dziale Ogród, przy czym system w pierwszej kolejności wyzyskuje wodę deszczową, a dopiero potem, jeśli zachodzi taka potrzeba, dopełnia zbiorniki wodą z sieci.



W nowo otwieranych sklepach **Leroy Merlin Polska** do oświetlenia hali sprzedaży, instalowane jest **energooszczędne oświetlenie LED**. Z kolei w już istniejących obiektach prowadzona jest wymiana oświetlenia na nowe. W efekcie tych działań w grudniu 2020 r. 50 sklepów sieci wyposażone zostało w nowoczesne oświetlenie LED. Firma szacuje, że zużycie energii w sklepach wyposażonych w oświetlenie typu LED jest do 40% niższe niż w sklepach z oświetleniem starego typu.



Lyreco Polska dąży do **redukcji śladu węglowego** w przeliczeniu na jedną dostarczoną paczkę. Firma podejmuje działania ograniczające emisję z głównych źródeł, tj. fracht, podróże pracowników, aktywa trwałe, źródła energii, materiały eksploatacyjne oraz odpady bezpośrednie. Do tej pory uzyskano wynik obniżający ślad o 13% od czasu rozpoczęcia projektu. Strategia na lata 2019–2024 zakłada obniżenie emisji CO₂ o 20% na paczkę.



W ramach praktyki **Energooszczędny magazyn w Lyreco Polska** obniżono szyny oświetleniowe (z 7,6 do 4,5 m), ograniczono liczbę żarówek oraz umożliwiono oświetlenie wybranych części magazynu. Działania te pozwoliły zaoszczędzić ponad 206 tys. kWh rocznie, co stanowi ok. 12% całkowitego zużycia.



MAKRO Polska kontynuuje swoje działania z zakresu **zarządzania energią i odpadami** polegające m.in. na rezygnacji z użycia freonu do roku 2030 (Freon Exit Program), odzysku energii cieplnej z agregatów chłodniczych w obiektach



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

ŚRODOWISKO

tach, a także optymalizacji zużycia energii przez sterowanie oświetleniem. W 2020 r. w dwóch centrach dystrybucji firmy zrealizowano w 60% inwestycje pozwalające na zwiększenie efektywności instalacji technicznych. W 2020 r. w ramach gospodarki odpadami odzyskano 17,5 tony elektroztłumu, 736 ton folii i 5400 ton makulatury, a to przekłada się na zaoszczędzenie: 3343 MW, 176 710 m³ wody, 1707 drzew, 80 226 posittków.



Program oszczędzania energii to działania techniczne i organizacyjne w firmie **Polpharma**, które mają prowadzić do ograniczenia zużycia energii cieplnej i elektrycznej. Do najważniejszych operacji przeprowadzonych w roku 2020 należały: zastosowanie źródeł LED w nowych i modernizowanych instalacjach oświetlenia wewnętrznego, modernizacja układu wentylacyjnych oraz optymalizacja instalacji sprężonego powietrza. W zakresie energii cieplnej zmniejszono straty ciepłe poprzez wykonanie termomodernizacji budynków oraz zwiększono sprawność energetyczną instalacji ciepłej wody użytkowej. W wyniku tych działań po trzech kwartałach roku 2020 uzyskano oszczędności: 813 MWh dla energii elektrycznej oraz 5631 GJ dla energii cieplnej.



Nagroda Zielonego Procesu powstała w celu docenienia działań pracowników **Polpharmy**, które najbardziej przyczyniają się do ograniczenia negatywnego wpływu firmy na środowisko. Nagradzane są trzy najlepsze wdrożone inicjatywy. Nagrodą jest premia finansowa oraz punkty w systemie kafeteryjnym. W 2020 r. pracownicy zgłosili 17 inicjatyw, które ograniczyły m.in. zużycie wody, energii, reagentów i rozpuszczalników.



Dla firmy **Polpharma** istotne jest wdrożenie rozwiązań przygotowujących do ewentualnych zmian w prawie środowiskowym, dotyczących zawartości API w oczyszczonych ściekach. Prowadzony razem z Politechniką Gdańską projekt **analizy zawartości API** ma na celu eliminację lub dezaktywację ze strumienia **ścieków technologicznych** substancji chemicznych o negatywnym wpływie na środowisko. Rezultaty badań pozwoliły poprawić prowadzone procesy pod względem ekologicznym i ekonomicznym. Obecnie na etapie projektowania, określany jest wpływ API na procesy oczyszczania oraz środowisko wodne.



W ramach **zrównoważonego rozwoju biznesu w biurach i na stacjach Shell Polska** wdrożono szereg działań. W biurach w Krakowie: zmniejszono produkcję odpadów o 86%, emisje CO₂ o 64%, zużycie wody o 47% oraz wdrożono program racjonalizacji zużycia wody. Z kolei na stacjach paliw dostosowano opakowania produktów deli by Shell zgodnie z certyfikatem FSC, wprowadzono opakowania płynu do

spryskiwaczy w 50% z recyklingu. 97% stacji własnych jest zasilanych OZE, a w 22 stacjach testowane są obecnie ogniwa fotowoltaiczne.



TAURON Wydobycie (**TAURON Polska Energia**) od roku 2010 prowadzi działania techniczno-organizacyjne mające na celu **zagospodarowanie ubocznych produktów wydobycia**. Przez wyselekcjonowanie odpowiednich frakcji skały płonnej i właściwe ich wymieszanie z dobranymi popiołami uzyskano kruszywa i mieszanki kruszywowo-spoiwowe, spełniające wymagania, które obowiązują dla materiałów stosowanych w budowie dróg, autostrad, budowli hydrotechnicznych, w rekultywacji technicznej, niwelacji i makroniwelacji terenów, budowie wałów przeciwpowodziowych.



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



Zero emisji CO₂ to założenie realizowane przez **Volkswagen Motor Polska** w miesiącach letnich. Dzięki zakupowi energii elektrycznej z elektrowni wodnych zakład nie zużywa wówczas gazu ziemnego ani ciepła technicznego z zewnętrznej ciepłowni.



EKOPRODUKTY

Carrefour podjął zobowiązanie dotyczące całkowitego **wycofania ze sprzedaży karpia żywego** od roku 2021. Zobowiązanie jest efektem wspólnych uzgodnień z dostawcami sieci, którzy będą mieli czas na dostosowanie swojej hodowli do nowych warunków przygotowania i transportu ryb. Jest to kolejna z inicjatyw realizowanych przez Carrefour w ramach programu Act For Food w zakresie ochrony bioróżnorodności i poprawy dobrostanu zwierząt.



Zarządzająca siecią hipermarketów **Grupa Schiever w Polsce** w roku 2020 kontynuowała swoje zobowiązania w obszarze odpowiedzialnego handlu oraz dobrostanu zwierząt polegające na **rezygnacji ze sprzedaży żywego karpia**. Decyzja podjęta w 2017 r. objęła wszystkie sklepy Grupy Schiever w Polsce (łącznie dziewięć placówek handlowych).



Od roku 2020 **Kaufland Polska Markety wycofał ze sprzedaży żywe karpie**. W zamian za to rozszerza asortyment rybny dostępny na stoisku samoobsługowym, m.in. o filety, tusze, płaty i dzwonka. Podejmując decyzję o niesprzedawaniu żywych karpia, uwzględniono opinie klientów oraz organizacji pozarządowych.



CCC wprowadza linię produktów powstałych przy użyciu technologii lub materiałów **ekologicznych**, sygnowanych hasłem **Go for Nature**. Linia ta wpisuje się w Strategię Zrównoważonego Rozwoju Grupy CCC. W ramach kolekcji powstały m.in. buty ze skóry z ekologicznych garbarni (certyfikat LWG), akcesoria damskie, męskie i dziecięce, w których główny surowiec pochodzi z recyklingu butelek PET lub w pełni naturalnych surowców.



W ofercie IKEA Retail we wszystkich sklepach marki w Polsce pojawiły się **nowe roślinne klopsiki**. Powstały z myślą o miłośnikach ich mięsnej wersji. Dzięki składnikom, takim jak białko z żółtego grochu, owies, jabłka, cebula i ziemniaki, udało się odtworzyć potrawę w taki sposób, by była bardziej zrównoważoną, przyjazną środowisku alternatywą. Ślad ekologiczny nowych klopsików wynosi 4% mięsnej wersji.



Lidl Polska wprowadza do swojej oferty **produkty neutralne dla klimatu**. Jedną z takich wegańskich alternatyw są produkty Next Level Meat wytwarzane na bazie warzyw, grochu, pszenicy i białka sojowego. W porównaniu z przeciętnym burgerem wołowym, odpowiedniki wegańskie generują o 91% mniejszą emisję CO₂. Pozostałe 9% emisji CO₂ Lidl wyrównuje wraz ze swoimi dostawcami, dzięki certyfikatom w zakresie klimatu, za pośrednictwem ClimaPartner. Lidl wspiera projekty, które mają na celu ochronę lasów deszczowych w Brazylii. Lepszy bilans ekologiczny w produktach Next Level Meat zapewniany jest również dzięki nadającym się do recyklingu opakowaniom, w których wszystkie materiały można od siebie oddzielić. Pozwoli to zredukować 71% dotychczasowych opakowań, a tym samym 61,5 tony tworzyw sztucznych rocznie.



IKEA Retail testuje z pracownikami tacę z fusów po kawie, którą stworzyła we współpracy z dostawcą. Kawowa taca wykonana jest w 100% z materiałów pochodzących z recyklingu, w tym z fusów po kawie ze sklepów IKEA w Polsce i wycofanych z asortymentu plastikowych słomek. Nowy produkt był testowany w restauracjach i kawiarniach

w wybranych sklepach i w użytkowaniu domowym przez pracowników IKEA.



Lidl Polska prowadzi działania, aby w jego sklepach były dostępne **zrównoważone produkty**, wytwarzane z poszanowaniem środowiska i praw pracowniczych. Przez zwiększanie asortymentu bio i wege chce budować zdrowe nawyki żywieniowe, wpływać na zmniejszenie swojego śladu węglowego, skrócić łańcuchy dostaw (ponad 70% obrotu firmy jest generowana przez polskich dostawców). Ponadto sieć podjęła wieloletnie zobowiązania dotyczące m.in. redukcji soli, cukru czy syropu glukozowo-fruktozowego w produktach marek własnych.



W ramach inicjatywy **Usługi na plus (gospodarka cyrkularna) Nowy Styl** dostarcza nie tylko produkty, ale również dodatkowe świadczenia: konserwację mebli, redystrybucję niewykorzystywanych elementów, naprawę uszkodzonych części, modyfikację przeznaczenia oraz przetwarzanie nienadających się do dalszego użytkowania mebli.



Santander Bank Polska rozwija **zielone produkty korporacyjne**. W 2020 r. bank był koordynatorem, organizatorem oraz dealerem emisji pierwszych w Polsce obligacji Zrównoważonego Rozwoju. Środki z emisji będą wspierały transformację energetyczną. Zostaną przeznaczone na finansowanie kosztów budowy/nabycia projektów opartych na odnawialnych źródłach energii, finansowanie dystrybucji, jak i ogólnej działalności korporacyjnej Grupy Emitenta związanej z OZE lub transformacją energetyczną na zeroemisyjną.



VIVE Group wraz ze spółką VIVE Innovation stworzyły **kompozyt tekstylny VIVE Texcellence**, który łączy w sobie właściwość tworzyw sztucznych i drewna, jest prawie w 100% stworzony z surowców wtórnych (w tym odzież); jego produkcja zostawia minimalny ślad CO₂. VIVE Texcellence w 100% nadaje się do recyklingu. Wyrób posiada szeroką gamę zastosowań – od konstrukcyjnych, małej architektury, słupów oświetleniowych po detale, jak wieszaki, deski.



Katalog Lyreco drukowany jest w 100% na papierze ekologicznym. Ponadto z roku na rok firma **Lyreco Polska** ogranicza liczbę drukowanych egzemplarzy.



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

SRODOWISKO

Pracownicy **Leroy Merlin Polska** opracowali projekt **I LOVE RAINWATER**, który opiera się na racjonalnym wykorzystywaniu zasobów wodnych, poprzez zbieranie wody deszczowej i dalsze jej użytkowanie. Do sprzedaży wprowadzono zestawy do zbierania deszczówki, które są dostępne dla klientów we wszystkich sklepach sieci – sprzedano prawie 30 tys. zbiorników.



Firma **MAKRO Polska** jest zaangażowana w projekt Packaging Optimization i od kilku lat sukcesywnie **optymalizuje swoje opakowania marek własnych**, jednocześnie rozwijając linię produktów ekologicznych. W roku 2020 wprowadzono serię doniczek BIO-ZIÓŁ pod marką własną. Przyjęte zostały również nowe wytyczne dotyczące opakowań tych produktów. Dzięki wymianie opakowań na papierowe oraz rezygnacji z plastikowej doniczki i tacki w trakcie roku kalendarzowego do września 2020 r. firma zaoszczędziła 5 ton plastiku.



Firma **Wawel** wprowadziła **modyfikacje opakowań produktów** ze swojego portfolio. Gorzkie Czekolady Premium oraz linia czekolad Ziarna Świata od 2020 r. dostępne są w kartonikowych opakowaniach. Firma wprowadziła także przy wszystkich swoich modułach Wolność Wyboru (sprzedaż produktów na wagę) torebki papierowe. Wdrożone zmiany w przypadku Czekolad Premium oznaczają redukcję zużycia plastiku o 18 ton oraz o 15 ton w przypadku torebek przy modułach Wolność Wyboru.



Sieć **ALDI** zadeklarowała się do **wycofania** do roku 2025 jaj z chowu klatkowego ze składu produktów marek własnych, wspierając w ten sposób inicjatywę „Polska bez klatek”. Już teraz jaja w produktach marek własnych ALDI w ponad 30% pochodzą z chowu alternatywnego, a liczba ta stale rośnie.



ALDI w ramach praktyki **Z natury odpowiedzialni** oferuje produkty pochodzące ze zrównoważonych źródeł. Umożliwiają to międzynarodowe polityki zakupu kakao, kawy czy herbaty. Produkty marki własnej sieci posiadają certyfikaty Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance czy unijne logo produkcji ekologicznej. Oferta produktów rybnych z certyfikatem MSC oraz produktów wegańskich i wegetariańskich oznaczonych etykietą V-Label jest stale poszerzana.



ALDI wspiera kampanię **Detox** zainicjowaną przez Greenpeace. Razem z organizacją opracowano katalog ekologicznych kryteriów przy produkcji tekstyliów i obuwia. Firma chce zrezygnować z określonych chemikaliów przy produkcji tekstyliów i obuwia marki własnej. Od dostawców wymaga

transparentności w łańcuchu dostaw, a także odpowiednich wyników badań i analiz.



Carrefour w ramach strategii transformacji żywniowej w 2019 r. całkowicie **wycofał** z marki własnej **jajka od kur z chowu klatkowego** (tzw. trójki). Sieć zamierza wycofać jajka od producentów narodowych oraz ze składników produktów marki własnej Carrefour do roku 2025.



Jedną z inicjatyw realizowanych przez **Carrefour** w ramach ochrony bioróżnorodności jest przeciwdziałanie deforestacji przez rozszerzenie oferty produktów pochodzących z odpowiedzialnych źródeł. Carrefour rozwija ofertę **produktów** marki własnej **ze znakiem certyfikatu FSC®**, który gwarantuje, że dane artykuły zostały wytworzone z materiałów pochodzących z odpowiedzialnie zarządzanych lasów. W 2020 r. sieć poszerzyła ofertę i w sumie proponuje 25 produktów ze znakiem certyfikatu FSC® (FSC® N002747).



Odpowiedzialny połów z Carrefour ma promować sprzedaż ryb certyfikowanych i od lokalnych dostawców oraz wspierać polskich hodowców i rybaków we wdrażaniu praktyk ograniczających wpływ ich działalności na środowisko naturalne. Do końca 2020 r. 50% sprzedaży produktów rybostwa i akwakultury oferowanych przez **Carrefour** pochodziło z rybołówstwa zrównoważonego. Sieć stosuje się także do listy zagrożonych gatunków ryb opracowanej razem z WWF oraz współpracuje z MSC w obszarze zrównoważonego rybołówstwa m.in. podczas Dni Oceanów i zachęca klientów do zakupu produktów z odpowiedzialnych źródeł.



Produkty „Jakość z natury Carrefour” opracowane we współpracy z rolnikami, hodowcami i producentami cechują się wysoką jakością, świeżością i smakiem. Przy ich produkcji wykorzystywane są metody rolnictwa zrównoważonego i jest ona identyfikowalna „od pola do talerza”. W 2020 r.

Carrefour rozszerzył gamę o takie artykuły, jak: wieprzowina, ser gouda oraz papryka. W ofercie „Jakość z natury” w Polsce są również: jabłka, gruszki, twaróg, masło, miód, pyłek kwiatowy, ziemniaki, cebula, marchew, pomidory cherry, kurczak z chowu wybiegowego, sok z jabłek, pstrąg świeży i wędzony, ogórki, buraki, ser pleśniowy, a także szynka ser-rano z Hiszpanii, łosoś z Norwegii oraz szynka gotowana z Francji.



We wszystkich spółkach Grupy Kingfisher, w tym w sieci **Castorama Polska**, obowiązuje wspólna **Standardowa polityka dotycząca drewna i papieru**, która zapewnia odpowiedzialne zarządzanie drzewa ze źródeł zarządzanych w sposób odpowie-

działny i oblige do podejmowania określonych działań związanych z zakupami towarów zawierających drewno lub papier.



DNB Bank Polska wprowadził do swojej oferty dwa nowe **zielone produkty**: „Zielone obligacje” oraz „Zielony kredyt”, których przeznaczeniem jest finansowanie projektów inwestycyjnych związanych z ochroną środowiska i klimatu. Wdrożeniu produktów towarzyszyły edukacja pracowników i działania marketingowe nakierowane na edukację klientów banku w zakresie możliwości wykorzystania zielonych produktów oraz potencjalnych korzyści związanych z tego typu finansowaniem. Zrealizowano m.in. trzy spotkania warsztatowe dotyczące zielonego finansowania („Zielone obligacje” wyemitowane przez klienta – pierwsza tego typu emisja w Polsce – dzięki którym spółka pokryła wydatki związane z infrastrukturą deszczową i wodno-kanalizacyjną) oraz udzielono dwóch „Zielonych kredytów” finansujących farmę wiatrową i fotowoltaiczną.



IKEA Retail angażuje się w walkę ze zmianami klimatu i prowadzi inwestycje w energię odnawialną w ramach projektu **Energia słoneczna dla domu**. Firma ma w Polsce sześć farm wiatrowych, których produkcja pokrywa całkowicie zapotrzebowanie Grupy Ingka w Polsce na energię elektryczną. IKEA ma wydajną i przystępną finansowo ofertę instalacji fotowoltaicznych. Od 2017 r. IKEA Retail w Polsce demokratyzuje energię odnawialną poprzez wydajną i przystępną finansowo ofertę instalacji fotowoltaicznych z montażem i odpowiednio gwarancje. Dzięki temu konsumenci zyskują również większą przewidywalność wydatków na energię elektryczną i stabilizację finansową i zmniejszają domową emisję CO₂.



Eco Aware, linia produktów, które powstają z surowców pochodzących ze zrównoważonych źródeł, to efekt zobowiązania firmy **LPP** do ekologicznego podejścia do mody. W 2020 r. 23% oferty LPP posiadało zieloną etykietę; w przypadku marki Reserved już co trzecia sztuka odzieży była sygnowana znakiem Eco Aware. W 2020 r. skupiono się na wypracowaniu i wdrażaniu u dostawców jakościowych i ekologicznych standardów dotyczących m.in. ograniczenia zużycia wody i energii w procesie obróbki tkanin i produkcji odzieży. Rozpoczęto też realizację kolejnych zaożeń globalnej inicjatywy ZDHC.



Operowanie funduszami pożyczkowymi na efektywność energetyczną ma zwiększyć tę efektywność w sektorze mieszkaniowym. **Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego** kieruje swoją ofertę w zakresie termoizolacji,

wymiany źródeł ciepła wraz z możliwością zastosowania odnawialnych źródeł energii do spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych, twórczym budownictwa społecznego, jednostek terytorialnych i innych podmiotów realizujących cele mieszkaniowe na terenie województwa małopolskiego.



GOSPODARKA W OBIEGU ZAMKNIĘTYM

W 2020 r. powstał nowy **portal GOZ w praktyce**. Inicjatorem jego powstania jest **CSR Consulting**, a partnerami biznesowymi zostali: BASF, Carlsberg Polska, Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań i Stena Recycling. Portal to centrum wiedzy i praktycznych rozwiązań z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym. Skupia w jednym miejscu różnorodne rozwiązania dla biznesu: cyrkularne modele biznesowe, wskaźniki GOZ i narzędzia biznesowe. Zawiera też przegląd polskich i unijnych regulacji prawnych.



Grupa Tubądzin prowadzi **działania na rzecz kontrolowanego zużycia wody**. Produkcja płytek ceramicznych Grupy odbywa się w oparciu o zrównoważoną gospodarkę wodną. W fabryce CTIII w Sieradzu wprowadzono obieg zamknięty wody oraz własne oczyszczalnię.



Zakłady energetyczne dzięki współpracy z TUV PZUW (należącym do **PZU**) wspierają swoich klientów w losowych sytuacjach. Oferują im inicjatywę: **Fachowcy TUV PZUW** polegającą na zorganizowaniu napraw instalacji i urządzeń znajdujących się w domu, które przedłużają żywotność domowych sprzętów. W ramach oferty klienci zakładów energetycznych mogą skorzystać z profesjonalnego wsparcia w domu w przypadku awarii: urządzeń elektrycznych, grzewczych i klimatyzacyjnych; instalacji elektrycznej, gazowej, wodnej, kanalizacyjnej, drzwi, zamków etc.



W każdym z 24 obiektów handlowych należących do **CEETRUS Polska** (d. Immochan) klienci mogą korzystać z punktów usługowych, które umożliwiają naprawę obuwia, telefonów komórkowych i sprzętu elektronicznego. Firma stara się w ten sposób **wspierać gospodarkę o obiegu zamkniętym**. Ponadto przed większością obiektów handlowych należących do Ceetrus można znaleźć wiaty rowerowe, a przy nich samoobsługowe stacje umożliwiające naprawę pojazdu.



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

ŚRODOWISKO

ING Bank Śląski podejmuje działania i stosuje rozwiązania technologiczne wpisujące się w zasady GOZ, takie jak wykorzystanie wody deszczowej do podlewania zieleni wokół budynków Centrali ING w Katowicach czy odzysk szarej wody do powtórnego wykorzystania w obiekcie ING w Rudzie Śląskiej. Dodatkowo w ramach działań **GOZ w ING** stworzono platformę do sprzedaży mebli (biurka, krzesła, szafki) pochodzących z likwidacji, relokacji lub modernizacji. Każdy z pracowników ma możliwość odkupu mebli po atrakcyjnej cenie.



Drugie Życie – upcykling produktów to projekt, w ramach którego **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** poddaje upcyklingowi odpady i wytwarza z nich m.in. biżuterię, materiałowe etui na smartfony, gadżety podarunkowe czy meble używane wykorzystywane później w siedzibie firmy. Działania prowadzone są w partnerstwie z firmami specjalizującymi się w upcyklingu, np. z firmą Deko Eko, ze start-upami i z projektantami oraz organizacjami, które poddają odpady procesom odzysku, segregacji i przygotowania do powtórnego wykorzystania. Za tę inicjatywę firma została wyróżniona w konkursie Stena Circular Economy Award.



Firma **T-Mobile Polska** wystartowała z ofertą **Smartfon regeneracja**, w ramach której dano telefonom drugie życie. Za symboliczną złotówkę klienci mogli nabyć w abonamencie odnowione egzemplarze iPhone'ów, objęte dwuletnią gwarancją.



Dajemy drugie życie komputerom to akcja firmy **Urtica**, w ramach której używany sprzęt komputerowy trafił do oddziałów onkologii i hematologii dziecięcej w całej Polsce. Każdy komputer przeszedł serwisowanie, wyposażony został w niezbędne oprogramowanie i był przygotowany do użytku przez pacjentów i pracowników administracji szpitalnych. Do tej pory przekazano 35 zestawów sprzętu do pięciu szpitali onkologicznych. Placówki zainteresowane otrzymaniem sprzętu nadal mogą zgłaszać zapotrzebowanie przez stronę internetową projektu.



W **Auchan Retail Polska** elementem dorocznej inicjatywy Back to School jest projekt **gospodarki o obiegu zamkniętym #Stare na nowe**. W czasie akcji odbywa się zbiórka plecaków, realizowana z Fundacją Eko Textil. Za każdy przyniesiony stary plecak klient otrzymywał zniżkę 50% na nowy. W ramach akcji zebrano łącznie 6,35 ton plecaków. 100% plecaków poddano recyklingowi lub ponownie wykorzystano, a środki zostały przeznaczone na zakup pięciu rowerów trójkołowych dla niepełnosprawnych dzieci.



Allianz Polska zachęcał pracowników do przekazania niepotrzebnej odzieży na szczytny cel za pośrednictwem UbraniaDoOddania.pl. Odzież zbierano w pięciu budynkach zarządzanych przez Colliers International Polska. Celem akcji było wsparcie dla SOS Wioski Dziecięce – każdy kilogram odzieży to jedna złotówka, dzięki której sfinansowane zostaną wizyty lekarskie oraz zakup niezbędnych leków dla podopiecznych Wiosek Dziecięcych. W trakcie drugiej edycji **Ubrania do oddania** zebranych zostało 1290,85 kg odzieży.



InterKadra wzięła udział w inicjatywie **Pomaganie przez ubranie**, która polega na zamówieniu kontenera do siedziby firmy do zbiórki niepotrzebnej odzieży, obuwia etc. i przesyłania informacji do instytucji zbierającej odzież, gdy się on zapelni, aby opróżniono i podstawiono nowy pusty kontener. Każdy zebrany kilogram to złotówka, którą firma przekazuje dla fundacji „Serce dla maluszka”.



Firma **CCC** uruchomiła inicjatywę „Daj swoim butom drugie życie”, w ramach której w 11 **sklepach stacjonarnych** CCC w Polsce odbyła się **zbiórka używanego obuwia**, które następnie poddano analizie możliwości odzysku i ponownego wykorzystania. Sklepy ze specjalnymi pojemnikami na zużyte obuwie znajdują się w 21 miastach w Polsce. W ramach akcji pilotażowej zebrano ponad 10 ton obuwia.



Zgodnie z obowiązującym prawem obuwie pracownicze i robocze musi być czyszczone i dezynfekowane nawet po jednokrotnym założeniu przez pracownika. Od 2018 r. firma **WoshWosh** świadczy usługi z zakresu **czyszczenia i dezynfekcji obuwia roboczego** i pracowniczego, dzięki czemu obuwie jest znacznie dłużej wykorzystywane.



Żabka Polska wdraża **gospodarkę o obiegu zamkniętym** – zachęca klientów i franczyzobiorców do zbiórki plastikowych butelek. Akcja ma charakter pilotażu, jest prowadzona w 23 warszawskich sklepach. Z zebranych opakowań powstaną butelki na wodę mineralną marki własnej OD NOWA. Dodatkowo Żabka Polska i Żywiec Zdrój w ramach partnerstwa rozpoczęły test przy użyciu **EKOMatów** – stworzonych specjalnie dla nich automatów umożliwiających selektywną zbiórkę plastikowych i metalowych opakowań po napojach.



Projekt **Anwiloteka** prowadzony przez **ANWIL** opiera się na prostym systemie wymiany książek, które przynoszą pracownicy spółki. To rozwiązanie skierowane do tych, którzy mają już przeczytane tytuły i chcieliby je udostępnić, przy okazji wymieniając je na inną książkę. Celem jest nie tylko

popularyzacja czytelnictwa wśród pracowników spółki, ale także zwrócenie ich uwagi na temat gospodarki o obiegu zamkniętym.



Carlsberg Polska prowadzi program **ZERO marnowania wody**, w którego ramach realizuje cele zrównoważonego rozwoju Grupy Carlsberg. Jest to m.in. ograniczenie zużycia wody z 3,4 hl (dane bazowe z 2015 r.) do 1,7 hl na 1 hl gotowego piwa do 2030 r. Wodę odzyskuje się m.in. z płukania filtrów węglowych, piaskowych, wymienników jonitowych i skraplaczy. Ponownie wykorzystuje się ją np. do chłodzenia pomp, a na linii pakowania do zraszania puszek po nalewie. W 2020 r. firma osiągnęła rekordowo niskie zużycie wody: 2,6 hl na 1 hl gotowego piwa (w 2019 r. zużywano 2,9 hl).



Głównymi celami zawartymi w **strategii opakowaniowej Carrefour Polska** są: redukcja masy opakowań marki własnej do 2022 r. o 5% w stosunku do 2017 r., 100% opakowań marki własnej nadających się do recyklingu lub kompostowania do 2025 r. W 2020 r. Carrefour został sygnatariuszem Polskiego Paktu Plastikowego. Sieć wprowadziła też bawelne woreczki na warzywa i owoce oraz papierowe torebki na pieczywo jako alternatywę dla opakowań foliowych. **Carrefour** wspólnie z marką YOPE i start-upem SWAPP uruchomił też refillmaty kosmetyków w swoich sklepach Carrefour BIO, aby zredukować ilość używanych opakowań jednorazowych.



Firma **ENERIS Ochrona Środowiska**, łącząc swoje siły z inicjatywą społeczną „Gorzów to MY” i Zakładem Karnym w Gorzowie, przeprowadziła akcję **#NakręconyGorzów**, w której postanowiono nadać nowe życie nieużywanym rowerom. Do lutego 2020 r. trwały prace przy naprawie blisko 150 takich pojazdów oddanych przez gorzowian. Ponad 20 jednostek zostało naprawionych i pomalowanych przez więźniów z Zakładu Karnego, w ramach socjalizacji i uczenia się nowego zawodu.



Henkel Polska dąży do produkcji **opakowań przyjaznych środowisku**. Firma zadeklarowała, że do 2025 r. 100% opakowań jej produktów ma być zgodnych z recyklingu lub ponownego użycia, a plastik wykorzystywany do produkcji opakowań na rynku europejskim będzie pochodził z 35% z recyklingu. Przykładem realizacji strategii jest środek piorący Persil Discs 4 w 1, którego opakowanie zbiorcze w 20% składa się z tworzyw pochodzących z recyklingu, a w 95% jest zgodne z recyklingu. Produkty marek Pur,

Clin, Silan czy Bref z serii Pro Nature oferowane są w butelkach PET w 100% wykonanych z przetworzonego plastiku.



Kaufland Polska Markety wprowadził **skrzynki wielorazowego użytku dla gospodarki o obiegu zamkniętym**. Zastosowanie tego rozwiązania na szeroką skalę zostało docenione przez jury XI edycji kongresu Poland&CEE Retail Summit, które przyznało sieci Kaufland nagrodę Sustainability in Retail Award.



W ramach **redukcji wykorzystania wody** w fabryce **L'Oréal Warsaw Plant** wybudowano Stację Recyklingu Wody. Inwestycja o wartości 4 mln euro, od marca 2020 roku pozwala na oczyszczanie ścieków produkowanych w fabryce, a następnie odzyskiwanie wody o wysokim standardzie, która jest ponownie wykorzystywana w zakładzie do procesów okotoprodukcyjnych. W przyszłości, dzięki stacji będzie możliwe ponowne wykorzystywanie nawet do 75% wody (8000 m³ miesięczne).



Zamiast wyrzucać pozornie zbędne gadżety, w tym wypadku banery i roll-upy pozostałe po konferencjach, firma **MindBlowing** postanowiła **nadać tym materiałom drugie życie**. Ze wspomnianych banerów wykonywane są szaszetki na dokumenty i bilety lotnicze czy zawieszki na bagaż.



WoshWosh, zajmując się renowacją i usługami szewskimi, odpowiada na problem nadmiernego konsumpcjonizmu prowadzącego do nadprodukcji butów. Firma chce w ten sposób **zwiększyć świadomość w zakresie praktyk zero waste** w społeczeństwie. Jednocześnie sama stara się stosować środki biodegradowalne i pochodzenia naturalnego w pracy nad renowacją i czyszczeniem obuwia. Do dnia dzisiejszego firmie udało się dokonać renowacji ponad 60 tys. par butów, nadając im drugie życie i wpływając na zmniejszenie ilości generowanych odpadów.



ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII

W styczniu 2020 r. **Alstom Konstal** podpisał umowę z firmą TAURON dotyczącą **zakupu energii ze źródeł odnawialnych dla zakładu Alstom w Chorzowie**. Zakontraktowano 12 tys. MWh energii poświadczoną certyfikatem pochodzenia, co odpowiada 100% szacowanego rocznego zużycia. Energia



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

ŚRODOWISKO

kupowana od firmy TAURON pochodzi z instalacji odnawialnych źródeł energii wodnych i/lub wiatrowych, których właścicielem jest TAURON Ekoenergia.



W październiku 2020 r. **BNP Paribas Bank Polska** podpisał umowę z firmą **Respect Energy**, dzięki której zakupiona przez bank **energia elektryczna pochodzić będzie w 100% z elektrowni wodnych**. W ten sposób bank BNP Paribas przyczyni się do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla do atmosfery, a także obniżenia emisji dwutlenku siarki, tlenków azotu i pyłów zawieszonych.



Od 2020 r. 100% energii wykorzystywanej w dwóch lokalizacjach firmy **Kuehne+Nagel** – w Gądkach i w siedzibie firmy w Warszawie – pochodzi ze źródeł odnawialnych: z energii wiatrowej i turbin wodnych. **Certyfikat Green Energy**, którym dysponuje firma, **gwarantuje pochodzenie energii ze źródeł odnawialnych**.



Firma **LOTTE Wedel** jest **zasilana energią z OZE**. W swojej siedzibie na warszawskiej Pradze, do całej produkcji i wszystkich innych procesów, wykorzystuje energię z elektrowni wiatrowych. Umowa zawarta z firmą TAURON gwarantuje pochodzenie energii w 100% ze źródeł odnawialnych, co jest potwierdzone certyfikatem wydawanym przez Polskie Towarzystwo Certyfikacji Energii.



W roku 2020 **Skanska w Polsce** podpisała umowę na dostawę **zielonej energii**. Na skutek tego od 2020 roku wszystkie nowe umowy na dostawę energii elektrycznej w firmie dotyczą energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych. Dzięki korzystaniu z zielonej energii firma uniknęła w 2020 r. emisji ponad 2 000 ton CO₂. Praktyka przyczynia się do zmniejszania śladu węglowego firmy, przybliżając ją do realizacji wyznaczonego w 2019 roku celu klimatycznego Grupy Skanska.



W **Leroy Merlin Polska** powstała **pierwsza farma fotowoltaiczna** umiejscowiona przy sklepie. Instalacja o mocy 100 kWp składa się z 296 paneli o łącznej powierzchni 491,4 m kw. Przewiduje się, że roczna produkcja czystej energii wyniesie nawet 100 tys. kWh.



W halach **MAKRO Polska** powstały **instalacje fotowoltaiczne**. W roku 2020 instalacje zostały zainstalowane w pięciu **halach MAKRO** i mają pokryć ok. 12% rocznego

zapotrzebowania na energię elektryczną. W 2021 r. powstaną w kolejnych 10 halach.



Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo

czepie **energię ze słońca** – na dachu jednego z budynków Centrali PGNiG została zamontowana pilotażowa instalacja fotowoltaiczna – o mocy blisko 50 kWp i jest wyposażona w 124 panele słoneczne. Zasilą one jeden z budynków biurowych na terenie kompleksu PGNiG przy ul. Kasprzaka 25 w Warszawie. Instalacja będzie produkować rocznie ponad 42 MWh zielonej energii, a tym samym w dużym stopniu pokryje zapotrzebowanie na energię elektryczną dla tego budynku.



TAURON Polska Energia

zrealizował projekt **farmy fotowoltaicznej na terenie byłej elektrowni węglowej** w Jaworznie. TAURON zainstalował 5 MW nowych mocy wytwórczych z energii słonecznej oraz przywrócił ok. 7,2 hektara powierzchni do ponownej działalności energetycznej. Grupa TAURON podjęła się adaptacji terenu po byłej elektrowni węglowej w Jaworznie, co umożliwiło wykorzystanie m.in. istniejącej infrastruktury sieciowej i terenu, na którym zaprzestano wcześniejszej działalności przemysłowej. W realizację farmy zaangażowano dwie spółki inżynieryjne Grupy, dzięki czemu zatrudnieni w nich pracownicy mieli możliwość nabycia nowych kompetencji w zakresie nowoczesnych technologii.



TAURON Polska Energia oferuje klientom biznesowym **produkt EKO Premium**, który polega na sprzedaży energii elektrycznej pochodzącej wyłącznie z odnawialnych źródeł energii – z elektrowni wodnych oraz farm wiatrowych. Produkt EKO Premium jest oferowany klientom przez TAURON Sprzedaż od 2010 r.



Żabka Polska otworzyła pierwszy **sklep zasilany w 100% zieloną energią**. W sklepie i jego otoczeniu zastosowano ok. 20 różnorodnych rozwiązań sprzyjających środowisku, w tym pionierskie, do których zaliczają się podłoga kinetyczna oraz szyby z kropkami kwantowymi pozyskujące energię z promieni słonecznych. Prąd w sklepie pochodzi w 100% z odnawialnych źródeł: z energii słonecznej (na dachu sklepu zamontowano 40 paneli fotowoltaicznych) oraz z farmy wiatrowej Wierzcholas. Sklep wyposażono w meble z recyklingu. Wertykalny ogród produkuje tlen, pochłania szkodliwe związki z powietrza i kurz, co w połączeniu z działaniem antysmogowej kostki brukowej daje efekt czystego powietrza. Klienci mogą skorzystać z EKOmatu, stacji napraw rowerów czy ławki solarnej. Sklep w ciągu miesiąca redukuje emisję CO₂ o tyle, ile pochłania 300 drzew w tym samym czasie.



Celem kierowanego do młodzieży szkolnej projektu **Postaw na Słońce** jest ochrona środowiska przez promowanie odnawialnych źródeł energii. **Bank Ochrony Środowiska** prowadzi informacyjną akcję społeczną oraz projekty edukacyjne w szkołach. W czerwcu 2020 r. zakończyła się VI edycja programu. Ze względu na pandemię przedsięwzięcie zakończyło się po pierwszym etapie. Do projektu zgłosiło się 335 zespołów uczniowskich (1405 uczestników). Efektem prac uczniów było 240 projektów mikroinstalacji. W ramach konkursu filmowego napisano 76 scenariuszy filmów promujących odnawialne źródła energii. W listopadzie 2020 r. rozpoczęła się VII edycja projektu.



Carrefour wprowadził wiele rozwiązań, których celem jest zmniejszenie zużycia energii elektrycznej wykorzystywanej przez sklepy sieci. Pierwszą instalację odzysku energii słonecznej o mocy 49 kWp zamontowano na dachu hipermarketu w Zgorzelcu. Druga – o mocy 22 kWp – działa na dachu sklepu w Łodzi. Energia uzyskiwana z **paneli fotowoltaicznych na dachach sklepów Carrefour** jest używana na miejscu, na potrzeby sklepów.



Kompania Piwowarska podpisała umowę z Innogy na zakup **energii elektrycznej pochodzącej w 100% z odnawialnych źródeł energii (OZE)**. Do końca 2020 r. firma osiągnęła 40% udziału energii elektrycznej z OZE, wykorzystywanej przez trzy browary (Tyskie Browary Książęce w Tychach, Browar Dojlidy w Białymstoku i Lech Browary Wielkopolski w Poznaniu). Do końca roku 2021 browary będą w 100% wykorzystywały zieloną energię. Farma wiatrowa będzie dostarczać do wspomnianych trzech browarów 80 GWh rocznie. W ten sposób ograniczona zostanie emisja CO₂ o 66% w porównaniu z rokiem 2019, przy jednoczesnym realizowaniu wizji środowiskowej spółki macierzystej, japońskiej Grupy Asahi.



PROGRAMY PROŚRODOWISKOWE

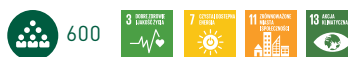
Allegro w trosce o czyste powietrze walczy ze sprzedażą nielegalnych kottów, tzw. kopcuchów. W marcu 2020 r. firma podpisała porozumienie o współpracy z Ministerstwem Rozwoju i Polskim Alarmem Smogowym oraz z prezesem UOKiK. Allegro wspólnie z UOKiK oraz podlegającymi mu inspekcjami handlowymi eliminuje szkodliwe produkty na rynku, które przyczyniają się do generowania smogu i nie spełniają wymaganych przez prawo parametrów. W roku 2020 **Allegro** usunęło niemal 300 ofert kottów niespełniających wymogów prawa oraz naruszających „Regulamin Allegro.pl”.



Energa Grupa ORLEN wspólnie z władzami Kalisza **walczy ze smogiem**. Spółka Energa Ciepło Kaliskie prowadzi działania zmierzające do ograniczenia niskiej emisji w centrum miasta, które boryka się ze złą jakością powietrza. Podjęte działania zmierzają do ograniczenia liczby indywidualnych źródeł ciepła opalanych paliwami stałymi. W 2020 r. działania te objęły dwa budynki z lokalami ogrzewanymi z wykorzystaniem węgla o powierzchniach ogrzewanych ok. 560 m kw i pozwoliły zlikwidować 19 pieców i 1 kocioł c.o., zmniejszając łącznie emisję PM10 o ok. 0,52 Mg/rok, PM2,5 o ok. 0,31 Mg/rok i B(a)P o ok. 0,09 Mg/rok.



Prowadzony przez **Fortum** program antysmogowy **Czysta Energia dla Wrocławia** ma na celu umożliwienie dostępu do sieci ciepłowniczej jak największej liczbie mieszkańców. W ramach programu w wyznaczonym obszarze Śródmieścia firma przyłącza do sieci każdą nieruchomość posiadającą wewnętrzną instalację grzewczą lub instalację w trakcie realizacji. Fortum w całości finansuje budowę przyłącza i nie pobiera tzw. opłaty przyłączeniowej. Od początku programu (czyli od lutego 2018 r.) do końca 2020 r. do sieci ciepłowniczej udało się podłączyć 113 nieruchomości, co przekłada się na ok. 5800 wyłączonej z eksploatacji pieców.



W ramach współpracy przedsiębiorstwa Veolia Energia Łódź z Urzędem Miasta Łodzi oraz firmą Airly, **Grupa Veolia w Polsce instaluje czujniki pomiaru jakości powietrza w Łodzi**. Łącznie zostało zainstalowanych 40 czujników na obiektach użyteczności publicznej oraz szkołach.



Alstom Konstal uruchomiło **kampanię Wolni od plastiku**. Jej celem jest ograniczenie użycia plastiku przez pracowników firmy, jak również przez dostawców przy opakowaniach dla materiałów dostarczanych do Alstom. Pracownicy otrzymali bidony na wodę. Wymieniono 80% wykorzystywanych materiałów biurowych na wersje ekologiczne, ograniczono opakowania plastikowe w stołówce oraz maszynach vendingowych, a także przy dostawach materiałów na produkcję w logistyce. Kampanii towarzyszy wewnętrzna komunikacja na temat ograniczania ilości odpadów oraz ich segregacji.



Eko Wyzwania wśród pracowników to inicjatywa, w ramach której pracownicy z poszczególnych działów **BASF Polska** zostali zobowiązani do podjęcia wyznaczonych działań proekologicznych. Wyzwania były związane m.in. ze zmniejszeniem ilości foliowych toreb podczas zakupów,



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

ŚRODOWISKO

z redukcją poziomu spalania swoich samochodów, sadzeniem drzew, a także ze zorganizowaniem giełdy wymiany ubrań. Firma wprowadziła ponadto podpis elektroniczny oraz jasny sposób segregowania odpadów i zakrętek w biurze.



Przy okazji obchodów Światowego Dnia Ochrony Środowiska **Cappemini Polska** zaprosiła pracowników do udziału w **Tygodniu Środowiska**, na który składało się kilka inicjatyw. Były to m.in. webinary dotyczące środowiska i polityki zero waste. Pracownikom udostępniono także kalkulator liczący własny ślad węglowy i zorganizowano Wielki Zielony Test sprawdzający ich wiedzę. Na kanale Cappemini's Kitchen odbył się Vege & zero-waste challenge, polegający na podzieleniu się zdrowymi przepisami i zachęceniu do gotowania zrównoważonych posiłków.



W **Credit Suisse Poland** działa grupa **Sustainability Network**, która prowadzi działania edukacyjne w zakresie tematów środowiskowych. W firmie zorganizowano cztery szkolenia na temat aplikacji mobilnych wspierających ochronę środowiska – wzięto w nich udział ponad 300 pracowników. Około 250 osób uczestniczyło w serii warsztatów z ekologicznymi organizacjami pozarządowymi. W ramach projektu „Biznes kontra smog” 12 wolontariuszy Credit Suisse edukowało dzieci i młodzież na temat walki ze smogiem, natomiast udział w projekcie „Air quality” umożliwił przeszkolenie ok. 50 pracowników na temat możliwości poprawy jakości powietrza.



We wrześniu 2020 r. firma **Kuehne+Nagel** w Polsce obchodziła **Tydzień zerowej emisji CO₂**. W działach Sprzedaży i Marketingu, QSHE i Finansów prowadzona była akcja, której uczestnicy zrezygnowali z korzystania z samochodu na rzecz alternatywnego środka komunikacji: roweru, hulajnogi, biegania czy chodzenia. Celem inicjatywy było zarejestrowanie 350 zielonych kilometrów na platformie Endomondo. Dodatkowym motywatorem do osiągnięcia celu było wsparcie finansowe od Kuehne+Nagel Polska na rzecz organizowanej wewnętrznie zbiórki karmy i koców dla bezdomnych zwierząt. W akcji wzięto udział 57 osób, które wspólnie osiągnęły 1325 zielonych kilometrów, co zaoszczędziło 230 kg CO₂.



Totalizator Sportowy w ramach programu **#GramyDlaNatury** podejmuje takie działania, jak: wymiana floty na samochody spełniające wyższe normy dopuszczalnej wartości emisji spalin i cząstek stałych, wdrożenie projektu Cyfrowe Miejsce Pracy, który obejmuje działania zmierzające do minimalizacji obiegu papierowych dokumentów w spółce, oddolne inicjatywy pracowników mające na celu promowanie ekologicznego stylu życia i wiedzy o zagrożeniach klimatycznych

oraz dołączanie do firmowej komunikacji wewnętrznej komponentu ekologicznego w postaci artykułów o tematyce środowiskowej, less waste, klimatycznej itp.



We wrześniu 2020 r. **Bank Ochrony Środowiska** uruchomił **kalkulator instalacji fotowoltaicznej (PV)**.

Narzędzie pozwala w kilku prostych krokach oszacować moc instalacji potrzebnej do spełnienia warunków i potrzeb klienta indywidualnego. Pomaga też ocenić szacunkowy koszt zakupu i montażu instalacji oraz umożliwia obliczenie raty kredytu w wypadku finansowania ekokredytem BOŚ. Od momentu uruchomienia kalkulator osiągnął 35-proc. udział w generowaniu zapytań klientów o fotowoltaikę prosumencką i źródła finansowania mikroinstalacji PV.



Coca-Cola HBC Polska wraz z MIT Enterprise Forum stworzyła **platformę współpracy ze start-upami na rzecz zrównoważonego rozwoju**. Start-upy z Europy Środkowo-Wschodniej, które pracują nad rozwiązaniami wspierającymi minimalizowanie wpływu na klimat, mogły zgłosić swoje pomysły. W ramach projektu zgłosiło się ponad 200 start-upów w obszarze zrównoważonego rozwoju. W przesłuchaniach wzięło udział 50. Finalnie wyselekcjonowano 5 start-upów środowiskowych, z którymi prowadzone są testy wdrożeniowe, co w kolejnym kroku zdecyduje o sfinalizowaniu współpracy.



Intrum dba o zrównoważony rozwój, minimalizując swój negatywny wpływ na środowisko. W 2020 r. firma wdrożyła Environmental Kit. Do 2030 r. Intrum planuje być neutralne klimatycznie. Działania, które wdrożono w 2020 r. to m.in.: podwójne drukowanie, korzystanie z ekopapieru, zmniejszenie zużycia energii w biurach, oszczędzanie materiałów biurowych, rezygnacja z plastiku w biurach, recykling baterii, uruchomienie platformy carsharingowej w firmie, kampanie edukacyjne uświadamiające w temacie ekologii.



Sieć Biedronka należąca do **Jeronimo Martins Polska** wprowadziła **edukację ekologiczną do swoich akcji lojalnościowych w 2020 r.** Z okazji Światowego Dnia Środowiska Biedronka wydała książkę „Eko Słodziaki”, ucząca postaw proekologicznych, z której część dochodu przekazana została Stowarzyszeniu Czysta Polska. W ramach akcji Gang Fajniaków Biedronka zorganizowała konkurs ekologiczny dla klas 1–3 szkół podstawowych dotyczący żywiołów, zawierający scenariusze lekcji, audiobooki oraz wideo z doświadczeniami. W dniu Święta Drzewa Biedronka i Stowarzyszenie Czysta Polska postanowiły zaopiekować się ok. 1000-letnim dębem Bolko, który przejdzie zabiegi konserwacyjne.



Kronospan Polska realizuje projekt edukacji ekologicznej **Akademia Recyklingu Kronospan**, aby przyczynić się do poszerzenia wiedzy różnych grup z zakresu recyklingu i odzysku materiałów drewnopochodnych. W ramach Akademii cyklicznie organizowane są różnorodne aktywności, w tym: warsztaty dla Uniwersytetu Trzeciego Wieku, projekt edukacji ekologicznej dla uczniów szkół, konkursy i pikniki recyklingowe. Działania Akademii promują recykling oraz edukują o instalacjach recyklingowych, w których drewno użytkowe jest rozdrabniane i dodawane do produkcji wysokiej jakości płyt wiórowych.



Eko działanie w Lewiatanie! to projekt obejmujący inicjatywy w obszarze konsumenckim oraz prowadzenia biznesu w sposób zrównoważony. W sektorze konsumenckim **Lewiatan Holding** w 2020 r. wprowadził do obrotu papier do pakowania oraz torby papierowe do pakowania pieczywa, kartony i papierowe torby na zakupy, a także torby termiczne i reklamówki składające się w 80% z plastiku z recyklingu. W sektorze biznesowym firma zaczęła proces wdrażania w sklepach zrzeszonych w sieci Lewiatan koszy ciągnących wykonanych z recyklingu lin rybackich, instalacji fotowoltaicznych, instalacji odzysku ciepła, belownic do odpadów kartonowych i folii.



Forum Gdańsk FOR ECO to szereg działań związanych z ochroną środowiska podejmowanych przez firmę. Tereny zielone **FORUM GDANSK** zajmują ponad 1/3 powierzchni całej działki. Unikalny ekosystem przyciąga owady i ptaki. Starannie dobrane rośliny miododajne sprzyjają także pszczołom mieszkającym w ulach na przedpolu ekologicznym. Firma jest partnerem kampanii „Gdańsk bez plastiku” realizowanej przez gminę. Centrum udostępnia także ładowarki do samochodów elektrycznych, konsekwentnie zachęca najemców do ekologicznych rozwiązań. Innym przykładem proekologicznej działalności jest tworzenie przedmiotów użytkowych ze zużytych banerów.



Współpraca międzysektorowa na rzecz zrównoważonego rozwoju LWB to program, którego celem była realizacja projektów prośrodowiskowych w partnerstwie z interesariuszami firmy **Lubelski Węgiel Bogdanka**. Partnerami programu były głównie instytucje naukowe oraz organizacje prośrodowiskowe. Bogdanka wyznaczyła kluczowe obszary wpływu, które powiązała z interesariuszami, a następnie konkretnymi działaniami zwiększającymi efektywność środowiskową spółki. W efekcie w 2020 r. zrealizowano cztery duże projekty wdrożeniowe z zakresu ochrony środowiska.



W roku 2020 **Samsung Electronics Polska** przyjął **klauzulę środowiskową dla dostawców** odnośnie do eliminacji plastiku w obszarze działalności marketingowej. Klauzula jest osobnym dokumentem dotychczasym do umów z dostawcami i agencjami odpowiedzialnymi za prowadzenie działalności eventowo-reklamowej dla firmy Samsung. Klauzula trafiła do ponad 20 dostawców obsługujących Samsung, w tym agencji eventowych oraz BTL produkujących gadżety i nośniki reklamowe.



W 2020 r. firma **Sanofi** wprowadziła szereg **innowacji proekologicznych w Zakładzie Produkcyjnym w Rzeszowie**. Między innymi ograniczono zużycie wody poprzez obniżenie wilgotności powietrza przygotowywanego przez instalację klimatyzacji w pomieszczeniach produkcyjnych (oszczędność wody 3444 m sześć.) oraz wykorzystanie ciepła skroplin powracających z instalacji kotłowej do podgrzewania wody grzewczej (oszczędność wody 4592 m sześć.). Zrezygnowano z jednorazowych, plastikowych naczyń – osiągnięto redukcję odpadów komunalnych o 57% w stosunku do 2017 r.



W ramach ubezpieczeń korporacyjnych najnowszym rozwiązaniem **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** jest **Zielona Klauzula** (Klauzula zielonej odbudowy), w ramach której ubezpieczyciel powiększa wypłatę odszkodowania o koszty zastosowania rozwiązań ekologicznych. Proekologiczne rozwiązania wprowadzone w ramach odbudowy mogą być różne – od instalacji fotowoltaicznej po stojaki na rowery dla pracowników.



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia wykorzystuje **Internet Rzeczy** przy tworzeniu nowego modelu ubezpieczenia skierowanego na prewencję, ciągłość działania i minimalizację emisji CO₂ do atmosfery. Dzięki monitorowaniu w czasie rzeczywistym rozwiązanie IoT jest w stanie odpowiednio wcześniej alarmować klientów o potencjalnych zagrożeniach mogących spowodować szkody majątkowe lub środowiskowe. Dodatkowo rozwiązania IoT umożliwiają monitoring zużycia energii oraz temperatury w pomieszczeniach. W 2019 r. procedury zostały wdrożone u 10 klientów, przez co ok. 50 obiektów może być na bieżąco monitorowanych.



Firma **BASF Polska** przystąpiła do programu **Climate Leadership powered by UN Environment**, aby pracować na rzecz neutralności klimatycznej w głównym nurcie swojej działalności. Współpracując z ekspertami programu, firma



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

ŚRODOWISKO

BASF Polska wypracuje taki plan zmian, który w udokumentowany sposób będzie zgodny z założeniami programu – wdrożenia rzeczywistych zmian ukierunkowanych na przezwyciężanie pogłębiającego się kryzysowi klimatycznemu.



Sieć **Carrefour Polska** podpisała **Polski Pakt Plastikowy**. W kolejnych latach zadaniem paktu będzie zaimplementowanie Mapy Drogowej i zaangażowanie innych podmiotów do podjęcia dobrowolnych zobowiązań w zakresie zrównoważonego wykorzystywania tworzyw sztucznych. Oprócz angażowania się w inicjatywę proekologiczne wspólnie z partnerami, **Carrefour** wdraża również własne praktyki w ramach strategii opakowaniowej, wspiera dostawców w realizacji odpowiedzialnego i innowacyjnego biznesu oraz oferuje klientom możliwość przyłączania się do organizowanych akcji w myśl idei Less Waste.



CSR Consulting we wrześniu 2020 r. ogłosił powstanie **Polskiego Paktu Plastikowego**. Pakt łączy firmy i organizacje związane z łańcuchem wartości tworzyw sztucznych, aby zmienić obecny model wykorzystywania tworzyw sztucznych w opakowaniach na polskim rynku w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym. Ogłoszono sześć wspólnych celów dla członków paktu do roku 2025. Polski Pakt Plastikowy jest częścią globalnej sieci **Plastics Pact** koordynowanej przez Fundację **Ellen MacArthur**. Inicjatywa powstała pod parasolem Kampanii 17 Celów.



Koalicja „**Włącz Czystą Energię dla Polski**”, której inicjatorem jest **Fortum**, umożliwia współpracę środowisk rządowych oraz przedstawicieli biznesu, promocję dobrych praktyk i inicjowanie dyskusji na temat modelu wdrażania GOZ w Polsce. Firmy, które dołączają do inicjatywy – do grudnia 2020 r. było ich 14 – zobowiązują się do podpisania deklaracji na rzecz budowy gospodarki o obiegu zamkniętym w Polsce. Jednym z najważniejszych projektów koalicji, jeśli chodzi o inicjowanie dyskusji na temat GOZ był Kongres GOZpodarka, który odbył się 27 października 2020 r. w wersji online.



W roku 2020 **Kaufland Polska Markety** przystąpił do kilku partnerstw i koalicji na rzecz zrównoważonego rozwoju, w ramach realizacji 17 celu SDG „Partnerstwo na rzecz celów”. Podpisał deklarację Partnerstwa na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju w Polsce - dołączył do Polskiej Koalicji ds. Zrównoważonego Oleju Palmowego, którego członkowie zobowiązują się do optymalizacji łańcucha dostaw oraz jego transparentności; został sygnatariuszem Karty Różnorodności oraz członkiem Polskiego Paktu Plastikowego.



Santander Bank Polska został członkiem **Polskiego Paktu Plastikowego**. Bank przystąpił do inicjatywy m.in. po to, aby w ramach realizowanej strategii odpowiedzialnej bankowości, we współpracy z największymi organizacjami branżowymi, producentami dóbr konsumpcyjnych i sieciami handlowymi, wspierać firmy klientów w procesie transformacji nakierowanej na zamknięcie obiegu wykorzystania tworzyw sztucznych.



Danone opracował strategię transformacji opakowań w Polsce. Plan działań do 2025 r. dotyczy pięciu obszarów tematycznych, a jego celem jest zapewnienie, by w 2025 r. 100% opakowań nadawoło się do recyklingu lub ponownego użycia. Aby wypracować strategię, stworzono międzydziałowy zespół projektowy oraz zaplanowano cykl spotkań i warsztatów. Punktem wyjścia była ocena wszystkich opakowań metodą **Design4Recyclability**, a także zmapowanie obecnych i planowanych projektów w obszarze zrównoważonych opakowań w powiązaniu z analizą oczekiwań i inicjatyw interesariuszy zewnętrznych.



Hochland opracował mapę drogową dla zrównoważonych opakowań. Firma postawiła sobie cel, aby do roku 2025 opakowania **Hochland Polska** były w 100% zdatne do recyklingu. Weryfikacji pod kątem przydatności do recyklingu zostały poddane opakowania wszystkich produktów – kierowano się kryterium dążenia do wypracowania opakowań opartych na strukturach monomateriałowych. Dla każdego produktu określone zostały konkretne działania i ich plan realizacji w czasie.



Międzynarodowa polityka zakupowa oleju palmowego dotyczy wszystkich artykułów marki własnej w grupie asortymentowej **Food i Non-Food**. Obowiązuje ona niezależnie od ustawowych obowiązków deklaracyjnych i jest wiążącą dla całej Grupy Przedsiębiorstw **ALDI Nord**. Celem jest utrzymanie wykorzystania tylko oleju w 100% certyfikowanego przez **RSP0**. Spółka cały czas dba o utrzymanie osiągniętego celu.



Zgodnie z Międzynarodową polityką zakupową kwiatów i roślin obowiązującą w **ALDI** spółka zobowiązuje się do wspierania zrównoważonej uprawy kwiatów i roślin, a także do długotrwałej poprawy warunków pracy i życia plantatorów, ich rodzin i pracowników. Dostawcy oraz ich producenci współpracujący z **ALDI** zobowiązują się do przestrzegania standardów ustanowionych przez Międzynarodową Organizację Pracy (**ILO**), Powszechnej deklaracji praw człowieka i innych ponadpaństwowych, niezależnych wytycznych obejmujących przeciwstawianie się jakiegokolwiek formie pracy przymusowej oraz pracy dzieci, dyskryminacji w miejscu

pracy, a także wytycznych dotyczących ustanowionego postępowania z wynagrodzeniem oraz czasem pracy pracowników, które odpowiadają standardom.



ALDI, oferując produkty marki własnej wykonane z drewna lub drewnopochodne (chusteczki higieniczne, książki, artykuły biurowe lub piśmienne, meble, artykuły dziecięce, ogrodnicze czy dekoracyjne), zobowiązuje się do stosowania surowców pochodzących z certyfikowanych, zrównoważonych upraw i/lub materiałów z recyklingu. Stosując się do **międzynarodowej polityki zakupu drewna**, firma przyczynia się do długotrwałej ochrony i zapewnienia trwałości lasom oraz naturalnym ekosystemom. Dotyczy to również wszystkich opakowań i produktów używanych wewnątrz przedsiębiorstwa (jak np. papier do kserokopiarki i drukarki, notatniki, papier toaletowy).



Międzynarodowa polityka zakupowa dotycząca dobrostanu zwierząt odnosi się do wszystkich artykułów marki własnej **ALDI** w grupie asortymentowej Food i Non-Food, zawierających surowce pochodzenia zwierzęcego. Polityka zakupowa określa wymagania stawiane podczas kształtowania asortymentu ukierunkowane na dobrostan zwierząt, przejrzystość, identyfikowalność, kontrolę i audyty. Polityka ta określa też zwiększanie zaangażowania w dialog obejmujący całą branżę. **ALDI** sukcesywnie powiększa asortyment wegańskich i wegetariańskich produktów.



Polityka klimatyczna Grupy Przedsiębiorstw **ALDI** Nord zakłada obniżenie emisji gazów cieplarnianych do roku 2021 o 40% względem roku 2015. Polityka przedstawia jasny harmonogram działań, by cel ten został osiągnięty.



Akcja Drzewko za butelkę to ogólnopolska inicjatywa programu „Odpowiedzialność i troska”, realizowana lokalnie przez **ANWIL**. Spółka zachęcała szkoły podstawowe oraz przedszkola do zbierania butelek PET, które następnie były odbierane przez specjalistyczną firmę i przekazywane do dalszego przetworzenia. W 2020 r. w akcji wzięło udział 5634 uczniów i przedszkolaków z 259 klas i grup.



Asseco Poland prowadzi wiele **działań na rzecz zrównoważonego rozwoju**. Firma podnosi świadomość ekologiczną pracowników (przez szkolenia, konkursy, informacje

w biuletynach), a także dostawców (przez określenie w dokumentacji spółki środowiskowych zasad wyboru dostawców oraz zasad współpracy z nimi). Przedsiębiorstwo stworzyło także platformę internetową, dającą pracownikom możliwość wymiany spostrzeżeń i zgłaszania pomysłów na ekorozwiązania w spółce. Dodatkowo firma wdrożyła m.in. takie działania, jak wymiana świetlówek na lampy LED, kupno urządzeń o większej efektywności energetycznej, instalacja programatorów czasowych przy dystrybutorach wody, ograniczenie zużycia papieru, wybór pojazdów o niskiej emisji spalin. Podjęte działania umożliwiły obniżenie kosztów zużycia energii oraz zwiększyły świadomość proekologiczną pracowników.



Projekt „**BOŚmy zieloni**” **Banku Ochrony Środowiska** skupiał się na wzmocnieniu proekologicznych i społecznych postaw pracowników. W 2020 r. w ramach inicjatywy zrealizowano program rozwoju kompetencji ekologicznych pracowników, który obejmował m.in. szkolenia zdalne oraz nowoczesny e-learning podnoszący i utrwalaający wiedzę z zakresu ochrony środowiska, produktów proekologicznych **BOŚ** i sposobów finansowania przedsięwzięć ekologicznych.



Raport Ekologiczny 2020 to kontynuacja sprawozdań publikowanych od 1999 r. Podsumowuje on proekologiczną działalność **Banku Ochrony Środowiska** w czasie opisywanego roku, a także opisuje najbardziej aktualne wydarzenia i wyzwania rynku inwestycji w ochronie środowiska w Polsce. Raport jest adresowany do obecnych i przyszłych klientów **BOŚ** oraz instytucji współpracujących z bankiem.



Bank Pekao w ramach programu **Pekao dla środowiska** postawił na lepsze zarządzanie zasobami, m.in. montaż odrębnych kranów z wodą filtrowaną we wszystkich aneksach kuchennych w obiektach LOP i WBP w Warszawie, minimalizację zużycia energii, oszczędność papieru, selektywną zbiórkę odpadów, ograniczenie emisji spalin, proekologiczną edukację pracowników.



W inicjatywy na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatu **BNP Paribas Bank Polska** włącza zarówno pracowników, jak i klientów. W programie „**Bank zielonych zmian**”, zainaugurowanym w kwietniu 2019 r. udział wzięło 2,5 tys. pracowników. W 2020 r. bank rozpoczął drugą edycję pod hasłem „Odpowiedzialna konsumpcja i zrównoważony styl życia”. W ramach promowania ekopostaw bank przygotował również kalkulator nawozu naturalnego, który wspiera



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

ŚRODOWISKO

zrównoważone rolnictwo i minimalizuje nadmierne nawożenie mające negatywny wpływ na środowisko.



Od 2018 r. w **BNP Paribas Bank Polska** funkcjonuje **Biuro ds. Programów Zrównoważonego Rozwoju**, którego celem jest rozpoznanie i wdrażanie programów rozwojowych związanych z efektywnością energetyczną, odnawialnymi źródłami energii, elektro mobilnością i ochroną środowiska naturalnego. Biuro współpracuje z krajowymi i międzynarodowymi instytucjami finansowymi – takimi jak Europejski Bank Inwestycyjny i Bank Gospodarstwa Krajowego. Biuro konsoliduje wszystkie projekty banku w wymienionych obszarach, a jego celem jest pozyskanie finansowania projektów proekologicznych w postaci linii kredytowych i gwarancji, dostarczanie klientom pomocy technicznej i promowanie rozwiązań proekologicznych.



BNP Paribas Bank Polska od lat angażuje się w **partnerstwa na rzecz klimatu**. Wśród partnerów Banku znajdują się m. in. Stowarzyszenie Rolnictwa Zrównoważonego ASAP, Global Compact Network Poland czy UNEP/GRID-Warszawa. Bank jest także członkiem inicjatyw takich jak: Koalicja na Rzecz BIO, „Partnerstwo dla klimatu” m. st. Warszawy oraz programu Climate Leadership, budującego społeczność liderów realnej zmiany w biznesie na rzecz neutralności klimatycznej i zrównoważonego rozwoju.



Zrównoważony rozwój środowiska to jeden z trzech filarów działalności CSR w **Capgemini Polska**. Firma prowadzi kampanie i akcje ukierunkowane na wzrost świadomości pracowników i zmianę ich zachowań, m.in. wprowadziła obowiązkowe szkolenia z environmental awareness, realizuje kampanie #rethinkplastic, a także usunęła jednorazowe kubki z automatów we wszystkich biurach. Kluczowymi zagadnieniami z tego zakresu są: zużycie energii, segregacja śmieci i podróże służbowe. Firma stale dąży do ograniczania negatywnego wpływu na środowisko oraz już dwukrotnie otrzymała certyfikację ISO 14001, czyli System Zarządzania Środowiskowego.



Carrefour przez inicjatywę **STOP deforestacji** realizuje działania przekładające się na przeciwdziałanie wylesianiu: jest członkiem RSPO, rozwija ofertę produktów marki własnej ze znakiem certyfikatu FSC®, a także korzysta z systemu poolingu paletowego (zwrot palet), który pozwala m.in. uniknąć wycinki drzew.



Inicjatywa **gospodarowania odpadami BIO** polega na przekazywaniu ich przez **Carrefour** do lokalnych kompostowni, gdzie pozyskuje się z nich kompost stosowany do rekultywacji

terenów zdegradowanych, do celów rolniczych lub wytwarza się paliwa alternatywne. W 2020 r. w projekcie wzięły udział 74 hipermarkety i 51 supermarketów sieci.



Fundacja **Carrefour** przekazała 64 800 euro na rzecz Społecznego Instytutu Ekologicznego, na realizację projektu **Go Agri Bio**. Cel projektu to przeprowadzenie pięciu rolników przez proces certyfikacji ekologicznej i pomoc w przejściu ich gospodarstw na rolnictwo ekologiczne dzięki wdrożeniu procesu konwersji. Beneficjenci otrzymują pomoc ekspercką i finansową. W ramach projektu powstał też blog jakzostac-rolnikiemeko.pl.



Sieć **CCC** wdrożyła i opublikowała strategię środowiskową **Clean Footprint**. Strategia jest zgodna z obowiązującą polityką środowiskową i opiera się na sześciu filarach. W roku 2020 rozpoczęto prace nad aktualizacją strategii środowiskowej w odniesieniu do Strategii Zrównoważonego Rozwoju GK CCC GO.22.



Credit Agricole Bank Polska wdrożył **politykę środowiskową Credit Agricole Bank Polska**. Jej celem jest ograniczanie niekorzystnego wpływu na środowisko oraz poprawa skuteczności działań banku w tym zakresie. Zobowiązanie obejmuje trzy poziomy zaangażowania: indywidualny, lokalny i globalny.



Enea EkoProjekty to prośrodowiskowe działania realizowane przez **Grupę Enea** we współpracy z Lasami Państwowymi, w tym wydarzenia skierowane do społeczności lokalnych z terenu działania Grupy Enea. Wśród inicjatyw można wymienić: montaż nowych platform pod gniazda na wysokich słupach energetycznych, realizację akcji #EneaKwiatyDlaPszczół, sadzenie drzew w ramach zalesień miast czy wydanie monografii ptaków Puszczy Kozienskiej.



Kierunek Bałtyk to projekt realizowany na rzecz czynnej ochrony środowiska i edukacji ekologicznej przez **Grupę Kapitałową LOTOS**. W ramach programu prowadzone są działania dotyczące bioróżnorodności Morza Bałtyckiego, w tym zagrożonego gatunku morświna, zwanego bałtyckim delfinem, edukacja na temat problemu obecności plastiku i mikroplastiku w Bałtyku oraz streamingi na żywo z helskiego fokarium i z gniazda sokotów na terenie rafinerii w Gdańsku. Partnerami projektu są Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Stacja Morska Instytutu Oceanografii Uniwersytetu Gdańskiego w Helu i Stacja Biologiczna w Sobieszewie.



ING Bank Śląski kontynuuje swój udział w **Programie Środowiskowym**, gromadząc dane, monitorując zużycie energii oraz dążąc do wyznaczonych celów zmniejszających emisję śladu węglowego i wodnego. Bank promuje i wdraża konkretne rozwiązania techniczne, mające bezpośrednie przełożenie na wpływ na środowisko - zamontowano panele fotowoltaiczne, oświetlenie solarno-wiatrowe parkingu zewnętrznego, energooszczędne zmywarki oraz zbiornik na wodę deszczową. Zakupiona została również energia elektryczna pochodząca ze źródeł odnawialnych, co przyczyniło się do zmniejszenia emisji CO₂.



REset Plastic to międzynarodowy projekt firmy Kaufland, do którego dotoczyła również spółka **Kaufland Polska Markety**. W ramach inicjatywy firma Kaufland zobowiązała się do 20-proc. redukcji plastiku w opakowaniach marek własnych do 2025 r. oraz do wprowadzenia do 2025 r. 100% opakowań marek własnych poddających się recyklingowi. W ramach REset Plastic firma Kaufland wprowadziła m.in. wielorazowe woreczki na owoce i warzywa oraz torby zakupowe wielokrotnego użytku. Wdrożyła również na szeroką skalę skrzynki wielokrotnego użytku EPS w łańcuchu dostaw oraz zmodyfikowała opakowania marek własnych, rezygnując np. z plastikowych wieczek w napojach marki K-to go oraz stosując recyklat w butelce oleju słonecznikowego K-Classic. W 2020 r. sieć przystąpiła do inicjatywy Polski Pakt Plastikowy oraz zorganizowała wraz z Fundacją Nasza Ziemia Akcję Sprzątania Świata.



Kwestie zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy w **Łubelski Węgiel Bogdanka** stanowią element **Zintegrowanego Systemu Zarządzania BHP i Środowiskiem w LW Bogdanka**. Procedury w zakresie zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy zgodne są z normą OHSAS 18001 i PN-N 18001. Kwestie te zostały również uwzględnione w zintegrowanym systemie zarządzania ryzykiem korporacyjnym. W spółce wdrożono także system zarządzania bezpieczeństwem powszechnym.



MAKRO Polska stawia na **rozwój produktów zrównoważonych oraz podnoszenie świadomości ekologicznej**. Firma ma wdrożone polityki zakupowe dotyczące zrównoważonego pozyskania papieru i drewna, ryb, soi i oleju palmowego. Sieć stale poszerza ofertę produktów marki własnej z certyfikatami MSC, ASC, FSC PEFC, RSP0. Pracownicy są regularnie szkoleni z zakresu odpowiedzialnych produktów oraz ograniczania zużycia plastiku. W biurze zostały wyeliminowane plastikowe sztucce oraz butelki. Każdy pracownik

otrzymał szklany bidon z wygrawerowanym imieniem i nazwiskiem.



W ramach inicjatywy **#mBankJestEko mBank** edukuje pracowników i wprowadza racjonalne gospodarowanie zasobami. Bank zrezygnował z plastikowych butelek, sztućców i kubków, pracownicy i klienci piją filtrowaną wodę z kranu. W 2020 r. zrezygnowano z papierowych ulotek, dzięki czemu udało się oszczędzić 5 ton papieru rocznie. Informacje o usługach są prezentowane klientom w formie elektronicznej. Wprowadzenie systemu zarządzania wydrukami i sprawne przejście znacznej części pracowników w tryb pracy zdalnej pozwoliło z kolei na oszczędzenie 4 mln kartek A4.



Firma **Mondelēz International w Polsce** podjęła **zobowiązanie dotyczące opakowań**. W tym celu angażuje się w działania branżowe i nawiązuje partnerstwa. Koncern dąży do zbierania i poddawania recyklingowi opakowań w ilości odpowiadającej tej, którą sprzedaje. Pracuje nad przekształceniami opakowań, ustalając wytyczne w zakresie obiegu zamkniętego, zapewnia odpowiednie gromadzenie odpadów, podejmuje kroki, aby recykling był łatwiejszy i możliwy na szerszą skalę.



Cocoa Life to program zrównoważonej uprawy kakaowca. Jego celem jest zapewnienie stabilnego łańcucha dostaw kakao przy jednoczesnym zabezpieczeniu lepszej przyszłości lokalnych farmerów. **Mondelēz International w Polsce** w ramach projektu podejmuje także działania na rzecz wzmocnienia pozycji kobiet, którym umożliwiono edukację i rozwój. Od rozpoczęcia programu inicjatywa objęła ponad 175 tys. rolników. Do końca 2019 r. 63% ziaren kakaowca wykorzystywanych w produkcji czekolad pochodziło z Cocoa Life. Do roku 2025 firma będzie wykorzystywała do produkcji wyłącznie ziarna kakaowca pozyskane w sposób zrównoważony.



Mondelēz International w Polsce w ramach praktyki **Harmony** łączy rolników, spółdzielnie rolnicze i młyny. Analizy wykazały, że największy wpływ na środowisko mają niezbędne do produkcji ciastek surowce. Aż 2/3 z nich to zboża, głównie pszenica. Przez promowanie zrównoważonych praktyk i polepszanie bioróżnorodności w łańcuchu dostaw firma stawia czoło wyzwaniom, takim jak zmiany klimatu i niedobory surowców. Ponad 1700 rolników na sześciu rynkach, w tym w Polsce, ogranicza ilość zużywanej wody, dba o jakość gleby oraz redukuje emisję CO₂. W 2019 r. zebrano



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

ŚRODOWISKO

180 tys. ton pszenicy Harmony. Firma zapowiedziała, że do roku 2022 roczny wolumen zwiększy się do ponad 280 tys. ton i wszystkie ciastka w UE będą produkowane z pszenicy pochodzącej z upraw zrównoważonych.



Eko Projekt ma zachęcać pracowników firmy **Pelion** do działań na rzecz środowiska i angażowania się w różne akcje i zbiórki. Spółka prowadzi segregację baterii, puszek i nakrętek. Opracowane zostały naklejki o oszczędzaniu wody, energii oraz papieru. W firmie zrezygnowano z wody w plastiku na rzecz wody z kranu.



Odpowiedzialne i innowacyjne działania w obszarze ochrony środowiska PKP CARGO wyrażają się m.in. w inwestycjach w zakup, modernizacji i zapleczu utrzymaniowo-naprawczym taboru oraz jego wyposażeniu przeznaczonym do diagnostyki. Transport kolejowy oferowany przez **PKP CARGO** jest ekologiczny i konkurencyjny wobec transportu drogowego ze względu na niską emisję CO₂. Spółka podpisała również listy intencyjne pomiędzy PKP CARGO i PKP Energetyka w zakresie wykorzystania energii elektrycznej z OZE oraz list na rzecz wykorzystania w taborze paliwa wodorowego. System nadzoru nad ochroną środowiska jest regulowany wewnętrznie i monitorowany.



Główną korzyścią praktyki **Fotoporządk** jest przyczynienie się pracowników **Polpharmy** do poprawy jakości środowiska w ich najbliższym otoczeniu przez doprowadzenie do usunięcia nielegalnie wyrzuconych odpadów. Pracownicy przesyłają zdjęcia zaśmieconych miejsc oraz ich lokalizację, a informacja przekazywana jest odpowiednim służbom. W 2020 r. odbyła się już piąta edycja, w ramach której wpłynęło 30 zgłoszeń z całej Polski. Dzięki współpracy ze Strażą Miejską oraz jednostkami samorządów terytorialnych udało się posprzątać 52% zgłoszonych miejsc.



Polpharma jako firma farmaceutyczna, prowadząca także produkcję chemiczną, od roku 2014 dzieli się wiedzą z firmami i dostawcami usług z zakresu ochrony środowiska oraz dobrymi praktykami z firmami z całej Polski podczas cyklu spotkań **Porozmawiajmy o środowisku**. Tematem spotkania w 2020 r. były ostatnio wprowadzone zmiany prawne w obszarze gospodarowania odpadami, czyli Baza Danych o Odpadach. Spotkanie odbyło się w formie online, a udział w nim wzięli przedstawiciele m.in. takich firm, jak: Adamed Pharma, Cemex Polska, SIMS, Aminex, GIWK, Star-Wik.



Polski Koncern Naftowy ORLEN od roku 1999 uczestniczy w **programie restytucji sokota wędrownego**, współpracując ze Stowarzyszeniem na rzecz Dzikich Zwierząt Sokół. W latach 2002–2020 płocka para sokotów wychowała 51 piskląt, w tym 4 z adopcji. W 2018 r. gniazdo sokotów zajął raróg, a był to drugi udokumentowany lęg tego gatunku w Polsce. Niezależne jaja raroga zostały przekazane do Muzeum Przyrodniczego we Wrocławiu. Od kilku lat możliwe jest podglądanie na żywo online gniazda w budce lęgowej.



SITECH aktywnie uczestniczy w programie koncernu Volkswagen na rzecz zrównoważonego rozwoju **Think Blue. Factory**. Firma zobowiązała się do zmniejszenia do roku 2025 o kolejne 20% w stosunku do roku 2018 zużycia energii i wody, ilości produkowanych odpadów oraz emisji CO₂ w przeliczeniu na jeden wyprodukowany komponent. W firmie na bieżąco monitorowane są wskaźniki zużycia wody, prądu, emisji CO₂ oraz odpadów, a także poziom hałasu.



W pobliżu siedziby **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia** został wydzierżawiony od miasta teren, który był nieużytkiem. W jego miejscu utworzono kompleks parkowo-parkingowy, dedykowany pracownikom firmy i mieszkańcom miasta. Powierzchnia Parku to 2 ha. W **Parku Hestii** posadzono prawie 95 tys. sztuk krzewów, bylin, traw i kwiatów oraz ponad 150 wieloletnich drzew liściastych i iglastych. Park jest dostosowany do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.



Sieć **T-Mobile Polska** przyjęła wiele zobowiązań prośrodowiskowych realizowanych w ramach projektu **We care**. Wśród zobowiązań znalazły się takie, jak: zmniejszenie emisji CO₂ o 90% do roku 2030, wymiana floty samochodów na te bez silników Diesla, zakup energii tylko ze źródeł odnawialnych. Część działań firma prowadzi konsekwentnie od lat, m.in. wymieniła już część pojazdów w swojej flocie na elektryczne. W ramach inicjatywy Paperless prowadzone są także działania zmniejszające zużycie papieru, np. w paczkach dla klientów.



Działania proekologiczne prowadzone przez firmę **Volkswagen Motor Polska** to m.in. transfer know-how, zakup nowoczesnych urządzeń niskoemisyjnych, stosowanie obiegów zamkniętych, wdrożony i stosowany system zarządzania środowiskiem i energią według norm ISO 14001, ISO 50001, systematyczne kontrole i monitoring działań pod kątem środowiskowym.



RECYCLING

PepsiCo Consulting Polska wprowadziło do obiegu butelki Lipton Ice Tea wykonane w 100% z rPET, czyli plastiku pochodzącego w całości z recyklingu. Firma dąży do zminimalizowania w procesach produkcji wykorzystania surowca pierwotnego i przejścia na model obiegu zamkniętego. Wprowadzenie rPET do produkcji opakowań herbaty mrożonej umożliwi zaoszczędzenie 2300 ton surowca pierwotnego, co oznacza, że ok. 86 mln butelek mniej trafi do obiegu. W efekcie uzyskana zostanie dodatkowa redukcja emisji CO₂ o ponad 40% w porównaniu z tradycyjnym procesem produkcji PET.



Blistry farmaceutyczne stanowią największy odpad z grupy tworzyw sztucznych w przemyśle farmaceutycznym. Ocenia się, że zawierają średnio 75–85% wagi odpadów z tworzywa sztucznego i 15–25% wagi wszystkich odpadów folii aluminiowej. **Sanofi** wdrożyło **recykling odpadów blisterów z folii PCV/Al w Zakładzie Produkcyjnym Sanofi w Rzeszowie**. Firma opracowała metodę ich przetwarzania i postawiła sobie za cel dalszy rozwój tych działań oraz kontynuację projektu w roku 2021.



Żabka Polska zdecydowała, że **wszystkie napoje marek własnych Żabka Polska (Foodini, Wycisk, shoty SI, Od Nowa)** będą sprzedawane w butelkach pochodzących w 100% z recyklingu. Gwarancją tego, że butelki marek własnych nie tworzą kolejnego pierwotnego plastiku i nie generują kolejnych śmieci, jest specjalny znak i hasło prezentowane na opakowaniu.



W ramach programu „Naturalnie Razem” **Żabka Polska** odbiera od franczyzobiorców folię i makulaturę. Pozyskane surowce wtórne kierowane są do dalszego przetworzenia. Zebrane kartony i folia stretch otrzymują drugie życie. W ramach programu „Naturalnie Razem” Żabka edukuje franczyzobiorców w zakresie segregacji surowców wtórnych i zachęca ich do podejmowania ekologicznych wyborów. W roku 2020 zebrano 12 tys. ton surowców.



Lubelski Węgiel Bogdanka oraz Fundacja Krajobrazy i Gmina Łączna uruchomiły projekt **rewitalizacji „Skweru Górnik” w Łącznej**. Do prac twórczych wykorzystano zużyte elementy obudowy górniczej z wyrobiska oraz inne materiały (dawniej) konstrukcyjne. Całość połączona została z nasadzeniami, i tak powstał pierwszy w pełni **recyklingowy**

plac w mieście, nawiązujący do tradycji górniczych, ale i ukazujący potrzebę wydużania cyklu zużycia produktów.



Firma **Żywiec Zdrój** zobowiązała się, że w 2020 r. zapewni **zbiórkę plastiku** w takiej ilości, **jaką wprowadza na rynek** oraz że będzie aktywnie działać, by w roku 2025 osiągnąć **recykling** powyżej 90% butelek PET w Polsce. Firma spełniła to zobowiązanie – dofinansowała zbiórkę i recykling blisko 36 tys. ton tworzyw sztucznych dodatkowo, ponad ustawowy obowiązek. Przy realizacji zobowiązania Żywiec Zdrój współpracował z Rekopolem.



Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne przystąpiło do **Koalicji 5 Frakcji**, której celem jest wsparcie przedsiębiorstw przy wprowadzeniu innowacyjnego systemu oznakowań na opakowaniach. W związku z tą praktyką firma zorganizowała dla pracowników kampanię edukacyjną budującą świadomość w zakresie prawidłowego segregowania odpadów („Fakty i mity dotyczące segregacji odpadów”), a także poprawy bezpieczeństwa na drogach w związku z poruszaniem się i obsługą samochodów wielkogabarytowych – śmieciarek („Uwaga na martwy punkt”). Kampania była prowadzona z wykorzystaniem plakatów, filmów na monitorach zakładowych oraz biuletynu firmowego, a objęła swym zasięgiem 250 osób.



Carrefour Polska jako **partner Koalicji 5 Frakcji** skupia się na wprowadzeniu jednolitego systemu oznakowania opakowań. W ramach działań w 2020 r. przeprowadzona została wewnętrzna kampania skierowana do pracowników, dotycząca segregacji odpadów, z wykorzystaniem materiałów udostępnionych przez koalicję. **Carrefour** podjął również globalne zobowiązanie, że od 2025 r. wszystkie produkty marki własnej sieci umieszczane będą w opakowaniach nadających się do recyklingu lub kompostowania. Każdy sklep sieci prowadzi też kompleksową segregację odpadów.



CCC zrezygnowało z **toreb foliowych** w sklepach stacjonarnych i sprzedaży online. CCC dociera z produktami do szerokiego grona odbiorców, rocznie sprzedaje ponad 70 mln obuwia. Obecnie wykorzystuje tylko torby papierowe z recyklingu, a należący do sieci sklep internetowy eobuwie.pl korzysta wyłącznie z ekologicznych pudełek i opakowań wysyłkowych.



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

SRODOWISKO

Innowacyjna technologia KeelClip™ jest efektem współpracy spółki **Coca-Cola HBC Polska** z firmą Graphic Packaging International. Nowy rodzaj opakowania zbiorczego nie tylko zastępuje folię wykorzystywaną przy puszkach, ale także umożliwia zużycie mniejszej ilości papieru/tekstury. W ramach inicjatywy Coca-Cola HBC przestanie używać folii termokurczliwej do wszystkich opakowań zbiorczych puszek na wszystkich rynkach Unii Europejskiej do końca 2021 roku.



Koalicja 5 Frakcji, zainicjowana m.in. przez **CSR Consulting**, wypracowała spójny system piktogramów, który informuje konsumenta, jak postępować z poszczególnymi elementami opakowania, oraz wskazuje odpowiednie dla nich pojemniki. Producenci opakowań i wyrobów w opakowaniach mogą umieszczać piktogramy na swoich opakowaniach, a samorządy i firmy – na pojemnikach na odpady.



Biorecykling kapsutek po kawie Nespresso został wdrożony w połowie roku 2015 przez **Lyreco Polska**. Firma przekazuje klientom specjalne torby do zbierania zużytych kapsutek, które są oddawane firmie prowadzącej profesjonalne przetwarzanie odpadów. Trafiają następnie do przemysłu metalurgicznego, gdzie są ponownie wykorzystywane. Kawa także jest używana po raz drugi: w procesie wytwarzania biogazu. W ten sposób ogrzewane jest w tej chwili 200 gospodarstw domowych. Po wykorzystaniu metanu kawa jest dodatkowo przeznaczana na naturalny nawóz.



Program TLEN: Powtórne użycie tonerów wprowadzony przez **Lyreco Polska** powstał z myślą o zapobieganiu składowaniu ton toksycznych substancji na wysypiskach. Obejmuje on sprzedaż tonerów dla klientów, zapewnienie efektywnej zbiórki zużytych tonerów i maksymalne wykorzystanie ich w ponownych procesach produkcji. Z roku na rok rośnie liczba odbieranych i przekazywanych do recyklingu zużytych tonerów.



Aby pomóc klientom lepiej radzić sobie z odpadami biurowymi, **Lyreco Polska** proponuje bezpłatną usługę **zbiórki i recyklingu odpadów**. Usługa recyklingu polega na dostarczeniu pojemników na odpady do zbierania odpadów recyklingowych, opróżnianiu pełnych pojemników na odpady i organizacji transportu pojemników z biura klienta do specjalnie wyznaczonego miejsca zbiorczego, a także dopilnowaniu, żeby recykling przeprowadzaty wyznaczone do tego punkty recyklingowe. Usługa dotyczy odbioru tonerów, zużytych baterii i akumulatorów, elektrośmieci, w tym sprzętu elektrycznego i elektronicznego, żarówek, kapsutek po kawie oraz opakowań.



Działaj z iMPETem! to projekt zainicjowany przez **Rekopol Organizację Odzysku Opakowań**. Celem praktyki jest zwiększenie liczby zbieranych i poddawanych recyklingowi butelek PET. Prowadzone są działania edukacyjne skierowane do różnych interesariuszy. Praktyka realizowana jest we współpracy z firmami: Coca-Cola HBC Polska, Nestlé Polska Oddział Nestlé Waters, Pepsi-Cola General Bottlers Poland oraz Żywiec Zdrój. Dodatkowo wdrożono działania adresowane do zróżnicowanych grup odbiorców, zachęcające do segregacji butelek PET (ogólnopolski program dla szkół podstawowych, interaktywna wystawa zaaranżowana w mobilnej śmieciarce, współpraca z kominarzami). Partnerem przedsięwzięcia jest m.in. sieć sklepów Biedronka.



ZERO WASTE

ALDI przeprowadziło **kampanię edukacyjną dotyczącą nie-marnowania żywności**. W trakcie działań podpowiadano, jak prawidłowo przechowywać produkty oraz jak przygotowywać dania z nadwyżek po poprzednich posiłkach. Do projektu została zaangażowana znana blogerka i autorka książek o tematyce niemarnowania żywności.



Carrefour jako pierwsza sieć handlowa w Polsce została partnerem akcji **Too Good To Go**. Inicjatywa opiera się na przekazywaniu informacji o dostępności w pełni wartościowych produktów, ale z krótkim terminem przydatności do aplikacji Too Good To Go. Dzięki temu klienci mają szansę kupić w całej Polsce produkty dostępne taniej i włączyć się do realizacji ekomisji ocalenia żywności przed zmarnowaniem.



Starbucks/ AmRest Coffee rozpoczął **współpracę z aplikacją Too Good To Go**. Użytkownicy aplikacji mogą kupić paczkę, w której znajdują się niesprzedane danego dnia posiłki, ze zniżką minimum 70-proc., a następnie odebrać ją w ostatnich godzinach pracy lokalu. Oferta dostępna jest we wszystkich 11 miastach, w których znajdują się kawiarnie Starbucks. W pierwszym roku współpracy Starbucks uratował przed wyrzuceniem ponad 45 tys. paczek (ok. 150 tys. swoich produktów).



Fujitsu Technology Solutions organizuje **warsztaty gotowania w duchu zero waste** (zero strat). Pracownicy uczą się, w jaki sposób przygotowywać zdrowe potrawy, tak żeby nie zmarnować żadnych składników. Dowiadują się również, jak ponownie wykorzystać resztki jedzenia, żeby przygotować wartościowe posiłki. Firma organizuje także warsztaty z robienia kosmetyków ekologicznych, również w duchu zero waste.



Nowa edycja kalendarza firmowego **Hochland** Polska na 2021 r. pod hasłem **Kuchnia bez resztek, czyli zero waste z Hochland** to 12 autorskich pomysłów kulinarnych na gotowanie bez resztek i na kreatywne wykorzystywanie resztek do przyrządzania nowych posiłków. Zdjęcia potraw wykonali i sfotografowali pracownicy firmy w ramach czternastej edycji konkursu fotograficznego.



Sodexo Polska prowadzi **kampanię edukacyjną dotyczącą marnotrawienia żywności**, aby na każdym etapie zamawiania i przygotowywania posiłków starać się ograniczać straty produktów. Jednym z ostatnich przykładów działalności jest wewnętrzna kampania edukacyjna zrealizowana przez jednego z naczelnych szefów kuchni w zespole Sodexo, który przygotował szkolenie dotyczące kreatywnego wykorzystania resztek żywności, adresowane do wszystkich pracowników.



Zabierz fusy do domu! to część proekologicznej strategii **Starbucks/ AmRest Coffee**. W ramach inicjatywy od początku roku 2020 we wszystkich kawiarniach Starbucks w Polsce znajdują się kosze z poporcjowanymi fusami kawowymi, pochodzącymi z parzenia kawy dla klientów. Fusy są pakowane w zużyte opakowania po kawie ziarnistej wykorzystywanej w kawiarniach. Goście kawiarni mogą odbierać je nieodpłatnie i wykorzystywać ponownie, np. jako ekologiczny środek do czyszczenia domu, nawóz do roślin czy peeling do ciała.



Coca-Cola HBC Polska prowadzi działania na rzecz **redukcji ilości materiałów plastikowych wprowadzanych na rynek** i działa, aby były w 100% podatne do recyklingu. W roku 2020 firma zaimplementowała folię OPB, której parametry pozwoliły utrzymać właściwe siły naciągu, redukując zarazem gramaturę folii transportowej, co w bezpośrednim przełożeniu oznacza redukcję zużycia folii w procesie produkcyjnym – tym samym redukcję odpadu foliowego. Folię na zbiorczych opakowaniach butelek wody Kropa Beskidu zastąpiono folią niezadrukowaną, która łatwiej poddaje się recyklingowi.



Wycofanie plastikowych artykułów jednorazowego użytku z asortymentu **IKEA Retail** oraz restauracji, kawiarni i bistro IKEA Food to jedno z działań mających na celu ograniczenie zanieczyszczenia środowiska odpadami z tworzyw sztucznych. Od początku roku 2020 ze sprzedaży zniknęły m.in. plastikowe słomki, woreczki na lód czy worki na śmieci, a plastikowe jednorazowe sztućce, kubki czy pojemniki na

żywność w IKEA Food zostały zastąpione odpowiednikami bardziej przyjaznymi środowisku.



Lidl Polska w ramach swojej strategii **REset Plastic** dąży do tego, żeby w 2025 r. 100% opakowań marek własnych maksymalnie nadawało się do recyklingu, jak również aby zostało zredukowane zużycie plastiku w opakowaniach produktów marek Lidla do 20%. Ponadto firma stale współpracuje z dostawcami w celu optymalizacji opakowań produktów oraz redukcji mikroplastiku w produktach marek własnych.



Nowy Styl wdrożył **projekt redukcji opakowań**, który polega na zmniejszeniu ilości tektury i tworzyw sztucznych wykorzystywanych do pakowania produktów. Było to możliwe m.in. dzięki zastosowaniu przez firmę własnych opakowań zwrotnych dla klientów, takich jak pokrowce wielokrotnego użytku wykonane z resztek tkanin, koce wielokrotnego użytku pozyskane z recyklingu i wykorzystywane podczas transportu szaf oraz drewniane skrzynie do transportu komponentów zbiorczych między fabrykami.



Firma **Many Mornings** stworzyła projekt, w ramach którego kolorowe skarpetki drugiego gatunku dostają nowe życie: powstają z nich **upcyklingowe maskotki-matpki**, które w okresie Bożego Narodzenia przekazywane są przez Fundację „Dr Clown” podopiecznym szpitalnych oddziałów dziecięcych i placówek specjalnych. Za wypełnienie zabawek służą dziewiarskie nici i ścinki z zakładu produkcyjnego firmy w Aleksandrowie Łódzkim, a za szcicie odpowiedzialni są seniorzy z domów seniora w Łodzi.



Firma **Refinitiv Poland** zorganizowała zbiórkę niepotrzebnych i nieużywanych firan. Z dostarczonych przez pracowników materiałów (**używanych firanek**) uszyto 659 **torb na zakupy**. Z powodzeniem zastępują one worki plastikowe i służą głównie do pakowania warzyw i owoców. Dodatkowo firma postanowiła wesprzeć Fundację Hospicyjną w Gdańsku – każdy pracownik, który chciał otrzymać torbę, wpłacał dowolną kwotę na rzecz fundacji.



Lidl Polska wspiera ideę **less waste** poprzez m.in. wdrożenie automatycznego systemu zamawiania towaru, który bazuje na danych historycznych i uwzględnia prognozy rozwoju rynku. Prowadzi również program „Kupuję, nie marnuję”



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

ŚRODOWISKO

polegający na przecenianiu pełnowartościowych produktów ze zbliżającym się terminem ważności. Nadwyżki żywności przekazywane są organizacjom charytatywnym, a odpady organiczne trafiają do recyklingu i biogazowni. Sieć wspiera także Federację Polskich Banków Żywności.



Firma **MindBlowing** zrezygnowała z wysyłania prezentów. W zamian z okazji świąt przygotowuje **odpowiedzialne prezenty** w stylu zero waste. Na Wielkanoc – plakaty namalowane przez młodych artystów wirtualnej formie do samodzielnego wydruku, a na Boże Narodzenie – e-book z wywiadami przeprowadzonymi z pięcioma osobami zaangażowanymi społecznie i środowiskowo.



Projekt **Świąteczna moc deK0rowania** realizowany przez **TAURON Polska Energia** miał na celu budowanie odpowiedzialnych środowiskowo decyzji konsumenckich. W ramach przedsięwzięcia zorganizowano konkurs – zadanie polegało na wykonaniu świątecznych ozdób z odpadów: makulatury, plastiku bądź metalu. Nie było ograniczeń wiekowych. W konkursie mógł wziąć udział każdy, nie trzeba było być klientem firmy TAURON. Jury konkursu nagrodziło 40 najlepszych prac.



Carrefour wprowadziło **refillmaty kosmetyków**, w których można uzupełnić kosmetyki polskiej marki Yope do butelek wielokrotnego użytku. Praktyka realizowana jest we współpracy ze start-upem Swapp! oraz marką YOPE specjalizującą się w produkcji kosmetyków ekologicznych. Refillmaty zlokalizowane są w dwóch sklepach Carrefour BIO: w Warszawie oraz we Wrocławiu.



ING Tech Poland postanowiło **przekazać laptopy dla szkół w czasie pandemii**. Pracownikom podarowano część nieużywanego sprzętu, który został wycofany po trzyletnim okresie użytkowania przez pracowników. Finalnie przekazano 82 laptopy w dwóch turach. Część szkół zdecydowała, że po zakończeniu pandemii i powrocie do standardowego sposobu nauczania laptopy wrócą do pracowni komputerowych, w których dalej będą mogły służyć uczniom.



Kronospan Polska zdecydował się na wykorzystywanie w procesie produkcyjnym drewna pochodzącego z odzysku odpadów drzewnych. W efekcie powstały instalacje, tzw. **wieże recyklingowe**, które umożliwiają otrzymanie produktu w postaci zrębki drzewnej spełniającej wymagania drewna do produkcji płyty wiórowej o jakości zbliżonej do drewna świeżego. Umożliwiło to przetworzenie odpadów drzewnych na półprodukt i wykorzystanie ich w procesie, czyli użycie

odzysku materiałowego/recyklingu. Drewno użytkowe to głównie palety, bębny kablowe, meble, płyty drewnopochodne z branży meblowej i wewnętrzny recykling z płyt pozaklasowych.



Carrefour wprowadził możliwość robienia **zakupów do własnych opakowań** (w tym produktów na wagę) w sklepach w całej Polsce. Klienci, którzy chcieliby zrobić zakupy w sposób przyjazny dla środowiska, mogą zabrać do sklepu swoje pudełko, woreczki lub stoiki. We wszystkich bistrach działających przy hipermarketach Carrefour można napić się kawy nalanej do własnego wielorazowego kubka.



Grupa Schiever w Polsce data klientom możliwość robienia **zakupów do własnego opakowania**. Klienci, po uprzednim zważeniu w koszyku wybranych produktów, mogą spakować je do własnego opakowania. Firma rekomenduje, aby były to szklane pojemniki, papierowe lub materiałowe torebki. Praktykę wdrożono w dziewięciu sklepach Grupy Schiever.



IKEA Retail w Polsce, aby zidentyfikować przyczyny strat jedzenia przedkonsumenckiego (wyrzuconego, zanim trafiło na talerz klienta), wprowadziła w swoich sklepach **program „Food Waste Watcher”**. Każdy wyrzucony odpad żywnościowy jest rejestrowany. Analiza raportów pozwala na ustalenie przyczyn wyrzucania żywności, np. nadprodukcji konkretnych dań, i podjęcie działań mających na celu ograniczenie tego zjawiska. Od początku trwania programu, czyli od roku 2019, udało się zaoszczędzić 240 ton jedzenia, co odpowiada 592 tys. posiłków i zmniejszeniu śladu węglowego o 1020 ton CO₂e.



Aby osiągnąć cel **zero waste**, cały zakład **LOTTE Wedel** w pełni segreguje odpady. Wprowadzono pięć frakcji odpadowych na terenie całej firmy. Kosze odpadowe są jasno oznaczone grafikami i zaopatrzone w opisy. Dodatkowo w zakładzie jest prowadzona szeroka komunikacja uświadamiająca, a także warsztaty dla pracowników. W obszarze produkcji prowadzone są audyty oraz w ramach segregacji wprowadzono cel premiiowy dla wybranej grupy pracowników.



Ponad 50% dostaw wysyłanych do klientów **Lyreco Polska** to dostawy bez dodatkowych opakowań. Klienci otrzymują towar w takiej formie, w jakiej dotarł on do Lyreco. Ten sposób przewożenia papieru, mleka, wody, tonerów itp. pozwala zaoszczędzić ogromną ilość tektury wprowadzanej do obiegu.



Akcja „Bring Your Own Tumbler” – **Z własnym kubkiem** to globalna inicjatywa sieci **Starbucks** w duchu idei zero waste. Marka zachęca w ten sposób klientów do przychodzenia do kawiarni z własnym kubkiem, oferując dodatkowo symboliczną zniżkę przy kasie w wysokości 1 zł. W ten sposób firma, której operatorem w Polsce jest **AmRest Coffee**, ogranicza zużycie jednorazowych kubków. W Polsce inicjatywa realizowana jest od roku 2009, czyli od momentu powstania pierwszej kawiarni Starbucks.



Zmniejszanie wpływu plastikowych opakowań na środowisko to jeden z celów, które stawia sobie **Tesco Polska**.

Od września 2019 r. zakupy zamówione drogą internetową są dostarczane w torbach papierowych. W 2020 r. firma usunęła ponad 6,7 mln elementów opakowaniowych – 65 ton nienadających się do ponownego przetworzenia materiałów oraz 78% nienadających się do przetworzenia materiałów z opakowań produktów marki własnej.



Aplikacja FoodCloud ma ułatwić redystrybucję żywności w sposób scentralizowany, z pełnym nadzorem i śledzeniem darowizn żywnościowych. Technologia wspiera firmę **Tesco Polska** w przekazywaniu żywności, pozwala na zwiększenie wydajności i optymalizację czasu pracy oraz łatwe rejestrowanie ilości podarowanych produktów żywnościowych. Raporty mogą być generowane w różnych przedziałach czasowych, a elektroniczny zapis pozwala ograniczyć ilość dokumentacji.



ZRÓWNOWAŻONE MIASTO

Firma **ALDI** w współpracy z Klubem Gaja stworzyła anty-smogowy **zielony mural** w Bielsku-Białej. Przez ponad 10 lat ma on zmniejszyć zanieczyszczenie powietrza tak, jak robitby to las o powierzchni ponad 100 m kw., z kilkoma tysiącami drzew. Mural zmienia wygląd w zależności od pory roku. Do projektu zostali zaangażowani także lokalni artyści.



ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT

Credit Agricole Bank Polska promuje zrównoważony transport. Firma zachęca do korzystania z przyjaznych środowisku środków transportu, dba o infrastrukturę dla rowerzystów i użytkowników hulajnóg, promuje korzystanie z carpoolingu lub pojazdów niskoemisyjnych, elektrycznych.

Zorganizowano bezpłatne przeglądy rowerów (skorzystało z nich 100 osób), a także wyzwanie sportowe i zaoferowano zniżki na zakup rowerów i hulajnóg.



Grupa Azoty Zakłady Azotowe „Puławy”

uruchomiła **kampanię zachęcającą pracowników do dojeżdżania do pracy rowerami**. Pracownikom zaoferowano nieodpłatne kamizelki odblaskowe, konkursy z nagrodami dla cyklistów, wyznaczono dla rowerzystów oddzielną bramkę wjazdową z dodatkową obsługą. Spółka zainwestowała w dokończenie ścieżki rowerowej (ok. 300 m). Działania mają być kontynuowane.



Na terenie Centrali spółki w Warszawie **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo** zostało przygotowane pomieszczenie rowerowni - **rowerownia na Kasprzaka**. Pracownikom udostępniono 33 miejsca postojowe, myjkę rowerową, punkt ładowania rowerów elektrycznych oraz stację naprawczą. W sąsiednim budynku przygotowana jest część sanitarna z prysznicami oraz szatniami.



Oprócz standardowych wypłat odszkodowań przy szkodach komunikacyjnych **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia** oferuje klientom i poszkodowanym skorzystanie z programu **Rower na zawsze**. Mogą oni dostać auto zastępcze z warsztatu na czas naprawy auta lub z niego zrezygnować i otrzymać rower na zawsze w formie odszkodowania. Dostępne w ramach programu modele rowerów odpowiadają różnym potrzebom rowerzystów. To wspólne przedsięwzięcie ERGO Hestii i firmy KROSS. W akcji wzięto udział dotychczas ponad 900 klientów.



Move oferuje kompleksową usługę e-mobilności i **miesięczny abonament roweru elektrycznego jako benefit pracowniczy**. Misją firmy jest popularyzacja roweru elektrycznego jako alternatywnego środka transportu w mieście.



Obecnie co dziesiąty mieszkaniec Unii Europejskiej jest narażony na skutki hałasu pochodzącego z transportu kolejowego, głównie towarowego. Firma **DB CARGO POLSKA** zamontowała **ciche hamulce w wagonach towarowych**, dzięki czemu zredukowano hałas emitowany przez hamowany wagon o 10 dB, co wpływa na poprawę jakości życia ludzi i zwierząt w obszarach, gdzie biegają linie kolejowe. W taborze



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

ŚRODOWISKO

DB Cargo Polska ponad 25% wagonów jest wyposażonych w ciche hamulce.



W ramach strategii CSR „Kierunek na Środowisko” **DNB Bank Polska** wymieniło flotę samochodową na **auta hybrydowe**. Zakupiono 46 samochodów hybrydowych.



Done Deliveries do swojego portfolio wprowadziło usługę **Part Load – odpowiedzialność za środowisko**, która pozwala na całkowite wykorzystywanie przestrzeni ładunkowej, a tym samym redukcję pustych przebiegów. Działanie polega na wypełnieniu przestrzeni ładunkowej pojazdu i współdzielenie jej z towarami innych zleciodawców, co wpływa na redukcję emisji CO₂ i pyłów poprzez optymalizację tras i zmniejszenie liczby samochodów.



Hochland rozwija **zrównoważony transport**. Firma zainwestowała w samochody elektryczne na potrzeby flotowe – po jednym samochodzie na zakład w każdej lokalizacji, w Kaźmierzu i Węgrowie. Będą to samochody tzw. placowe do użytkowania ogólnego, dla celów służbowych pracowników, którzy nie mają na stałe przypisanego samochodu jako narzędzia pracy, a podróżują w celach służbowych do klienta lub dostawcy.



Firma **intive** posiada politykę podróży służbowych oraz wewnętrzny system informatyczny umożliwiający zarządzanie nimi. Każda podróż jest rejestrowana – uwzględniając m.in. miejsce początkowe, miejsce docelowe oraz środek transportu. Bazując na tych danych oraz wskaźnikach emisji CO₂, w firmie opracowano **kalkulator obliczający ślad węglowy każdej podróży służbowej**.



Santander Leasing wspierał **ekoinwestycje**. Na początku 2020 r. spółka wprowadziła oferty promocyjne leasing 100% – dla samochodów elektrycznych, a także leasing 102% – dla samochodów hybrydowych. Dodatkowo spółka wprowadziła do oferty produkt SolarLease – finansowanie instalacji fotowoltaicznych w formie leasingu i pożyczki.



SEGRO Poland postawił **stacje ładowania dla samochodów elektrycznych i hybrydowych** we wszystkich swoich **parkach logistycznych** w całej Polsce. Łącznie w 17 parkach logistycznych SEGRO zamontowano 30 ładowarek elektrycznych. Zdecydowana większość zainstalowanych ładowarek

może jednocześnie ładować dwa pojazdy prądem o mocy 22 kW każda.



Szybka Kolej Miejska pod koniec roku 2018 wprowadziła **Ekojazdę**, czyli działania **podnoszące efektywność energetyczną warszawskiej kolei aglomeracyjnej**. W SKM prawie 100 maszynistów jeździ zgodnie z zasadami ecodrivingu. Wprowadzone rozwiązania przynoszą obecnie oszczędności w poborze energii w wysokości 7%. Zaoszczędzone środki posłużą do zasilenia funduszu proekologicznego SKM.



Uber Poland do 2040 r. ma stać się **platformą zero-emisyjną**. W ramach transformacji firma planuje rozwój produktu Uber Green oraz wdrożenie strategii bezemisyjnej we wszystkich 10 tys. miast na sześciu kontynentach, w których działa aplikacja. W Polsce usługa Green, w ramach której użytkownicy mogą zamówić przejazd pojazdem bezemisyjnym, jest dostępna w Krakowie, z kolei użytkownicy w trzech miastach – Warszawie, Wrocławiu i Poznaniu mogą zamówić przejazd hulajnogami Lime za pośrednictwem aplikacji Uber. Dzięki planowanej inwestycji rzędu 800 mln USD, które zostaną przeznaczone na wsparcie w zmianie pojazdów na samochody elektryczne dla setek tysięcy kierowców, aż połowa kursów w siedmiu najważniejszych miastach Europy ma być wykonywana przez pojazdy elektryczne (jest to perspektywa: do 2025 r.).



Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy w ramach akcji **Zdrowo rowerowo** zachęca do ekologicznego i aktywnego trybu życia, stawiając na udogodnienia dla rowerzystów. W Warszawie w głównych lokalizacjach biurowych, a także w Łodzi i Olsztynie znajdują się parkingi rowerowe oraz samoobsługowe stacje naprawy rowerów.



Mobility Week (Tour de Capgemini) to kampania prośrodowiskowa organizowana przez **Capgemini Polska**, kierowana bezpośrednio do pracowników. W 2020 r. ze względu na pandemię pracownicy firmy zostali zachęceni do podjęcia indywidualnego udziału w wyzwaniu rowerowym i pokonania całej długości granicy Polski, czyli 3511 km. Łącznie 115 pracowników biorących udział w akcji wykręciło w ciągu tygodnia 9230 km, tym samym ponad dwukrotnie przekroczyli oni zakładany cel.



W **Capgemini Polska** działa **platforma wspólnych przejazdów**. Mogą być one jednorazowe lub cykliczne. Z serwisu mogą korzystać wszyscy pracownicy Capgemini mający

e-mail w domenie firmowej – zarówno kierowcy, jak i pasażerowie. Najaktywniejsi użytkownicy mogą wygrać tzw. zielone miejsce parkingowe.



CEETRUS Polska wspiera zrównoważony transport

– w otoczeniu większości centrów handlowych mieszczą się wiaty rowerowe oraz samoobsługowe stacje naprawy rowerów. Klienci mogą skorzystać także ze stacji rowerów miejskich oraz (dzięki umowie podpisanej z firmą GreenWay w 2020 r.) z 18 **ładowarek samochodów elektrycznych**, które znajdują się przed Centrami Handlowymi Auchan.



W **zielonej flocie Grupy Eurocash** od roku 2019 wszystkie auta z segmentów B, C, D są wyposażone w napęd alternatywny (hybrydowy). Działania kontynuowane w 2020 r. zaowocowały zakupem kolejnych aut z napędem hybrydowym. Na ten moment jest to już 1290 samochodów, co stanowi 64% catości floty.



Projekt **Niebieski szlak** zainicjowany przez **Grupę Kapitałową LOTOS** umożliwił kierowcom samochodów elektrycznych i hybrydowych swobodny przejazd autostradami A1 i A2 między Warszawą a Trójmiastem. Na tej trasie testowanych jest 12 punktów ładowania pojazdów elektrycznych. Każda stacja na niebieskim szlaku posiada dwa stanowiska ładowania i została wyposażona w ładowarkę o łącznej mocy 150 kW, obsługującą trzy międzynarodowe standardy. Pokonanie ok. 450 km trasy pojazdem elektrycznym jest teraz możliwe dzięki zachowaniu odległości nie większej niż 160 km pomiędzy kolejnymi stacjami ładowania.



W ramach **ecopolityki samochodowej ING Bank Śląski** od 2018 roku nie kupuje samochodów z napędem samoczynnym i systematycznie wymienia samochody na hybrydowe i elektryczne. Celem do 2022 r. jest w 100% ekologiczna flota. Bank inwestuje w własne samochody elektryczne oraz instaluje stacje do ładowania.



ING Tech Poland postanowił wprowadzić kilka rozwiązań w ramach akcji **promocji jednośladów – „Rowerem przez świat!”**, które umożliwią pracownikom odejście od dojeżdżania do pracy samochodem, a zdecydowanie się na rower bądź hulajnogę. Na parkingu podziemnym zostało wyznaczone odrębne pomieszczenie dla rowerów, gdzie znajduje się także

stacja naprawy rowerów, która jest wyposażona w niezbędne narzędzia. Na parterze budynku zostały przygotowane ogólnodostępne prysznice z pełnym wyposażeniem oraz wentylowane szafki.



Praktyka **Akcja komunikacja** odpowiada na problem zanieczyszczonego środowiska. **InterKadra** zachęca współpracowników do wybrania jako środka transportu do pracy i do niej – komunikacji publicznej.



Sieć **Leroy Merlin Polska** przygotowała specjalne zamykane **wiaty rowerowe dla pracowników**, które zlokalizowane są w nowo otwartych sklepach. Uchwyty rowerowe z kolei zamontowano w Jabłonie pod Warszawą, Olsztynie oraz w centrali przy ul. Targowej 72 w Warszawie.



Leroy Merlin Polska kontynuuje **rozwijanie oferty carsharingu dla klientów** we współpracy z TrafiCargo oraz CityBee. W wybranych lokalizacjach wyznaczone zostały specjalne miejsca parkingowe przed sklepem – dla aut osobowych i dostawczych. Udostępnienie klientom usługi carsharingu ma na celu zmniejszenie ilości spalin, hałasu i ograniczenie korków miejskich.



Lyreco Polska wprowadza **ekoflotę** i stale zwiększa liczbę samochodów przyjaznych środowisku. W 2019 r. 50% floty stanowiły pojazdy hybrydowe, 50% pojazdów z napędem Diesel – norma EURO 6. Obecnie firma posiada 70% pojazdów przyjaznych środowisku (z napędem hybrydowym).



Lyreco Polska angażuje kierowników regionalnych centrów dystrybucyjnych oraz osoby nowo zatrudnione w szkolenia **LyrECO jazda** w zakresie ekofloty.



Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice jest pierwszym lotniskiem w Polsce posiadającym **stację ładowania samochodów elektrycznych**, która umożliwia naładowanie standardowego samochodu w 30 minut. Z infrastruktury mogą korzystać mieszkańcy, turyści i przedsiębiorcy odwiedzający aglomerację krakowską, a także kierowcy podróżujący autostradą A4.



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

ŚRODOWISKO

Inicjatywa została zrealizowana dzięki współpracy z podmiotami Grupy TAURON.



Promocja zrównoważonego transportu „Zielone bilety”

polega na dołatach do biletów miesięcznych oraz nagrodach za dojazdy do pracy rowerem w postaci punktów w systemie kafeteryjnym, które można wymienić na nagrody rzeczowe. W ostatnim roku proces zgłaszania przyjazdów do pracy rowerem oraz przesyłania biletów miesięcznych został zautomatyzowany dzięki platformie WebCon. W 2020 r. z dołatach do „zielonych biletów” skorzystało ok. 450 osób, a rowerem do pracy jeździło 530 pracowników spółki **Polpharma**.



Firma **PWC**, promując **transport rowerowy**, udostępnia pracownikom prysznicze, zadaszony i chroniony parking dla rowerów, skrzynkę z narzędziami do drobnych napraw oraz specjalne pojemniki na przechowywanie sprzętu i ubrań. Ponadto edukuje pracowników (m.in. udział w takich wydarzeniach jak Międzynarodowy Dzień bez Samochodu – **Car Free Day**).



Projekt „W ramach Rödl & Partner” – firmowe wyzwanie rowerowo-biegowe

miął formę grywalizacji. Aby zachęcić pracowników do bezpiecznej aktywności fizycznej po czasie lockdownu, uczestnicy otrzymywali wskazówki dotyczące zalet aktywności fizycznej oraz wskazówki środowiskowe. W aplikacji Activy uczestnicy firmy zbierali punkty i rywalizowali ze sobą przez dwa miesiące, a kilometry zamieniano na złotówki. Wspólnymi siłami pracownicy **Rödl & Partner** uzbierali kwotę, za którą firma na wiosnę 2021 r., we współpracy z partnerem zewnętrznym, posadzi 300 drzew. W wyzwaniu wzięło udział o 21% więcej pracowników niż w roku 2019.



Pracownicy **Sopockiego Towarzystwa Ubezpieczeń ERGO Hestia**

aktywnie przyczyniają się do redukcji emisji CO₂, wybierając dojazdy grupowe, rowerowe lub korzystając z carpoolingu. Dla osób dojeżdżających do firmy rowerami utworzono parking wyposażony w szatnie i prysznicze, a każdy z rowerzystów otrzymuje dodatkowo bezpłatny obiad. Prawie 40% floty firmy stanowią samochody hybrydowe; inicjatywa **Eko Transport w ERGO Hestii** pozwoliła zredukować o ponad 1/3 emisję spalin.



Pracownicy firmy **Wawel** mogą za pomocą specjalnej platformy organizować wspólne podróże do miejsca pracy i z niego. Zgłaszają trasy jako kierowcy lub rezerwują miejsca jako pasażerowie. W 2020 r. w ramach akcji **Carpooling, czyli wspólne przejazdy. Dobra droga w dobrym towarzystwie to udany początek dnia!** zarejestrowano 3362 wspólne przejazdy

i przejechano ponad 546 827 km. Carpooling przyczynia się do obniżenia kosztów przejazdów do pracy dla korzystających z niego pracowników, a raz w miesiącu firma oferuje nagrodę dla kierowcy przewożącego największą liczbę pasażerów.



Wunderman Thompson Technology

(d. Cognifide Polska) zachęca pracowników do jazdy na rowerze i wyboru tego środka transportu. W ramach **Bike Good@Cognifide** organizowane są akcje rowerowe, rowerzyści mogą korzystać z infrastruktury sanitarnej, bezpłatnych serwisów oraz brać udział w prelekcjach na temat bezpieczeństwa ruchu drogowego i konkursach. W 2020 r. działania te były kontynuowane, jednak skupiały się na zachęcaniu pracowników do dbania o siebie w dobie pandemii oraz wykorzystywaniu roweru jako bezpiecznego środka transportu i uprawiania sportu.



W roku 2020 odbyła się szósta edycja **konkursu dla pracowników „Rowerem do pracy”**. Za każdy przyjazd rowerem do pracy, odnotowany w karcie uczestnika, pracownik **Zakładu Utylizacyjnego** otrzymywał punkt. Punkty wymieniano na nagrody. W 2020 r. w konkursie wzięło udział 30 osób.





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



UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE



64 praktyki nowe

42 praktyki długoletnie

62 firmy

Uczciwe praktyki operacyjne odnoszą się do kształtowania relacji z innymi organizacjami na rynku – przede wszystkim partnerami biznesowymi, ale też klientami, jednostkami branżowymi, konkurencją czy wszelkimi innymi graczami działającymi w otoczeniu firm. W porównaniu z zeszłoroczną edycją Raportu obserwujemy wzrost liczby nowych praktyk w tym obszarze aż o 65%. W bieżącym roku firmy zgłosiły 64 działania, podczas gdy w zeszłym roku było ich 39. Jeśli chodzi o praktyki długoletnie – to w tym roku mamy ich 42 (w poprzednim raporcie 34), notujemy tu zatem wzrost o 25%. Zarówno wśród praktyk nowych, jak i długoletnich dominują inicjatywy dotyczące edukacji rynku.

W roku 2020, tak jak w każdej dziedzinie, także wśród nowych uczciwych praktyk operacyjnych widać było silne oddziaływanie pandemii COVID-19. Przykładem jest chociażby spora liczba inicjatyw edukacyjnych skierowanych do firm. Celem ich stało się przekazywanie bieżących informacji – w jaki sposób płynnie przejść z biznesem przez pandemię, jakie są kluczowe zmiany prawne oddziałujące na prowadzenie działalności, a także jak skorzystać z pomocy w ramach Tarczy Antykryzysowej. Działania powiązane z bieżącą sytuacją mogły też jednak wyrażać się innymi aktywnościami niż edukacja – na przykład poprzez współpracę międzybranżową firm dla zwiększenia wolumenu produkowanych maseczek. Z pandemią związana była również formuła większości wydarzeń: realizowano je zdalnie czy nawet w formie „telewizji śniadaniowej”.





Pandemia wybrzmiała także w praktykach z zakresu współpracy z interesariuszami. Wśród podejmowanych inicjatyw znajdziemy wspieranie dostawców, a także klientów poprzez udostępnianie za darmo usług, wydłużanie terminów płatności czy pomoc materialną bądź finansową dla branż szczególnie dotkniętych pandemicznymi ograniczeniami. Są też przykłady dopomagania w rozwijaniu działalności

online, która ze względu na zaistniałą sytuację nabrała szczególnej wagi.

Jednak mimo pandemii realizowane były także bardziej typowe dla obszaru uczciwych praktyk operacyjnych. Jak co roku przedstawiono szereg projektów polegających na przygotowywaniu kodeksów dobrych praktyk w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu dla dostawców, kontrahentów czy partnerów. Kodeksy etyki czy też postępowania opisują zasady, jakimi należy się kierować we współpracy ze zleceniodawcą, zawierają wymagania związane z prawami człowieka, prawami pracowniczymi, jak również zasadami środowiskowymi. Tego rodzaju dokumenty mają szczególne znaczenie w propagowaniu działań z zakresu CSR, gdyż oddziałują na duże grupy firm, także z obszaru małych i średnich przedsiębiorstw. Często jest to motywacja do wprowadzania zrównoważonych rozwiązań, które później przekładają się na przewagę konkurencyjną i ułatwiają znajdowanie kolejnych odbiorców produktów.

Tegoroczne inicjatywy zgłaszane w obszarze uczciwych praktyk operacyjnych w dużym stopniu odzwierciedlają specyficzny dla biznesu rok 2020, w którym ze względu na pandemię trzeba było skupić się na dostosowaniu biznesu do nowych warunków działania. Spodziewać się można, że w dużej mierze jest to trend chwilowy, ale nie ma wątpliwości, że w wielu przypadkach sprawdzone formuły i rozwiązania zostaną zachowane także w kolejnych latach.

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2020 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 255

EDUKACJA

Ludzkie SŁOWA realizowane przez **CONTENT8** to podejście firmy polegające na zaangażowaniu wyłącznie w content marketing społecznie odpowiedzialny. Oferowane klientom treści, artykuły oraz konsultacje – na pierwszym miejscu stawiają czytelnika, jego potrzeby oraz emocje. W myśl tej idei firma całkowicie zrezygnowała ze standardowych zleceń marketingowych i obsługuje tylko klientów zainteresowanych CSR oraz społecznie odpowiedzialną komunikacją z swoimi klientami.



Duża liczba awarii energetycznych spowodowana przez uszkodzenie kabli podczas prac budowlanych sprawiła, że Enea Operator rozpoczęła na początku 2020 r. „Koparkową” **kampanię informacyjną**, która ma zwiększyć świadomość i odpowiedzialność wykonawców prac budowlanych. **Grupa Enea** poprzez kampanię chce zmobilizować firmy budowlane do większej staranności przy prowadzeniu prac ziemnych i wcześniejszego sprawdzania lokalizacji podziemnej infrastruktury.



Cyfrowe rewolucje to akcja, w ramach której **mBank** wspiera firmy średnie, małe i mikrofirmy w rozpoczęciu działalności e-commerce. mBank podpowiada, jak wprowadzić biznes do cyfrowego świata, ukazuje sylwetki przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces i służą radą innym. Pierwsza odsłona kampanii wystartowała w czerwcu 2020 r. Bank przeprowadził konkurs, w którym do wygrania były dwa pakiety specjalistycznych usług. W pierwszej edycji konkursu zarejestrowano ponad 550 zgłoszeń. W kluczowym momencie promocja akcji uzyskała ponad 50 tys. wejść. Styczeń z kampanią miało 1,3 mln użytkowników.



W kwietniu 2020 r. **Santander Bank Polska** uruchomił ogólnodostępny **portal RazemPokonamy.pl**, na którym gromadzone były najbardziej przydatne informacje oraz wskazówki ułatwiające przetrwanie epidemii. Projekt to część międzynarodowej odpowiedzialności Grupy Santander – All Together. Now. Na stronie zamieszczane były oficjalne komunikaty (na bieżąco aktualizowane), w tym regulacje i doniesienia publikowane przez rząd, służbę zdrowia oraz informacje na temat programów pomocowych dla gospodarstw domo-

wych, firm oraz osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą. Od połowy kwietnia do grudnia 2020 r. Bank zanotował ok. 110 tys. odwiedzin portalu.



EDUKACJA RYNKU

Adamed Pharma wsparł walkę z pandemią, ułatwiając pracownikom ochrony zdrowia dostęp do rzetelnej wiedzy. W ramach programu **Dzielimy się wiedzą** zostały zorganizowane serie webinarów związane z tematyką leczenia w różnych grupach terapeutycznych w okresie COVID-19 dla lekarzy i farmaceutów (ponad 100 tys. odston). Formuła zapewniała łatwy dostęp do wiedzy i możliwość udziału z dowolnego miejsca w Polsce.



W dniach 3–4 grudnia 2020 r. odbyła się **I Międzynarodowa Konferencja Adamed Pharma „Światowa medycyna w codziennej praktyce. COVID-19 – aktualny stan wiedzy i implikacje kliniczne w praktyce lekarskiej”**. Celem wydarzenia była wymiana wiedzy o leczeniu COVID-19. Eksperci dzielili się spostrzeżeniami i doświadczeniami ze swoich krajów i specjalizacji. Konferencję zorganizowano online i transmitowano do krajów w kilku strefach czasowych, a wystąpienia prelegentów były tłumaczone symultanicznie na języki polski, angielski, hiszpański i rosyjski. W konferencji udział wzięło blisko 6,5 tys. osób, a wystąpiło ponad dwudziestu prelegentów z dziewięciu krajów z Europy i Azji.



Firma **Deloitte Polska** przygotowała szereg działań dotyczących **odporności biznesu w dobie COVID-19** – portal, newsletter i serię bezpłatnych webinarów na temat prowadzenia biznesu w dobie pandemii. Publikowane były na bieżąco porady, jak prowadzić biznes w obecnej sytuacji, a eksperci Deloitte przedstawiali aktualizacje w zakresie zarządzania kryzysowego, zmian prawnych, podatkowych i zarządczych. 3100 osób otrzymywało codzienny newsletter z ważnymi dla ich działania informacjami, a w 41 bezpłatnych webinarach wzięło udział 21 716 osób.



Done Deliveries w ramach wsparcia prawnego dla przewoźników w czasie COVID zorganizował darmowy webinar na temat pomocy w ramach Tarczy Antykryzysowej i Finansowej. Zostały omówione warunki i kwestie prawne związane z możliwymi formami pomocy od państwa. Firma stworzyła możliwość skorzystania z darmowej pomocy prawnej. W webinarze wzięło udział ok. 40 przewoźników. Po wydaniu prawnik odpowiadał na pytania zainteresowanych, również telefonicznie, a w kolejnych tygodniach – mailowo.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego

zorganizowała **Konferencję EDULab. Wyzwania rynku pracy w czasach nieprzewidywalnej zmiany**. To druga edycja konferencji, która była poświęcona analizie zmian na rynku pracy. Eksperti prezentowali zachodzące zmiany, wskazywali uczestnikom rozwiązania, podpowiadali, które kompetencje warto nabyć, oraz prezentowali sposoby weryfikacji wartości oferowanych szkoleń. Wyróżnikiem Konferencji EDULab jest jej podział na moduł przeznaczony dla pracodawców i moduł dla pracowników. W wydarzeniu udział wzięło 120 osób.



205

Podczas ośmiu spotkań #biznesdla biznesu Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego

przedstawiciele firm z konkretnych branż przedstawiali, jakie działania w odpowiedzi na kryzys spowodowany pandemią przedsięwzięli w swoich firmach i jaki miały one skutek. Dla innych firm były to praktyczne wskazówki, jakie działania warto podjąć w pierwszej kolejności i jakich efektów można się po nich spodziewać. Dodatkowym efektem spotkań stało się opracowanie przewodnika: 10 kluczowych wskazówek dla przedsiębiorców – jak działać w czasie kryzysu.



205

Firma Rödl & Partner zorganizowała cykl webinarów dla przedsiębiorców w czasie COVID.

Dotyczyły one interpretacji przepisów wprowadzanych za pomocą tzw. Tarcz Antykryzysowych oraz zagadnień prawno-podatkowych przy przenoszeniu handlu do internetu. Od marca do grudnia 2020 r. przygotowano 29 bezpłatnych webinarów, w których wzięło udział 3 tys. uczestników.



525

Aby wesprzeć firmy w walce z chaosem informacyjnym spowodowanym pandemią firma **Sela** stworzyła **Koronainformator** – zbiór dokumentów, infografik, wywiadów z osobami walczącymi z pandemią, ale również z przedsiębiorcami, którzy odnaleźli się w nowej rzeczywistości i którzy zdradzają swój sposób na sprawne funkcjonowanie firmy. Sela uruchomiła specjalną infolinię oraz kontakt mailowy, gdzie każdy przedsiębiorca mógł otrzymać bezpłatną poradę i zaktualizować swoją wiedzę dotyczącą postępowania w firmie w dobie COVID.



16

W kwietniu i maju 2020 r. firma **TIM** przygotowała akcję **Wiem to z TIM.pl!** – cykl sześciu bezpłatnych filmów szkoleniowych i webinarów, których tematem były: rządowa Tarcza Antykryzysowa 1.0 i 2.0, poszukiwanie i obsługa nowych klientów, faktoring, budowanie marki własnej oraz

odroczone płatność za zakupy. Webinaria były bezpłatne dla wszystkich, natomiast filmy szkoleniowe i nagrania zakończonych webinarów można obejrzeć po zalogowaniu się do e-sklepu TIM.pl. W czterech webinarach wzięło udział ok. 70 osób, ich nagrania oraz dwa filmy szkoleniowe wygenerowały łącznie prawie 1 tys. odsłon na YouTube.



270

Zespół Grabowski i Wspólnicy Kancelaria Radców Prawnych

w ramach wsparcia edukacyjnego dla firm rodzinnych uczestniczy w programie **GPW Growth**, w którym przekazuje wiedzę z zakresu prawnych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstwa. W programie w pierwszej edycji wzięło udział 24 osoby.



11

Zespół Grabowski i Wspólnicy Kancelaria Radców Prawnych

od trzech lat bierze udział w Forum Firm Rodzinnych – projekcie organizowanym przez magazyn „Forbes”. Prawnicy zespołu kancelarii podczas spotkań z przedsiębiorcami **dzieli się wiedzą i doświadczeniem** zdobytym przez lata, zwłaszcza w obszarze przepisów sukcesyjnych; podczas 25 konferencji spotkali się z dziesiątkami przedsiębiorców.



11

Konferencja online „Raport zintegrowany jako narzędzie zintegrowanego zarządzania organizacją”

– partnerstwo na rzecz odpowiedzialnego biznesu” zgromadziła ekspertów raportowania zintegrowanego, którzy przedstawili możliwości wykorzystania tego standardu w praktyce zarządzania organizacją. **CSRinfo** było partnerem wydarzenia, dostarczając uczestnikom bezpłatne narzędzia do zdiagnozowania i wdrożenia praktyk IR w organizacji oraz listę najlepszych praktyk raportowania w standardzie IR.



8

Prowadź swój biznes odpowiedzialnie – program edukacji CSR dla Przedsiębiorców

to praktyka **Grupy Eurocash**. Spotkania stanowią serię webinarów, podczas których przedsiębiorcy spotykają się z ekspertami podejmującymi kluczowe dla prowadzenia działalności w branży spożywczej tematy związane ze zrównoważonym rozwojem. W 2020 r. w pięciu konferencjach wzięło udział blisko 900 przedsiębiorców.



22 000

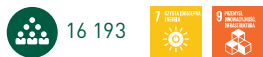
W ramach **kampanii informacyjnej dla wytwórców energii, w tym odnawialnej, Grupa Enea** pod koniec 2020 r.



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

zorganizowała dla wytwórców webinarium, którego celem było przybliżenie istoty wytycznych SOGL i sposobu realizacji nowych przepisów dotyczących przesyłania danych o energii elektrycznej wytwarzanej i wprowadzanej do sieci energetycznej. Ponadto Enea Operator opracowała projekt przyjaznego narzędzia informatycznego – „Portal dla Wytwórców”, które ułatwi proces przekazywania danych.



W związku z pandemią COVID-19, **Grupa OLX** nie mogła zorganizować dorocznego spotkania z przedstawicielami branży HR w formie stacjonarnej, dlatego w ramach **OLX Praca Know How 2021** zaaranżowała pierwszą w Polsce „HRową telewizję śniadaniową” – wydarzenie online dla specjalistów i osób związanych z branżą HR, podczas którego dyskutowano o tym obszarze w nietypowej telewizyjnej formule. W „HRowej telewizji” wzięło udział ponad 500 osób.



Eksperti **Kuehne+Nagel** od 2019 r. prowadzą bezpłatne webinaria dla logistyków, podczas których kompleksowo omawiają tematy związane bezpośrednio i pośrednio z transportem. Informacje o planowanych szkoleniach są przekazywane klientom, dostępne są także na stronie internetowej firmy oraz są kierowane do branżowych portali. Podczas spotkań online uczestnicy mają możliwość zadania pytań, na które prowadzący zawsze odpowiedzą lub wskażą rozwiązanie konkretnego przypadku. Podsumowaniem przedsięwzięcia **Webinaria: dzielenie się wiedzą branżową** jest e-book. W 2020 r. przeprowadzono osiem webinarów, w których wzięło udział ponad 1200 osób.



Podczas **Konferencji SDGLab Społeczeństwo 5.0.** zorganizowanej przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego** eksperci z pięciu krajów opisali kluczowe zmiany w działaniu człowieka w odniesieniu do jego zachowań, rozwoju przemysłu, ekologii i oczekiwań w zakresie środowiska pracy. W pierwszym dniu myślą przewodnią była planeta, temat dnia drugiego dotyczył zagadnień związanych z ludźmi. W konferencji wzięło udział 130 osób.



Spotkania #CSRwBiznesie to seria biznesowo-edukacyjna przygotowana przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego**, nakierowana na propagowanie praktyk CSR w prowadzonej działalności biznesowej. Przeprowadzono trzy spotkania z przedsiębiorcami, którzy na przykładzie działań własnych organizacji zachęcali innych do wdrażania CSR w przedsiębiorstwach. Przedsiębiorcy prezentowali konkretne praktyki, omawiali ich koszty oraz zyski, na jakie się przekładają, prezentowali też sposoby na ich wdrożenie. Konferencje realizowane były online.



Przewodnik dla administracji centralnej „Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność organizacji” został stworzony przez **CSRInfo** we współpracy z Ministerstwem Funduszy i Rozwoju Polityki Regionalnej. Opracowanie zorganizowane jest wokół obszarów normy PN ISO 26000:2012, z uwzględnieniem dobrych praktyk realizowanych przez jednostki administracji publicznej. Publikacji towarzyszy konferencja online, która umożliwi przybliżenie opracowania dedykowanemu audytorium oraz stworzy możliwość zasięgnięcia opinii z pierwszej ręki od autorów tekstów.



Po wybuchu pandemii COVID-19 temat pracy zdalnej nabral ogromnego znaczenia. **Gumtree.pl** przygotował **raport „Aktywni+ Praca zdalna z perspektywy pracowników i pracodawców”**. To pierwsze, zrealizowane na tak dużą skalę, kompleksowe opracowanie zawierające jednocześnie analizę zachowań oraz preferencji pracowników i pracodawców, które pojawiło się w przestrzeni medialnej. Z wynikami badania oraz opracowanym raportem Gumtree.pl dotarło do blisko 6,5 mln Polaków. Stworzono również stronę internetową, gdzie zostały opublikowane wyniki z opcją pobrania raportu.



Odpowiedzialne zarządzanie relacjami z interesariuszami zewnętrznymi oraz ułatwianie dostępu do wiedzy i wsparcie w działaniach zawodowych to główny cel inicjatywy **Eduktor i Partner rynku farmaceutycznego**. Jednym z kluczowych elementów było wydanie przez firmę **Lideo** bezpłatnej publikacji „Polscy farmaceuci vs. weryfikacja autentyczności leków”. Edukacja interesariuszy była również realizowana poprzez bezpłatne materiały (poradnik branżowy i webinar z udziałem eksperta), które stały się źródłem praktycznej wiedzy.



Na **Allegro** działa ponad 120 tys. firm, większość z nich to małe i średnie firmy, stanowiące ważną część polskiej gospodarki. Allegro inwestuje w edukację sprzedawców i klientów. **Akademia Allegro** to program darmowej edukacji online, w ramach której w 2020 r. powstała platforma edukacyjna z bezpłatnymi kursami online, dostępna w dwóch wersjach językowych - po polsku i angielsku. Platforma jest dostępna bezpłatnie dla wszystkich użytkowników Allegro.pl. Na platformie można skorzystać z kursów online, zapisać się na webinarium lub posłuchać podcastów. Kursy zawierają filmy eksperckie i animacje, instrukcje obsługi, artykuły, mapy myśli, materiały dodatkowe.



Myślą przewodnią kampanii **„Zero Kompromisów”** spółki **British American Tobacco Polska Trading** jest uwrażliwienie sprzedawców na to, aby bezkompromisowo podchodzili do zakazu sprzedaży młodzieżowym wyrobów nikotynowych. Długofalowym celem kampanii jest włączenie do niej całej branży tytoniowej, producentów, wszystkich sprzedaw-

ców oraz niektórych instytucji administracji publicznej. W pierwszym etapie kampanii przeprowadzono cykl szkoleń dla doradców klienta i rozpowszechniono materiały dla dorosłych konsumentów dotyczące odpowiedzialnego korzystania z produktów nikotynowych o potencjalnie obniżonym ryzyku.



Carrefour zainaugurował akcję edukacyjno-marketingową **Tydzień Transformacji Żywnościowej**. Podczas jej trwania 14 marek oferowało zdrowe, zrównoważone produkty w kategoriach: opakowanie (zmniejszona waga plastiku i opakowanie nadające się do recyklingu), różnorodność biologiczna (wspieranie przyjaznych dla środowiska praktyk rolniczych), przejrzystość (dostarczanie klientom informacji na temat pozyskiwania składników), etykietowanie oraz wpływ produkcji i dystrybucji na środowisko i społeczeństwo.



W ramach akcji **HR wspiera** prowadzono działania edukacyjne adresowane do pracowników, którzy w wyniku pandemii trafili na rynek pracy, jak i przedsiębiorców i osób z działów HR. Firmom prowadzącym rekrutację mimo pandemii zaproponowano darmowe korzystanie z systemu ATS umożliwiającego publikację ofert pracy, zbieranych i udostępnianych osobom poszukującym zatrudnienia. Firmom zwalnającym pracowników zaproponowano darmowe narzędzie do outplacementu. W akcji **HRlink** realizowanej we współpracy z 21 partnerami biznesowymi udało się przygotować 15 webinarów z 14 ekspertami dla 2800 uczestników.



Podstawową rolą funkcjonującego od kilku lat centrum szkoleniowo-ekspozycyjnego **Kronspan Design Center** jest organizacja szkoleń. W 2020 r. podczas ośmiu seminariów firmie udało się przeszkolić ok. 300 osób w zakresie oferty **Kronspan Polska**, umiejętności pracy z branżą projektową, zagadnień socjologicznych i obsługi sklepu internetowego. Do tej pory, w ciągu czterech lat działalności, z obiektu w celach szkoleniowych skorzystało ok. 7 tys. osób z całej Polski i z zagranicy w ponad 70 różnych wydarzeniach.



Sieć **Leroy Merlin Polska** wzięła udział w pierwszym **Targach CSR online**. Jako wystawca firma promowała temat odpowiedzialnego biznesu, szczególnie pod kątem zobowiązań środowiskowych, i nawiązywała kontakty, nie narażając jednocześnie zdrowia swoich pracowników i innych uczestników targów. Stoisko odwiedziło ponad 300 osób, udało się odbyć kilkanaście rozmów ze zróżnicowanymi interesariuszami. Przedstawiciel firmy wziął też udział w panelu Lasów Państwowych. Dzięki udziałowi w targach nawiązano

nowe kontakty, a firma zaprezentowała swoje dobre praktyki w obszarze CSR i w ochronie środowiska.



W ramach projektu **Lider HR – Zarządzanie Zespołem Wielopokoleniowym Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego** realizowane jest wsparcie dla małopolskich przedsiębiorstw w postaci działań o charakterze doradczym z zakresu zarządzania zespołem wielopokoleniowym świadczonych przez wykwalifikowanych specjalistów, mających na celu opracowanie lub aktualizację strategii zarządzania wiekiem u pracodawcy, a następnie wdrożenie jej elementów. Efektem projektu jest wprowadzenie i wdrożenie do praktyki przedsiębiorstw strategii zarządzania zespołem wielopokoleniowym.



W ramach akcji **#RazemDamyRadę – wsparcie produkcji maseczek** specjaliści z Samsung Electronics Poland Manufacturing przekazali swój know-how firmie PTAK i pomogli zoptymalizować jedną z linii produkcyjnych maseczek medycznych. Dzięki wprowadzonym zmianom linia trzykrotnie zwiększyła swoją moc produkcyjną, by móc produkować niemal 69 tys. maseczek dziennie. Pomoc **Samsung Electronics Polska** była bezpłatna i odbyła się w ramach solidarności przemysłu w czasie pandemii.



Praktyka **Szkola Gospodarki Cyfrowej lokalnie – Wrocław** została zrealizowana przez firmę **TIM** wspólnie z Izłą Gospodarki Elektronicznej. Była to wrocławska edycja całodniowych warsztatów poświęconych e-commerce B2B. Prelegentami, oprócz pracowników TIM, byli także przedstawiciele Ceneo.pl, 3LP oraz Setup.pl. Udział w warsztatach był bezpłatny. W wydarzeniu uczestniczyło 40 osób.



Deklaracja Odpowiedzialnej Sprzedaży to projekt zainicjowany w 2019 r. przez instytucje finansowe, m.in. **BNP Paribas Bank Polska**, którego gospodarzem jest Federacja Konsumentów. To pierwsza taka współpraca firm, którym zależy na poprawie jakości usług bankowych. W 2020 r. Bank BNP Paribas pozytywnie przeszedł audyt dotyczący m.in. zasad i reguł, konstrukcji oraz oferowania swoich produktów i usług, a także przejrzystości komunikacji z klientami, i tym samym stał się sygnatariuszem Deklaracji Odpowiedzialnej Sprzedaży.



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

Agronomist to portal stworzony z udziałem i na potrzeby rolników i przetwórców, oferujący bazę wiedzy, analiz i trendów. Dzięki członkostwu **BNP Paribas Bank Polska** w Cool Farm Alliance użytkownicy portalu Agronomist mają możliwość skorzystania z nowatorskiego narzędzia Cool Farm Tool – kalkulatora online służącego do wyliczania emisji gazów cieplarnianych w produkcji rolniczej, bioróżnorodności gospodarstwa czy wymagań dla nawodnień roślin uprawnych.



Carrefour zorganizował **Kongres Rolnictwa i Żywności Ekologicznej ECO FOOD 360**, który miał na celu popularyzację i edukację na temat uprawy i konsumpcji produktów ekologicznych w Polsce oraz roli rolnictwa bio w kontekście walki ze zmianami klimatu. Podczas wydarzenia odbyło się blisko 30 eksperckich wystąpień dotyczących m.in.: rolnictwa i przetwórstwa żywności, logistyki, dystrybucji i zarządzania gospodarstwami rolnymi, wpływu rolnictwa konwencjonalnego oraz ekologicznego na środowiska.



Carrefour jest członkiem **Polskiej Koalicji ds. Zrównoważonego Oleju Palmowego**, zainicjowanej przez WWF Polska. Koalicja za cel strategiczny przyjęła osiągnięcie w Polsce poziomu 100% zrównoważonego oleju palmowego najpóźniej do 2023 r.



Sieć **Carrefour** jest założycielem **Koalicji na rzecz Rozwoju Rynku Żywności Bio**. Jej cel to podejmowanie inicjatyw prowadzących do wzmocnienia potencjału rolnictwa i przetwórstwa oraz rozwoju rynku bio w Polsce. Członkami założycielami są też przedstawiciele Polskiej Izby Żywności Ekologicznej, SGGW i stowarzyszenia EKOŁAN.



Carrefour jest członkiem **Polskiego Paktu na rzecz Zrównoważonych Tworzyw Sztucznych**; 10 września 2020 r. Carrefour Polska podpisał „Polski Pakt Plastikowy”, który jest kontynuacją paktu. Inicjatywa wyznacza proekologiczne cele dla całej branży FMCG oraz znacząco wpłynie na redukcję produkowanego przez nią plastiku.



Fundacja **Carrefour** przekazała grant 120 tys. euro Fundacji AgriNatura na realizację projektu **Demokratyzacja bio**, którego celem było wsparcie rolników ekologicznych w rozwoju ich gospodarstw poprzez inwestycje, szkolenia i wzmocnienie potencjału upraw owoców i warzyw. Efektem projektu jest ponad 1800 ton wyhodowanych warzyw ekologicznych, wzrost produkcji w gospodarstwach nawet o 200%, poszerzenie asortymentu warzyw bio o ponad 20 nowych gatunków. W ramach działań zrealizowanych w 2020 r. sieć

m.in. wspólnie z Fundacją Carrefour przekazała grant o wartości ponad 834 tys. zł na pobudzenie hodowli bydła ekologicznego w Polsce południowo-wschodniej.



Sieć **CCC** została jednym z partnerów polskiego tłumaczenia **wytycznych OECD** dotyczących należytej staranności w zakresie odpowiedzialnych łańcuchów dostaw w sektorze tekstylny - odzieżowym i obuwniczym.



Firma **CSR Consulting** należy do **Polskiej Koalicji ds. Zrównoważonego Oleju Palmowego**. W roku 2020 został wydany „Raport z badania poziomu certyfikowanego oleju palmowego w Polsce 2020”.



Kampania 17 Celów realizowana przez **CSR Consulting** mobilizuje biznes do podjęcia działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju. W roku 2020 prowadzona była czwarta edycja kampanii pod hasłem „2020: Mobilizacja”. Odbyły się trzy konferencje: Podsumowanie 2019, Forum Inspiracji oraz Światowy Dzień Działania, w których wzięło udział ponad 400 osób oraz ponad 50 ekspertów.



Celem **Tygodnia Odpowiedzialnego Biznesu** firmy **CSRinfo** jest inspirowanie firm poprzez prezentacje oraz panele ekspertów do wdrożenia praktyk odpowiedzialnego biznesu w swojej działalności. #TOB2020, ze względu na pandemię COVID-19 miał wyjątkowo formułę pięciodniowego wydarzenia online, podczas którego odbyły się cztery miniszkolenia w formie webinarium, oraz przeszło trzygodzinna konferencja online z ekspertami z Polski i z zagranicy.



ENERIS Ochrona Środowiska włącza się w działania **Koalicji na rzecz bezpieczeństwa pracowników służb komunalnych**. W 2020 r. firma wzięła udział w tworzeniu materiałów branżowych na temat zasad postępowania w czasie pandemii. W lutym odbyła się pierwsza w branży konferencja na temat bezpieczeństwa pracowników komunalnych.



Zasady Dobrych Praktyk Assistance spółki **Europ Assistance Polska** dotyczą reguł postępowania firmy w relacjach z klientami, partnerami biznesowymi, podwykonawcami, mediami oraz konkurencją.



Istotą konferencji „Nienieodpowiedzialni”, organizowanej przez **Grupę ANG** (d. ANG Spółdzielnia) od 2013 r., jest zwrócenie uwagi na wyzwania i powinności biznesu oraz uwrażliwienie ludzi na różne wymiary odpowiedzialności. Myślą przewodnią wydarzenia w 2020 r. była „Zazdrość, nierówność, polaryzacja... przyszłość?”. Konferencji wsparcia udzieliło 17 partnerów i organizacji partnerskich, wystąpiło 21 prelegentów z Polski i z zagranicy.



Grupa ANG (d. ANG Spółdzielnia) jest inicjatorem projektu **Nienieodpowiedzialni**, którego celem jest uwrażliwienie biznesu i ludzi na różne wymiary odpowiedzialności. Na projekt składają się: konferencje, portal Nno.pl, magazyn NNO oraz seria książek „Rozmowy o odpowiedzialności”.



Ranking „Równi w biznesie” co kwartał ocenia strategię rynkowe stosowane przez największych producentów FMCG w Polsce wobec sklepów niezależnych. W czwartej edycji rankingu analitycy **Grupy Eurocash** ocenili na podstawie posiadanych danych Nielsena rynkową ofertę ponad 180 największych producentów 35 popularnych kategorii produktowych.



Kongres Różnorodności to organizowana od 2013 r. przez **Henkel Polska** i BETTER konferencja zrzeszająca grono specjalistów i praktyków wokół tematu zarządzania różnorodnością. Szósta edycja kongresu (w 2020 r.), pod patronatem merytorycznym Karty Różnorodności, poświęcona była idei różnorodności i kwestii jej oddziaływania na budowanie szeroko rozumianego kapitału społecznego na wspólną przyszłość. Zaprezentowano punkt widzenia przedstawicieli NGO, biznesu, nauki i samorządów.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego założyła na **Facebooku** grupę „Zrównoważona Małopolska”. Uczestnicy znajdą na niej aktualną wiedzę i bieżące informacje. Wyemitowany został m.in. cykl informacyjny na temat Green HR w firmach oraz roli strategii CSR w przedsiębiorstwie. Dla uczestników grupy przygotowane zostały również dwie gry miejskie.



Celem konkursu **Stena Circular Economy Award – Lider Gospodarki Obiegu Zamkniętego** jest promowanie przedsiębiorstw wdrażających rozwiązania z obszaru GOZ oraz akty-

wizacja innych firm i jednostek naukowych do stosowania dobrych praktyk w tym zakresie. Jury składające się z ekspertów z Polski i ze Szwecji ocenia projekty pod kątem cyrkularności, innowacyjności i efektywności. Konkurs jest inicjatywą firmy **Stena Recycling**.



Od 2011 r. **TIM** publikuje w serwisie korporacyjnym edukacyjno-poradnikowo-analityczny cykl „Cały ten rynek...”. Firma w ten sposób dzieli się wiedzą i edukuje inwestorów.



PRZECIWDZIAŁANIE NADUŻYCIOM

Zgodnie z **Odpowiedzielną polityką zakupową Credit Agricole Bank Polska** dostawcy banku muszą spełniać określone kryteria już na etapie oceny w procesie ich wyboru. Oferenci odpowiadają na pytania ankietowe z obszarów: organizacja; miejsce pracy; rynek i klienci; społeczeństwo; środowisko.



9 grudnia to **Międzynarodowy Dzień Przeciwdziałania Korupcji**. W całej Grupie Deutsche Telekom, do której należy **T-Mobile Polska**, z tej okazji przypominane są wartości i zasady związane z etycznym działaniem w biznesie.



RELACJE Z DOSTAWCAMI

Firma **CCC** stworzyła dokument „Zasady oraz Dobre Praktyki współpracy z Dostawcami Grupy CCC”, który mówi nie tylko o wymogu przestrzeganiu Kodeksu Postępowania dla Dostawców, ale także o kwestiach etyki, niewykorzystywaniu niebezpiecznych substancji w procesie produkcyjnym, wymaganii certyfikatów pochodzenia oraz zakazie używania futer naturalnych w produktach całej Grupy CCC. Materiał skierowany jest przede wszystkim do projektantów i kupców, choć do znajomości i stosowania go w codziennej pracy zobowiązani są wszyscy pracownicy CCC.



Kodeks Kontrahentów Grupy Enea określa podstawowe oczekiwania Grupy ENEA względem kontrahentów. Wymagania dotyczą zgodności działań partnerów biznesowych z przepisami prawa powszechnie obowiązującego, standardami rynkowymi oraz etycznymi. Dokument obowiązujący



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

od 1 maja 2020 r. jest pierwszym w skali Grupy aktem w sposób syntetyczny określającym zasady i wartości, których przestrzeganie jest oczekiwane od kontrahentów.



W **Kodeksie Postępowania dla Partnerów Biznesowych Grupy Schiever w Polsce** określono minimalne wymagania wobec partnerów biznesowych w zakresie poszanowania praw człowieka, warunków pracy, ochrony środowiska oraz uczciwości w prowadzonej działalności biznesowej. Odbiorcami Kodeksu są wszyscy kontrahenci Grupy.



W lipcu 2020 r. w **Intive** wdrożono **Kodeks etyczny dostawców**. Jego celem jest promocja społecznej odpowiedzialności wśród partnerów biznesowych. Firma chce współpracować z podmiotami, które przestrzegają praw człowieka, zapewniają bezpieczne miejsca pracy, działają w poszanowaniu prawa i zgodnie z etycznymi praktykami biznesowymi, jak również szanują środowisko naturalne. Od momentu wdrożenia w życie, kodeks jest dołączany do stosowanych umów z firmami.



Od sierpnia 2015 r. **Lubelski Węgiel Bogdanka** oczekuje, że uczestnicy łańcucha dostaw dla kopalni przestrzegają będą zapisów zawartych w **Kodeksie Postępowania dla Dostawców LW Bogdanka**. Dokument ten formalizuje zasady, które od dłuższego czasu obowiązują w kontaktach z przedstawicielami dostawców – w większości wynikają z posiadanego przez Bogdankę Kodeksu Etyki, z którym zapoznawany jest każdy pracownik kopalni i którego przestrzegania zobowiązuje się poprzez złożenie własnoręcznego podpisu. Jest także efektem realizowania przez LW Bogdanka strategii CSR.



W ramach **zarządzania odpowiedzialnym łańcuchem dostaw** w firmie **Nowy Styl** opracowano w 2020 r. „Politykę Zakupową” oraz zaktualizowano „Kodeks dostawców Nowego Stylu”. Stworzono też narzędzie do samooceny dostawców, które uwzględnia, poza kwestiami jakościowymi, także zagadnienia z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu. Ocena ta może służyć dostawcom do przeprowadzenia audytu wewnętrznego. „Kodeks dostawców Nowego Stylu” firma wprowadziła po to, aby rozszerzyć standardy etyki oraz odpowiedzialności społecznej, ekonomicznej i ekologicznej na swoich dostawców, których działalność jest kluczową częścią łańcucha dostaw.



Leadership dla wykonawców to warsztaty mające na celu podnoszenie kompetencji liderów firm świadczących prace na terenie **ArcelorMittal Poland**, którzy mogą wpływać

na zachowania pracowników i motywować ich do bezpiecznej pracy. Zajęcia inspirują do przemyśleń na temat bezpieczeństwa, zbierają pomysły możliwych działań poprawiających bezpieczeństwo, a także pomagają w zrozumieniu kluczowej roli liderów w zakresie bezpieczeństwa pracy i we wskazaniu sposobu budowania autorytetu. Początkowo program obejmował stanowiska kierownicze, od roku 2019 adresowany jest do pracowników niższych szczebli.



Partnerstwo jako fundament współpracy z Rolnikami będącymi dostawcami mleka w firmie **Hochland** realizowane jest poprzez zapewnianie im przejrzystych warunków finansowych, organizowanie szkoleń i oferowanie profesjonalnego, codziennego wsparcie w gospodarstwie. Pracownikom terenowym w pracy z rolnikami towarzyszy Grupa Doradcza FDF (For Dairy Farm). Dla każdego gospodarstwa został opracowany plan działania, stopniowo ewaluowane są rezultaty. Szczególny nacisk kładziony jest na dobrostan zwierząt, zapobieganie chorobom i prawidłowe żywienie.



W programie **„Czas na wspieranie małych producentów” Jeronimo Martins Polska** umożliwiło małym producentom lokalnym współpracę na poziomie regionalnym (m.in. dostawa tylko z jednym centrum dystrybucyjnym). Wypełniali oni dedykowany formularz kontaktowy dostępny na stronie kampanii, a przedstawiciele Biedronki kontaktowali się z nimi w ciągu dwóch tygodni. Łącznie zgłoszenia wystawili ponad 500 producentów z całej Polski. Od 16 kwietnia do końca roku 2020 Biedronka włączyła do oferty ponad 200 produktów od 135 dostawców.



Kaufland Polska Markety uruchomił **platformę internetową Regionalny Kaufland** (Regionalnykaufland.pl), przez którą regionalni dostawcy mogą zgłaszać swoje produkty. Od początku funkcjonowania platformy (czyli od maja 2020 r.) do końca grudnia 2020 r. ponad 150 polskich dostawców zgłosiło 560 produktów, z czego w marketach Kaufland w 2021 r. dostępne będą 44 artykuły. Klienci mają dostęp do nowych artykułów, jak również do znanych i lubianych przez nich produktów z danego regionu, a producenci i dostawcy lokalni zyskują szansę na zwiększenie sprzedaży i dotarcie ze swoimi unikalnymi produktami do szerszej grupy odbiorców.



W ramach działań **Lidl dla polskich dostawców** w ofercie sieci prezentowane jest kilkaset produktów z oznaczeniem „Produkt polski” opracowanym przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Oznaczenie to pozwala klientom na łatwe znalezienie artykułów wytworzonych w Polsce i z użyciem polskich surowców. Sprzedaż artykułów spożywczych od polskich producentów stanowi ponad 70% obrotu firmy. W roku obrotowym 2019 za pośrednictwem **Lidl Polska**

241 polskich dostawców wyeksportowało swoje produkty do 25 europejskich krajów.



Covid – działania na rzecz przedsiębiorców to inicjatywy **PKO Bank Polski** mające na celu przeciwdziałanie gospodarczym skutkom pandemii. Klienci firmowi mogą korzystać z gwarancji, subwencji i dopłat z Tarczy Antykryzysowych oraz oferowanych przez BGK i PFR. Przez iPKO oraz iPKO biznes mogą składać wnioski o subwencję finansową z Tarczy Finansowej PFR. Mają przy tym do dyspozycji wideodoradcę. W sumie z udziałem banku środki o łącznej wartości 10,5 mld zł otrzymało ponad 67 tys. przedsiębiorstw, zatrudniających 503 tys. pracowników.



W 2020 r. firma **Sii** Polska ustaliła cele w zakresie poprawy odpowiedzialności społecznej w ramach łańcucha dostaw. W związku z tym firma wprowadziła kwartalny **Newsletter CSR do dostawców**, w którym dzieli się swoimi dobrymi praktykami, promuje działania odpowiedzialne społecznie i dobroczynne, a także zachęca dostawców do wymiany informacji na ten temat i przedstawiania ich dobrych praktyk. Liczba podpisanych deklaracji w Kodeksie Odpowiedzialnego Dostawcy Sii wzrosła do 52% i obejmuje wszystkich dużych dostawców, z których usług i produktów firma korzysta.



Kodeks Postępowania amfori BSCI to praktyka firmy **ALDI**. Firma zobowiązała swoich dostawców dostarczających towary marki własnej wyprodukowane w tzw. krajach ryzyka do udziału w programie amfori BSCI. Zakład produkujący dany artykuł musi posiadać ważny audyt BSCI. Jeśli ocena audytowa świadczy o dużej liczbie uchybień, dla danego zakładu tworzony jest plan działań korygujących.



W 2020 r. firma **Allegro** korzystała z usług ponad 2 tys. dostawców produktów i usług. W przypadku wolumenu współpracy przekraczającego 100 tys. zł kontrahenci mają obowiązek zaakceptować i podpisać **Kodeks Postępowania Dostawców i Partnerów Biznesowych**, a także złożyć pisemną deklarację spełniania zasad wynikających z inicjatywy Organizacji Narodów Zjednoczonych Global Compact. W 2020 r. takich dostawców było ponad 430.



ANWIL wdrożył **Kodeks postępowania dla Dostawców**, który stanowi vademecum współpracy na linii: spółka –

kontrahenci. Dokument zobowiązuje partnerów procesów zakupowych do przestrzegania zawartych w nim wytycznych w zakresie standardów społecznych, środowiskowych, etycznych oraz ładu korporacyjnego.



Deklaracja CSR to dokument opisujący zasady współpracy **BNP Paribas Bank Polska** z dostawcami. Zawiera omówienie odpowiedzialnego procesu wyboru dostawcy, równego traktowania dostawców w kwestiach finansowych oraz promowania tych dostawców, którzy wspierają inicjatywy CSR i zrównoważonego rozwoju. Deklaracja obejmuje również omówienie wymagań stawianych dostawcom.



Carrefour rozwija współpracę z dostawcami marki własnej i organizuje **szkolenia dla dostawców marki własnej**. Sieć odbyła także spotkanie z dostawcami marek branżowych. Jego celem było zaproszenie tych dostawców do włączenia się w transformację żywniową w konkretnych obszarach, np. opakowania, redukcja emisji CO₂, żywność bio, wsparcie lokalnych dostawców. Sieć nawiązała taką współpracę z ok. 30 firmami.



Cel **kampanii Carrefour Autodiagnostyk** to promocja zrównoważonego rozwoju wśród dostawców produktów marki własnej i umożliwienie im oceny ich działań w tym zakresie. Dostawcy zgłaszali swoje inicjatywy związane z odpowiedzialną polityką opakowaniową i gospodarką o obiegu zamkniętym. Zdobywcą pierwszej nagrody została firma Stella Pack za projekt „Worki na śmieci jako ekologiczne opakowanie”.



Carrefour współpracuje z lokalnymi dostawcami. Dzięki lokalnej współpracy znacznie zredukowano odległość, którą towar musi przebyć do sklepu, co korzystnie wpływa na ograniczenie emisji CO₂ i zanieczyszczeń emitowanych do atmosfery. Ponadto Carrefour dzieli się z dostawcami know-how dotyczącym dbania o jakość produktów, ekologicznych sposobów transportu i ergonomicznych metod produkcji żywności.



Firma **CCC** prowadzi dialog z dostawcami, którego efektem było wypracowanie **Kodeksu Postępowania Dostawców**. W 2020 r. rozpoczęto prace nad jego aktualizacją.



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

Firma **CCC** wdrożyła **Politykę Zarządzania Substancjami Chemicznymi** wraz z listą substancji objętych ograniczeniami, która stanowi część „Kodeksu Postępowania Dostawców”.



Go Responsible w ramach usługi **odpowiedzialny catering** ułatwia firmom komercyjnym wspieranie sektora ekonomii społecznej, a jednocześnie pomaga w rozwoju spółdzielniom socjalnym, stowarzyszeniom i fundacjom. W 2020 r. firma zorganizowała Akademię ESG, podczas której poczęstunek dostarczany prosto do domu lub biura składał się z produktów Fair Trade i pochodził od podmiotów ekonomii społecznej.



Portal „Dla dostawców” zawiera informacje i dokumenty adresowane do podmiotów zainteresowanych nawiązaniem współpracy ze spółkami **Grupy Kapitałowej LOTOS**, m.in. „Kodeks etyczny” oraz tekst określający zasady współpracy z kontrahentami.



Lidl Polska opublikował i stosuje serię polityk zakupowych będących **wieloletnimi zobowiązaniami** określającymi zasady zrównoważonego zaopatrywania w surowce. W dokumentach wskazane są również wymagania w zakresie zasad uprawy, hodowli, produkcji żywności, jak i wiążące deklaracje wieloletnie dotyczące certyfikacji, modyfikacji składów produktów oraz wspierania odpowiedzialnych praktyk rolniczych.



Lyreco Polska prowadzi **audyty społeczne dostawców produktów marki Lyreco**, realizowane w oparciu o międzynarodowe standardy odpowiedzialności społecznej według SEDEX 4 przez zewnętrzne firmy audytorskie oraz wewnętrzny Departament Jakości, Bezpieczeństwa i Zrównoważonego Rozwoju. W przypadku wykroczeń, gdy fabryka podejmuje próby poprawy, Lyreco wspiera działania naprawcze; w przypadku poważnych wykroczeń i braku działań naprawczych – współpraca zostaje zakończona.



Każdy dostawca, który chce uczestniczyć w składaniu ofert w **Lyreco Polska**, musi zobowiązać się do przestrzegania podstawowych zasad **Kodeksu Etycznego dostawców Lyreco** i podpisać oficjalną deklarację.



W **Centrum Szkoleniowym Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** prowadzone są zajęcia dla firm pracujących na obiektach koncernu. Wykonawcy zyskują wiedzę m.in. dotyczącą zasad BHP i zagrożeń występujących na

instalacjach podczas prac remontowych oraz wiedzę o aparaturze i sprzęcie, za pomocą którego te prace są wykonywane.



Firma **SumiRiko Poland** przygotowała przewodnik **Wytyczne CSR dla dostawców**. W oparciu o te wytyczne opracowano również ankietę, o wypełnienie której poproszeni są dostawcy.



RELACIE Z INTERESARIUSZAMI

W celu realizacji stałego dialogu z interesariuszami **Lubelski Węgiel Bogdanka** zorganizował **webinarium na temat polityki zaangażowania społecznego Bogdanki**. Omówiono na nim priorytety w obszarze społecznym, zasady udzielania darowizn, a także podzielono się dobrymi praktykami i radami dotyczącymi realizacji działań społecznych – zwłaszcza w wielosektorowych partnerstwach. Do agendy dołączono drugi moduł – o pracy metodą projektową dla początkujących. Był to cenny element pozwalający na profesjonalizację działań lokalnych, często młodych NGO, zwiększający ich skuteczność w pozyskiwaniu partnerów z sektora biznesowego.



Aby pomóc sprzedawcom, **Allegro** wprowadziło pakiet **Wsparcia dla sprzedawców i klientów Allegro w czasie pandemii**, który obejmował m.in. wydłużenie terminów płatności. Spółka nowym firmom umożliwiła rozpoczęcie sprzedaży online i korzystanie z platformy przez pierwsze 3 miesiące bez ponoszenia opłat. Podobne rozwiązanie przygotowano dla matek, często lokalnych przedsiębiorców. W specjalnej kategorii „Lokalny Ryneček” na Allegro Lokalnie mogli sprzedawać swoje „produkty pierwszej potrzeby” bez opłat. Allegro udostępniło też opcję darmowego Smarta! – klienci mogli skorzystać z nieodpłatnych dostaw produktów do domu czy paczkomatów.



Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne dwukrotnie przekazało pracownikom warszawskiej Dzielnicy Białoteka pakiety higieniczne obejmujące maski, płyn dezynfekujący oraz okulary ochronne jako **wsparcie w walce z pandemią COVID-19**. W ramach współpracy z Polskim Związkiem Pracodawców Przemysłu Farmaceutycznego i innymi firmami z branży farmaceutycznej, Anpharm uczestniczył w wypracowaniu procedur bezpieczeństwa, które zostały przekazane do Głównego Inspektoratu Farmaceutycznego. Rozwiązania te zostały wdrożone w firmie.



Wraz z wybuchem pandemii **Coca-Cola Poland Services** i **Coca-Cola HBC Polska** stworzyli program **wsparcia HoReCa**. Była to odpowiedź na potrzeby zgłaszane przez przedstawicieli branży. Program obejmował wsparcie marketingowe i edukacyjne, w tym przekazanie 1,75 mln napojów lokalom, jako promocję zamówień na wynos, wspieranie restauracji w trakcie ich czasowego otwarcia, partnerstwo z Restaurant Week, kiedy lokale mogły działać, przyjmując gości również na miejscu, bezpłatne webinaria, bezpłatny podręcznik z poradami, jak skutecznie dotrzeć do potencjalnych gości. Wsparciem budowania przekazu reklamowego restauracji na dedykowanej platformie zostało objętych ok. 1 tys. lokali, a łączna liczba interakcji wyniosła ponad 139 mln.

1 810
Coca-Cola
HBC Polska260
Coca-Cola Poland
Services

Grabowski i Wspólnicy Kancelaria Radców Prawnych

w ramach **wsparcia edukacyjnego dla firm rodzinnych** zrealizowała cykl filmów edukacyjnych dostarczających wiedzę z zakresu rozwiązań prawnych i procesów sukcesyjnych w firmach rodzinnych. Filmy były emitowane w telewizji Biznes24.



11



Grupa Eurocash przygotowała **pakiet wsparcia dla Przedsiębiorców w związku z epidemią SARS-CoV-2** skupiający się na dwóch aspektach – kampanii informacyjnej oraz zapewnieniu bezpieczeństwa. Kampania informacyjna dotyczyła zmieniających się zaleceń, zasad bezpieczeństwa, jak również pomocy, która dla przedsiębiorców została przewidziana w Trzeczach Antykrzysowych. Działania komunikacyjne cieszyły się ogromnym zainteresowaniem – podczas pierwszej fali pandemii strona internetowa Bezpiecznie z Eurocash odnotowała ponad 100 tys. odsłon. Grupa dokonała też zakupów środków ochronnych – ponad 800 tys. masek ochronnych i ponad 10 tys. osłon dla kas.



22 000



Grupa Veolia w Polsce wspólnie z firmą foresightową 4CF uruchomiła portal **Transformacja2050.pl**, który jest miejscem dyskusji eksperckiej na temat transformacji energetycznej w Polsce. Do współpracy zaproszono m.in. uczonych, dostawców rozwiązań i inne przedsiębiorstwa energetyczne, nierzadko konkurencyjne. Od marca do listopada 2020 r. portal odwiedziło 28,18 tys. osób, wobec założonych 11 tys. Portal jest pionierską inicjatywą w zakresie dialogu z interesariuszami dzięki podejściu foresightowemu (świadomie zrywającemu z oceną krótkoterminową na rzecz rozwiązań przyszłości), realnemu zaangażowaniu interesariuszy w tworzenie treści oraz braku opłat dla użytkowników.



4 300



KPMG w Polsce przygotowało **wsparcie dla biznesu w czasie COVID-19** w postaci bezpłatnych publikacji i opracowań merytorycznych pomagających optymalnie zarządzać biznesem w nowo powstałej sytuacji rynkowej. Firma stworzyła dedykowaną stronę, która agreguje wszystkie aktualne materiały tworzone przez ekspertów KPMG oraz bezpłatnie udostępnia gotowe wzory dokumentów urzędowych, w tym m.in. wnioski dotyczące odroczenia płatności lub rozłożenia na raty podatków VAT i CIT wraz z odpowiednim uzasadnieniem. Stronę internetową, na której publikowano bezpłatne materiały ekspertów, w 2020 r. odwiedziło średnio 30 razy więcej osób niż w analogicznym czasie w roku ubiegłym.



2 000



Lewiatan Holding ustanowił program pomocowy dla swoich franczyzobiorców – **Fundusz Pomocy Lewiatńczykom**. Gwarantuje on nieoprocentowaną pomoc finansową dla sklepów, których biznes został bezpośrednio zagrożony skutkiem pandemii koronawirusa. Wartość funduszu solidarnościowego wynosi 10 mln zł.



80



Lidl Polska podjął szereg działań w ramach **wsparcia w czasie epidemii COVID-19** dla pracowników, klientów, dostawców i społeczności. Oprócz zapewnienia pracownikom środków ochrony, we wszystkich sklepach sieci funkcjonują tzw. kasy pierwszeństwa, wsparto akcją Solidarnościowego Korpusu Wsparcia Seniorów. Sieć wspomagała również swoich dostawców (poprzez stałe dokonywanie zamówień) oraz lokalne społeczności, przekazując darowizny na rzecz walki z COVID-19 organizacjom, takim jak WOŚP i Caritas (łącznie 1 mln zł), oraz przekazując dary rzeczowe wielu lokalnym podmiotom.



23 000



MAKRO Polska przygotowało **niezbędnik kryzysowy dla Gastronomii** – kompleksową pomoc doradczą w zakresie zachowania restrykcji i aktualnych wymagań COVID-19; BHP; regulacji prawnych; HACCP; wymiany doświadczeń ekspertów z branży. Właściciele lokali otrzymują bezpłatną pomoc i konsultacje dotyczące bieżących wyzwań, co pomaga dostosować się do nowych warunków, aby zapobiec wizji bankructwa.



5 000



Wsparcie systemowe i operacyjne dla branży Horeca oferuje **MAKRO Polska**, które dostarcza branży usługi, rozwiązania oraz narzędzia cyfrowe, aby poprawić jej widoczność w sieci, oszczędzić jej czas oraz wesprzeć jej biznes. Uruchomienie ponad 14 tys. stron internetowych oraz ok.



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

UCZCIWE PRAKTYKI OPERACYJNE

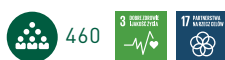
2 tys. modułów rezerwacji stolików online dostępnych na Platformie DISH poprawiło widoczność w sieci interesariuszy MAKRO z branży HoReCa. Przekłada się to na zwiększenie zainteresowania konsumentów. Lokale klientów dzięki współpracy z Google są bardziej rozpoznawalne oraz łatwiejsze do wyszukania w ogólnodostępnych wyszukiwarkach, nie tylko w Polsce.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego opracowała praktyczny **Przewodnik Przedsiębiorcy. Efektywne i szybkie wsparcie HR**, gdzie zamieściła i opisała możliwe działania, które szybko można wprowadzić w firmach w kryzysie. Są to działania w zakresie komunikacji, wprowadzania zmian i angażowania zespołu we współodpowiedzialność za firmę, co jest szczególnie ważne w małych przedsiębiorstwach. Przedsiębiorcy w jednym miejscu otrzymali kompendium wiedzy i opis możliwości wprowadzenia zmian.



W ramach **współpracy na rzecz przeciwdziałania skutkom pandemii w branży hotelarskiej Polski Holding Hotelowy** wraz z Polską Organizacją Turystyczną w oparciu o wytyczne Ministerstwa Rozwoju i Głównego Inspektoratu Sanitarnego byli inicjatorami przygotowania certyfikatów bezpieczeństwa dla polskich obiektów noclegowych oraz hoteli – „Obiekt bezpieczny higienicznie”. Certyfikat został przygotowany w taki sposób, aby służył nie tylko dużym sieciowym hotelom, ale również gospodarstwom agroturystycznym, małym pensjonatom i prywatnym hotelom. Autocertyfikacji poddało się ponad tysiąc obiektów noclegowych.



Santander Bank Polska, by dbać o klientów biznesowych i korporacyjnych, utrzymywać z nimi stałą komunikację, budować zaufanie, ale także dać im poczucie bezpieczeństwa w czasach niepewności – dotychczasowe konferencje oraz wyjazdy misje handlowe zamienił na alternatywne formy. Bank zorganizował kilkanaście **webinarów biznesowych dla klientów w czasie pandemii**. Podczas spotkań dzielono się z nimi ekspercką wiedzą, prezentowano ekspertyzy, omawiano perspektywy dla rozwoju biznesu i możliwości, jakie daje współpraca z Grupą Santander. Wzięło w nich udział ponad 400 klientów z różnych branż.



Sodexo Polska wsparło polską gastronomię w czasie pandemii za pomocą rozwijanego od 2018 r. formatu gastronomicznego o nazwie Mini Food Court. Firma zakłada współpracę z partnerami zewnętrznymi, którzy równolegle do serwowanych przez Sodexo w restauracjach posiłków oferują indywidualne stanowisko ze swoimi daniami kuchni świata. Model ten pozwolił firmie utrzymać atrakcyjną ofertę w czasach koronawirusa, a mniejszym partnerom zewnętrznym – lokalnym gastronomom – dał szansę na przetrwanie

czasu pandemii. W projekcie udział wzięło sześciu partnerów zewnętrznych. 30% zamówień dokonanych na stronie z ofertą Sodexo stanowiły oferty partnerów.



Wsparcie marki Wawel dla pracowników handlu polegało m.in. na przekazaniu bezpłatnych środków ochrony dla pracowników sklepów spożywczych. Do placówek handlowych w całej Polsce trafiło 35 tys. jednorazowych maseczek oraz 1,5 tys. litrów płynów do dezynfekcji. Inicjatywa firmy **Wawel** była podjęta na początku okresu pandemii, kiedy dostęp do środków bezpieczeństwa był szczególnie utrudniony. Celem przedsięwzięcia było wsparcie osób, które na co dzień pracują nad zapewnieniem dostępu do podstawowych produktów w trakcie pandemii koronawirusa.



Program Handlu Zagranicznego to inicjatywa **BNP Paribas Bank Polska** oraz partnerów: Bisnode Polska, KUKE S.A. i dziennika „Rzeczpospolita”. Ideą programu jest zapewnienie kompleksowego wsparcia przedsiębiorstwom w wejściu na zagraniczne rynki. Na terenie całej Polski organizowane są konferencje poświęcone konkretnym rynkom zagranicznym. W 2020 r. ze względu na pandemię wydarzenia odbyły się w formule online.



W **BNP Paribas Bank Polska** w ramach realizacji **polityk CSR** prowadzony jest **monitoring klientów** działających w dziewięciu sektorach uznanych za wrażliwe ze względu na ryzyka ESG: energetyki węglowej, wydobywczym, obronnym i bezpieczeństwa, leśnym, nuklearnym, rolno-spożywczym, paliw niekonwencjonalnych i tytoniowym.



Akademia Umiejętności Eurocash **Grupy Eurocash** prowadzi **program na rzecz promocji zawodu sprzedawcy w szkołach branżowych**. 9 listopada 2020 r. AUE połączyła się z ponad 25 szkołami z całej Polski na „Wirtualnym Festiwalu Umiejętności Zawodowych”, podczas którego uczestnicy mogli zobaczyć, na czym polega praca w zawodach sprzedawcy, logistyka czy magazyniera. W wydarzeniu wzięło udział 681 osób.



Akademia Umiejętności Eurocash to kompleksowy program edukacyjno-szkoleniowy wspierający polskie niezależne sklepy detaliczne zrzeszone w sieciach franczyzowych i partnerskich **Grupy Eurocash**. Jakość oferty edukacyjnej oraz stałe doskonalenie procesów szkoleniowych potwierdza certyfikat ISO 29990:2010. Akademia zapewnia dostęp do wiedzy online i offline.





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



ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE



51 praktyk nowych

56 praktyk długoletnich

52 firmy

Pandemia sprawiła, że szczególne znaczenia nabrały rozwiązania kierowane do klientów. Miały one między innymi umożliwić zachowanie dystansu, zwiększyć dostępność produktów i usług, przeciwdziałać wykluczeniu i służyć trosce o dobrostan mimo konieczności izolacji. W obszarze zagadnienia konsumentki w edycji za 2020 znalazła się rekordowa (107 praktyk, zgłoszonych przez 52 firmy), w historii ukazywania się raportu, liczba dobrych praktyk, i to mimo wprowadzonego w poprzedniej edycji ograniczenia w zgłaszaniu działań CSR do publikacji. W porównaniu z raportem za 2019 rok odnotowany został przeszło osiemdziesięcioprocentowy wzrost przykładów praktyk nowych (51 praktyk).

Wagę zaangażowania firm w zagadnienia konsumentki może oddawać także badanie „Koronawirus – opinie Polaków i ocena działań pracodawców”, przeprowadzone pod koniec marca 2020 roku przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Respondenci wśród najczęściej wskazywanych inicjatyw pracodawców w związku z rozprzestrzenianiem się COVID-19 wymieniali wprowadzenie dodatkowych procedur wobec klientów (34% odpowiedzi). Znaczenie troski o bezpieczeństwo klientów w czasie pandemii potwierdza również ostatnia z kategorii w niniejszym obszarze (zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów), w której pojawiło się cztery razy więcej – bo 16 – praktyk w porównaniu z rokiem poprzednim. O jedną trzecią zwiększyła się również liczba praktyk w kategorii ułatwienia dla klientów, stając się najliczniejszą w obszarze dotyczącym zagadnień konsumenckich (30 praktyk). Wprowadzane rozwiązania odnosiły się często do technologicznych udogodnień, które z jednej strony stanowiły odpowiedź na wyzwania związane z pandemią, a z drugiej oddawały przyspieszenie technologiczne, które ze względu na pandemię stało się faktem. Odpowiedzialny biznes w czasach lockdownu dostrzegł również potrzeby grup zagrożonych wykluczeniem, zwłaszcza seniorów. Firmy z branży finansów uru-





chomiły kampanie służące podwyższaniu kompetencji osób starszych w zakresie korzystania z bankowości internetowej, a na przykład z branży handlu podjęły działania mające na celu pomoc w dostarczeniu zakupów.

„Pandemia zdeterminowała aktywności CSR w 2020 roku, ale nie zdefiniowała go na nowo” – powiedziała Marzena Strzelczak, prezeska Forum Odpowiedzialnego Biznesu, w wywiadzie dla Wirtualnedia.pl (01.01.2021). Zaobserwować można kontynuację trendów CSR sprzed koronakryzysu. W obszarze zagadnienia konsumentki będą to między innymi inicjatywy zwiększające dostępność (28 praktyk). Wdrażano praktyki umożliwiające korzystanie z produktów i usług przez osoby z dysfunkcjami słuchu, wzroku czy ruchu. Wprowadzono także rozwiązania stanowiące odpowiedź na potrzeby rodzin wielodzietnych oraz obcokrajowców.

Kontynuowany jest również trend edukacji konsumentów (23 praktyki). Firmy pozostają zaangażowane na polu edukacji zdrowotnej, środowiskowej i finansowej. Podnoszą świadomość w zakresie niemarowania żywności. Ważne są także aktywności służące wyposażeniu konsumentów w wiedzę, jak zabezpieczyć się przed różnego typu oszustwami.

Podobnie jak w poprzedniej edycji Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” najwięcej praktyk dotyczy 12. Celu Zrównoważonego Rozwoju – odpowiedzialna konsumpcja i produkcja (35 praktyk). Powtarza się również tendencja, jeśli chodzi o dobre praktyki przyczyniające się do realizacji Celu 3. – dobre zdrowie i jakość życia (25 praktyk), oraz Celu 10. – mniej nierówności (22 praktyki) – to one należą do najliczniej reprezentowanych.

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2020 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 255

DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTÓW I USŁUG

Dla osób ze spektrum autyzmu i nadwrażliwością sensoryczną hałas towarzyszący zakupom może być męczący, a nawet stać się źródłem cierpienia. **Auchan Retail Polska**, jako pierwsza sieć handlowa w Polsce, w 2019 r. zainicjował akcją **Godziny ciszy** – to czas, gdy sklepy starają się wyeliminować wszystkie źródła dźwięku i ograniczyć natężenie oświetlenia. Dodatkowo na czas godzin ciszy otwierana jest specjalnie oznakowana kasa. W ankiecie, przygotowanej przez Auchan i wypełnionej przez blisko 1,5 tys. klientów, 93% z nich stwierdziło, że godziny ciszy są potrzebne. O opinię firma zapytała również 42 fundacje i organizacje społeczne; 98% z nich uznało, że godziny ciszy są wręcz konieczne.

 19 000  

Sieć **Lidl Polska** – z myślą o osobach ze spektrum autyzmu, ich rodzinach oraz opiekunach – wprowadziła **ciche godziny** we wszystkich swoich sklepach w Polsce. Inicjatywa została przygotowana we współpracy z Fundacją JIM. Dla klientów ze spektrum autyzmu w wyznaczonych godzinach w sklepach muzyka i komunikaty w systemie nagłośnienia są wyciszone. Dodatkowo klienci deklarujący, że są osobami ze spektrum autyzmu, bez weryfikacji obsługiwani są poza kolejnością w tzw. kasach pierwszeństwa.

 23 000  

Bank Pekao rozpoczął działania edukacyjne skierowane do seniorów. Celem akcji było wsparcie osób starszych w adaptacji do nowych warunków spowodowanych pandemią. Formuła praktyki **Bierz Internet za rogi** oparta została na zbudowaniu wirtualnej społeczności seniorów. Główny przekaz brzmiał: zostań w domu, bierz internet za rogi, bądźmy razem w sieci! Bank stworzył w tym celu dedykowaną stronę internetową Pekao.com.pl/strefaseniora z materiałami edukacyjnymi dla seniorów (50 artykułów). W kampanię zaangażowali się influencerzy i liderzy opinii. Strona „Strefa seniora” miała ponad 260 tys. odostępów.

 12 707  

Credit Agricole Bank Polska w ramach praktyki **Wsparcie dla seniora** przygotował specjalną stronę WWW wraz z informacjami skierowanymi do osób starszych i ich rodzin. Poradnik oraz infografika w prosty sposób tłumaczyły zasady korzystania z bankowości online oraz mobilnej. Opracowana została procedura rozmowy z seniorami. W dzia-

łaniach akcentowano wartość dialogu międzypokoleniowego. Dla każdego seniora, który korzysta z usług banku, bank przygotował e-certyfikat, czyli zaświadczenie o nabyciu umiejętności korzystania z bankowości internetowej i/lub mobilnej.

 4 703 

ING Bank Śląski przygotował akcję **#zdalnidpomocy** – znani i lubiani youtuberzy nagrali wideoapel nawołujący do pomagania swoim rodzicom i dziadkom w przechodzeniu na rozwiązania online. Bank wyposażył młode osoby w narzędzia, by mogły łatwiej rozmawiać ze starszymi. Na stronie internetowej firmy znalazły się materiały pomocne w nauce „bankowania” online. Wspólnie z Radiem ZET bank przygotował cykl audycji, w których prowadzący mówili o zdalnym załatwianiu spraw. Przygotowana została komunikacja do klientów, w której zachęcano do wsparcia osób starszych w korzystaniu z rozwiązań online. Łącznie filmy w ramach akcji miały 21 mln wyświetleń, prawie 10 tys. komentarzy i 98% pozytywnych opinii. Ukazało się 1200 publikacji w mediach.

 8 100 

W czasie pandemii sieć **Orange Polska** podjęła współpracę z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej. Firma stała się partnerem portalu edukacyjno-informacyjnego dla seniorów – ABC senior, który w szerokim zakresie informował o wszelkich inicjatywach skierowanych do osób starszych w Polsce. U uruchomiła też bezpłatną infolinię dla seniorów szukających pomocy i informacji. Sieć przygotowała kursy online – „**ABC cyfrowego świata** za smartfonem”. Tematy kursów obejmowały m.in. konfigurację telefonu, konto internetowe, instalowanie aplikacji, bezpieczne hasło, e-bankowość, e-recepty. Odbyły się 2 cykle zajęć po 8 warsztatów, w których wzięło udział ponad 300 seniorów.

 13 500 

Od czerwca 2020 r., w ramach współpracy z firmą MIGAM, wszystkie oddziały **BNP Paribas Bank Polska** umożliwiają osobom głuchym korzystanie z usługi **tłumacza języka migowego online**. Usługa jest dostępna w placówkach oraz w kontakcie klienta głuchoego z infolinią banku. Osoba z niepełnosprawnością słuchu poprzez aplikację zainstalowaną na własnym smartfonie lub tablecie może połączyć się z tłumaczem dostępnym w każdym oddziale banku. W celu ułatwienia korzystania z usługi wizytę w oddziale w języku migowym można zarezerwować także przez aplikację Booksy. Dodatkowo klienci mogą zamówić nagrania wizualne treści dokumentów w polskim języku migowym.

 10 000 

Praktykę **Zapewnienie kompleksowej obsługi Klientów Głuchych i Niedostyszących** realizuje **PGNiG Obrót Detaliczny**. Firma od 2016 r. zapewnia bezpłatny dostęp do aplikacji Tłumacz online języka migowego – za pomocą połączenia wideo. Partnerem PGNiG Obrót Detaliczny w zapewnianiu obsługi klientów głuchych i niedostyszących od 2016 do października 2020 r. był zespół MIGAM, a od

listopada 2020 r. jest Polski Związek Głuchych Oddział Mazowiecki. Efektywność praktyki jest mierzona liczbą odebranych połączeń telefonicznych. Liczba obsłużonych klientów w kolejnych latach: w 2016 r. – 157, 2017 r. – 200, 2018 r. – 238, 2019 r. – 157, 2020 r. – 55.



Firma **Compensa TU Vienna Insurance Group** stworzyła możliwość **samodzielnej likwidacji szkód** z OC/AC, NNW oraz majątkowych. Obsługa zgłoszenia odbywa się przez internet i umożliwia otrzymanie odszkodowania w czasie od kilku godzin do maksymalnie 3 dni. Zgłoszenie szkody jest weryfikowane i w przypadku spełnienia określonych warunków następnie kierowane na ścieżkę samolikwidacji. W związku z pandemią rozwiązanie zyskało nowe znaczenie. Ze strony klienta podstawową korzyścią jest uproszczenie i skrócenie procesu likwidacji.



Compensa TU Vienna Insurance Group rozszerzyła ofertę o **teledycynę w ubezpieczeniu zdrowotnym**, czyli e-konsultacje z lekarzami i specjalistami medycznymi. Rozwiązanie wdrożono już w 2019 r., a w roku 2020 (w związku z utrudnionym dostępem do stacjonarnych konsultacji lekarskich) wprowadzono je bezkosztowo do istniejących polis zdrowotnych, które nie miały go wcześniej w zakresie.



W marcu 2020 r. w **GRUPIE AGORA** rozpoczęła działanie **News from Poland – specjalna sekcja na Wyborcza.pl dla osób niepolskojęzycznych**, która powstała z myślą o cudzoziemcach przebywających w Polsce oraz osobach niepolskojęzycznych zainteresowanych wydarzeniami w kraju. Redakcja „Gazety Wyborczej” codziennie prezentuje anglojęzyczne artykuły i informacje o bieżących wydarzeniach na terenie Polski oraz materiały poradnikowe dotyczące m.in. pandemii koronawirusa. Projekt to efekt współpracy „Gazety Wyborczej” z Fundacją Gazety Wyborczej.



Kaufland Polska Markety honoruje **Kartę Dużej Rodziny**. Od 27 sierpnia 2020 r. klienci posiadający Kartę Dużej Rodziny mogą otrzymać w sklepach Kaufland bon do wykorzystania przy kolejnych zakupach. Za każde wydane 100 zł (kwota ta nie uwzględnia zakupu alkoholu, papierosów, artykułów medycznych, żywności dla niemowląt, voucherów i kart podarunkowych) osobom uprawnionym przysługuje bon w wysokości 5 zł. Od początku akcji do końca 2020 roku wydano ponad 400 tys. bonów na łączną kwotę ponad 2 mln zł.



W ramach praktyki **ALDI Nord Instore Koncept** w 2018 r. wszystkie sklepy **ALDI** w Polsce zostały przebudowane według nowego konceptu ANIKO. W latach 2019 oraz 2020 koncept ten został przejęty dla nowych obiektów.



TOTUPOINT w Galerii Morena należącej do **Carrefour** to system znaczników, który wspomaga orientację przestrzenną i zwiększa poziom bezpieczeństwa osób niewidomych i niedowidzących. Morena jest pierwszym miejscem w Trójmieście i pierwszą galerią handlową w Polsce, gdzie zainstalowano takie znaczniki.



Pierwszy sklep **Carrefour BIO w Polsce** sieć **Carrefour** otworzyła pod koniec 2019 r. Główne cele tego projektu to demokratyzacja produktów bio, zachęcanie klientów do dbałości o zdrowie, ochrona planety i rozwój rynku żywności bio w Polsce. W 2020 r. sieć otworzyła dwa nowe sklepy: w Warszawie i we Wrocławiu.



Carrefour jest członkiem **partnerstwa na rzecz dostępności** w ramach programu Dostępność Plus. Firma od lat realizuje działania na rzecz osób o szczególnych potrzebach, w tym z niepełnosprawnościami i seniorów, a także zatrudnia osoby z niepełnosprawnościami. Obecnie w zespołach Carrefour jest ponad 600 pracowników z orzeczoną niepełnością.



Zamieniam się w stuch to strategiczny projekt **Credit Agricole Bank Polska** mający na celu podniesienie standardów obsługi osób z problemami słuchu oraz zmianę postrzegania osób niesłyszących i integrację ich z resztą społeczeństwa. W ramach projektu w 2020 r. placówki zostały zaopatrzone w niezbędną infrastrukturę (pętle indukcyjne, wirtualny tłumacz polskiego języka migowego – system Migam). Dla pracowników banku przeprowadzone zostały warsztaty dotyczące Kultury Głuchych. Bank organizował spotkania dla osób niedosłyszących oraz współpracował z organizacjami pozarządowymi działającymi na rzecz głuchych i niedosłyszących.



Credit Agricole Bank Polska stale działa na rzecz **ułatwienia dostępu do banku dla osób z niepełnosprawnościami**. W 2020 r. pracownicy banku szkoleni byli w temacie związanym z niepełnosprawnościami. Zwracano uwagę na



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

rozwój umiejętności komunikacji, dostrzegania indywidualnych potrzeb osób z niepełnosprawnością. Wprowadzona została także oficjalna procedura: „Obsługa klientów ze szczególnymi potrzebami”.



Helios bez barier! – pokazy polskich filmów w wersji z napisami dla osób niedosłyszących to inicjatywa **GRUPY AGORA**. W ramach 15. edycji „Kultury Dostępnej”, w odpowiedzi na potrzeby widzów starszych oraz niedosłyszących, sieć kin Helios zorganizowała specjalne pokazy filmów w wersji z polskimi napisami.



O osoby z niepełnosprawnością dba **mBank** – rozwija wprowadzony w 2018 r. model obsługi klientów z niepełnosprawnościami. W ramach projektu **Bankowość bez granic** osoby korzystające z centrum wsparcia, które wyraziły zgodę na przetwarzanie danych o niepełnosprawności, są automatycznie łączone z odpowiednio przygotowanym konsultantem. Mają także możliwość wyboru wideoobsługi prowadzonej przez pracownika znającego polski język migowy.



Aparaty telefoniczne dla pasażerów to inicjatywa **Międzynarodowego Portu Lotniczego im. Jana Pawła II Kraków-Balice**. W terminalu pasażerskim Kraków Airport zainstalowane są cztery aparaty telefoniczne, z których mogą korzystać pasażerowie oraz odwiedzający krakowskie lotnisko. Dzięki nim można bezpłatnie połączyć się z dowolnymi numerami krajowymi.



Punkty informacji lotniskowej w **Międzynarodowym Porcie Lotniczym im. Jana Pawła II Kraków-Balice** wyposażone są w **pętle indukcyjne dla pasażerów z niepełnosprawnością narządu słuchu**. Urządzenie zbiera głos pracownika informacji lotniskowej i przekazuje go bezpośrednio do aparatu słuchowego obsługiwanego pasażera. Użytkownik aparatu słuchowego wyposażonego w odbiornik pętli indukcyjnej słyszy czysty dźwięk, co pozwala wyeliminować problemy związane z niekorzystną akustyką terminalu.



Polski Koncern Naftowy ORLEN wprowadza **udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami na stacjach PKN ORLEN**. Wdrażane są nowe rozwiązania: klienci mogą płacić przy dystrybutorze, korzystając z aplikacji mobilnej ORLEN Pay lub u Mobilnego Kasjera. Na stacjach dostępna jest usługa tankowania pojazdu przez sprzedawcę. Jako pierwszy w Polsce ORLEN otworzył stacje paliw z usługą ORLEN Drive: można zatankować paliwo i kupić produkty bez wychodzenia z auta. Wspólnie z Fundacją INTEGRACJA opra-

cowane zostały szkolenia z obsługi osób z niepełnosprawnością dla wszystkich sprzedawców stacji paliw ORLEN.



PZU realizuje program **kompleksowej obsługi kierowców z niepełnosprawnością**. Firma od 2011 r. współpracuje ze Stowarzyszeniem Pomocy Niepełnosprawnym Kierowcom „SPiNKA”, które działa na rzecz zniwelowania bariery mobilności doświadczanej przez kierowców oraz pasażerów z dysfunkcjami fizycznymi. Brak takiego dostosowania pojazdów skutkuje często ich wykluczeniem w obszarze aktywności zawodowej i społecznej. W 2020 r. w ramach programu PZU dofinansował 57 adaptacji pojazdów na potrzeby niepełnosprawnych kierowców.



Santander Bank Polska od 2010 r. realizuje program **„Obsługa bez barier”**, który ułatwia bankowanie klientom z różnymi potrzebami, niezależnie od kanału kontaktu. Klienci mogą korzystać m.in. z sieci „mówiących” bankomatów czy zdalnego połączenia wideo w polskim języku migowym. Systematycznie audytowane są pod kątem dostępności dla osób z niepełnosprawnościami Santander internet i Santander mobile. Misją banku jest przeciwdziałanie wykluczeniu finansowemu osób z niepełnosprawnościami.



Skanska w Polsce wprowadziła na rynek **dom z certyfikatem dostępności „Obiekt bez barier”**. Od tego czasu spółka zapewnia dostępność architektoniczną również na innych swoich osiedlach – kolejnych etapach osiedla Holm House czy osiedla Mickiewicza. Deweloper dba m.in. o minimalną liczbę krawężników i progów w apartamentach czy przestrzeniach wspólnych, a także dobór kolorów, które zapewnią odpowiednie kontrasty.



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia realizuje **obsługę w języku migowym**. Chcąc zapewnić pełną dostępność oferty, usługi projektowane są w sposób uniwersalny; są dostosowywane do potrzeb różnych grup społecznych, m.in. osób z niepełnosprawnością. Osoby niestyszące, które chcą kupić polisę ubezpieczeniową ERGO Hestii, zgłosić szkodę lub wprowadzić zmiany w polisie, mogą skorzystać z usługi tłumacza języka migowego za pośrednictwem strony internetowej ubezpieczyciela.



TAURON Polska Energia bierze **udział w akcji Ogólnopolskiej Karty Dużej Rodziny**. Praktyka została wdrożona z uwagi na zapewnienie korzystnych warunków przy zakupie węgla dla rodzin wielodzietnych.



EDUKACJA KONSUMENTÓW

Carrefour wdraża na polskim rynku strategię transformacji żywieniowej. Kluczowe założenia strategii realizowane są za pośrednictwem kampanii marketingowej „Możemy jeść mądrze”, prezentującej Polakom, że decyzje podejmowane na zakupach i wybierane przez nich produkty mogą wpływać na ich zdrowie i jakość życia. Uczestnictwo w tworzeniu programu TV **MądrzeJEMY z Katarzyną Bosacką** jest rozwinięciem i pogłębieniem działań komunikacyjnych poprzez skupienie się na edukacji żywieniowej Polaków.



Celem kampanii edukacyjnej „Kochaj jedzenie, nie marnotrawienie” było uświadomienie klientom **Tesco Polska**, że mają oni możliwość ograniczenia marnowania żywności w swoich domach poprzez przestrzeganie prostych zasad w trakcie zakupów oraz w czasie przygotowywania posiłków. Tesco podejmuje także szereg innych działań. W ich rezultacie firma obniżyła w Polsce ilość marnowanej żywności bezpiecznej do spożycia o 84% od roku 2016/2017.



10 maja w Dniu Komunalnika uruchomiona została pierwsza **infolinia odpadowa** w całości poświęcona zasadom poprawnego segregowania odpadów. Od poniedziałku do piątku w godz. 12.00-16.00, dzwoniąc pod numer 0-8000-33-44-5, każdy mieszkaniec Kielc może skorzystać z wiedzy na temat właściwego sortowania odpadów w domu. Dodatkowo kielczanie cały czas mogą korzystać z Biura Obsługi Klienta i materiałów na stronie **ENERIS Ochrona Środowiska** oraz Koalicji 5 frakcji, do której należy Urząd Miasta Kielce.



Obliczony przez Global Footprint Network **Dzień Długu Ekologicznego** w 2020 roku przypadał 8 sierpnia. W tym kontekście firma **KRUK** przeprowadziła kolejne badanie społeczne związane ze zmianami klimatycznymi i wpływem pandemii na spadek konsumpcji. Spółka w swoich komunikatach przedstawiła wyniki badania, które pokazało, że ograniczenie wydatków to korzyści ekonomiczne i ekologiczne.



„Finanse w czasach epidemii” to cykl siedmiu nagrań przygotowanych przez ekspertów **Grupy ANG** (dawniej ANG Spółdzielnia), będący odpowiedzią na potrzebę osób szukających różnych rodzajów finansowania. Na nagraniach podjęto istotne dla klientów tematy i wyjaśniano wątpliwości, które pojawiły się w związku z pandemią. Poruszane tematy to m.in.: jak wygląda oferta banków w czasie pandemii, kto może

skorzystać z wakacji kredytowych, na czym polega ta procedura i z czym się wiąże.



Fundacja Biedronki (powołana przez **Jeronimo Martins Polska**) oraz Szlachetna Paczka stworzyły **przewodnik dla wolontariuszy do pracy z seniorami**, który może służyć również innym nieformalnym opiekunom osób starszych. Ponad 6 tys. egzemplarzy podręcznika trafiło do wolontariuszy Szlachetnej Paczki, pozostałe są dystrybuowane do innych organizacji rozwijających wolontariat. Przewodnik można także pobrać za darmo ze strony pomagamseniorowi.pl, gdzie dostępne są też krótkie, przystępne w formie interaktywne szkolenia.



W czasie pierwszej i drugiej fali pandemii **Lewiatan Holding** promował odpowiedzialne zachowania wśród swoich klientów, zachęcając do przestrzegania zasad bezpieczeństwa oraz pozostawania w domu. Na swoich kanałach w mediach społecznościowych Lewiatan pokazywał, że przymusowy pobyt w domach można spędzić kreatywnie. Na firmowym fanpage'u sieci przeprowadzono serię konkursów pod nazwą **#ZostańWdomu i gotuj z Lewiatanem**.



W związku z napływającymi sygnałami o działaniach nieuczciwych sprzedawców gazu i prądu nacierających klientów w domach, spółka **PGNiG Obrót Detaliczny** w 2017 r. uruchomiła **Akcję Świadomy Klient**. Kampania ma na celu budowanie świadomości klientów w zakresie praw konsumenckich. Jest skierowana przede wszystkim do osób starszych. W każdym z ponad 130 Biur Obsługi Klienta PGNiG Obrót Detaliczny dostępne są ulotki zawierające przydatne porady dla klientów (m.in. jak nie dać się oszukać i co zrobić w przypadku, gdy już ktoś podpisał umowę przedstawioną przez akwizytora). Klienci mogą również korzystać ze strony internetowej: www.pgnig.pl/akcja-swiadomy-klient.



Program Bonusowy „Marzenia z gwarancją spełnienia” powstał z myślą o zmotywowaniu klientów **KRUK** do regularnej, terminowej spłaty zadłużenia rozłożonego na raty. Osoby, które przystąpią do programu, za każdą terminową spłatą otrzymują punkty bonusowe, które mogą wymieniać na atrakcyjne nagrody zaprezentowane w obowiązującym na dany moment katalogu. Ogólnie zasada premiowania spłat rat zadłużenia polega na tym, że 1 zł = 1 punkt w programie.



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

Fundacja **Carrefour** przyznała grant w wysokości ponad 730 tys. zł SGGW w Warszawie na realizację ogólnopolskiego programu edukacyjnego **BIO dla Mamy i Dziecka**, którego celem jest edukowanie na temat żywności ekologicznej i jej znaczącego wpływu na zdrowie. Program zakłada przeprowadzenie warsztatów w szkołach rodzenia, przedszkolach i żłobkach w ośmiu miastach – głównie Polski Wschodniej. Celem równoległym projektu jest wprowadzenie produktów ekologicznych do jadłospisu przedszkoli i żłobków.



DNB Bank Polska od 2013 r. realizuje projekt **Kierunki**, w ramach którego dzieli się swoją wiedzą z klientami i środowiskiem finansowym. Bank organizuje branżowe spotkania i wydarzenia, podczas których omawiane są kwestie istotne dla poszczególnych branż, prezentowane analizy dotyczące trendów, możliwości rozwoju czy modeli finansowania projektów. Podczas konferencji poruszane są m.in. takie tematy, jak odnawialne źródła energii, odpowiedzialna konsumpcja i produkcja, zrównoważone miasta, zmiany klimatyczne i zielone obligacje.



OdpowiedzialneFinanse.pl to ekspercki serwis **Grupy ANG** zawierający teksty dotyczące kredytów, pożyczek, leasingu, ubezpieczeń, faktoringu, wymiany walut, przygotowane przez ekspertów. Klienci mogą zasięgnąć ich rady i uzyskać pomoc w trudnych i niezrozumiałych dla siebie kwestiach.



Kampania #ReThinkFashion firmy **Henkel Polska** ma na celu edukację społeczeństwa w obszarze odpowiedzialnego użytkowania ubrań. Akcja marki Perwoll ma zachęcić Polki i Polaków, by kupowali mniej ubrań, ale lepszej jakości, a także by troskliwiej dbali o te, które już posiadają. Na podstronie akcji www.perwoll.pl/rethinkfashion klienci znajdują informacje na temat filozofii slow fashion.



Firma **Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe** w ramach praktyki **edukacja klienta i umożliwianie świadomego podejmowania decyzji zakupowych** od wielu lat prowadzi specjalistycznego bloga, na którym publikuje materiały dotyczące produktów, technologii, rozwiązań i zastosowań proponowanych klientom.



Inicjatywa **Dzień bez Długów** firmy **KRUK** ma za zadanie zwrócić uwagę całego społeczeństwa, nie tylko zadłużonych, na zagadnienia związane z domowymi wydatkami, na ich planowanie i radzenie sobie z długami. W 2020 r. we współpracy z domem badawczym Maison&Partners KRUK przeprowadził badanie „Portret zadłużonych Polaków w dobie pandemii

COVID-19”, pokazując, jak zmieniły się zachowania osób zadłużonych na przestrzeni ostatnich pięciu lat.



Grupa **KRUK** stworzyła we współpracy z blogerem finansowym Tomaszem Jaroszkim bezpłatny **kurs online „Żyj bez długów”**. W ramach promocji kursu, pierwszych 40 klientów grupy KRUK z okazji Dnia bez Długów za ukończony kurs mogło otrzymać bon zakupowy.



Lubelski Węgiel Bogdanka współpracuje z SKN „Zarządzanie” AGH przy tworzeniu **portalu „Odpowiedzialny Przemysł”**: www.odpowiedzialny.com (wcześniej portal „Odpowiedzialny Węgiel”). W serwisie zamieszczono najważniejsze informacje dotyczące węgla, w tym: poprawnego i szkodliwego procesu spalania, przyjaznych i szkodliwych produktów, odpowiedzialnego przemysłu. Serwis powstał w celu podniesienia świadomości ludzi w zakresie energetyki i górnictwa, w szczególności przedstawienia rzetelnej informacji na temat wykorzystania węgla w energetyce.



Lyreco Polska od 2017 r. organizuje cykliczne spotkania pt. **Doradca ds. CSR dla Klientów Lyreco** dla osób zainteresowanych tematyką społecznej odpowiedzialności biznesu. Podczas spotkań prezentowane są dobre praktyki firmy, które kontrahenci mogą wykorzystać w swojej organizacji. W oparciu o analizę ich aktualnej współpracy z Lyreco sugerowane są również rozwiązania uwzględniające aspekty środowiskowe i społeczne dostosowane do ich potrzeb.



MAKRO Polska kontynuuje realizację programu **Polskie Skarby Kulinarne**, do którego w kolejnej edycji (w 2020 r.) przystąpiło 140 lokali z 7 regionów. W 2020 r. do odkrywania tradycji kuchni polskiej, promocji wartości związanych z ekologią, lokalnością i sezonowością oraz promocji dawnych technik gotowania firma dołączyła akcję zachęcającą konsumentów do zamawiania dań z lokali biorących udział w programie (plebiscyту „Najlepsza restauracja”, „Tydzień Kuchni Polskiej” i „Zamów na świąteczny stół”).



Od 2017 r. Warszawski Instytutu Bankowości w partnerstwie z **Santander Bank Polska** realizuje projekt **Bezpieczeństwo w cyberprzestrzeni**. Celem akcji jest podniesienie poziomu wiedzy na temat szeroko rozumianego bezpieczeństwa w sieci oraz rozwijanie praktycznych umiejętności związanych z wykorzystaniem nowych technologii. W 2020 r. jednym ze wspólnych działań banku i WIB był konkurs dla dzieci pracowników na temat cyberbezpieczeństwa.



Praktyka firmy **TAURON Polska Energia** jest adresowana do uczniów, nauczycieli i rodziców. Celem działań są m.in. poprawa bezpieczeństwa związanego z korzystaniem z urządzeń elektrycznych, a także świadomości w zakresie energetyki odnawialnej i ekologii. Praktyka obejmuje działania edukacyjne wokół platformy **Bezpieczniki TAURONA**. **Włącz dla dobra dziecka**, która prezentuje autorskie materiały dydaktyczne dla uczniów szkół podstawowych.



Platforma edukacyjna **Kapitalni.org** została stworzona przez **wonga.pl** w 2015 r. w odpowiedzi na niski poziom wiedzy finansowej Polaków. Jej celem jest realna i mierzalna edukacja finansowa wpływająca na zachowania i postawy konsumentów. W 2020 r. liczba odston Kapitalni.org przekroczyła 1 mln 870 tys.



Aby zniwelować poziom niewiedzy społeczeństwa na temat procesu windykacji oraz zmniejszyć powszechność unikania spłaty długów, skutkującego popadaniem przez osoby zadłużone w jeszcze większe problemy finansowe, **Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** od 2017 r. prowadzi kampanię edukacyjną „Windykacja? Jasna Sprawa”. Kampania jest realizowana m.in. przez stronę WindykacjaJasnaSprawa.pl.



ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA

Kampania edukacyjna „Oznaczenie ma znaczenie” została przygotowana we współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności. Trwała od 15 do 31 października 2020 r. To inicjatywa stymulująca świadome decyzje zakupowe konsumentów w duchu zero waste. Komunikowana była za pomocą plakatów we wszystkich sklepach sieci, a także w gazetce dla konsumentów, na stronie WWW oraz w mediach społecznościowych **Auchan Retail Polska**.



Pomysł na oszukanie policyjnego alkomatu i zaskakujące tłumaczenia nietrzeźwych kierowców zilustrował Andrzej Rysuje, znany z charakterystycznej kreski i poczucia humoru rysownik i bloger, którego **Kompania Piwowarska** zaprosiła do współpracy przy tegorocznej odsłonie kampanii „Nigdy nie jeżdżę po alkoholu”. Artysta w serii satyrycznych rysunków obala mity związane z prowadzeniem auta po wypiciu alkoholu. Najbardziej zaskakujące z nadestanych przez internautów wymówek, którymi tłumaczą się pijani kierowcy,

zostały zilustrowane przez Andrzeja Milewskiego i szeroko rozpowszechnione w mediach społecznościowych. Kampanii towarzyszył konkurs edukacyjny dla konsumentów.



Carlsberg Polska od 2016 r. realizuje kampanię „Trzeźwo myślę”. Jej celem jest edukacja i promocja odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. W 2020 r. podczas wakacji firma edukowała na temat trzeźwego, czyli odpowiedzialnego, myślenia nad wodą, w górach i na trasie. Adresatami przekazów były osoby pełnoletnie, w tym kierowcy i opiekunowie osób małoletnich. Wsparcia merytorycznego akcji udzielił: przewodnik górski, ratownik medyczny, ratownik wodny i zawodowy kierowca wielkogabarytowy. Przekazy kampanii dotarły do ponad 2,6 mln osób.



W 2020 r. po raz drugi Fundacja „Dom w Łodzi” przy wsparciu **Kompanii Piwowarskiej** przeprowadziła kampanię edukacyjną #FASOFF. Celem inicjatywy jest jak najszersze dotarcie z komunikatem, że w ciąży nie wolno spożywać alkoholu. W 2020 r. w akcję włączyła się czołówka blogerów parentingowych. Łączny zasięg kampanii to ponad 8 mln osób.



ODPOWIEDZIALNY MARKETING

ING Bank Śląski kontynuuje działania w ramach **Po prostu** – programu na rzecz prostej komunikacji do klientów i pracowników. Obecnie bank posiada dwa certyfikaty prostego języka. W listopadzie odbyła się konferencja dla pracowników „Prosty język – ma się rozumieć” z udziałem ekspertów językowych. Zespół Po prostu organizuje na bieżąco konkursy dla pracowników, a także prowadzi społeczność pracowników zaangażowanych w upraszczanie języka komunikacji do wszystkich grup interesariuszy.



Zasady komunikacji rozwijane w **mBanku** to „mKanon”. W przyjaznej komunikacji pracowników wspiera ok. 120 ambasadorów mKanonu, rozwijane jest także narzędzie informatyczne analizujące komunikację pisemną. W 2020 r. zorganizowano ponad 30 warsztatów dla ok. 200 pracowników, rozpoczęto też miniaudyty jakościowe. Wspólnie z Fundacją Języka Polskiego, mBank rozpoczął proces certyfikacji ambasadorów, którzy odegrają kluczową rolę w procesie zarządzania komunikacją.



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

Totalizator Sportowy prowadzi **odpowiedzialną komunikację**. Celem aktualizacji jej zasad było dopasowanie regulacji wewnętrznych do zmieniającego się środowiska biznesowego, w związku z wejściem Totalizatora Sportowego w nowe obszary działalności. Szczególna odpowiedzialność za kształtowanie bezpiecznych wzorców korzystania z produktów oraz dążenie do minimalizowania ryzyka uzależnienia od gier i loterii oznacza także włączenie w odpowiedzialne działania podwykonawców i współpracowników spółki w obszarze komunikacji marketingowej.



Totalizator Sportowy już po raz trzeci uzyskał **certyfikat Responsible Gaming** w obszarze sieci sprzedaży stacjonarnej LOTTO. W 2020 r. po raz pierwszy certyfikowane zostały najnowsze obszary działalności spółki: salony gier na automatach poza kasynami, jedyne legalne kasyno internetowe w Polsce – Total Casino oraz Lotto.pl. Certyfikacja odbywa się w systemie 3-letnim i objęta 11 obszarów działalności spółki, m.in. szkolenia sprzedawców, komunikację marketingową, projektowanie gier czy edukację klientów.



PARTYCYPACJA KONSUMENTÓW

Kokreatywna linia produkcyjna produktów cyfrowych to praktyka **Banku Pekao**. LiN-Pro to autorska metodyka Laboratorium Innowacji, stosowana w procesie projektowania i wdrażania nowych rozwiązań przez departament innowacji i płatności. Pozwala oszczędzić czas, minimalizuje ryzyko niepowodzenia, dopasowuje rozwiązanie do potrzeb i oczekiwań klientów. Opiera się ona na koncepcji „linii produkcyjnej”, tj. ustrukturyzowanego i iteracyjnego sposobu pracy nad innowacjami. Składa się z trzech głównych etapów (problem fit, solution fit, market fit), które angażują interdyscyplinarne kompetencje zespołów projektowych – badaczy, UX, developerów czy jednostki biznesowe banku.



Inicjatywa „**Przyjaciel klienta**”, powołana przez **mBank**, ma na celu zbieranie i przekazywanie właściwym jednostkom oraz właścicielom biznesowym opinii i uwag klientów. Wszystkie sugestie są analizowane, aby znaleźć i wprowadzić najbardziej oczekiwane zmiany. W 2020 r. przeanalizowano prawie 10 tys. pomystów klientów.



UŁATWIENIA DLA KLIENTÓW

Firma **Auchan Retail Polska** w ramach **walki ze skutkami pandemii** podjęła działania na rzecz zapewnienia ochrony pracownikom i klientom sklepów. Między innymi wprowadzona została usługa click & collect, czyli zamów przez internet i odbierz w sklepie. Współpracowano z Allegro,

Pyszne.pl, Everli by Szopi i miejskimi ośrodkami pomocy społecznej w zakresie dostarczania zakupów dla seniorów. Prowadzone były działania na rzecz dostępności żywności: współpraca z siecią pomocową Pajacyk; #Paczka dla Seniora w Krakowie, Bielsku-Białej i Sosnowcu. Darowizna Fundacji Auchan na rzecz młodzieży i projekt Auchan dla Seniorów i medyków opiewały na kwotę 200 tys. zł; wsparcie Fundacji Auchan na walkę ze skutkami pandemii – darowizna na żywienie dzieci; przekazanie pomocy dla PAH i PCK – 50 tys. euro.



Europejski Fundusz Leasingowy (EFL) wdrożył dobrą praktykę **Wsparcie dla Klientów i Partnerów EFL w trakcie COVID-19**. Klienci EFL mogli wydłużyć umowę do 3 lub 6 miesięcy, a także mieli możliwość restrukturyzacji umowy (obniżenie 3 lub 6 rat do poziomu części odsetkowej). Dzięki wydłużeniu umowy unikali oni nadmiernego miesięcznego obciążenia ratą leasingu, bez dodatkowych opłat. Z pomocy skorzystało 14 tys. klientów. Dodatkowo EFL wdrożył 60 usprawnień dla klientów i partnerów. Wprowadzono m.in. zdalny proces podpisania umowy oraz umożliwiono elektroniczny obieg dokumentów. Fundusz współfinansował także zakup 42 pomp infuzyjnych do respiratorów dla Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego im. J. Gromkowskiego we Wrocławiu.



AmberGO to pierwszy w Polsce w pełni automatyczny system poboru opłat na bramkach autostradowych, uruchomiony przez **Gdańsk Transport Company**. Korzystanie z systemu jest trzy razy szybsze w porównaniu z płatnością tradycyjną. Dołączenie do niego wymaga skorzystania z aplikacji. Płatność pobierana jest online. Dzięki AmberGO użytkownik oszczędza na czasie i dba o środowisko – mniejsze spalanie i emisję CO₂ (brak konieczności zatrzymywania się i drukowania biletów oraz paragonów). W dobie koronawirusa rozwiązanie służy większemu bezpieczeństwu podróżujących.



Akcja „**Zakupy dla Seniora**” wystartowała 23 marca i trwała do czerwca. Polegała na nieodpłatnym dostarczaniu przez wolontariuszy **Grupy Eurocash** zakupów osobom starszym. Seniorzy zgłaszali zapotrzebowanie na zakupy, dzwoniąc na regionalną infolinię, utworzoną specjalnie na potrzeby akcji. Wolontariusze (pracownicy Grupy Eurocash w całej Polsce oraz właściciele sklepów spożywczych współpracujących z Grupą, a także ich pracownicy) ustalali z seniorem listę produktów i dostarczali je pod wskazany adres. Wolontariusze wyposażeni byli w środki ochrony indywidualnej. W akcji wzięło udział 249 wolontariuszy, odebrano 4651 telefonów od seniorów, 2306 razy dostarczono zakupy.



Firma **Lewiatan Holding** zainicjowała akcję „**Sąsiedzka pomoc**” umożliwiającą zakupy na telefon dla

klientów, którzy nie są w stanie samodzielnie ich dokonać. Seniorzy mogli w wybranych sklepach złożyć zamówienie przez telefon na konkretne produkty, które pracownik dostarczył do domu. Akcja komunikowana była w sklepach; opracowano proste ulotki, które sąsiedzi mogli przekazywać osobom potrzebującym. Akcja przeprowadzona została w ponad 600 sklepach Lewiatan. W ciągu pierwszego miesiąca zrealizowano 13 tys. zamówień na zakupy dla osób starszych i chorych.



W trosce o wygodę i bezpieczeństwo odbiorców, chcąc zachować zalecaną odległość między osobami biorącymi udział w realizacji dostawy, **Grupa Raben** wprowadziła nową usługę dodatkową dla przesyłek drobnicowych. Polega ona na bezdotykowym potwierdzeniu dostawy za pomocą **PCD – Potwierdzenie Dostawy Zdjęciem**.



System Nutri-Score, stworzony przez Santé Publique France, służy do szybkiej i łatwej oceny wartości odżywczej produktów za pomocą kolorów i liter. Na podstawie zawartości poszczególnych składników odżywczych produkty są przypisywane do jednej z pięciu klas – od A (kolor ciemnozielony) do E (ciemnopomarańczowy). Klasa A określa produkty najbardziej odżywcze, zaś klasa E – najmniej odżywcze. W Polsce **wprowadzono system Nutri-Score na produktach marki własnej Carrefour**. Celem sieci jest wprowadzanie oznakowania na wszystkich nowych produktach spożywczych marek własnych Carrefour, m.in. Carrefour Classic i Carrefour Extra.



Aby ułatwić konsumentom wybór produktów korzystnych dla zdrowej i zbilansowanej diety, na niektórych artykułach marek **Kaufland Polska Markety** K-Bio i K-take it veggie została umieszczona skala wartości odżywczych **Nutri-Score**, która jest dobrowolnym i dodatkowym systemem oznaczania wartości odżywczych. Oznakowanie można znaleźć z przodu opakowania jako uzupełnienie klasycznej, szczegółowej informacji o wartościach odżywczych, umieszczonej z tytułu produktu.



Aby ułatwić klientom codzienne robienie zakupów w trakcie pandemii, w maju 2020 r. została wprowadzona nowa usługa **Click & Collect** w wybranych marketach sieci **Kaufland Polska Markety**. Użytkownicy korzystający ze zdalnej rezerwacji produktów mogą samodzielnie ustalać termin ich odbioru z wybranego marketu do trzech dni wcześniej. Obecnie klienci Kaufland mogą zamawiać przez usługę click & collect ponad 3 tys. produktów. Rozwiązanie dostępne jest już w 70 marketach sieci zlokalizowanych w 60 miastach.

By maksymalnie skrócić czas, który klient spędza w markecie, Kaufland wdrożył system płatności scan & pay.



Efektom lockdownu był lawinowy wzrost zapotrzebowania na dostęp do internetu. Łączny transfer danych klientów **Orange Polska** w drugiej połowie marca i w kwietniu wzrósł o 30%. W ramach praktyki **#jesteśmyzwami – klienci** firma zaoferowała pakiet dodatkowych bezpłatnych gigabajtów, promocyjne warunki umów i możliwość załatwiania wielu nowych spraw online. Uruchomiła też specjalne oferty dla nauczycieli, uczniów oraz studentów – w Orange Flex mogli oni korzystać z internetu przez dwa miesiące za zlotówkę miesięcznie, uczniowie otrzymali Edu Pass, czyli bezpłatny transfer danych do najpopularniejszych serwisów edukacyjnych, a studenci – bezpłatne pakiety gigabajtów.



PGNiG Obrót Detaliczny zadbał o **zapewnienie kompleksowej obsługi klientów w czasie pandemii COVID-19**.

Wśród wprowadzonych rozwiązań należy wymienić: elektroniczne Biuro Obsługi Klienta, aplikację mobilną, ekoFakturę, a także możliwość dokonywania płatności online czy podpisywania umowy online. Dzięki temu w dobie pandemii spółka mogła zapewnić sprawną i kompleksową obsługę klientów bez kontaktu bezpośredniego.

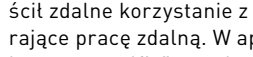


PKO Bank Polski współpracuje ze spółką **Operator Chmury Krajowej (OChK)** - zainicjował jej powstanie i jest jej udziałowcem. Spółka dostarcza innowacyjne rozwiązania technologiczne. Bank we współpracy z OChK wdrożył m.in.

usługę wideodoradcy dla klientów PKO BP. Także na zlecenie Centrum Systemów Informatycznych Ochrony Zdrowia spółka opracowała rozwiązanie, dzięki któremu pacjenci bez wychodzenia z domu mogą korzystać z wideokonsultacji z lekarzem.



W związku z wprowadzonymi w czasie pandemii obostrzeniami i koniecznością zachowywania dystansu społecznego, w **PKO Bank Polski** wprowadzono praktykę **Przyspieszenie cyfryzacji w pandemii Covid-19**. Bank uprościł zdalne korzystanie z usług oraz wdrożył narzędzia wspierające pracę zdalną. W aplikacji IKO umożliwił m.in. założenie konta „na selfie” oraz konta firmowego z jednoczesną rejestracją w CEIDG, sprawdzanie stanu konta w innym banku, skorzystanie z usług wideodoradcy i asystenta głosowego, a przez serwisy iPKO, iPKO biznes umożliwił złożenie zdalnie wniosku o subwencję z „Tarczy finansowej PFR”.



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

W wyniku realizacji projektu **Rzecz jasna w Santander Bank Polska** upraszcza się komunikaty pisane zgodnie z zasadami standardu prostego języka, poprawia przejrzystość i czytelność dokumentów, oczyszcza ich z żargonu bankowego i urzędymów. Bank wyszkolił i certyfikował wewnętrznych trenerów i konsultantów językowych, którzy są odpowiedzialni za upraszczanie dokumentów i edukację. Rozpoczął szkolenia z zasad prostego języka dla pozostałych pracowników. Stworzył podręcznik „Standardy komunikacji pisemnej”. Bank mierzył liczbę przeszkolonych pracowników przez trenerów (1 tys. Osób), a także liczbę wykonanego przez pracowników szkolenia e-learningowego (1123 osoby).



Od pierwszych sygnałów, które trafiały do **T-Mobile Polska** w kwestii sytuacji na Białorusi, firma analizowała możliwości ułatwienia kontaktów pomiędzy Białorusinami i Polakami, zaniepokojonymi sytuacją rodzin i znajomych po drugiej stronie granicy. Odpowiadając na apele organizacji międzynarodowych, lokalnych NGO oraz internautów, zostali **obniżone stawki dla Białorusi** za połączenia i SMS-y, aby ułatwić utrzymywanie kontaktów z osobami po białoruskiej stronie granicy. W zależności od segmentu obniżki wynoszą do 85% względem dotychczasowych cen.



Bank Pekao kontynuuje praktykę **Prosto po polsku** mającą na celu upraszczanie komunikacji do klientów. Bank pracuje, aby wszystkie teksty były proste i krótkie, tzw. przezroczyste, czyli pozbawione elementów, które wydłużają czytanie tekstu i utrudniają jego zrozumienie. Firma unika strony biernej, rzeczowników odczasownikowych, form bezosobowych, imiesłówów oraz trudnych wyrazów specjalistycznych.



Przy **Kasach Rodziny Carrefour**, działających we wszystkich hipermarketach **Carrefour**, można znaleźć maskotki, stolik z kolorowanymi i zabawkami, aby dziecko mogło odpocząć i pobawić się, gdy rodzice kończą zakupy. Maluchy zainteresowane wspólnym wykładaniem i skanowaniem produktów mogą wejść na matę schody, które znajdują się przy ladzie do wykładania produktów.



Carrefour jest pierwszą siecią wielkiej dystrybucji w Polsce, która przystąpiła do programu **Karta Dużej Rodziny**. Karta upoważnia każdą rodzinę z co najmniej trójką dzieci do skorzystania z rabatu do 10% na swoje zakupy we wszystkich hiper- i supermarketach sieci.



Wprowadzenie przez **Carrefour** **Karty Seniora** pozwala osobom starszym na szerszy dostęp do oferty rabatów w sklepach sieci. Posiadacze karty w każdy wtorek, robiąc

zakupy za minimum 50 zł, otrzymują rabat do 10% na kolejne zakupy, który jest wydawany w formie e-Kuponu. Zniżkę można wykorzystać w każdy dzień tygodnia.



„**Mówimy po ludzku**” – upraszczanie języka umów to inicjatywa pracowników **Credit Agricole Bank Polska** mająca na celu uproszczenie treści zawieranych umów. W 2020 r. umowa i regulamin konta Credit Agricole jako pierwsze dokumenty bankowe w Polsce otrzymały certyfikat Pracowni Prostej Polszczyzny Uniwersytetu Wrocławskiego. Także oferty marketingowe są przygotowywane i przedstawiane w sposób czytelny i zrozumiały dla klientów.



Abc na kotłach biznes potrzebny społecznie to praktyka **Grupy Eurocash**. Abc na kotłach to sieć ogólnospożywczych sklepów mobilnych, które docierają do miejsc i osób narażonych na wykluczenie w dostępie do podstawowych produktów spożywczych. Flota liczy już 100 mobilnych sklepów i jest drugą co do wielkości taką siecią w Europie.



W ramach praktyki **Leroy Merlin przyjacielem zwierząt** sieć marketów budowlanych **Leroy Merlin Polska** daje możliwość wprowadzania zwierząt już do ponad 50 swoich sklepów w całej Polsce. Klienci mogą wejść do sklepu ze swoimi pupilami, bez potrzeby zostawiania ich w aucie czy przywiązanych przed wejściem.



Celem projektu **Akcja-renowacja** realizowanego przez **mBank** jest upraszczanie zapisów dokumentów bankowych tak, by były zrozumiałe dla klientów. W 2020 r. mBank uprościł kolejnych 25 dokumentów. Rozszerzono też zakres prac w projekcie. Objęto nim komunikację o zmianach w regulaminach, cenniku i tabelach oprocentowania.



Oko w oko z klientem firmowym to cykl comiesięcznych spotkań z przedsiębiorcami, które służą dopasowaniu usług i produktów **mBanku** do rzeczywistych oczekiwań klientów. W 2020 r. spotkania „Oko w oko” odbywały się w formie online i były otwarte dla słuchaczy z mBanku. Z przedsiębiorcami przeprowadzano także wywiady indywidualne.



Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice od 2016 r. oferuje podróżnym bezpłatną aplikację mobilną **Kraków Airport**, wyposażoną m.in. w intuicyjną nawigację po terminalu, informację przydatną podczas podróży, powiadomienia typu „push”

o zmianie statusu lotu. W 2020 r. aplikacja służyła również do komunikowania bieżących informacji na temat COVID-19.



Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice jako jedyny port lotniczy w Polsce posiada **wybieg dla czworonogów**. Ogródzony teren znajduje się tuż obok terminalu pasażerskiego Kraków Airport. Wybieg wyposażony jest m.in. w samouczepniające się poidetko i zestaw urządzeń do zabawy dla zwierząt.



Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice oferuje **udogodnienia dla podróżujących z dziećmi**. W każdej strefie terminalu Kraków Airport znajdują się pokoje rodzinne wyposażone w fotel do karmienia, przewijaki dla niemowląt, kuchenki mikrofalowe do podgrzewania jedzenia dla dzieci. Dla kobiet w zaawansowanej ciąży oraz rodzin z dziećmi do lat trzech przeznaczono specjalne przejście do kontroli bezpieczeństwa o nazwie „Special Service Line”.



Rachunek Wdzięczności PGNiG, w ramach którego **PGNiG Obrót Detaliczny**, we współpracy z Fundacją PGNiG SA im. Ignacego Łukasiewicza, oferuje bohaterom walki o wolną Polskę realne wsparcie w postaci dopłat do rachunków za gaz do 900 zł rocznie. Program został zapoczątkowany w Grupie Kapitałowej PGNiG w 2016 r. jako inicjatywa dedykowana powstańcom warszawskim. Partnerami programu są: Urząd ds. Kombatantów i Osób Represjonowanych oraz Śląskie Centrum Wolności i Solidarności.



Polski Instytut Odszkodowań w ramach praktyki **Piszemy dla Ciebie** prowadzi komunikację przyjazną dla każdego człowieka, dzięki czemu osoby poszkodowane i ich rodziny mogą znaleźć potrzebne informacje podane w sposób delikatny i zrozumiały.



Głównym celem programu **TAURON mówi po ludzku** jest upraszczanie komunikacji z klientem. Firmie **TAURON Polska Energia** zależy, by klient, który otrzymuje od niej pismo, był w stanie łatwo je zrozumieć.



ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KONSUMENTÓW

Firma **Allegro** wprowadziła **Program Ochrony Kupujących**, dzięki któremu mogą oni odzyskać pieniądze w razie kłopotów z zakupami. Objęte są nim wszystkie transakcje w Allegro i ogłoszenia na Allegro Lokalnie, w których zaplacano przelewem lub za pośrednictwem platformy. Klienci, którzy spotkali się z nieudaną transakcją na Allegro mogą otrzymać zwrot do 10 tys. zł. Klienci otrzymują zwrot średnio w ciągu 5 dni, a subskrybenci Smart maksymalnie w ciągu 12 godzin. W 2020 r. procedura ta została jeszcze uproszczona. Badania firmy pokazują, że 93% klientów uważa, że zakupy na Allegro są bardziej bezpieczne lub tak samo bezpieczne jak w innych serwisach.



Grupa OLX edukuje swoich użytkowników, jak bezpiecznie poruszać się po całym internecie, a przy okazji i po serwisie, wystrzegając się oszustów. Do tego zadania zaangażowanych zostało dwóch aktorów, którzy słyną z wcielania się w postaci gangsterów. Tym razem Janusz Chabior i Jan Frycz dawali lekcje bezpieczeństwa internautom. Premiera kampanii **Zdarzyło się najlepszym** zbiegła się z Dniem Bezpiecznego Internetu (11 lutego). W jej ramach na kanałach socialmediowych marki pojawiło się pięć filmów z morałem wygłaszanym przez Janusza Chabiora: „W internecie nie bądź głupi. I tyle”. Filmy uzyskały zasięg organiczny: 4 983 009 oraz zasięg płatny: 22 139 985.



Santander Leasing wprowadził **Ubezpieczenie Cyber Risk jako innowacyjne rozwiązanie**. Produkt powstał przy współpracy z STU Ergo Hestia oraz Aon. W dobie powszechnej digitalizacji oraz możliwości wirtualnego uwierzytelnienia tożsamości, zagrożeniem stały się ataki hackerskie oraz kradzież danych osobowych. Dzięki ubezpieczeniu od ryzyk w cyberprzestrzeni klient będzie mógł przenieść konsekwencje zdarzenia na ubezpieczyciela, który – poza pokryciem kosztów – zorganizuje pomoc ekspercką w celu ograniczenia skutków ataku.



Wraz z rozwojem pandemii COVID-19 firma **CEETRUS Polska** (dawniej Immochan) prowadziła kierowaną do klientów aktywną **kampanię informacyjną „Bezpieczne Zakupy” w Centrach Handlowych Auchan** zarządzanych przez firmę centrów i galerii handlowych. Do komunikacji treści firma wykorzystywała strony internetowe, profile centrów i galerii handlowych na Facebooku oraz lifestyle'owy blog Oshopping. Celem kampanii było dostarczenie rzetelnej i aktualnej informacji na temat zasad funkcjonowania skle-



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

ZAGADNIENIA KONSUMENCKIE

pów, restauracji i kawiarni oraz punktów usługowych w obiektach handlowych; budowanie świadomości oraz kształtowanie nawyków bezpiecznych zakupów.



Dane z badania społecznego „Postawy Polaków wobec zadłużenia” (2019) pokazują, że ponad połowa Polaków (52%) uważa, że nie ma decydującego wpływu na to, czy wpadnie w zadłużenie. A aż 96% rodaków jest zdania, że zadłużenie może mieć wpływ na inne problemy życiowe, np. napięcia w rodzinie, poczucie bezsilności i spadek nastroju. Dlatego też firma **KRUK** zainicjowała kilka lat temu współpracę z **Centrum Pomocy Psychologicznej**, które pomaga klientom firmy zgłaszającym potrzebę pomocy psychologicznej. Pomoc ta dla klientów firmy KRUK jest świadczona bezpłatnie.



W celu zwiększenia bezpieczeństwa klientów i pracowników sklepów, placówki **Lewiatan Holding** są regularnie poddawane dezynfekcji. W ramach praktyki **Bezpieczne zakupy w Lewiatanie** pracownicy są wyposażeni w niezbędne środki ochronne, a w pobliżu kas zainstalowane zostały osłony z plexi. Z myślą o bezpieczeństwie klientów w sklepach poza plakatami informacyjnymi, które wskazywały właściwe zachowania prewencyjne, prowadzona jest także stała komunikacja poprzez POS TV i radio Lewiatan.



Lidl dobrowolnie poddał się kontroli w ramach realizacji praktyki **Bezpieczeństwo zakupów pod kontrolą**. Niezależna jednostka certyfikująca TÜV Rheinland w efekcie kontroli części sklepów **Lidl Polska** potwierdziła, że sieć spełnia najwyższe standardy w zakresie higieny i bezpieczeństwa. We wszystkich sklepach dostępne są stacje do dezynfekcji rąk, promowane płatunki bezgotówkowe oraz kasy pierwszeństwa (m.in. dla medyków i wolontariuszy). Dodatkowo współpracujący ze Szpitalem św. Wojciecha zespół ekspertów z dziedziny epidemiologii przyznał Certyfikat Bezpiecznej Firmy również centrali Lidl.



MAKRO Polska w odpowiedzi na wyzwania pierwszego lockdownu spowodowanego epidemią COVID-19 uruchomiło inicjatywę **Kupuj bezpiecznie, kupuj lokalnie** skierowaną do właścicieli sklepów spożywczych w tym w szczególności do właścicieli sklepów Odido. Działania podjęte przez firmę obejmowały akcję informującą o zmianach prawnych w czasie pandemii za pomocą cotygodniowego niezbędnika kryzysowego dla sklepów. Sklepy zostały wyposażone m.in. w specjalne plakaty informujące konsumentów o zasadach bezpieczeństwa panujących w sklepach. MAKRO uruchomiło także stronę internetową Zakupynatelefon.makro.pl.



MAKRO Polska wraz z partnerami opracowało i udostępniło klientom publikację **„Bezpieczne miejsce do jedzenia w czasach COVID-19” - poradnik dla branży gastronomicznej**. Został on przygotowany pod okiem ekspertów z branż: gastronomicznej, żywienia, jakości i BHP oraz przedsiębiorców. Poradnik miał na celu pomóc klientom z branży gastronomicznej uruchomić biznes na nowo po okresie pierwszego lockdownu. Znajdują się w nim praktyczne wskazówki i rozwiązania jak zadbać o bezpieczeństwo klientów, pracowników oraz serwowanych posiłków.



Inicjatywy zrealizowane przez Tesco na rzecz walki z koronawirusem od początku pandemii COVID-19 skupiały się na zapewnieniu klientom, pracownikom oraz partnerom **Tesco Polska** bezpieczeństwa. Sklepy dostosowano do aktualnych wymogów sanitarno-epidemiologicznych. Między innymi wszystkie kasy i lady zostały wyposażone w osłony, kupującym zapewniono łatwy dostęp do środków ochrony osobistej (rękawiczek, płynów dezynfekujących). Przekazano pomoc w postaci specjalnej darowizny ponad 20 ton żywności oraz 19 ton produktów zebranych w trakcie zbiórek żywności w sklepach, co przetożyło się na przygotowanie blisko 45 tys. posiłków dla potrzebujących. Fundacja Tesco wsparła 21 placówek Towarzystwa Przyjaciół Dzieci w ramach programu „Zdrowo jeść”.



Aby ochronić osoby starsze przed telefonicznymi wyłudzeniami, **T-Mobile Polska** wspólnie ze Stowarzyszeniem Manko-Głos Seniora zrealizowało działania edukacyjne **Seniorze, uważaj na te numery**. Operator opracował serię artykułów mających na celu wyjaśnienie, na czym polega metoda „wangiri fraud” i jak się przed nią obronić. Dodatkowo, przygotowana została broszura edukacyjna, która w przystępnej formie tłumaczy mechanizm oszustwa. Została ona, ze wsparciem Stowarzyszenia, rozprowadzona bezpośrednio do domów osób starszych, organizacji seniorskich i gmin partnerskich.



Program **Odpowiedzialnej Gry** to jeden z elementów polityki CSR **Totalizatora Sportowego**. Został stworzony na podstawie doświadczeń spółki oraz w oparciu o praktyki organizacji branżowych – European Lotteries i World Lottery Association. Zakłada on stałe badanie, rozważne projektowanie gier, analizę bezpieczeństwa produktów, odpowiednie wprowadzanie na rynek, transparentną komunikację marketingową, odpowiedzialną sprzedaż i raportowanie. Działania te mają na celu minimalizację szkodliwego wpływu gier na graczy zagrożonych przejawianiem problematycznego podejścia do rozrywki. W szkoleniach obowiązkowych i wymaganych, gdzie jest moduł o CSR – Odpowiedzialna Gra, uczestniczyło m.in.: 7839 kolektorów i 676 pracowników salonów gier.



ALDI podnosi świadomość klientów w obszarze podejmowania decyzji zakupowych, które mogą przyczynić się do realizacji celów o charakterze społeczno-ekologicznym. Firma informuje m.in. o istocie zrównoważonego rybołówstwa, certyfikacie MSC, wyjaśnia, czym jest znak Fairtrade, UTZ czy też co charakteryzuje bawełnę ekologiczną.



Firma **CCC**, dbając o **bezpieczeństwo oferowanych produktów**, upewnia się, że jej dostawcy posiadają wymagane certyfikaty i atesty. Kontrahenci mają obowiązek przedstawić oświadczenia potwierdzające, że w dostarczanych towarach nie ma substancji szkodliwych dla zdrowia i życia konsumentów.



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO

Hestia od 2009 r. we współpracy z **Centrum Pomocy Osobom Poszkodowanym** zapewnia najczęściej poszkodowanym w wypadkach kompleksową opiekę, wspierając ich w powrocie do zdrowia, aktywności społecznej i zawodowej. W ramach indywidualnych planów pomocy poszkodowani są rehabilitowani i leczeni w wiodących placówkach medycznych. Otrzymują również wsparcie wykwalifikowanych psychologów, coachów oraz doradców zawodowych.



Celem programu **Dobre Składniki** marki **Wawel** jest wyznaczanie nowych standardów jakości poprzez udoskonalenie receptur oferowanych słodyczy, tak aby uzyskać maksymalnie transparentny skład. Obecnie wszystkie produkty marki mają krótszą etykietę – bez zbędnych konserwantów, barwników, sztucznych aromatów.



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



**ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE
I ROZWÓJ
SPOŁECZNOŚCI
LOKALNEJ**



W obszarze zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnych firmy zgłosiły nowe praktyki

dotyczące aktywności fizycznej, bezpieczeństwa, dobrego sąsiedztwa, działań charytatywnych i filantropijnych, edukacji dorosłych, edukacji dzieci i młodzieży, innowacji społecznych, inwestycji społecznych, kampanii społecznych, kultury i sztuki, marketingu zaangażowanego społecznie, profilaktyki zdrowotnej, rozwoju przedsiębiorczości, tworzenia miejsc pracy i rozwoju kompetencji, wsparcia organizacji pozarządowych, a także współpracy z uczelniami.

Pandemia zdominowała tegoroczny Raport, a najbardziej widać to w niniejszym obszarze. To, co pozytywnie zaskakuje, to mechanizmy, które w ramach praktyk zadziałały. Współpraca międzysektorowa i wewnątrzsektorowa, angażowanie łańcucha dostaw, oparcie się na wyspecjalizowanych organizacjach pozarządowych pokazały wręcz podręcznikowe przykłady, jak efektywnie wykorzystywać potencjał. Cieszy przede wszystkim fakt, że firmy nie wywały już otwartych drzwi. Nie tworzyły mechanizmów wsparcia od zera, a korzystały z już istniejących struktur, programów lub platform wsparcia. Mamy wśród praktyk takie, w których dana firma wspiera tworzenie platformy, a z kolei praktyki innych firm opisują wsparcie przekazane za pośrednictwem tejże platformy.

W praktykach, pomimo różnego ich skategoryzowania, widać odpowiedź na największe wyzwania roku 2020: wsparcie służby zdrowia; pomoc dla nauczycieli i uczniów w przejściu do nauczania online; otoczenie opieką seniorów, którzy poprzez obostrzenia i fakt, że stanowili jedną z grup ryzyka, stali się środowiskiem zagrożonym wykluczeniem. Wśród SDGs bezsprzecznie króluje Cel 3. – dobre zdrowie i jakość życia. Drugi co do popularności jest Cel 4. – dobra jakość edukacji. W praktykach długoletnich widać dostosowanie się do wymagań czasu pandemii. Działania prze-

noszono do świata online, a tam, gdzie było to możliwe, ich tematykę zmieniano na inicjatywy związane z ochroną zdrowia lub edukacją.

Osobnym zjawiskiem jest skupienie się firm na pomaganiu tymi zasobami, którymi dysponują, pomimo że na pierwszy rzut oka mają one niewiele wspólnego z tematem ochrony zdrowia. Firmy logistyczne udostępniały swój tabor i centra logistyczne do transportu środków medycznych i maseczek. Producenci słodczy przekazywali swoje artykuły medykamentów i ratownikom jako dodatkowy zastrzyk energii i węglowodanów. Dzięki dostarczaniu posiłków służbie zdrowia i seniorom, jednocześnie wspierano zleceniami gastronomię.

W wielu przypadkach realizacja praktyk była podyktowana przesunięciem zasobów tam, gdzie w opinii firmy były bardziej potrzebne. Organizacje motywowały działania przesunięciem budżetów z działań marketingowych, reklamowych lub zaplanowanych wydarzeń, które przez obostrzenia nie mogły się odbyć. W Raporcie nie znajdziemy przez to nowych praktyk związanych ze zrównoważonym miastem, a kategorie innowacji społecznych, inwestycji społecznych, marketingu zaangażowanego społecznie i profilaktyki zdrowotnej pojawiały się rzadziej niż w roku 2019. Wielkością górują za to działania charytatywne i filantropijne, związane z edukacją dzieci i młodzieży, z tworzeniem miejsc pracy i rozwojem kompetencji, ze wsparciem organizacji pozarządowych.





Tegoroczny Raport pokazuje, że nie ma działań, którymi nie można wpisać się w potrzeby środowisk lokalnych w czasie pandemii. Wszystko zależy od właściwego rozpoznania potrzeb i partnerstw. Firmy obecne w Raporcie w tym obszarze pokazały, że potrafią to robić.

348 praktyk nowych

283 praktyki długoletnie

185 firm

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

-  Liczba zatrudnionych pracowników w 2020 r.
-  Małe / średnie przedsiębiorstwo
-  Praktyka długoletnia, rok pierwszego opisu w Raporcie
-  Cel (SDG) realizowany poprzez praktykę
Informacja o Celach Zrównoważonego Rozwoju – str. 255

AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA

CEETRUS Polska (d. Immochan) w trakcie pandemii koronawirusa zaproponował klientom swoich obiektów wydarzenia online, które miały na celu promocję aktywności fizycznej – **akcja #dobrysiad w trosce o zdrowie i kondycję w czasie pandemii**. Centra Handlowe Auchan w Mikołowie, Gliwicach i Częstochowie na swoich profilach internetowych udostępniły filmy z propozycjami prostych treningów. Do wspólnych ćwiczeń w przestrzeni wirtualnej zaprosił również Port Rumia Centrum Handlowe Auchan. Firma dostarczała konsumentom treści wspierające ich zdrowie i zachęcające do aktywnego stylu życia.



W październiku 2020 r. firma **Ferrero Polska Commercial** w ramach CSR-owego programu Kinder Joy of moving wraz z olimpijką Moniką Pyrek oraz zespołem Fundacji jej imienia stworzyła edukacyjną e-platformę. Podstawą do opracowania „**Kinder Joy of moving Alternatywne lekcje WF**” e-platformy była trudna sytuacja związana z pandemią koronawirusa oraz konieczność przejścia na nauczanie zdalne. Bezpłatna baza wiedzy e-platformy składa się z różnorodnych materiałów (instruktaże sportowe, gry i zabawy, testy wiedzy, podcasty z Mistrzami Sportu oraz artykuły o znaczeniu aktywności fizycznej w codziennym życiu). Patronat nad projektem objęły Ministerstwo Sportu oraz Polski Komitet Olimpijski. Przez pierwsze dwa miesiące od udostępnienia e-platformy (od 20 października do 20 grudnia 2020 r.) łączna liczba jej użytkowników wyniosła blisko 81 tys.



Sportowa Akademia Veolia Junior to program skierowany do przedszkolaków, realizowany przez Fundację Veolia Polska, funkcjonującą w ramach **Grupy Veolia w Polsce**. Zaplanowane działania dostosowano do sytuacji epidemiologicznej. W czasie lockdownu odbyło się 48 bezpłatnych zajęć sportowych LIVE w ramach Ruchowego Przedszkola SAV Junior. Na dzieci czekały także zabawy „zrób to sam”. Gdy przedszkola wracały do standardowego funkcjonowania, ruszył kolejny projekt – Veoliada – Olimpiada Przedszkolaków online. Veoliada to wakacyjne wyzwanie dla przedszkoli, w czasie którego dzieci poznały siedem dyscyplin olimpijskich. Placówki otrzymały materiały do pracy z dziećmi, m.in. filmiki z zabawami ruchowymi oraz karty pracy. Dodatkowo, przedszkola zmierzyły się w konkursie.



Na początku roku 2020 firma **Huawei Polska** została sponsorem głównym Olimpiad Specjalnych. W ramach **wsparcia Olimpiad Specjalnych** Huawei był m.in. partnerem kampanii billboardowej „Razem jest lepiej”. Wspierał treningi zawodników, a także wiele wydarzeń sportowych, m.in. X Zimowe Igrzyska Olimpiad Specjalnych w Zakopanem i w Bydgoszczy. W ramach wsparcia dla olimpiad pod hasłem **#GrajmyRazem** firma była także partnerem polskiej edycji największego święta piłki nożnej osób z niepełnosprawnością intelektualną – Europejskiego Tygodnia Piłki Nożnej Olimpiad Specjalnych, który odbywał się w całej Europie od 23 do 30 września 2020 r.



Firma **Infosys Poland** zorganizowała akcję **Run Against Hunger Challenge**, której celem była promocja aktywności fizycznej i wsparcie organizacji charytatywnej przez ufundowanie dzieciom ciepłych posiłków. Zadaniem pracownika było pokonanie 2 km, zamieszczenie zdjęcia dokumentującego trasę biegu na portalu społecznościowym oraz nominowanie kolejnych trzech osób do podjęcia sportowego zadania. W wyzwaniu wzięło udział ponad 40 osób, które wspólnie pokonały ok. 118 km i pomogły kilkudziesięciu dzieciom, fundując im ciepłe posiłki.



„**Celuj w Zdrowie**” – **Lekcja w Biedronce** to dobra praktyka firmy **Jerónimo Martins Polska**. Biedronka została partnerem pierwszej edycji programu Fundacji Legia „Celuj w Zdrowie”. Program zakłada udział w ćwiczeniach ruchowych oraz 11 zajęć tematycznych. W styczniu 2020 r. uczniowie warszawskich szkół udali się do sklepów Biedronka na specjalnie przygotowane zajęcia. Lekcja obejmowała praktyczną naukę m.in. czytania etykiet. Projekt ma na celu zwiększenie zainteresowania uczniów tematyką aktywności fizycznej i prawidłowego odżywiania, a także wyrobienie dobrych nawyków. W programie szkolnym wzięło udział 260 dzieci w wieku 9–10 lat z czterech szkół. W pierwszym półroczu 2020 r. odbyło się 76 zajęć, w tym osiem z wykorzystaniem edukacji online jako zajęcia podsumowujące, prowadzone w sytuacji zamknięcia szkół.



Polski Koncern Naftowy ORLEN w ramach dobrej praktyki **Rowerowa Inwestycja. Nagradzamy Bezpieczeństwo** wzbogacił flotę system wypożyczania roweru miejskiego o kolejne rowery. Użytkownicy jednośladów mieli do dyspozycji dodatkowo ponad 250 rowerów na 25 nowych stacjach. Równoległe firma uznała, że należy przypomnieć zasady bezpiecznej jazdy, szczególnie młodzieży, poprzez „Kodeks Rowerowy” – konkurs na hasła podkreślające bezpieczną jazdę. Partnerami projektu zostali Komenda Miejska Policji oraz Wojewódzki Ośrodek Ruchu Drogowego.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Parkowy Szal Kilometrowy to sportowa rywalizacja prowadzona w **Poznańskim Parku Naukowo-Technologicznym** za pomocą aplikacji Endomondo. Inicjatywa promuje zdrowy tryb życia i troskę o środowisko. W roku 2020 w Parkowym Szale Kilometrowym wzięło udział 75 osób, które pokonały niemal 37 tys. km, i spaliły 1 541 418 kalorii. Przez trzy ostatnie edycje część osób zrezygnowała z dojazdu do pracy autem, zamieniając ten środek transportu na ekorozwiązanie, czyli spacer, marsz, bieg lub jazdę rowerem, co przekłada się na mniejszą emisję spalin oraz na poprawę stanu zdrowia i kondycji fizycznej.



Marka Loco Sport firmy **PRO-SPORT** współorganizowała cotygodniowe, bezpłatne marszobiegi dla kobiet zainicjowane przez grupę **Mamy-Biegamy**. Ideą marszobiegów jest aktywizowanie kobiet i sprawienie, żeby wprowadziły do swojego życia więcej ruchu. W 2020 r. marszobiegi odbywały się w 11 miastach. Dzięki inicjatywie udało się zaktywizować i zachęcić do regularnego ruchu na świeżym powietrzu (ok. 2 godzin tygodniowo) ponad 100 mam. Inicjatywa miała wpływ na poprawę kondycji zarówno fizycznej, jak i psychicznej.



W ramach akcji **MegaMoc Możliwości! 102 kilometry na 102 rocznicę Niepodległej Polski** dzieci z domów dziecka wspieranych przez firmę **TAURON Polska Energia** pokonały na specjalnie zakupionych do tego celu biegniach i rowerach stacjonarnych wyznaczony dystans: 80 dzieci pokonało w trzy dni 102 km. Realizacja projektu pozwoliła uczcić Święto Niepodległości w nowy sposób. W MegaMocy Możliwości! wzięły udział dzieci z województw małopolskiego i dolnośląskiego, z placówek z Krakowa, Tarnowa, Odporyszowa i Wrocławia.



Totalizator Sportowy realizował projekt **#LOTTO-BargielChallenge**, którego celem było zachęcenie Polaków do aktywności sportowej i promocja zdrowego stylu życia. Ambasador projektu Andrzej Bargiel, polski narciarz wysokogórski przez sześć tygodni zachęcał do podjęcia sześciu sportowych i twórczych wyzwań (m.in. pokonanie 100 schodów oraz zgłoszenie przepisu na życiowy sukces; połączenie joggingu ze zbieraniem śmieci oraz stworzenie własnego ekoodekalogu czy podnoszenie ciężarów oraz stworzenie hasła dopingującego sportowca). Konkurs wyłonił 35 laureatów, którzy odebrali karty podarunkowe do sklepów sportowych o wartości 600 zł każda.



Allianz Polska uczestniczy w **Allianz World Run** skierowanym do pracowników i agentów Allianz na całym świecie. Inicjatywa wspiera organizację Wioski Dziecięcej w Rwandzie, Zambii, Etiopii, Ugandzie oraz Nigerii.



CCC wspiera lokalne szkółki kolarskie. Firma współpracuje z Miejskim Klubem Sportowym Polkowice, który specjalizuje się w szkoleniu dzieci i młodzieży w kolarstwie szosowym i górskim.



Firma **CCC** podjęła strategiczną **współpracę z Akademią Copernicus Michała Kwiatkowskiego**, by wspierać i promować utalentowanych kolarzy młodego pokolenia. Celem firmy jest tworzenie warunków optymalnych do rozwoju sportowego i edukacyjnego uczestników Akademii.



Drużyna Energii to projekt sportowo-edukacyjny prowadzony przez **Energe Grupę ORLEN**. Zadania dla uczniów polegają na nagrywaniu ćwiczeń przygotowanych przez wybitnych sportowców i ambasadorów – w tym roku byli to Adam Hrycaniuk, Paulina Guba, Jakub Zawistowski, Przemysław Świercz i Sławomir Szał. Do projektu w tym roku zgłosiło się ponad 280 szkół, z których 148 dostało się do Etapu Sportowego. W konkursie premiowana jest przede wszystkim drużynowość – im więcej dzieci z danej szkoły weźmie udział i nagra ćwiczenia, tym większa szansa na wygraną.



Rok 2020 przyniósł zmiany w obszarze jednego z najważniejszych programów CSR-owych **Ferrero Polska Commercial**. Zmieniono nazwę programu z Kinder+Sport na **Kinder Joy of moving**, przez co uwypuklony został kierunek, w jakim rozwijany jest program w Polsce. Firma zdecydowała się na podjęcie długofalowego partnerstwa z Polskim Komitetem Olimpijskimi na rzecz wsparcia Polskiej Młodzieżowej Reprezentacji Olimpijskiej oraz działań z zakresu edukacji olimpijskiej. Powstał także zestaw edukacyjny „Co lubię? Sport lubię” z przeznaczeniem dla nauczycieli oraz uczniów szkół podstawowych.



Celem akcji **Enea Akademia Sportu** jest stworzenie piramidy szkoleniowej, która pozwoli kształcić dzieci i młodzież na wszystkich szczeblach i systematycznie wprowadzać najbardziej utalentowanych zawodników do drużyn seniorskich.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Inicjatywa obejmuje szkoły oraz kluby sportowe z obszaru, na którym aktywnie biznesowo działa **Grupa Enea**.



Z inicjatywy Polskiego Związku Narciarskiego od 2004 r. **Grupa Kapitałowa LOTOS** prowadzi Narodowy Program Rozwoju Skoków Narciarskich i Kombinacji Norweskiej **LOTOS Szukamy Następców Mistrza**. W program zaangażowane są wszystkie liczące się kluby w Polsce z sekcją skoków narciarskich i kombinacji norweskiej. Od 2005 r. odbywają się zawody z cyklu LOTOS Cup na skoczniach w Zakopanem i Szczyrku.



Piłkarska Przyszłość z LOTOSEM to wieloletni projekt sportowo-społeczny prowadzony z myślą o przyszłości polskiej piłki nożnej i edukacji prosportowej młodzieży. Celem programu realizowanego przez **Grupę Kapitałową LOTOS** wspólnie z Akademią Piłkarską LG jest szkolenie młodych piłkarzy i piłkarek trenujących w ośrodkach zamiejscowych Akademii. Programem objętych jest ponad 3500 dzieci.



Zaangażowanie **Grupy Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** w rozwój i promocję **polskiej siatkówki** to nie tylko sponsoring, realizowany od 23 lat przez sieć Plus, ale także wsparcie Telewizji Polsat, która emituje wszystkie najważniejsze rozgrywki siatkarskie.



Mimo pandemii **Kopalni Soli „Wieliczka”** udało się podtrzymać tradycję **turnieju charytatywnego Salt Mine Cup**. W 2020 r. zawody miały skromniejszy regionalny zasięg i odbyły się we wrześniu. Do rywalizacji stanęli młodzi zawodnicy reprezentujący barwy małopolskich klubów. Zagrało 16 drużyn.



Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie od sześciu lat wspiera biegi przełajowe **City Trail**. Choć odwrotano jesienne biegi oraz imprezy towarzyszące w celu zminimalizowania ryzyka zakażenia, firma nadal zachęca do biegania i prowadzenia zdrowego stylu życia. Imprezy biegowe zastąpiły treningi biegowe. Przygotowano również cykl 20 filmów dla biegaczy.



Program **Sportowo z Roto** firmy **Roto Frank Okucia Budowlane** był kontynuowany w 2020 r. Roto kontynuowało wsparcie drużyny Górnik Wałbrzych. Firma była także partnerem III Mistrzostw Polski Gry w Szachy Branży Okiennej, pracownicy pomogli w organizacji oraz wzięli udział

w rywalizacji. Ponadto firma wspiera aktywność sportową pracowników, refinansując koszty zajęć i zakup karnetów.



Kumulacja Aktywności to program należącej do **Totalizatora Sportowego** Fundacji LOTTO im. Haliny Konopackiej promujący aktywność fizyczną, w ramach którego młodzież ma szansę trenować pod okiem utytułowanych sportowców. Od stycznia do czerwca 2020 r. trwała kontynuacja siódmej edycji dla 47 grup. W ósmej edycji, która rozpoczęła się we wrześniu 2020 r., wzięło udział 65 grup. Dało to razem ok. 3 tys. przeprowadzonych zajęć. Mistrzowie sportu przybliżyli podopiecznym tajniki ćwiczeń z dyscyplin, m.in.: szermierki, kajakarstwa, zapasów, skiańplizmu oraz biegów na orientację.



Volkswagen Motor Polska wsparł finansowo organizację **Dnia Olimpijczyka** w szkołach w Chocianowie, a działająca w firmie grupa Respekt zaangażowała się przy organizacji tego wydarzenia.



BEZPIECZEŃSTWO

Bank Pekao wdrożył wiele inicjatyw mających na celu ograniczenie ryzyka zarażenia i rozprzestrzeniania się epidemii, a także działania pomocowe, w tym m.in. **Razem przeciwko COVID**. Pracownikom udostępniono: szkolenia specjalistyczne online w zakresie ochrony zdrowia (ludziom wzięto 6 tys. pracowników), wsparcie psychologiczne, nową organizację pracy (praca zdalna). Podjęto działania prospołeczne: zbiórka wśród pracowników na zakup specjalistycznych namiotów barierowych dla personelu medycznego (bank podwoił zebraną przez pracowników kwotę); wolontariat pracowników na rzecz infolinii NFZ.



Program **Hello ICE** firmy **Budimex** skierowany jest do najmłodszych uczestników ruchu drogowego i ma na celu poszerzenie ich wiedzy z zakresu bezpieczeństwa na drodze. Kluczowym elementem kampanii jest interaktywna mapa, na której każdy może zaznaczyć niebezpieczne miejsce w okolicy szkoły lub przedszkola. W wybranych miejscach w 2020 r. w ramach programu wymalowano pilotażowo cztery pasy 3D. W szkołach oraz w przedszkolach w całej Polsce organizowane są Dni Bezpieczeństwa, podczas których dzieci poznają zasady bezpieczeństwa na drodze. Dodatkowo nauczyciele ze strony www.helloice.pl mogą pobrać gotowe konspekty do prowadzenia lekcji. Program Hello ICE otrzymał patronat honorowy Ministra Infrastruktury oraz Ministra Edukacji Narodowej.



We wrześniu 2020 r. **CEMEX Polska** rozpoczął realizację programu edukacyjnego skierowanego do dzieci i młodzieży – **Mistrzowie Bezpieczeństwa**. Podczas spotkań i warsztatów prowadzonych przez przedstawicieli policji, strażaków, specjalistów ds. BHP oraz ratowników medycznych – uczestnicy dowiedzieli się, w jaki sposób unikać zagrożenia lub w jaki sposób reagować w sytuacjach niebezpiecznych w codziennym życiu. Uczniowie otrzymali publikację wydaną przez CEMEX, komiks „Świeć przykładem – zostań Mistrzem drogowego ABC”. W ramach projektu 153 uczniów wzięło udział w siedmiu spotkaniach warsztatowych.



Biznes Kontra Korona to platforma pomagająca pomagać. Idea powstała jako cegiełka dołożona do walki z pandemią COVID-19, a weszła w życie dzięki współpracy **CSR Consulting** z partnerem społecznym, Mazowieckim Oddziałem Okręgowym Polskiego Czerwonego Krzyża. Umożliwia łączenie biznesu mającego chęć pomocy i środki do jej niesienia z osobami i instytucjami, które takiego wsparcia potrzebują. Angażować można się poprzez wykup cegiełek, z których środki przeznaczone są na konkretny, wskazany i uprzednio wyceniony cel.



#KrokPrzedOszustem to inicjatywa **EY Polska** zainicjowana w maju 2020 r., kiedy pandemia przeniosła większość codziennych aktywności do sieci, a wyjątkowa sytuacja i towarzyszący jej niepokój społeczny spowodowały aktywizację oszustów. W ramach powszechnie dostępnej strony internetowej dostarczana jest – aktualizowana na bieżąco – wiedza o możliwych schematach przestępstw, których dopuszczają się oszuści próbujący wykorzystać sytuację epidemiczną. Oprócz samego opisu schematu działań przestępców publikowane są praktyczne porady pomagające uniknąć zagrożenia.



Na rosnącą ilość niewłaściwych zachowań kierowców **Gdańsk Transport Company** odpowiada: **SZANUJMY SIĘ!** Słowa SZANUJMY SIĘ są skierowane do wszystkich uczestników ruchu. Pierwsza odsłona kampanii dedykowana jest kierowcom pojazdów ciężarowych. Dla nich przygotowano specjalny quiz online zawierający 10 pytań dotyczących różnych sytuacji w ruchu drogowym. Każda poprawna odpowiedź równa się zdobyciu jednego „szacunu”. Kto otrzyma 10 „szacunów”, zdobywa nagrodę. Od startu kampanii w drugiej połowie listopada 2020 r. przez quiz przeszło 2100 osób, przygotowano 500 nagród.



Trzymaj się zasad to projekt **Gdańsk Transport Company**, którego celem jest edukacja dzieci z zakresu zasad bezpieczeństwa w ruchu drogowym. AmberOne Autostrada A1 w dobie gier komputerowych zaproponowała manualną formę gry edukacyjnej, ale na niespotykaną skalę. Wielkoformatowa interaktywna instalacja, na której ściankach zainstalowany został cały cykl zadań, pojawiła się w szkołach podstawowych w miejscowościach położonych wzdłuż autostrady. W rozwiązywaniu kolejnych zadań i zdobywaniu punktów dzieci wykazują się kreatywnością, logicznym myśleniem i wiedzą z zakresu bezpieczeństwa ruchu drogowego i pierwszej pomocy. Finałem w każdej szkole był WIELKI TURNIEJ, czyli tematyczny quiz sprawdzający wiedzę połączony z przeskalowaną grą planszową, w której sami uczniowie byli aktywnymi pionkami.



Grupa Kapitałowa LOTOS wspólnie z Krajowym Centrum Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego zrealizowała pilotażowo na terenie województwa pomorskiego program społeczno-edukacyjny „Mistrzowie w drodze”. Podstawowym jego celem jest zaangażowanie młodych kierowców w działania na rzecz poprawy bezpieczeństwa na drogach. W ramach pierwszej edycji projektu przygotowany został film edukacyjny, który ma kształtować prawidłowe zachowania na drodze. W ciągu dwóch tygodni od publikacji filmu materiał obejrzało ponad 18 tys. osób. Ambasadorem programu jest kierowca rajdowy Kajetan Kajetanowicz.



Akademia Bezpiecznego Puchatka to ogólnopolski program edukacyjny **Grupy Maspex** skierowany do uczniów klas pierwszych szkół podstawowych, obejmujący tematykę związaną z bezpieczeństwem dzieci w czterech sferach: na drodze, w domu, w szkole oraz w Internecie. Do tej pory łącznie wzięło w nim udział ponad 2 mln uczniów z całej Polski. Patronat nad programem sprawuje Komendant Główny Policji. Szkoły otrzymują bezpłatny komplet specjalnie przygotowanych materiałów edukacyjnych, które zostały opracowane przez metodyków i ekspertów w zakresie technik szybkiego uczenia się oraz zapamiętywania.



Grupa VELUX wsparta akcją społeczną **#MaskaDlaMedyka**. W gnieźnieńskiej fabryce VELUX wyprodukowano 10 tys. adapterów do masek do snorkelingu marki Decathlon, które zakupiła Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, aby rozstać je do szpitali na terenie całej Polski. Produkcja odbyła się metodą wtryskową, co oznaczało przełom w akcji społecznej **#MaskaDlaMedyka**, gdyż wcześniej adaptery były drukowane wyłącznie na drukarkach 3D. W całym procesie istotną rolę odegrała współpraca z pozostałymi



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

firmami, które w szybkim tempie zaprojektowały i wyprodukowały formę.



Huawei Polska wsparł Służbę Zdrowia w czasie pandemii, przekazując w marcu 20 tys. masek ochronnych do Centralnego Szpitala Klinicznego MSWiA w Warszawie, a następnie do kolejnych podmiotów. Łączna liczba przekazanych przez firmę materiałów medycznych do Ministerstwa Zdrowia i polskich szpitali wyniosła blisko 400 tys. sztuk. Huawei dostarczył także technologie obejmujące rozwiązania z użyciem sztucznej inteligencji i przetwarzania w chmurze, ułatwiające szybszą diagnostykę wirusa, które zostały zastosowane w jednym ze szpitali w Polsce.



W związku z rosnącą liczbą zakażeń COVID-19 rząd zainicjował tworzenie szpitali tymczasowych. Jeden z nich powstał w Międzynarodowym Centrum Konferencyjnym w Katowicach. Po informacji o poszukiwaniu chętnych do pracy w szpitalach tymczasowych, w ramach akcji **Ratownicy kontra Covid-19 Jastrzębska Spółka Węglowa** zgłosiła ponad 230 pracowników po kursach kwalifikowanej pierwszej pomocy. Koszty pracy oddelegowanych ratowników pokryła JSW, natomiast NFZ zapewniał zakwaterowanie i wyżywienie.



W związku z trudnościami, z którymi przyszło mierzyć się wszystkim podczas pandemii COVID-19, firma **Leroy Merlin Polska** postanowiła wspomóc polską służbę zdrowia podczas pandemii COVID-19. Od marca 2020 r. firma realizowała **akcję #PomagamyBohaterom**, w ramach której przekazała służbom medycznym i ratunkowym ponad 75 tys. deficytowych produktów i środków ochronnych. Wsparcie trafiło do ponad 130 instytucji pomagających zwalczać COVID-19.



Firma **T-Mobile Polska** zrealizowała szereg **akcji CR w czasie pandemii**. Były to: udostępnienie numerów do dwóch bezpłatnych infolinii ze wsparciem psychologicznym dla medyków i seniorów, druk przyłbic ochronnych na drukarkach 3D, a także przekazanie kilkudziesięciu kart SIM oraz telefonów na rzecz szpitali. Firma została partnerem strategicznym Polskiego Centrum Pomocy Międzynarodowej. Zrealizowano również akcje przekazania tabletów na rzecz Fundacji Dr Clown, które w ramach wyzwania #NotebookChallenge trafiły do dwóch Domów Dziecka i posłużą do realizowania edukacji zdalnej.



W 2020 r. **L'Oréal Polska** przekazał bezpłatnie polskim szpitalom (głównie w Warszawie, Zielonej Górze i Poznaniu), aptekom i partnerskim sieciom handlowym ponad 700 tys. produktów do pielęgnacji skóry i higieny marek La Roche-Posay, CeraVe i Vichy, w tym żele wodno-alkoholowe do rąk.

W pomoc zaangażowała się fabryka **L'Oréal Warsaw Plant** w Kaniach, która dostosowała swoje linie produkcyjne i w marcu 2020 r. rozpoczęła wytwarzanie żeli o właściwościach sanitarycznych. Wyprodukowano łącznie 17,4 mln opakowań żelu wodno-alkoholowego (65-proc. stężenie alkoholu). **Produkcja żeli do sanitaryzacji rąk i ich dystrybucja** były możliwe dzięki nawiązaniu współpracy z firmą **Wyborowa Pernod Ricard**, która nieodpłatnie dostarczyła alkohol potrzebny do wytworzenia 500 tys. opakowań żelu.



W ramach działań związanych z **rewitalizacją PZU** przekazało środki z funduszu prewencyjnego TUV PZUW na zakup i montaż siatek zabezpieczających 14 łódzkich kamienic, które z uwagi na zły stan techniczny zostały wskazane do generalnego remontu lub rozbiórki. Budynki stwarzały ryzyko, ponieważ znajdują się blisko ruchliwych ulic lub chodników.



Nie bądź dziki to projekt **Grupy Raben**. Poprzez platformę: www.niebadzdiki.pl firma podnosi świadomość użytkowników szos. Znajduje się na niej e-szkolenie w formie 10 animacji tematycznych, które pokazują wybrane zasady bezpiecznych zachowań na drogach. Dodatkowo pracownicy i kierownicy Grupy Raben muszą ukończyć quiz z 15 pytaniami.



Idea kampanii **Transport jest potrzebny** to uświadomienie – również najmłodszym – roli transportu, a także edukacja w zakresie bezpieczeństwa drogowego. W 2020 r. **Grupa Raben** nawiązała współpracę z Fundacją Srebrne Łata, której przekazano komplet nowych, autorskich materiałów edukacyjnych dla 4 tys. dzieci. Celem było potęczenie działań edukacyjnych tak, aby seniorzy, czytając dzieciom, również edukowali je z zakresu bezpieczeństwa drogowego.



Inicjatywę **Jak Jeździsz**, promującą odpowiedzialne i kulturalne zachowanie na drodze, **Santander Bank Polska** realizuje już od 2015 r. Głównym przekazem w 2020 r. była akcja #smartoff, z udziałem Marcina Dorocińskiego. Miała ona na celu uświadomienie ryzyka i wyeliminowanie niechlubnej praktyki patrzenia w ekran smartfona zamiast na drogę. Na Facebooku projekt dotarł do ponad 5 mln odbiorców.



„Szkolenie Plus” dla mechaników, połączone z warsztatami multimedialnymi dotyczącymi bezpieczeństwa w pracy to praktyka firmy **SumiRiko Poland**. Dla nowych pracowników działu Utrzymania Ruchu organizowane są szkolenia dotyczące obsługi urządzeń warsztatowych.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Program „**LOTOS – Mistrzowie w pasach**” **Grupy Kapitałowej LOTOS** prowadzony od roku 2014 ma za zadanie edukować kierowców i pasażerów samochodów w zakresie bezpieczeństwa i wypracowania nawyków dotyczących poprawnego zapinania pasów oraz doboru i montażu fotelików dla dzieci. W ramach projektu realizowane były inspekcje fotelików i pasów bezpieczeństwa.



Realizacja projektu prewencyjnego „**Akademia Bezpiecznego Przedszkolaka**” **Grupy Enea** (wcześniej opisanego pod nazwą „Bezpieczny Przedszkolak”) zakłada przeprowadzenie w przedszkolach spotkań i pokazów profilaktycznych, których celem jest propagowanie bezpiecznego zachowania się dzieci na drodze i w innych sytuacjach, np. jak należy się zachowywać wobec napotkanych osób obcych czy w pobliżu infrastruktury energetycznej.



Compensa TU Vienna Insurance Group realizuje długoterminową ogólnopolską kampanię społeczną „**Bezpieczna Autostrada**” na rzecz poprawy bezpieczeństwa na polskich drogach. Firma edukuje w zakresie prawidłowego poruszania się po autostradach, uczy zasad udzielania pierwszej pomocy, buduje świadomość społeczną.



PZU kontynuował kampanię społeczną na rzecz poprawy bezpieczeństwa ruchu drogowego „**Prowadzisz? Odtóż Telefon**”, która miała na celu zwiększenie bezpieczeństwa na drogach. Kolejna edycja kampanii była adresowana do młodych Polaków, którzy nie rozstają się ze smartfonami w aucie, na rowerze czy w trakcie przechodzenia przez pasy.



Wspólnie z ratownikami (WOPR, MOPR, GOPR, TOPR) Plus należący do **Grupy Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** uruchomił **Zintegrowany System Ratownictwa i Aplikację Ratunek**. Numery ratunkowe: 601 100 100 (nad wodą) i 601 100 300 (w górach) współpracują ze wszystkimi sieciami komórkowymi i stacjonarnymi w Polsce i działają 24 h/dobę. W 2020 r. aplikacja miała blisko 135 tys. użytkowników.



W lutym 2020 r. na wszystkich należących do **Jet Line** cyfrowych nośnikach OOH firma wyemitowała **Child Alert** ogłoszony w związku z zaginięciem 10-letniego chłopca.

Jet Line jest partnerem Child Alert od dwóch lat. Alert ogłaszany jest bardzo rzadko, dla firmy był to dotychczas jedyny przypadek uruchomienia procedury.



Child Alert to system alarmowy zarządzany przez Centrum Poszukiwań Osób Zaginionych Komendy Głównej Policji. Polega na szybkim informowaniu społeczeństwa o zaginionym lub uprowadzonym dziecku. W przypadku uruchomienia systemu **T-Mobile Polska** wysyła do klientów specjalny MMS.



DOBRY SĄSIAD

Bosman dla Regionu to program grantowy prowadzony w Szczecinie przez markę Bosman i Browar Bosman, (**Carlsberg Polska**). Celem projektu jest wsparcie lokalnych inicjatyw, które przyczyniają się do podniesienia jakości życia mieszkańców regionu oraz stymulują integrację lokalnej społeczności. W programie mogą brać udział m.in. organizacje pozarządowe, instytucje kultury i sportu, samorządowe jednostki organizacyjne z wybranych powiatów woj. zachodniopomorskiego. W 2020 r. Bosman przyznał 22 granty o łącznej wartości ponad 550 tys. zł. Dzięki grantom udało się wysprzątać tereny zielone, linię brzegową rzek, przeszkolić strażaków, zmapować i zlikwidować nielegalne łowiska, wyłowić sieci kłusowników, zakupić łódź ratunkową, a także pomóc zwierzętom ze schroniska.



Projekt **Lato z CEMEX** to odpowiedź na wyzwania i potrzeby związane ze skutkami pandemii COVID-19. W okresie od lipca do września 2020 r. **CEMEX Polska** zaprasza dzieci oraz seniorów do uczestnictwa w różnorodnych zajęciach edukacyjnych oraz rekreacyjnych. Najmłodszy mieszkańcy Chetma i rejonu Rudnik k. Częstochowy otrzymali szansę na zdobycie nowej wiedzy i umiejętności (robotyka, zasady bezpieczeństwa). W półkoloniach uczestniczyło 138 dzieci w pięciu placówkach. Seniorzy (16 osób) wzięli udział w zajęciach sportowo-rekreacyjnych, prowadzonych przez wykwalifikowaną instruktorkę nordic walking.



Ideą programu **AmberOne Blisko Nas** jest wspieranie inicjatyw społecznych, istotnych z punktu widzenia ekologii i bezpieczeństwa na drodze, w gminach położonych wokół autostrady AmberOne (Autostrada A1). **Gdańsk Transport Company** w ramach programu przygotowuje konkurs, w którym nagradzane i finansowane są własne projekty organizacji z gmin położonych między Rusocinem a Nową Wsią.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Dzięki pozyskanym środkom lokalne społeczności zyskują np. nowe miejsca spotkań oraz zwiększają swoją wiedzę na temat bezpieczeństwa w ruch drogowym.



Uruchomiony w kwietniu 2020 r. **program wspierający przeciwdziałanie i walkę z pandemią COVID-19** to inicjatywa Fundacji GÓRAŹDŻE – Aktywni w Regionie, której jednym z założycieli jest **Góraźdze Cement**. Pomoc Fundacji skierowana była głównie do społeczności lokalnych z miejscowości sąsiadujących z zakładami Grupy Góraźdze. Dotacje przyznawano na sfinansowanie takich działań, jak zakup sprzętu medycznego i środków zabezpieczenia sanitarnego, organizacja miejsc kwarantanny czy pomoc osobom starszym i samotnym. Z programu skorzystało ponad 40 podmiotów. W 2020 r. Fundacja przeznaczyła na dotacje związane z walką i przeciwdziałaniem pandemii 233 tys. zł.



Hochland jako **Dobry sąsiad** zrealizował w 2020 r. inicjatywę wspierającą społeczność lokalną. We wrześniu 2020 r. miała miejsce ósma edycja Półmaratonu Hochland Dolina Samy i Pyrlandzka Dycha, którego współorganizatorem od początku jest firma Hochland Polska. Ze względu na konieczność wprowadzenia dodatkowych zasad bezpieczeństwa, stworzono nową formułę wydarzenia. Uczestnicy wybierali spośród biegu na 10 km, biegu na 21,1 km oraz marszu nordic walking na dystansie 10 km. Z podanych wyników utworzono klasyfikację wirtualną wszystkich uczestników na danych dystansach. W wirtualnej edycji Hochland Półmaratonu zarejestrowało się w sumie 277 osób.



W Szczecinie **IKEA Retail** stworzyła **Dom Jutra** – miejsce inspiracji i wymiany myśli z mieszkańcami miasta na temat tego, jak może funkcjonować zrównoważony dom. Jego przestrzeń pełna jest rozwiązań przyjaznych planecie: skuteczne sposoby na przetwarzanie odpadów, Domowa Farma pokazująca tajniki zrównoważonych upraw, Strefa Tworzenia, gdzie pod okiem specjalistów drugie życie zyskują stare meble, a także Planerownia, w której można zaprojektować funkcjonalną i przyjazną środowisku kuchnię. Dom Jutra to miejsce warsztatów, spotkań z aktywistami i przedstawicielami miasta. To również miejsce Inicjatywy Społecznej na rzecz Przyszłości Bez Odpadów polegającej na wspólnym tworzeniu rozwiązań w celu ograniczenia ilości odpadów w Szczecinie, w tym także w domach mieszkańców miasta.



Polski Koncern Naftowy ORLEN przedstawił w formule bezpłatnego **webinarium „Inspirujemy do rozwoju”** wyniki anonimowego badania dotyczącego inspiracji do rozwoju wśród młodzieży. Ankietowanymi byli pełnoletni uczniowie uczęszczający do klas III i IV, a więc znajdujący się u progu dojrzałości i w chwili podejmowania ważnych decyzji dotyczących ich przyszłego życia. Odpowiedzi ankietowanych

to cenna wiedza dla pedagogów szkolnych z ponad 20 placówek edukacyjnych, którzy mogą rozwijać dotychczasowy model pracy w oparciu o zdefiniowane w badaniu potrzeby i rekomendacje.



Świąteczna paczka dla plockich seniorów to projekt **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN**, w ramach którego każdy senior 70+, zamieszkały na terenie Płocka, mógł zadzwonić pod specjalny numer telefonu i zgłosić chęć otrzymania paczki świątecznej z daniami wigilijnymi i świątecznymi, dostarczonymi prosto pod drzwi. Na podstawie przyjętych zgłoszeń, przygotowanych zostało 3677 paczek, które w dniach 23-24 grudnia 2020 r. zostały dostarczone do seniorów. Potrawy były przyrządzone i dowieszone przez 15 plockich firm gastronomicznych.



Firma **Stena Recycling** wyposaża szkoły podstawowe w **Wschowie** w nowe komputery. Akcja miała na celu pomoc uczniom i nauczycielom szkół podstawowych we Wschowie – miejscu, gdzie znajduje się Centrum Recyklingu Elektroniki Stena Recycling – w prowadzeniu zdalnego nauczania w czasach pandemii. W tym celu zostały zakupione 24 nowe komputery dla trzech szkół podstawowych. Korzyści płynące z praktyki odnieśli nauczyciele i uczniowie szkół podstawowych we Wschowie.



ArcelorMittal Poland wspólnie z Ośrodkiem Kultury im. C.K. Norwida od 2011 r. wspiera tworzenie w dzielnicach nowohuckich w Krakowie dostępnych i przyjaznych terenów zieleni. Od roku 2018 projekt **Ogrody Nowej Huty** ma również na celu propagowanie wiedzy dotyczącej ogrodnictwa i ekologii. W 2020 r. projekt koncentrował się na działaniach warsztatowych i edukacyjnych, co było możliwe dzięki utworzeniu rok wcześniej Zielonego Warsztatu – Pracowni Młodego Orodnika w Klubie Kuźnia Ośrodka Kultury.



Firma **Góraźdze Cement** kontynuowała zainicjowany w 2018 r. program **Bliżej naszych sąsiadów**. W ramach programu przyjęto do realizacji pięć projektów związanych głównie z poprawą lokalnej infrastruktury sportowo-rekreacyjnej (plac zabaw dla dzieci, siłownię na wolnym powietrzu, poprawa bezpieczeństwa drogowego). Wszystkie projekty zostały zrealizowane w 2020 r. przy wsparciu finansowym Fundacji Góraźdze oraz zaangażowaniu pracowników.



Program **„Forum Seniora” Grupy Enea** polega na budowaniu partnerskich relacji z seniorami z najbliższego otoczenia spółki. Zarząd Grupy prezentuje seniorom bieżące informacje o działalności spółki oraz o planowanych inwestycjach.

Spotkaniom towarzyszą rozmowy o zdrowiu, bezpieczeństwie, nowych technologiach oraz oszczędzaniu wody i energii. W roku 2020 z powodu pandemii wydarzenie odbyło się w formie audycji radiowych dedykowanych seniorom.



Rokrocznie od 2010 r. w LOTOS Kolej organizowany jest **Dzień Techniki Kolejowej**. W roku 2020 z powodu pandemii koronawirusa organizacja wydarzenia nie była możliwa, jednakże w spółce odbył się konkurs „Mój własny pociąg LOTOS Kolej”, w ramach którego dzieci pracowników całej **Grupy Kapitałowej LOTOS** mogły przestać swoje prace plastyczne.



Małopolskie szkoły na III edycję **Konkursu „zaŚPIEWAJ I TY NIEPODLEGŁEJ!”** organizowanego przez **Kopalnię Soli „Wieliczka”** nadesłatały przeszło 580 zgłoszeń. Młodzi artyści rywalizowali w dwóch grupach wiekowych oraz w dwóch kategoriach: chóry i soliści. Wprowadzoną nowością była nagroda publiczności, którą przyznali internauci podczas głosowania na facebookowym profilu kopalni. Konkurs służy budowaniu i wzmacnianiu postaw patriotycznych wśród najmłodszych Małopolan, rozwija talenty, zachęca do sięgania po patriotyczny repertuar.



Bezpłatny System Informacji dla Mieszkańców Płocka i Regionu Płockiego to dwuścieżkowa platforma (drogą mailową lub za pomocą SMS), której celem jest informowanie mieszkańców Płocka i okolicznych powiatów o akcjach związanych z działalnością **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN**: wydarzeniach kulturalnych i sportowych, które koncern organizuje, inicjuje bądź sponsoruje, testach systemów bezpieczeństwa i remontach wiążących się z uciążliwościami dla mieszkańców okolicznych gmin, programach pomocowych oraz wolontariacie Fundacji ORLEN.



Program grantowy **WzMOcni swoje otoczenie** organizowany przez **Polskie Sieci Elektroenergetyczne** ma na celu wsparcie projektów związanych z długofalowym rozwojem lokalnej infrastruktury społecznej oraz aktywizacją życia mieszkańców w gminach, w których PSE realizują inwestycje elektroenergetyczne najwyższych napięć. W drugiej edycji programu przyznano 107 grantów w ponad 70 gminach, o łącznej wartości 2 mln zł. Laureatami były urzędy gmin, ich jednostki budżetowe oraz organizacje pozarządowe. Środki pozwoliły na realizację takich działań, jak modernizacja sal w szkołach i świetlicach wiejskich, zakup sprzętu do ratowania życia czy rewitalizacja terenów zielonych.



DZIAŁANIA CHARYTATYWNE I FILANTROPIA

ALDI w ramach **wsparcia dla szpitali i schronisk dla zwierząt** przekazało produkty oraz środki higieniczne pracownikom służby zdrowia, seniorom i schroniskom dla zwierząt. Firma wsparła Stowarzyszenie mali bracia Ubogich w przygotowaniu świątecznych paczek dla podopiecznych. Przekazano również prawie tonę karmy dla psów i kotów na rzecz schronisk w Katowicach, Celestynowie oraz Fundacji Dom dla Kundelka. Firma przystąpiła także do akcji #PosilekDlaSeniora oraz przekazała produkty dla kierowców, którzy na granicy w Jędrzychowicach długo oczekiwali na kontrolę graniczną.



Allegro zaangażowało się w działania **na rzecz walki ze skutkami pandemii COVID-19**. Firma zorganizowała zbiórkę charytatywną, która wsparła Fundusz Interwencyjny Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Udało się zebrać 213 865 zł, co umożliwiło zakup 24 respiratorów. Darowizna w wysokości 1 mln zł przekazana na rzecz Fundacji Lekarze Lekarzom pozwoliła na wyposażenie 31 szpitali w środki ochrony osobistej. Firma ufundowała dwa kompletne laboratoria testowe (w Warszawie i Poznaniu), zakupiła i dostarczyła 365 tys. maseczek i 8 tys. litrów płynów dezynfekujących dla ponad 40 szpitali i placówek służby zdrowia. Allegro dostarczało też świeże owoce i warzywa do szpitali w pięciu miastach.



Alstom Konstal w Polsce wsparł Fundację „Być Razem” w zakresie środków ochrony osobistej dla pracowników. Firma **przekazała 1 tys. maseczek chirurgicznych**.



ANWIL przeznaczył środki w wysokości **1 mln zł na walkę z koronawirusem**. Firma przekazała darowizny finansowe (przeszło 928 tys. zł) oraz darowizny rzeczowe (wartości ponad 68 tys. zł) 49 placówkom medycznym, w tym szpitalom we Włocławku, w Bydgoszczy, Grudziądzu, Lipnie, Radziejowie i Aleksandrowie Kujawskim, a także placówkom opiekuńczo-wychowawczym, domom pomocy społecznej, placówkom przedszkolnym oraz innym organizacjom.



Fundacja Banku Millennium i **Bank Millennium** przekazały fundusze na pierwszy polski test na obecność **COVID-19** i prace badawczo-rozwojowe nad testami nowej generacji. Kwotę 500 tys. zł przekazano Instytutowi Chemii Bioorganicznej Polskiej Akademii Nauk w Poznaniu. Wsparcie



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

dla Instytutu Chemii zostało uzgodnione z pracownikami banku, którzy swoją wolę wyrazili w wewnętrznej ankiecie.



Firma **BASF Polska** zapewniła możliwość bezpiecznej pracy w dobie pandemii poprzez **przekazanie środków ochrony osobistej** dla pracowników szpitala w Legnicy i Lokalnych Służb Ratowniczych w Środzie Śląskiej. Przekazano ponad 500 sztuk certyfikowanych kombinezonów oraz okularów ochronnych.



Współfundowanie karetki pogotowia dla szpitala w Legnicy to doba praktyka **BASF Polska**. Firma wsparła finansowo Wojewódzki Szpital Specjalistyczny, co pozwoliło na zakup ambulansu transportowego typu A. Przekazane przez BASF Polska 180 tys. zł pokryło połowę sumy potrzebnej do zakupu. Nowa karetka została użyta do transportu osób zakażonych oraz pacjentów z podejrzeniem COVID-19.



Firma **Bayer** realizowała **wsparcie służby zdrowia w walce z pandemią** zarówno funduszami finansowymi, jak i specjalistycznym sprzętem oraz materiałami ochronnymi. Bayer przekazał darowiznę w wysokości 420 tys. zł na Fundusz Interwencyjny Fundacji WOŚP (firma przekazała sześć respiratorów oraz ofiarowała za pośrednictwem Fundacji WOŚP 5 tys. masek).



BEST w ramach praktyki **Solidarni w walce z COVID-19** przekazał wsparcie w wysokości 600 tys. zł dla szpitala w Elblągu, Uniwersyteckiego Centrum Medycyny Morskiej i Tropikalnej oraz dla Miasta Gdynia. Z funduszy tych sfinansowano utworzenie mobilnego punktu testowania COVID-19 w Gdyni, zakup respiratora w Elblągu oraz zakup wyposażenia szpitali. Firma sfinansowała zakup tabletek do nauki zdalnej, a także przekazała zapas owoców i warzyw dla podopiecznych Domu Dziecka w Elblągu. Prezes BEST dołączył do gdyńskiej Rady Ekonomiczno-Spotecznej ds. adaptacji do życia po pandemii. W listopadzie BEST przekazał sprzęt komputerowy do mobilnego punktu testów i zorganizował zbiórkę wśród pracowników. Zebrano 8600 zł. Firma dołożyła kolejne 40 tys. zł, które dofinansowały zakup respiratora i specjalistycznego sprzętu do prześwietleń płuc w Gdyni.



Budimex wdrożył działania mające na celu **walkę ze skutkami pandemii COVID-19**. Firma dołączyła do akcji „Jesteśmy razem. Pomagamy”, w ramach której wspierała finansowo i materialnie szpitale. Dotacje na środki ochrony otrzymały też Domy Pomocy Społeczne oraz inne organizacje. Budimex przekazał ponad 3 mln zł. Zrealizowano również specjalną edycję wewnętrznego programu wolontariackiego „Grant na

wolontariat w walce z COVID-19”. Firma dołączyła do ogólnopolskiej akcji #niezwalniamy mającej pokazać dobre rozwiązania wdrażane w biznesie dla ochrony miejsc pracy w czasie pandemii. Pracownicy mogli skorzystać z akcji wspierających ich zdrowie fizyczne oraz psychiczne w czasie lockdownu. Budimex zaangażował się także w budowę szpitali polowych oraz pomoc przy przebudowie istniejących oddziałów szpitalnych, by dostosować je do przyjęcia pacjentów chorych na COVID-19.



Firma **Capgemini Polska** prowadziła zorganizowaną **pomoc dla medyków w czasie pandemii COVID-19** w trzech obszarach: zakupiła materiały dla grupy „Wrocław szyje maseczki” (uszyto ponad 200 maseczek, które trafiły do wrocławskich szpitali); udostępniła cztery drukarki 3D dla czterech pracowników-wolontariuszy, którzy zgłosili chęć drukowania przyłbic dla medyków (wydrukowano ponad 300 przyłbic, które trafiły m.in. do Domu Pomocy Społecznej przy ul. Rzędzińskiej we Wrocławiu, Hospicjum dla Dzieci z Dolnego Śląska „Formuła Dobra” i Grupy Kapitałowej „Naprzód”; natomiast w ramach wsparcia gastronomi oraz spółdzielni socjalnych firma przekazała kilka tysięcy obiadów dla medyków w sześciu miastach Polski: Katowicach, Wrocławiu, Poznaniu, Krakowie, Warszawie oraz Opolu.



Cargill wspiera medyków w walce z COVID-19 od początków pandemii. Firma przeznaczyła ok. 500 tys. zł na zakup specjalistycznego sprzętu do szybkiego wykrywania koronawirusa, środków do dezynfekcji i ochrony osobistej dla szpitali oraz domów pomocy społecznej zlokalizowanych w pobliżu oddziałów firmy, a także wsparła Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Należący do firmy Cargill Konspol włączył się w pomoc, wysyłając gotowe do spożycia produkty m.in. do Pogotowia Ratunkowego w Nowym Sączu, Fundacji Serce dla Serc Centralnego Szpitala Klinicznego Uniwersytetu Medycznego w Łodzi oraz szpitali w Łomży i Krynicy-Zdroju.

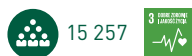


Castorama Polska podjęła **działania na rzecz zwalczania skutków pandemii COVID-19**. Łącznie firma przekazała środki o wartości 1 mln zł. Castorama Polska zakupiła 3600 testów na wykrycie wirusa, które przekazała do Centralnej Bazy Rezerw Sanitarno-Przeciwepidemicznych. Wsparła straż graniczną, przekazując łącznie 3 tys. opryskiwaczy i dozowników do używania na przejściach granicznych. Udzieliła wsparcia prawie 60 szpitalom, przekazując niemal 100 tys. maseczek, ponad 11 tys. przyłbic i prawie 700 pięciolitrowych pojemników z płynem dezynfekującym. Ponad 10 szpitali otrzymało materiały budowlane potrzebne do utworzenia służ bezpieczeństwa.



CCC zaangażowało się w **walkę z pandemią COVID-19**. W ramach akcji konsumenckiej 10 zł z każdej sprzedanej pary

butów marki Lasocki na Ccc.eu i Eobuwie.pl zostało przekazane dla Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego w Wrocławiu. W fabryce CCC w Polkowicach szwalnia wyprodukowała łącznie ponad 30 tys. sztuk ochraniaczy i przekazała je Szpitalom w Bolesławcu, Zielonej Górze i Legnicy. CCC wspierało ratowników medycznych lokalnych oddziałów Pogotowia Ratunkowego poprzez przekazanie 11 tys. koszulek i 340 par butów, które noszą pod kombinezonami ochronnymi. Na prośbę Oddziału Klinicznego Gastroenterologii i Hepatologii Szpitala Uniwersyteckiego w Krakowie przekazano 20 tys. sztuk stopek jednorazowych dla personelu medycznego.



Spółka **Credit Suisse Poland** zaoferowała **wsparcie społeczności lokalnej w związku z pandemią koronawirusa**. Firma podzieliła się własnymi zasobami, dystrybuując do placówek medycznych oraz organizacji partnerskich Przyładek Nadziei i Formuła Dobra we Wrocławiu i Warszawie 10 tys. maseczek jednorazowych. Pracownicy włączyli się w życie maseczek dla medyków, dołączając do akcji społeczności wrocławskiej. Z kolei placówkom szkolnym na terenie Wrocławia przekazano 77 komputerów do nauki zdalnej. Główną pomocą było wsparcie finansowe na rzecz organizacji walczących ze skutkami pandemii. W Polsce wybrana została Fundacja WOŚP, a firma zadeklarowała podwojenie wpłat pracowników. Zbiórki prowadzone były przez trzy miesiące, w skali globalnej zebrano 25 mln franków szwajcarskich.



Firma **Dalpo** wsparła społeczności lokalne poprzez **przekazanie produktów**. Przekazała zapas masek ochronnych dla personelu Kliniki Zakażeń Noworodka UMP oraz taśmy specjalistyczne – naprawcze, ostrzegawcze i pakowe, by ułatwić modyfikacje techniczne na Oddziale Noworodkowym. Włączyła się także w akcję „Fryzjerzy dla Medyków” poprzez dostarczenie kartonów i taśm pakowych, które trafiły m.in. na oddziały walczące z pandemią koronawirusa. Firma wsparła Szpital Uniwersytecki nr 2 im. dr. Jana Bizuela w Bydgoszczy. Na potrzeby Oddziału Neurologii przekazano pakiet kolorowych taśm samoprzylepnych, które posłużyły w wyznaczeniu ciągów komunikacyjnych oraz znaków ostrzegawczych. Z kolei taśmy pakowe, przekazane Fundacji Animalia, posłużyły do pakowania przekazanych przez darczyńców książek, sprzedanych online. Dochód z ich sprzedaży został przekazany dla potrzebujących zwierząt.



Wsparcie dentsu Polska w czasie pandemii obejmowało szereg działań prospołecznych. Firma na dwóch biurowych drukarkach 3D wydrukowała 500 przyłbic ochronnych, które wystano do ośrodków medycznych w regionie CEE. Dla Programu Edukacji Onkologicznej przygotowano pro bono

kampanię OOH dziękującą pielęgniarkom za ich pracę podczas pandemii. Firma zorganizowała e-Ideathon, który był odpowiedzią pracowników na problemy społeczne wynikające z pojawienia się COVID-19; w ramach e-Ideathonu pracownicy zrealizowali 400 godzin wolontariatu kompetencyjnego. Przeprowadzono także badania tematyczne, m.in. cykl badań „Polacy w pandemii”.



DONE! pomaga w czasach COVID-19 – pomoc dla szpitala w Wadowicach to praktyka spółki **Done Deliveries**.

W ramach inicjatywy do placówki firma dostarczyła 100 przyłbic, zakupionych dzięki uprzejmości Safety Med, a dodatkowo nabyła i dostarczyła za pośrednictwem Make Up Mania 1500 sztuk maseczek.



DOZAMEL w współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Dolnośląskiego zaangażował się we **wspieranie szpitali i placówek medycznych w walce z koronawirusem**.

Firma przekazała środki ochrony osobistej 16 podmiotom leczniczym z Wrocławia, Legnicy, Wałbrzycha, Jeleniej Góry, Strzelina i Polanicy-Zdroju. Przekazano ok. 15,5 tys. sztuk maseczek, półmasek i przyłbic oraz blisko 1400 litrów środków do dezynfekcji. Artykuły pochodziły z magazynu Centrum BHP WPP, jednostki biznesowej spółki, prowadzącej sprzedaż hurtową i detaliczną. Pracownicy firmy brali udział w pakowaniu towaru, organizacji transportu i obsłudze dostaw.



Eobuwie.pl od początku działalności **angażuje się lokalnie**, wspierając m.in. zmagania sportowe, inicjatywy kulturalne czy równy dostęp do edukacji dzieciom w województwie lubuskim. W 2020 r. spółka nawiązała współpracę ze Szpitalem Uniwersyteckim im. K. Marcinkowskiego w Zielonej Górze. Podczas pierwszej fali pandemii do lecznicy regularnie przekazywano: maseczki (ponad 4 tys. sztuk), rękawiczki (ponad 40 tys. par) oraz płyn dezynfekujący (ponad 100 l). Eobuwie.pl zorganizowało także specjalną akcję sprzedażową, z której dochód przeznaczony został na zakup respiratora. W czasie drugiej fali pandemii placówka zgłosiła zapotrzebowanie na sprzęt komputerowy. Został on przekazany na potrzeby otwieranego właśnie szpitala jednoimiennego w Zielonej Górze, umożliwiając diagnostykę pacjentów z COVID.



W ramach inicjatywy **Chronimy i pomagamy** realizowanej przez **Fabrykę Farb i Lakierów Snieżka**, trzy podkarpackie szpitale (w Dębicy, Rzeszowie i Łańcucie) otrzymały pomoc w walce z pandemią. Przekazano placówkom



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ponad 17 tys. masek i półmasek medycznych, ponad 3800 kombinezonów oraz środki ochrony osobistej: gogle, ostony twarzy, fartuchy, czepki i ochraniacze na buty. Zakupiono urządzenia oczyszczające, ozonujące oraz aparat USG do diagnostyki. Od Fundacji Śnieżki Twoja Szansa wsparcie w postaci sprzętu AGD, środków czystości i materiałów edukacyjnych trafiło do Klinicznego Oddziału Psychiatrycznego dla Dzieci i Młodzieży. Wartość wparcia to ponad 1,1 mln zł. Firma wprowadziła również procedury bezpieczeństwa dla wszystkich pracowników i kontrahentów.



Fortum, w ramach **wsparcia w trakcie pandemii koronawirusa**, objęło pomocą szpitale w Bytomiu, Częstochowie, Gdańsku, Płocku, we Wrocławiu oraz w Zabrze, przekazując placówkom fartuchy ochronne, sterylne fartuchy chirurgiczne, maseczki, środki do dezynfekcji pomieszczeń, a w przypadku wrocławskiego szpitala także respirator. Przez prawie dwa miesiące Fortum zapewniło personelowi szpitala w Gdańsku łącznie 3240 posiłków. Po ogłoszeniu stanu epidemii firma przygotowała zestaw materiałów informacyjnych do umieszczenia w przestrzeniach wspólnych i publicznych. W maju firma opublikowała wyniki badania opinii publicznej na temat zagospodarowania zużytych maseczek i rękawiczek.



FORUM GDAŃSK wspiera walkę z COVID-19. Firma wypracowała optymalne warunki dla najemców. Zakupiono przyłbice, maski, środki ochrony osobistej, które przekazano gdańskim szpitalom, a lekarzom i personelowi medycznemu udostępniono bezpłatnie parking. Firma przekazała kilkadziesiąt laptopów oraz zapewniła blisko 1300 obiadów uczniom z najbardziej potrzebujących rodzin. Wdrożyła także procedury mające na celu ochronę zdrowia i życia pracowników oraz klientów obiektu. Otrzymała certyfikat zgodności z wymaganiami prawnymi i wytycznymi władz sanitarnych SafeGuard Bureau Veritas.



Generali Polska wsparło polskie szpitale w walce z COVID-19. Firma postanowiła dołączyć do akcji Caritas Polska – Wdzięczni Medykom i dofinansować zakup respiratorów. Łącznie spółki Generali Polska sfinansowały zakup 48 respiratorów dla szpitali w całej Polsce, przeznaczając na ten cel ponad 1,5 mln zł. Ponadto wspólnie z trzema innymi ubezpieczycielami Generali Polska dofinansowało wyposażenie CSK MSWiA, który został przekształcony w szpital jednoimienny wyposażony w pełny sprzęt spirometryczny, bdypletyzomograf i urządzenia do wspomagania oddechu typu BiPAP.



Fundacja LOTOS z **Grupy Kapitałowej LOTOS** w współpracy z Ministerstwem Aktywów Państwowych podjęła **działania antycovidowe**. Ponad 8 mln zł to łączna wartość wsparcia, które trafiło do prawie 50 podmiotów, głównie placówek medycznych, w całej Polsce. Za środki zakupiono

specjalistyczny sprzęt szpitalny. Fundacja od 2015 r. przeznaczyła ok. 30 mln zł na działalność społeczną, ochronę i promocję zdrowia oraz naukę i edukację.



Grupa Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel) i Zygmunt Solorz przeznaczyli kwotę **50 mln zł na walkę z koronawirusem**. Grupa Polsat wspólnie z Fundacją Polsat objęty działaniami obszary zdrowia i bezpieczeństwa, wsparcia dla dzieci i młodzieży, pomocy seniorom oraz edukacji i informacji. Było to zarówno wsparcie finansowe, jak i rzeczowe, m.in. zakup 200 tys. testów na koronawirusa, 20 respiratorów, sprzętu ochronnego, środków dezynfekcyjnych, a także zakup sprzętu elektronicznego do nauki dla dzieci z rodzin zastępczych i domów dziecka. Funkcję edukacyjną i informacyjną pełnił kanał Polsat News oraz Wydarzenia, emitowane kilka razy dziennie na antenie głównej Polsatu, portal polsatnews.pl oraz aplikacja mobilna Polsat News.



Zakup sprzętu medycznego dla służby zdrowia został zrealizowany przez **Grupę Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)**. Polkomtel i Fundacja Polsat wsparły w ten sposób szpitale zakaźne. Zakupiono 20 respiratorów o wartości ok. 3 mln zł. Fundacja Polsat zakupiła dodatkowo środki ochrony osobistej o łącznej wartości ponad 5 mln zł. Do personelu medycznego trafiły trzywarstwowe maseczki chirurgiczne, maski P2 oraz P3, rękawiczki ochronne, przyłbice twarde, płyny do dezynfekcji powierzchni, kombinezony, gogle medyczne, maski chirurgiczne i maski KN 95 P2.



Grupa Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel) oraz Zygmunt Solorz, założyciel i główny udziałowiec, **zakupili 200 tys. testów na koronawirusa z niezbędną aparaturą medyczną** za kwotę 16 mln zł. Testy używane były przez wszystkie laboratoria wykonujące badania urzędowe dla Ministerstwa Zdrowia. Przekazano także osiem zestawów termocyklorów i systemów do automatycznej ekstrakcji ze wszystkimi materiałami niezbędnymi do realizowania kompletnych badań.



Fundacja Tubądzin (**Grupa Tubądzin**) w ramach **działań pomocowych w walce z pandemią** przekazała respiratory reanimacyjno-transportowe, wraz z niezbędnymi butlami z tlenem, do Szpitala Wojewódzkiego w Sieradzu. Tubądzin dołączył także do akcji „Jesteśmy razem. Pomagamy”, w ramach której firma przekazała 1 tys. maseczek oraz 100 przyłbic do Domu Pomocy Społecznej w Sieradzu. 7 tys. maseczek chirurgicznych i 500 przyłbic otrzymał Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Łodzi. Maseczki i przyłbice trafiły także do strażaków Państwowej Straży Pożarnej i Ochotniczej Straży Pożarnej w województwie oraz do Wojewódzkiego

Szpitala Specjalistycznego w Łodzi. Maseczki otrzymały też Zespół Opieki Zdrowotnej w Łęczycy, Szpital Uniwersytecki im. Karola Marcinkowskiego w Zielonej Górze, Burmistrz Bornego Sulinowa oraz Centrum Zdrowia Matki Polki w Łodzi. Przekazano w sumie 31 tys. maseczek chirurgicznych i 1300 przyłbic.



ING Bank Śląski w ramach praktyki **COVID-19 – odpowiedzialność społeczna** przekazał 4 mln zł na pomoc służbom medycznym, a kolejne 2 mln zł ze zbiórki ING oraz Fundacji ING Dzieciom trafiło do 20 polskich szpitali. W trakcie drugiej fali pandemii bank wsparł szpitale i placówki medyczne darowizną w wysokości 1 mln zł. Pomoc finansowa trafiła do 10 szpitali. Dodatkowo przekazano kilkadziesiąt laptopów na potrzeby nauki zdalnej dla podopiecznych domów dziecka, organizacji i stowarzyszeń, a także dla podopiecznych Wrocławskiego Hospicjum Dla Dzieci. ING Bank Śląski był partnerem Regionalnego Centrum Wolontariatu w Katowicach w akcji #maskadlaseniora. Wspólnie z firmą Tauron, bank udostępnił samochody elektryczne Fundacji „Wolne Miejsce”, która dostarczała paczki żywnościowe dla potrzebujących. ING Bank Śląski wsparł także UNICEF w ramach akcji pomocy dzieciom w najuboższych krajach.



Kaufland Polska Markety zaangażował się we **wsparcie służby zdrowia i osób potrzebujących w dobie pandemii COVID-19**. Firma przekazała Ministerstwu Zdrowia fundusze wysokości 1 mln zł na zakup ponad 8 tys. testów oraz wsparła produktami pierwszej potrzeby 17 jednoimien-nych szpitali zakaźnych. Firma przekazała Fundacji Szkoła na Widelcu produkty na stworzenie 130 „Paczek Dobra”. „Paczki Dobra” trafiły do potrzebujących rodzin w Warszawie i okolicach przed Wielkanocą. Wsparcie produktowe otrzymały również osoby potrzebujące za pośrednictwem m.in. Fundacji Antoni, Fundacji Art oraz w ramach wspólnej akcji Szlachetna Paczka razem z WKS Śląsk Wrocław.



Fundacja **KPMG w Polsce** zaangażowała się w **pomoc dla szpitali w walce z COVID-19**. Społeczność KPMG decydowała w głosowaniu, jakie inicjatywy ma wesprzeć Fundacja KPMG. Dzięki zbiórce wśród pracowników, a także ze środków Fundacji udało się zgromadzić ponad 20 tys. zł, za które Fundacja zakupiła produkty ochrony osobistej dla trzech szpitali: 480 masek filtrujących dla Szpitala Miejskiego im. Raszei w Poznaniu, 2 tys. maseczek dla Dziecięcego Szpitala Klinicznego im. Polikarpa Brudzińskiego w Warszawie oraz 42 kombinezony ochronne dla Szpitala Dziecięcego w Dziekanowie Leśnym. Dodatkowo Fundacja zakupiła i przekazała wyposażenie laboratoryjne dla Laboratorium Zakładu Diagnostyki Laboratoryjnej Wojskowego Instytutu

Medycznego oraz środki ochrony osobistej dla wychowanków i pracowników Domu Dziecka dla Matych Dzieci w Łodzi.



Kronospan KO w ramach **wsparcia walki z pandemią COVID-19** przekazał zamgławiacz do dezynfekcji pomieszczeń oraz materiały ochrony osobistej dla pracowników Szpitala Powiatowego im. Pratała J. Głowatzkiego w Strzelcach Opolskich. Firma łączy wsparcie placówek publicznych z wolontariatem pracowniczym. Pracownicy angażują się w takie akcje, jak zbiórka na rzecz matych pacjentów szpitala czy kwesta dla Stowarzyszenia Pomocy Wzajemnej „Barka”.



Kronospan Mielec zaangażował się we **wsparcie walki z pandemią COVID-19** i zgłosił gotowość pomocy Szpitalowi Specjalistycznemu im. E. Biernackiego w Mielcu. Firma sfinansowała zakup nowego ambulansu Fiat MProjekt Doblo, który doposażono w nosze transportowe i fotel kardiologiczny.



Firma **KRUK** zdecydowała się na **udział w akcji #graMylą-Koszarowej**. Firma przekazała darowiznę w wysokości 200 tys. zł na zakup sprzętu ochronnego dla personelu medycznego Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego im. J. Gromkowskiego we Wrocławiu.



W ramach akcji **#RazemJesteśmySilniejsi** firma **Lewiatan Holding** zorganizowała dostawy wody oraz środków higienicznych do 17 szpitali w całej Polsce. Dostarczono 9 tys. sztuk dużych ręczników papierowych oraz blisko 50 tys. butelek wody mineralnej. Spółki regionalne sieci Lewiatan oraz pojedynczy franczyzobiorcy podejmowali działania lokalne i regionalne w postaci przekazywania darowizn rzeczowych (produkty spożywcze, higieniczne, maseczki, środki do dezynfekcji) do najbliższych placówek medycznych. W sumie Lewiatan Holding oraz spółki udzieliły wsparcia blisko 30 placówkom medycznym.



LPP angażowało się w pomoc dla placówek medycznych oraz innych podmiotów dotkniętych skutkami pandemii w ramach projektu **#LPP pomaga**. Pracownicy biur LPP realizowali, ze wsparciem firmy, własne pomysły. Powstał m.in. poradnik, jak domowym sposobem sporządzić płyn do odkażania rąk przygotowany przez specjalistkę LPP w dziedzinie chemii; technolożki LPP szyły maski i fartuchy ochronne, a kolejne osoby organizowały obiady dla seniorów w Gdańsku.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Przekazano ponad 1 mln maseczek ochronnych o wartości 5,4 mln zł dla 300 placówek w Polsce. 100 pracowników uszyło 1660 fartuchów i 27 200 maseczek. 870 obiadów trafiło do seniorów z Dolnego Miasta w Gdańsku. Z kolei 150 podopiecznych z 18 domów dla dzieci na Pomorzu i w Krakowie otrzymało 100 komputerów do nauki zdalnej. 240 tys. zł ze sprzedaży kolekcji Eco Aware i Joyful trafiło do szpitali zakaźnych na zakup sprzętu. Dla personelu medycznego przekazano 20 tys. sztuk nowej odzieży pod kombinezony ochronne o wartości 800 tys. zł. Pomoc finansowa na zakup sprzętu i środków ochrony indywidualnej przekazana została placówkom medycznym z Pomorza i Krakowa. Sfinansowano 1 tys. pakietów energetycznych dla pomorskich ratowników medycznych. Łączna wartość przekazanych środków to blisko 7 mln zł.



Firma **MetLife**, wspólnie z 17 innymi firmami ubezpieczeniowymi, sfinansowała dodatkowe **call center dla Głównego Inspektoratu Sanitarnego**. Organizatorem i koordynatorem akcji jest Polska Izba Ubezpieczeń. Dodatkowe call center oferuje pomoc dla osób z podejrzeniem lub chorych na COVID-19. Praca konsultantów została zorganizowana w taki sposób, by byli oni dostępni dla potrzebujących przez całą dobę, siedem dni w tygodniu. W przedsięwzięciu wzięto udział 18 firm ubezpieczeniowych: Allianz, Aviva, Axa, Compensa, Credit Agricole Ubezpieczenia, Ergo Hestia, Generali, Interrisk, MetLife, PKO Ubezpieczenia, Grupa PZU, Saltus, TUW TUW, Uniqa, Unum, Vienna Life, Warta i Wiener.



Firma **PHARMAPOINT** zaangażowała się we **wsparcie placówek medycznych w czasie pandemii**. Ośmiu szpitalom przekazano m.in. artykuły ochrony osobistej: maseczki, przyłbice, rękawiczki, chusteczki antybakteryjne oraz płyny do dezynfekcji na łączną kwotę ok. 180 tys. zł. Wsparcie otrzymały także domy opieki i domy dziecka. Pracownicy firmy dołączyli także do ogólnopolskiej zbiórki, której celem było doposażenie ośrodków medycznych w niezbędny do pracy sprzęt.



PKO Bank Polski, jego Fundacja i spółki z grupy kapitałowej podjęły **działania na rzecz społeczności**. Przekazano darowizny pieniężne i rzeczowe szpitalom, laboratoriom, placówkom medycznym, w tym m.in. ponad 140 aut na potrzeby szpitali, GIS i WOT. Bank umożliwił zakup 7,5 tys. testów dla szpitali i medyków oraz zaangażował się w tworzenie szpitali tymczasowych. Fundacja wsparła organizowany przez MSZ konwój ze środkami sanitarnymi na Ukrainę oraz konwoje humanitarne do Kazachstanu i Uzbekistanu. Doradcy firmowi i analitycy wsparli infolinię Ministerstwa Rozwoju na temat Tarczy Antykryzysowej. Bankowi specjaliści wspierali pracę infolinii GIS. Wolontariusze banku pomagali medykom, lokalnym DPS-om, domom dziecka, osobom samotnym, organizując zbiórki pieniędzy i przekazując pomoc rzeczową. Łączna wartość pomocy udzielonej przez GK banku wyniosła ponad 25 mln zł.



Polski Fundusz Rozwoju w ramach działalności Fundacji PFR realizował **wsparcie szpitali w walce z pandemią koronawirusa**. Przekazał 17 szpitalom, jednostkom badawczym i innym zakładom opieki prawie 6 mln zł. Sfinansowano zakup zarówno sprzętu ochrony osobistej, w tym masek, przyłbic, fartuchów oraz płynu do dezynfekcji rąk, jak i specjalistycznego sprzętu medycznego, takiego jak łóżka do intensywnej terapii, respiratory czy kardiomonitoring. Wsparcie było udzielone i rozdysponowane zgodnie z realnym zapotrzebowaniem poszczególnych instytucji i było potwierdzone przez nie w formie sprawozdań zakupów konkretnego sprzętu medycznego.



Grupa Kapitałowa **Polskiego Holdingu Hotelowego** udostępniła bezpłatnie własne **hotele na potrzeby personelu medycznego**, aby stworzyć kadry medycznej odpowiednie warunki do odpoczynku po pracy oraz zminimalizować ryzyko zakażeń dla ich rodzin.



Z początkiem kwietnia 2020 r. **Polski Holding Hotelowy** założył **Fundację Hotele dla Medyków**.

Fundacja połączyła szpitale jednoimienne z hotelami, które w tym czasie były zamknięte. Medycy mogli w nich zamieszkać bezpłatnie, chroniąc swoich bliskich przed potencjalnym zakażeniem. Hotele goszczące medyków otrzymały wsparcie finansowe od Fundacji, co przyczyniło się do poprawy kondycji finansowej obiektów. Dzięki wsparciu Fundacji kadra medyczna z 11 szpitali i jednostek medycznych zrealizowała ponad 4600 noclegów w ośmiu hotelach spoza Holdingu. Ponadto w czterech hotelach spoza Holdingu dofinansowano ponad 10 200 noclegów dla osób kierowanych do izolatorium. Fundacja wsparła finansowo Szpital MSWiA w Szczecinie w kwocie 100 tys. zł.



Pracownicza zbiórka pieniędzy na rzecz walki z pandemią to oddolna inicjatywa pracownicza poparta przez **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**. Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza w kwietniu 2020 r. uruchomiła konto, na które pracownicy mogli przekazywać darowizny. Do akcji włączył się także Zarząd spółki i sama Fundacja PGNiG, które przekazały równowartość kwoty zebranej przez pracowników, dzięki czemu suma zbiórki została potrójona. Udało się zebrać 58 350 zł.



Firma **PwC Polska** w ramach dobrej praktyki **#Social Impact podczas pandemii** przekazała 300 tys. zł na zakup specjalistycznego sprzętu dla szpitali w Krakowie i Warszawie, sfinansowała wykonanie 4 tys. testów dla służb medycznych w ramach programu Badamy-Wspieramy oraz przekazała ponad 100 używanych laptopów do placówek pieczy zastępczej z całej Polski. Pracownicy PwC Service Delivery Center uszyli ponad 7 tys. sztuk maseczek wielora-

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

zowego użytku przekazanych lokalnym szpitalom oraz domom pomocy społecznej. Firma udostępniła do wypożyczenia laptopy dla dzieci pracowników, by mogły z nich korzystać podczas zdalnej edukacji. Fundacja PwC wsparta przedsiębiorstwa społeczne, zamawiając u nich produkty i usługi, które następnie bezpłatnie zostały przekazane do szpitali i instytucji walczących z pandemią. Na zlecenie fundacji szpitalom i innym instytucjom publicznym przekazano 20 tys. maseczek uszytych w Spółdzielni Socjalnej Panato, 1600 przyłbic ze Spółdzielni Socjalnej ManuMania oraz Fundacji Coder Dojo, ponad 1 tys. posiłków dla medyków z Gdańska.



Pracownicy ze wszystkich spółek z Grupy **PZU** w maju 2020 r. zorganizowali **zbiórkę pieniędzy na zakup namiotów barierowych dla szpitali**. W zbiórce wzięli udział pracownicy ze wszystkich spółek z Grupy, w tym PZU, PZU Życie, Banku Pekao, Alior Banku i LINK4 oraz agenci. Firmy te do każdej zebranej złotówki dołożyły drugą. Zebrane fundusze w kwocie blisko 400 tys. zł zostały przeznaczone na zakup 1775 namiotów barierowych, które trafiły do sześciu szpitali.



W 2020 r. firma **Robert Bosch** zorganizowała akcję pod hasłem **#BoschwPogotowiu**, której celem było wsparcie personelu medycznego w czasie pandemii COVID-19. Spółka przekazała sprzęt gospodarstwa domowego i elektronicznego ułatwiający wykonywanie codziennych obowiązków pracownikom placówek medycznych. Firma przekazała blisko 250 narzędzi o wartości 300 tys. zł 68 placówkom medycznym w całej Polsce.



W kwietniu i listopadzie 2020 r. w **Rödl & Partner** zrealizowano projekt **Pomoc dla szpitali**, którego celem było wsparcie placówek medycznych w sześciu miastach, w których znajdują się firmowe biura. W ramach projektu zakupiono i przekazano pięciu szpitalom i dwóm stacjom pogotowia specjalistyczne sprzęty medyczne, sprzęty AGD (lodówki, pralki, suszarki automatyczne, oczyszczacze powietrza), a także meble, środki czystości, kosmetyki dla pacjentów oraz artykuły spożywcze o łącznej wartości 50 tys. zł.



Santander Bank Polska pomagał służbie zdrowia.

W ramach akcji **#Podwójnamocpomagania** bank przekazał 2 mln zł wsparcia dla szpitali i równocześnie wraz z Fundacją Santander ogłosił zbiórkę, której celem było zebranie środków na zakup sprzętu medycznego i odzieży ochronnej do 23 szpitali w Polsce. Bank zobowiązał się do podwojenia każdej wpłaconej przez darczyńców złotówki. ramach akcji „poMOC

jest w nas” z każdej, darmowej dla klienta, transakcji Blikiem przekazywał pieniądze na zakup sprzętu medycznego. W akcji wzięło udział 613 tys. klientów banku, realizując ponad 3 mln transakcji. Bank przekazał 200 tys. zł dla 10 polskich dziecięcych ośrodków onkologicznych. W całej Polsce wolontariusze Fundacji Santander szyli maseczki, które przekazywano m.in. do szpitali i placówek medycznych.



Firma **Sela** zaangażowała się w **pomoc medykom** i zakupiła profesjonalne maski z wymiennymi filtrami FFP3 dla całego Zespołu Transportu Medycznego Uniwersyteckiego Szpitala w Zielonej Górze.



Firma **Servier Polska** w ramach **pomocy w walce z koronawirusem** przeznaczyła ponad 1,2 mln zł na zakup środków ochrony osobistej dla pracowników służby zdrowia. Łącznie do polskich szpitali trafiło blisko 260 tys. certyfikowanych maseczek.



Zaangażowanie **Totalizatora Sportowego w walce z COVID-19** skierowane było przede wszystkim na wsparcie polskiej służby zdrowia. Za pośrednictwem Fundacji LOTTO im. Haliny Konopackiej w marcu przekazano darowiznę 4 mln zł na zakup sprzętu medycznego i materiałów ochrony osobistej dla sześciu szpitali. Za pośrednictwem fundacji spółka rozdysponowała ze swojej floty 90 samochodów dla placówek medycznych potrzebujących środków transportu. Totalizator Sportowy odpowiada także za kwestie inwestycyjne i organizacyjne przy tworzeniu szpitala tymczasowego w Radomiu. Według stanu na koniec grudnia 2020 r. Totalizator Sportowy przeznaczył na ten cel ponad 25 mln zł. Ze zgromadzonej w ten sposób puli 5 mln zł zasilono ministerialny program Sportowe Wakacje+, mający na celu przeciwdziałanie negatywnym skutkom pandemii w sferze zdrowia psychicznego i fizycznego najmłodszych oraz wsparcie organizacji pozarządowych.



Wolontariusze **Unum Życie TUiR** w ramach praktyki **Pomagamy razem** i przy wsparciu finansowym firmy zaopatrzyli lokalne instytucje w niezbędne środki (m.in. jednorazowe materiały medyczne dla Szpitala Ginekologiczno-Położniczego Ujastek w Krakowie, środki odkażające dla oddziału zakaźnego Szpitala im. Stefana Żeromskiego w Krakowie, 2200 maseczek dla Szpitala Dziecięcego w Olsztynie, 550 maseczek dla Szpitala Położniczo-Ginekologicznego w Olsztynie, 2 tys. maseczek dla Szpitala Specjalistycznego im. Ludwika Rydygiera w Krakowie, 150 kom-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

binezonów ochronnych dla Szpitala MSWiA w Warszawie, 1500 maseczek ochronnych dla medycznego Wojewódzkiego Szpitala Zespołowego w Szczecinie, 200 fizelinowych fartuchów ochronnych dla Narodowego Instytutu Onkologii w Krakowie). Wolontariusze firmy zaangażowali się również w zakupy dla seniorów. Chcąc docenić tych najbardziej aktywnych, firma zorganizowała konkurs „Bohater Codziennosci”.



488

Volkswagen Motor Polska zaangażował się we **wsparcie finansowe dla dwóch szpitali**. Firma przekazała 20 tys. zł na rzecz Fundacji „Otwarte Serce” Szpitala Wojewódzkiego w Legnicy. Inne firmy w Specjalnej Strefie Ekonomicznej również wsparły finansowo szpital, a dzięki zebranym środkom zakupiono nową karetkę. Taka sama kwota została przekazana na rzecz Fundacji „Palium” w szpitalu w Lubinie. Środki wykorzystano na walkę z COVID-19.



1 300

Inicjatywa firmy **Zentiva Polska** pod nazwą **Zentiva Pomaga – Jesteśmy z Wami** miała na celu wsparcie walki z COVID-19. Firma działała lokalnie, docierając poprzez swoich pracowników do placówek medycznych i farmaceutów w całej Polsce. Pracownicy firmy zrealizowali ponad 8 tys. zgłoszonych potrzeb. Wśród przekazanych środków znalazło się m.in. 2900 litrów płynów do dezynfekcji, 3300 opakowań rękawiczek jednorazowych, 3 tys. opakowań maseczek ochronnych, a także 1700 ciepłych posiłków.



300

Firma **Done Deliveries** podjęła się **adopcji Kory, niedźwiedzia z wrocławskiego zoo**. Niedźwiedzie są gatunkiem zagrożonym, a ich populacja w Polsce obejmuje zaledwie ok. 110 osobników. Dzięki adopcji i środkom przekazywanym co miesiąc niedźwiedziowi zapewniono atrakcje i różnorodność diety. Firma wspierała zoo przez rok.



125

Firma **dentsu Polska** zorganizowała **e-wsparcie dla zwierząt**. Wyprzedaż garażowa online miała miejsce na wewnętrznej grupie FB. Pracownicy wystawiali dowolne, używane przedmioty, a zainteresowani nabywali je w drodze licytacji. W ramach akcji zebrano kwotę 2768 zł. Pracownicy drugiego biura Dentsu w Białymstoku prowadzili zbiórkę darów połączoną z publiczną zbiórką funduszy dla schroniska w Sokółce. Zebrano 2335 zł oraz dary rzeczowe o wartości ok. 500 zł. W działania zaangażowało się 50–70 pracowników.



800

Fundacja **PZU** uruchomiła **akcję pomocy schroniskom dla zwierząt**, które znalazły się w trudnej sytuacji finansowej ze względu na pandemię COVID-19. Wybrano 60 schronisk, do których została skierowana pomoc o łącznej wartości prawie 500 tys. zł. Firma ustalała z każdym schroniskiem aktualne

zapotrzebowanie. Placówki otrzymały m.in. karmę, siano, kuwety dla kotów, narzędzia chirurgiczne, paśniki dla koni, środki czystości, obroże i smycze. W części schronisk zostały sfinansowane usługi weterynaryjne, leki dla zwierząt oraz preparaty na pchły i kleszcze. W akcję włączyły się również banki Pekao i Alior Bank.



9 900

CCC zostało partnerem akcji „Przynieś buty dla bezdomnego”, **zbiórki obuwia dla bezdomnych** w partnerstwie z fundacją WoshWosh. W ciągu dwóch tygodni akcji zebrano ponad 9 tys. par butów. Jedna trzecia zebranych w tym roku butów pochodzi od pracowników CCC. Oczyszczone i naprawione buty trafiły do osób bezdomnych dzięki pomocy Szafy Przyjaciół Wspólnoty Sant’Egidio, Fundacji Kapucyńskiej im. Anicenta Kopalińskiego, Towarzystwu Pomocy im. św. Alberta oraz Kamiljańskiej Misji Pomocy Społecznej.



15 257

Firma **CEETRUS Polska** (d. Immochan) w ramach programu **#dobrysąsiad** wpiął w czasie pandemii placówki medyczne i opiekuńcze oraz lokalne inicjatywy na terenie całego kraju. W sumie firma podjęła ponad 20 akcji. Pomoc otrzymały m.in. miejskie i gminne ośrodki pomocy społecznej, ośrodki rehabilitacyjne i pomagające osobom niepełnosprawnym, domy pomocy społecznej, a także lokalne inicjatywy „Widzialna ręka”. Centra Handlowe Auchan zachęcały swoich klientów do udziału w zbiórkach. Na Pomorzu odwiedzający centra handlowe mogli przekazać dary rzeczowe dla Puckiego Hospicjum im. św. Ojca Pio, natomiast w Centrum Handlowym Auchan Bielany odbyła się zbiórka darów na rzecz Gminnego Ośrodka Pomocy Społecznej w Kobierzycach. Z kolei Centrum Handlowe Auchan Piaseczno we współpracy z Urzędem Miasta Piaseczno zorganizowało akcję „Podaruj laptop potrzebującym dzieciom”, w ramach której zbierano laptopy dla uczniów.



77

Firma **intive** należy do CSR Wro Club, nieformalnej grupy zrzeszającej reprezentantów społecznie zaangażowanych firm z Dolnego Śląska. Pracownicy 15 wrocławskich firm zorganizowali wspólnie akcję charytatywną **Z czystym sercem – kosmetyki dla seniorów** (#zczystymsercem) i ufundowali zestawy środków higieny osobistej dla pensjonariuszy Domu Pomocy Społecznej we Wrocławiu. Równoległe prowadzona była też e-zbiórka pieniędzy. Szacunkowa wartość udzielonej pomocy to ok. 23 tys. zł. W akcję zaangażowały się: AXA, ATOS, Browar Stu Mostów, Credit Agricole, Credit Suisse, DXC Technology, Gigaset Poland, Hewlett Packard Enterprise, IBM, Infor, Intive, Knowable, Olympus, Smith&Nephew i Unit4. Patronat nad wydarzeniem objął Prezydent Miasta Wrocław oraz Miejskie Centrum Usług Socjalnych we Wrocławiu.



1 600

Fundacja Biedronki z **Jeronimo Martins Polska** zrealizowała trzy edycje **programu pomocy w czasie pan-**

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

demii koronawirusa wspierającego personel i mieszkańców całodobowych ośrodków opieki nad seniorami. Wystąpiła ok. 1200 palet z produktami ochronnymi, higienicznymi i dezynfekującymi. Wyposażono w sumie 595 jednostek: domy pomocy społecznej, zakłady opiekuńczo-lecznicze, zakłady pielęgnacyjno-opiekuńcze, schroniska dla osób bezdomnych, hospicja, szpitale. W miejscach tych przebywało łącznie blisko 50 tys. podopiecznych, wśród których 72% stanowili seniorzy. W grudniu 2020 r. Fundacja przelała prezenty świąteczne dla wszystkich mieszkańców ośrodków opiekuńczych, w sumie 40 tys. osób otrzymało paczki ze słodyczami oraz kosmetykami. Na program pomocy w czasie pandemii Fundacja przeznaczyła ok. 6 mln zł.



Firma **KRUK** zaangażowała się w **pomoc dla Domu Dziecka** w Świebodzinie. Po konsultacji z osobami zarządzającymi domem przekazała 40 pojedynczych łóżek i zakupiła 40 nowych materacy dla podopiecznych placówki w ramach upominków świątecznych.



Firma **Many Mornings** w ramach **wspierania osób w kryzysie bezdomności i wykluczonych ekonomicznie** realizuje akcję „Share a Pair!“. Inicjatywa zrodziła się wraz z założeniem firmy i zobowiązywała ją do tego, aby do każdej zakupionej pary skarpetek przekazywać drugą parę organizacjom. Do beneficjentów działań Many Mornings w roku 2020 należały m.in. Fundacja Zupa, Towarzystwo Pomocy im. św. Brata Alberta, Fundacja Wspólna Nadzieja, Fundacja Po Drugie, Fundacja „Nie bądź obojętny“. Many Mornings wspiera również cykliczne wydarzenia organizowane dla osób potrzebujących, jak np. Zupa na Monciaku. Oprócz tego firma wspiera swoimi produktami łódzkie domy dziecka, ośrodki pomocy społecznej i domy seniora. W roku 2020 przekazano niemal 12 tys. skarpet dla 14 organizacji z całej Polski.



Fundacja MetLife wspiera walkę z COVID-19 i przekazała 25 mln USD na pomoc dla społeczności dotkniętych pandemią. Środki zostały rozdzielone między wszystkie regiony, w których MetLife jest obecny. W Polsce Fundacja MetLife wsparła Fundusz Interwencyjny Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. **MetLife** wsparł również Powiślańską Fundację Społeczną, przekazując środki na pomoc rodzinom, które z powodu pandemii znalazły się w trudnej sytuacji finansowej.



Firma **NSG Group właściciel marki Pilkington** zorganizowała akcję **Świąteczna Paczka dla Seniora**. Wspierała podopiecznych lokalnych ośrodków pomocy społecznej i do-

mów opieki. Przygotowywano świąteczne paczki, kolacje wigilijne lub wsparcie w postaci najbardziej brakujących produktów pierwszej potrzeby. Każdy oddział firmy miał do rozdysonowania pewną kwotę pieniędzy oraz czas na działania wolontariatu pracowniczego.



NSG Group właściciel marki Pilkington

w Polsce **wsparto szpitale i DPS-y w ramach przeciwdziałania rozprzestrzenianiu się pandemii COVID-19**. Pomoc trafiła do placówek w Sandomierzu, Tarnobrzegu, Nowej Dębie, Krakowie, Ostrotęce, Szczecinie, Skierniewicach, Bydgoszczy i Białymstoku. Każdy szpital otrzymał wsparcie rzeczowe w postaci kompletów rękawic, specjalistycznych fartuchów, kombinezonów, przyłbic i środków dezynfekujących. Dodatkowo zakupiono 2 tys. masek wielokrotnego użytku, które dostarczono do mieszkańców miasta.



Polski Fundusz Rozwoju w ramach działalności Fundacji PFR wspierał seniorów w czasie epidemii COVID-19.

Udzielono wsparcia rzeczowo-finansowego paniom z Koła Gospodyń Wiejskich w Mottajnach, co umożliwiło im uszycie 2 tys. maseczek ochronnych. Maseczki, wraz z paczkami żywnościowymi, zostały dostarczone seniorom. Ponadto wsparcie otrzymał portal ABCsenior i projekt „Znajdź pomoc – w domu. Telefon Zaufania dla osób dotkniętych skutkami pandemii COVID-19“. Prowadzono zdalnie warsztaty technologiczne dla seniorów w ramach działalności Centralnego Domu Technologii. Odbyło się 26 spotkań warsztatowych, w których wzięło udział ponad 400 seniorów. Uruchomiono także indywidualne konsultacje telefoniczne, podczas których seniorzy otrzymywali odpowiedzi na pytania dotyczące wykorzystania nowych technologii w codziennym życiu. Konsultacje odbywały się co tydzień przez cały grudzień 2020 r.



Polski Holding Hotelowy uczestniczył w akcji Mikołaj na rzecz podopiecznych Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce w Polsce.

Pracownicy holdingu z 12 oddziałów spółki spełnili 139 dziecięcych marzeń z listów do Mikołaja od podopiecznych organizacji. Pomoc w bezpiecznym dowiezieniu prezentów zaoferowała firma samochodowa Carolina Toyota Wola/Włochy/Wesota.



Samsung Electronics Polska potoczył sity z Fundacją Dobrych Inicjatyw w ramach **pracowniczej akcji pomocy #DlaSeniora**. Pracownicy złożyli na ten cel prywatną zbiórkę pieniędzy. Firma potroiła kwotę zbiórki. Za zebraną sumę wolontariusze zakupili żywność i środki higieny, które



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

w formie paczek powędrowały do ponad 300 potrzebujących seniorów, razem z obiadami zakupionymi w lokalnych restauracjach. Zbiórkę wsparł niemal 70 pracowników oddziału sprzedażowo-marketingowego Samsung. Udało się zebrać ponad 15 500 zł. Ze względu na trwanie pandemii, fizyczne wsparcie akcji było ograniczone do minimum, a w logistykę zostały zaangażowane cztery osoby.



Budżet **DNB Bank Polska** przeznaczony w ubiegłych latach na realizację zgłaszanych przez pracowników projektów wolontariatu, został w roku 2020 przekazany na **wsparcie w walce z COVID-19**. Pracownicy wspólnie zdecydowali o udzieleniu wsparcia domom pomocy społecznej, dzięki czemu dwa DPS-y otrzymały środki ochronne oraz wyposażenie. Ponadto z inicjatywy pracowników została zorganizowana dodatkowa zbiórka środków finansowych na realizację kolejnych projektów. Zebrana kwota została podwojona przez bank i przekazana na wsparcie jednoimiennego szpitala zakaźnego w zakresie zakupu środków ochronnych oraz sfinansowanie posiłków dla ubogich seniorów i rodzin w potrzebie przez Fundację Pomocy Rodzinie „Człowiek w Potrzebie”.



IKEA Retail w ramach kampanii **#PomagamyRazem** (#togetherwithkindness) przekazała pomoc w wysokości 2,5 mln zł w formie darowizn rzeczowych oraz finansowych. Produkty IKEA, meble i akcesoria, trafily m.in. do 36 szpitali, 37 stacjonarnych oddziałów szpitali psychiatrycznych dla dzieci i młodzieży w 34 szpitalach w całej Polsce, 17 ośrodków infrastruktury krytycznej, 16 ośrodków pomocy bezdomnym, 8 ośrodków zajmujących się zwalczaniem przemocy domowej. Przekazano łącznie 100 tys. produktów. Firma przyłączyła się także do ogólnopolskiej inicjatywy **#WzywamyPosiłki**, w ramach której IKEA Food przygotowała i dostarczyła 40 tys. posiłków dla szpitali, placówek pogotowia ratunkowego, laboratoriów i służb sanitarnych.



Energa Grupa ORLEN angażuje się we **wsparcie dorosłych, młodzieży i dzieci w amp futbolu**. Amp futbol to odmiana piłki nożnej dla osób po amputacjach i z wrodzonymi wadami kończyn. Sponsoring reprezentacji Polski w amp futbolu trwa od roku 2018, w tym czasie do wspieranych inicjatyw dołączył projekt „Junior Amp”. Reprezentacja w ciągu ośmiu lat od powstania uplasowała się w światowej czołówce. Projekt „Junior Amp” umożliwia realizowanie piłkarskiej pasji przez udział w bezpłatnych, regularnych i profesjonalnych zgrupowaniach i szkoleniach piłkarskich oraz meczach międzynarodowych.



Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** przystąpiła do **wyzwania sportowego RakReaton** organizowanego przez Fundację Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową. Celem wyzwania

sportowego było przejście, przebiegnięcie lub przejechanie na rowerze przez uczestników wyzwania 1mln km w miesiąc, aby zdobyć 100 tys. zł na leczenie dzieci z chorobami nowotworowymi; 60 przedstawicieli CMS przebyło we wrześniu 7531 km, podejmując przy tym 914 aktywności i redukując swój ślad węglowy o 1880 kg.



Akcja **Biegę z pomocą** została przeprowadzona przez **NSG Group właściciela marki Pilkington** jako alternatywa dla dorocznego charytatywnego Biegu Szklarskiego, który z powodu pandemii nie mógł odbyć się w dotychczasowej formie. Firma motywowała swoich pracowników do aktywności fizycznej i budowania odporności poprzez przystąpienie do indywidualnej rywalizacji i rejestrowania zdobytych kilometrów. Za każdy przebiegnięty lub przejechany na rowerze kilometr firma przekazywała 1 zł na wybrany wcześniej cel: pomoc dla przytuliska dla zwierząt w Sandomierzu, budowę hospicjum dla dzieci w Zalesznanach lub pomocy dla dzieci cierpiących na SMA. W ramach akcji zebrano 15 tys. km.



W 2020 r. wrocławskie biuro **PwC** świętowało jubileusz 20-lecia, z tej okazji zorganizowana została akcja charytatywna na 20 tys. km na **#20latPwCWrocław**. We wrześniu pracownicy, ich bliscy oraz klienci i współpracownicy zostali zaproszeni do aktywności fizycznej, w której mogli biegać, spacerować lub jeździć na rowerze. Za przebyte 20 tys. km PwC przekazało 20 tys. zł dla wrocławskiego Przylądka Nadziei Fundacji „Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”.



Chemicy dzieciom to akcja **ANWIL** zainicjowana z okazji Dnia Dziecka (1 czerwca) i Dnia Chemika (7 czerwca), które ze względu na panującą pandemię nie mogły być obchodzone w tradycyjny sposób. W akcji wzięło udział 160 pracowników. Zadaniem 32 pięciosobowych drużyn było zrobienie jak największej liczby kroków w ciągu całego tygodnia. Zaangażowanie pracowników spółka nagrodziła, przekazując 50 tys. zł na rzecz trzech domów dziecka z Włocławka, wskazanych przez uczestników akcji. Jedna z darowizn została przeznaczona na ratowanie życia chorej na raka wychowanki domu dziecka.



Pracownik jednego ze sklepów **Leroy Merlin Polska** stworzył akcję **#Leroymerlinchallenge** mającą na celu włączenie wszystkich sklepów Leroy Merlin w niesienie pomocy potrzebującym. Akcja #Leroymerlinchallenge1 dotyczyła zbiórki pieniędzy na leczenie dzieci dotkniętych różnymi chorobami. Pracownicy sklepów wpłacali pieniądze na konto SiePomaga, a następnie kręcili film, na którym robili pompki i przysiadły dla konkretnego dziecka. W trakcie wyzwania nominowali kolejne sklepy z Leroy Merlin i grupy Adeo (Decathlon, Auchan). Do akcji przystąpiły wszystkie sklepy Leroy Merlin oraz centrala firmy. Druga akcja

#LeroyMerlinChallenge2 dotyczyła pomocy bezdomnym zwierzętom w schroniskach i fundacjach.



W firmie **Sage** zespół ambasadorów fundacji korporacyjnej przygotował rywalizację sportową **Kalorie dla Sage Foundation**. Za zespołowe spalenie 240 tys. kcal firma zobowiązała się przekazać 2400 euro Fundacji Siepomaga, po 1 euro za każde 100 kcal. Do projektu dołączyło 55 osób, a cel został osiągnięty w dwa tygodnie. Na konto Fundacji Siepomaga trafiło 10 900 zł, w tym wpłaty indywidualne pracowników. Fundacja przeznaczyła otrzymane środki na wsparcie szpitali w walce z koronawirusem. W okresie maj-wrzesień dozbierano kalorie do łącznej sumy 2,4 mln, a do projektu dołączyło ponad 70 pracowników. Kolejne 10 tys. zł przekazano Fundacji mali bracia Ubogich.



Pracownicy firmy **Sela** dołączyli się do ogólnopolskiej akcji **Gaszyn Challenge** polegającej na tym, że nominowani wykonują 10 pompek lub 10 przysiadów, wpłacają minimum 5 zł w ramach zbiórki na rzecz wybranego chorego prowadzonej przez platformę Siepomaga.pl. Nominowane osoby lub firmy mają 48 godzin na wykonanie ćwiczenia i mogą nominować kolejne trzy osoby lub instytucje. Firma kwotą kilkuset złotych wsparła zbiórkę na leczenie chłopca chorującego na SMA.



Firma **Hochland**, zgodnie z ideą #hochlandsiedzieli, zrealizowała praktykę **solidarność, dobroczynność, wsparcie**. Firma zaangażowała się w ogólnopolską zbiórkę Fundacji Siepomaga na wyposażenie oddziałów zakaźnych i placówek medycznych zaangażowanych w walkę z epidemią. Przekazano na tę akcję darowiznę pieniężną. Hochland uczestniczył także w akcji Polskiej Federacji Producentów Żywności i Związku Pracodawców, której celem było przekazanie żywności jako wsparcie dla detalistów. Pracownicy Hochland przyjęli wyzwanie, aby pomóc ciężko chorym dzieciom i wzięli udział w akcji zbierania funduszy w akcji #Gaszyn Challenge. W 2020 r. Hochland Polska objął swoją pomocą Stodką Polską, Reprezentację Polski Dzieci z Cukrzycą, został partnerem Fundacji dla Dzieci z Cukrzycą i aktywnie uczestniczył w działalności Stowarzyszenia CukierAsy.



Fundacja **KPMG w Polsce** zakupiła i przekazała **600 komputerów z Internetem do nauki zdalnej** dla uczniów z rodzin wielodzietnych lub borykających się z problemami finansowymi. Dzięki nawiązaniu współpracy z poradniami psychologiczno-pedagogicznymi oraz dyrektorami szkół

sprzęt trafił do najbardziej potrzebujących uczniów na terenie całego kraju.



Polkomtel z **Grupy Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** wsparł placówki, które ze względu na liczebność dzieci objętych opieką, najbardziej odczuwają problemy wynikające z konieczności prowadzenia zajęć na odległość. Dzieciom zostało przekazanych 2200 **tabletów do nauki zdalnej** z dostępem do Internetu. Pomoc trafiła do 400 placówek we wszystkich 16 województwach w Polsce: domów dziecka, rodzinnych domów dziecka, rodzin zastępczych, placówek opiekuńczo-wychowawczych.



Firma **Wunderman Thompson Technology** (wcześniej Cognifide Polska), przekazała **komputery do nauki zdalnej**. Zapotrzebowanie na sprzęt zgłaszały firmy organizacje pozarządowe, z którymi dotychczas firma prowadziła projekty edukacyjne, jak i pracownicy, którzy wiedzieli o potrzebach lokalnych społeczności. Firma przekazała ponad 100 komputerów na rzecz sześciu szkół i organizacji pozarządowych, które za ich pośrednictwem trafiły do podopiecznych.



Firma ABC na kotach z **Grupy Eurocash** postanowiła uczcić swoje urodziny **pięcioma dobrymi inicjatywami dla lokalnej społeczności**. Każda z inicjatyw skupiała się na rozwiązaniu innego problemu społecznego. Wydano kalendarz, z którego dochód został przeznaczony na wybraną lokalną inicjatywę charytatywną. W ciągu jednego dnia rozdano ponad 4 tys. jabłek wraz z ulotką edukacyjną. Przez osoby prowadzące sklepy mobilne zostało rozdanych 100 paczek dzieciom w trudnej sytuacji. W listopadzie każdy z zespołu ABC na kotach miał możliwość ustawić jeden „Płomień Pamięci”, symboliczny znicz upamiętniający tych, którzy odeszli. W grudniu firma przypomniała mieszkańcom wsi o bezpiecznym poruszaniu się po drogach poprzez materiał edukacyjny oraz rozdanie 1180 opasek odblaskowych.



Firma **intive** zaangażowała się we **wsparcie organizacji pozarządowych wybranych przez pracowników**. Firma zorganizowała konkurs na „najbardziej obciachowe ubranie”. Zdjęcia pracowników zostały opublikowane w intranecie, a każdy pracownik mógł oddać trzy głosy. Trzy osoby o największej liczbie punktów mogły wskazać organizację pozarządową, na którą chciałyby przeznaczyć darowiznę. W konkursie wzięło udział 29 osób z oddziałów w Argentynie, Niemczech, Polsce i Ukrainie. Zwycięzcy zdecydowali się przeznaczyć środki finansowe na Stowarzyszenie Kultura Równości,



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Módulo Sanitario, Fundacja ADRA pomoc Białorusi, UNICEF Pomoc dla Jemenu.



W ramach **wolontariatu pracowniczego** pracownicy zakładów **Kronospan KO** w Strzelcach Opolskich wzięli udział w akcji „Dołączmy do drużyny Świętego Mikołaja”. Fundusze zbierano dla Stowarzyszenia Pomocy Wzajemnej Barka. Mieszkańcami domów „Barki” są osoby wykluczone lub zagrożone wykluczeniem społecznym. Do każdej złotówki zebranej przez pracowników kolejną dołożyły zarządy obu strzeleckich zakładów Kronospan KO i OSB.



Fundacja **Leroy Merlin Polska** przyłączyła się do 27. **Akcji Sprzątanie Świata** jako partner techniczny Fundacji Nasza Ziemia. Fundacja przekazała 6300 par rękawic dla wolontariuszy i poprosiła o wsparcie tej akcji 15 tys. sztuk worków na śmieci jednego z dostawców Leroy Merlin Polska. Wspólnie z przedstawicielami ambasad różnych krajów członkowie Zarządu Fundacji uczestniczyli w akcji sprzątanego brzegów Wisły w Warszawie.



PZU angażuje się we **wsparcie finansowe Legionowskiego WOPR**. Współpraca rozpoczęła się w 2012 r., a pierwszą inwestycją był zakup silnika zaburtowego do łodzi. W kolejnych latach środki finansowe przeznaczone były m.in. na wybudowanie pomostów i parkingów. Specjalistyczny sprzęt wykorzystywany jest w ćwiczeniach i akcjach ratunkowych, prowadzonych we współpracy z innymi służbami, a służba LWOPR wykracza daleko poza obszar Jeziora Zegrzyńskiego.



Firma **TIM** dwa razy w roku ogłasza **program grantowy**. Pracownicy zgłaszają pomysły wspierające lokalne społeczności i zachęcające do aktywnego trybu życia. W każdej edycji granty o wysokości od 1 tys. do 5 tys. zł wspierają maksimum sześć inicjatyw. Decyzję o przyznaniu grantu podejmuje ogół pracowników poprzez głosowanie w intranecie. Zarząd TIM ma prawo przyznać nagrodę specjalną wysokości do 5 tys. zł. Granty sfinansowały m.in. zakup aparatu do EKG dla podopiecznych DPS, stroje sportowe dla dziecięcych i młodzieżowych drużyn sportowych.



T-Mobile Polska organizuje świąteczne wydarzenia dla swoich pracowników, które mają wymiar charytatywny. W 2020 r. akcja musiała przenieść się do wirtualnej rzeczywistości, a całe wydarzenie zostało nazwane **Magenta dream makers**. Pracownicy firmy na specjalnej stronie internetowej mogli kupować bombki, które realnie zawisły na jednej z największych choinek w Warszawie, przed biurem T-Mobile. Cały dochód z zakupu bombek trafił do Fundacji Dziecięca

Fantazja. Kupując bombkę, każdy mógł wpisać swoje własne, charytatywne marzenie. Podczas wielkiego finału akcji ogłoszonych zostało 50 szczęśliwców, których marzenia zostaną spełnione.



Misją **Fundacji EY** działającej przy **EY Polska** jest stworzenie warunków godnego życia, edukacji oraz rozwoju dla dzieci. Fundacja wspiera kompleksowo rodzinne formy opieki zastępczej i realizuje 20 projektów pomocowych. W projekty Fundacji angażuje się ponad 300 wolontariuszy, w tym pracownicy EY. W każdym roku pomagają ok. 1300 rodzinom zastępczym. Działania pozwalają na realizację różnego charakteru wolontariatu pracowniczego: stałego, akcyjnego, akcji świątecznych, konkursów grantowych.



Spółka **PGNiG Obrót Detaliczny** nieodpłatnie **przekazała płyn do dezynfekcji miejskim przedsiębiorstwom komunikacyjnym** korzystającym z gazu LNG i CNG. Płyn był przekazywany w celu zwiększenia bezpieczeństwa kierowców, gdy podaż rynkowa była niewystarczająca. Wsparcie otrzymały m.in. Miejskie Zakłady Autobusowe w Warszawie, PKS w Bielsku-Białej i Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej w Tychach.



Budimex zainicjował akcję **Dom z serca** i zaprosił do udziału w niej inne firmy, by razem wybudować dom dla jednej z potrzebujących rodzin. W domu zamieszka 16-osobowa rodzina.



Firma **Sela** zorganizowała **licytacje dla Ani z SMA**. Terapia genowa, której musi poddać się dziewczynka, jest wyceniana na 9,5 mln zł. Pracownicy firmy przekazali na licytację bożonarodzeniowe dekoracje. Pieniądze zebrane za ich zakup zostały przesłane na konto dziewczynki.



Oddział firmy **SumiRiko Poland** w Zagórzu dzięki zbiórce funduszy zorganizował **pomoc dla pogorzalców**. W ramach akcji przekazano ofiarom pożaru najbardziej potrzebne akcesoria kuchenne oraz pieniądze.



Kronospan Mielec angażuje się w **działania filantropijne i charytatywne** m.in. poprzez wsparcie rodzin w trudnej sytuacji. Kronospan wspólnie ze Strefą Płyt Magmar Mielec zaprojektował wyposażenie i wykonał je, a także kupił sprzęt AGD do mieszkania komunalnego, w którym zamieszkała mama z chorym synem. Firma wsparła również rodzinę, która

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

straciła dorobek w pożarze. Inną inicjatywą było przekazanie dotacji na leczenie 3-letniej Mai z zespołem wad wrodzonych, a także wzięcie udziału w akcji #GaszynChallenge dla dziewczynki chorej na rdzeniowy zanik mięśni.



W ramach **wsparcia dla zdrowia** firma **Kronospan Polska** włączyła się w szereg inicjatyw, m.in. ufundowała sprzęt do endoskopii dla szczecińskiego szpitala oraz przekazała płyny do dezynfekcji. Kronospan przyłączył się do akcji „Kilometry za złotówki” dla Mai chorej na nowotwór. Podczas festynu na sprzęcie z przyzakładowej siłowni mieszkańcy miasta mogli przejechać kilometry, które firma pomnożyła przez pięć i zamieniła na złotówki na terapię dziewczynki. W akcji udział wzięło ok. 80 osób, a przez pięć godzin zebrano 500 km. Firma brała udział w #gaszynchallenge pompki i przysiadu dla Kajtusia z SMA. W grudniu wprowadzono zbiórkę dla chorego rodzeństwa: pracownikom udało się zebrać środki na łóżko rehabilitacyjne, a firma przekazała laptopa i sprzęt ułatwiający dziewczynce zdalną naukę. W 2020 r. Kronospan przeznaczył ok. 250 tys. zł na pomoc w obszarach związanych ze zdrowiem mieszkańców miasta Szczecinek i okolic.



W ramach dobrej praktyki **Powrót do szkoły** co roku przed rozpoczęciem nowego roku szkolnego pracownicy **BNP Paribas Securities Services** przygotowują plecaki z wyprawkami szkolnymi dla dzieci, które pozbawione są szansy na taką wyprawkę. W 2020 r. wsparli pacjentów Instytutu Pomnik Centrum Zdrowia Dziecka. Wyjątkowo zamiast plecaków przygotowane zostały paczki z książkami oraz artykułami papierniczymi. Pracownicy firmy zebrali ponad 50 książek z listy lektur wskazanych przez współpracującą z CZD Stowarzyszenie Centruś.



Przed rozpoczęciem roku szkolnego pracownicy kancelarii **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** organizują projekt **Akcja wyprawka**, zbiórkę funduszy na zakup podręczników i niezbędnych akcesoriów szkolnych dla dzieci z Domu Dziecka nr 6 w Warszawie. W 2020 r. wyposażyli 23 dzieci w pełne zestawy szkolne.



Przed świętami Bożego Narodzenia pracownicy kancelarii **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** organizują **Akcję Mikołaj**, zakup prezentów dla dzieci z domów dziecka i ośrodków wychowawczych. Pracownicy obdarowali 192 dzieci z Domu Dziecka

nr 9 w Warszawie, świetlicy socjoterapeutycznej z Ząbek, Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Lesznie, podopiecznych Fundacji Szczęśliwej Drogi. Przekazano także pomoc finansową w wysokości ponad 3 tys. zł.



Firma **Dalpo** wsparła **Przedszkole Specjalne „Orzeszek”**. Dzięki przekazanej dotacji podopieczni placówki otrzymali specjalne zabawki przystosowane do potrzeb niepełnosprawnych dzieci. Firma jest także obecna na ważnych wydarzeniach mających miejsce w placówce.



Z uwagi na liczne potrzeby placówek medycznych, powstała **platforma komunikacyjna Pomagamyszpitalom.pl**. Firmy i instytucje, które chcą włączyć się w akcję, a nie mają możliwości, by samodzielnie kontaktować się z lokalnymi szpitalami onkologicznymi, mogą zadeklarować wybraną przez siebie formę pomocy za pośrednictwem Urtiki i Fundacji Urtica Dzieciom. Fundacja weryfikuje potrzeby dziecięcych oddziałów onkologii i hematologii w całej Polsce, przekazując otrzymane od darczyńców środki ochrony osobistej. Łączna wartość dotychczasowej pomocy ze strony Fundacji do szpitali onkologicznych to: 103 302,10 zł. Do szpitali przekazane zostało m.in. 15 400 szt. maseczek ochronnych, 500 szt. przyłbic, 332 litry płynów do dezynfekcji. 7 Dziecięcych oddziałów onkologicznych otrzymało pomoc. Spółka **Urtica** przekazała natomiast 22 tys. maseczek ochronnych do 22 szpitali jednoimiennych.



BNP Paribas Bank Polska od początku pandemii podejmuje działania mające na celu **wsparcie służb medycznych**. Wiosną przekazał środki na wykonanie łącznie 2 tys. testów na obecność SARS-CoV-2 dla lekarzy, stomatologów, diagnostów laboratoryjnych, pielęgniarek, ratowników medycznych. Bank zakupił 20 tys. maseczek ochronnych do ośrodków medycznych oraz przekazał darowiznę na wsparcie narzędzia do zarządzania zbiorcami publicznymi Wsparciemaszpitala.pl. Zapewnił także dostawę posiłków do Szpitala Wolskiego w Warszawie oraz Szpitala w Sochaczewie.



Auchan Retail Polska w ramach **przeciwdziałania marnowaniu żywności** realizuje projekty: przekazywanie żywności Federacji Polskich Banków Żywności, projekt „Nie marnujemy – ratujemy” – specjalna przestrzeń w sklepach, gdzie zagrożona zmarnowaniem żywność jest sprzedawana z rabatem 50-proc., a także poprzez uruchomioną pilotażowo współpracę z Too Good To Go. Podjęte przez firmę działania dały razem obniżkę strat żywności w stosunku do roku poprzedzają-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

cego wysokości -27,9%. Żywność przekazana Bankom Żywności zapewniła 2 508 400 posiłków dla potrzebujących.



W listopadzie 2020 r. **Auchan Retail Polska** po raz kolejny udostępnił swoje sklepy na rzecz **Świątecznej Zbiórki Żywności** organizowanej przez Federację Polskich Banków Żywności. Akcja odbyła się pod hasłem „Święta godne, a nie głodne”. Klienci 47 sklepów sieci mogli przekazać kupione produkty, wkładając je do specjalnych koszy. Zebrano niemal 7 ton żywności.



Lewiatan Holding powołał do życia **Fundację Polskiej Sieci Handlowej Lewiatan. Blisko Twoich potrzeb**. Aktywność Fundacji polega na koordynacji ogólnopolskich inicjatyw pomocowych, promocji postaw odpowiedzialnych społecznie oraz wspieraniu inicjatyw podjętych przez właścicieli sklepów zrzeszonych w sieci. Fundacja opracowała pierwszy pakiet rozwiązań dla przedsiębiorców, który ułatwi organizację zbiórki publicznych. Fundacja w listopadzie 2020 r. w 400 sklepach przeprowadziła wspólnie z Federacją Banków Żywności Świąteczną Zbiórkę Żywności. Zebrano 8 ton żywności. Poprzez akcję „Lewiatan dla szpitali” Fundacja przekazała 83 palety produktów do 20 szpitali w całej Polsce. W ramach akcji „Wspieram lokalne: Lewiatan dla medyków” zebrano 3 tony żywności. Fundacja przygotowała paczki mikołajkowe dla 250 dzieci ze szpitala w Opocznie.



Amazon Fulfillment Poland realizuje **Amazon Goes Gold – program wsparcia i budowania świadomości o nowotworach dziecięcych**. W dniach 15–16 września 2020 r. pracownicy Amazona na całym świecie wypełniali swoje obowiązki w pidżamach, strojach superbohaterów lub ubraniach w kolorze złotym. W ten sposób okazywali solidarność z najmłodszymi pacjentami w szpitalach, których jedynym strojem jest piżama. W ramach akcji Amazon przekazał 200 tys. zł dla Fundacji Polsat. Pieniądze wsparły budowę Domu Opieki Wyręczającej dla dzieci hospicyjnych Wrocławskiego Hospicjum dla Dzieci. Dodatkowo Amazon przekazał 124 tys. zł na cele regionalnych organizacji.



Należący do **Polskiego Holdingu Hotelowego Renaissance Warsaw Airport Hotel** **wspart pacjentów onkologicznych z Instytutu Matki i Dziecka**. Hotel udostępnił pro bono swoje pokoje 633 małym pacjentom oddziału onkologicznego oraz ich opiekunom, aby mogli bezpiecznie poczekać na wynik badania pod kątem zakażenia wirusem SARS-CoV-2 przed przyjęciem do szpitala. Pozwoliło to na zabezpieczenie pacjentów znajdujących się już na oddziale, przesiewowe badanie stanu zdrowia pacjentów oraz kontynuację leczenia onkologicznego.



Stoneczna Galeria online to cykl bezpłatnych warsztatów plastycznych, których inicjatorem jest spółka **Urtica**, a obecnie realizuje je Fundacja Urtiki. Warsztaty organizowane są dla walczących z nowotworami pacjentów. Ze względu na sytuację epidemiologiczną spotkania przeniosły się częściowo do Internetu. Warsztaty prowadziły artystki plastyczki, a podopieczni Fundacji Urtica Dzieciom otrzymali bezpośrednio do domów lub łóżek szpitalnych pakiety materiałów plastycznych. W ramach akcji przekazano 450 zestawów malarskich „Niezbędnik Artysty”, a ich pakowanie i dystrybucja odbywały się w ramach wolontariatu pracowniczego. Wykonane przez uczestników prace przekazano na 23. Galę Urtica Dzieciom.



InterKadra zorganizowała kampanię informacyjną na temat **promowania honorowego krwiodawstwa i dawstwa szpiku** wśród pracowników. W ramach promocji i zachęty do pomagania w działania włączył się Zarząd. Za każdego pracownika, który zarejestruje się jako dawca w danym roku akcji, firma przekazuje w ramach darowizny dla DKMS 180 zł, co jest równoważnością kosztów rejestracji jednego dawcy.



Grupa Raben we współpracy z Lions Club Poznań Pillory zorganizowała charytatywne transporty drogowe sprzętu medycznego zakupionego przez działającą przy Naczelnej Izbie Lekarskiej Fundację Lekarze Lekarzom, w ramach **akcji wsparcia walczących z COVID-19**. Firma Raben Logistics Polska, przy współpracy z żołnierzami, dokonała przetransportowania towaru sprowadzonego do Poznania, który następnie trafił do centrum dystrybucyjnego Grupy w Gądkach pod Poznaniem, skąd został rozdystrybuowany do Izb Lekarskich na terenie całego kraju. Przetransportowano ponad 57 ton środków ochrony osobistej. Grupa Raben wspierała też akcje charytatywne zainicjowane przez swoich klientów oraz media: przekazywanie gotowych produktów żywnościowych dla pracowników szpitali, materiałów do produkcji maseczek, żywności i materiałów budowlanych dla osób potrzebujących.



Grupa Raben w ramach praktyki **Raben dla Szlachetnej Paczki** i jako partner projektu, przetransportowała paczki z magazynów centralnych do magazynów lokalnych akcji. Następnie wolontariusze Szlachetnej Paczki dostarczyli je do rąk potrzebujących; 18 ciężarówek z darami przejechało w ramach Weekendu Cudów w dniach 12–13 grudnia 9 tys. km do 50 punktów rozdawania.



Uber Poland zaangażował się we **wsparcie organizacji pozarządowych oraz personelu medycznego**. Firma przekazała 10 tys. kodów na przejazdy oraz dołączyła do akcji #WzywamyPositki, w efekcie której dostarczone ponad 50 tys. posiłków lekarzom oraz pielęgniarkom w całej Polsce. Aby wesprzeć lokalne społeczności, Uber przekazał kody uprawniające do darmowych przejazdów m.in. na rzecz takich orga-

ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

nizacji, jak: Fundacji WOŚP, Dom Wsparcia dla Powstańców Warszawskich oraz Caritas. Dodatkowo firma nawiązała współpracę z Politechniką Warszawską oraz Uniwersytem Warszawskim, dostarczając ponad 1 tys. przyłbic wydrukowanych przez studentów na drukarkach 3D, na potrzeby placówek medycznych w stolicy.



Inicjatorami akcji **Respekt w Coronie** są pracownicy **Volkswagen Motor Polska**, koordynatorzy działań grupy Respekt w Polkowicach. Członkowie grupy zaoferowali pomoc w ramach wolontariatu pracowniczego. W czasie przestoju produkcji, jako wolontariusze, dowozili autami służbowymi należącymi do floty zakładu artykuły spożywcze i sanitarne do instytucji pomocowych i potrzebujących. Dołączyli także do akcji „Ciepły posiłek dla samotnego seniora” oraz podjęli się przewożenia próbek krwi do badań. Dołączyli także do akcji „Ciepły posiłek dla samotnego seniora”, wspólnego działania Gminy Miejskiej Głogów i Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej, gdzie rozwozili posiłki przygotowywane przez kuchnię św. Alberta przy kościele NMP w Głogowie. Podjęli się też przewożenia próbek krwi do badań.



1 300



Kuehne+Nagel wsparło akcję „Dla bohaterów naszego Ż” Grupy Żywiec, organizując **transporty pro bono – dostawy napojów dla medyków**. Rozdystrybuowanych zostało ponad 150 palet napojów z dodatkiem witamin do blisko 100 szpitali zlokalizowanych na terenie kraju.



1 600



DB Schenker włączył się w akcję **Jesteśmy razem. Pomagamy** swojego klienta, firmy Dr Irena Eris. Operator logistyczny dostarczał pro bono na oddziały szpitalne kosmetyki Dr Irena Eris. Wśród środków przekazywanych szpitalom i służbom medycznym były m.in. kremy do pielęgnacji dłoni, żele służące do mycia czy kremy nawilżające.



2 500



Grupa ING postanowiła przekazać środki finansowe na pomoc w walce z wirusem poprzez swoje jednostki na całym świecie. Firma **ING Tech Poland** z uzyskanych od Grupy funduszy wsparła inicjatywę **refundacji posiłków dla medyków**. Przy współpracy z warszawską restauracją Belvedere Catering by Design dostarczono 2 tys. obiadów pracownikom służby zdrowia na Śląsku i w Warszawie.



1 160



Pracownicy IKEA Food z **IKEA Retail** wsparli inicjatywę **#WzywamyPosiłki**, przygotowując posiłki obiadowe dla

pracowników służb medycznych. Firma gotowa była przyszykować do 1 tys. posiłków dziennie. Przygotowanych zostało w sumie 40 tys. posiłków, które trafiły do szpitali, pogotowia ratunkowego, laboratoriów i inspekcji sanitarnych. Za wsparcie w dostarczaniu posiłków odpowiadał jeden z partnerów biznesowych IKEA, firma Eurocash.



5 091



W czasie kwarantanny restauracja działająca w jednej z lokalizacji **Grupy Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** zrealizowała akcję **Poczuj smak pomocy** i zamieniła się w „kuchnię pomocy”. Kucharze nie mogli przygotowywać posiłków dla pracowników Cyfrowego Polsatu i Polkomtela, dlatego postanowili gotować dla lekarzy i personelu medycznego z Centralnego Szpitala Klinicznego MSWiA, którzy są ich sąsiadami. W ramach komunikacji wewnętrznej spółek wszyscy pracownicy zostali zaproszeni do współfinansowania posiłków dla medyków. W imieniu darczyńców z Grupy Polsat zostało przekazanych 1520 posiłków. Łączna kwota z darowizn, które wpłynęły, to 15 172 zł.



7 000



Wsparcie dla polskich szpitali zakaźnych w walce z koronawirusem przez **Carrefour** było realizowane dwutorowo. Fundacja Carrefour włączyła się w pomoc dla polskich szpitali, przekazując za pośrednictwem Caritas Polska kwotę ponad 1,3 mln zł na zakup respiratorów oraz środków ochrony osobistej. Carrefour objął 41 szpitali zakaźnych bezpośrednią pomocą żywnościową, przekazując niezbędne produkty spożywcze i higieniczne. Pomoc świadczona była bezpośrednio przez hipermarkety Carrefour zlokalizowane w danym mieście. Wsparcie żywnościowe dla szpitali wyniosło łącznie ok. 850 tys. zł.



14 000



Szefowie kuchni Akademii Inspiracji MAKRO organizowanej przez **MAKRO Polska** w ramach praktyki **posiłek dla lekarza** w kwietniu, maju i czerwcu 2020 r. przygotowali i dostarczyli posiłki dla medyków pracujących w szpitalach jednoimiennych w Warszawie i Krakowie. Posiłki przygotowywano w pełnym reżimie sanitarnym w kuchniach Akademii, w których zwykle odbywają się warsztaty kulinarne. Przygotowanych zostało 5700 posiłków dla medyków z Warszawy i 2500 z Krakowa.



5 000



Pracownicy **BNP Paribas Securities Services** w ramach inicjatywy **Obiad dla medyka** zaangażowali się w akcję przekazywania swoich kart lunchowych na rzecz lekarzy i ratowników ze Szpitala Wołskiego. Firma nawiązała kontakt z dwoma lokalnymi restauracjami, wskazanymi



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

przez samych pracowników. W efekcie lokale te dostarczały codziennie od kilkudziesięciu do kilkuset posiłków. Medykom dowieziono ponad 7500 obiadów. Wartość projektu oszacowano na ok. 150 tys. zł.



Oddział Food&Catering Services **Polskiego Holdingu Hotelowego** zaangażował się we **wsparcie warszawskich stacji sanitarno-epidemiologicznych**, przekazując bezpłatnie 22 867 posiłków.



W 2020 r. firma **PwC** swoich klientów zaprosiła do świątecznej akcji charytatywnej **Świętowanie przez pomaganie**. Wysyłając im elektroniczne życzenia świąteczne, firma poinformowała, że środki finansowe zabudżetowane na ten rok na prezenty zostaną przekazane na cele społeczne. Odbiorcy kartki mogli wskazać, na który z trzech celów chcą przekazać „ich prezent”; 50 tys. zł przekazano dla Fundacji Szczęśliwej Drogi, 24 tys. zł dla Gdańskiej Fundacji Innowacji Społeczne, 26 tys. zł dla Interwencyjnego Ośrodka Preadopcyjnego w Otwocku. Dodatkowo PwC objęło akcją charytatywną byłych pracowników. Za każdy zamieszczony przez alumna w mediach społecznościowych wpis zawierający hashtagi #pwcumni oraz #PeopleWhoCare firma przekazała 20 zł na Fundację Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową. W sumie było to 22 760 zł.



Polski Holding Hotelowy przekazał **darowiznę na cele charytatywne zamiast świątecznych prezentów dla kontrahentów**; 80 kartek świątecznych zostało zakupionych w sklepie Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce w Polsce. Dodatkowo, środki finansowe, które dotychczas były przeznaczone na zakup świątecznych upominków dla partnerów biznesowych, w całości zostały przekazane na rzecz podopiecznych stowarzyszenia.



Many Mornings wsparło organizację **wigilijnych kolacji dla 300 seniorów**. Firma dołączyła do organizowanej przez Fundację Dobrych Inicjatyw akcji #PaczkaDlaSeniora, przekazując 4 tys. par skarpet. W związku z ograniczeniami w organizacji miejskich wigilii zainicjowało rozszerzenie świątecznej akcji pomocy o przygotowanie i dostarczenie przez lokalne restauracje wigilijnej kolacji do starszych, często samotnych osób z całej Polski. Firma przekazała darowiznę wysokości 10 tys. zł. Fundacja dotarła do sześciu miast i przekazała w dniach 23–24 grudnia 2020 r. łącznie 313 wigilijnych kolacji.



W ramach akcji **Azotowy Dar Mikołajowej Radości** pracownicy spółki **Grupa Azoty Zakłady Azotowe**

„**Puławy**” ufundowali prezenty świąteczne dla najbardziej potrzebujących rodzin z Puław. Pracownicy MOPS wytypowali 12 rodzin i zebrali informacje o ich świątecznych potrzebach. Wolontariusze spółki, przypisani do poszczególnych rodzin, wraz z pracownikami MOPS, koordynowali zbiórkę darów, zadbali o ich zapakowanie i dostarczenie do wybranych rodzin. W akcję zaangażował się Zarząd spółki.



Świeć się z Energią to ogólnopolska akcja dobroczynna firmy **Energa Grupa ORLEN**, w której Polacy, głosując na najpiękniej oświetlone świątecznie miasto, decydują jednocześnie gdzie trafi wart 200 tys. zł sprzęt AGD. Podczas pierwszego etapu wyłanianych jest 16 „mistrzów województw”, którzy rywalizują następnie o tytuł Światłowej Stolicy Polski. W jedenastej edycji akcji wygrało miasto Bielsko-Biała i do potrzebujących z tej miejscowości trafiła pomoc o wartości 50 tys. zł. Pozostałe 15 miast otrzymało nagrody po 10 tys. zł.



Energa Grupa ORLEN realizuje projekt **Paczki pełne dobrej energii**, w ramach którego podopieczni placówek zajmujących się pomocą społeczną otrzymali w grudniu 2020 r. paczki świąteczne. Dodatkowo, dla podopiecznych domów dla dzieci przygotowana została świąteczna inscenizacja, a ich domy wyposażono w oświetlenie zewnętrzne pozwalające poczuć świąteczny nastrój. Projekt obejmował również wsparcie podmiotów ekonomii społecznej, poprzez zakup produktów przez nie wykonanych. 70 zestawów różnych produktów trafiło do wybranych interesariuszy Energi.



Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy w pierwszych dniach pandemii zorganizował akcję **#CisiBohaterowie**. Firma zapewniła ponad 8300 posiłków 350 ratownikom medycznym z Warszawy i Olsztyna. Uruchomiona została także bramka do szybkich płatności, co zwiększyło zaangażowanie prywatnych uczestników inicjatywy. W ramach świątecznego prezentu dla #Cichych Bohaterów klienci korporacyjni zamiast prezentów świątecznych otrzymali życzenia z informacją, że budżet prezentowy zostaje przeznaczony na akcję. W rezultacie, we współpracy z Fundacją Wsparcia Ratownictwa Medycznego oraz Polskim Centrum Pomocy Międzynarodowej, udało się zakupić odzież ochronną dla szpitali w Warszawie i Olsztynie, dwa mobilne respiratory, siedem przenośnych urządzeń USG, wyposażenie siedmiu karet pogotowia i nowoczesny wideolaryngoskop.



Fundacja KPMG w Polsce zachęciła pracowników firmy do zorganizowania **zbiórek świątecznych** dla najbardziej potrzebujących. We wszystkich biurach **KPMG w Polsce** pracownicy zorganizowali 13 zbiórek finansowych na rzecz orga-

nizacji pozarządowych oraz domów dziecka. Zebrane kwoty zostały podwojone przez Fundację, a siedem zbiórek, które cieszyły się największym wsparciem pracowników, otrzymały 15 tys. zł. Pracownicy zebrali 50 283,40 zł. Fundacja dofinansowała zbiórki kwotą 114 066,90 zł.



Pomagaj z GPEC to projekt zainspirowany przez Grupę **GPEC**, angażujący jednocześnie klientów i kontrahentów firmy. Celem było zachęcenie partnerów do wskazania beneficjenta, który otrzyma od firmy świąteczną paczkę spożywczą skomponowaną w taki sposób, by wesprzeć odporność. Paczki prozdrowotne zostały przygotowane przez lokalną gastronomię, która najbardziej ucierpiała w trakcie pandemii. Środki na akcję pochodziły z budżetu przeznaczanego na prezenty. Niewykorzystane przez kontrahentów i klientów paczki zostały przekazane Fundacji Hospicyjnej.



Polski Koncern Naftowy ORLEN i Fundacja ORLEN zaangażowały się we **wsparcie państwa w walce z pandemią Sars-CoV-2**. Działania obejmowały: produkcję płynu do dezynfekcji, darowizny dla służb medycznych na zakup karetek, sprzętu medycznego, środków ochrony osobistej, wybudowanie w Płocku i Ostrołęce szpitali tymczasowych, akcję charytatywną „Pomoc szpitalom w walce z pandemią koronawirusa” w ramach programu VITAY, wspierającą placówki zdrowia, zapewnienie na stacjach paliw gorących napojów służbom zaangażowanym w walkę z pandemią, wsparcie przez Fundację ORLEN rodzinnych domów dziecka w zakupie komputerów do nauki zdalnej, pomoc oczekującym na wjazd do kraju na granicach, przekazanie paczek świątecznych podopiecznym kilkunastu domów i ośrodków pomocy społecznej, wprowadzenie Mobilnego Kasjera, któremu można zapłacić bez konieczności wysiadania z auta. Przekazano ponad 120 mln zł w postaci darowizn finansowych i pozafinansowych. Wsparto 39 podmiotów medycznych i 29 niemedyceńskich. Praktyka zdobyła nagrodę Responsible Care Awards w konkursie organizowanym przez Europejską Radę ds. Przemysłu Chemicznego w kategorii „Ulepszenie i przekształcanie linii produkcyjnych” w czasie pandemii.



Shell Polska w ramach **zaangażowania społecznego podczas COVID-19** wsparł walczące z pandemią służby. Od potowy marca 2020 r. oferowano darmowe napoje pracownikom pogotowia, straży pożarnej, policji, wojska, straży miejskiej i straży granicznej, a także kierowcom samochodów ciężarowych mający kartę Shell Card, którzy pracowali w czasie największych obostrzeń. Wydano ok. 35 tys. kaw. Shell wspólnie z Hyundai Motor Poland wsparł szpital MSWiA w Warszawie. Hyundai udostępnił 10 aut służących personelowi szpitala do transportu próbek pomiędzy szpitalem a labo-

ratorium COVID-19, a Shell przekazał bony paliwowe o wartości 10 tys. zł (2500 l paliwa). Shell przekazał też bony paliwowe o wartości ok. 7,5 tys. zł (2000 l) na akcję Wsparcie dla Szpitala organizowaną przez Uniwersytet Poznański. W ramach wsparcia personelu medycznego firma przekazała ok. 11 tys. specjalistycznych masek filtrujących o wartości ponad 120 tys. zł jednostkom pogotowia, m.in. w Krakowie, Katowicach i Warszawie.



Starbucks oraz inne marki **AmRest Coffe** zaangażowały się we **wsparcie pracowników medycznych**. Firmy przekazywały posiłki i napoje do szpitali w całej Polsce, zarówno we własnym zakresie, jak i w ramach ogólnopolskiej inicjatywy #Wzywamyposiłki. Pomoc dotarła m.in. do szpitali w Poznaniu, we Wrocławiu, w Warszawie, Szczecinie i Trójmieście. W okresie zamknięcia kawiarni w wybranych lokalizacjach Starbucks uruchomił również specjalne okienka na wynos, w których na darmowy napój mogli liczyć pracownicy medyczni, policjanci, straż miejska, straż pożarna, straż graniczna oraz wojsko. W czasie trwania inicjatywy bariści Starbucks przekazali łącznie prawie 1 tys. paczek kawy dających aż 24 tys. filiżanek napoju.



Kompania Piwowarska podjęła **działania na rzecz społeczności i sektora zdrowotnego w związku z pandemią COVID-19**. Wśród nich znalazły się: darowizny finansowe dla szpitali zajmujących się COVID w Poznaniu, Tychach i Białymstoku, darowizny rzeczowe dla tych placówek medycznych w postaci sprzętu ochronnego oraz napojów produkowanych przez firmę, zbiórka wśród pracowników na rzecz funduszu interwencyjnego WOŚP wsparta przez firmę podwojeniem zebranej kwoty. Dotacje na specjalistyczny sprzęt ochronny zostały przekazane Górnośląskiej Fundacji Onkologicznej oraz straży pożarnej. Kompania i jej pracownicy przekazali w różnej formie podmiotom sektora zdrowotnego łącznie 1 284 tys. zł. Ponadto firma odebrała z zamkniętej przez COVID gastronomii niesprzedane piwo o wartości 5,6 mln zł, zmniejszając straty swoich klientów.



PepsiCo Consulting Polska wdrożyła **program wsparcia lokalnych społeczności**. Produkty spożywcze i napoje w ramach akcji #WzywamyPosiłki i działań bezpośrednich trafiły do szpitali i placówek medycznych, a partnerzy firmy z sektora gastronomicznego bezpłatnie otrzymali 400 tys. butelek Pepsi, oferowane jako gratisy do zamówień posiłków na wynos. Fundacja PepsiCo zasiliła Fundusz Interwencyjny Fundacji WOŚP kwotą 200 tys. USD. W akcję zaangażowani byli pracownicy polskiego oddziału, którzy dodatkowo przekazali część swoich wynagrodzeń, a Fundacja PepsiCo podwoiła każdą pracowniczą wpłatę. Dodatkowa



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

wpłata do Funduszu wyniosła 95 tys. zł. We współpracy z firmami AmRest, Glovo oraz Fundacją Legii sfinansowana została dostawa 48 tys. ciepłych posiłków dla personelu medycznego oraz seniorów. Całkowita wartość pomocy udzielonej przez PepsiCo to 6 mln zł.



Coca-Cola HBC Polska oraz **Coca-Cola Poland Services** postanowiły zawiesić działania reklamowe i zapewnić **wsparcie służb medycznych i społeczności lokalnych w trakcie pandemii COVID-19**. Firma wsparła Fundusz Interwencyjny do walki z koronawirusem powołany przez Fundację Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Przekazała wodę oraz inne napoje ponad 50 szpitalom w całej Polsce oraz 1,6 mln zł na zakup 150 kardiomonitorów. Ponadto pracownicy firmy inicjowali akcje pomocowe. Przyłączyli się do akcji Federacji Polskich Banków Żywności, wzięli udział w przygotowaniu i dystrybucji paczek żywnościowych dla wykluczonych społecznie i potrzebujących, m.in. seniorów, rodzin wielodzietnych oraz osób w kryzysie bezdomności. Wartość całkowita wsparcia firmy dla niosących pomoc służb medycznych wyniosła ponad 2,8 mln zł.



Firma **Wawel** oraz Fundacja „Wawel z Rodziną” zaangażowały się w pomoc szpitalom w ramach akcji **Stodczyce od Wawelu dla krakowskich szpitali**. Do placówek w Małopolsce trafiło kilka tysięcy paczek. Łącznie ponad tonę stodczych przekazano do Szpitala Uniwersyteckiego oraz Szpitala im. Stefana Żeromskiego, Wojskowego Szpitala w Krakowie i Szpitala w Myślenicach. Paczki dotarły także do krakowskiego ośrodka kwarantanny. Firma przekazała placówce również książki pisarki Beaty Ostrowickiej, członkini Rady Fundacji „Wawel z Rodziną”.



Firma **LOTTE Wedel** podjęła działania pomocowe w ramach akcji **#wspieramyidoceniaamy** zainicjowanej przez pracowników Wedla i zrealizowanej wspólnie z firmą InPost. Przekazano stodczyce dla personelu medycznego jednoimienych szpitali zakaźnych w całej Polsce oraz dla pracowników warszawskiego transportu publicznego. Stodczyce przekazano także Polskiemu Czerwonemu Krzyżowi i ponad 400 ratownikom medycznym. Polskie Centrum Pomocy Międzynarodowej wsparło darowizną o wartości 23 tys. zł, która została przeznaczona na uzupełnienie wyposażenia dla Medycznego Zespołu Ratunkowego PCPM i przeprowadzenie szkoleń z obsługi respiratorów. Wedel przekazał pomoc finansową zaprzyjaźnionemu Stowarzyszeniu Serduszko dla Dzieci, aby wesprzeć organizację korepetycji dla jego podopiecznych. W 2020 r. firma przekazała wsparcie o łącznej wartości ok. 260 tys. zł, w tym produkty o wartości ok. 230 tys. zł.



Mars Polska włączył się we **wsparcie społeczności w okresie pandemii**. Firma przekazała swoje produkty, sto-

dycze czekoladowe oraz bezcukrowe gumy do żucia ratownikom medycznym. Blisko 135 ton produktów przekazano też Polskiemu Czerwonemu Krzyżowi oraz Bankom Żywności. Fundacja Mars Wrigley przekazała Polskiemu Czerwonemu Krzyżowi i Federacji Polskich Banków Żywności granty o łącznej wartości 191 tys. zł na realizację zadań związanych z walką z pandemią oraz z przeciwdziałaniem jej skutkom.



Firma **Nestlé Polska** zaangażowała się we **wsparcie podczas pandemii**. Przekazała ponad 1 mln produktów żywnościowych, a darowizna objęła wodę butelkowaną, odżywkę dla niemowląt i dzieci, płatki śniadaniowe, żywność dla dorosłych, preparaty odżywcze, karmę dla zwierząt domowych i inne produkty. Za koordynację przekazania darów odpowiadały organizacje pozarządowe: Federacja Polskich Banków Żywności oraz Caritas Polska. Wartość darowizny żywnościowej przekroczyła 5 mln zł. Dodatkowo, firma przekazała 300 tys. masek oraz 270 tys. rękawiczek na rzecz pracowników służby zdrowia, a także osób starszych. Sprzęt został dostarczony w ramach akcji #WdzięczniMedykom, prowadzonej przez Caritas Polska. Firma Nestlé Polska przekazała również 275 komputerów i tabletów na rzecz akcji #KomputerDlaUcznia. Sprzęt, przeznaczony do nauki online, trafił do najbardziej potrzebujących dzieci, m.in. z Kalisza, Rzeszowa i Lublina.



Adamed dla Seniora to program firmy **Adamed Pharma** odpowiadający na wyzwanie, jakim jest starzenie się społeczeństwa. Celem przedsięwzięcia jest aktywizowanie osób w podeszłym wieku, a także promowanie profilaktyki i zdrowego stylu życia. W 2020 r. skupiono się na działaniach wspierających seniorów w czasie pandemii. Adamed m.in. został partnerem akcji #GotowiDoPomocy, przygotował nagrania treningów, które seniorzy mogą wykonywać w domu.



ALDI przekazuje na rzecz Caritas artykuły z krótkim terminem przydatności do spożycia, względnie produkty nienadające się do sprzedaży, lecz nadające się do spożycia, które następnie trafiają do potrzebujących. Poprzez gazetki ALDI edukuje klientów na temat odpowiedzialnych zakupów oraz odpowiedniego przetwarzania żywności, **przeciwdziałając marnowaniu żywności**.



Firma **Alstom Konstal** cyklicznie dokonuje **donacji nieużywanych komputerów** i innych sprzętów różnego rodzaju organizacjom. W 2020 r. firma przekazała 30 komputerów Zespołowi Szkół nr 3 w Rudzie Śląskiej, z którym współpracuje w ramach promocji Alstom wśród uczniów kierunków technicznych.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Od 2017 r. **Alstom Konstal** we współpracy z fundacją „Biegamy z sercem” prowadzi akcję **Zamieniamy kilometr na złotówki**. Zasady są proste – na telefon ściąga się aplikację Endomondo, a każdy wybiegany, wychodzony czy wyjeżdżony na rowerze kilometr zamieniany jest na 1 zł. W 2020 r. akcja zmieniła formułę i zamiast kilometrów, na złotówki pracownicy zamieniali plastikowe nakrętki, które następnie przekazane zostały do recyklingu. Celem było uzyskanie 100 tys. zł, które przeznaczone zostały na leczenie i rehabilitację przewlekłe chorych dzieci.



W ramach praktyki **Listy do Świętego Mikołaja** – spełnij marzenie pracownicy firmy **ANWIL** od sześciu lat wcielają się w rolę Świętego Mikołaja i spełniają marzenia podopiecznych wrocławskich domów dziecka. Wśród pracowników dystrybuowane są listy napisane przez dzieci. Aby spełnić marzenie dziecka, wystarczy wziąć jeden z nich, skompletować prezent na podstawie jego treści, a następnie przekazać go koordynatorowi akcji.



Fundacja ANWIL dla Wrocławka, której fundatorem jest **ANWIL**, wspiera realizację projektów społecznych mających na celu m.in. podniesienie poziomu wykształcenia mieszkańców Wrocławka, przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i ekonomicznemu, poprawę stanu środowiska naturalnego, zachowanie dziedzictwa historycznego, a także ochronę i promocję zdrowia. W ciągu sześciu lat istnienia Fundacja przekazała ponad 7,5 mln zł na realizację 639 projektów społecznych oraz przyznała uzdolnionej młodzieży z lokalnych szkół 241 stypendiów naukowych.



W roku 2020 **Aquanet** w ramach **konkursów charytatywnych** przekazał na organizacje pozarządowe 137 400 zł. Konkursy miały charakter ekologiczny, pierwszy dotyczył działań związanych z retencją, natomiast drugi był Konkurs Mikrodotacji „Nie działaj daleko, działaj EKO”. Dodatkowo, firma wsparła darowiznami Specjalistyczny Szpital Miejski im. Józefa Strusia (15 tys. zł). Udzieliła też wsparcia finansowego Stowarzyszeniu Pogotowie Społeczne (120 tys. zł).



Celem corocznej akcji charytatywnej pracowników **Asseco Poland „Pomagamy”** jest zmotywowanie pracowników do zaangażowania w pomoc potrzebującym. Pracownicy nominują do wsparcia finansowego wybrane organizacje, np. domy dziecka lub samotnej matki, hospicja, fundacje wspierające ubogie rodziny. Od 2019 r. mogą zgłaszać inicjatywy proekolo-

giczne. Od 2013 r. przeznaczono na akcję w sumie blisko 1,6 mln zł, a w projekcie wzięto udział 2 tys. pracowników. Dzięki tym środkom udało się pomóc ok. 4700 dzieciom i 130 rodzinom.



Poprzez **Nagrodę im. prof. Aleksandra Gieysztor** **Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy** chce promować oraz wspierać tych, którzy podejmują się działań służących ochronie polskiego dziedzictwa kulturowego zarówno w kraju, jak i za granicą. Nagroda przyznawana jest za wybitne osiągnięcia w takich dziedzinach, jak m.in.: działalność muzealna, konserwatorska, archiwalna i biblioteczna; utrwalanie i ochrona polskiego dziedzictwa kulturowego za granicą; przedsięwzięcia samorządowe służące ochronie dziedzictwa kulturowego; upowszechnianie wiedzy o potrzebie i metodach ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce.



Zielona Ławeczka Banku Ochrony Środowiska

to ogólnopolski, prospołeczny projekt grantowy adresowany do mieszkańców otwartych osiedli w miastach powyżej 10 tys. mieszkańców. Projekt ma umożliwić przemianę zaniedbanych terenów na osiedlach w zielone zakątki, miniogrody z ławeczką oraz budować relacje między ich mieszkańcami. Najlepsze z projektów otrzymują grant na ich realizację oraz nagrodę rzeczową w postaci ławki parkowej. W sześciu dotychczasowych edycjach projektu zrealizowano 125 ogrodów w ok. 90 miastach w Polsce.



Fundacja Banku Ochrony Środowiska prowadzi regularną zbiórkę środków pieniężnych, które są dobrowolnie przekazywane przez pracowników **Banku Ochrony Środowiska**. Fundusze zgromadzone w **Pomagam Cały Rok** są przeznaczone na dwa cele. Pierwszy to zapomogi dla pracowników BOŚ, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji losowej. Drugi cel realizowany jest we współpracy z Fundacją Świętego Mikołaja. Zgromadzone środki przekazywane są na stypendia dla zdolnych i aktywnych społecznie dzieci z niezamożnych rodzin.



W 2020 r. **BNP Paribas Bank Polska** uruchomił X jubileuszową edycję **Programu Grantów Lokalnych**. Dzięki grantom przyznanym w X edycji programu wsparcie o łącznej kwocie 240 tys. zł otrzymało 60 organizacji pozarządowych. Przekazane fundusze umożliwią działania na rzecz ochrony środowiska, wyrównywania szans osób z grup wrażliwych, szczególnie osób starszych i z niepełnosprawnościami, pro-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

mocji zdrowia i zwalczania skutków COVID-19 oraz promowania przedsiębiorczości kobiet. W ramach dziesiątej edycji programu Bank BNP przekazał na wsparcie lokalnych organizacji ponad 1 700 000 zł.



Wspólny program Fundacji BNP Paribas i banku **BNP Paribas Bank Polska „Wspieram cały rok”** funkcjonuje od października 2017 r. Program polega na comiesięcznym odpisie od pensji wskazanej przez pracowników kwoty, która przekazywana jest na wsparcie organizacji realizujących ważne misje społeczne.



Fundacja **BNP Paribas Bank Polska** od roku 2011 wspiera kampanię „Twoja krew – moje życie”, organizując w współpracy z Regionalnymi Centrami Krwiodawstwa coroczną akcję Krwinka. Pracownicy mogą oddać krew oraz zarejestrować się do bazy dawców szpiku w specjalnie przystosowanych ambulansach, które w wyznaczonych godzinach oczekują na nich przed budynkami biur centrali banku. W tegorocznej edycji **Akcji Krwiodawstwa „Krwinka”** wzięło udział 104 pracowników, dzięki którym zebrano 31 litrów krwi.



„Klasa” to autorski program stypendialny Fundacji **BNP Paribas Bank Polska** zapewniający uzdolnionym absolwentom szkół podstawowych pochodzącym z mniejszych miejscowości, z rodzin w trudnej sytuacji materialnej naukę w renomowanych liceach ogólnokształcących w pięciu miastach akademickich. Program przez 18 lat umożliwił kontynuację edukacji na najwyższym poziomie oraz rozwijanie swoich talentów i pasji ponad 800 uczniom. W roku 2020 do programu dołączyło 26 stypendystów z całej Polski.



Dream Up to inicjatywa skierowana do grup zagrożonych wykluczeniem społecznym. W ramach programu organizowane są zajęcia muzyczne z profesjonalistami, co wspiera rozwój osobisty i społeczny dzieci i młodzieży z warszawskiej Pragi. We wrześniu 2019 r. ruszyła trzecia edycja Dream Up realizowana przez **BNP Paribas Bank Polska** we współpracy z Centrum Promocji Kultury Praga-Południe. Obecnie w zajęciach bierze udział blisko 60 dzieci, które w związku z pandemią koronawirusa przeniósły swoje działania do Internetu i wspólnie pracują nad wydaniem płyty.



Dobre Kilometry to akcja społeczna pracowników **BNP Paribas Bank Polska** organizowana corocznie przez Fundację BNP Paribas. Każdy pokonany kilometr to środki finansowe przekazane wybranej przez pracowników organizacji społecznej. W 2020 r. 348 pracowników banku pokonało łącznie 70 340 km. W ramach tegorocznej akcji przekazano

20 tys. zł Fundacji Herosi oraz po 5 tys. zł Fundacji Rak'n'Roll, Zwalcz Nudę i SOS Wioski Dziecięce.



Dzięki Strefie Rodzica. Budimex Dzieciom na oddziałach dziecięcych w szpitalach powstają miejsca, w których dzieci mogą spędzać czas ze swoimi rodzicami. W ramach programu realizowanego od roku 2013, w szpitalach w całym kraju powstały 34 kolorowe, funkcjonalnie urządzone przestrzenie, z których skorzystało już 700 tys. dzieci i ich opiekunów. Każda ze „Stref Rodzica” realizowana jest we współpracy z personelem szpitala i dostosowana jest do indywidualnych potrzeb placówki. W realizację „Stref” włączają się też pracownicy firmy **Budimex**.



Capgemini Polska udostępniła swoim pracownikom **bazę 1%**, do której mogą wpisać swoich potrzebujących bliskich lub sprawdzone organizacje, na rzecz których działają. Pracownicy mogą wesprzeć kogoś bliskiego, ale także zwiększyć szanse na dotarcie do większej grupy odbiorców dzięki wewnętrznej kampanii promocyjnej.



Sieć **Carrefour** angażuje się w **działania charytatywne**: wspiera inicjatywy na rzecz zmniejszenia ubóstwa, wyrównania szans, przeciwdziałania marnotrawstwu czy promocji zdrowego stylu życia. W roku 2020 sklepy i centrala wsparły m.in. Fundację Pomoc Transportowcom, akcję Caritas Polska „Wdzięczni Medykom” czy „Uratuję Cię”, akcję Szlachetna Paczka oraz Paczka dla Powstańca.



Carrefour angażuje się w **zbiórki żywności z Bankami Żywności i Caritas**. W roku 2020 w ramach zbiórek Caritas Polska zebrano ponad 3 tony żywności, a w ramach zbiórek Banków Żywności blisko 0,5 tony. Zbierano głównie produkty z długim terminem przydatności do spożycia. Na bazie pozyskanej żywności lokalne organizacje zajęły się przygotowaniem posiłków dla osób potrzebujących z terenu całego kraju oraz dla podopiecznych Caritas.



Castorama Polska realizuje projekty społeczne mające na celu poprawę warunków mieszkaniowych zarówno w przypadkach indywidualnych, jak i grup osób, które bez wsparcia nie mogłyby liczyć na dobry dom. **Fundacja Castorama** wspiera inicjatywy, które koncentrują się na zapewnieniu dobrych domów i poprawie przestrzeni społecznej. W roku 2020 ukończono 10 projektów, które przyczyniły się do poprawy warunków mieszkaniowych 287 beneficjentów.



CCC w ramach **działań charytatywnych i filantropijnych** organizuje zbiórki pracownicze, z których środki są przekazywane na wsparcie pracowników i ich bliskich. CCC przekazuje również darowizny pieniężne i rzeczowe w postaci obuwia dla najbardziej potrzebujących.



W ramach **wsparcia działalności fundacji**: Mam Marzenie i „Po drugie”, pracownicy **CEETRUS Polska** (d. Immochan) pomagają spełnić pragnienia dzieci dotkniętych ciężkimi chorobami. W roku 2020 firma spełniła marzenia pięciorga dzieci. Podopieczni Fundacji Mam Marzenie, którzy zmagają się z ciężkimi chorobami, otrzymali wymarzone laptopy i telefony oraz wymarzone zabawki. Firma regularnie wspiera również fundację „Po drugie”, która pomaga młodzieży w trudnej sytuacji życiowej.



Program **Payroll Giving Credit Suisse Poland** polega na zgłoszeniu przez pracownika dobrowolnej deklaracji umożliwiającej potrącenie z jego wynagrodzenia zadeklarowanej stałej miesięcznej kwoty, która przekazywana jest na konto Partnera Charytatywnego Roku. Pomimo okoliczności roku 2020 w ramach akcji zebrano prawie 10 tys. zł.



Celem **wyzwania „Walk Your Way”** było zdobycie jak największej ilości środków i promocja aktywności fizycznej. Pracownicy **Credit Suisse Poland** za pomocą aplikacji do mierzenia kroków rejestrowali pokonane przez siebie dystanse przez dwa tygodnie. Każda drużyna wpłacała w ramach „wpisowego” darowiznę dla Partnera Charytatywnego Roku. W akcji udział wzięło 95 drużyn, wykonując 54 707 809 kroków, a na cele charytatywne przekazano 33 970 zł.



Celem inicjatywy globalnej **Twój głos liczy się podwójnie** jest zachęcenie pracowników dentsu na całym świecie, także **dentsu Polska**, do udziału w corocznym globalnym badaniu satysfakcji pracowniczej. Im więcej osób odda głos w ankiecie, tym więcej środków firma przekazuje na dobroczynny cel. W 2020 r. firma przekazywała 50 pensów za każdą wypełnioną ankietę, co przelożyło się na 15 250 funtów sterlingów dla organizacji Comic Relief.



Dorota Dymek Gabinet Kosmetyczny

zaoferowała kobietom po chemioterapii **ONKO prezent** w postaci bezpłatnych zabiegów makijażu permanentnego. Wykwalifikowani specjaliści psychologii potwierdzają, jak niezwykle ważne w procesie leczenia jest pozytywne nastawienie i dobre samopoczucie, które kobiety mogą zyskać po tego typu zabiegu.



W 2020 r. **DOZAMEL** zorganizował, jedną z dwóch zaplanowanych na ten rok, XIV Wielką Akcję Krwiodawczą, mającą na celu **popularyzację idei honorowego krwiodawstwa we Wrocławskim Parku Przemysłowym**. Zebrano 23,4 litra krwi od 52 honorowych dawców. Spółka, jak co roku, wydała kalendarz dla Klubu HDK PCK Dolmel-Dozamel na 2021 r., a także udostępniła podstronę w swoim serwisie WWW na potrzeby Klubu.



Kropelka Energii zainicjowana przez dwóch pracowników spółki **Energa Grupa ORLEN** od roku 2012 organizuje zbiórki krwi. W 2020 r. 311 dawców przekazało 139,95 litra krwi.



Aktywni Charytatywni to inicjatywa integrująca pracowników spółki **Energa Grupa ORLEN**, ich bliskich oraz znajomych wokół idei pomagania. Biegając, maszerując, jeżdżąc na rowerze, rolkach, a nawet pływając, uczestnicy akcji dążyli do pokonania 150 tys. km. W ramach siódmej edycji akcji w roku 2020 udzielono wsparcia organizacjom i instytucjom zajmującym się opieką i leczeniem osób w podeszłym wieku (cztery placówki) oraz domom dziecka (trzynaście placówek). Uczestnicy akcji pokonali 81 904 km.



Europ Assistance Polska wspiera honorowych dawców krwi, organizując zbiórki krwi wśród pracowników i partnerów biznesowych oraz wsparcie materialne Regionalnego Centrum Krwiodawstwa i Krwiolecznictwa.



W 2020 r. już po raz dziesiąty Radio TOK FM (**GRUPA AGORA**) ogłosiło nominację do **Nagrody Radia TOK FM im. Anny Laszuk**, aby docenić osoby, które podjęły odważne działania, istotnie wpływając na świadomość społeczną. Laureatem tegorocznej edycji został sędzia Paweł Juszczyżyn. Radio wręcza swoją nagrodę od roku 2011.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

„Gazeta Wyborcza” (**GRUPA AGORA**) jest **współorganizatorem Nagrody im. Ryszarda Kapuścińskiego**, przyznawanej od 2010 r. autorom najlepszej książki reporterskiej roku i najlepszego przekładu roku. W jedenastej edycji do konkursu zgłoszono 135 książek z 30 wydawnictw. Nagrodę główną za Reportaż Literacki 2020 otrzymała Katarzyna Kobylarczyk za książkę „Strup. Hiszpania rozdrapuje rany”. Natomiast za najlepszy przekład reportażu jury w tym roku nie przyznało nagrody.



W ramach **świątecznej akcji charytatywnej Grupa ANG** (dawniej ANG Spółdzielnia) już po raz czwarty postanowiła przeznaczyć środki z firmowego budżetu upominkowego na wsparcie wybranych organizacji pożytku publicznego. Zaproszono partnerów do tego, aby pomogli rozdysponować kwotę 30 tys. zł. Każdy mógł dowolnie przeznaczyć środki na trzy zaproponowane organizacje, w 2020 r. były to: Stowarzyszenie Pracownia na rzecz Wszystkich Istot, Kuchnia Konflikty oraz Kamilańska Misja Pomocy Społecznej.



Program **„Młodzi odkrywcy – spełniamy marzenia” Grupy Enea** pomaga spełnić marzenia dzieciom i młodzieży z domów dziecka na obszarze działania Elektrowni Połaniec. W 2020 r. Enea Elektrownia Połaniec ruszyła z akcją „Pomocnik Świętego Mikołaja”, udzielając wsparcia dzieciom z lokalnych domów dziecka oraz przedszkolakom z niepełnosprawnościami. Pracownicy i wolontariusze wsparli ponad 150 dzieci.



Jury oraz internauci wybrali laureatów trzeciej edycji programu **Enea Akademia Talentów**. Dwudziestu uczniów otrzymało stypendia w wysokości 3 tys. zł na rozwój swoich pasji. Natomiast dzięki przyznanym grantom o wartości 10 tys. zł dziewięć organizacji działających na rzecz młodzieży zrealizuje pozalekcyjne projekty edukacyjne. Łącznie w projekcie na rozwój talentów **Grupa Enea** przekazała 450 tys. zł.



Grupa Enea po raz drugi włączyła się w akcję **Project Shoebox**, zachęcając do przekazania nieużywanych kosmetyków osobom w trudnej sytuacji życiowej. W tym roku do przedsięwzięcia dołączyli pracownicy z Bydgoszczy, Gorzowa Wielkopolskiego, Nakła, Mogilna, Piły, Połańca, Poznania, ze Szczecina i ze Świecia. Wspólnie udało się zebrać 378 kilogramów kosmetyków.



Program **Stypendialny dla szczególnie uzdolnionej młodzieży ze środowisk niezamożnych** to inicjatywa **Grupy Eurocash**. Jego celem jest wyrównanie szans edukacyjnych i wsparcie w rozwoju talentów uczniów szkół średnich

oraz studentów. Pomoc ma formę comiesięcznego stypendium wypłacanego na konto stypendysty przez cały rok szkolny lub akademicki. Od początku istnienia programu (2013) wypłacono 1080 stypendiów. Ich łączna pula przekroczyła 6 mln zł.



Grupa OLX akcją **Nakarm Psa z OLX** organizuje od 11 lat. W roku 2020 wsparcie trafiło do schronisk w Czartkach i Sandomierzu. Uczestnicy karmią psy i koty za pośrednictwem aplikacji lub mobilnej strony OLX. Udział w akcji jest dobrowolny i bezpłatny. Aby zapewnić wsparcie zwierzętom, wystarczy kliknąć w baner promujący inicjatywę, wybrać podopiecznego i nacisnąć „nakarm”.



Od 2010 r. pracownicy **Grupy Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)** włączają się do akcji realizowanej przez Fundację Polki Mogą Wszystko – **Qurier Świętego Mikołaja**. Ma ona na celu spełnianie świątecznych marzeń dzieci, które na co dzień borykają się z dużymi zaległościami w edukacji, problemami w rodzinie czy brakiem akceptacji w środowisku szkolnym. W 2020 r. w akcję zaangażowało się ponad 160 wolontariuszy.



W 2020 r. odbyła się trzynasta edycja programu **Wiem, że warto się uczyć**. Firma **Henkel Polska** we współpracy z Fundacją Polki Mogą Wszystko po raz kolejny przyznała stypendia naukowe wychowankom domów dziecka oraz podopiecznym rodzin zastępczych. Łącznie, we wszystkich dotychczasowych edycjach projektu, wsparcie finansowe w wysokości ponad 501 tys. zł otrzymało 352 uczniów.



Shaping Futures to międzynarodowa inicjatywa marki Schwarzkopf Professional, należącej do firmy Henkel. Jej celem jest stworzenie młodym ludziom – adeptom fryzjerstwa znajdującym się w trudnej sytuacji społeczno-materialnej – warunków do nauki zawodu pod okiem doświadczonych stylistów fryzur. W roku 2020 firma **Henkel Polska** zorganizowała kolejną edycję projektu. W dwutygodniowym kursie wzięło udział 20 uczniów klas fryzjerskich. Po zakończeniu warsztatów uczestnicy mają szansę rozwijać talent podczas staży oferowanych przez salony partnerskie Schwarzkopf Professional w Polsce.



Start w dorosłe życie to program odpowiedzialnego zaangażowania spółki developerskiej, która jest częścią **Holding 1**. Firma pomaga młodym osobom opuszczającym placówki opiekuńczo-wychowawcze rozpocząć dorosłe życie. Wsparcie polega na wyremontowaniu i wyposażeniu mieszkania, które młodzi ludzie otrzymują od urzędu gminy. W roku 2020 odrestaurowa-

ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ne i wyposażone zostało mieszkanie przyznane dziewiętnastoletniej wychowance domu dziecka.



W ramach **wolontariatu pracowniczego IBM Volunteer Grants** w **IBM Polska** wolontariusze angażują się w projekty w obszarach edukacji, ekologii, zdrowia, opieki nad chorymi, pracy z mniejszościami czy społecznej odpowiedzialności biznesu IBM. W chwili, w której wolontariusz zgłosi co najmniej 10 godzin pracy na rzecz instytucji, może przekazać zweryfikowanej organizacji charytatywnej grant.



Kampania **Zabawa to poważna sprawa** ma na celu pokreślenie wagi zabawy w rozwoju dzieci. Jej nieodłącznym elementem jest kolekcja pluszaków SAGOSKATT, zaprojektowana przez dzieci z całego świata. Dochód ze sprzedaży kolekcji w Polsce **IKEA Retail** przekazuje na granty dla lokalnych organizacji pozarządowych wspierających edukację dzieci. W 2020 r. granty otrzymały: Akwarium Gdyńskie, program „Jestem ekoliderem!” realizowany przez Oratorium św. Dominika Savio, a także Fundacja „Szczęśliwe Dzieciństwo” z programem „Dajemy ubranie drugie życie”.



Christmas Charity Action to coroczne działanie charytatywne **Infosys Poland** mające na celu zbiórkę funduszy/przedmiotów na rzecz wybranych przez pracowników organizacji. W ramach akcji przez cały grudzień pracownicy Infosys Poland podejmują szereg aktywności - organizują specjalną aukcję świąteczną, na której licytowane są wykonane przez nich rękodzieła i smaczne wypieki, organizują świąteczne zbiórki zabawek i karmy dla zwierząt czy angażują się w inicjatywy ogólnopolskie takie, jak Szlachetna Paczka. W roku 2020 po raz pierwszy aukcja charytatywna została zorganizowana w formule online.



Impreza **Biegnij Warszawo**, organizowana przez **ING Bank Śląski**, w 2020 r. odbyła się w nowej odsłonie – wirtualnej i trwała od 4 do 18 października. Towarzyszył jej konkurs dla pracowników, w ramach którego biegający i maszerujący pracownicy publikowali zdjęcia ze swoich biegów w miejscu zamieszkania.



W ramach **Szlachetnej Paczki** firma **InterKadra** zgłosiła chęć wsparcia wybranej przez siebie rodziny i przygotowania dla niej paczki z rzeczami, które rodzina zadeklarowała jako

najbardziej potrzebne, oraz wszystkiego, co jest niezbędne do polepszenia warunków życia.



Zbiórka na rzecz schroniska „Krakowskiego Towarzystwa Opieki nad Zwierzętami” przeprowadzona została **we wszystkich Centrach rekrutacyjnych InterKadra w Polsce**. Podczas akcji zbierane są postania (koce, ręczniki itp.), pełnowartościowa karma mokra, sucha, zabawki, smycze, obroże.



W ramach programu wsparcia seniorów **„Na codzienne zakupy”** Fundacji Biedronki (firmy **Jerónimo Martins Polska**) i Caritas potrzebujący seniorzy otrzymali wsparcie finansowe w wys. 100 lub 150 zł miesięcznie na karcie przedpłaconej w okresie kwiecień 2020 – styczeń 2021. Osoby objęte programem mogły liczyć na opiekę wolontariusza Caritas, który pomagał im w zakupach lub towarzyszył w codziennych zajęciach. W programie uczestniczyło 10 tys. seniorów i 2600 wolontariuszy. Na wsparcie seniorów fundacja przeznaczyła w bieżącej edycji prawie 15 mln zł.



Piórko 2020. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci firmy **Jerónimo Martins Polska** to szósta edycja projektu popularyzującego czytelnictwo wśród najmłodszych oraz wspierającego debiutujących pisarzy i ilustratorów. Konkurs przebiegał dwuetapowo: najpierw wybrano tekst książki dla dzieci w wieku 4–10 lat, a następnie ilustracje do zwycięskiego tekstu. Laureaci w obu kategoriach otrzymali po 100 tys. zł nagrody, a okładka książki została przedstawiona na muralu, do którego użyto ekologicznych farb pomagających oczyszczać powietrze ze smogu.



W 2020 r. Biedronka (**Jerónimo Martins Polska**) po raz jedenasty wsparła XI **Mistrzostwa Polski Dzieci z Domów Dziecka w Piłce Nożnej**. Sieć sklepów Biedronka wspiera działania Stowarzyszenia „Nadzieja na Mundial” już od 2011 r. Obok zaangażowania finansowego, zapewnia też napoje i przekąski dla zawodników oraz funduje szereg nagród, m.in. sprzęt elektroniczny i sportowy. W roku 2020 przyznano również nagrodę dla najlepszego zawodnika mistrzostw – Nadzieja Biedronki.



Odbywająca się dwa razy w roku **świąteczne zbiórki żywności** (w roku 2020 ze względu na epidemię miała miejsce jedynie przed Bożym Narodzeniem) jest możliwa dzięki współpracy



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

sieci **Kaufland Polska Markety** i zaangażowanych organizacji: Federacji Polskich Banków Żywności i Caritas Polska. Klienci sieci mogą wesprzeć zbiórkę, przekazując wybrane przez siebie produkty spożywcze z długim terminem przydatności do spożycia.



W ramach rozszerzenia współpracy z Federacją Polskich Banków Żywności, od września 2018 r. przy kasach we wszystkich sklepach **Kaufland Polska Markety** pojawiły się specjalne skarbonki. Od początku trwania **akcji Skarbonka** dzięki klientom udało się zebrać kwotę ponad 400 tys. zł (stan na grudzień 2020 r.). Zebrane środki przeznaczone są na zapewnienie szybkiej i skutecznej dystrybucji żywności oraz jej magazynowanie.



Zbiórka krwi odbywa się w **Kopalni Soli „Wieliczka”** od 2016 r. Letnia i zimowa odłona **akcji honorowego krwiodawstwa „Podaruj krew – podaruj życie”** w 2020 r. przyniosła łącznie ponad 114 litrów krwi od 255 osób. Od 2016 r. to już ponad 550 litrów oraz ponad 1100 krwiodawców. Wśród dawców byli mieszkańcy powiatu wielickiego, a także przyjezdni, m.in. z Krakowa, Gorlic, Oświęcimia.



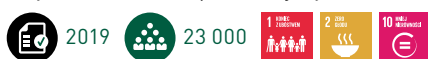
Fundacja **KPMG w Polsce** została partnerem strategicznym akcji **Wielka Zbiórka Książek** organizowanej przez Fundację Zacztyani.org. Od 8 września do 11 października 2020 r. w biurach KPMG trwała wewnętrzna zbiórka. Pracownicy zebrali 581 książek dla dzieci i 473 książki dla dorosłych. Zebrane publikacje zasilły biblioteki otwierane przez Fundację Zacztyani.org w placówkach pomocowych na terenie całego kraju.



W ramach działań **Fundacji Leroy Merlin Polska** pracownicy firmy **Leroy Merlin Polska** mogą ubiegać się o granty na pomoc potrzebującym. Prawie 4 tys. pracowników przeprowadziło już ponad 400 remontów placówek publicznych oraz należących do organizacji pożytku publicznego. Założono też kilkanaście ogrodów, z czego część pełni funkcję terapeutyczną i dydaktyczną.



Lidl Polska angażuje się w działania mające na celu wyrównywanie szans oraz zapobieganie wykluczeniu. Wieloletnia współpraca z Federacją Polskich Banków Żywności oraz Caritas Polska przy świątecznych **zbiórkach żywności** pozwoliła na stały, stopniowy wzrost liczby sklepów objętych akcją, a w konsekwencji przekazanie większej ilości artykułów dla osób potrzebujących.



Fundacja LPP realizuje lokalne projekty wspierające usamodzielnianie się osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, głównie dzieci i młodzieży, ochronę zdrowia oraz inicjatywy wolontariackie związane z ekologią i ochroną środowiska. W 2020 r., na podstawie wstępnych szacunków, przekazano ponad 60 darowizn pieniężnych o wartości 1,4 mln zł oraz 120 tys. sztuk odzieży o wartości 1,5 mln zł dla ponad 140 podmiotów. Fundacja LPP nadzorowała w 2020 r. ogólnopolskie projekty pomocowe **LPP** o wartości kilku milionów złotych w ramach walki z pandemią COVID-19.



Lubelski Węgiel Bogdanka, Fundacja „Solidarni Górnicy” oraz Regionalne Centrum Krwiodawstwa i Krwiolęcznictwa w Lublinie realizują trójstronne porozumienie dedykowane promocji honorowego krwiodawstwa, krwiolęcznictwa oraz rejestru do banku dawców i dawczyń.

Międzysektorowe partnerstwo na rzecz krwiodawstwa i szpiku przewiduje regularną organizację akcji krwiodawczo-szpikowych oraz spotkań informacyjno-profilaktycznych służących ochronie zdrowia i życia.



Od 2008 roku, w ramach programu **Lyreco for education**, firma **Lyreco Polska** zbiera środki służące zapewnieniu dostępu do edukacji dzieciom żyjącym w złych warunkach. Wsparcia udzielono pięciu krajom, 72 800 dzieci zostało przyjętych do szkół, wybudowano 161 szkół, zebrano 1 741 628 euro i przekazano organizacjom pozarządowym.



Mars Polska w ramach realizacji swojej misji budowania **lepszego świata dla zwierząt** od ponad 20 lat wspiera schroniska i fundacje na terenie całej Polski opiekujące się bezdomnymi zwierzętami. W 2020 r. firma kontynuowała swoją pomoc, przeznaczając na ten cel 1 mln zł w postaci pełnoporcjowych posiłków dla zwierząt oraz dofinansowania kosztów zabiegów weterynaryjnych.



Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** w ramach **charytatywnych biegów MUST** uczestniczy m.in. w Biegu Świętych Mikołajów. Kancelaria w 2019 i 2020 r. wzięła udział m.in. w biegach charytatywnych: Toruńskie Biegi Wolności 2019/20 – czwarta edycja – FINAŁ, a także PsieBiegnij Się!, organizowanym przez Schronisko dla zwierząt w Toruniu.



Działająca od 2001 r. w Jaśle i ufundowana przez założycieli **Nowego Stylu** Fundacja od wielu lat wspiera rozwój uzdolnionych dzieci i młodzieży z Podkarpacia poprzez **program stypendialny Fundacji im. Janusza Korczaka**. Stypendiści, bardzo często osoby kształcące się na dwóch

kierunkach studiów, otrzymując pokrycie kosztów nauki na uczelniach lub celowe środki na kursy przygotowawcze i lekcje ułatwiające dostanie się na studia (uczniowie szkół średnich).



2019 6 883

Pracownicy wszystkich spółek **Pelion** mają możliwość wsparcia działań DOZ Fundacji dbam o zdrowie oraz Fundacji Urtica Dzieciom poprzez zadeklarowanie końcówki ze swojego wynagrodzenia. Co miesiąc jest ona rozliczana przez jedną ze spółek Pelion, która opracowała system umożliwiającą sprawne rozliczenie **payrolla**, i przekazywana na konto wybranej przez pracowników Fundacji.



2013 10 000

Bankowa Akcja Honorowego Krwiodawstwa powstała w 2009 r. jako inicjatywa pracowników **PKO Banku Polskiego**. Zbiórki krwi w ramach BAHK są organizowane nieprzerwanie od 12 lat. W dotychczasowych edycjach BAHK wzięto udział blisko 18 300 osób, dzięki którym zebrano blisko 8200 litrów krwi.



2012 22 000

Grupa **PKP CARGO** jest **mecenaszem zabytków kolejowych**. Od 156 lat utrzymuje historyczny i zabytkowy tabor kolejowy w małopolskiej Chabówce (odwiedzany co roku przez 30 tys. osób). Wspólnie z wielkopolskimi jednostkami samorządu terytorialnego współfinansuje działalność sturzynastoletniej Parowozowni w Wolsztynie. W 2020 r. wydarzenia specjalne zostały zastąpione wirtualnymi spotkaniami – „Wirtualnie pod parą ze Skansenem Taboru Kolejowego w Chabówce”.



2016 16 000

Już od 20 lat Fundacja ORLEN i **Polski KoncERN Naftowy ORLEN** wspierają strażaków Państwowej Straży Pożarnej oraz Ochotniczej Straży Pożarnej. W tym czasie Fundacja wraz z PKN ORLEN przekazała darowizny o wartości ok. 19 mln zł, które zainwestowano m.in. w sprzęt przeciwpożarowy, ratownictwa wodnego, drogowego i medycznego. W 2020 r. do **programu grantowego „ORLEN dla Strażaków”** wpłynęła rekordowa liczba wniosków – ponad 4 tys. zgłoszeń. Darowiznę otrzymało 185 jednostek na łączną kwotę blisko 3 mln zł.



2019 5 727

W ramach trzeciej edycji **programu grantowego „Moje Miejsce na Ziemi” Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** do 300 organizacji pozarządowych i insty-

tucji samorządowych w Polsce trafiło wsparcie w wysokości 3 mln zł łącznie. Środki te przeznaczone zostaną na rozwój lokalnych społeczności. Około 1/3 stanowią projekty dotyczące historii oraz rozwoju edukacji.



2018 5 727

Program grantowy „Czuwamy! Pamiętamy!” Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN daje mieszkańcom małych ojczyzn możliwość ochrony miejsc pamięci, które zostały pozostawione bez śladu upamiętnienia bądź wymagają rewitalizacji. O wsparcie mogą ubiegać się organizacje pozarządowe, ale też instytucje kultury, gminy, szkoły czy parafie. W 2020 r. spośród 302 zgłoszeń zostały wyłonione 33 organizacje, które będą realizować działania związane z przywracaniem pamięci miejscom zlokalizowanym w swojej najbliższej okolicy.



2018 5 727

Konkurem plastycznym na ilustrację kartki świątecznej PKN ORLEN są objęte rodzinne domy dziecka i placówki wychowawczo-opiekuńcze typu rodzinnego wspierane przez **Polski KoncERN Naftowy ORLEN** oraz Fundację ORLEN. W 2020 r. odbyła się szesnasta edycja konkursu plastycznego. Każdego roku do udziału w konkursie zapraszanych jest ok. 300 placówek w całym kraju.



2014 5 727

Międzyszkolny projekt edukacyjno-wychowawczy **Otwarte działania twórcze** realizowany jest od 2004 r. przez **Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo**. Łączy w działaniu grupy młodzieży sprawnej oraz niesprawnej intelektualnie. W 2020 r. uczniowie ZSS nr 1 w Zielonej Górze pracowali w szkolnych pracowniach, kontaktując się online ze swoimi znajomymi z SP nr 1 w Zielonej Górze. W wyniku wspólnej pracy twórczej powstały dzieła plastyczne zatytułowane „Świat jest pełen barw”.



2013 24 780

Co roku **PwC** włącza się w ogólnopolską akcję **Szlachetna Paczka**. W 2020 r. w przedsięwzięciu uczestniczyło ponad 200 pracowników PwC zbierających dary dla 12 rodzin. Szacowana wartość zebranych w 2020 r. w PwC rzeczy to łącznie 40 tys. zł.



2017 6 000

PwC jest partnerem **Ogrodów Polsko-Niemieckich**, realizowanych przez Ambasadę Niemiec, Miasto Stołeczne Warszawa oraz biznes. Projekt polega na rewitalizacji zieleni w warszawskim parku Skaryszewskim. Główny element koncepcji Ogrodów Polsko-Niemieckich, czyli kultura, spo-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

teczeństwo obywatelskie i ekologia, uwzględniane są w fazie realizacji: projektowania, budowy i nasadzeń roślinnych. Odbywa się to m.in. w ramach wykładów, warsztatów oraz wspólnych akcji wolontariackich.



PZU od roku 2013 prowadzi kompleksowy system wsparcia psychologicznego dla poszkodowanych w wypadkach, których sprawcy byli posiadaczami polisy OC. **PZU** w ramach minimalizowania skutków wypadków finansuje **dla dzieci z traumą powypadkową** oraz ich opiekunów pobyty na **turnusach rehabilitacyjnych**. Jest to forma stacjonarnej terapii psychologicznej, prowadzonej w ośrodkach terapeutycznych Stowarzyszenia Misie Ratują dzieci w Dźwirzynie oraz Stowarzyszenia Siemacha w Odporyszowie.



Fundacja PZU (PZU) od 16 lat prowadzi ogólnopolskie **konkursy dotacyjne** umożliwiające organizacjom pozarządowym realizację projektów na rzecz środowisk lokalnych w małych miejscowościach i wsiach. Konkurs „Młodzi niepełnosprawni – sprawni z Fundacją PZU” umożliwia realizację działań, które służą zwiększeniu samodzielności i aktywności osób z niepełnosprawnością, zaś „Fundacja PZU z kulturą” zwiększa dostęp do kultury wysokiej. W 2020 r. przyznano dotacje na realizację 70 projektów, które objęły 6029 osób.



Rödl & Partner realizuje **działalność charytatywną i wsparcie społeczności**. W 2020 r. zostały przekazane środki na działalność statutową jednego z warszawskich hospicjów, pracownicy wzięli udział w wyzwaniu #gaszynchallenge, w którym firma po udziale wszystkich oddziałów dożyła środki do publicznej zbiórki.



Ideą programu **Bezpiecznie z Roto** jest upowszechnianie wiedzy na temat nowoczesnych technologii okuć do okien i drzwi, zwiększających bezpieczeństwo w domu, w zakresie produktów antywłamaniowych czy zabezpieczających najmłodszych. W 2020 r. firma **Roto Frank Okucia Budowlane** prowadziła aktywne działania w ramach koalicji Dom Bezpieczny. Podczas V Międzynarodowego Forum Stolarki w Mszczonowie eksperci Roto prezentowali korzyści w zakresie bezpieczeństwa. Elementem uzupełniającym była zrealizowana w 2020 r. kampania internetowa pod hasłem „Sprawdź, ile wytrzymają Twoje okna”.



Program **Give Together** to zbiór akcji wolontariackich organizowanych przez pracowników **Sabre Polska** na rzecz organizacji charytatywnych i lokalnych społeczności. Beneficjentów zgłaszają i wybierają pracownicy, spośród własnego otoczenia. Dzięki temu zaangażowanie w przedsię-

wzięcia jest bardzo wysokie – nawet 80% pracowników firmy bierze w nich udział. W 2020 r. prawie cała akcja została zorganizowana w formie online.



Fundacja **Santander Bank Polska** w 2020 r. **program grantowy „Tu mieszkam, to zmieniam EKO”** zrealizowała po raz pierwszy w ekologicznej odstonie. Granty w konkursie przyznane zostały na wsparcie projektów z zakresu zagospodarowania lub aranżacji lokalnej przestrzeni publicznej, a w szczególności na powstanie lub aranżację zielonych miejsc. W ramach zgłaszanych, przez organizacje pozarządowe, propozycji działań mogły powstać np. ogrody sensoryczne, parki kieszonkowe i wiele innych projektów ekologicznych. Z nadesłanych 837 projektów komisja konkursowa wybrała 68 organizacji, które zostały nagrodzone grantem w wysokości od 5 do 10 tys. zł.



Fundacja **Santander Bank Polska** od 2019 r. realizuje projekt **Klub Płomyka**. Założeniem projektu jest wykonywanie remontów oraz wyposażanie pomieszczeń w domach dziecka, szpitalach i ośrodkach szkolno-wychowawczych. W roku 2020 realizowany był remont jednego pokoju oraz poczekalni w Uniwersyteckim Szpitalu Klinicznym im. J. Mikulicza-Radeckiego we Wrocławiu. Na etapie projektowania każdego „Klubu Płomyka”, Fundacja uwzględnia wymogi i potrzeby personelu oraz rodziców i opiekunów dzieci.



Do trzeciej edycji **Programu Stypendialnego Fundacji Santander (Santander Bank Polska)** aplikowało 395 osób, spośród których Fundacja wybrała 23 stypendystów. Są wśród nich sportowcy, tancerze, młodzi aktorzy, wokaliści, poeci, kompozytorzy, muzycy, modelarze, naukowcy, poligłoci, pasjonaci nauk ścisłych i humanistycznych, programiści, społecznicy i wolontariusze. Każdy ze stypendystów Fundacji otrzymuje roczne wsparcie finansowe w kwocie 5 tys. zł, które może przeznaczyć na działania związane z rozwojem swojej pasji.



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia jest fundatorem nagrody **EKO HESTIA SPA**, która popularyzuje najbardziej skuteczne i nowatorskie działania oraz inwestycje mające pozytywny wpływ na środowisko naturalne, realizowane przez członków Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP. Przyznawana co roku nagroda wynosi 100 tys. zł. Tę kwotę nagrodzona gmina może przeznaczyć wyłącznie na dalsze działania proekologiczne na swoim terenie. W 2020 r. zwycięzcą konkursu został Latoszyn-Zdrój, uznany za najbardziej ekologiczne uzdrowisko w Polsce.



Nagroda Znak i Hestii im. Księdza Józefa Tischnera przyznawana jest corocznie od 2001 r. wybitnym intelektualistom, publicystom i działaczom społecznym w trzech kategoriach: pisarstwa religijnego i filozoficznego, stanowiącego kontynuację Tischnerowskiego „myślenia według wartości”, publicystyki lub eseistyki na tematy społeczne. W 2020 r. odbyła się już dwudziesta edycja Dni Tischnerowskich, której partnerem od samego początku jest Grupa ERGO Hestia (**Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeniowe ERGO Hestia**).



Firma **SumiRiko Poland** jest fundatorem stypendiów **SumiRiko Poland** dla uczniów dwóch lokalnych szkół podstawowych. Celem, który przyświeca tej akcji, jest wsparcie finansowe dzieci, które mimo problemów materialnych i niejednokrotnie bardzo ciężkiej sytuacji rodzinnej, osiągają dobre wyniki w nauce. Stypendia SumiRiko Poland mają również charakter motywacyjny, dodatkowym kryterium uwzględnianym przy przydzielaniu wsparcia są szczególne osiągnięcia uczniów w olimpiadach oraz konkursach naukowych.



Zbiórki żywności angażują klientów i pracowników **Tesco Polska**, którzy mają możliwość przekazania produktów spożywczych dla potrzebujących. Podczas akcji w 2020 r. klienci sieci w Polsce przekazali łącznie blisko 19 ton żywności.



Program **Zdrowo jeść**, realizowany przez Fundację Tesco (**Tesco Polska**), skierowany jest do podopiecznych świetlic środowiskowych Towarzystwa Przyjaciół Dzieci. W ciągu ośmiu edycji programu Fundacja przeznaczyła na realizację projektu ponad 2,7 mln zł, co pozwoliło na przygotowanie ponad 1,1 mln posiłków dla dzieci. Dodatkowo w 2020 r. Fundacja przygotowała ponad 1400 paczek dla podopiecznych i ich rodzin oraz przekazała dodatkowe wsparcie finansowe dla placówek.



W ramach programu „**Orszaki Mikołajowe**” Fundacji Tesco pracownicy **Tesco Polska** angażują się w pomoc na rzecz dzieci i młodzieży ze środowisk zagrożonych marginalizacją społeczną. Zespoły przebranych wolontariuszy odwiedzają podopiecznych domów dziecka, świetlic środowiskowych, szpitali i hospicjów. Akcją co roku organizuje Fundacja Tesco, a Tesco wspiera Fundację rzeczowo i finansowo. W 2020 r. paczki zostały rozesłane do dzieci pocztą. Blisko 600 podopiecznych 17 placówek otrzymało podarunki.



Tesco Polska od 2013 r. przekazuje nadwyżki spożywcze, stara się również inicjować dyskusje i współpracę międzysektorową, by walczyć z problemem marnowania żywności poprzez: organizację konferencji CE Food Waste, inaugurację zbiórek żywności w sklepach Tesco. Współpracując z Bankami Żywności, Caritas Polska oraz innymi organizacjami, przekazuje żywność ze swoich sklepów. Tylko w 2020 r. sieć przekazała 2 328 775 kg, co pozwoliło na przygotowanie ponad 5,5 mln posiłków. Dodatkowo 63 759 kg żywności trafiło do organizacji działających na rzecz zwierząt.



Aktywny TIM dla Przyjaciół to akcja charytatywna polegająca na gromadzeniu przez pracowników firmy **TIM** kilometrów z wykorzystaniem aplikacji Endomondo. Podczas dziesięciodniowej rywalizacji w 2020 r. zdobyto niemal 40 tys. km. Zgromadzone środki – 20 tys. zł – zostały przekazane przez Zarząd TIM w formie darowizn na rzecz trzech fundacji.



Świąteczna Aukcja Charytatywna T-Mobile Polska

w 2020 r. miała miejsce po raz dziewiętnasty. Pracownicy firmy w pierwszym etapie, który odbywa się w listopadzie, zgłaszają kreatywne pomysły na prezenty (często przygotowane własnoręcznie). Kolejny etap to licytacja online. Zebrane w ten sposób środki podwajane są przez Zarząd i przeznaczone zostają na wolontariaty pracownicze, które firma wspiera finansowo w ramach projektu Radość Pomagania.



Program „**VWolontariat**” jest formą wolontariatu pracowniczego fabryki silników **Volkswagen Motor Polska**,

polegającą na wsparciu finansowym w wysokości każdorazowo do 10 tys. zł inicjatyw pomocowych realizowanych przez pracowników w czasie wolnym od pracy. Kryterium wyboru projektów do dofinansowania jest także liczba wolontariuszy (w tym spoza VW MP) zaangażowanych w dane działanie.



Firma **WoshWosh** w ramach pomocy potrzebującym i ubogim po raz trzeci przeprowadziła zbiórkę używanego obuwia, zarówno wśród osób prywatnych, jak i we współpracy z firmami. Zebrane buty były czyszczone oraz dezynfekowane, a następnie za pośrednictwem fundacji przekazywane potrzebującym. Podczas trzech edycji akcji udało się zebrać ponad 15 tys. par używanego obuwia, czyli pomóc przetrwać zimą prawie połowie polskich bezdomnych. Akcja ma na celu także promocję postaw zero waste.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Shoebox to inicjatywa polegająca na zbiorce kosmetyków i produktów do makijażu. Akcja łączy wsparcie dla nierówności społecznych z recyklingiem i ograniczeniem konsumpcji (artykuły pakowane są w pudełka po butach, a wiele ofiarowanych rzeczy stanowi efekt domowych porządków). Co roku do akcji przyłączają się wszystkie biura Cognifide (obecnie **Wunderman Thompson Technology**).



EDUKACJA DOROSŁYCH

W roku 2020 po raz pierwszy można było posłuchać **podcastu naukowego** ADAMED SmartUP Fundacji Adamed (**Adamed Pharma**). Pierwsze cztery odcinki dotyczą wyzwań w obszarze żywiołów – wody, powietrza, ziemi i ognia (rozumianego jako wysokie temperatury). Do studia nagraniowego zaproszono polskich naukowców oraz członków fundacji i stowarzyszeń działających na rzecz ochrony środowiska.



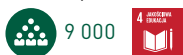
Projekt **CyberMocni@ Szkoła** zainicjował **Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy**. Partnerem została szkoła języka angielskiego Early Stage. Jego zadaniem jest wyposażenie uczestników w narzędzia i rozwiązania technologiczne usprawniające codzienną pracę z uczniem, również w trybie online. W projekcie wzięło udział prawie 600 nauczycieli z całej Polski. Zorganizowano cztery spotkania, w tym dwa warsztaty dla 13 grup nauczycieli.



Cyber Plac to bezpłatna platforma szkoleniowa z kursami IT, która powstała z inicjatywy **Capgemini Polska**. Szkolenia, jak i sama platforma stworzone zostały przez pracowników Capgemini – wolontariuszy, pasjonatów i ekspertów programowania, którzy w wolnym czasie nagrywali instruktaże, dzieląc się wiedzą i umiejętnościami cyfrowymi. W ciągu trzech miesięcy na szkolenia zapisało się 600 osób.



Celem projektu **przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu z Fundacją Zwolnieni z Teorii** zorganizowanego przez **Capgemini Polska** było podniesienie kompetencji cyfrowych wśród osób zagrożonych wykluczeniem oraz zwrócenie uwagi na to zjawisko licealistów biorących udział w olimpiadzie. Po udziale w webinarach i szkoleniach prowadzonych przez doświadczonych trenerów Capgemini, licealiści tworzyli warsztaty szkoleniowe dla beneficjentów zagrożonych wykluczeniem. Udato się dotrzeć do ponad 2300 odbiorców szkoleń, a łączna liczba beneficjentów, razem z odbiorcami kampanii GIT (Girls In Tech), to ponad 11 680 osób.



Redakcje „Gazety Wyborczej” i „Wysokich Obcasów” z **GRUPY AGORA** zaangażowały się w **akcje społeczne na rzecz walki z pandemią koronawirusa**. Ich częścią były działania wspierające lokalnych przedsiębiorców, m.in. inicjatywa „Solidarni 2020. Prześlij trochę wsparcia”. Akcja wspierała pracowników i właścicieli firm, którzy wskutek pandemii znaleźli się w wyjątkowo trudnym położeniu. Redakcja „Gazety Wyborczej” podjęła również współpracę z kancelariami prawnymi, aby pomóc swoim czytelnikom mającym wątpliwości, jak interpretować przepisy związane z rządową pomocą anty-kryzysową.



Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** oferowała **pomoc prawną podczas epidemii koronawirusa**. Kancelaria tworzyła treści pomagające zrozumieć przepisy uchwalane w celu zapobiegania skutkom epidemii. Treści były publikowane zarówno na stronie internetowej w zakładce „koronawirus”, jak i na profilu Kancelarii na Facebooku. Kancelaria otrzymała wyróżnienie od „Rzeczpospolitej” za stronę internetową poświęconą doradztwu prawnemu podczas epidemii koronawirusa.



Podcast Rodzice, Rossnę! Powstał z inicjatywy **Rossmann SDP**. Każdy odcinek to spotkanie z ekspertem i materiał edukacyjny stanowiący odpowiedź na najczęstsze dylematy, pytania i wątpliwości rodziców dotyczące zdrowia, higieny, wychowania i pielęgnacji dzieci. Firma zaprosiła ekspertów z takich dziedzin, jak: medycyna, stomatologia, psychologia, dietetyka i logopedia. Podcasty są dostępne na YouTube oraz na kanałach streamingowych.



Zaimponuj wiedzą to cykl webinarów technologicznych prowadzonych w ramach wolontariatu kompetencji przez ekspertów Samsung R&D Polska z **Samsung Electronics Polska**. Spotkania adresowane są do studentów, start-upów, biznesu, pasjonatów nowych technologii. Każdy cykl dedykowany wybranej dziedzinie np. sztucznej inteligencji, składa się z 3-4 webinarów złożonych z prezentacji, wykładu oraz sesji pytań. W trzech webinarach łącznie wzięło udział 187 osób. Wolontariusze sami zgłaszają tematy webinarów i dobierają prelegentów do każdego cyklu.



Akademia Santander Universidades to cykl organizowanych przez **Santander Bank Polska** we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie dziewięciu wykładów, w których wzięło udział 18 prelegentów. Projekt był elementem globalnej kampanii #ZainwestujWSiebie. W trakcie spotkań online z kadrą zarządzającą banku uczestnicy mieli okazję poznać tajniki funkcjonowania instytucji oraz zadać im pytania. Udział w min. siedmiu spotkaniach uprawniał do uzyskania certyfikatu. Łącznie uczestniczyło

w projekcie około 800 osób z ponad 70 uczelni, certyfikaty uzyskało 550 osób.



Biznes w Kobięcych Rękach to program skierowany do kobiet, które chcą założyć własną firmę. W ramach sześciu edycji programu powstało ponad 250 firm prowadzonych przez kobiety. Program finansowany jest ze środków Citi Foundation, a realizowany przez Fundację Przedsiębiorczości Kobiet we współpracy merytorycznej Fundacji Citi Handlowy (**Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy**).



Elementy programu **IT for She** to m.in. program mentorin-gowy i największy w Europie obóz tematyczny dla dziewczyn w IT – Women in Tech Camp. Program realizowany jest przez Fundację Perspektywy we współpracy merytorycznej Fundacji Citi Handlowy (**Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy**) oraz przy wsparciu finansowym Citi Foundation.



Ambadorskie Duety to program **BNP Paribas Bank Polska** skierowany do studentów. W ramach programu w ciągu dwóch semestrów studenci współpracują z bankiem, w duetach prowadząc szereg aktywności merytorycznych i promocyjnych na uczelni. W 2020 r. studenci uczestniczyli w spotkaniach dotyczących m.in. tematyki CSR i zrównoważonego rozwoju, budowania marki osobistej, zarządzania projektami.



Studia podyplomowe „Manager CSR”, realizowane są przez Collegium Civitas we współpracy z **CSRinfo**. Celem studiów jest wyposażenie kadry menedżerów i specjalistów z przedsiębiorstw, administracji publicznej i organizacji społecznych w wiedzę i umiejętności niezbędne do sprawnego zarządzania procesami CSR.



W ramach trzeciej edycji projektu **Enea dla Pokoleń. Wspólnie o bezpieczeństwie Grupa Enea** zorganizowała akcję pod nazwą „Enea dla pokoleń. Bezpieczny i zdrowy senior”. Uruchomiono darmową infolinię TeleRada. Pod telefonem przez pięć dni tygodniu, w wyznaczonych godzinach dyżurują eksperci wybranych dziedzin: dietetyk, prawnik, pracownik socjalny, rzecznik praw konsumentów, lekarz i farmakolog.



Henkel Polska był opiekunem merytorycznym ścieżki edukacyjnej „Komunikacja a CSR” piętnastej edycji Ligi Odpowiedzialnego Biznesu. W ramach współpracy studenci uczestniczyli w dwudniowym zjeździe w siedzibie firmy w Polsce. Podczas spotkań przedstawiciele firmy Henkel oraz zaproszeni goście dzielili się z uczestnikami swoim doświadczeniem i wiedzą ekspercką.



L'Oreal-UNESCO Dla Kobiet i Nauki to program **L'Oreal Polska**, który wspiera rozwój naukowy kobiet i promuje różnorodność w środowisku naukowym. Jest on organizowany we współpracy z Polskim Komitetem ds. UNESCO, MNiSW oraz PAN. Z okazji jubileuszowej edycji powstał Raport Wpływu oparty o badania przeprowadzone wśród stypendystek i członków jury Programu.



MeeTech to cykl dostępnych dla uczestników z zewnątrz spotkań typu meetup. Odbywają się raz w miesiącu, w biurze firmy **ING Tech Poland**. Prelegentami są pracownicy firmy, którzy chcą podzielić się wiedzą ze swojego obszaru. Po każdym wystąpieniu uczestnicy rozpoczynają dyskusję wokół omawianych tematów. W 2020 r. MeeTech odbywały się online.



Celem Programu „Przepustka do pracy w LW „Bogdanka” – Potrzebujemy najlepszych!” jest wspieranie i rozwijanie idei systematycznej nauki wśród uczniów szkół przystępujących do partnerstwa. Najlepsi absolwenci uzyskali realną „przepustkę do pracy...” w spółce **Lubelski Węgiel Bogdanka**.



Fundacja mBanku (**mBank**) w 2016 r. ustanowiła Konkurs „Krok w przyszłość” o nagrodę Fundacji mBanku za studentką pracę z matematyki. Studenci dowolnych kierunków matematycznych mogą zgłaszać do konkursu prace magisterskie, licencjackie lub naukowe promujące nowatorskie, oryginalne rozwiązania oraz wskazujące nowe kierunki i metody badawcze. W roku 2020 zgłoszono 54 prace studenckie.



Rozumiemy Twoje emocje i piszemy dla Ciebie – to uruchomiony przez **OVUM Rozrodczość i Andrologia** cykl artykułów dla osób zmagających się z problemem niepłodności. Ideą jest, by czytelnik poczuł się komforto-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

wo i uświadamiał sobie, że niepotudność jest problemem powszechnym oraz może być skutecznie leczona.



Pogram stypendialny „Bona Fide” to projekt **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN**. Stypendium, o max. wartości 150 tys. zł, skierowane jest do studentów studiów drugiego lub trzeciego stopnia kształcących się na jednej z 50 zagranicznych szkół wyższych ujętych w Akademickim Rankingu Uniwersytetów Świata, którzy po zakończeniu nauki wrócą do Polski i podejmą pracę w sektorze publicznym. W 2020 r. stypendia otrzymało 10 polskich studentów.



Głównym elementem **Programu Praktyk „Złota Kariery” Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** są realizowane cyklicznie płatne praktyki. Praktykanci biorą także udział w szkoleniach i wyjazdach terenowych, a najlepsi mają możliwość pozostania w spółce na sześciomiesięcznym stażu.



WEX to program płatnych praktyk w **PwC** dla studentów pierwszego i drugiego roku oraz jeden z nielicznych programów dla studentów pierwszych lat studiów. Każdy uczestnik dostaje indywidualnego opiekuna, dostęp do platformy szkoleniowej PwC oraz doradztwo zawodowe i doradztwo kariery.



Samsung Electronics Polska prowadzi działania edukacyjne w zakresie budowania zdrowych nawyków cyfrowych u dzieci i dorosłych: **Samsung CyfrOFFy kONtakt**. Od 2018 r. organizowane były cykliczne warsztaty rodzinne, dzięki którym rodzice mogli się dowiedzieć, jak czynnie uczestniczyć w życiu cyfrowym dzieci. Samsung prowadzi także warsztaty dla nauczycieli, dzieci i rodziców w 18 przed-szkolach w Polsce. W ramach programu otwarto pracownię edukacyjną Samsung Edu Lab w Szkole Podstawowej nr 234 im. Juliana Tuwima w Warszawie.



Aby nauczyć mamy, jak bez skrępowania rozmawiać z córką o dojrzwaniu, firma **Sanofi** zainicjowała kampanię **Porozmawiajmy, Mamo**. Powstała platforma edukacyjna www.porozmawiajmymamo.pl. W roku 2020 projekt był realizowany głównie w social mediach.



Finasiaki to My! – książki dla rodziców to poradnik, w którym można znaleźć podpowiedzi ekspertów m.in.: w jaki sposób w codziennych sytuacjach życiowych edukować dziecko o finansach oraz o zarządzaniu budżetem. W 2020 r.

Santander Bank Polska udostępnił książkę w formie e-booka. Od połowy lutego do końca grudnia 2020 r. poradnik pobrano ponad 625 razy. Dodatkowo, od czerwca 2020 r. klienci, którzy otwierają konto dla dziecka, otrzymują plik z książką bezpośrednio na podany adres e-mail.



Green Living by Skanska – blog o tym, jak żyć w zgodzie z naturą, mieszkając w miejskich dżunglach (Skanska w Polsce) to projekt, budujący spoleczność wokół tematu życia w centrum miasta w zgodzie z naturą. Edukacja dotycząca ekologii w budownictwie mieszkaniowym, wywiady z ekspertami z zakresu stylu życia, psychologii, technologii i urbanistyki – to niektóre tematy obecne na blogu i FB.



TAURON Dystrybucja (TAURON Polska Energia) prowadzi program edukacyjny **Bezpieczniki Taurona. Włącz w pracy** skierowany do operatorów maszyn budowlanych i rolniczych oraz zwykłych użytkowników. Materiały popularyzowane są m.in. za pośrednictwem mediów, instytucji, podczas targów, szkoleń, konferencji, eventów oraz imprez, którym spółka patronuje. Dystrybucja odbywa się także przez działy dokumentacji i obsługi klienta.



Konkurs VERBA VERITATIS to organizowany już od 15 lat przez **Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** (wcześniejsza nazwa: Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych) oraz Akademię Leona Koźmińskiego konkurs na najlepszą pracę dyplomową, magisterską, licencjacką, doktorską lub MBA z zakresu etyki biznesu. Celem konkursu jest podnoszenie wśród młodych ludzi poziomu wiedzy z zakresu etyki biznesu, CSR i ładu korporacyjnego.



EDUKACJA DZIECI I MŁODZIEŻ

E-book **„Koronawirus: książka dla dzieci”** wydany w partnerstwie z **Allianz Polska** tłumaczy najmłodszym, z czym mierzy się świat w czasie pandemii. Wydawnictwo Poradnia K przygotowało publikację z rekomendacjami pediatrów immunologów oraz ekspertów medycznych Grupy LUX MED. Książka odpowiada na nurtujące pytania, m.in. „Co to jest koronawirus?”, „Dlaczego część miejsc, do których chodzimy, jest teraz zamknięta?”.



STEM Kindloteka to program edukacyjny realizowany przez **Amazon Fulfillment Poland** i Stowarzyszenie Cyfrowy Dialog, skierowany m.in. do uczniów i nauczycieli. STEM Kindloteka to specjalnie zaaranżowane przestrzenie stworzone do czytania, zajęć programistyczno-robotycznych, majsterkowania, muzykowania, odkrywania i doświadczania

tworzone w szkołach, centrach kultury i bibliotekach wokół centrów logistycznych Amazon. Do końca 2020 r. działało 20 STEM Kindlotek, w zajęciach online wzięło udział 33 817 dzieci, a 1470 osób przeszkolono do prowadzenia zajęć.



Fundacja **Banku Millennium** realizowała program „Finansowy Elementarz” polegający na **edukacji finansowej przedszkolaków i ich rodziców online**. Dotychczas istniejące cztery książeczki „Elementarza” pojawiły się w formie animowanych filmików dla dzieci na kanale YouTube Fundacji. Powstał też dostępny online „Poradnik dla rodziców. Jak uczyć dzieci finansów”. Fundacja nagrała również cykl wywiadów wideo na tematy związane ze specyfiką edukacji finansowej dzieci w wieku przedszkolnym.



BNP Paribas Bank Polska rozpoczął realizację projektu **Misja Edukacja**, obejmującego szereg działań edukacyjnych z zakresu finansów, ekologii, bezpieczeństwa, przedsiębiorczości oraz psychologii. Wśród partnerów projektu znajdują się m.in. Krajowy Instytut Gospodarki Senioralnej, Uniwersytet Dzieci, Fundacja Kosmos dla dziewczynek, Wyższa Szkoła Bankowa. Bank przeprowadził webinarium z zakresu cyberbezpieczeństwa i zakupów w sieci oraz wzmocnienia kompetencji cyfrowych wśród seniorów, zorganizował bezpłatne warsztaty, zaprosił dzieci pracowników do pilotażu programu edukacyjnego Uniwersytetu Dzieci oraz udostępnił webinarium w ramach BNP Paribas Talks.



Castorama Polska zorganizowała konkurs **Świąteczne Majsterkowo**, którego celem było zachęcenie najmłodszych do rozwijania wyobraźni i zdolności technicznych poprzez majsterkowanie. W konkursie mogły wziąć udział dzieci, wnukowie, dzieci partnerów i rodzeństwa pracowników firmy Castorama oraz pracowników Kingfisher Sourcing Eastern Europe w wieku 4–15 lat. Do konkursu zostało zgłoszonych 191 prac.



CEMEX Polska realizuje projekt **Wirtualna Szkoła CEMEX**, którego celem jest wsparcie zdalnych metod nauczania w szkołach zlokalizowanych w okolicach swoich zakładów. Prace projektowe, realizowane przez eksperta-informatyka oraz kilkunastu wolontariuszy CEMEX, obejmują m.in. konfigurację konta szkoły w aplikacji Office 365 Teams oraz przeszkolenie nauczycieli i uczniów z obsługi narzędzia. Z inicjatywy skorzystało prawie 5 tys. uczniów z 22 szkół w 19 miejscowościach.



Centrum Lokalizacji CM założyło Fundację Świat dla Młodych Katarzyny i Michała Tyszkowskich. Fundacja promuje edukację młodzieży z Dolnego Śląska w kierunkach językowych. Co roku prowadzi program stypendialny, którego celem jest podnoszenie jakości kształcenia w szkołach ponadgimnazjalnych, oraz rozwijanie postaw prospołecznych. Stypendium było przeznaczane na książki, kursy językowe, naukę nowych języków oraz egzaminy potrzebne, aby wyjechać za granicę.



Obserwując rozbieżności przy prowadzeniu zajęć zdalnych w lokalnych szkołach, **Fabryki Mebli „FORTE”** przy współpracy z Microsoftem zorganizowały projekt **FORTE z klasą – Microsoft dla szkół**. Zespół IT FORTE założył uczniom i pedagogom konta, przeprowadził warsztaty i szkolenia online z użytkowania MS Teams oraz objął ich opieką merytoryczną. Łącznie zespół założył ok. 2 tys. kont dla uczniów oraz przeszkolił ponad 300 nauczycieli z obsługi programu. W projekcie wzięło udział 10 szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych.



Jasielska Liga Naukowa z LOTOSEM to program realizowany na terenie jasielskich szkół, w którym od 2013 r. **Grupa Kapitałowa LOTOS** wspiera uzdolnionych uczniów. W ostatniej edycji wzięło udział 103 uczniów i 28 nauczycieli. Komisja konkursowa oceniła 32 małe projekty naukowo-badawcze z różnych dziedzin wiedzy. Nagrodę główną, pracownię językową, otrzymali uczniowie z Zespołu Szkół Miejskich nr 3 w Jaśle.



Grupa Kapitałowa LOTOS przeprowadziła projekt **Gra miejska „Poszukiwacze Bursztynowej Komnaty”**. Gra obejmowała całe Trójmiasto i okolice. Głównym zadaniem było odnalezienie Bursztynowej Komnaty, rozwiązując zagadki związane z ważnymi miejscami w Trójmieście. Do gry zaproszone zostały szkoły z rejonu Trójmiasta, które miały szansę na zdobycie 20 tys. zł. W zwycięskiej szkole przewidziano m.in. spotkanie z olimpijczykami wspieranymi przez Grupę LOTOS. W grze wzięło udział 250 drużyn liczących łącznie 700 osób.



Open P-TECH to bezpłatna **platforma edukacyjna** dla uczniów i nauczycieli uruchomiona przez **IBM Polska**. Kursy obejmują tematy, takie jak cyberbezpieczeństwo, design thinking, blockchain, chmura, data science czy sztuczna inteligencja. Znajdują się tam również treści mające za zadanie przygotowanie uczniów do pierwszych doświadczeń zawodowych.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Platforma zgromadziła do grudnia 2020 r. ponad 1400 użytkowników, a jej partnerem merytorycznym została Fundacja Szkoła z Klasą.



IBM Polska we współpracy z organizacjami pozarządowymi uruchomił **EduBota „Edzia”**, aby pomóc nauczycielom odpowiadać na pytania o zdalnej edukacji. Za jego pomocą nauczyciele mogą skorzystać z aktualnych porad w sprawie organizacji zajęć online. EduBot został stworzony we współpracy z firmami: Centrum Cyfrowe, Centralny Dom Technologii, Szkoła z Klasą, Cyfrowy Dialog oraz Centrum Edukacji Obywatelskiej. Jest wdrożony na wielu stronach internetowych.



Program P-TECH (Pathways to technology) jest systemowym podejściem **IBM Polska** do wprowadzania zmian w kształceniu zawodowym w Polsce. Uczniowie szkół technicznych objętych programem P-TECH w normalnym trybie zdobywają maturę i uznany w branży stopień zawodowy. Firma partnerska oferuje dodatkowe elementy programu dydaktycznego, poszerzając go o mentoring, zajęcia praktyków-ekspertów, dni projektowe, możliwość „job shadowingu”, dni otwarte dla uczniów w firmie oraz płatne praktyki. Do końca 2020 r. w Polsce programem były objęte cztery szkoły P-TECH i trzy firmy partnerskie programu: Samsung, Fujitsu i IBM.



Z okazji Dnia Dziecka **Jastrzębska Spółka Węglowa** uruchomiła nową wersję **Kopalni Wiedzy JSW: portalu edukacyjnego dla dzieci**. W tworzenie serwisu zaangażowali się pracownicy spółki oraz współpracujące z nią kluby sportowe: KS Jastrzębski Węgiel, GKS 1962 Jastrzębie oraz JKH GKS Jastrzębie. Na portalu są zamieszczane materiały wideo oraz artykuły z takich dziedzin, jak m.in.: przyroda, chemia, fizyka, nauka języków obcych.



Kaufland Polska Markety w ramach projektu **Stółka z klasą** zaprosił wybrane szkoły podstawowe do udziału w konkursie plastycznym na przygotowanie prac obrazujących zdrowe nawyki żywieniowe. 10 zwycięskich szkół otrzymało dofinansowanie do remontu stołówek w wysokości 60 tys. zł, a ich pracownicy wzięli udział w warsztatach na temat zdrowego odżywiania organizowanych we współpracy z Fundacją Szkoła na Widelcu.



Projekt Nasza szkoła – start up w przyszłość! realizowany przez **Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego** ma za zadanie uczyć dzieci i młodzież w zakresie SDG i kluczowych kompetencji XXI wieku.

Uczestnicy poznają zasady ładu społecznego, zwiększają swoje umiejętności komunikacyjne, matematyczne i społeczne. Do końca 2020 r. w inicjatywie wzięło udział 1499 osób.



W 312 placówkach detalicznych oraz mKioskach **mBank** udostępnił publikację **„Dziecinne prosta matematyka”**. Każdy zainteresowany mógł zamówić własny egzemplarz z odbiorem w wybranej placówce lub w formie e-booka na stronie www.mjakmatematyka.pl. Książka jest przeznaczona dla rodziców dzieci w wieku 0–6 lat i pomaga oswoić się z matematyką od najmłodszych lat. Rozdano około 50 tys. publikacji, a e-book był pobrany ponad 20 tys. razy.



„Wielcy polscy matematycy znani i nieznani. Scenariusze lekcji matematyki i nie tylko” to publikacja, która powstała we współpracy mFundacji (**mBank**) z Fundacją Szkoła z Klasą. Jej celem jest przybliżenie wybitnych, choć często mało znanych postaci polskiej matematyki. Zawiera osiem scenariuszy lekcji, które można wykorzystać podczas lekcji matematyki, języka polskiego, godziny wychowawczej i historii.



W ramach dobrej praktyki **#jesteśmyziami – edukacja** firma **Orange Polska** wsparta nauczycieli w prowadzeniu zdalnych lekcji poprzez cykl webinarów, w których uczestniczyło 9739 nauczycieli. Zorganizowano konferencję „Jutro w szkole. Szkoła jutra”, którą obserwowało 19 133 odbiorców. Przygotowano ofertę dodatkowych zajęć zdalnych dla uczniów na temat wykorzystania nowych technologii: „Poranki z SuperKoderami” oraz „FabLab w domu”. Wsparcie psychologiczne dla dzieci i młodzieży realizowane było poprzez wsparcie finansowe Telefonu Zaufania dla Dzieci i Młodzieży 116 111. Sprzęt komputerowy z oprogramowaniem przekazano dla Domu Młodzieży w Lublinie, SOS Wioski Dziecięcej w Kraśniku, Programu Umacniania Rodzin „SOS Rodzinie” w Biłgoraju oraz domów dziecka z województwa dolnośląskiego. Zapewniono też bezpłatny transfer danych ze stron edukacyjnych, m.in. Librus, Vulcan, Eduelo, a także Nineteka, oraz wprowadzono ofertę internetu dla nauczycieli, uczniów i studentów eduFlex.



Czyściochowo – edukacja dzieci w obszarze higieny to działanie realizowane w ramach programu Rossnė! Firmy **Rossmann SDP**. Działanie objęło produkcję edukacyjnych bajek, w których Czyściochy uczą najmłodszych widzów m.in. jak prawidłowo myć dłonie czy jak pielęgnować skórę latem. Bajki są dostępne na kanale Rossnė! na YouTube. Najpopularniejszy odcinek miał ponad 50 tys. wyświetleń w ciągu miesiąca od emisji.



Program edukacyjny dla przedszkoli „Czyściochowe Przedszkole” firmy **Rossmann SDP** ma na celu kształtowanie prawidłowych nawyków higienicznych wśród dzieci w wieku przedszkolnym. Wśród przygotowanych materiałów nauczyciele mieli do dyspozycji gotowe scenariusze zajęć, materiały dla dzieci do kontynuacji nauki przez zabawę w domu, pomysły na zabawy i eksperymenty. W programie zarejestrowało się ponad 7 tys. nauczycieli z ponad 5 tys. przedszkoli.



Zdalne lekcje z Samsung Flip zorganizowane przez **Samsung Electronics Polska** to wsparcie technologiczne i komunikacyjne nauczycieli prowadzących zajęcia online. Firma pomogła podnieść jakość lekcji poprzez wyposażenie domowych pracowni w interaktywne flipczarty i inne urządzenia mobilne. Nauczyciele mogli kontynuować naukę w trybie online dla większej liczby odbiorców, nie tylko uczniów szkół, z którymi są związani zawodowo.



Shell Polska w trosce o dzieci swoich pracowników i ich kolegów z klas wdrożył **Kampanię Ergo-szelki**, która miała na celu edukację w zakresie ergonomii miejsca nauki. Firma stworzyła materiały w języku polskim i angielskim z możliwością wykorzystania przez rodziców, jak również do udostępnienia szkołom.



Firma **SumiRiko Poland** zorganizowała w szkole podstawowej konkurs plastyczny **Rzeźba z odpadów**, który miał na celu ponowne wykorzystanie odpadów, recykling i przeprowadzenie pogadanki. Celem akcji było uświadomienie dzieciom, jak ważny jest recykling i jak wiele odpadów można ponownie wykorzystać.



Firma **SuperDrob** zrealizowała warsztaty **Kuchnia SuperTrampkarza**. W Showroomie firmy gościli zawodnicy z klubów: Mazur Karczew, Józefovia Józefów, Vulcan Wólka Mładzka i UKS Żagle. W przedsięwzięciu wzięło udział ok. 140 osób. Spotkania składały się z części wykładowej oraz warsztatu kulinarnego. Uczestnicy zdobyli wiedzę na temat zdrowego stylu życia, odżywiania, bilansowania diety oraz przygotowania zdrowych smacznych posiłków.



T-Mobile Polska wspólnie z Fundacją Digital University realizują projekt edukacyjny **B.NET**. Zorganizowano szkolenia

dla nauczycieli, podczas których omówione zostały kluczowe aspekty bezpieczeństwa w sieci dotyczące uczniów w wieku 6–13 lat. Nauczyciele otrzymują gotowe scenariusze zajęć, które powinni zrealizować w swoich szkołach. Do końca 2020 r. przeprowadzono 11 szkoleń, w których udział wzięło ponad 300 nauczycieli.



Wawel i Fundacja „Wawel z Rodziną” angażują się w **akcje skierowane do domów dziecka w Polsce**. Dla ośrodków opiekuńczo-wychowawczych zorganizowano dwa konkursy: „Dobre Uczynki”, gdzie zadaniem było wykonanie pracy literackiej lub plastycznej, oraz „Zostań Pomocnikiem św. Mikołaja”, gdzie zadaniem było przygotowanie ozdób świątecznych. Łącznie w obu konkursach splotyło ponad 380 zrealizowanych zadań. W dotychczasowej pomocy do ponad 430 placówek trafiło 127 ton słodyczy.



Program i konkurs edukacyjny **#DobraRobotaChallenge, czyli kim chcę być, gdy dorosnę?** powstał z inicjatywy Fundacji „Wawel z Rodziną” firmy **Wawel**. Jest skierowany do dzieci i młodzieży z klas VII–VIII szkół podstawowych oraz ponadpodstawowych i ma na celu przybliżenie uczniom różnorodności i specyfiki pracy w różnych zawodach. W ramach akcji przygotowano pomoce edukacyjne dla nauczycieli. Odbywa się też konkurs, którego celem jest m.in. skłonienie dzieci i młodzieży do refleksji nad swoją zawodową przyszłością. Do końca grudnia 2020 r. w programie zarejestrowały się 253 szkoły.



ADAMED SmartUP to naukowo-edukacyjny program Fundacji Adamed (**Adamed Pharma**). Program popularyzuje nauki ścisłe i przyrodnicze oraz wspiera w rozwoju pasji i zainteresowań. W roku 2020 wszystkie działania były prowadzone online. Dotychczas w programie zostało zorganizowanych sześć obozów naukowych, w których wzięło udział 300 uczniów i uczennic. 60 osób zostało nagrodzonych indywidualnymi konsultacjami naukowymi, a 15 zostało stypendystami.



Ogólnopolski konkurs plastyczny na projekt znaczka pocztowego „Świat oczami młodych” dla młodzieży w wieku 7–19 lat to inicjatywa Fundacji BOŚ, działającej przy **Banku Ochrony Środowiska** i Poczty Polskiej. Celem czwartej edycji konkursu, która odbyła się w 2020 r., była edukacja z zakresu wolontariatu. Spośród niemal 800 prac wyłonione zostały trzy, które wydano jako znaczki pocztowe z serii „Świat oczami młodych”.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Ogólnopolski projekt **Zdrowo jem, więcej wiem** Fundacji BOŚ, działającej przy **Banku Ochrony Środowiska** funkcjonuje od 2010 r. W trakcie zajęć dla zerówek i klas 1-3 szkół podstawowych prowadzonych przez nauczycieli zgodnie ze scenariuszami Fundacji dzieci zdobywają wiedzę na temat zdrowego stylu życia. Do jedenastu edycji projektu zapisało się 317 tys. uczniów i 16 tys. nauczycieli.



Wolontariusze z Zakładu Produkcji Katalizatorów Samochodowych **BASF Polska** w Środzie Śląskiej zaprosili pierwszoklasistów ze Szkoły Podstawowej nr 32 we Wrocławiu na **zdalne warsztaty chemiczne**. Uczniowie poznali osiem różnych doświadczeń chemicznych.



CHEMIATOMY to długofalowy projekt edukacyjny **BASF Polska** skierowany do młodzieży. Profil na Facebooku zapewnia stały dostęp do chemicznych ciekawostek i najciekawszych informacji ze świata chemii. W 2020 r. w laboratorium chemicznym Centrum Nauki Kopernik w Warszawie realizowano warsztaty chemiczne online prowadzone przez ekspertów CNK oraz pracowników BASF Polska.



W 2018 r. Fundacja BNP Paribas (**BNP Paribas Bank Polska**) wraz z Fundacją Ocalenie uruchomiły program **Wiedza do Potęgi** mający na celu pomoc młodzieży uchodźczej w kontynuacji nauki w nowym miejscu oraz w odnalezieniu się w polskim systemie edukacyjnym. W roku szkolnym 2020/2021 w programie bierze udział 75 uczniów, spośród nich 47 korzysta z programu dzięki wsparciu Fundacji BNP Paribas.



Projekt Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży **BAKCYL** organizowany jest przez Warszawski Instytut Bankowości. Obecnie z **BNP Paribas Bank Polska** w programie działa blisko 100 pracowników-wolontariuszy, którzy regularnie prowadzą lekcje w szkołach. W 2020 r. odbyły się 143 lekcje, większość w formie online.



W ramach autorskiego programu **Agrotalenty**, Fundacja BNP Paribas, działająca przy **BNP Paribas Bank Polska**, przyznaje stypendia dla laureatów ogólnopolskiej Olimpiady Wiedzy i Umiejętności Rolniczych oraz stypendia pomostowe dla najlepszych studentów kierunków rolniczych. W edycji 2019/2020 Fundacja ufundowała 36 stypendiów.



Głównym celem programu **IT Girls rEvolution Academy Capgemini Polska** jest walka ze stereotypami na temat kobiet w IT, zainteresowanie licealistek tą branżą i zachęcenie do dalszego zgłębiania tematyki IT poprzez kontynuację nauki na studiach IT/technicznych. W ramach programu odbywają się warsztaty z pracownikami firmy w różnych obszarach IT.



Kierunek Castorama to program edukacyjny **Castorama Polska** dla uczniów średnich szkół technicznych i branżowych, którego celem jest budowanie dumy z posiadania wykształcenia technicznego. Ambicją firmy jest kształtowanie i wzmocnianie świadomych wyborów zawodowych, w oparciu o kontakt i współpracę z profesjonalistami, doświadczonymi pracownikami firmy.



Program edukacyjny „**Majsterkowo**” to zajęcia prowadzone w sklepach **Castorama Polska**, dla grup szkolnych w wieku od 6 do 12 lat. W 2020 r. zajęcia w sklepach odbyły się tylko na początku roku. „Majsterkowo online” to zbiór porad umieszczonych na stronie internetowej Castoramy, związanych z majsterkowaniem, kreatywnym spędzaniem czasu wspólnie z dzieckiem i rozwijaniem jego zdolności technicznych.



Warsztaty na okrągło są częścią **Akademii Zrównoważonego Rozwoju** firmy **CEMEX Polska**. Podczas warsztatów online uczniowie dowiedzieli się, czym jest zrównoważony rozwój i gospodarka o obiegu zamkniętym oraz o działaniach CEMEX Polska w tym zakresie. Do placówek oświatowych zostały przesłane autorskie gry planszowe CEMEX „W obiegu”.



Celem programu **THE CODE**, realizowanego przez firmę **dentsu Polska** we współpracy z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości, jest edukowanie i inspirowanie młodych ludzi w obszarze kompetencji cyfrowych. W 2020 r. udało się m.in. zaangażować 22 wolontariuszy – pracowników firmy, do przeprowadzenia 17 e-lekcji w liceach w całej Polsce.



Energa Grupy ORLEN realizuje autorski program **Planeta Energii** od 2010 r., który pomaga przekazywać dzieciom wiedzę o energii i ekologii w interaktywny i angażujący sposób. Co roku ogłaszany jest konkurs dla klas 1-3. Trzy szkoły, które przeprowadzą lekcje dostępne na stronie programu i przygotują działanie edukacyjne, mogą wygrać 10 tys. zł na cele edukacyjne i wizytę dr. Tomasa Rożka w szkole.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

W 2017 r. Enea Elektrownie Ostrotęka (**Energa Grupa ORLEN**) i Miasto Ostrotęka rozpoczęły współpracę w kwestii rozwoju szkolnictwa zawodowego. Powstała **klasa patronacka w Ostrotęce**. We wrześniu 2020 r. odbyło się otwarcie pracowni przeznaczonej do kształcenia teoretycznego i praktycznego uczniów w zawodzie technik energetyk.



Energ(i)a do Nauki! to program **współpracy ze szkołami średnimi i wyższymi**, w ramach którego Energa Operator (**Energa Grupa ORLEN**) od roku 2012 obejmuje swoim patronatem klasy i kierunki kształcące w obszarach związanych z energetyką. W 2020 r. przyznano w programie: stypendia naukowe 172 uczniom szkół średnich oraz 11 studentom uczelni wyższych, dofinansowanie do wyposażenia laboratorium elektroenergetycznego dla czterech szkół średnich, nagrody rzeczowe 40 najlepszym uczniom w przedmiotach zawodowych.



Pracownicy **Europ Assistance Polska** wspierają **przedsiębiorczą młodzież**: szerzą wiedzę o assistance i CSR poprzez aktywne wsparcie Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości, udział w Dniu Przedsiębiorczości, a także akcją Otwarta Firma.



W ramach **korepetycji** pracownicy EY GDS Poland (**EY Polska**) pomagają dzieciom z wrocławskiego MOPS w odrabianiu lekcji z różnych przedmiotów. W regularną pomoc zaangażowanych jest siedem osób. Większość wolontariuszy pracuje z jednym dzieckiem przez cały semestr.



Ogólnopolski program „**Koloratorium**” **Fabryki Farb i Lakierów Snieżka** inspirowa i angażuje uczniów ze szkół podstawowych z miejscowości do 20 tys. mieszkańców, którzy pod opieką nauczycieli mogą wykonywać interesujące zadania związane z naukami przyrodniczymi, rozwijać swoją wiedzę z zakresu chemii i biologii i zdobywać tym samym punkty w rankingu. W ramach etapu finałowego „Koloratorium” zadaniem szkół było przygotowanie filmu konkursowego.



Siądma edycja Festiwalu Matematyki **Matematyka się liczy**, wydarzenia organizowanego przez „Gazetę Wyborczą” (**GRUPA AGORA**) oraz Fundację mBanku, miała miejsce

w grudniu 2020 r. Eksperti i nauczyciele podzielili się dobrymi praktykami i metodami na skuteczną naukę zdalną.



Celem akcji edukacyjnej „**Dbamy o Twoje bezpieczeństwo. Ty też o nie zadбай!**” **Grupy Enea** jest promowanie bezpiecznych zachowań w pobliżu elementów sieci elektroenergetycznej. Na potrzeby projektu zostały zrealizowane animowane spoty edukacyjne, konkursy dla uczniów oraz pokazy i zajęcia poświęcone bezpieczeństwu. Projekt zrealizowany został w 29 szkołach podstawowych i przedszkolach.



Program **wspierania szkolnictwa branżowego i technicznego pod patronatem spółek Grupy Enea** zakłada objęcie patronatem szkół, które wyróżniają się wysokim poziomem kształcenia uczniów w zawodach, na które jest największe zapotrzebowanie w spółkach Grupy. Szkoły otrzymują wsparcie rzeczowe. Grupa Enea ma swój udział w rozwijaniu programów edukacyjnych oraz organizuje: szkolenia dla uczniów i nauczycieli, konkursy, warsztaty i wycieczki edukacyjne.



Konkurs „**Moc na start**”. Konkurs o stypendium Enea S.A.” skierowany jest do uczniów szkół patronackich **Grupy Enea**. Konkurs, dzięki zaangażowaniu ekspertów Enei, którzy dzielą się swoją wiedzą, rozwija zainteresowania poznawcze i badawcze uczniów oraz ich praktyczne umiejętności. Najlepsi uczniowie zdobywają stypendia.



Enea Elektrownia Połaniec (**Grupa Enea**) prowadzi program **Bezpieczny Przedszkolak**, który uczy najmłodszych zachowania się w sytuacjach niebezpiecznych i w sytuacji gdy ktoś potrzebuje pomocy. Do projektu zaproszono OSP Połaniec, Komisarjat Policji w Połancu oraz Komendę Miejską Policji w Staszowie. W projekcie łącznie udział wzięło ok. 300 dzieci.



Program **Zdolni z LOTOSEM Grupy Kapitałowej LOTOS** zakłada podjęcie takich działań, jak doskonalenie nauczycieli w zakresie pracy z uczniami zdolnymi, przeprowadzenie zajęć pozalekcyjnych, objęcie uczniów opieką mentorską, a także wsparcie stypendialne.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Program Świat Młodych Badaczy to międzynarodowy projekt edukacyjny firmy Henkel, realizowany w Polsce przez **Henkel Polska** od 2016 r. w formie 90-minutowych interaktywnych warsztatów dla uczniów szkół podstawowych klas 2-4.



W ramach programu **Ambasadorzy Zrównoważonego Rozwoju** pracownicy firmy **Henkel Polska**, na zasadach wolontariatu pracowniczego, prowadzą w szkołach interaktywne zajęcia, które przybliżają dzieciom ideę zrównoważonego rozwoju, kształtują w nich proekologiczne postawy oraz uczą dbania o środowisko. W Polsce projekt prowadzony jest od 2013 r. i wzięto w nim udział już ponad 4200 dzieci.



Założeniem projektu **„Akademia HPE JUNIOR” Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** jest zachęcanie uczestników do świadomego i rozsądnego korzystania z mediów społecznościowych i innych platform medialnych, aby zredukować ryzyka, np. hejt czy kradzież danych osobowych.



Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe

w ramach projektu **Akademia Horusa** prowadzi zajęcia z uczniami w szkołach średnich. Firma udostępnia uczniom wiedzę, technologie i produkty z zakresu takich obszarów, jak BHP, materiały ściernie, systemy zabezpieczania niebezpiecznych źródeł energii. W 2020 r. Akademia Horusa przeniosła swoje działania do sieci, tworząc filmy edukacyjne i prowadząc webinary.



ING Bank Śląski kontynuował współpracę w ramach branżowego programu **Bakcył**. W 2020 r. bank wspólnie z WIB zorganizował webinarium o cyberbezpieczeństwie, w którym udział wzięło 360 uczniów. Poprowadził je Maciej Ogórkiewicz – ekspert cyberbezpieczeństwa w banku.



Pracownicy firmy **Kuehne+Nagel** od lat współpracują ze szkolnictwem akademickim. Specjaliści firmy biorą udział w akcjach szkoleniowych. Firma współpracuje z Wyższą Szkołą Logistyki w Poznaniu, z którą w roku 2020 wspólnie nakręciła film dydaktyczny o spedycji morskiej, lotniczej i drogowej.



W 2020 r. Akademia Inspiracji MAKRO (**MAKRO Polska**) w ramach edukacji w branży gastronomicznej, ze względu na trudną sytuację sektora HoReCa, uruchomiła szereg

dotychczasowych darmowych działań wspierających profesjonalistów w rozwijaniu kompetencji zawodowych. Działania były realizowane w sposób pomagający zaadaptować biznes gastronomiczny do nowych warunków lub zoptymalizować ofertę w celu utrzymania się na rynku.



MAKRO Polska integruje szkoły z sektorem HoReCa oraz tworzy młodym kucharzom możliwość nauki w programie **Szef dla Młodych Talentów**. W 2020 r. odbył się cykl „Dokształcaj się online”. Zrealizowano także konkurs kulinarny w sieci „Chef Team Challenge”, wakacyjną akcję „Wycieczki kulinarne” oraz projekt „Inspiruj się online”.



Program grantowy „mPotęga” Fundacji **mBanku** popularyzuje matematykę wśród uczniów szkół podstawowych. W roku 2020 fundacja przyznała 152 granty głównie szkołom i organizacjom pozarządowym. Na realizację matematycznych projektów edukacyjnych przeznaczono niemal 955 tys. zł. Za program „mPotęga” mBank, fundator mFundacji, został nagrodzony statuetką Złotego Bankiera w kategorii „Bank wrażliwy społecznie”.



Celem programu **MetLife LifeChanger** jest promowanie wiedzy finansowej wśród uczniów ze szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Pracownicy **MetLife** w ramach wolontariatu przekazują informacje na tematy związane z finansami, ubezpieczeniami i planowaniem kariery. Z programu w 2020 r. skorzystało blisko 1 tys. uczniów.



Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** współpracuje ze szkołami w zakresie edukacji dzieci i młodzieży, np. prowadząc lekcje, których celem jest zwiększenie świadomości prawnej młodzieży, przedstawienie zawodów prawniczych, a także specyfiki pracy radcy prawnego.



Celem praktyki **Z klasą w przyszłość – model kształcenia dualnego w Starogardzie Gdańskim** jest dostosowanie edukacji technicznej w do realnych potrzeb pracodawcy – **Polpharmy**. 2020 r. pierwszy rocznik techników analityków zakończył pełny cykl nauki, zdając maturę i kończąc szkołę. Czterech absolwentów zostało zatrudnionych w Polpharmie.



Pomysłem na projekt **„Być jak Ignacy” Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** była

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

postać Ignacego Łukasiewicza. Filarem projektu jest konkurs dla szkół podstawowych na Naukową Szkołę Ignacego. Nauczyciele mogą korzystać z przygotowanych materiałów do lekcji oraz webinarium.



Projekt edukacji finansowej **Co z tym hajsem** firmy **Provident Polska** obejmuje kanał na YouTube i profil na Facebooku, gdzie w zabawny sposób przedstawiane są zagadnienia dotyczące oszczędzania, planowania budżetu, a także ciekawostki z dziedziny finansów i ze świata.



Projekt **KiDS** to program edukacyjny realizowany na poziomie globalnym przez **Sanofi** i International Diabetes Federation. Jego celem jest szerzenie wiedzy na temat cukrzycy oraz stworzenie w szkołach środowiska, które jest bezpieczne i wspiera dzieci dotknięte tą chorobą. W 2020 r. program został przeprowadzony w wersji online w 104 szkołach.



W pierwszym kwartale 2020 r. w **Santander Bank Polska** kontynuowany był projekt **Finansiaki – scenariusze lekcji dla wolontariuszy**. W styczniu i lutym pracownicy banku przeprowadzili zajęcia dla ok. 200 dzieci. Trwają prace nad przygotowaniem rozwiązania online dla wolontariuszy.



Portal **Finansiaki.pl** stworzony przez **Santander Bank Polska** wspiera nauczycieli i rodziców w przekazywaniu wiedzy z zakresu finansów. To zbiór porad, pomocy naukowych i zabaw do wykorzystania w szkole i poza nią, poradnik dla tych, którzy chcą zadbać o edukację finansową swoich dzieci, bogate repozytorium gotowych scenariuszy lekcji dla nauczycieli. W 2020 r. na portalu została udostępniona książka „Finansiaki, To MY!”, którą można pobrać bezpłatnie.



Projekt **Jestem bezpieczny w podróży** firmy **SITECH** ma na celu edukować dzieci na temat bezpiecznego podróżowania samochodem oraz prawidłowego zapinania pasów bezpieczeństwa.



Bezpieczni w domu i mieszkaniu to kampania społeczno-edukacyjna realizowana przez firmę **Skanska w Polsce**. W wybranych szkołach odbywają się przedstawienia, których

bohaterowie uczą dzieci zasad domowego BHP. W roku 2020 po raz pierwszy Skanska spotkała się z dziećmi online, organizując słuchowisko.



Sodexo Polska ułatwia wejścia w zawodowe życie młodzieży nieuprzywilejowanej. Firma współpracuje z branżowymi szkołami specjalnymi, oferując ich wychowankom z niepełnosprawnościami intelektualnymi zrealizowanie praktyk zawodowych w obszarze zawodów gastronomicznych.



Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia realizuje projekt **Mata Akademia Ubezpieczeń ERGO Hestii**. Podczas spotkań uczniowie mogą się dowiedzieć się m.in., jak tworzone są warunki ubezpieczeń i jakie obowiązki ma ubezpieczyciel, stworzyć własny produkt ubezpieczeniowy i zapoznać się z zasadami udzielania pomocy osobom poszkodowanym w wypadkach drogowych.



Program **Od uprawy do potrawy** firmy **Tesco Polska** przeznaczony jest dla uczniów szkół podstawowych, zerówek, a także podopiecznych placówek Towarzystwa Przyjaciół Dzieci. Każdy z zarejestrowanych opiekunów może założyć Klub Niemarnowania. Ich zadaniem jest promowanie idei niemarnowania żywności. W 2020 r. powstało ponad 150 klubów w całej Polsce.



Dobro od Dziecka – to autorski program społeczny Fundacji „Wawel z Rodziną” (**Wawel**), wspierający świetlice środowiskowe. W ramach programu organizowane są cykliczne warsztaty dla wychowawców skupione wokół czterech istotnych dla rozwoju młodego człowieka tematów. Do tej pory w warsztatach wzięło udział 63 przedstawicieli z 34 świetlic.



INNOWACJE SPOŁECZNE

W 2020 r. **dentsu Polska** kontynuowało zaangażowanie w #Ideathon. Pracownicy firmy w ramach wolontariatu kompetencji przy wsparciu mentorów zgłaszali pomysły na wyzwania związane z pandemią, takie jak izolacja czy praca zdalna. Wygrał pomysł „Miej na mnie oko”, inicjatywa mająca za zadanie pomóc funkcjonować w przestrzeni publicznej osobom, które są zagrożone ciężkim przebiegiem COVID-19. Nagrodą dla zwycięzców była możliwość realizacji pomysłu.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

E-Ideathon to nie tylko event online, ale także platforma, sieć doświadczeń i powiązań, magazyn rezerw intelektualnych.



Firma **Emitel** została partnerem **Olimpiady „Zwolnieni z Teorii”**, której cel stanowi rozwój umiejętności uczniów szkół średnich w zakresie efektywnej pracy zespołowej, komunikacji i kreatywności. Zadaniem uczestników jest wymyślenie i zorganizowanie w zespole własnego projektu, który rozwiąże lokalny problem społeczny. Wolontariusze Emitel pełnią funkcje mentorów, służąc młodzieży pomocą oraz dzieląc się swoją wiedzą i doświadczeniem. Do programu partnerskiego Emitel i Zwolnieni z Teorii od 2019 r. zgłoszono 44 projekty.



ING Bank Śląski został partnerem Olimpiady Projektów Społecznych **Zwolnieni z Teorii**. Przygotowano dla młodzieży Wyzwanie ING: #ing dla przedsiębiorczości. Zespoły je realizujące otrzymały wsparcie w postaci szkoleń online, konsultacji z mentorami ING oraz warsztatu poprowadzonego przez specjalistów banku. Odbyła się też lekcja online z ekspertem cyberbezpieczeństwa dla ponad 360 uczniów z trzech szkół ponadpodstawowych. W realizacji Wyzwania ING wzięty udział 32 zespoły, a ich działania w obszarze przedsiębiorczości przełożyły się na ponad 183 tys. beneficjentów.



Firma **intive** we współpracy z Grupą Ratownictwa Medycznego PCK we Wrocławiu stworzyła i rozwija aplikację **GoRescuerApp** ułatwiając ratownikom organizację i koordynację akcji ratowniczych. Aplikacja pomaga w organizacji akcji dzięki możliwości błyskawicznej weryfikacji dostępności ratowników. Rozwiązanie jest dostępne w formacie otwartym co umożliwia dalsze modyfikacje na potrzeby innych jednostek ratowniczych. Aplikacja została zaprojektowana w ramach wewnętrznego programu Do Good Apps, w którym pracownicy w oczekiwaniu na przypisanie do projektu komercyjnego mogą pracować nad aplikacjami społecznymi.



Biedronka (**Jeronimo Martins Polska**) realizowała program **„Czas na pomaganie seniorom 65+”** łączący seniorów potrzebujących pomocy w zrobieniu zakupów z osobami, które mogły ich w tym wspomóc. W sklepach zostały umieszczone skrzynki i formularze dla seniora oraz wolontariusza. Obie grupy mogły też się zgłosić za pośrednictwem Biura Obsługi Klienta sieci Biedronka lub zarejestrować poprzez formularz na stronie. Wszyscy seniorzy, którzy mają aktywną kartę Moja Biedronka, mieli możliwość otrzymania także karty „Czas na pomaganie seniorom 65+” do przekazania wolontariuszowi, który mógł nią płacić bezgotówkowo za zakupy dla seniora w Biedronce. Do programu zgłosiło się 11 839 wolontariuszy i 5666 osób po 65 roku życia. 3719 spośród seniorów uzyskało pomoc wolontariusza mieszkającego w najbliższej okolicy.



KPMG w Polsce prowadzi program **Big-hearted Ambassadors** skierowany do studentów. Dla Ambasadorów Fundacja KPMG prowadzi program grantowy, w którym mogą zgłaszać pomysły na projekty wolontariackie realizowane z organizacjami pozarządowymi. W 2020 r. 10 najlepszych pomysłów uzyskało grant wysokości 2 tys. zł. Do pierwszej edycji zgłoszono 16 projektów (m.in. warsztaty budowania relacji dla dorosłych osób z niepełnosprawnością intelektualną, budowa ogrodzenia w schronisku, warsztaty integracyjne dla seniorów).



Office Hours stanowią element „Kodeksu współpracy ze start-upami” – uproszczonego procesu zakupowego dla technologii pochodzących od start-upów. To autorskie podejście **BNP Paribas Bank Polska** do współpracy z młodymi firmami technologicznymi. Do tej pory eksperci z banku przyjrzyli się ponad 800 rozwiązaniom z rynku.



Grupa Lokalnych Ambasadorów **BNP Paribas Bank Polska** zaangażowała się w **mentoring w ramach olimpiady „Zwolnieni z teorii”**. Pracownicy BNP odbyli profesjonalne szkolenie mentoringowe, po którym zostali potączeni z młodzieżą realizującą projekty społeczne.



NaprawiaMY z Veolia to inicjatywa Fundacji Veolia Polska (**Grupa Veolia w Polsce**) realizowana w partnerstwie z Fundacją Ashoka. W drugiej edycji realizowanej w Łodzi powstało 11 lokalnych koalicji. Przyznano cztery granty na organizację wydarzeń w ramach kawiarenek naprawczych.



INWESTYCJE SPOŁECZNE

PwC jest długoletnim partnerem Konkursu [eS] Przedsiębiorstwo Społeczne Roku im. J. Kuronia. Firma wspiera konkurs finansowo i merytorycznie. Nagrodą jest biznesowy **mentoring przedsiębiorstw społecznych** – półroczna praca mentorów z PwC nad zdefiniowanymi celami rozwoju.



KAMPANIA SPOŁECZNA

Bayer uruchomił inicjatywę **#ThankYouScience** jako formę wyrażenia wdzięczności naukowcom za ich zaangażowanie. Firma zachęcała do dzielenia się w mediach społecznościowych, z hashtagem #ThankYouScience, tym, za co jesteśmy wdzięczni naukowcom. Akcją zainicjowała konferencja prasowa z okazji ogłoszenia wyników nagród naukowych, ufundowanych przez Bayer, połączona z premierą filmowych inspi-

racji. W miesiąc obejrzano je blisko 70 tys. razy. Inicjatywa dotarła w tym czasie do ponad 1 mln odbiorców.



Carrefour przygotował kampanię „Dbaj o siebie, dbaj o innych”, która podsuwała klientom pomysły na funkcjonowanie w czasie pandemii oraz zwracała uwagę na potrzebę wzajemnej odpowiedzialności i wspierania się. Równoległe ze wzrostem cen, sieć wprowadziła 150 podstawowych produktów marki własnej, których ceny nie zmieniły się. Kampania prezentowała również podejmowane przez Carrefour działania w celu zapewnienia bezpieczeństwa w sklepach. Uruchomiono narzędzie pozwalające sprawdzić nasilenie ruchu w danym momencie w najbliższym sklepie, by zakupy w czasach pandemicznych były bezpieczniejsze.



CEETRUS Polska (d. Immochan) oraz zarządzane przez firmę centra i galerie handlowe **wspierały akcję społeczną „Pies w koronie”** (#pieswkoronie). Inicjatywa to grupa wsparcia w opiece nad zwierzętami, których właściciele przebywają w izolacji lub na kwarantannie. W mediach społecznościowych centrów i galerii handlowych można było znaleźć informacje, jak dotrzeć do grupy oraz jak prosić o pomoc.



„Pod dobrą opieką” – akcja społeczna wspierająca pielęgniarki i położne powstała w odpowiedzi na wyzwania stojące przed służbą zdrowia, czyli sektorem, w którym m.in. brakuje pielęgniarek i położnych. Inicjatorem akcji jest „Gazeta Wyborcza” (**GRUPA AGORA**) wraz z Naczelną Izbą Pielęgniarek i Położnych oraz firmami ARJO, Skamex i Novamed, a jej celem jest dyskusja i próba znalezienia sposobów na zmianę społecznego odbioru zawodu pielęgniarki i położnej oraz promocja tych zawodów.



Gazeta.pl należąca do **GRUPY AGORA** włączyła się w **akcje społeczne podczas pandemii koronawirusa**. Zainicjowała akcję #ZałożMaskę. Dodatkowo zespół portalu prowadził zbiórkę środków na zakup respiratora dla szpitala w Suchoj Beskidzkiej. Podejmował też inne akcje na rzecz swoich czytelników, a dotyczące ich problemów (m.in. wysłany raz w tygodniu „Inny #Koronanewslatter” czy cykl artykułów #Bizneswalczy serwisu Next.Gazeta.pl, z którego można było dowiedzieć się o problemach przedsiębiorców oraz ich pomysłach na walkę z kryzysem gospodarczym wywołanym pandemią).



Celem akcji **#DoZobaczenia** zainicjowanej przez **Grupę Enea** było wspieranie lokalnych społeczności i promowanie polskiej turystyki regionalnej. Firma popularyzowała poszczególne regiony oraz zachęcała do odwiedzenia i zobaczenia ciekawych miejsc, co przekładało się na realne korzyści dla społeczności lokalnych utrzymujących się z działalności w branżach skupionych wokół regionalnej turystyki. Poprzez stronę internetową www.do-zobaczenia.pl każdy mógł pokazać swój ulubiony zakątek kraju, zachęcając innych do jego odwiedzania.



Kampania **Herosi Codziennosci** realizowana przez **Grupę Eurocash** pokazywała rolę i znaczenie właścicieli lokalnych sklepów i pracowników handlu, których codzienna praca wiąże się ze sporym ryzykiem z uwagi na częste kontakty z ludźmi. Zimowa odsłona akcji zachęcała do robienia zakupów w lokalnych sklepach. Grupa zrezygnowała z umieszczenia logotypu w spocie i materiałach akcji, przez co chciała pokazać, jak istotna jest praca wszystkich niezależnych sklepów. Kampania dotarła do ponad 7,5 mln odbiorców.



Grupa Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel) zainicjowała **kampanię społeczną dla seniorów „Pomagajmy sobie nawzajem”**. Celem przedsięwzięcia było zwrócenie uwagi na trudności osób starszych w czasie pandemii. W dwóch spotach pokazano przykłady, jak każdy może pomóc np. zorganizować wideorozmowę z najbliższymi, zrobić zakupy, opłacić rachunki.



Wręcz ze wzrostem zakażeń COVID-19 w kopalniach, można było zaobserwować naganne zachowania powodowane lękiem, ale dyskryminujące górników i naruszające ich godność osobistą. **Jastrzębska Spółka Węglowa**, za pośrednictwem Fundacji JSW, ruszyła z **kampanią społeczną „STOP HEJTOWI! Nie oczerniaj górnika”**, której głównym zadaniem była zmiana postaw społeczeństwa wobec mieszkańców Górnego Śląska, a w szczególności górników. Do akcji przyłączyli się przedstawiciele świata sportu, filmu, telewizji i muzyki, którzy są związani z regionem i środowiskiem górniczym.



Firma **Jet Line**, właściciel ogólnopolskiej sieci nośników OOH, wyszła z inicjatywą **kampanii outdoorowej** dotyczącej **korytarzy życia**. Szacuje się, że każdego dnia kampania dotarła średnio do 21,5 tys. widzów, kierowców i pasażerów podróżujących po najbardziej uczęszczanych drogach w kraju.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Firma **Jet Line** inicjowała lub czynnie angażowała się w komunikację inicjatyw lokalnych. W ramach akcji **Zrób coś dla siebie, zrób coś dla innych**, korzystając z własnej sieci nośników DOOH, między potową marca a potową maja wyemitowała prawie 50 różnych spotów w ramach kilkudziesięciu kampanii pomocowych. Każdego dnia na ekranach pojawiały się nowe spoty dotyczące bezpieczeństwa, zdrowia, wsparcia seniorów i innych grup odbiorców oraz oferty kulturalnej online przygotowanej przez zamknięte instytucje. Firma przygotowała spoty ostrzegawcze i informacyjne w językach: angielskim, niemieckim, rosyjskim i ukraińskim.



Wybieram lokalne to praktyka **Lewiatan Holding**.

Celem projektu było wskazanie, dlaczego warto wspierać lokalność i produkty pochodzące od polskich rolników i producentów. Dla realizacji praktyki opracowano pakiet materiałów POS dla sklepów, e-szkolenie z założen „Wybieram lokalne”, a 22 sierpnia 2020 r. w sklepach sieci odbył się I Festiwal produktów lokalnych. Druga edycja książki „Gotuję z Lewiatanem” poświęcona była przepisom lokalnym i regionalnym.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego

wspierała rozwój małopolskich przedsiębiorstw w ramach akcji **#wspierajwkryzysie / kupuj lokalnie**. Celem inicjatywy było zachęcenie konsumentów do wsparcia lokalnych firm, poprzez zakup ich produktów i usług. Agencja opracowała akcję medialną, w postaci wystąpienia w lokalnej TV i serii postów w mediach społecznościowych. Akcja poparta była zakupem kwiatów i upominków przez MARR u przedsiębiorców lokalnych.



Polski Koncern Naftowy **ORLEN**

oferuje na stacjach w kraju i za granicą coraz więcej produktów wytworzonych w Polsce. Ogólnopolska kampania społeczna **#WspieramyPolskę** ma zachęcić Polaków do świadomego wybierania produktów rodzimych firm. By wesprzeć polskich przedsiębiorców w czasie pandemii Fundacja ORLEN zorganizowała 50 spotkań w matych miejscowościach, podczas których promowała polskie produkty. Ciężarówka z logo Fundacji ORLEN zawitała do 14 z 16 województw, a odwiedziło ją ok. 20 tys. osób.



Celem akcji **#RazemDamyRadę – DOOH** zorganizowanej przez **Samsung Electronics Polska** było dotarcie do jak największej liczby osób z kluczowymi komunikatami dotyczącymi zdrowia, bezpieczeństwa oraz funkcjonowania w czasie pandemii. Firma podjęła decyzję o przekazaniu nośników reklamowych w strategicznej części miasta instytucjom zaufania publicznego. Przekaz mogło zobaczyć ok. 640 tys. osób dziennie.



Zespoły Consumer Healthcare w **Sanofi** wdrożyły globalną inicjatywę **Purpose Day**, zachęcając pracowników do zaangażowania się w działania na rzecz społeczności lokalnej, m.in. przy współpracy z organizacjami pozarządowymi. W 2020 r. Firma Sanofi Polska, wspólnie z Polskim Czerwonym Krzyżem, przeprowadziła kampanię edukacyjną na temat istoty honorowego krwiodawstwa i procedury oddawania krwi. Pracownicy Sanofi, którzy regularnie oddają krew, podzielili się swoimi motywacjami i doświadczeniami podczas spotkania online oraz w social mediach Sanofi Polska.



Firma **SumiRiko Poland** dołączyła do programu **Pajacyk**, w ramach którego Polska Akcja Humanitarna pomaga niedożywionym dzieciom. Firma przeprowadziła kampanię informacyjną dotyczącą przedsięwzięcia.



Kolektyw **Szeptszum** w Black Friday 2020 rozpoczął projekt **#jużwszystkomam** w duchu idei zero waste. Projekt jest apelem o zwrócenie uwagi na nadmierny konsumpcjonizm, na świadome podejście do otaczających nas rzeczy. Szeptszum podkreśla, że warto świadomie podejmować decyzje zakupowe, tak aby rzeczy, które kupujemy, mogły z nami pozostać na dłużej. W projekt zaangażowało się wiele znanych osób oraz influencerów. Informacja na social mediach dotarła do ponad 60 tys. osób.



Celem kampanii **Miliony Sposobów na nudę** zrealizowanej przez **Totalizator Sportowy** było inspirowanie Polaków do czerpania radości z czasu, który spędzają ze swoimi rodzinami w domu podczas kwarantanny. Na stronie www.MilionySposobowNaNude.pl pokazano katalog rzeczy, które zawsze były odkładane na później, a teraz można je podjąć, przypomniano klasyczne gry domowe, zachęcano do ruchu i dbania o formę, a także do wspólnego gotowania. Kampania pozyskała 425 tys. Użytkowników i otrzymała wyróżnienie w konkursie Golden Arrow w kategorii Marketing w czasie pandemii.



W trakcie pandemii **Uber Poland** rozpoczął kampanię **Move What Matters**, w której firma zachęcała do zrezygnowania z przemieszczania się w trosce o wspólne bezpieczeństwo. Tym, którzy muszą podróżować, firma przypominała o konieczności przestrzegania zasad bezpieczeństwa w ramach akcji **Jest Maseczka. Jest Przejazd**. Firma wdrożyła także technologię mającą na celu sprawdzenie, czy kierowca ma odpowiednio zakryte usta i nos. Tylko w 2020 roku firma globalnie przeprowadziła 231 mln pomyślnych weryfikacji za pomocą aplikacji.



ZAAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

AMS (**GRUPA AGORA**) kontynuuje realizację konkursu **Galerii Plakatu AMS**. Hasłem jego 21. edycji było: „Jedenaste: Nie produkuj śmieci”. Jury dopuściło do udziału w konkursie niemal 900 prac. Partnerem głównym tej edycji zostało M.St. Warszawa, zaś głównym patronem Gazeta.pl.



Gazeta.pl po raz kolejny została partnerem akcji **Greenpeace „Adoptuj pszczołę”**. W ramach akcji redakcja portalu **GRUPY AGORA** m.in. opublikowała szereg artykułów dotyczących roli pszczoł i dzikich zapylaczy. W 2020 r. **Gazeta.pl** została głównym patronem medialnym tej inicjatywy.



Zespół „Gazety Wyborczej” (**GRUPA AGORA**) cyklicznie realizuje projekt „Jutronauci”. Czwarta edycja – „**Jutronauci 2020: świat po pandemii**” odnosiła się do konsekwencji zmian po ustaniu pandemii COVID-19. Zrealizowany został podcast **Jutronauci: świat po pandemii** dostępny w serwisie m.in. Wyborcza.pl, a w ramach projektu „Gazeta Wyborcza” wraz z Wydawnictwem Agora wydały książkę „**Jutro jest teraz**” – zbiór 23 wywiadów, esejów i artykułów publikowanych w ramach programu w 2020 r.



Kobiety wiedzą, co robią to cykl wydarzeń organizowanych przez „Wysokie Obcasy” i „Gazetę Wyborczą” (**GRUPA AGORA**). W 2020 r. w formule online odbyło się osiem spotkań z kobietami ze świata biznesu, nauki, sportu oraz kultury. Rozpoczęto także realizację projektu społecznego **#Nieustraszona w pracy**.



Kampania **Dobry klimat zaczyna się w domu** jest realizowana przez **IKEA Retail**. Jej cel stanowi inspirowanie i oferowanie klientom prostych rozwiązań ułatwiających bardziej zrównoważone życie w domu.



W 2020 r. **mBank** uruchomił piątą edycję **kampanii społecznej**, w której ostrzeża przed zagrożeniami w cyfrowym świecie. Pod hasłem **Ludzie są niesamowici** (d. „Nie robisz tego w realu? Nie rób tego w sieci!” i „Uważni w sieci!”) bank demaskował najpopularniejsze metody cyberprzestępców i wyjaśniał, jak się przed nimi bronić.



Zainicjowana przez **Sanofi** kampania **Nie sam na SM** podkreśla rolę relacji społecznych w życiu osób ze stwardnieniem rozsianym. Odbiorcami kampanii są niedawno zdiagnozowani chorzy oraz ich otoczenie. W 2020 r. działania podejmowane w obszarze kampanii skoncentrowane zostały wokół treningu mózgu i funkcji poznawczych osób chorych na stwardnienie rozsiane. Przeprowadzono także warsztaty online dla pacjentów.



Zrozumieć AZS to ogólnopolska kampania społeczna Fundacji Edukacji Społecznej w partnerstwie z **Sanofi** poświęcona atopowemu zapaleniu skóry. W ramach prowadzonych działań zostały stworzone internetowa platforma edukacyjna www.zrozumiecazs.pl oraz profil na Facebooku.



KULTURA I SZTUKA

W ramach akcji **#zostanwdomu** w pierwszych tygodniach pandemii **Bank Millennium** bezpłatnie udostępnił online filmy festiwalowe Millennium Docs Against Gravity z poprzednich edycji festiwalu. Główne wydarzenie sponsorowane przez bank, festiwal filmów dokumentalnych Millennium Docs Against Gravity, zmieniło formułę na hybrydową. W programie festiwalu znalazło się siedem tytułów dostępnych w wersji z audiodeskrypcją i napisami dla niesłyszących, przygotowanych we współpracy z Fundacją Kultury bez Barier.



Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** regularnie organizuje spotkania z wybitnymi polskimi reporterami pod nazwą **CMS Non-Fiction**. Od początku założenia, w 2018 roku, kancelaria wspiera „Pismo”, polski miesięcznik społeczno-kulturalny. Od marca 2018 do marca 2020 r. była także mecenasem comiesięcznych debat o Polsce, świecie oraz świadomości klimatycznej znanych pod nazwą „Premiera Pisma”. Obecnie jest mecenasem reportażu w magazynie „Pismo”.



Wydawnictwo Agora z **GRUPY AGORA** we współpracy z **Gazeta.pl** oraz **Wyborcza.pl** zainicjowało cykl działań pod hasłem **#Kulturalnastrefa**. Były to spotkania, rozmowy i miniwystępy w formie transmisji na żywo, głównie prowadzone poprzez media społecznościowe wszystkich organizatorów. Ich gośćmi byli m.in. Maciej Maleńczuk, Maria Sadowska, Artur Rojek oraz Matt Dusk. Cykl trwał od marca do maja 2020 r.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Huawei Polska został partnerem technologicznym Muzeum Narodowego w Warszawie. Pierwszy wspólnie przygotowany projekt to **wirtualny spacer po wystawie „Polska. Sita obrazu”**. Z poziomu komputera czy smartfona możliwe jest obejrzenie ponad 100 obrazów najwybitniejszych polskich malarzy XIX w. Wystawa jest dostępna bez logowania na stronie Muzeum Narodowego. W aplikacji dostępne są też udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami oraz ścieżka audio z nagraniem oprowadzaniem przez kuratora. W ciągu dwóch miesięcy od uruchomienia wirtualnego spaceru odwiedziło go online 45 tys. użytkowników.



Narodowa Orkiestra Symfoniczna Polskiego Radia w Katowicach we współpracy z **IBM Polska, ING Bank Śląski**, Urzędem Miasta Katowice, firmami Fujitsu Technology Solutions i GAZ-SYSTEM oraz szkołami zrzeszonymi w programie P-TECH uruchomiły posiadającego zdolność werbalnej interakcji, wirtualnego chatbota **NOSPR AI**. Partnerzy wspólnie podjęli się wdrożenia innowacji opartej na AI w kulturze. Na stronie Ai.nospr.org.pl można zapytać sztuczną inteligencję o tematy dotyczące muzyki klasycznej, otrzymując odpowiedzi w języku polskim, jednocześnie przenosząc się do wirtualnej sali koncertowej katowickiej NOSPR. Do końca roku z oferty skorzystało 15 580 użytkowników.



Marka **Many Mornings** została **mecenasem projektu „Muzeum w Liceum”** zorganizowanego przez Fundację Promocji Sztuki „Nieżła Sztuka”, a w tym ufundowała nagranie biografii Józefa Chelmońskiego. Projekt fundacji odpowiada na potrzeby edukacji młodzieży szkolnej w zakresie kultury i sztuki. W 13 łódzkich liceach umieszczono ekspozycje złożone z 10 wydruków obrazów ważnych polskich artystów. Do każdego dołączono kod QR, umożliwiając zapoznanie się z biografią danego artysty. Każda z biografii dostępna jest w wersji tekstowej na portalu niezlasztuka.net.



Firma **Sage** w ramach projektu **Gramy dla kultury** zdecydowała, że pieniądze tradycyjnie przeznaczane na prezenty świąteczne przekaże na wsparcie wybranych instytucji wspierających kulturę. Klientów i partnerów zaproszono do rozdysponowania tych środków w głosowaniu. Wzięło w nim udział 421 osób. Firma przekazała kwotę 60 tys. zł na rzecz Fundacji Krzewienia Kultury Artystycznej Osób Niepełnosprawnych, Fundacji Kultury bez Barier oraz Teatru Wielkiego Operze Narodowej.



Od 15 lat **Credit Agricole Bank Polska** włącza się w **promocję kultury francuskiej w Polsce**, aby pokazać jej bogactwo i różnorodność. Bank jest partnerem Dni Krajów Francuskojęzycznych oraz sponsorem wydarzeń w ramach Festiwalu Frankofonii. Dwudziesta pierwsza edycja Dni Krajów Francuskojęzycznych we Wrocławiu, organizowana

we współpracy ze stowarzyszeniem Alliance Française, obejmowała ponad 20 różnych wydarzeń.



W siedzibie toruńskiego oddziału spółki Energa Operator z **Energa Grupa ORLEN** powstało **Muzeum Energetyki – Ośrodek Tradycji Energetyków Polskich**. W 2020 r. firma opracowała kolejny dział początków energetyki polskiej – elektryfikację Pomorza w latach 1920-1939.



Nagroda fotograficzna „Gazety Wyborczej” im. Krzysztofa Millera za odwagę patrzenia przyznawana jest od roku 2018, a jej cel stanowi promocja fotografii o wyjątkowych wartościach dziennikarskich, wyróżniających się pogłębionym i odważnym spojrzeniem na trudne tematy społeczne, polityczne, ekonomiczne i kulturowe. Redakcja „Gazety Wyborczej” (**GRUPA AGORA**) w 2020 r. zrealizowała trzecią edycję konkursu.



„Kultura Dostępna w kinach” to program **GRUPY AGORA**, realizowany przez sieć kin Helios. Celem przedsięwzięcia jest dotarcie z polską sztuką filmową do szerokiego grona odbiorców dzięki przystępnej cenie biletów. Projekt realizowany jest dzięki współpracy Narodowego Centrum Kultury, sieci kin Helios, warszawskich kin Iluzjon – FilMOTEKA Narodowa i Elektronik oraz dystrybutorów: Kino Świat, NEXT FILM, Balapolis i Forum Film Poland.



Grupa ANG (d. Spółdzielnia ANG) założyła **bibliotekę zakładową** dla własnej społeczności. Dzieli się również wiedzą i pomaga w zakładaniu takich bibliotek. Wszystkie niezbędne informacje udostępniane są na stronie Bibliotekizakladowe.pl.



W ramach praktyki **Zaczytany biznes** pracownicy i doradcy klienta z **Provident Polska** zebrali łącznie ponad 28 tys. książek, które zostały przekazane do szpitali. Firmowi wolontariusze po szkoleniu z bajkoterapii regularnie odwiedzają oddziały pediatryczne i czytają małym pacjentom.



Santander Orchestra to autorski projekt **Santander Bank Polska** wspierający rozwój kariery młodych muzyków. Z uwagi na pandemię działania Santander Orchestra przeniosły się do wymiaru online. Powstały dwa teledysk, muzyki z SO wystąpili również podczas koncertu online „Dobrze, że jesteś”. Akademia Santander Orchestra 2020 objęła dwa główne działania realizowane online: cykl wide-

oporad prowadzonych przez fizjoterapeutów na profilu FB Santander Orchestra oraz serii podcastów edukacyjnych emitowanych na kanale YT Santander Bank Polska. Podcasty trafiły już do ponad 337 tys. odbiorców.



Artystyczna Podróż Hestii to kierowany do studentów kierunków artystycznych ogólnopolski konkurs realizowany od 2002 r. Laureaci konkursu ogłaszani są podczas wernisażu wystawy finałowej w Muzeum MSN w Warszawie, którego partnerem strategicznym jest **Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia**.



MARKETING ZAAŃGAŻOWANY SPOŁECZNIE

Celem **Akcji Doceniam, Dziękuję** firmy **ALDI** było wsparcie lekarzy, pielęgniarek, ratowników medycznych, listonoszy, pracowników sklepów oraz wszystkich „cichych bohaterów” dnia codziennego poprzez sprzedaż w sklepach ALDI specjalnych naklejek „Doceniam, Dziękuję”. Naklejki powstały we współpracy ze znanymi polskimi ilustratorami. Dochód z akcji został przekazany Fundacji SiePomaga. Akcja trwała od 12 maja do 31 sierpnia 2020 r.



Allegro stworzyło możliwość **zbiórek charytatywnych i społecznych na Allegro Lokalnie**. Każdy klient Allegro Lokalnie może wesprzeć inicjatywy charytatywne i społeczne podczas zakupów na platformie. Klienci Allegro mogą wystawić przedmiot w ramach określonej zbiórki, wystarczy wyszukać inicjatywę i określić, jaki procent ze sprzedaży ma zostać przeznaczony na dany cel. W 2020 r. zainaugurowany został także program Mam Swoje Alle; jego celem jest rozwijanie i promowanie kompetencji przedsiębiorczości wśród uczniów. Przez pięć miesięcy funkcjonowania zbiórek organizacje zebrały ponad 170 tys. zł w 178 zbiórkach.



Firma **Auchan Retail Polska** zorganizowała przedświąteczną akcję charytatywną pod hasłem **Z Julkiem Bobrem dziel się dobrem**. Łącznie sieć sprzedała ok. 74 tys. maskotek, 3 zł ze sprzedaży każdej przekazała na rzecz Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Łączna suma darowizny wyniosła ponad 200 tys. zł. Środki te zostały przeznaczone na potrzeby zarówno medyczne, jak i edukacyjne podopiecznych.



BNP Paribas Bank Polska angażuje się w **inicjatywę odnawiania terenów zielonych absorbujących dwutlenek węgla**. W 2020 r. posadził łącznie 60 tys. drzew. Bank wziął również udział w kampanii Reforest Action, której celem było zasadzenie 1 drzewa za każde 1 tys. euro zainwestowane przez klientów w ramach społecznie odpowiedzialnych inwestycji. Bank zaangażował się także w inicjatywę zalesiania w ramach aukcji Jednostek Dwutlenku Węgla. Środki za zakupione JDW pozwoliły na odnowienie ok. 5 ha lasu w okolicach Bydgoszczy.



Grupa spółek **Danone** od kilku lat współpracuje w obszarze CSR z sieciami Carrefour oraz Intermarké. W 2020 r. firma zrealizowała projekt **Z Nami pomagasz od kuchni** polegający na wsparciu domów samotnej matki, gdzie pandemia pogłębiła ciężką sytuację ich mieszkańców. Grupa wybrała 50 domów. Celem akcji było wyposażenie kuchni w drobne sprzęty AGD. Każdy z konsumentów produktów grupy spółek Danone dołożył swoją „cegietkę”, 1% ze sprzedaży produktów wybranych marek w sieciach Carrefour i Intermarké. Przekazano sprzęt kuchenny warty ponad 76 tys. zł.



Firma **Done Deliveries** zainicjowała akcję przekazania **1 euro od każdego zrealizowanego zlecenia na walkę z pandemią**. Drogą głosowania wśród pracowników na swojego beneficjenta firma wybrała Szpital Uniwersytecki w Krakowie. Za zebrane pieniądze firma zakupiła sześć bezprzewodowych stetoskopów oraz dwie specjalistyczne lodówki niezbędne do szybkiego transportu krwi i próbek. Wartość przekazanego sprzętu wyniosła ok. 8 tys. zł.



Od kwietnia 2020 r. Fundacja Agory z **GRUPY AGORA** była zaangażowana w **akcję charytatywną „Nadzieja”** realizowaną przez Agorę i jej marki medialne. Wydawnictwo Agora, współpracując z 40 polskimi pisarzami i poetami, wydało książkę „Nadzieja”. Wszystkie zaangażowane osoby pracowały charytatywnie. Dochód ze sprzedaży publikacji w całości został przeznaczony na pomoc hospicjom i ośrodkom pomocy społecznej dla seniorów i osób niepełnosprawnych intelektualnie. W lipcu 2020 r. do grona darczyńców w akcji dołączyła sieć Biedronka, która przekazała 1 062 038 zł na wsparcie seniorów. Łącznie w ramach inicjatywy w 2020 r. udało się zebrać ponad 1,5 mln zł.



AMS z GRUPY AGORA zaangażował się w **akcję społeczną podczas pandemii**. Akcja #AMSpoSąsiedzku skierowa-



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

na byłą do lokalnych przedsiębiorców i miała zachęcić ich do skorzystania z dedykowanej im oferty oraz pomóc promować ich produkty i usługi w czasie pandemii. AMS zainicjował też akcję #AMSwspieraKulturę, dzięki której instytucje kultury, m.in. teatry, muzea, kina, wydawnictwa i opery, mogły skorzystać z promocyjnych warunków współpracy. Podobną ofertę otrzymały organizacje pożytku publicznego w ramach inicjatywy #AMSwartoPomagać.



Telewizja Polsat i Biuro Reklamy Polsat Media wyemitowały specjalny blok reklamowy „Reklama na ratunek – razem w walce z koronawirusem”. Zebrano kwotę ponad 3 mln zł; 2 480 000 zł pochodziło od reklamodawców, pozostałe ponad 0,5 mln zł dołożyła Telewizja Polsat z **Grupy Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)**. Środki za pośrednictwem Fundacji Polsat zostały przekazane najbardziej potrzebującym szpitalom i instytucjom zaangażowanym w walkę z epidemią. Akcję wsparły firmy: Allegro.pl, Carrefour Polska, Cinkciarz.pl Marketing, Cyfrowy Polsat, HBO Polska, ING Bank Śląski, Kaufland Polska Markety, Sokotów, mBank, Netia, Opono.pl, P4, PKO BP, Polkomtel, Polski Koncern Naftowy ORLEN, Przedsiębiorstwo Produkcji Farmaceutycznej Hasco-Lek, Sandoz Polska, Santander Bank Polska, Tarczyński Marketing, Totalizator Sportowy, USP Zdrowie, Zakłady Tłuszczowe Kruszwica oraz Żabka Polska.



Biedronka (**Jeronimo Martins Polska**) po raz drugi wsparła „Szlachetną Paczkę” i została partnerem akcji. Od 16 listopada do 13 grudnia 2020 r. każdy klient Biedronki mógł dorzucić swoją „cegiełkę” podczas codziennych zakupów. Wystarczyło zaopatrzyć się w jeden z dwóch świątecznych produktów: świąteczną czekoladę Magnetic lub ciastka korzenne dzwonek Magnetic. W ramach akcji zebrano 200 tys. zł.



Firma **Many Mornings** wspiera walkę o prawa kobiet z **Simply The Breast**. Jest to model skarpetek z motywem kobiecego ciała. Całkowity zysk ze sprzedaży (90 628,88 zł.) w oficjalnym sklepie marki w październiku i listopadzie 2020 r. został przeznaczony na rzecz wybranych organizacji wspierających protestujących w Ogólnopolskim Strajku Kobiet.



Many Mornings wspiera walkę z pandemią koronawirusa. Zespół projektowy firmy stworzył nowy, medyczny wzór kolorowej skarpetki, nazwany „Dr Sock”. 50% przychodu ze sprzedaży tego projektu firma przekazała na walkę z koronawirusem. Łączna suma darowizny wyniosła 37 748,37 zł. Pieniądze zostały przekazane na konto Funduszu Interwencyjnego Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.



Many Mornings od 2017 r. prowadzi akcję Back to School, w ramach której wspomaga **finansowanie wyprawek szkolnych dla dzieci** wywodzących się ze środowisk z problemami ekonomicznymi. W roku 2020 nazwa akcji została zmieniona na „Front to School”, aby zwrócić uwagę na to, że wsparcie pozwala dzieciom z rodzin wykluczonych ekonomicznie dumnie spojrzeć przed siebie. Przy zakupie skarpetek z kolekcji Kids firma drugą taką samą parę przekazywała na rzecz potrzebujących dzieci. 100 wyprawek przekazano Miejscu Spotkań Dzieci z Domów Dziecka i Rodzin Zastępczych „Buteczka” w Łodzi.



Akcja **Ekowizyty, czyli zadbajmy o dobry klimat** prowadzona przez przedstawicieli aptecznych i medycznych firmy **Polpharma** skierowana jest do lekarzy i farmaceutów. Jej cel to działanie na rzecz ochrony klimatu i zwiększanie świadomości w tym obszarze przy jednoczesnej edukacji klientów z zakresu e-wizyt. Jedną przeszło pięciominutową ekowizytą przedstawiciela Polpharmy u lekarza lub farmaceuty to 1 m kw. zasadzonego lasu.



Wawel oraz Fundacja „Wawel z Rodziną” w ramach **świątecznej współpracy z Frisco.pl** przeprowadziły drugą edycję charytatywnej akcji „Zostań Pomocnikiem św. Mikołaja”. Klienci sklepu Frisco.pl podczas zakupów online, wybierając produkty marki Wawel, sprawiali, że drugi taki sam produkt zakupiony w okresie trwania akcji trafiał do Placówki Opiekuńczo-Wychowawczej nr 2 przy ul. Jaktorowskiej w Warszawie. Przekazano łącznie 864,24 kg słodyczy.



Podczas akcji **Ty wymieniasz, my podajemy! Razem pomagamy szpitalom!**, zorganizowanej przez sieć **Zabka Polska**, każdy użytkownik aplikacji mobilnej żabppka mógł wymieniać otrzymywane za zakupy punkty na wybraną z pięciu „cegiełek”, które po przeliczeniu na złotówki i podwojeniu przez firmę oznaczały pomoc wysokości od 1 do 100 zł. Zebrane środki przekazywano 16 regionalnym szpitalom zakaźnym. W akcję włączyło się ponad 248 tys. użytkowników aplikacji. Każdy z 16 szpitali otrzymał darowiznę w wysokości 187 500 zł.



Mikołajkowy Blok Reklamowy to akcja **Grupy Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)**. Każdego roku, 6 grudnia, przed głównym wydaniem „Wydarzeń” emitowany jest blok reklamowy. W 2020 r. Mikołajkowy Blok Reklamowy obejrzało 7 mln widzów. Na konto Fundacji Polsat wpłynęło dzięki temu prawie 1,6 mln zł.



ZAAŃGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Klub Rossmann „Pomagamy, jak umiemy” firmy **Rossmann SDP** to program kierowany do organizacji społecznych działających lokalnie. W 2020 r., w związku z pandemią, Rossmann zdecydował o przekazaniu 1 mln zł dla 93 szpitali zakaźnych i jednoimiennych w Polsce. Pozostałe 4 mln zł przekazano w formie darowizny rzeczowej do 157 organizacji w Polsce.



PROFILAKTYKA ZDROWOTNA

Fundacja Adamed należąca do **Adamed Pharma** prowadzi aktywności na rzecz wspierania nauki oraz współpracy ze środowiskiem naukowym. Kolejnym krokiem było stworzenie programu **Adamed Expert Fundacja**, którego celem jest opracowywanie i dostarczanie opartych na eksperckiej wiedzy informacji dotyczących medycyny oraz profilaktyki zdrowotnej. W ramach programu powstały unikalne schematy m.in. postępowania z pacjentką ciężarną czy pacjentami ze schorzeniami kardiologicznymi w dobie COVID-19.



Fundacja Adamed należąca do **Adamed Pharma** zrealizowała **kampanię edukacyjną COVID-19**, aby pomóc uczniom zrozumieć obecną sytuację oraz przybliżyć im zasady zachowania, mające zapobiec rozprzestrzenianiu SARS-CoV-2, przygotowała film edukacyjny, który został rozesłany do polskich szkół oraz spot telewizyjny, który przypominał sposoby jak można się chronić przed zakażeniem COVID-19.



Fundacja Auchan na rzecz młodzieży została powołana przez **Auchan Retail Polska**. Fundacja wspiera projekty oparte na solidarności społecznej i nawiązujące do tematu zdrowia oraz zdrowego odżywiania. W roku 2020 Fundacja wsparła sześć projektów w Polsce, których celem była pomoc dzieciom i młodym ludziom z niepełnosprawnościami lub wykluczonym społecznie, na łączną kwotę 61 323 euro. Dodatkowym celem wbudowanym w każdy projekt było promowanie zdrowia i zdrowego stylu życia. W roku 2020 Fundacja Auchan we wszystkich krajach działalności przeznaczyła dodatkowe wsparcie na walkę ze skutkami pandemii.



Generali Polska we współpracy z Fundacją THSN i Uniwersytetem Medycznym w Poznaniu realizuje w ramach Programu Dla Noworodków **pierwszą w Polsce systemową hipotermię leczniczą w transporcie „N”**. Hipotermia terapeutyczna, polegająca na kontrolowanym obniżeniu temperatury ciała, jest uznaną metodą poprawiającą wyniki leczenia dzieci

dotkniętych niedotlenieniem okołoporodowym. Noworodek musi być poddany terapii jak najszybciej, dlatego tak ważne, aby zacząć stosować hipotermię już podczas transportu dziecka. W obecnej fazie projektu zakupiono specjalistyczny sprzęt do hipotermii w transporcie dla trzech karettek neonatologicznych w Polsce. Prowadzone są także szkolenia dla lekarzy oraz pielęgniarek, tak aby personel medyczny był przygotowany do zastosowania hipotermii leczniczej.



Portal **ANG4LIFE** zrodził się z potrzeby jeszcze większego dbania o społeczność **Grupy ANG** (d. ANG Spółdzielnia). Jest on skierowany do współpracowników, ale też partnerów i przyjaciół. Przekazywanie treści związanych ze zdrowiem psychicznym i fizycznym oraz inspirujących treści pomogło członkom społeczności ANG przejść przez trudny czas pandemii.



W 2020 r. firma **Huawei Polska** nawiązała współpracę z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę, w ramach której realizowała **projekt „Wsparcie psychologiczne online dla dzieci”**. Celem było udostępnienie bezpłatnie zdalnej, profesjonalnej pomocy psychologicznej dzieciom i młodzieży. Na rozwój projektu Huawei przeznaczył ponad 60 tys. zł. W ramach wsparcia został zakupiony sprzęt do pracy konsultantów online, utworzono dodatkowe etaty dla psychologów-terapeutów.



Kronospan KO w ramach **współpracy z drużyną siatkarzy ZAKSA Strzelce Opolskie** realizuje zajęcia sportowo-rekreacyjne z udziałem pracowników firmy oraz akcje i kampanie zachęcające do zdrowego trybu życia. W roku 2020 Kronospan zorganizował dla pań zatrudnionych w zakładach w Strzelcach Opolskich akcje bezpłatnych, profilaktycznych badań USG. Siatkarze ZAKSY zaangażowali się w promocję, umieszczając na profilu swojej drużyny posty, w których zachęcali do badań.



Mars Wrigley oraz Polski Czerwony Krzyż w 2020 r. zakończyły siódmą edycję ogólnopolskiego **programu edukacyjnego „Dziel się Uśmiechem”**. 100 tys. uczniów klas I–VI wzięło udział w specjalnych lekcjach na temat zapobiegania próchnicy. Uczniowie otrzymali dopasowane do wieku materiały edukacyjne oraz zestawy do profilaktyki składające się z pasty, szczotki oraz bezcukrowej gumy do żucia. Program w całości finansuje **Mars Polska**, przekazując na jego realizację 1% ze sprzedaży gum Orbit we wskazanym okresie (wrzesień – październik).



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Od 2017 r. **Mars Polska** wspólnie z Fundacją „Dr Clown” prowadzą ogólnopolski program zajęć **dogoterapii** potocznej z „Terapią śmiechem”. Obecność psa pozytywnie wpływa m.in. na zdrowie fizyczne, samopoczucie i wiarę we własne możliwości, stanowiąc cenne uzupełnienie procesu leczenia dzieci i dorosłych. W 2020 r., ze względu na restrykcje odwiedzin w szpitalach, odbyło się mniej spotkań niż w poprzednich latach: zorganizowano 42 spotkania dogoterapeutów i psów z dziećmi na oddziałach psychiatrii i onkologii w całym kraju. Od 2017 r. w zajęciach organizowanych przez firmę Mars Polska wraz z Fundacją „Dr Clown” wzięło udział już ponad 7500 pacjentów.



Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie zostało partnerem kampanii **ONKOBRONA**, realizowanej przez Fundację Onkologiczną Alivia. Celem przedsięwzięcia jest zapewnienie pacjentom chorym na nowotwory złośliwe pomocy w minimalizowaniu ryzyka zarażenia się wirusem SARS-CoV-2 podczas leczenia. W ramach współpracy ubezpieczyciel sfinansował rozwój projektu #ONKOTAXI. Dzięki inicjatywie chorzy mogą korzystać m.in. z bezpłatnego przejazdu taksówką do i z ośrodków leczenia. W ramach pierwszej edycji kampanii z bezpłatnego transportu do placówek medycznych skorzystało 2250 pacjentów.



Zmierz temperaturę i bądź zdrow to projekt realizowany przez **P.P.H. WObit E.K.J. Ober**. Firma stworzyła HeatBOT, autorski system umożliwiający bezkontaktową i precyzyjną weryfikację temperatury. Bezkontaktowa, automatyczna weryfikacja temperatury ogranicza ryzyko infekcji.



Nowy robot ALVO® Ultra V-bot powstał w ramach **innowacyjnego partnerstwa dla zdrowia** i jest rezultatem współpracy trzech partnerów technologicznych **P.P.H. WObit E.K.J. Ober**, ALVO® Medical oraz LUXIONA. W robocie zastosowano technologię światła UV-C, niszczącą kwas nukleinowy (DNA) groźnych patogenów chorobotwórczych, w tym SARS-CoV-2. Odpowiednio dobrana intensywność światła UV-C pozwala w krótkim czasie odkażać pomieszczenie.



Od 16 marca do 27 kwietnia 2020 r. kilkudziesięciu pracowników Contact Center **PGNiG Obrót Detaliczny** wsparło infolinię **Narodowego Funduszu Zdrowia**. Pracownicy spółki udzielali informacji w oparciu o skrypty przekazane przez NFZ. 64 konsultantów PGNiG Obrót Detaliczny odebrało 7614 połączeń (81% połączeń przychodzących), rozmawiając łącznie przez ponad 455 godzin.



Wsparcie infolinii Głównego Inspektoratu Sanitarnego przez pracowników **PGNiG Obrót Detaliczny** to odpowiedź na potrzeby Polaków związane z uzyskaniem praktycznych porad dotyczących COVID-19. Do 6 stycznia 2021 r. 64 konsultantów PGNiG Obrót Detaliczny odebrało ponad 10 tys. połączeń (84% możliwych do odebrania), rozmawiając łącznie przez niemal 500 godzin.



Ponad 30 pracowników **Polskiego Holdingu Hotelowego**, po odpowiednim przeszkoleniu, wsparło infolinię **Narodowego Funduszu Zdrowia** oraz **Głównego Inspektoratu Sanitarnego**, udzielając informacji na temat objawów koronawirusa, dyżurujących szpitali oraz możliwości uzyskania pomocy. Pracownicy Polskiego Holdingu Hotelowego odebrali ponad 20 tys. połączeń.



Firma **Pharmalink** zainicjowała projekt pod hasłem **Dowozimy zdrowie**. Akcja społeczna zakłada bezpłatne dostarczanie soków dzieciom chorym onkologicznie. Do Oddziałów Onkologicznych i Hematologicznych Szpitala Klinicznego nr 4 w Łodzi dowożonych jest 312 soków tygodniowo. Napoje pochodzą z ekologicznych upraw, są w 100% naturalne i wysoko odżywcze.



Polski Koncern Naftowy ORLEN zainicjował **Program profilaktyki, diagnostyki i leczenia nowotworów oraz chorób układu oddechowego** dla mieszkańców Płocka i powiatu płockiego. Program realizowany jest przez Narodowy Instytut Onkologii i Instytut Gruźlicy i Chorób Płuc. W ramach programu powstały: algorytmy postępowania, infolinie pulmonologiczna i onkologiczna dla mieszkańców i kadry medycznej, punkt pomocy palącym. W Płocku i powiecie płockim zrealizowano kampanię społeczną pod hasłem „Sprawdzam to, co najważniejsze – moje zdrowie” promującą bezpłatną infolinię onkologiczną i pulmonologiczną. Elementem projektu była również pierwsza edycja programu grantowego „Zdrowie dla Płocka” Fundacji ORLEN. Granty z programu trafiły do 28 organizacji prozdrowotnych działających na terenie Płocka i powiatu.



PZU skalibrowało Opaski Życia PZU do potrzeb służby zdrowia pojawiających się w obliczu pandemii koronawirusa. **PZU Opaska Życia COVID-19** zmniejsza ryzyko przeniesienia infekcji na personel medyczny w szpitalach i wspiera go w realizacji procedur medycznych. Urządzenie zdalnie mierzy nasycenie krwi tlenem, puls, temperaturę pacjenta w czasie rzeczywistym, alarmuje w razie upadku i w razie gdy mierzone parametry zostaną skrajnie przekroczone. Rozwiązanie umożliwia lekarzom nadzorowanie zdrowia pacjentów bez bliskiego kontaktu fizycznego.



Sanofi aktywnie **wspiera społeczności lokalne oraz pacjentów i środowiska medyczne w czasie pandemii COVID-19**. Jednym z podjętych działań było wyprodukowanie żeli antybakteryjnych do dezynfekcji rąk. Kontynuując współpracę z Polskim Stowarzyszeniem Diabetyków, Sanofi pomogła uruchomić Infolinię PSD – program interwencyjnego wsparcia osób z cukrzycą w okresie zagrożenia epidemiologicznego SARS-CoV-2. Firma przekazała darowiznę pieniężną w wysokości 320 tys. zł dla Polskiego Czerwonego Krzyża.



Badanie IPSOS z września 2019 r., przeprowadzone na zlecenie **Sanofi**, wykazało, że poziom wiedzy na temat wątroby oraz chorób tego narządu, w tym niealkoholowej stłuszczeniowej choroby wątroby, jest w społeczeństwie polskim wciąż bardzo niski. Aby edukować pacjentów, przyspieszyć diagnostykę i wczesną interwencję, Sanofi zainicjowało ogólnopolską akcję badań profilaktycznych **Zbadaj wątrobę**. W 15 największych miastach Polski w Mobilnym Punkcie Badania Wątroby, mieszkańcy bezpłatnie mogli wykonać profilaktycznie nieinwazyjne badanie, za pomocą nowoczesnego urządzenia FibroScan. Z możliwości badania skorzystało niemal 2,5 tys. osób.



Sanofi jest partnerem ogólnopolskiej kampanii edukacyjnej **Rak UV** poświęconej niebarwnikowemu nowotworowi złośliwemu skóry – rakowi kolczystokomórkowemu skóry. Celem kampanii jest edukacja i budowa świadomości społecznej na temat choroby, czynników ryzyka oraz profilaktyki. W ramach prowadzonych działań edukacyjnych powstała internetowa platforma www.rakuv.pl. Osoby zainteresowane mogą zapoznać się na portalu z materiałami edukacyjnymi, raportem „Rak kolczystokomórkowy w Polsce”, wykonać test ryzyka online, znaleźć mapę poradni dermatologicznych oraz poznać możliwości diagnostyki i leczenia.



Program **Mleko z klasą** jest wspólną inicjatywą polskich producentów mleka oraz firmy **Tetra Pak**. Zadaniem jest wypracowanie nawyku picia mleka wśród dzieci. Inicjatywa „Mleko z klasą” wspiera unijny program dla szkół, za który w Polsce odpowiedzialny jest Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa. Dzieciom uczestniczącym w programie udostępnia się co najmniej 3–4 razy w tygodniu świeże owoce i warzywa oraz produkty mleczne.



Onkokonsultacje to cykl bezpłatnych sesji terapeutycznych z psychoonkologami, przygotowany z myślą o dzieciach wal-

czących z chorobami nowotworowymi oraz ich najbliższych. Ze względu na sytuację epidemiologiczną, spotkania ze specjalistami odbyły się w formie online, a ich koszt został sfinansowany przez Fundację Urtica Dzieciom, spółki **Urtica**. Projekt rozpoczął się 8 lipca 2020 r. i zakładał 400 godzin bezpłatnych konsultacji. Sesje prowadzili specjaliści z Centrum Psychoonkologii UNICORN.



Grupa Muszkietierów promuje profilaktykę raka piersi, a także zwiększanie świadomości znaczenia badań profilaktycznych. W ramach akcji **Muszkietierowie dla Polek** przeprowadzane są bezpłatne badania przed wybranymi sklepami Intermarché i Bricomarché w województwach wielkopolskim, lubuskim, zachodniopomorskim i dolnośląskim. W roku 2020 przebadano ponad 4 tys. pacjentek.



Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie po raz szósty wsparło kampanię **November Polska**. Akcja skierowana jest do mężczyzn i ma na celu nagłośnienie kwestii profilaktyki nowotworowej. Z uwagi na pandemię, większość działań kampanii edukacyjnej zrealizowano online. Przeprowadzono 146 godz. warsztatów i webinarów.



Z okazji **Światowego Dnia Walki z Rakiem Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie** wraz ze stowarzyszeniem Polskie Amazonki Ruch Społeczny zachęca do regularnego wykonywania badań profilaktycznych. W ramach akcji udało się przebadać ok. 300 osób. Podczas wydarzenia uczestnicy mogli wykonać USG piersi, tarczycy i jąder oraz zbadać skórę pod kątem znamion.



ROZWOJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Allegro prowadzi **programy edukacyjne dla młodych**. Od 2018 r. Allegro jest partnerem programu edukacyjnego i mentorskiego Szkoła Pionierów PFR skierowanego do młodych, początkujących przedsiębiorców w branżach nowych technologii. Od sierpnia 2019 r. Allegro jest partnerem Centralnego Domu Technologii, w ramach którego dba o edukację młodego pokolenia i przekazywanie wiedzy praktycznej, a także partnerem ścieżki edukacyjnej „Technologia”, a eksperci z Allegro dzielą się z młodzieżą wiedzą na spotkaniach i warsztatach w oparciu o metodę STEAM.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Klub Młodego Przedsiębiorcy to projekt zainicjowany w 2019 r., skierowany do wychowanków Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania powyżej 15. roku życia. Celem przedsięwzięcia jest wyposażanie podopiecznych w wiedzę i umiejętności potrzebne do wejścia na rynek pracy oraz wskazanie aktywności zawodowej jako jednej z dróg kreowania własnej przyszłości. Inicjatywa realizowana jest przez **Europejski Fundusz Leasingowy** pod patronatem prezydenta miasta Wrocławia.



W ramach akcji **Wspieramy pomagamy** (#wspieramypomagamy), zapoczątkowanej w kwietniu 2020 r., firma **EY Polska** udostępniła bezpłatnie ponad 30 nagrań wideo poruszających najważniejsze zagadnienia biznesowe związane z pandemią. Ponadto EY Polska przekazała 1 mln zł oraz dodatkowo 1% z terminowych wptywów pieniężnych w okresie od kwietnia do końca czerwca 2020 r. na finansowe wsparcie walki z epidemią. W inicjatywę zaangażowało się kilkudziesięciu pracowników, którzy przygotowali serię bezpłatnych webcastów, artykułów i broszur, a także zgłosili 33 projekty do finansowego wsparcia.



Otwarta firma & WrOpenUp to praktyki realizowane w ramach globalnego programu EY Ripples przez EY GDS Poland (**EY Polska**). Działania te muszą spełniać kryteria Celów Zrównoważonego Rozwoju. Projekt „Otwarta firma” ma na celu spotkanie praktyków biznesu z młodzieżą szkolną. W jego ramach uczniowie mogli uczestniczyć w warsztatach dotyczących rynku pracy przyszłości oraz zawodów przyszłości. Przeprowadzono 21 warsztatów, w których udział wzięło ponad 500 uczestników z ośmiu szkół oraz 19 wolontariuszy. Z kolei „WrOpenUp” to projekt realizowany we współpracy z Fundacją WrOpenUp mający na celu kształcenie przyszłych liderów, którzy szanują różnorodność i rozumieją korzyści płynące z otwartości. W spotkaniach udział wzięło 170 uczniów oraz 10 nauczycieli i 6 wolontariuszy.



Konkurs **Generacja P – Herosi na Starcie** został zorganizowany przez **Grupę Eurocash** dla młodych, ambitnych i kreatywnych osób, które marzą o karierze przedsiębiorcy i chcą rozwijać własne projekty biznesowe. Uczestnicy zgłaszali do niego swoje innowacyjne pomysły biznesowe, które jednocześnie mają pozytywny wpływ społeczny. Do konkursu zgłoszono 190 projektów; nagrodzono 10 zwycięskich zespołów, a łączna pula nagród wyniosła blisko 80 tys. zł.



Lockdown wywołany pandemią COVID-19 sprawił, że działające tylko stacjonarnie przedsiębiorstwa straciły klientów, szansą na ich przetrwanie było zatem przeniesienie oferty do sieci. Ułatwiła to inicjatywa **Grupy OLX** zrealizowana we współpracy z bankiem BNP Paribas jako partnerem strategicznym. Projekt **OLX 1000 na start** zakładał stosunkowo

niski próg wejścia i brak rozbudowanych formalności. W ramach akcji zarejestrowano 400 kont, z których od kwietnia 2020 r. dodano w sumie 13 313 ogłoszeń.



Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni** wspiera lokalne organizacje i stowarzyszenia: Międzyszkolny Klub Sportowy Sokoly 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 bezpłatnej obsłudze prawnej. W 2020 r. kancelaria została także mecenasem wystawy plakatów toruńskich artystów Tofifest Film Festival pn. 5TH.



PwC jest partnerem projektu **Wake Up Your Business**. Cel programu to wsparcie przedsiębiorstw mikro, małych i średnich, które borykają się z trudnościami w utrzymaniu firmy wynikającymi z niekorzystnej sytuacji gospodarczej spowodowanej pandemią COVID-19. Ekspertki PwC zorganizowały webinary: „Możliwe źródła finansowania start-upów” oraz „Rozwijaj swój biznes – szanse i zagrożenia związane z e-ekspertem”; pracownicy firmy w ramach wolontariatu pracowali także jako mentorzy uczestników programu.



Wspieranie przedsiębiorczości młodych poprzez Program Rozwoju Przedsiębiorczości (PRP) ma na celu dotarcie do młodych ludzi chcących zainicjować działalność gospodarczą w bliskiej perspektywie czasowej. Program **Banku Handlowego w Warszawie działającego pod marką Citi Handlowy** koncentruje się na etapach przygotowania i rozwoju przyszłego przedsiębiorcy poprzez np. platformę wiedzy Rozwijamy.edu.pl. Program finansowany jest przez Citi Foundation realizowany przez Fundację Think przy udziale mentorów z Citi.



Hello Entrepreneurship to projekt **Banku Handlowego w Warszawie działającego pod marką Citi Handlowy**, który ma na celu wsparcie przedsiębiorczości społecznej migrantów w Polsce. Firma oferuje trzy-miesięczną pomoc dostosowaną do indywidualnych potrzeb, m.in. w opracowaniu modelu biznesowego. Program finansowany jest przez Citi Foundation realizowany przez Fundację Ashoka przy udziale mentorów z Citi.



W 2020 r. odbyła się czwarta edycja konkursu **Grupy Eurocash Herosi Polskiej Przedsiębiorczości**. Doceniono przedsiębiorców w pięciu kategoriach: motywacja do rozwoju, odwaga biznesowa, innowacyjność, wytrwałość w działaniu

i odpowiedzialność za innych. Puła nagród wyniosła 750 tys. zł. Zgłosiło się 660 przedsiębiorców, z uwagi na COVID-19 konkurs został przeniesiony na kolejny rok.



Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie Prawni** angażuje się w **bezpłatne szkolenia dla przedsiębiorców**, a jej przedstawiciele występują w roli prelegentów. W listopadzie 2020 r. wzięli udział w szkoleniach online dla nauczycieli i uczniów organizowanych przez Centrum Doskonalenia Nauczycieli Razem Lepiej.



Kancelaria **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie Prawni** wspiera lokalne przedsiębiorstwa – działające na terenie Torunia bądź województwa kujawsko-pomorskiego. W 2020 r., wybierając prezenty świąteczne, postawiono na miody z rodzinnej pasieki.



Firma **PwC** uruchomiła program **Start-up Collider**, by wzmocnić transgraniczne więzi przedsiębiorców ze społecznością start-upów i inwestorów, wspierać wchodzenie start-upów na rynek oraz przyspieszać ich rozwój. Rozwiązania opracowane przez start-upy będą wdrażane w ramach usług PwC, inne zaś, dzięki globalnej sieci PwC, pozyskują nowych klientów i partnerów.



Samsung Electronics Polska poprzez **Samsung Inkubator** wspiera młodych innowatorów i start-upy z Polski Wschodniej. Do współpracy zapraszane są start-upy, które swoimi rozwiązaniami odpowiadają na zadania określone w Celach Zrównoważonego Rozwoju. Start-upy przechodzą cykl szkoleń, a najlepsze pomysły mogą liczyć na wsparcie finansowe. W 2020 r. przeprowadzono 25 webinarów, np. cykl „Przedsiębiorcze Lato” – w którym udział wzięło 400 osób.



Firma **WoshWosh** współpracuje aktywnie z kilkoma zakładami szewskimi na terenie Warszawy, pomagając im w zdobyciu klientów. Pomoc ma na celu **kultywację i ochronę rzemiosła** oraz zachęcenie do naprawiania, a nie kupowania nowego obuwia.



TWORZENIE MIEJSC PRACY I ROZWOJ KOMPETENCJI

Projekt „Pierwsza praca” **Banku Pekao** to wolontariat kompetencyjny dla wchodzących w dorosłość podopiecznych instytucji opieki, w tym wychowanków Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Obejmuje m.in. warsztat prowadzony przez specjalistę ds. rekrutacji, wykład ekspercki w obszarze prawa pracy oraz materiały edukacyjne dla uczestników. Doświadczenia zdobyte przez wolontariuszy w trakcie spotkania z wychowankami Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce zostały wykorzystane w projekcie #SamoDZIELNI, realizowanym przez Fundację PFR i ekspertów z Centralnego Domu Technologii. Inicjatywa obejmowała szkolenia, warsztaty i „bon na rozwój” dla 30 wychowanków domów dziecka z całej Polski.



Castorama Polska we współpracy z Mazowieckim Centrum Polityki Społecznej wzięła udział w **Rynczku Pracy 2020**, realizowanym przez Powiatowe Centrum Integracji Społecznej w Legionowie. Ta lokalna inicjatywa ma na celu aktywizację zawodową osób długotrwale niepracujących. W trakcie spotkania pracownicy-wolontariusze z działu kadr sieci Castorama Polska opowiedzieli o swojej pracy oraz przekazali wskazówki dotyczące przygotowania się do rozmowy rekrutacyjnej.



CCC w ramach współpracy z Fundacją IMAGO podjęło współpracę z trzema uczestnikami projektu **Inwestuj w siebie II** na terenie województwa śląskiego. W salonach CCC **zatrudniono młodzież z pieczy zastępczej**, która zdobywa swoje pierwsze doświadczenie zawodowe pod okiem opiekuna, pracownika CCC. Główne założenia projektu to: wzrost potencjału zawodowego i edukacyjnego uczestników, wytyczenie indywidualizowanych, nowych ścieżek rozwoju zawodowego i edukacyjnego uczestników, a także znalezienie zatrudnienia przez uczestników projektu.



Program Ambasadorski CMS „Link up” jest skierowany do studentów prawa. Kancelaria **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm** wybiera 13 ambasadorów z 12 uczelni oraz koordynatora programu spośród zesiorocznych ambasadorów. W ramach swoich zadań ambasadorzy wsparli rekrutację do Programu Praktyk Letnich. Latem wraz z kancelarią przygotowywali Summer Law Academy. Projekt ten składa się z cyklu pięciu wirtualnych warsztatów edukacyjnych. Z inicjatywy ambasadorów prawnicy kancelarii uczestniczyli w wielu spotkaniach online dla poszczególnych uczelni.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Działający od roku 2017 **Program Praktyk Letnich** to projekt skierowany do absolwentów i studentów prawa, którzy ukończyli co najmniej trzeci rok studiów. Polega on na odbywaniu (w ramach jednej z sześciu praktyk prawnych) przez uczestników miesięcznych praktyk w biurze **CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm**. Praktykanci mieli zapewnionego mentora, mogli uczestniczyć w szkoleniach firmowych. Odbyło się także szkolenie dedykowane dla nich z pracowniczego savoir-vivre'u.



Energa Grupa ORLEN wraz z firmą Librus przygotowała dla szkół podstawowych projekt **Edukacja zdalna z energią**, podczas którego zorganizowano blisko 300 szkoleń online z zakresu nauczania zdalnego, w pełni finansowanych przez organizatora projektu. Przeszkolono ponad 7 tys. dyrektorów szkół i nauczycieli. W przedsięwzięcie zaangażowali się również partnerzy technologiczni, tacy jak: Microsoft oraz Google.



Celem **Stażu Wakacyjnego „Energa Invest-Twoja szansa na miejsce w energetyce”** firmy **Energa Grupa ORLEN** jest budowanie zaplecza kadrowego dla polskiego sektora energetycznego poprzez pozyskanie najlepszych studentów zainteresowanych pracą w branży energetycznej, zapoznanie stażystów ze specyfikacją pracy w jednej z największych w Polsce firm projektowych w obszarze energetyki konwencjonalnej, wodnej, wiatrowej, fotowoltaicznej oraz źródeł kogeneracyjnych.



Firma **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** nawiązała **współpracę ze Stowarzyszeniem Twoje Nowe Możliwości** wspierającym równy dostęp do edukacji i rynku pracy dla osób z niepełnosprawnościami. Szkoleniowcy stowarzyszenia są zapraszani do Centrum HPE w celu prowadzenia warsztatów dla pracowników i partnerów. Jednocześnie pracownicy HPE, w ramach wolontariatu kompetencyjnego, prowadzą zajęcia na cyklicznych warsztatach dla beneficjentów Stowarzyszenia Twoje Nowe Możliwości. Firma wprowadziła także program stażowy. W drugiej połowie 2020 r. jego dodatkowym elementem był czterotygodniowy program mentoringowo-rozwojowy pod opieką menedżerów HPE.



Firma **Huawei Polska** po raz kolejny zrealizowała **ICT Academy i konkurs ICT Competition we współpracy z polskimi uczelniami**. W programie uczestniczyły Politechnika Warszawska, Politechnika Łódzka, Politechnika Poznańska, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie oraz Akademia Leona Koźmińskiego. Celem konkursu ICT Competition jest rozwijanie talentu studentów w branży ICT i przygotowanie ich pod kątem podjęcia pracy zawodowej,

a także wyrównywanie poziomu wiedzy i umiejętności zgodnie z globalnymi standardami.



Inicjatywa **Tech-4-Teachers** rozpoczęła się w marcu 2020 r., tydzień po zamknięciu szkół z powodu pandemii. 548 wolontariuszy z firm **IBM Polska** i Cisco podjęło współpracę z nauczycielami, by wspierać ich wiedzą techniczną przy organizacji lekcji online. 548 przeszkolonych wolontariuszy pracowało z nauczycielami w całym kraju. Do szkoleń przystąpiły 943 placówki oświatowe z całej Polski, a 4980 nauczycieli skorzystało z indywidualnej pomocy wolontariuszy.



Corporate Readiness Certificate Program to projekt edukacyjny realizowany od 2014 r., skierowany do studentów górnośląskich i dolnośląskich uczelni wyższych oraz absolwentów do roku od ukończenia studiów. Inicjatywa pozwala na pozyskanie dodatkowej, praktycznej wiedzy i umiejętności z szeroko rozumianego świata IT. Program współtworzą i prowadzą specjaliści z **ING Tech Poland**, IBM i Accenture, przy wsparciu Politechniki Śląskiej i innych uczelni. Zajęcia prowadzą eksperci z firm.



Startuj z ILS – Program Praktyk Zawodowych umożliwia uczniom techników zdobywanie pierwszych doświadczeń zawodowych i rozwój w obszarze IT. Firma **Intelligent Logistic Solutions** stworzyła bazę projektów, które uczniowie realizowali indywidualnie bądź grupowo – były dopasowane zarówno do potrzeb firmy, jak i do preferencji oraz obranego kierunku rozwoju uczniów. Zwieńczeniem praktyki to zaprezentowanie przez uczniów finalnych efektów pracy projektowej przed gronem mentorów.



Kronospan KO współpracuje z Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego w Strzelcach Opolskich. Firma patronuje dwóm klasom: technik mechanik z rozszerzeniem innowacyjnym operator obróbki skrawania drewna oraz technik mechatronik. Najlepsi uczniowie z **klas patronackich** mogą liczyć na wsparcie w formie stypendiów lub staży. Kronospan współtworzy z placówką program nauczania oraz zaprasza uczniów na praktyki zawodowe.



W 2018 r. podpisano trójstronną umowę patronacką pomiędzy Gminą Pniewy, Zespołem Szkół im. E. Szczygielskiej w Pniewach i firmą WObit (**P.P.H. WObit E.K.J. Ober**), tworzącą klasę w zawodzie technik mechatronik. Podpisanie umowy połączono z otwarciem pracowni mechatronicznej, wyposażonej w nowoczesny sprzęt. WObit ufundował moduły liniowe MLA oraz komponenty umożliwiające m.in. zbudowanie stanowisk do nauki programowania

robotów kartezjańskich. **WObit wspiera i rozwija mechatroników** także poprzez dzielenie się wiedzą i doświadczeniem.



Najnowsza technologia na wyciągnięcie ręki to dobra praktyka dotycząca trójstronnej inicjatywy współpracy zawartej w 2020 r. pomiędzy firmą Siemens Polska, Gminą Pniewy i firmą WObit (**P.P.H. WObit E.K.J. Ober**). Otwiera ona nowe możliwości rozwoju dla uczniów klas w zawodzie technik mechatronik. Oprócz kursów firmy Siemens uczniowie Zespołu Szkół im. E. Szanieckiej w Pniewach mają możliwość odbywania praktyk zawodowych i staży w firmie WObit, a także korzystania ze wsparcia jej specjalistów.



Polski Fundusz Rozwoju powołał Fundację PFR do realizacji misji społecznej spółki. Jednym z kluczowych przedsięwzięć Fundacji jest **Projekt Centralny Dom Technologii (CDT)**. To pierwsza tego typu przestrzeń realizująca program edukacji w zakresie nowych technologii oraz innowacyjnych eksperymentów cyfrowych. Misją CDT jest wspieranie rozwoju tych kompetencji u dzieci i młodzieży, osób dorosłych i starszych, a także młodych przedsiębiorców. Centralny Dom Technologii skupia także środowisko nauczycieli i edukatorów. W 2020 r. zorganizowano łącznie ponad 300 warsztatów edukacyjnych z zakresu wykorzystania technologii. Wzięło w nich udział prawie 12 tys. osób, w tym 6600 w warsztatach stacjonarnych oraz 4800 w warsztatach online. Dodatkowo każdy z materiałów edukacyjnych został zamieszczony na kanale YouTube.



Fundacja **Polskiego Funduszu Rozwoju** dokonała analizy trudności, jakie napotykają osoby wychowywane w pieczy zastępczej, kończące szkoły ponadpodstawowe we wschodnich województwach Polski i wkraczające na rynek pracy. W ramach praktyki **SamoDZIELNI** Fundacja zorganizowała dla grupy młodzieży w wieku 17–19 lat cztery spotkania warsztatowe podzielone na sześć bloków tematycznych: badanie mocnych stron i motywacja, prawo pracy, kształcenie i doksztalcanie zawodowe, rekrutacja, pierwsza praca i edukacja finansowa. Każdy uczestnik otrzymał także pełne sfinansowanie wybranego przez siebie kursu zawodowego.



PwC w ramach dobrej praktyki **Digital Fitness App for the world** udostępniło bezpłatnie aplikację edukacyjną Digital Fitness Assessment, która rozwija i wzmacnia umiejętności cyfrowe. Pomaga ocenić obecny stan wiedzy, wspiera w dostosowaniu się do nowych sposobów pracy i nauki poprzez wzmacnianie i rozwijanie nowych, technologicznych

kompetencji. Interaktywne treści są dostępne w kilku formatach w podziale na bloki tematyczne. Aplikacja personalizuje materiały i plan nauki, dostosowując je do poziomu wiedzy, preferencji i aktywności każdego użytkownika, oraz wspiera nawyk regularności w nauce.



Aby dotrzeć do studentów z ofertą warsztatów merytorycznych, szkoleń oraz pozostać z nimi w bieżącym kontakcie, firma **PwC** przygotowała warsztaty online pod nazwą **Hangout with PwC**. Do przeprowadzania warsztatów zaangażowano zespoły biznesowe, rekruterów i zespół EB. Warsztaty zostały podzielone na cztery kategorie: #SoftSkills #BusinessSkills #SocialImpact #Tech. W pierwszej edycji (kwiecień 2020) – udział w 13 warsztatach online wzięło 1330 osób. W drugiej edycji (październik 2020) – w warsztatach uczestniczyło 715 osób. Przeprowadzono 52 indywidualne konsultacje CV.



Bosch Termotechnika Szkoli to program edukacyjny, który Bosch Termotechnika (**Robert Bosch**) prowadzi we współpracy ze szkołami średnimi w całej Polsce kształcącymi na kierunkach: technik gazownictwa, technik urządzeń sanitarnych i na kierunkach pokrewnych. Celem programu jest poszerzanie wiedzy uczniów w zakresie nowoczesnych urządzeń grzewczych oraz promocja zawodu instalatora urządzeń grzewczych. W ostatniej edycji projektu (2019/2020) udział wzięło 30 szkół.



W ramach programu CyfrOFFy kONtakt, **Samsung Electronics Polska**, mając świadomość, że **edukacja zdalna zaczyna się od przedszkola**, rozpoczął cykl webinarów skierowanych zarówno do nauczycieli edukacji przedszkolnej, jak i wczesnoszkolnej, w którym wybrani eksperci dzieliли się poradami odpowiadającymi na wyzwania, jakie niesie ze sobą edukacja w dobie pracy zdalnej. W okresie od marca do czerwca 2020 r. firma zrealizowała cykl 15 webinarów, w których wystąpiło 14 ekspertów z zakresu edukacji oraz cyfrowego dobrostanu. Łącznie w webinarach aktywnie uczestniczyły 26 484 osoby.



Program „**Bezpieczny Staż**” został zorganizowany w lutym 2020 r. przez Starbucks (**Starbucks/ AmRest Coffee**) we współpracy z polską Fundacją Robinson Crusoe. Podopieczni Fundacji, młodzi ludzie przebywający na co dzień pod opieką instytucji opiekuńczo-wychowawczych, mieli możliwość rozwijać swoje skrzydła i zdobywać pierwsze doświadczenia zawodowe u boku baristów sieci Starbucks. W 2020 r.,



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

ze względu na pandemię koronawirusa, w ramach programu odbył się jeden staż.



Bezpieczny staż z Żabką to program kierowany do młodych ludzi powyżej 16. roku życia wychowywanych w pieczy zastępczej. Program realizowany jest wspólnie z Fundacją Samodzielni Robinsonowie. Podopieczni Fundacji, pod okiem wieloletnich franczyzobiorców Żabki, odbywają płatne praktyki w sklepach sieci. Staże finansowane są przez firmę **Żabka Polska**. W sumie odbyto się już siedem edycji programu. W 103 stażach wzięło udział 89 Robinsonów i Robinsonek. Dziesięcioro z nich, po zakończeniu stażu, nawiązało niezależną współpracę z franczyzobiorcami.



Adamed Pharma kontynuuje swój program stażowy **Adamed Super League**. W roku 2020, w związku z sytuacją epidemiologiczną, przeprowadzono go częściowo zdalnie. Kolejna grupa stażystów wzięła udział w programie, uczestnicząc w konkretnych projektach biznesowych.



Allegro otwiera się na osoby stojące u progu swojej ścieżki zawodowej, pomagając zdobyć wiedzę w ramach trzymiesięcznego programu **Summer e-Xperience**. W 2020 r. w programie wzięły udział 53 osoby, z czego 70% zostało zatrudnionych w firmie. Uczestnicy otrzymują wsparcie mentora, szkolenia oraz mogą pracować nad rzeczywistymi projektami i problemami.



Poprzez **Hackathony Allegro** wspiera rozwój kompetencji i pomaga zdobyć doświadczenie przy programowaniu pod okiem mentorów. W 2020 r. Allegro zostało partnerem HackYeah Online hackaton skupionym na walce z COVID-19. W listopadzie 2020 r. w ramach Gov.Tech Festival odbyło się spotkanie Strong Women = Strong Tech – how to build career in technology sector, w którym programistki i project managerowie Allegro dzieliли się swoją wiedzą i doświadczeniem zawodowym.



Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne realizuje **program staży dla studentów**.

W roku 2020 12 studentów odbyło staże w działach: kontroli jakości, sekcji utrzymania ruchu, produkcji, jakości i technicznym. Pod koniec stażu studenci przygotowali prezentację podsumowującą.



Capgemini Polska realizuje **IT Talk – cykl spotkań o tematyce IT**. Ich celem jest wymiana doświadczeń oraz edukacja mniej i bardziej doświadczonych specjalistów IT. Przez ostatnie lata wzięło w nich udział ponad 1 tys. uczestników.



Capgemini DevHours to seria **darmowych warsztatów** prowadzanych przez ekspertów branży IT pracujących w **Capgemini Polska**. W 2020 r. firma zorganizowała 12 spotkań, w których wzięło udział łącznie ok. 400 osób.



Firma **dentsu Polska** działa w **partnerstwie w edukacyjnym programie zawodowym – Uniwersytet Sukcesu**. Program skierowany jest do młodych kobiet, które wchodzi na rynek pracy. W 2020 r. zrealizowano sześć webinarów na temat „pracy od kuchni” w social mediach oraz w agencji reklamowej.



W ramach **programu staży i praktyk „Zainstaluj się w Enei”** studentom i absolwentom oferowany jest roczny, płatny staż w różnych obszarach biznesowych. W **Grupa Enea** realizowane są także trzymiesięczne płatne praktyki letnie.



W **drodze do pracy** firmy **Henkel Polska** to projekt realizowany we współpracy z Fundacją Miejsce Kobiet, a skierowany do kobiet z województwa mazowieckiego. Celem trwającego trzy miesiące kursu jest pomoc długoterwale nieaktywnym zawodowo kobietom w powrocie na rynek pracy.



Akademia HPE to cykl szkoleń **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center**, których adresatami są studenci ostatnich lat studiów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu i Uniwersytetu Wrocławskiego. Podczas HPE Academy odbywa się m.in. prezentacja firmy czy szkolenia z umiejętności miękkich.



Celem programu edukacyjnego Huawei **Seeds For The Future** jest rozwijanie lokalnych talentów w dziedzinie technologii informacyjno-komunikacyjnych. W 2020 r. program był dostępny także dla studentów z Polski. Firma **Huawei Polska** zaoferowała cykl szkoleń i warsztatów online prowadzonych przez światowej klasy ekspertów.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

Celem **Infosys Finance Campus** realizowanego przez **Infosys Poland** jest wsparcie młodych ludzi po kierunkach filologicznych w poszukiwaniu wiedzy z dziedziny finansów i rachunkowości oraz dostosowanie poziomu ich kompetencji do aktualnych potrzeb rynku pracy. Każdy uczestnik programu ma możliwość wykonania praktycznych ćwiczeń i studiów przypadków odzwierciedlających rzeczywiste środowisko operacyjne. W 2020 r. szkolenia odbywały się w formie online.



Głównym celem projektu **Postaw na przyszłość, postaw na siebie** jest optymalizacja procesu przekwalifikowania i poszukiwania nowego miejsca pracy przez osoby z województwa małopolskiego, które utraciły pracę bądź odeszły z rolnictwa. Beneficjenci projektu **InterKadry** uzyskali wsparcie w postaci szkoleń, poradnictwa zawodowego i staży.



Program rozwoju młodych talentów w mBanku dotyczy praktyk i staży rotacyjnych. Staż odbywa się w kilku działach firmy i trwa 12 miesięcy w wymiarze pełnego etatu. Praktyka odbywa się natomiast w jednym dziale, trwa od 3 do 12 miesięcy i ma wymiar od pół do całego etatu. W 2020 r. przyjęto 9 stażystów i 26 praktykantów, z czego po programie zatrudniono odpowiednio: 5 stażystów i 6 praktykantów.



Digital University – łatwiejszy start dla nastoletnich podopiecznych z domów dziecka to program edukacyjno-zawodowy **Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie** skierowany do kobiet w wieku 17–24 lata. W ramach ostatniej edycji 120 młodych kobiet mogło wybrać jeden z dwóch warsztatów – „Akademia Programistki” lub „Akademia Digital Marketerki”. Finalistki otrzymały propozycje staży w firmach.



„**GeoTalent**” – to program edukacyjny **PGNiG**, którego celem jest poszerzanie wiedzy i rozwój umiejętności praktycznych studentów w dziedzinie poszukiwań, rozpoznania i wydobycia węglowodorów ze źródeł konwencjonalnych i niekonwencjonalnych. Program **Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa** jest realizowany na czterech uczelniach partnerskich.



DataTalentLab – Program mentoringowy Data Analytics realizowany jest w **PWC**. Studenci pod okiem mentorów pracują w grupie projektowej nad przygotowaniem narzędzia

w oparciu o prawdziwe dane i rzeczywisty problem biznesowy. Dodatkowo uczą się programowania i pracy zespołowej. Po zakończonym programie istnieje możliwość kontynuowania współpracy na stałe.



Program staży „Student on Board” kierowany jest do studentów ostatnich lat studiów. Poznają oni branżę farmaceutyczną i pracę w **Sanofi** oraz zdobywają pierwsze doświadczenia zawodowe. Płatny staż trwa od 6 do 12 miesięcy. Do młodszych studentów kierowany jest program „Ambasador Sanofi”.



Santander Bank Polska realizuje **Program Santander Universidades**. W ramach SU w 2020 r. ponad 2 tys. osób z Polski uzyskało stypendia Santander. Studenci brali udział w projektach rozwojowych prowadzonych we współpracy z ośrodkami akademickimi również poza Polską.



SumiRiko Poland od 2014 r. prowadzi program letnich praktyk dla studentów wyższych uczelni: **Twoja ścieżka do kariery**. Program ten skierowany jest do studentów czwartego i piątego roku studiów technicznych, chcących zdobyć doświadczenie zawodowe w branży motoryzacyjnej.



Projekt Monter-Mechatronik umożliwia zdobycie praktycznych umiejętności potrzebnych w branży motoryzacyjnej. Powstał we współpracy **Volkswagen Motor Polska** z Zespołem Szkół Zawodowych z Chocianowa. Nauka w zawodzie monter mechatronik trwa trzy lata, podczas których uczniowie otrzymują wynagrodzenie.



Program „Stażysta” realizowany jest przez **Volkswagen Motor Polska**. Stażysci otrzymują wynagrodzenie według określonej stawki obowiązującej w firmie oraz dodatkowe świadczenia (dodatek urlopowy i świąteczny, dostęp do bezpłatnej opieki medycznej, pakiety sportowe). Od 2012 roku staż odbyło 44 osób, które dołączyły do zespołów serwisu technicznego, działu jakości, personalnego, finansowego, logistyki oraz IT.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

WSPARCIE ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Allianz Polska wspiera naukę zdalną dzieci ze Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce #wdobrejsprawie. Firma przekazała komputery dla podopiecznych Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Uruchomiono także specjalną zbiórkę na rzecz Stowarzyszenia, do udziału w której zachęcano pracowników **Allianz Polska**, agentów klientów.



Amazon Fulfillment Poland wsparł ogólnopolskie oraz lokalne organizacje pozarządowe w czasie pandemii COVID-19. W ramach akcji Amazon przekazał 1 mln euro na pomoc organizacjom wspierającym walkę z COVID-19 w Polsce. Środki otrzymały Polski Czerwony Krzyż, Fundacja TVN Nie Jesteś Sam, Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy oraz organizacje działające w skali lokalnej. Środki zostały przeznaczone m.in. na zakup testów na obecność przeciwciał dla personelu medycznego czy zakup środków ochronnych i tworzenie tymczasowych miejsc pobytu dla osób zakażonych.



Zaangażowanie społeczne w czasie pandemii BNP Paribas Bank Polska obejmuje działania na rzecz osób z grup zagrożonych wykluczeniem. Wśród wspartych inicjatyw znalazły się: projekt „Wielkanocny koszyk dla Seniora” Stowarzyszenia Mali Bracia Ubogich, Antydepresyjny Telefon Zaufania Fundacji Itaka, zbiórka Fundacji Onkologicznej Alivia na zakup środków ochronnych dla pacjentów onkologicznych, zbiórka żywności organizowana przez Bank Żywności SOS w Warszawie. Bank przekazał środki dla Stowarzyszenia MONAR na statutowe działania w czasie pandemii oraz wsparł edukację, przekazując 250 bankowych laptopów uczniom zmagającym się z wykluczeniem cyfrowym, oraz w partnerstwie z firmą Orange zakupił ponad 500 laptopów z ruterami o łącznej wartości 1 mln zł.



Klienci 18 centrów i galerii handlowych zarządzanych przez CEETRUS Polska (d. Immochan) mogą łatwo i bezpiecznie przekazać datkę wybranej fundacji pożytku publicznego. Projekt Skarbonka dobra wykorzystuje przyjazną konsumentom platformę Donato. Niewielkie urządzenia działają na podobnej zasadzie jak biletomaty i umożliwiają przekazanie datku na wybraną organizację działającą w takich obszarach, jak pomoc dzieciom, pomoc społeczna, ochrona zdrowia oraz ekologia.



W Grupie Enea przygotowano akcję Kup bliskim, pomóż wszystkim! zachęcającą do robienia odpowiedzialnych zakupów. W okresie przedświątecznym w Grupie Enea zrealizowany został kiermasz online. Pracowników zaproszono do zakupu prezentów i ozdób bożonarodzeniowych wykonanych

przez uczestników Warsztatów Terapii Zajęciowej dla Osób z Niepełnosprawnością Intelktualną w Poznaniu, Pile oraz Policach. Dochód ze sprzedaży ozdób przeznaczono na leczenie podopiecznych placówek.



Fundacja Muszkieterów, którą tworzą właściciele sklepów Intermarché i Bricomarché, należące do Grupy Muszkieterów, stawia sobie za cel pomoc osobom, które doświadczają różnych form wykluczenia. Jedną z grup najbardziej narażonych na zakażenie koronawirusem są obecnie osoby starsze i chore, a także podopieczni ośrodków pomocy w całej Polsce. W ramach akcji Muszkieterowie z pomocą Fundacja Muszkieterów zdecydowała się wesprzeć rzeczowo 20 instytucji, głównie domy pomocy społecznej, przekazując im środki ochrony indywidualnej i środki czystości.



Grupa Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel) dołączyła do akcji Wielki Turniej Gier Planszowych organizowanej przez Fundację Polki Mogą Wszystko. Celem przedsięwzięcia było wspieranie równowagi pomiędzy nowymi umiejętnościami cyfrowymi i kompetencjami społecznymi, którą m.in. daje gra w planszówkę. Pracownicy Cyfrowego Polsatu i Polkomtelu przekazali ponad 40 różnych gier wspierających edukację oraz rozwój dzieci i młodzieży.



Praktyka „Zielone kilometry” InterKadra odpowiada na potrzebę poprawy jakości zdrowia społeczeństwa oraz ochronę klimatu przed zanieczyszczeniami. W ramach inicjatywy zebrano fundusze na wybrany cel charytatywny, jednocześnie zachęcając współpracowników do różnych aktywności fizycznych, m.in. jazdy rowerem do i z pracy, pieszych wędrówek, spacerów. W 2020 r. zebrane wspólnie kilometry przełożono na kwotę darowizny dla lecznicy dla zwierząt „ADA” z Przemysła.



Many Walks Many Socks to autorska akcja społeczna Many Mornings, w której członkowie społeczności zgromadzonej wokół marki zgłaszają się na wolontariat do partnerskich schronisk dla zwierząt. Najważniejszymi celami przyświecającymi akcji są: zwiększenie dobrostanu zwierząt przebywających w schroniskach oraz nagłaśnianie problemów związanych z bezdomnością psów i kotów. W 2020 r. zrealizowano 548 spacerów i 15 adopcji zwierząt.



Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie zaangażowało się w akcję Solidarni z bohaterami czasu epidemii. To pilotażowe przedsięwzięcie programu „Działaj Lokalnie”, który powstał

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

z inicjatywy Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności i jest realizowany przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce. Ubezpieczyciel jako partner strategiczny projektu przekazał fundusze na rzecz organizacji, które w sytuacji epidemicznej inicjowały działania wspierające lokalne społeczności. Finansowanie uzyskało łącznie 18 projektów, a z pomocy skorzystało 16 600 osób.



Firma **P.P.H. WObit E.K.J. Ober s.c.** w ramach **rozwijania pasji dzieci i młodzieży** przystąpiła do projektu „Ogólnopolski Festiwal Tańca”. Dzięki wydarzeniu rodziny mogły spędzić ze sobą więcej czasu razem podczas tańca. Do udziału w festiwalu zgłosiło się 357 uczestników (1500 widzów online). Firma wsparła wydarzenie rzeczowo, a przedstawiciele firmy reprezentowali ją na parkiecie.



Od ośmiu lat, w ramach Global Community Day w Polsce, **Performics** organizuje akcję **Wspomóż Doga za hot-doga!** W roku 2020 firma zmieniła formułę na wirtualną, ale tak, by przedsięwzięcie zyskało wymiar edukacyjny i nie zatraciło interaktywności. Inicjatywa przybrała formę serii godzinnych live streamów na Facebooku, podczas których pracownicy wspólnie z Fundacją Tymmmczasy edukowali m.in., jak pracować z pupilem oraz na co zwrócić uwagę, starając się o zwierzątko. Na każdym live streamie można było wpłacać datki na Fundację.



Sodexo Polska wyprodukowało własne środki ochrony osobistej i **nieodpłatnie udostępniło płyny dezynfekujące** instytucjom samorządowym i organizacjom pozarządowym związanym z opieką nad osobami z niepełnosprawnościami i starszymi. Przekazano 900 butelek płynu dezynfekującego.



TIM zorganizował akcję charytatywną, włączając w nią dostawców (firmy: EATON, F&F, Hager, Kontakt Simon, NKT, Philips i Schneider Electric) oraz klientów. Zrezygnowano z zakupu corocznych upominków i kalendarzy dla klientów, a zgromadzone w ten sposób środki przekazano lokalnym organizacjom i instytucjom. Do udziału w akcji **TIM Mikotajów** przystąpiło siedmiu dostawców oraz ponad 1300 klientów firmy TIM. 17 organizacji otrzymało darowiznę pieniężną w kwocie 13 tys. zł.



Firma **T-Mobile Polska** podjęła **współpracę z Fundacją DKMS**. W ramach akcji przygotowano szereg materiałów edukacyjnych, artykułów i nagrań, które miały przedstawić pracownikom firmy działania organizacji oraz wprowadzić w szczegóły dotyczące dawstwa szpiku. Na przygotowanej dla pracowników T-Mobile stronie mogli oni zamówić pakiet rejestracyjny bezpośrednio do domów. W bazie dawców DKMS zarejestrowało się blisko 30 pracowników T-Mobile.



Fundacja LOTTO im. Haliny Konopackiej, której fundatorem jest **Totalizator Sportowy**, zrealizowała nowy autorski program nawiązujący do powoływanych rokrocznie przez Sejm i Senat **Patronów Roku**. Program (konkurs grantowy) dotyczy uhonorowania i umocnienia historycznego znaczenia wyróżnionych postaci i wydarzeń historycznych. Program skierowany jest do organizacji non profit.



Sportowe Wakacje z Fundacją LOTTO, której fundatorem jest **Totalizator Sportowy**, to program realizowany od lipca do grudnia 2020 r. Projekt powstał z myślą o przeciwdziałaniu skutkom epidemii COVID-19 w sferze zdrowia indywidualnego i społecznego. Skierowany jest do organizacji pozarządowych, powołanych w ramach swojej podstawowej działalności statutowej do realizacji zadań w zakresie upowszechniania sportu i kultury fizycznej, które mogą ubiegać się o wsparcie finansowe organizacji obozów sportowych dla dzieci i młodzieży. Fundacja, stowarzyszenia, kluby sportowe z całej Polski złożyły łącznie 475 wniosków. Fundacja LOTTO im. Haliny Konopackiej przyznała 356 dofinansowań na organizację wyjazdowych obozów sportowych, trwających minimum 10 dni każdy. W aktywnym wypoczynku wzięto udział ponad 11 tys. dzieci, a 10 563 z nich skorzystało z dofinansowania.



Chętni pracownicy **ALDI** biorą udział w **Katowice Business Run**. Firma dokonuje opłat za ich uczestnictwo, a pieniądze te są przekazywane na cele charytatywne.



Allegro wykorzystuje możliwości swojej platformy do wspierania ważnych społecznie projektów charytatywnych, angażując klientów z całej Polski. Dzięki **platformie Charytatywni.allegro.pl** w 2020 r. udało się zebrać blisko 19,4 mln zł na rzecz 401 organizacji pozarządowych.



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

BNP Paribas Bank Polska jest partnerem strategicznym **Szlachetnej Paczki**. W edycję 2020 włączyło się 124 liderów-wolontariuszy z zespołami (łącznie 2470 pracowników) z różnych obszarów banku oraz spółek Grupy BNP Paribas w Polsce. Każdą paczkę Fundacja BNP Paribas dofinansowała kwotą 1 tys. zł.



W 2020 r. **BNP Paribas Securities Services** po raz kolejny wzięło udział w projekcie **Szlachetna Paczka**. Do ubiegłorocznej edycji zgłosiło się dziewięciu koordynatorów paczek, którzy po szkoleniach online zorganizowali wokół siebie zespoły wolontariuszy. W akcję zaangażowało się ponad 300 pracowników firmy, a łączna wartość paczek przekroczyła 31 tys. zł.



Carrefour wspiera Fundację „Pomoc Transportowcom”, która prowadzi działania na rzecz osób niepełnosprawnych, w wieku emerytalnym i rodzin będących w trudnej sytuacji materialnej. Centrala firmy przekazuje produkty na wielkonoce i bożonarodzeniowe spotkania dla podopiecznych. W 2020 r. firma przekazała produkty o wartości blisko 5 tys. zł dla podopiecznych Fundacji.



Grupa **CCC** to pierwszy globalny partner UNICEF z Polski. Firma przekazuje fundusze na pomoc dzieciom na świecie. Partnerstwo jest komunikowane w salonach obunicznych CCC w 21 krajach.



W 2019 r. pracownicy **Credit Suisse Poland** wybrali Fundację Hospicjum Onkologiczne św. Krzysztofa w Warszawie jako preferowanego **Partnera Charytatywnego Roku 2020**. Finałową akcją był konkurs fundraisingowy zorganizowany pomiędzy dywizjami firmy, które ze sobą konkurowały. W projekt zaangażowało się 1500 pracowników, zgromadzono ponad 110 tys. zł.



Credit Suisse Poland co roku wybiera Partnera Charytatywnego Roku. W celu mobilizacji pracowników został zorganizowany trwający osiem miesięcy **wyścig dywizji Charity Hero – Bohater Charytatywny Roku**. Działy prowadziły zbiórki fundraisingowe, walcząc o tytuł Bohatera Charytatywnego Roku w różnych kategoriach, m.in. za ilość zebranych środków, kreatywność, czy najlepszy program wolontariatu kompetencyjnego.



W styczniu 2020 r. **media i marki Agory** wsparły **28. edycję Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. GRUPA AGORA** zbierała środki na zapewnienie najwyższych standardów diagnostycznych i leczniczych w dziecięcej medycynie zabiegowej. Zorganizowano aukcje internetowe, zbierając pieniądze do wirtualnych puszek oraz relacjonując przebieg finału.



Sportowa akcja charytatywna **Biegamy – zbieramy – pomagamy** polega na zbieraniu punktów, które przeliczane są na złotówki, by wesprzeć sportowy rozwój dzieci. Punkty zbierają pracownicy **Grupy Enea**, angażując się w zawody w całej Polsce. W dwóch ostatnich edycjach pracownicy wybiegali ponad 80 tys. zł.



Eliminowanie ubóstwa i głodu oraz wspieranie odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji to cel współpracy podjętej przez **Grupę Raben** z Polską Federacją Banków Żywności. W ramach akcji **Raben i Banki Żywności** w 2020 r. firma przewiozła charytatywnie ponad 1 tys. palet żywności. Przez ostatnie sześć lat współpracy było to 14 tys. palet, niemal 9 tys. ton uratowanej żywności, ponad 16 mln wydanych posiłków.



Sklepy bi1 należące do **Grupy Schiever w Polsce** ponownie wzięły udział w **ogólnopolskiej zbiórce żywności Caritas „Tak. POMAGAM!”**. W ramach akcji wolontariusze Caritas zachęcali do wsparcia osób najbardziej potrzebujących przez zakup artykułów spożywczych z długim terminem przydatności.



Zainicjowany **Hand in Hand** ma na celu budowanie i wzmacnianie współpracy pomiędzy biznesem a organizacjami pozarządowymi. W 2020 r. **Hewlett Packard Enterprise Global Business Center** we współpracy z CWOP zaprosił do inicjatywy innych przedstawicieli biznesu. Przeprowadzono 13 szkoleń online dla NGO.



Kaufland Polska Markety w ramach **przeciwdziałania marnowaniu żywności** regularnie przekazują żywność lokalnym OPP: Federacji Polskich Banków Żywności, Caritas Polska oraz Towarzystwu Pomocy św. Brata Alberta. Na ten cel przeznaczane są pełnowartościowe produkty, z upływającym wkrótce terminem przydatności do spożycia, z uszkodzonym opakowaniem, a także dojrzałe owoce i warzywa.



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

LOTTE Wedel od 2001 r. **wspiera Stowarzyszenie „Serduszko dla Dzieci”**. W 2020 r. Wedel wsparł rzeczowo i finansowo aktywności Stowarzyszenia, m.in. XIII Praski Festiwal Filmów Młodzieżowych czy turniej Serduszko Cup. W celu promocji wspólnej pasieki, w firmie zorganizowano Dzień Pszczół, którego celem była edukacja pracowników.



Współpraca Makro z Bankami Żywności opiera się na systematycznym przekazywaniu pełnowartościowych produktów z kończącym się terminem przydatności. Przygotowana przez **MAKRO Polska** wspólnie z Federacją Polskich Banków Żywności kampania „Mistrzowie przechowywania” uświadamiła klientom, że stosowanie zasad prawidłowego przechowywania pozwala zmniejszyć marnotrawstwo żywności.



Świąteczne charytatywne kartki dobroczynne są wysyłane do partnerów biznesowych kancelarii **Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba Radcowie Prawni**. Część kwoty ze sprzedaży kartek przekazywana jest na rzecz organizacji dobroczynnych.



Provident Run to bieg charytatywny firmy **Provident Polska**. W 2020 r. odbył się trzeci Provident Run, ze względu na pandemię był on zrealizowany w formule wirtualnej. Biegacze z Polski i z innych rynków IPF indywidualnie pokonywali trasę 5,5 km.



Program coachingowy dla liderów społecznych **Dwa sektory – jedna wizja** firmy **PwC** to wymiana wiedzy i inspiracji między liderami biznesu a liderami społecznymi. Do tej pory w 10 edycjach programu wzięło udział 167 liderów społecznych i 78 wolontariuszy z PwC. Uczestnicy otrzymali ponad 1716 godzin indywidualnego wsparcia coachingowego oraz 320 godzin szkoleń.



SPOKO – Społeczny Kosz organizowany przez **Studio 102** ma na celu wsparcie podmiotów ekonomii społecznej. Organizacje te, w ramach warsztatów terapeutycznych lub w celu samofinansowania, wytwarzają produkty na sprzedaż, SPOKO pomaga im w tych działaniach oraz zapewnia dotarcie produktów do szerszego grona odbiorców. Przy projekcie powstał FUNDUSZ, w ramach którego dostawcy są audytowani, certyfikowani oraz edukowani pod kątem gotowości do

samodzielnej pracy z biznesem. W 2020 r. w projekt zaangażowali się gdańscy wolontariusze.



Celem **współpracy z Fundacją Akogo?**, realizowanej przez **T-Mobile Polska**, jest pomoc finansowa i technologiczna dzieciom po ciężkich urazach mózgu. T-Mobile zapewnia także stałe łącze internetowe na terenie należącym do Fundacji Kliniki Budzik.



W 2020 r. do Fundacji Lotto im. Haliny Konopackiej **Totalizatora Sportowego** w ramach **Programu Grantów** złożono 851 wniosków i ostatecznie przyznano 171 darowizn. Fundacja w 2020 r. skupiała się na projektach przeciwdziałających skutkom pandemii COVID-19. Działania dotarły do ponad 370 tys. osób, a przy ich realizacji pracowało ponad 730 wolontariuszy.



WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI

ArcelorMittal Poland od roku 2012 organizuje konkurs **STALE przetamując bariery** skierowany do studentów z niepełnosprawnościami oraz do wszystkich studentów AGH, którzy na co dzień wspierają swoich niepełnosprawnych kolegów. W 2020 r. komisja przyznała dwa stypendia na łączną kwotę 10 tys. zł. W dziewięciu edycjach przekazano na stypendia łącznie 180 tys. zł, fundując 28 stypendiów.



Współpraca z Politechniką Warszawską obejmuje prowadzenie zajęć z przedmiotu zarządzanie biznesem technologicznym przez pracowników **BASF Polska**. Realizowane są seminaRIA o tematyce związanej z funkcjonowaniem branży chemicznej, m.in. na temat CSR. Współpraca umożliwia studentom przygotowywanie prac dyplomowych pod opieką pracowników. W roku 2020 odbyły się zajęcia online, w których wzięło udział 130 osób. Zajęcia znajdują się w programie ostatniego roku studiów na kierunku technologia chemiczna i biotechnologia.



ING Bank Śląski współpracuje ze środowiskiem akademickim. Bank prowadzi program ambasadorski na 16 uczelniach w całej Polsce, współpracuje z wybranymi biurami karier, kadrą akademicką, kotłami naukowymi i organizacjami studenckimi oraz organizuje zajęcia dla studentów



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

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE I ROZWOJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

i absolwentów. Eksperti ING dzielą się wiedzą z poszczególnych obszarów merytorycznych oraz rynku pracy.



Kronospan Polska od 2016 r. współpracuje z Politechniką Koszalińską, współtworząc **Filię Politechniki Koszalińskiej w Szczecinku**, z kierunkiem inżynieria i automatyzacja w przemyśle drzewnym. Zajęcia praktyczne i laboratoryjne realizowane są przez specjalistów firmy Kronospan na terenie zakładu, gdzie studenci mają dostęp do najnowszej technologii stosowanej w branży. Firma także poprzez programy stypendialne wspiera młodzież w trakcie trwania studiów. Od roku 2016 z oferty Filii Politechniki Koszalińskiej w Szczecinku skorzystało ponad 100 studentów.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego

zawarta porozumienie z Uczelnią Jańskiego w Łomży w zakresie objęcia mecenatem **studiów podyplomowych MBA**. Celem inicjatywy jest przekazanie uczestnikom studiów wiedzy niezbędnej do nowoczesnego i efektywnego zarządzania przedsiębiorstwami.



W ramach inicjatywy **Samsung R&D dla polskich uczelni** firma **Samsung Electronics Polska** współpracuje w zakresie badań naukowych i dydaktyki z uczelniami, m.in. z Politechniką Warszawską, Uniwersytetem Warszawskim, Akademią Górniczo-Hutniczą, Uniwersytetem Jagiellońskim oraz Uniwersytetem Adama Mickiewicza. W ramach partnerstwa pracownicy R&D prowadzą wykłady dla studentów, organizowane są praktyki zawodowe, hackathony programistyczne oraz wspólne konferencje naukowe. Pracownicy firmy są również mentorami dla studentów uczelni, pomagając im w przygotowywaniu prac dyplomowych oraz współpracując z kotami studenckimi.



Polpharma zaangażowała się we współpracę z naukowcami poznańskiego Instytutu Chemii Bioorganicznej Polskiej Akademii Nauk, która zaowocowała **powstaniem pierwszych polskich testów na SARS-CoV-2 i odróżniających COVID od grypy**. To przykłady efektywnej współpracy jednostki badawczej z biznesem, której efektem jest szybkie wdrożenie innowacyjnych rozwiązań dla społeczeństwa. Rolą Polpharmy było wsparcie naukowców wiedzą procesową i rynkową, aby przekształcić prototypy testów w optymalne produkty, które posiadają pożądane cechy i mogą być przeniesione z laboratorium do masowej produkcji.



RedStorm – Leader Talks to cykl spotkań z członkami Zarządu **Coca-Cola HBC Polska** organizowanych na warszawskich uczelniach. Spotkania składają się z dwóch

modułów. Pierwszy zwiększa świadomość rynku FMCG i poszczególnych działów oraz dostarcza praktycznej wiedzy. Drugi – warsztatowy – umożliwia swobodne prowadzenie dialogu i zadawanie pytań.



Program kształcenia dualnego – praktycznego to system zakładający równoczesne zdobywanie wiedzy akademickiej i doświadczenia praktycznego. Program studiów obejmuje niezbędny zakres wiedzy teoretycznej zdobywanej w trakcie wykładów, ćwiczeń, laboratoriów i warsztatów na Politechnice Poznańskiej, przeplatających się z okresami odbywania zajęć praktycznych – laboratoryjnych i projektowych w firmie, pod okiem specjalistów **Grupy Enea**. Z uwagi na sytuację epidemiczną duża część zajęć praktycznych miała formę zdalną.



Hewlett Packard Enterprise Global Business Center

prowadzi **program mentoringowy dla studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu**. Pracownicy firmy przez 10 miesięcy pełnią funkcję mentorów wybranej grupy studentów. Cykliczne spotkania mentorskie mają na celu wsparcie studentów w ich rozwoju osobistym oraz przygotowanie do świadomego kształtowania przyszłej kariery zawodowej.



W ramach **współpracy Korporacji Budowlanej DORACO z Politechniką Gdańską** firma została patronem międzywydziałowego kierunku studiów drugiego stopnia – inżynieria morska i brzegowa. Pracownicy firmy prowadzą wykłady i seminaria związane z tematyką kierunku. Docelowo absolwenci mają możliwość zatrudnienia w Doraco.



Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego

prowadzi działania edukacyjne i informacyjne z zakresu CSR. We współpracy z Politechniką Krakowską utworzono **Studia podyplomowe CSR Management**.



Dzień Wiedzy z ORLENEM to projektu edukacyjnego **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN**, kierowany do studentów uczelni technicznych i ekonomicznych. W 2020 r. w ramach projektu odbyły się dwa webinary: „Jak zacząć pracę w ORLENIE po studiach chemicznych?” oraz „Diagnostyka i systemy monitorowania maszyn w PKN ORLEN” dla studentów Politechniki Warszawskiej.



Przedstawiciele **Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN** prowadzą zajęcia z przedmiotu **bezpieczeństwo**

techniczne na Politechnice Warszawskiej. Specjaliści firmy przeprowadzili ponad 30 wykładów na studiach stacjonarnych oraz wieczorowych.



Rödl & Partner prowadzi **działalność edukacyjną dla studentów.** W 2020 r. firma współpracowała z Poradnią Prawną działającą przy Uniwersytecie Gdańskim, Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu i Instytutem Prawa i Ekonomii Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy. Przeprowadzono cztery spotkania warsztatowe dla studentów, w których wzięło udział 160 uczestników.



Sanofi współpracuje z **Uniwersytetem Rzeszowskim.** Strony przyjęły m.in. następujące priorytety: wymiana dobrych praktyk i doświadczeń, współpraca w zakresie wykorzystania potencjału laboratoryjnego Zakładu Produkcyjnego Sanofi w celach dydaktycznych, współpraca przy działalności promocyjnej i komercjalizacji badań naukowych.



Placówki Relacyjne Santander Universidades Santander Bank Polska funkcjonują na 12 uczelniach w Polsce. Każda z nich składa się ze strefy wypoczynkowej dla studentów, sali przeznaczonej do prowadzenia warsztatów lub spotkań studentów i miejsca obsługi.



Volkswagen Motor Polska współpracuje **uczelniami wyższymi** (np. Politechniką Wrocławską, Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu oraz Wyższą Szkołą Bankową we Wrocławiu). Studenci są informowani o prowadzonych rekrutacjach, ścieżkach rozwoju kariery, profilach poszukiwanych pracowników. Program umożliwia realizowanie praktyk zawodowych oraz pisanie prac dyplomowych odpowiadających na bieżące zapotrzebowanie firmy.



ZRÓWNOWAŻONE MIASTA

Rozmowy sąsiedzkie to cykl dziewięciu spotkań, w czasie których lokalna społeczność, organizacje społeczne i samorządowcy dyskutowali o oczekiwaniach związanych z nowym parkiem o charakterze miejskim, mającym powstać w ramach planowanej przez **CEETRUS Polska** (d. Immochan) inwestycji Wilanów Park. „Rozmowom sąsiedzkim” towarzyszyła ankieta online, w której zebrano kilkaset głosów. Na podstawie wniosków ze spotkań powstały wytyczne do kon-

kursu na opracowanie koncepcji architektonicznej dwuhektarowego parku.



Klub Dobrego Klimatu to pilska inicjatywa Altvater Piła (spółki **ENERIS Ochrona Środowiska**), której celem jest zintegrowanie lokalnych organizacji pozarządowych, aktywnych działaczy, instytucji pod wspólnym ekoparasolem i umożliwienie lepszej wymiany informacji w działaniach poszczególnych organizacji. Organizowane są spotkania członków klubu, wizyty studyjne oraz wspólne akcje na rzecz ochrony środowiska.



Kronospan Polska, współpracując z miastem w różnych formach, postanowił współfinansować projekt rozbudowy **Centralnego Placu Zabaw**. Firma przeznaczyła na ten cel 194 tys. zł. Istniejący plac zabaw został dodatkowo wyposażony m.in. w karuzelę tarczową, z której mogą korzystać dzieci na wózkach inwalidzkich oraz zestaw do zabawy z podjazdami dla wózków.



Lubelski Węgiel Bogdanka, w partnerstwie z Fundacją Krajobrazy oraz Gminą Łęczna utworzył **„Laboratorium Miejskie Programu Estetyka”** – edukacyjno-wdrożeniowy projekt z zakresu partycypacji, zrównoważonego rozwoju i architektury miejskiej, realizowany w Łęcznej. Projekt uruchomił laboratorium – będące platformą dialogu mieszkańców z miastem, ukierunkowanego na rozwój zielonej infrastruktury. Powstały trzy tematyczne grupy robocze: Zieleń Miejska, Kultura Przestrzeni, Zieleń Funkcjonalna. W skład grup weszli mieszkańcy, przedstawiciele lokalnych NGO oraz władz miasta, wsparci przez ekspertów. Opracowane wizje i plany zostały wdrożone w przestrzeni miejskiej.



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

WYBRANE ARTYKUŁY 2020 R.

Łączna liczba artykułów podejmujących
tematykę odpowiedzialnego biznesu
i powiązane z nią zagadnienia:

154 900

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 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.

KONSUMPCJA A EKOLOGIA

W ostatnich latach temat ekologii jest niezwykle żywy. W przestrzeni publicznej dużo mówi się na temat zmian klimatycznych, segregacji odpadów, ograniczeniu plastiku i konsumpcji, trendów związanych z naprawianiem i korzystaniem z rzeczy używanych, zero waste czy ekonomii współdzielenia. Niezależnie od tego, czy nasze zainteresowanie tematem jest większe, czy mniejsze, z całą pewnością musimy przyznać, że świat stoi przed koniecznością zmiany na wielu płaszczyznach. *Magdalena Felczak („Nowości Gastronomiczne”, 01.2020)*

ZERO WASTE, CZYLI CZY MOŻLIWE JEST ŻYCIE BEZ ŚMIECI

Śmieci wytwarzać będziemy zawsze. Skoro nie możemy ich wyeliminować,

to może chociaż ograniczymy? Wystarczy kilka zasad, by na ekologii oszczędzić – nie tylko własne pieniądze, ale przede wszystkim ulżyć przyrodzie. *Monika Gontarczyk („Mazowsze. Serce Polski”, 1.01.2020)*

BIZNES DOMYKA OBIEG ZASOBÓW

Gospodarka Obiegu Zamkniętego staje się celem wielu firm, nawet krajów. Na razie do osiągnięcia daleka droga, dlatego możemy mówić o domykaniu obiegu. Kiedy i czy uda się go domknąć? Całkowicie może nigdy, ale minimalizacja zużycia i recykulacja surowców jest koniecznością. Przyczyna w dążeniu do Gospodarki Obiegu Zamkniętego jest prozaiczna (...). *Mateusz Tkarski („Strefa Biznesu. Pomorze”, 1.02.2020)*

MIAŁ 5 LAT OD WPROWADZENIA AGENDY 2030

Ban Ki-moon, poprzedni Sekretarz Generalny ONZ, tak mówił o ogłoszonym w 2015 roku dokumencie „Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development”: „Ta Agenda dotyczy wszystkich ludzi, nikogo nie pomijając. Jest planem działań na rzecz eliminacji ubóstwa we wszystkich jego formach na całym świecie, nieodwracalnie i raz na zawsze [...]”. *Agnieszka Siarkiewicz („Gazeta Finansowa”, 7.02.2020)*

TO JEDEN Z DEFICYTOWYCH ZAWODÓW W POLSCE. CORAZ WIĘCEJ STARSZYCH OSÓB POTRZEBUJE POMOCY

Opiekunowie seniorów to szczególnie deficytowy zawód w Polsce. Oferowane

wynagrodzenie często nie sięga jednak nawet minimalnej pensji. Z kolei za granicą osoby, które opiekują się seniorami, nadal zarobią w tym fachu znacznie więcej. (businessinsider.com.pl, 29.02.2020)

MOLESTOWANIE HOSTESS TO STANDARD. WINNYCH JAK ZWYKLE BRAK [WYWIAD]

Hostessy to młode, atrakcyjne dziewczyny, których praca polega na przyciąganiu wzroku klientów. Mimo że w samej Polsce istnieje ponad 100 agencji zajmujących się ich zatrudnianiem, problemy tej grupy pozostają niewidoczne. O wizerunku kobiet, męskim szowinizmie, a także polskim rynku pracy z Konradem Ciesiotkiewiczem, współautorem inicjatywy „Raport Branża hostess w Polsce. Główne problemy i kontrowersje” oraz szefem Komitetu Dialogu Społecznego KIG, rozmawia Karolina Olejak z Klubu Jagiellońskiego. [Karolina Olejak \(wiadomosci.onet.pl, 7.03.2020\)](https://wiadomosci.onet.pl)

IAKIE POLSKIE ROZWIĄZANIA W ŁĄCZENIU OPIEKI Z PRACĄ?

Polska ma dużo do zrobienia w zakresie godzenia pracy z życiem prywatnym. Aktywność zawodowa kobiet jest o kilkanaście procent niższa niż mężczyzn i plasuje się poniżej średniej dla Unii Europejskiej. W szczególnie niekorzystnej sytuacji są kobiety 50+. [Marzena Strzelczak \(„Rzeczpospolita. Biznes odpowiedzialny w Polsce”, 20.03.2020\)](https://biznes.odpowiedzialnyw Polsce)

CZOŁOWE FIRMY NA ŚWIECIE BIORĄ KURS NA ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Duże firmy na świecie na potęgę inwestują w energetykę odnawialną i własne stacje recyklingu wody, ograniczają odpady, szukają sposobów na wykorzystanie surowców wtórnych i nowych bardziej „zielonych” produktów i usług. Chociaż tę rosnącą od kilku lat odpowiedzialność środowiskową wymuszają uciążliwe dla wielu firm regulacje prawne, to coraz więcej przedsiębiorstw dostrzega pozytywną stronę zachodzących zmian. I chce ją wykorzystać. [Anita Błaszczak \(„Rzeczpospolita Biznes odpowiedzialny w Polsce”, 20.03.2020\)](https://biznes.odpowiedzialnyw Polsce)

FIRMY CENIĄCE WARTOŚCI BĘDĄ CORAZ BARDZIEJ ATRAKCYJNE DLA PRACOWNIKÓW

Jak pracowniczy wymiar CSR wygląda w polskich firmach, gdzie jest największe pole do poprawy? Jak równoważyć interes biznesowy, np. potrzebę elastyczności zatrudnienia z potrzebami ludzi, którzy wolą stabilne formy zatrudnienia? Odpowiedzi

na te pytania szukali uczestnicy debaty „CSR ważny nie tylko dla młodych”. [Oprac. Krzysztof Krubski \(„Rzeczpospolita. Biznes odpowiedzialny w Polsce”, 20.03.2020\)](https://biznes.odpowiedzialnyw Polsce)

KŁOPOTY ZE STANDARDAMI, CZASEM ŻONGLOWANIE WSKAŹNIKAMI

Zarządy spółek często nie rozumieją znaczenia ryzyk niefinansowych i dlatego nie potrafią właściwie ocenić ich roli w działalności firmy – to jeden z wniosków z debaty „Raportowanie niefinansowe – bilans dwóch lat”, która odbyła się w redakcji „Rzeczpospolitej”. [Oprac. Krzysztof Krubski \(„Rzeczpospolita Biznes odpowiedzialny w Polsce”, 20.03.2020\)](https://biznes.odpowiedzialnyw Polsce)

W OBLICZU KORONAWIRUSA ROŚNIE SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

Pandemia paraliżuje działalność gospodarczą, ale mimo to wiele firm włącza się do walki z koronawirusem. W ten sposób mały, średni i duży biznes odpowiada na społeczne oczekiwania. [Iga Kotacz \(press.pl, 24.03.2020\)](https://press.pl)

OZE: PRZYSZŁOŚĆ BRANŻY WOD-KAN?

Wzrost rachunków za prąd oraz wizja kolejnych podwyżek cen energii sprawia, że przedsiębiorstwa wodociągowo-kanalizacyjne coraz chętniej szukają oszczędności. Czy potencjał tkwiący w odnawialnych źródłach energii może stanowić dla nich remedium na nieuchronne zwiększenie kosztów działalności oraz zagrożenie blackoutem? [Nina Kinitz \(„Wodociągi-Kanalizacja”, 1.04.2020\)](https://wodociagi-kanalizacja)

POLSKIE TECHNOLOGIE PRZECIW WIRUSOWI

Pandemia stała się wyzwaniem dla kreatywności innowacyjnych firm. Wiele z nich wykorzystuje swoją aparaturę, wiedzę i sprzęt do wsparcia służby zdrowia, laboratoriów diagnostycznych i służb sanitarnych. ([„Dziennik Gazeta Prawna”, 30.04.2020\)](https://dziennikgazeta.prawna)

WYZWANIE NIE TYLKO DLA KOBIET

Opublikowany w styczniu 2020 r. raport Oxfam International zwraca uwagę na pomijaną rolę kobiet w światowej gospodarce i wycenia ich darmową pracę na blisko 11 bln USD rocznie w skali globalnej. Forum Odpowiedzialnego Biznesu zbadało, jaka jest skala pełnienia ról opiekuńczych w Polsce oraz z jakimi wyzwaniami muszą mierzyć się pracownicy i pracownice. [Marzena Strzelczak \(„Personel Plus”, 1.05.2020\)](https://personelplus)

JESZCZE W ZIELONE GRAMY. ZMIENIAMY BETONOWE PLANY

Samorządowcom podobają się łąki kwietne, bo są tańsze w utrzymaniu od trawników. Jakże jeszcze rozkwitają pomysły na to, aby zatrzymać wodę w miastach? [Szymon Spandowski \(„Nowości”, 29.05.2020\)](https://nowosci)

RESET PO KORONIE

Prekaryzacja pracy, odwrót od globalizacji, reindustrializacja Zachodu, cyfryzacja i ekonomia równowagi to stodoła-gorzki koktajl trendów, które kształtują rzeczywistość, gdy maski wreszcie opadną. [Paweł Strawiński \(„Forbes”, 1.06.2020\)](https://forbes)

NASZA POSTPANDEMICZNA SZANSA

Świat od pewnego czasu zmierza w kierunku nagłego historycznego zwrotu. Stajemy w obliczu czasów, w których ustalony porządek straci swoje znaczenie na rzecz zupełnie nowych rozwiązań. [John Elkington \(„Gazeta Wyborcza Odpowiedzialny Biznes Kompendium CSR”, 1.06.2020\)](https://gazeta.wyborcza.odpowiedzialnybiznes.kompendiumcsr)

NA MNIEJSZEJ AKTYWNOŚCI KOBIET TRACĄ WSZYSCY

Pandemia sprawiła, że pilne stały się wcześniej nieśmiało stawiane, lecz fundamentalne pytania: jak mierzyć rozwój, ile odpowiedzialności ma i powinien mieć biznes, a ile administracja i obywatele? Jak sprawić, by postęp nie wykluczał, a nowe technologie były narzędziem włączania i stużyły większej spójności społecznej. [Marzena Strzelczak, Miłosz Marchlewicz \(„Dziennik Gazeta Prawna. XIV Ranking odpowiedzialnych firm”, 05.06.2020\)](https://dziennikgazeta.prawna)

TO BĘDZIE EGZAMIN Z PRZYWÓDZTWA

Biznes wykazał się ogromną empatią i zareagował bardzo szybko, nie szczędząc sił i środków na wsparcie walki z pandemią. Jednak ten właściwy test z odpowiedzialności wobec pracowników i całego otoczenia dopiero przed nami – wywiad z [Marzeną Strzelczak](https://marzena.strzelczak), prezeską Forum Odpowiedzialnego Biznesu. [Anita Błaszczak \(„Rzeczpospolita”, 22.06.2020\)](https://biznes.odpowiedzialnyw Polsce)

ZIELONA ŚCIEMA PRODUCENTÓW. IAK NIE DAĆ SIĘ NABRAĆ NA EKOLOGIĘ?

Producenci wykorzystują modę na bycie „eko”, a my pozwalamy im wciągać się w tę grę. Chcemy wierzyć w sprzedawaną nam greenwashingową iluzję: kup ten produkt, a pomożesz w ratowaniu planety. [Emilia Stawikowska \(newsweek.pl, 25.06.2020\)](https://newsweek.pl)

PRASA

TEST NA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Czy firmy zapamiętają i wykorzystają lekcję z czasu pandemii, że są częścią społeczeństwa, współodpowiedzialną za jego rozwój? Polacy potrzebowali zaledwie kilku dni, by zacząć organizować się wokół idei pomagania najbardziej potrzebującym w obliczu zagrożenia COVID-19. *Agnieszka Olbrot („Press”, 1.07.2020)*

TECHNOLOGICZNE ZERO WASTE

W IT następuje widoczny globalny trend odejścia od gospodarki obiegu zamkniętego. Zyskują na tym zarówno środowisko naturalne, jak i portfele producentów i konsumentów. Circular economy stało się nie tylko modnym zwrotem, ale realnymi działaniami na rzecz zrównoważonego rozwoju. *Grzegorz Stech („Computer-World”, 1.07.2020)*

PRACODAWCY STANĘLI NA WYSOKOŚCI ZADANIA

Prawie 80 proc. firm podjęło działania w dobie pandemii, by zminimalizować ryzyko zakażenia wirusem Covid-19 wśród personelu oraz klientów. Blisko połowa pracowników dobrze ocenia rozwiązania wprowadzone przez swoich szefów – wynika z najnowszego badania Forum Odpowiedzialnego Biznesu „Koronawirus – opinie Polaków i ocena działań pracodawców”. *Agnieszka Usiarczyk („Rzeczpospolita”, 17.07.2020)*

PRODUCENCI ZAPŁACĄ ZA SVOIE PLASTIKOWE OPAKOWANIA

Niedługo poznamy tekst ustawy, w ramach której to producenci napojów, a nie klienci poniosą koszty zmiany systemu. Ewentualne kaucje będą raczej niewielkie – dowiedzieli się „Rzeczpospolita”. *Piotr Mazurkiewicz („Rzeczpospolita”, 3.08.2020)*

PRAGNIENIE INNOWACJI

Perspektywy dla światowego przemysłu napojów są doskonałe, jak pokazują dane dostarczone przez brytyjski instytut badań rynku Euromonitor International oraz stowarzyszenie VDMA Food Processing and Packaging Machinery Association. Według tych danych w 2018 r. na całym świecie wypito 947 mld litrów napojów. Oczekuje się, że do 2023 r. popyt jeszcze wzrośnie – o 16,3 proc. Do ponad biliona litrów (1101 mld litrów). *(„Plastics Review”, 1.09.2020)*

NADZIEJA W 20- I 30-LATKACH

Młodzi mówią: świat po pandemii będzie lepszy i my tego dokonamy. Wywiad z Ireną Picholą, liderem zespołu ds. zrów-

nowanego rozwoju w Polsce i Europie Środkowej w firmie doradczej Deloitte, członek zarządu Forum Odpowiedzialnego Biznesu i wykładowca w Akademii Leona Koźmińskiego. *Bronisław Tumiłowicz („Przeгляд”, 21.09.2020)*

GIGANCI WSPÓLNIE OGRANICZAJĄ PLASTIK

Duże sieci supermarketów, producenci opakowań i innych artykułów oraz jeden z największych banków zawarł Pakt Plastikowy, promujący zamknięty obieg w gospodarce. *Marcel Zatoński („Puls Biznesu”, 28.09.2020)*

COVIDOWY ŚLAD WĘGLOWY

Szczelnie pakowana w plastik żywność, jednorazowe sztucze, maseczki ochronne i gumowe rękawiczki, własny samochód zamiast komunikacji miejskiej. Koronawirus wymusił zmianę nawyków konsumentów. Niestety, głównie na gorsze. *Cezary Kowanda („Polityka”, 23.12.2020)*
Nagroda główna w konkursie Pióro odpowiedzialności

ZDROWE ZARZĄDZANIE

Opracowana przez Komisję Europejską tzw. mapa drogowa zakłada wbudowanie w mechanizmy zarządcze spółek czynników wykraczających poza te, z których dotychczas byli rozliczani menedżerowie. *Dr Mirosław Kachniewski (parkiet.com, 15.10.2020)*

NOWE WYZWANIA NA TRUDNE CZASY

Obecna sytuacja ekonomiczno-społeczna związana z pandemią wymusiła na wielu firmach zmiany w strategiach działania, w innych umocniła przekonanie, że osiągnięcie dobrych wyników finansowych nie wystarczy. Muszą wspierać społeczeństwo oraz bardziej niż kiedykolwiek dbać o środowisko naturalne. Rafał Rudzki (Deloitte), *Zofia Leśniewska; współpraca: Katarzyna Średzińska („Polityka”, 18.11.2020)*

NIE MA ODPORNOŚCI BEZ ODPOWIEDZIALNOŚCI

Światowa Rada Biznesu ds. Zrównoważonego Rozwoju (WBCSD) z okazji 25-lecia istnienia wydała pięć rekomendacji dla biznesu. Dotyczą one osiągnięcia zerowej emisji gazów cieplarnianych nie później niż do 2050 r. oraz ustalenia ambitnych, opartych o dane naukowe, celów krótko- i średnioterminowych, które przyczynią się do odbudowy natury i bioróżnorodności. *Marzena Strzelczak, Miłosz Marchlewicz („Rzeczpospolita. Walka o klimat”, 27.11.2020)*

ŚWIADOMY KONSUMENT ZMIENI BIZNES

Dla wielu firm istotne staje się hamowanie negatywnych efektów własnej działalności. Szczególnie dziś, w Dekadzie Działań, chcą dotożyć swoją cegielkę, by osiągnąć Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ (ang. Sustainable Development Goals, SDG). Dlatego ważna staje się np. edukacja konsumentów, jak można odpowiedzialnie korzystać z wytwarzanych przez te firmy produktów. *Krystyna Różańska (pb.pl, 27.11.2020)*

CZAS PRÓBY DLA KOBIET

Pandemia odbiera kobietom pracę, obciąża obowiązkami opiekuńczymi i potęguje nierówności w biznesie. Dane z Polski i świata niepokoją, ale i mobilizują do działania na rzecz wyrównania szans. *Joanna Koprowska („ICAN Management Review”, 12.2020)*
Nagroda główna w konkursie Pióro odpowiedzialności

PANDEMIA POKAZAŁA, CO JEST DLA BIZNESU ISTOTNE

Pandemia pokazała, że w przypadku pomagania działa model piramidy potrzeb Masłowa. Dopiero kiedy mamy zaspokojone wszystkie potrzeby niższego rzędu, możemy realizować te wyższe – wywiad z Karolem Krzyczkowskim, menedżerem projektów w Forum Odpowiedzialnego Biznesu. *Agnieszka Usiarczyk („Rzeczpospolita”, 11.12.2020)*

CZAS PRÓBY DLA BIZNESU. CSR W 2020 ROKU

Społeczna odpowiedzialność biznesu w mijającym roku wystawiona była na próbę. W czasie globalnego kryzysu, jakim jest pandemia COVID-19, firmy musiały zmierzyć się z nowymi problemami, takimi jak potrzeba wsparcia medyków czy osób pozostających w izolacji – także swoich pracowników. Nie były to jednak jedyne trendy, jakie w roku 2020 można było zaobserwować w obszarze CSR-u – biznesy nadal angażowały się m.in. w dbanie o środowisko. *Angelika Kalinowska (PRoto.pl, 17.12.2020)*

DŁUGOFALOWA POMOC MA NAIWIĘKSZĄ WARTOŚĆ

Ten rok ze zrozumiałych względów był rokiem niesienia pomocy i okazywania solidarności. Nie tylko tej świątecznej, okazjonalnej, ale codziennej. Dla wielu z nas był jednocześnie czasem próby, egzaminu, który wciąż trwa – wywiad z Joanną Erdman, członkinią zarządu Forum Odpowiedzialnego Biznesu. *(„Rzeczpospolita”, 18.12.2020)*

WYBRANE WYDARZENIA 2020 R.

KONFERENCJE, SEMINARIA, SPOTKANIA

- 01** 23 stycznia
VI Kongres Różnorodności
Warszawa
Henkel Polska, BETTER
Karta Różnorodności patronem wydarzenia
- 02** 27 lutego
Spotkanie Rady Odpowiedzialnego Przywództwa
Warszawa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- 03** 12 marca
Deбата „Czy musimy zatrzymać wzrost?”
Warszawa
Kultura Liberalna
- 04** 16 kwietnia
Ogłoszenie Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2019. Dobre praktyki” Inauguracja jubileuszu
- 05** Maj
Miesiąc Różnorodności
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- „20 lat partnerstwa na rzecz zrównoważonego rozwoju w Polsce”
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- 20 kwietnia
Webinar „Odporność liderów i liderów. Przywództwo w czasie kryzysu”.
Klub Deloitte SheXO
- 27 stycznia
Konferencja „Biznes na rzecz Agendy 2030 w Polsce – wyzwania i rozwiązania”
Warszawa
CSR Consulting
Forum Odpowiedzialnego Biznesu partnerem merytorycznym konferencji

KALENDARIUM

14 maja
IV edycja Forum Inspiracji
On-line
CSR Consulting
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym wydarzenia

25 maja
Debata „Postwzrost – pozytywne scenariusze na pojutrze?”
Muzeum Sztuki Nowoczesnej

29 maja
Ogłoszenie składu II edycji Diversity & Inclusion Rating
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Deloitte

06 4 czerwca
Konferencja „Pozytywny biznes w Polsce. Pasja, innowacje odpowiedzialność”
Ogłoszenie XIV edycji Rankingu Odpowiedzialnych Firm
Kozłowski Business Hub Ekosystem Pozytywnego Wpływu
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym rankingu

5 czerwca
Webinar „Jak tworzyć i jak aktualizować strategię odpowiedzialnej firmy”
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

25 czerwca
Seminarium „Green recovery – jak wykorzystać zrównoważone finansowanie do rozwoju firmy i odbudowy gospodarki?”
On-line
Deloitte

30 czerwca
Spotkanie „Neutralność klimatyczna – realny cel czy utopijna wizja?”
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

07 2 lipca
Prezentacja badania „Bohaterowie codzienności w niecodziennych czasach. Dobroczynność a COVID-19”
On-line
Fundacja Orange, Rzecznik Praw Obywatelskich

08 12 sierpnia
Webinar „Działania firm na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym.”
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

09 9 września
Otwarcie Centrum Servant Leadership Poland
Warszawa
Big Call
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem wydarzenia

10 września
Inauguracja Polskiego Paktu Plastikowego
On-line
Kampania 17 Celów
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
partnerem merytorycznym inicjatywy

10-17 września
V Festiwalu Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów”
On-line
Fundacja CSR Res Severa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem wydarzenia

23 września
Webinar „Praca Przyszłości”
Inauguracja 2. edycji Inkubatora TransferHUB
On-line
Fundacja Inicjatywa Społeczno-Ekonomicznych,
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

25 września
Spotkanie „5 lat za nami, dekada przed nami – czy zdążymy zrealizować Cele Zrównoważonego Rozwoju?”
On-line
CSR Consulting
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem wydarzenia

29 września
Webinar „Raportowanie krok po kroku. Jak przeprowadzić proces raportowania niefinansowego w firmie?”
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

10 5-9 października
VIII Targi CSR
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

9 października
Obchody Jubileuszu 20 lat partnerstwa na rzecz zrównoważonego rozwoju w Polsce
Efekt motyla i problemy „splątane” - jak być odpowiedzialnym w obliczu niepewności. Wyzwania i rekomendacje dla biznesu.
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

15 października
XIV gala konkursu Raporty Społeczne
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Deloitte

20,27,29 października
VIII Konferencja Nienieodpowiedzialni
Warszawa, On-line
Fundacja Nienieodpowiedzialni
odpowiedzialnybiznes.pl
patronem medialnym wydarzenia

26-30 października
Tydzień Odpowiedzialnego Biznesu
On-line
CSRInfo
odpowiedzialnybiznes.pl
patronem medialnym wydarzenia

28 października
Warsztaty „Identyfikacja i zapobieganie pracy przymusowej. Narzędzia dla firm”
On-line
Grupa robocza do spraw relacji z osobami świadczącymi pracę

11 5-6 listopada
I Summit B Corp w Polsce „Feel the planet, feel the people”
On-line
Better.
odpowiedzialnybiznes.pl
patronem medialnym wydarzenia

12 listopada
Rozmowa THINKTANK LIVE TALKS „Neutralność klimatyczna firm. Realna obietnica, czy mydlenie oczu?”
On-line
THINKTANK, Magazyn THINKTANK

20 listopada
IX Forum Inicjowania Rozwoju
On-line
Forum Odpowiedzialnego Biznesu
patronem wydarzenia
odpowiedzialnybiznes.pl
patronem medialnym wydarzenia

27 listopada
Webinar „Godzina o GOZie”
On-line
Stena Recycling

12 1 grudnia
VIII Konferencja Koalicji Liderzy Pro Bono, premiera Karty Zasad Wolontariatu Pracowniczego
On-line
Koalicja Prezesi - wolontariusze

8 grudnia
II Ogólnopolska konferencja naukowa pt. Społeczna odpowiedzialność działalności projektowej
 On-line
 Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem wydarzenia

14 grudnia
Webinar „Krajowy Plan Odbudowy – aktualny stan prac, szanse i wyzwania”
 On-line
 WiseEuropa
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem wydarzenia

14 grudnia
Debaty „Dane dla klimatu – cyfrowa rewolucja w świecie Porozumienia Paryskiego”

On-line
 Climate Leadership
Forum Odpowiedzialnego Biznesu patronem wydarzenia

16 grudnia
Spotkanie Rady Odpowiedzialnego Przywództwa
 Warszawa
 Forum Odpowiedzialnego Biznesu

KONKURSY I NAGRODY



ranking
 odpowiedzialnych
 firm

RANKING ODPOWIEDZIALNYCH FIRM W 2020 ROKU

Ranking Odpowiedzialnych Firm, opublikowany po raz pierwszy w 2007 roku, to jedyne zestawienie firm działających w Polsce ocenianych pod kątem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR). Partnerem ROF 2020 jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Partnerem merytorycznym odpowiedzialnym za przegląd odpowiedzi jest Deloitte, zaś partnerem medialnym jest Dziennik Gazeta Prawna. Bank Gospodarstwa Krajowego jest partnerem Rankingu Startupów Pozytywnego Wpływu. Partnerem technologicznym ROF jest SMART CSR. Autorami zestawienia są Profesor Bolesław Rok z Centrum Badań Przedsiębiorczości Pozytywnego Wpływu Akademii Leona Koźmińskiego oraz Jarosław Horodecki, analityk. Czternasta edycja Rankingu

Odpowiedzialnych Firm obyła się w przestrzeni wirtualnej. Udział wzięły 74 firmy. Do głównego zestawienia zakwalifikowało się 68 przedsiębiorstw. W czołówce rankingu – TOP 10 – znalazły się następujące firmy (*pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu*):

1 BNP Paribas Bank Polska
1 ING Bank Śląski

2 Coca-Cola HBC Polska
2 Polpharma
2 Santander Bank Polska
 2 Schenker
2 STU ERGO Hestia

3 Grupa Raben
 3 Signify Poland

4 Orange Polska

5 CCC
5 Cemex Polska
5 Grupa Lotos
 5 PGE Polska Grupa Energetyczna
5 Polskie Sieci Elektroenergetyczne

6 Bank Millennium
 6 Budimex

6 Carlsberg Polska
6 PZU

7 Kompania Piwowarska
7 L'Oréal
7 Tesco Polska

8 Enea
8 PKN Orlen

9 Bank Pekao
9 T-Mobile Polska
 9 Wyborowa Pernod Ricard
 9 Żywiec Zdrój

10 Sitech

Wyróżnieni zostali także branżowi liderzy. W branży „bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy” zwyciężyły firmy: BNP Paribas Bank Polska oraz ING Bank Śląski, w kategorii „dobra konsumpcyjne, farmacja” - firmy: Coca-Cola HBC Polska, Polpharma, w sektorze „paliwa, energetyka, wydobywanie” - Grupa Lotos, PGE Polska Grupa Energetyczna, Polskie Sieci Elektroenergetyczne, w gronie firm sklasyfikowanych w sekcji „produkcja przemysłowa” liderem została firma Signify Poland, natomiast w branży „usługi, handel i transport” - Schenker.



Raporty Społeczne

KONKURS RAPORTY SPOŁECZNE 2020

LAUREACI KONKURSU

RAPORTY SPOŁECZNE 2020:

NAGRODA GŁÓWNA ZA NAJLEPSZY RAPORT ZINTEGROWANY

LPP

LPP Raport Zintegrowany za rok 2019/20. W kierunku zrównoważonej mody

Za znakomicie przygotowany raport, odpowiadający na wszystkie kluczowe tematy; za jasny i precyzyjny przekaz społeczny pokazujący wartości istotne dla firmy, ważne zobowiązania na przyszłość oraz przede wszystkim za utrzymanie bardzo wysokiego standardu raportowania.

NAGRODA GŁÓWNA ZA NAJLEPSZY RAPORT SPOŁECZNY

SANTANDER BANK POLSKA

„Raport Odpowiedzialnego Biznesu 2019”

Za bardzo dobry raport, wyróżniający się pozytywnie na tle innych; za utrzymanie wysokiego poziomu raportowania i wyznaczanie standardów w zakresie raportowania w Polsce; za pokazywanie więcej niż jest to wymagane, w szczególności w obszarze klimatu i środowiska naturalnego.

NAGRODA ZA NAJLEPSZY DEBIUT WŚRÓD RAPORTÓW ZINTEGROWANYCH

BNP Paribas Bank Polska

„Bank Zielonych Zmian” – Zintegrowany Raport Roczny Grupy BNP Paribas Bank Polska S.A. za rok 2019”

Za raport dobrze przygotowany i przemyślany oraz za czytelne i spójne przedstawienie informacji wraz z intuicyjnym przechodzeniem pomiędzy tematami, a także za wyczerpującą treść, logiczne i spójne przedstawienie całości materiału.

NAGRODA ZA NAJLEPSZY DEBIUT W KATEGORII RAPORTY SPOŁECZNE

Jeronimo Martins Polska

„Raport zrównoważonego rozwoju za lata 2018-2019 – codziennie odpowiedzialni”

Za niezwykle ciekawy, świetnie napisany i prawie wyczerpująco opisujący wszystkie zagadnienia raport, poruszający wszystkie kluczowe obszary działalności; za szczególne uwzględnienie edukacji odbiorcy i oddziaływania na klimat.

WYRÓŻNIENIE W KATEGORII RAPORT ZINTEGROWANY

Orange Polska

„Raport Zintegrowany Orange Polska 2019”

Za konsekwentne utrzymywanie najwyższej jakości w raportowaniu niefinansowym, czytelne przedstawianie danych i przygotowanie raportu mogącego być inspiracją dla innych organizacji.

WYRÓŻNIENIE W KATEGORII RAPORT SPOŁECZNY

Grupa TAURON

Raport Zintegrowany za 2019 rok

Za raport przedstawiający analizy scenariuszowe a w szczególności za uwzględnienie tematów klimatycznych, w tym wytycznych TCFD.

WYRÓŻNIENIE W KATEGORII RAPORT SPOŁECZNY

Grupa VELUX

„Tworzymy wspólną wartość - raport społecznej odpowiedzialności Grupy Velux w Polsce”

Za działanie ponad standard, za modelowe przedstawienie w raporcie ambitnych, konkretnych działań zaplanowanych do 2030, a w szczególności zobowiązania do osiągnięcia neutralności klimatycznej.

NAGRODA ZA NAJLEPSZY RAPORT ORGANIZACJI NIEBIZNESOWEJ

Grupa Jurajska GOPR

„Raport wpływu na społeczeństwo 2019”

Za ciekawe przedstawienie działania organizacji pozarządowej; za interesujące przedstawienie i dotarcie do kluczowych interesariuszy; zwracanie uwagi na rolę szkoleń i rozwoju w organizacji.

NAGRODA GIEŁDY PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH

BNP Paribas Bank Polska

„Bank Zielonych Zmian” – Zintegrowany Raport Roczny Grupy BNP Paribas Bank Polska S.A. za rok 2019”

NAGRODA INTERNAUTÓW

Stowarzyszenie Otwarte Klatki

„Stowarzyszenie Otwarte Klatki – raport wpływu społecznego 2019”

W Konkursie Raporty Społeczne przyznawane są nagrody za najlepiej sporządzone raporty z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Organizowany jest przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu i firmę Deloitte. 14 edycja objęta była patronatem Ministerstwa Finansów, Ministerstwa Rozwoju, Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie, Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych, Federacji Konsumentów, Krajowej Izby Gospodarczej.



LISTKI CSR TYGODNIKA POLITYKA

Tygodnik POLITYKA wspólnie z firmą doradczą Deloitte oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu już po raz dziewiąty przyznali Listki CSR POLITYKI. To wyróżnienia dla najbardziej odpowiedzialnych i zaangażowanych społecznie firm.

(Firmy w kolejności alfabetycznej. Pogrubioną czcionką zaznaczono partnerów Forum Odpowiedzialnego Biznesu)

ZŁOTY LISTEK

Adamed Pharma SA

Bank Millennium SA
Budimex SA

Grupa Raben

ING Bank Śląski SA

Orange Polska SA

Polpharma SA

PKN ORLEN SA

Polskie Sieci Elektroenergetyczne SA

Provident Polska SA

Santander Bank Polska SA

Schenker Sp. z o.o.

TAURON Polska Energia SA

T-Mobile Polska SA

SREBRNY LISTEK

AGORA SA

ANG Spółdzielnia

ArcelorMittal Poland SA

Bank Handlowy w Warszawie SA

BNP Paribas Bank Polska SA

Carlsberg Polska

CCC SA

Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.

Grupa ENEA

Grupa LOTOS SA

Grupa Żywiec SA

Kompania Piwowarska SA

LPP SA

Grupa Lubawa SA

SITECH Sp. z o.o.

STU ERGO Hestia SA

BIAŁY LISTEK

AkzoNobel Poland

AmRest Sp. z o.o.

ANWIL SA

Arche SA

Auchan Polska Sp. z o.o.

Bank Ochrony Środowiska SA

BASF Polska Sp. z o.o.

Capgemini Polska Sp. z o.o.

Carrefour Polska Sp. z o.o.

CEMEX Polska Sp. z o.o.

CHEP Polska Sp. z o.o.

Comarch SA

Fabryki Mebli FORTE SA

Górażdże Cement SA

Grupa Muszkieterów

GSK w Polsce

Hanplast Sp. z o.o.

Henkel Polska Sp. z o.o.

Kuehne + Nagel Sp. z o.o.

L'Oréal Polska i L'Oréal Warsaw Plant

Lubelski Węgiel Bogdanka SA

mBank SA

Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice Sp. z o.o.

Nowy Styl Sp. z o.o.

GK Pelion SA

PKO Bank Polski SA

Sanofi-Aventis Sp. z o.o.

Signify Poland Sp. z o.o.

Sodexo Polska Sp. z o.o.

SumiRiko Poland Sp. z o.o.

Tesco Polska Sp. z o.o.

Volkswagen Motor Polska Sp. z o.o.

Volkswagen Poznań Sp. z o.o.

Volvo Polska

Wawel SA

Wyborowa SA

Zespół Elektrociepłowni Wrocławskich KOGENERACJA SA

Żywiec Zdrój SA

KALENDARIUM

BADANIA I PUBLIKACJE FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU
WYDANE W 2020 R.**Wartość biznesu – biznes oparty na wartościach. Jubileusz z pandemią w tle**

<http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/20lat-publicacja-jubileuszowa/>

Menedżerowie CSR 2020

<http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/menedzerowie-csr-2020/>

Praca zawodowa a pełnienie ról opiekuńczych przez kobiety i mężczyzn w Polsce

<http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/praca-zawodowa-a-pelnienie-rol-opiekunczych-przez-kobiety-i-mezczyzn-w-polsce/>

Odwaga i równowaga, czyli work-life balance po polsku.

<http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/odwaga-i-rownowaga-czyli-work-life-balance-po-polsku-nowa-publicacja-forum-odpowiedzialnego-biznesu-o-tym-jak-godzic-zycie-osobiste-i-zawodowe/>

Koronawirus – opinie Polaków i ocena działań pracodawców

<http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-z-badania-forum-odpowiedzialnego-biznesu-koronawirus-opinie-polakow-i-ocena-dzialan-pracodawcow/>

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2019. Dobre praktyki”

<http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-2019/>

Mapy działań Forum Odpowiedzialnego Biznesu

http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2020/12/Mapa-Dzialan_20latFOB_Ludzie.pdf

#BiznesReagujeOdpowiedzialnie

<http://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/biznesreagujeodpowiedzialnie-mapa-zaangazowania-biznesu-w-obliczu-pandemii-koronawirusa/>

WYBRANE BADANIA

CSR w praktyce 2020 – barometr Francusko-Polskiej Izby Gospodarczej

Francusko- Polska Izba Gospodarcza

How far are OECD countries from achieving SDG targets for women and girls? Applying a gender lens to measuring distance to SDG targets.

OECD

Koronawirus – opinie Polaków i ocena działań pracodawców

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Menedżerowie CSR 2020

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Organizacje pozarządowe wobec pandemii.

Raport z badań 2020
Stowarzyszenie Klon/Jawor

Praca zawodowa a pełnienie ról opiekuńczych przez kobiety i mężczyzn w Polsce

Forum Odpowiedzialnego Biznesu,
Karta Różnorodności

WYBRANE PUBLIKACJE

Accelerating business solutions for Climate and Nature. Report I: Mapping nature-based solutions and natural climate solutions

WBCSD

CEO Guide to Human Rights

WBCSD

Circular Economy Action Plan

Komisja Europejska

COVID-19: wskazówki dla pracodawców i przedsiębiorstw dotyczące ochrony migrantów zarobkowych w czasie obecnego kryzysu zdrowotnego

International Organization for Migration

Europe Sustainable Development Report 2020

SDSN, IEEP

Emissions Gap Report 2020

UNEP

Global Risks Report 2020

World Economic Forum

Indeks Odpowiedzialnego Rozwoju – wersja 2.0

Polski Instytut Ekonomiczny

Jak zwiększyć aktywność zawodową kobiet w Polsce?

Instytut Badań Strukturalnych

Mapy działań Forum Odpowiedzialnego Biznesu - #BiznesReagujeOdpowiedzialnie – mapa zaangażowania biznesu w obliczu pandemii koronawirusa

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Measuring Stakeholder Capitalism: Towards Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation

World Economic Forum

Odwaga i równowaga, czyli work-life balance po polsku.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Polska na mapie „zielonego” handlu

Polski Instytut Ekonomiczny

Prąd Zmienny. Panorama niskoemisyjnych inwestycji w energetyce

Instytut WiseEuropa

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2019. Dobre praktyki”

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Reinventing capitalism: a transformation agenda

WBCSD

Sustainable Development Report 2020. Covid-19 and the Sustainable Development Goals

SDSN, Bertelsmann Stiftung

The Circularity Gap Report 2020

Circle Economy

Wartość biznesu – biznes oparty na wartościach. Jubileusz z pandemią w tle

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

WWF Living Planet Report 2020

WWF International



Cel 1
109 praktyk

Wyliminować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie



Cel 2
46 praktyk

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



Cel 3
574 praktyk

Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt



Cel 4
433 praktyki

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



Cel 5
109 praktyk

Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt



Cel 6
18 praktyk

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



Cel 7
64 praktyki

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



Cel 8
415 praktyk

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



Cel 9
155 praktyk

Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność



Cel 10
244 praktyk

Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami



Cel 11
179 praktyk

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



Cel 12
344 praktyki

Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji



Cel 13
218 praktyk

Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom



Cel 14
9 praktyk

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



Cel 15
84 praktyki

Chronić, przywrócić oraz promować zrównoważone użytkowanie ekosystemów lądowych, zrównoważone gospodarowanie lasami, zwalczanie pustynnienia, powstrzymywanie i odwracanie procesu degradacji gleby oraz powstrzymać utratę różnorodności biologicznej



Cel 16
47 praktyk

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



Cel 17
90 praktyk

Wzmocnić środki wdrażania i ożywić globalnego partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju

O FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU



*Biznes, który zmienia świat
Ludzie, którzy zmieniają biznes*

Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest najdłużej działającą, od 2000 roku, i największą organizacją pozarządową w Polsce, która zajmuje się koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób.

Forum to organizacja ekspercka, pozostająca inicjatorem i partnerem przedsięwzięć kluczowych dla polskiego CSR. Inspirujemy biznes, który zmienia świat, i łączymy ludzi, którzy zmieniają biznes. Działamy na rzecz zrównoważonego rozwoju.

KONTAKT

ul. Szpitalna 5/20, 00-031 Warszawa
biuro@fob.org.pl

- odpowiedzialnybiznes.pl
- @FOB_Poland
- ForumOdpowiedzialnegoBiznesu
- @FOB_poland
- /company/responsible-business-forum

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI MIĘDZYNARODOWYMI



WYBRANE PUBLIKACJE 2020 R.



WSPÓŁPRACA W POLSCE



14. edycja Konkursu Raporty Społeczne (współpraca z Deloitte)



IX edycja Listków CSR POLITYKI (Organizatorem jest Tygodnik Polityka, partnerami Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Deloitte).



XIV Ranking Odpowiedzialnych Firm 2020 (od 2018 roku organizatorem jest Koźmiński Business Hub, partnerem merytorycznym jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu). Za weryfikację odpowiada Deloitte. Partnerem medialnym jest Dziennik Gazeta Prawna.

Współorganizacja grup roboczych w ramach Zespołu ds. Zrównoważonego Rozwoju i Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, działającego przy Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej.

FOB W LICZBACH / 2020



PROGRAM PARTNERSTWA

Kompleksowy program współpracy FOB z firmami, które poprzez swoje zaangażowanie i działania przyczyniają się do szerzenia idei CSR w Polsce.



49 partnerów strategicznych

6 nowych Partnerów w 2020 roku

8 spotkań i webinarów dla Partnerów

3 spotkania w cyklu o wolontariacie pracowniczym



KARTA RÓŻNORODNOŚCI

Zobowiązanie pracodawcy do przeciwdziałania dyskryminacji, prowadzenia polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością.



296 sygnatariuszy

8. rok obecności Karty w Polsce

w ramach obchodów **VII** Dnia Różnorodności zorganizowany został Miesiąc Różnorodności w formule online



TARGI CSR

W 2020 roku 8. Targi CSR odbyły się w formule online pod hasłem „Środowisko! Biznesowe i naturalne”

57 wystawców

12 416 wyświetleń transmisji na YT i FB



5 dni / **15** paneli

4 partnerów

577 użytkowników części networkingowej

15 215 odwiedzin stoisk



PIÓRO ODPOWIEDZIALNOŚCI

Konkurs dla dziennikarzy/dziennikarek, ekspertów/ekspertek piszących na temat CSR/zrównoważonego rozwoju.



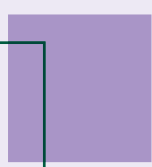
65 zgłoszeń



SZKOLENIA FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Oferta szkoleniowa w zakresie CSR i zrównoważonego rozwoju skierowana do małych, średnich i dużych firm.

10 szkoleń, w tym 2 w zakresie zarządzania różnorodnością.



ODPOWIEDZIALNY BIZNES.PL

Najdłużej działający w Polsce portal zajmujący się CSR, administrowany przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. #CSRwPL

728 152 odston

251 158 unikalnych użytkowników i użytkowników: kobiety 68 737 (64,26%), mężczyźni 38 229 (35,74%)



RADA ODPOWIEDZIALNEGO PRZYWÓDZTWA

Celem powołania Rady jest wprowadzenie do debaty publicznej w Polsce głosów CEO przekonanych o korzyściach płynących z prowadzenia biznesu w sposób etyczny.

2 spotkania Rady

W czerwcu powstał Zespół Ekspertów/ek przy Radzie Odpowiedzialnego

Przywództwa FOB: **14** Ekspertów i Ekspertek



LIGA ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Program edukacyjny Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Jest platformą wymiany wiedzy i doświadczenia między praktykami CSR a młodymi ludźmi.



16. edycja

20 ambasadorów i ambasaderek

4 ścieżki edukacyjne

24 warsztaty i spotkania

INDEKS FIRM

Lp.	Nazwa firmy	Liczba praktyk w obszarze							Strony
		Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	
1	Adamed Pharma	1		5		2		6	31, 70, 74, 90, 101, 152, 204, 214, 219, 231, 238
2	ALDI	1	1	2	10	1	2	4	34, 46, 71, 78, 128, 136, 137, 142, 145, 159, 167, 177, 187, 204, 229, 241
3	Allegro	2	1	10	1	3	1	6	28, 35, 46, 62, 65, 73, 78, 82, 84, 91, 101, 133, 154, 159, 160, 175, 187, 229, 233, 238, 241
4	Allianz Polska				2			3	112, 130, 181, 216, 240
5	Alstom Konstal		2	3	3			3	42, 47, 75, 95, 122, 131, 133, 187, 204, 205
6	Amazon Fulfillment Poland							3	200, 216, 240
7	Anpharm Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne			3	4	1		1	56, 82, 101, 108, 111, 122, 141, 160, 238
8	ANWIL			14	4	1		4	58, 62, 66, 67, 68, 84, 90, 94, 96, 102, 112, 117, 130, 137, 159, 187, 196, 205
9	Aquanet	1		1				1	35, 85, 205
10	ArcelorMittal Poland			8		1		2	58, 63, 75, 96, 102, 158, 186, 243
11	Asseco Poland				1			1	137, 205
12	Auchan Retail Polska				1		3	4	130, 166, 171, 172, 199, 200, 229, 231
13	AVON COSMETICS POLSKA		1	1					46, 102
14	Bank Gospodarstwa Krajowego			1					85
15	Bank Handlowy w Warszawie działający pod marką Citi Handlowy	1	4	5	1			7	31, 44, 47, 50, 75, 85, 91, 146, 202, 205, 214, 215, 234
16	Bank Millennium			1				3	96, 187, 217, 227
17	Bank Ochrony Środowiska			1	8			4	85, 109, 112, 133, 134, 137, 205, 219, 220
18	Bank Pekao	1	1	5	3		3	2	35, 42, 68, 71, 85, 96, 109, 112, 137, 166, 172, 174, 182, 235
19	BASF Polska		1	1	3			5	48, 90, 113, 133, 135, 188, 220, 243
20	Bayer							2	188, 224
21	BEST			2				1	78, 96, 188
22	BNP Paribas Bank Polska	1	3	4	7	5	1	17	35, 43, 44, 50, 67, 85, 96, 102, 109, 119, 124, 132, 137, 138, 155, 156, 159, 162, 166, 199, 205, 206, 215, 217, 220, 224, 229, 240, 242
23	BNP Paribas Securities Services		1		1			3	43, 108, 199, 202, 242
24	Bonduelle Polska				1				113
25	British American Tobacco Polska Trading					1			154
26	Brown-Forman Polska		1	1					48, 78
27	Budimex	1	2	3				4	30, 43, 48, 84, 96, 182, 188, 198, 206
28	Capgemini Polska		6	7	4			7	44, 46, 48, 50, 56, 75, 82, 85, 91, 102, 134, 138, 146, 188, 206, 214, 220, 238
29	Cargill							1	188
30	Carlsberg Polska	2		3	4		1	1	28, 31, 58, 70, 85, 113, 120, 124, 131, 171, 185
31	Carrefour	1		6	19	9	9	5	36, 70, 78, 79, 102, 109, 113, 124, 126, 128, 131, 133, 136, 138, 141, 142, 144, 155, 156, 159, 167, 169, 170, 173, 174, 201, 206, 225, 242

Lp.	Nazwa firmy	Liczba praktyk w obszarze	Strony						
		Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	
32	Castorama Polska			5	6			6	73, 79, 86, 113, 117, 120, 128, 188, 206, 217, 220, 235
33	CCC	5	1	3	7	4	1	7	30, 32, 34, 36, 46, 70, 86, 111, 122, 124, 127, 130, 138, 141, 156, 157, 159, 160, 177, 181, 188, 194, 207, 235, 242
34	CEETRUS Polska (d. Immochan)	1			5			1	36, 109, 113, 124, 129, 147, 175, 180, 194, 207, 225, 240, 245
35	CEMEX Polska	1		5	2			4	30, 56, 91, 102, 112, 113, 183, 185, 217, 220
36	Centrum Lokalizacji CM							1	217
37	Clear Channel Poland	1	1	1					30, 50, 61
38	CMS Cameron McKenna Nabarro Olswang Pośniak i Bejm		1	3				6	48, 63, 75, 82, 196, 199, 227, 235, 236
39	Coca-Cola HBC Polska			2	4	1		2	75, 96, 122, 134, 142, 143, 161, 204, 244
40	Coca-Cola Poland Services				1	1		1	114, 161, 204
41	Compensa TU Vienna Insurance Group		1	8				2	46, 62, 66, 72, 73, 75, 82, 97, 167, 185
42	CONTENT8					1			152
43	Credit Agricole Bank Polska	2	3	6	4	1	4	1	32, 37, 47, 50, 51, 70, 73, 79, 82, 90, 114, 138, 145, 157, 166, 167, 174, 228
44	Credit Suisse Poland		12	9	2			5	42, 43, 45, 48, 51, 65, 73, 75, 82, 91, 97, 102, 117, 134, 189, 207, 242
45	CSR Consulting				3	2		1	129, 136, 142, 156, 183
46	CSRinfo	1		2		3		1	34, 68, 76, 153, 154, 156, 215
47	Dalpo							2	189, 199
48	Danone			2	1			1	56, 91, 136, 229
49	DB CARGO POLSKA	1		11	1				36, 56, 58, 61, 63, 68, 72, 76, 86, 97, 145
50	DB Schenker			1	1			1	58, 122, 201
51	Deloitte Polska		2	1	1	1			43, 48, 82, 114, 152
52	dentsu Polska		1	4	1			6	45, 65, 73, 79, 90, 119, 189, 194, 207, 220, 223, 238
53	DNB Bank Polska			6	4		1	1	61, 63, 83, 90, 91, 111, 115, 129, 146, 170, 196
54	Done Deliveries			2	1	1		3	83, 97, 146, 152, 189, 194, 229
55	Dorota Dymek Gabinet Kosmetyczny							1	207
56	DOZAMEL							2	189, 207
57	Emitel	2	1	18	2			1	32, 36, 47, 58, 59, 61, 63, 66, 67, 72, 74, 79, 83, 90, 94, 97, 110, 117, 224
58	Energa Grupa ORLEN	1		2	6			12	28, 59, 71, 108, 110, 111, 114, 122, 133, 181, 196, 202, 207, 220, 221, 228, 236
59	ENERIS Ochrona Środowiska	1	1	3	5	1	1	1	34, 51, 57, 66, 70, 114, 115, 117, 131, 156, 169, 245
60	eobuwie.pl							1	189
61	Europ Assistance Polska			1		1		2	97, 156, 207, 221
62	Europejski Fundusz Leasingowy	1	1	3			1	1	34, 43, 79, 97, 102, 172, 234

INDEKS FIRM

Lp.	Nazwa firmy	Liczba praktyk w obszarze							Strony	
		Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej		
63	EY Polska		2	2	1			5	48, 76, 83, 115, 183, 198, 221, 234	
64	Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka							2	189, 221	
65	Fabryki Mebli „FORTE”	1		7	1			1	32, 59, 65, 68, 74, 79, 86, 118, 217	
66	Ferrero Polska Commercial	3	2	4				2	28, 30, 31, 48, 49, 63, 64, 72, 92, 180, 181	
67	Fortum			1	2			1	66, 133, 136, 190	
68	FORUM GDAŃSK				1			1	135, 190	
69	Franklin Templeton		1						43	
70	Fujitsu Technology Solutions		2		2				42, 49, 108, 142	
71	Gdańsk Transport Company	1		1				1	3	29, 98, 172, 183, 185
72	Generali Polska							2	190, 231	
73	GEODIS Poland	1	2	2	1				31, 46, 49, 57, 92, 114	
74	Go Responsible					1			160	
75	Góraźdze Cement			1	1			2	80, 113, 186	
76	GPEC			4				1	66, 80, 86, 92, 203	
77	Grabowski i Wspólnicy Kancelaria Radców Prawnych			1	1	3			83, 120, 153, 161	
78	GRUPA AGORA		1	1	4		2	16	42, 80, 116, 118, 124, 167, 168, 207, 208, 214, 221, 225, 227, 228, 229, 242	
79	Grupa ANG (d. ANG Spółdzielnia)	3		4	1	2	2	3	32, 36, 37, 80, 86, 92, 103, 121, 157, 169, 170, 208, 228, 231	
80	Grupa Azoty Zakłady Azotowe „Puławy”				2			1	120, 145, 202	
81	Grupa Enea	2	2	13	2	3		16	32, 34, 47, 51, 59, 83, 86, 98, 103, 118, 138, 152, 153, 157, 181, 185, 186, 208, 215, 221, 225, 238, 240, 242, 244	
82	Grupa Eurocash			3	2	5	2	5	68, 72, 98, 121, 147, 153, 157, 161, 162, 172, 174, 197, 208, 225, 234	
83	Grupa Kapitałowa LOTOS	1		3	2	1		9	35, 59, 74, 103, 138, 147, 160, 182, 183, 185, 187, 190, 217, 221	
84	Grupa Maspex				1			1	112, 183	
85	Grupa Muszkieterów							2	233, 240	
86	Grupa OLX		1		1	1	1	2	43, 116, 154, 175, 208, 234	
87	Grupa Polsat (Cyfrowy Polsat, Telewizja Polsat, Polkomtel)				3			12	115, 118, 182, 185, 190, 197, 201, 208, 225, 230, 240	
88	Grupa Raben	2		5	1		1	5	30, 32, 57, 59, 76, 94, 103, 121, 173, 184, 200, 242	
89	Grupa Schiever w Polsce			1	3	1		1	86, 120, 126, 144, 158, 242	
90	Grupa Tubądzin				1			1	129, 190	
91	Grupa VELUX	2		1				1	34, 36, 92, 183	
92	Grupa Veolia w Polsce			2	3	1		2	68, 116, 122, 133, 161, 180, 224	
93	Gumtree.pl					1			154	
94	Henkel Polska		4	8	1	1	1	6	45, 47, 51, 70, 80, 87, 90, 92, 98, 131, 157, 170, 208, 215, 222, 238	

Lp.	Nazwa firmy	Liczba praktyk w obszarze						Strony
		Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	
95	Hewlett Packard Enterprise Global Business Center		3	8			5	45, 51, 52, 61, 69, 76, 80, 87, 103, 222, 236, 238, 242, 244
96	Hochland			3	4	1	2	57, 61, 69, 122, 136, 143, 146, 158, 186, 197
97	Holding 1		1	3			1	52, 95, 98, 103, 208
98	Horus Innowacyjne Materiały Przemysłowe			2			1	80, 103, 170, 222
99	HRlink					1		155
100	Huawei Polska		2				6	43, 49, 180, 184, 228, 231, 236, 238
101	IBM Polska						6	209, 217, 218, 228, 236
102	IKEA Retail				5		5	127, 129, 143, 144, 186, 196, 201, 209, 227
103	Infosys Poland		1	3	1		3	52, 76, 83, 98, 121, 180, 209, 239
104	ING Bank Śląski		1	3	4		2	42, 59, 89, 92, 115, 130, 139, 147, 166, 171, 191, 209, 222, 224, 228, 243
105	ING Tech Poland		1	4	2		3	49, 63, 72, 80, 92, 144, 147, 201, 215, 236
106	Intelligent Logistic Solutions						1	236
107	InterKadra			4	2		5	64, 66, 69, 103, 130, 147, 200, 209, 239, 240
108	intive		2	1	2	1	3	49, 98, 116, 146, 158, 194, 197, 224
109	Intrum	1		1	1			31, 92, 134
110	Jastrzębska Spółka Węglowa			1			3	57, 184, 218, 225
111	Jerónimo Martins Polska	1		3	1	1	7	34, 62, 64, 103, 134, 158, 169, 180, 194, 209, 224, 230
112	Jet Line			1			3	87, 185, 225, 226
113	Job Impulse		1	1				52, 67
114	Kaufland Polska Markety			2	6	1	3	57, 104, 114, 124, 127, 131, 136, 139, 158, 167, 173, 191, 209, 210, 218, 242
115	Kompania Piwowarska			7	3		2	59, 76, 87, 99, 104, 108, 113, 133, 171, 203
116	Kopalnia Soli „Wieliczka”			3	2		3	57, 59, 95, 125, 182, 187, 210
117	Korporacja Budowlana DORACO						1	244
118	KPMG w Polsce					1	5	161, 191, 197, 202, 210, 224
119	Kronospan KO						4	191, 198, 231, 236
120	Kronospan Mielec			1			2	99, 191, 198
121	Kronospan Polska			3	2	1	3	64, 72, 76, 135, 144, 155, 199, 244, 245
122	KRUK			1			5	99, 169, 170, 176, 191, 195
123	Kuehne+Nagel			4	7	1	2	59, 67, 76, 99, 115, 120, 125, 132, 134, 154, 201, 222
124	Leroy Merlin Polska			3	8	1	4	59, 92, 95, 108, 111, 125, 128, 132, 147, 155, 174, 184, 196, 198, 210
125	Lewiatan Holding				1	1	3	135, 161, 169, 172, 176, 191, 200, 226
126	Lideo					1		154
127	Lidl Polska		2	1	4	3	2	43, 52, 92, 127, 143, 158, 160, 161, 166, 176, 210
128	L'Oréal Polska			1			2	101, 184, 215
129	L'Oréal Warsaw Plants				2		1	109, 131, 184

INDEKS FIRM

Lp.	Nazwa firmy	Liczba praktyk w obszarze							Strony
		Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	
130	LOTTE Wedel	1	1	8	3			2	36, 46, 59, 60, 65, 83, 87, 92, 93, 104, 108, 132, 144, 204, 243
131	LPP	1			1			2	37, 129, 191, 210
132	Lubelski Węgiel Bogdanka	1		6	4	2	1	3	32, 60, 77, 87, 93, 99, 118, 135, 139, 141, 158, 160, 170, 210, 215, 245
133	Lyreco Polska	1		1	12	2	1	1	32, 104, 111, 119, 121, 125, 127, 142, 144, 147, 160, 170, 210
134	MAKRO Polska	1		4	5	2	3	4	28, 57, 80, 116, 125, 128, 132, 139, 161, 170, 176, 201, 222, 243
135	Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego	2		2	1	7		4	33, 37, 70, 95, 129, 153, 154, 155, 157, 162, 218, 226, 244
136	Many Mornings		1		2			7	49, 108, 143, 195, 202, 228, 230, 240
137	Mars Polska			1				4	67, 204, 210, 231, 232
138	mBank		1	7	1	1	5	6	46, 64, 70, 77, 80, 93, 99, 139, 152, 168, 171, 172, 174, 215, 218, 222, 227, 239
139	MetLife			1				3	83, 192, 195, 222
140	Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice	1		1	2		5		33, 60, 118, 147, 168, 174, 175
141	MindBlowing				3				118, 131, 144,
142	Minkiewicz Urzędowski Sobolewski Torba i Partnerzy Radcowie Prawni			1	1			7	87, 110, 210, 214, 222, 234, 235, 243
143	Mondelēz International w Polsce				3				139
144	Monika Klonowska – Szkolenia		1						47
145	Move				1				145,
146	Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie			2				6	87, 93, 182, 232, 233, 239, 240
147	Nestlé Polska							1	204,
148	Nowy Styl			3	4	1		1	57, 70, 72, 121, 123, 127, 143, 158, 210
149	NSG Group właściciel marki Pilkington			2				3	60, 88, 195, 196
150	Orange Polska	2	2	2	1		2	1	30, 36, 44, 84, 99, 116, 166, 173, 218
151	OVUM Rozrodczość i Andrologia							1	215
152	P.P.H. WObit E.K.J. Ober			1				5	71, 232, 236, 237, 241
153	Pelion	1		4	3			1	33, 99, 100, 104, 120, 140, 211
154	PepsiCo Consulting Polska				1			1	141, 203
155	Performics							1	241
156	PGNiG Obrót Detaliczny						4	3	166, 169, 173, 175, 198, 232
157	Pharmalink							1	232
158	PHARMAPOINT							1	192
159	Philip Morris Polska	1	2	4	1				37, 44, 45, 64, 65, 77, 93, 111
160	PKO Bank Polski			1	1	1	2	2	93, 123, 159, 173, 192, 211
161	PKP CARGO			4	1			1	60, 62, 68, 104, 140, 211
162	PKP Energetyka	1		3	1				30, 58, 88, 100, 121

Lp.	Nazwa firmy	Liczba praktyk w obszarze						Strony	
		Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczciwe praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie		Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej
163	Polenergia			1	3			93, 108, 109, 110	
164	Polpharma	2		10	7		3	33, 37, 60, 62, 64, 69, 72, 77, 81, 88, 100, 119, 126, 140, 148, 222, 230, 244	
165	Polski Fundusz Rozwoju						4	192, 195, 237	
166	Polski Holding Hotelowy			1		1	7	58, 162, 192, 195, 200, 202, 232	
167	Polski Instytut Odszkodowań						1	175	
168	Polski Koncern Naftowy ORLEN	1	1	6	2	1	14	37, 44, 60, 69, 88, 89, 110, 140, 160, 168, 180, 186, 187, 203, 211, 216, 226, 232, 244	
169	Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo			5	5		5	62, 69, 77, 88, 100, 110, 111, 123, 132, 145, 192, 211, 216, 222, 239	
170	Polskie Sieci Elektroenergetyczne						1	187	
171	Poznański Park Naukowo-Technologiczny				1		1	117, 181	
172	PRO-SPORT						1	181	
173	Provident Polska	2		7			3	33, 35, 65, 83, 88, 93, 95, 104, 223, 228, 243	
174	PwC	1	1	7	4		13	33, 45, 74, 84, 88, 90, 110, 116, 119, 148, 192, 196, 202, 211, 216, 224, 234, 235, 237, 239, 243	
175	PZU	2		2	2		1	8	28, 36, 69, 88, 123, 129, 168, 184, 185, 193, 194, 198, 212, 232
176	Refinitiv Poland			3	1			88, 89, 100, 143	
177	Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań				3			119, 142	
178	RELATIONS Maria Pawtów		1					47	
179	Robert Bosch		1		1		2	44, 123, 193, 237	
180	Rödl & Partner	1	3	11	1	1	3	33, 44, 47, 49, 64, 72, 73, 74, 77, 81, 100, 148, 153, 193, 212, 245	
181	Rossmann SDP		1				4	49, 214, 218, 219, 231	
182	Roto Frank Okucia Budowlane						2	182, 212	
183	Sabre Polska		1	3			1	46, 65, 93, 100, 212	
184	Sage						2	197, 228	
185	Samsung Electronics Polska			2	1	1	8	77, 94, 135, 155, 195, 214, 216, 219, 226, 235, 237, 244	
186	Sanofi	1	1	3	2		10	34, 45, 77, 100, 135, 141, 216, 223, 226, 227, 233, 239, 245	
187	Santander Bank Polska	4	2	9	4	2	3	12	35, 37, 38, 45, 52, 68, 69, 71, 74, 81, 84, 101, 104, 119, 121, 127, 136, 152, 162, 168, 170, 174, 184, 193, 212, 214, 216, 223, 228, 239, 245
188	Santander Leasing			2	1		1	67, 78, 146, 175	
189	SEGRO Poland				2			110, 146	
190	Sela					1	3	153, 193, 197, 198	
191	Servier Polska			1			1	94, 193	
192	Shell Polska		2	3	1		2	52, 64, 73, 94, 126, 203, 219	
193	Sii			6		1		62, 73, 78, 84, 94, 159	

INDEKS FIRM

Lp.	Nazwa firmy	Liczba praktyk w obszarze							Strony
		Ład organizacyjny	Prawa człowieka	Praktyki z zakresu pracy	Środowisko	Uczelne praktyki operacyjne	Zagadnienia konsumenckie	Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej	
194	SITECH	2	3	11	1			1	28, 38, 42, 47, 52, 60, 63, 71, 81, 89, 95, 104, 140, 223
195	Skanska w Polsce	2		2	5		1	2	29, 31, 60, 78, 112, 122, 123, 132, 168, 216, 223
196	Sodexo Polska	1	3	2	3	1		2	31, 42, 46, 60, 101, 109, 115, 143, 162, 223, 241
197	Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń ERGO Hestia		1	6	7		2	4	50, 65, 68, 74, 81, 89, 104, 110, 130, 135, 140, 145, 148, 168, 177, 212, 223, 229
198	Starbucks/ AmRest Coffee				3			2	142, 143, 145, 203, 237
199	Stena Recycling				2	1		1	116, 117, 157, 186
200	Studio 102							1	243
201	SumiRiko Poland	1		4	1	1		6	29, 61, 63, 71, 78, 120, 160, 184, 198, 213, 219, 226, 239
202	SuperDrob							1	219
203	Szeptszum							1	226
204	Szybka Kolej Miejska				1				146
205	TAURON Polska Energia			9	8		3	2	61, 64, 65, 74, 78, 81, 89, 101, 109, 110, 111, 116, 126, 132, 144, 168, 171, 175, 181, 216
206	Tesco Polska			2	2		2	5	66, 95, 145, 169, 176, 213, 223
207	Tetra Pak				1			1	115, 233
208	TIM	3		3		3		3	30, 31, 35, 73, 89, 104, 153, 155, 157, 198, 213, 241
209	T-Mobile Polska	2	1	3	3	1	2	7	29, 33, 50, 61, 66, 101, 117, 130, 140, 157, 174, 176, 184, 185, 198, 213, 219, 241, 243
210	Totalizator Sportowy	1	1	3	1		3	7	29, 50, 65, 89, 94, 134, 172, 176, 181, 182, 193, 226, 241, 243
211	Uber Poland				1			2	146, 200, 226
212	Unum Życie TUIR			1				1	89, 193
213	Urtica				1			3	130, 199, 200, 233
214	VIVE Group				1				127
215	Volkswagen Motor Polska	3		13	4			7	29, 31, 36, 61, 66, 70, 71, 81, 82, 95, 105, 114, 126, 140, 182, 194, 201, 213, 239, 245
216	Wawel				3	1	1	5	123, 128, 148, 162, 177, 204, 219, 223, 230
217	wonga.pl	6		8	1		1		28, 29, 33, 62, 67, 71, 74, 90, 94, 105, 121, 171
218	WoshWosh				2			2	130, 131, 213, 235
219	Wunderman Thompson Technology			3	1			2	89, 94, 105, 148, 197, 214
220	Wyborowa Pernod Ricard							1	184
221	Zakład Utylizacyjny	1			1				30, 148
222	Zentiva Polska			1				1	67, 194
223	Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce	1					1	1	34, 171, 216
224	Żabka Polska				6			2	116, 124, 130, 132, 141, 230, 238
225	Żywiec Zdrój				2				116, 141

www.odpowiedzialnybiznes.pl

Dziesiątki ważnych informacji.
Od ręki. Online.



PARTNERZY STRATEGICZNI FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU



PARTNERZY
KOMUNIKACYJNI

PARTNER
ANALITYCZNY

PARTNER
WSPIERAJĄCY

PARTNER
POLIGRAFICZNY

PARTNER
TŁUMACZENIOWY

PARTNER
BADAWCZY

