

RAPORT

CSR

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

EDYCJA LI

Partnerzy raportu



Akademia
Zarządzania
i Rozwoju



W 51. edycji
Raportu Społeczna
Odpowiedzialność
biznesu
wyróżnieni zostali:

☉ Platforma
Przemysłu Przyszłości
za wzmacnianie
kompetencyjności
i konkurencyjności
polskich
przedsiębiorstw,
a także wspieranie ich
transformacji w kierunku
przemysłu 4.0.



☉ Carrefour Polska
laureat tegorocznej
edycji konkursu o Tytuł
„Pracodawca Godny
Zaufania”, za działania
prowadzone na rzecz
pracowników



CSR

BRANŻA PIROTECHNICZNA ZABIEGA O BEZPIECZNE UŻYWANIE FAJERWERKÓW



Prowadzimy szeroko zakrojone działania edukacyjne dotyczące używania widowiskowych wyrobów pirotechnicznych – mówi Aneta Siwarga, wiceprezes Fundacji Rozwoju i Edukacji Pirotechnicznej.

również informacje dla dziennikarzy na temat bezpiecznego używania fajerwerków.

i/lub importera, które umożliwiają kontakt z konsumentami.

Czy współpracują Państwo z organizacjami pro zwierzęcymi? Czy prowadzicie akcje uświadamiające właścicieli czworonogów w jaki sposób zabezpieczać ich ulubieńców podczas nocy sylwestrowej?

Tak. Od początku naszej działalności współpracujemy z Fundacją Karmimy Psiaki, a wraz z wolontariuszami – fanami pirotechniki, prowadzimy akcje plakatowe: „Jak pomóc swojemu psu w Sylwestra”. Co roku tysiące plakatów trafia do klinik weterynaryjnych, sklepów zoologicznych, szkół i urzędów. Warto wspomnieć, że dochód uzyskany ze sprzedaży tych plakatów zasilił konto Fundacji Karmimy Psiaki.

Fajerwerki powodują hałas, który często spotyka się z krytyką. Czy tzw. ciche fajerwerki lub pokazy laserowe mogą stanowić atrakcyjną alternatywę dla tradycyjnych środków pirotechnicznych?

Pokazy laserowe nie są dobrą alternatywą dla pokazów fajerwerków. Zgodnie z badaniami Wojskowej Akademii Technicznej, pokazy laserowe powodują dużo większe zanieczyszczenie środowiska niż fajerwerki – mało kto wie, że aby pokaz laserowy mógł się odbyć, wytworzyć należy szkodliwą dla otoczenia sztuczną mgłę. Nie można również zapominać o kosztach jakiegoś potrzebne do przygotowania pokazów laserowych. Szacuje się, że są one od kilku do kilkunastu razy wyższe w stosunku do organizacji pokazów sztucznych ogni, a ich realizacja wymaga zastosowania ogromnej ilości energii, która gene-

rowana jest za pomocą agregatów prądotwórczych zasilanych prądem. Pamiętajmy również, że światła laserowe mogą być niebezpieczne dla zdrowia, a zwłaszcza wzroku.

Ciche fajerwerki są dostępne na rynku od wielu lat, jednak konsumenci preferują zabawę z tradycyjnymi wyrobami pirotechnicznymi. Z badań opinii społecznej przeprowadzonych przez niezależne instytucje wynika, że ponad 70 proc. Polaków kocha klasyczne fajerwerki.

Mitem jest, że fajerwerki są zbyt głośne. Wszystkie legalnie dostępne na rynku produkty spełniają wymagania bezpieczeństwa, zawarte w dyrektywie 2013/29/EU. Wyroby te nie przekraczają poziomu hałasu 120 decybeli, czyli ogólnie przyjętego poziomu natężenia dźwięku, z jakim spotykamy się w cywilizacji: na przykład na plenerowym koncercie, ale także w naturze: podczas burzy czy gradobicia.

Producenci i importerzy przestrzegają tych norm, a badanie głośności fajerwerków jest jednym z ważniejszych elementów procedur badawczych przed wydaniem zgody na ich sprzedaż.

Jakich najważniejszych zasad powinniśmy przestrzegać, gdy planujemy zorganizowanie pokazu fajerwerków dla najbliższych?

Jeśli planujemy profesjonalny pokaz pirotechniczny, musimy uzyskać zgodę właściciela terenu i podpisać umowę z firmą, która świadczy takie usługi. Warto zweryfikować, czy wybrana firma posiada odpowiednie uprawnienia do prowadzenia takiej działalności, czyli pozwolenie wojewody lub koncesję, a także ubezpieczenie. Taka firma zajmie się pokazem od A do Z – wyznaczy bezpieczny teren, wybierze odpowiednie ładunki, wyśle odpowiednie zgłoszenia, odpali pokaz i posprząta miejsce wydarzenia. Jeśli chcemy zorganizować pokaz we własnym zakresie, musimy się

do tego odpowiednio przygotować. Przede wszystkim musimy znaleźć właściwą lokalizację, która zapewni odpowiednią odległość od publiczności (bezpieczną odległość znajdziemy w instrukcji obsługi wyrobu). Naszym obowiązkiem jest też sprawdzenie czy nie ma żadnych przeszkód nad miejscem potencjalnego mini pokazu, takich jak drzewa, dachy, czy linie energetyczne. Ważne jest też stabilne, równe podłoże, z którego będziemy mogli odpalić pokaz. Następnie musimy wybrać fajerwerki odpowiednie do danego miejsca – warto skorzystać z porad profesjonalnego sprzedawcy. Koniecznie należy przeczytać instrukcję obsługi i pamiętać, że fajerwerków nie można użytkować po spożyciu alkoholu.

Jakie działania planuje Fundacja przed nadchodzącym Sylwestrem i noworocznymi imprezami masowymi?

To jest ta część roku, kiedy Polacy najczęściej mają do czynienia z fajerwerkami. Fundacja promuje zakaz używania produktów pod wpływem używek oraz kontynuuje współpracę z fundacjami pro zwierzęcymi w zakresie roztoczenia odpowiedzialnej opieki nad naszymi pupilami podczas nocy sylwestrowej. Cały czas kontynuujemy akcję bezpiecznego obchodzenia się z konkretnymi typami produktów pirotechnicznych.

Wymienię dziewięć wskazówek, które kierujemy do wszystkich Polaków. Pierwsza – fajerwerki kupujcie w sprawdzonych miejscach, które dają gwarancję ich właściwego przechowywania. Druga – kupujcie jedynie fajerwerki ze znakiem CE, tylko one są bezpieczne. Trzecia – przed zakupem sprawdźcie czy produkt nie jest uszkodzony. Czwarta – zawsze czytajcie instrukcję obsługi i zgodnie z nią postępujcie. Piąta – nie odpalajcie fajerwerków w pobliżu drzew i domów oraz innych miejsc narażonych na pożar, a także pod zadaszeniem. Szósta – nie odpalajcie z balkonów, tarasów i okien. Siódma – nie celujcie do ludzi i zwierząt, nie używajcie fajerwerków w pobliżu szpitali czy schronisk dla zwierząt. Wskazówka ósma – nigdy nie używajcie fajerwerków, będąc pod wpływem alkoholu. No i dziewiąta – zwróćcie uwagę na swoje dzieci! Nie pozwalajcie im na odpalanie wyrobów pirotechnicznych i pamiętajcie, że zgodnie z obowiązującym w Polsce prawem, fajerwerki mogą być nabywane i używane wyłącznie przez osoby pełnoletnie. Niech zabawom sylwestrowym towarzyszy motto: Fajerwerki. Zawsze bezpiecznie, zawsze odpowiedzialnie.

Rozmawiał Bogusław Mazur

Dlaczego branża pirotechniczna powołała do życia Fundację Rozwoju i Edukacji Pirotechnicznej? Jakie są jej najważniejsze zadania i cele?

Fundacja Rozwoju i Edukacji Pirotechnicznej powstała jako odpowiedź na potrzebę podtrzymania dobrego wizerunku branży pirotechnicznej oraz edukacji naszego społeczeństwa w zakresie odpowiedzialnego użytkownika wyrobów pirotechnicznych widowiskowych. Utworzyły ją firmy z największą wiedzą i doświadczeniem – Jorge Fireworks, Triplex oraz Super Power. Mamy kilka kluczowych celów, które sobie postawiliśmy. Jednym z nich jest rozwijanie świadomości społecznej w zakresie odpowiedzialnego użytkownika materiałów pirotechnicznych. Naszym ważnym zadaniem jest także popularyzacja wiedzy na temat materiałów pirotechnicznych oraz ich historii. Chcemy również podnosić świadomość społeczną w zakresie wpływu materiałów pirotechnicznych na środowisko. No i oczywiście przygotowujemy i udostępniamy stanowiska prawne oraz śledzimy przepisy prawa, które regulują kwestie związane z materiałami pirotechnicznymi – chcemy być silnym reprezentantem branży w kontaktach z instytucjami, organizacjami i naszym społeczeństwem.

Czy Fundacja prowadzi akcje edukacyjne uświadamiające Polakom w jaki sposób bezpiecznie korzystać z fajerwerków?

Jednym z najważniejszych zadań naszej fundacji jest edukacja konsumentów – szczególnie w zakresie bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania z fajerwerków. Opracowaliśmy specjalne infografiki, które pokazują, w jaki sposób należy obchodzić się z różnymi typami wyrobów pirotechnicznych widowiskowych – bateriami, petardami, raketami, fontannami, czy rzymskimi ogniami. Przygotowaliśmy też infografikę, która prezentuje zasady odpowiedzialnego używania fajerwerków. Te czytelne i zrozumiałe instrukcje były prezentowane w prasie oraz w social mediach fundacji, a także dystrybuowane wśród sprzedawców pirotechniki. Przygotowujemy

Czy fajerwerki dostępne na polskim rynku spełniają wszystkie standardy bezpieczeństwa i są zgodne z unijnymi dyrektywami?

Od 2017 na terenie całej Unii Europejskiej obowiązuje dyrektywa 2013/29/EU, która stawia na pierwszym miejscu bezpieczeństwo użytkowników i środowiska naturalnego. Producenci wyrobów pirotechnicznych muszą spełniać bardzo wysokie wymagania i normy – określony skład chemiczny, ograniczenie poziomu dźwięku, klasyfikacja z uwagi na poziom generowanego hałasu i poziomu bezpieczeństwa użytkownika. Polska jeszcze bardziej zaostrzyła unijne przepisy i wprowadziła całkowity zakaz sprzedaży pirotechniki osobom poniżej osiemnastego roku życia.

Zapewniam, że branża pirotechniczna jest w Polsce ściśle regulowana i musi spełniać wymogi posiadania specjalistycznych magazynów, zapewniać odpowiednią flotę samochodową i warunki transportu oraz systematycznie kierować pracowników na badania psychologiczne i psychiatryczne.

Czy Fundacja prowadzi działania, które mają zachęcać Polaków do zakupu tylko i wyłącznie legalnych i certyfikowanych fajerwerków? Jak możemy je rozpoznać, jakie informacje powinien zawierać produkt, o co powinniśmy pytać sprzedawców?

Zachęcamy klientów, by kupowali tylko i wyłącznie w sprawdzonych sklepach. Legalność produktu najłatwiej ocenimy, gdy sprawdzimy jego etykietę produktu. Powinna ona posiadać niezbędne elementy – pierwszym jest symbol CE, drugim – trzycyfrowy numer rejestracyjny produktu. Taki numer można zweryfikować na stronach internetowych jednostek odpowiedzialnych za wydanie certyfikatu lub u producenta wyrobu. Etykieta musi zawierać symbol i klasę produktu, np. czy jest to bateria, raketa lub rzymski ogień, oraz informację o minimalnym wieku użytkownika. Obowiązkowym elementem jest także informacja o zasadach bezpiecznego użytkownika i minimalnych bezpiecznych odległościach. Na etykietce muszą się także znajdować dane teleadresowe producenta



SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

➔ Liderzy zrównoważonego rozwoju na rzecz ekosystemu ESG. I KONGRES ESG JUŻ W STYCZNIU

Wyzwania klimatyczne i związane z nimi oczekiwania wobec przedsiębiorców powodują, że niezbędne jest powołanie platformy dialogu na rzecz ekosystemu ESG. Pierwszym okrągłym stołem poświęconym kwestiom zrównoważonego rozwoju dla wszystkich zainteresowanych grup – od administracji rządowej, biznesu, organizacji pozarządowych po środowisko naukowe i medialne – będzie „I Kongres ESG – Liderzy zrównoważonego rozwoju na rzecz ekosystemu ESG”, który odbędzie się w styczniu 2022 r. w Warszawie. Raport CSR jest patronem medialnym wydarzenia.

Realizacja idei ESG jest odpowiedzią na najważniejsze globalne wyzwania przed którymi stoi ludzkość. Jest także opłacalna biznesowo i zapewnia udział w cywilizacyjnym rozwoju. Niekiedy jednak może być kosztowna, rodzić konflikty interesów, a nade wszystko – wymagać

zmian w sposobie myślenia. Istnieje więc potrzeba stworzenia forum dialogu dla wszystkich organizacji i środowisk zainteresowanych ideą ESG. „I Kongres ESG” jest inicjatywą liderów zrównoważonego rozwoju – czyli organizacji i środowisk chcących wspólnie i na zasadach

równopartnerstwa pracować na rzecz stworzenia w Polsce środowiska przyjaznego dla realizacji idei ESG, zarówno w sferze prawnej, jak i edukacyjnej. Celem wydarzenia jest rozpoczęcie merytorycznej dyskusji o standardach ESG i wypracowanie w tej kwestii rekomendacji dla Polski. Kongres zapoczątkuje istnienie platformy dialogu. Wnioski i rekomendacje zostaną zawarte w specjalnym raporcie, który zostanie opublikowany po wydarzeniu. Kontynuacją działań będą cykl warsztatów i webinarium oraz stworzenie platformy wiedzy na temat ESG, w którą zaangażują się wszyscy liderzy inicjatywy. Komisja Europejska pracuje nad dyrektywą dotyczącą raportowa-

nia przedsiębiorstw o ich działalności na rzecz zrównoważonego rozwoju (CSRD), która zastąpi aktualnie obowiązującą dyrektywę ujawniania informacji niefinansowych. Raportowane dane – zgodnie z założeniami nowej dyrektywy – mają być porównywalne, wiarygodne i istotne dla inwestorów i interesariuszy. Tym samym już od 2024 roku wszystkie duże spółki i duże grupy kapitałowe oraz spółki giełdowe (z wyłączeniem mikro) zostaną objęte obowiązkiem raportowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Wiele firm nie jest jeszcze przygotowanych na nowe regulacje i zobowiązania, a przygotowanie utrudni brak specjalistów. Potrzebna jest edukacja

nie tylko w kierunku raportowania podejmowanych inicjatyw na rzecz zrównoważonego rozwoju, ale także oszacowywania wpływów wywieranych na klimat, identyfikacji ryzyk zmian klimatycznych i opracowywania scenariuszy działania. Odpowiedzią na rosnące potrzeby jest Kongres ESG – platforma dialogu i wypracowywania niezbędnych rozwiązań oraz dobrych praktyk w zakresie zrównoważonego rozwoju i edukacji. Pomysłodawcy inicjatywy – liderzy zrównoważonego rozwoju na rzecz ekosystemu ESG oraz organizator Kongresu ESG zapraszają do współpracy wszystkie zainteresowane organizacje.

Strona internetowa kongresu:
www.esgkongres.pl

EKSPERCI DLA RAPORTU CSR

Co może przybliżyć nam I Kongres ESG?



Wdrażanie idei ESG nie jest wolne od niebezpieczeństw – mówi dr hab., prof. SGH Agnieszka Domańska, prezes zarządu Polskiego Oddziału PRME, prezes Instytutu Staszica.

Za dwa lata upłynie ćwierć wieku od czasu, gdy Robert Levering i Milton Moskowitz opublikowali swoją listę „Fortune 100 Best Companies to Work For” prezentującą korporacyjnych liderów w zakresie społecznej odpowiedzialności. Oparta na niej publikacja książkowa zapoczątkowała cały ogólnosiwiatowy trend uwzględniania czynników ESG w budowaniu wartości marki i szeroko rozumianej atrakcyjności przedsiębiorstw dla inwestorów. Dość irytujące jest, że po tak długim czasie od owego pierwszego „ratingu” ESG, w Polsce zagadnienia ładu środowiskowego czy społecznego w zarządzaniu firmą i komunikacji z klientami są tak mało znane. Nie mówiąc już o wdrażaniu. Według PwC jedynie jedna trzecia inwestorów posiada politykę monitorowania spółek pod kątem ryzyk ESG, a 36 proc. firm (ankietowanych) nie posiada żadnej strategii niefinansowej. Dane te dotyczą głównie spółek giełdowych, a co dopiero cała reszta polskich firm!

Jeszcze bardziej irytujące jest „eko-ściemnianie” (ang. „greenwashing”) wynikające wprost z faktu zwietrzenia biznesowych zysków, jeśli na produkt nie mający nic lub mający bardzo niewiele wspólnego z ekologią, dział marketingu nalepi naklejkę – zielony. To, na

ile wywoływanie u konsumentów fałszywego wrażenia bycia firmą przyjazną dla środowiska naturalnego zostanie przez tych ostatnich „wytropione”, zależy od tych ostatnich. Ściślej biorąc – od ich świadomości i czujności. Tylko wtedy instrumentalne traktowanie kwestii środowiskowych, na przykład ograniczania użytkowania plastiku, przyniesie dla ściemniaczy trudne do odrobienia straty wizerunkowe, a co za tym idzie – finansowe.

Oprócz wyzwań związanych z faktycznym i praktycznym, a nie tylko wizerunkowym wdrażaniem zasad ładu środowiskowego, społecznego i korporacyjnego na poziomie poszczególnych firm, mamy też wyzwania na poziomie całego kraju. Tutaj sytuacja jest jednak bardziej skomplikowana. Mam na myśli transformację energetyczną, która dotyka fundamentów naszej gospodarki. Naszym atutem są możliwości polskich spółek z sektora energetycznego np. koncern multienergetyczny Orlen-Lotos-PGNiG (patrz analiza Instytutu Staszica pt. „Polska droga do Zielonego Ładu”).

Mam nadzieję, że I Kongres ESG stanie się wydarzeniem które przybliży nam wszystkim największe szanse, ale też niebezpieczeństwa, jakie niesie wdrażanie idei zrównoważonego rozwoju.

Idea ESG



ESG jest pojęciem stosunkowo nowym, jednak już zdołało mocno zaznaczyć swoją obecność w świecie biznesu, szczególnie wśród menedżerów dużych firm. Zapewne z czasem, podobnie jak to miało miejsce w przypadku CSR, zacznie się ono stopniowo zadomawiać w mniejszych przedsiębiorstwach. Zarazem wiele średnich i małych przedsiębiorstw już prowadzi działania mieszczące się w założeniach ESG, ponieważ takie są oczekiwania na przykład lokalnych społeczności – mówi Damian Kuraś, dyrektor Instytutu ESG.

Przemysłane włączanie działań z zakresu ESG do strategicznych planów rozwoju organizacji powinno owocować zwiększeniem efektywności jej funkcjonowania, a co za tym idzie – osiągnięciem założonych celów biznesowych. Badania wykazują, że firmy realizujące autentycznie, bez greenwashingu, projekty ESG, zaczynają cieszyć się coraz większym zaufaniem ze strony interesariuszy, w tym inwestorów, klientów i pracowników, szczególnie z pokolenia milenialsów.

Oznacza to, że działania na rzecz środowiska naturalnego, społeczeństwa i organizacyjnej przejrzystości będą owocować lepszymi wynikami stricte finansowymi, szerszymi możliwościami prowadzenia polityki kadrowej oraz wyższym poziomem zaufania ze strony interesariuszy. Dodajmy do tego perspektywę konieczności spełniania unijnych norm dotyczących obowiązku raportowania, a stanie się jasne, że z zasadami ESG powinien za-

znajomić się każdy menadżer. Rozwojowi wiedzy na pewno przysłużą się też takie wydarzenia jak I Kongres ESG. Wiedza, jej praktyczne zastosowanie oraz popularyzowanie mają fundamentalne znaczenie, bo o rozwoju i upadku cywilizacji decydowały dwa elementy. Pierwszym, do niedawna niezależnym od człowieka, były zmiany klimatyczne. Drugim była wiedza, czyli nauka i innowacyjność. Teraz musimy zadbać o obydwie, czemu służy idea ESG.

Musimy „spolszczyć” ideę i praktykę ESG



ESG oznacza naprawę ekologizmu, socjalizmu i gender – mówi dr Józef Orzeł, prezes zarządu Fundacji Klubu Ronina.

Rewolucja (anty)kulturowa prowadzona w interesie elity Zachodu obejmuje kilka radykalnych polityk, przede wszystkim klimatyczną i genderową (w tym prawa do aborcji, eutanazji i depopulacji, przywilejów dla mniejszości seksualnych i rasowych – walka z „rasizmem” zwana woke). Narzędziem tej rewolucji jest ograniczanie swobody słowa nazywane poprawnością polityczną i ograniczanie wolności działalności.

Obie polityki zaczynają się przenikać, czego najlepszym przykładem jest ESG – nowa polityka w UE dla firm: Environment, Social (Responsibility), (Corporate) Governance,

co naprawdę oznacza: ekologizm, socjalizm i gender. ESG czeka na swoją dyrektywę KE, ale już tworzone jest środowisko rankingowe firm ocenianych przez system wskaźników ESG. Niedługo więc firmy oceniane wg raportów niefinansowych ESG będą różnicowane względem pozycji kredytowej w bankach i przez dostawców i odbiorców. Będzie tak, jak z inwestycjami węglowymi, które w ostatnich 3-4 latach straciły zdolność kredytową w zdecydowanej większości banków europejskich. Oznacza to bardzo głęboką interwencję polityczną w działalność biznesu europejskiego, która zlikwiduje

komercyjną konkurencję na rzecz konkurencji politycznej, niefinansowej. Gospodarka UE zbliży się do modelu znanego z komunizmu/socjalizmu, w którym wygrywały firmy kierujące się dyrektywami politycznymi, a nie dążeniem do wyniku komercyjnego. Jeszcze bardziej osłabi to tę gospodarkę i pozycję ekonomiczną UE w świecie.

Interesem Polski nie jest w najbliższej perspektywie Polexit, w związku z czym, póki jeszcze nie jest uchwalona dyrektywa ESG przez KE i PE, musimy „spolszczyć” ideę i praktykę ESG zgodnie z polskim interesem, przede wszystkim interesem polskiej gospodarki. Może to zrobić polski rząd, środowiska biznesowe, polityczne i społeczne. Ale inicjatywa należy do rządu. Jeśli jej nie będzie, polski biznes będzie zmuszony do dostosowywania się do polityki ESG, co radykalnie zmniejszy jego efektywność na rynku europejskim.

➔ Platforma Przemysłu Przyszłości została wyróżniona w LI edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu za wzmocnienie kompetencyjności i konkurencyjności polskich przedsiębiorstw, a także wspieranie ich transformacji w kierunku przemysłu 4.0.

Każde przedsiębiorstwo, które dokona wewnętrznych zmian, jest cegielką budującą zmiany w naszej gospodarce



Rozmawiamy z Dawidem Solakiem, p.o. prezesa Platformy Przemysłu Przyszłości.

Dlaczego?

Głównie dlatego, że wyznaczenie tej granicy może nam dać złudne poczucie dobrze wykonanej pracy, kiedy do niej dotrzemy. Okazać się wówczas może, że reszta świata zrobiła już kolejny skok do przodu i znowu musimy ich gonić. Mamy predyspozycje do tego, aby kreować trendy. Stwórzmy takie warunki, które pozwolą nam wykorzystać tę szansę i po prostu wybić się na lidera. Będę bronił stanowiska, że mamy ku temu możliwości i wystarczy tylko je odpowiednio wykorzystać.

Czyli powinniśmy już teraz myśleć o wprowadzeniu najnowszych dostępnych na rynku technologii czy zabrać się za „produkcję” własnych?

To nie jest jednak tak, że we wszystkim jesteśmy „średni”, tak jak określiłem wcześniej naszą pozycję w sposób generalny. Nasz biznes może się pochwalic firmami o bardzo wysokim zaawansowaniu technologicznym, będącymi liderami w danej branży. Na mapie Europy Polska wyróżnia się jako mocny gracz, oferujący usługi z zakresu Data Center i Cloud Computing. Podobnie rzecz ma się w wypadku rolnictwa, które również rozwija się bardzo dynamicznie i które czerpie garściami z rozwiązań Internetu rzeczy.

I tutaj dochodzimy do kolejnego obszaru, który warto stymulować. To tworzenie farm demonstracyjnych i podnoszenie kompetencji ośrodków doradztwa rolniczego. Nowa technologia i zaawansowana analityka pozwalają nam wyprodukować 10 razy więcej żywności niż 100 lat temu. I cały czas dąży się do systematycznego wzrostu w tym zakresie. Eksperti PPP podkreślają znaczenie danych satelitarnych i aplikacji wykorzystujących dane dotyczące opadów, temperatury, wilgotności gleby, stopnia nawożenia itd. Te informacje już dziś wspomagają rolników w zarządzaniu uprawami. Dzięki nim można zmniejszyć zużycie pestycydów i innych nawozów, zaplanować optymalne nawadnianie czy wykrywać choroby roślin.

Na tym nie koniec – docenić musimy również przemysł metalowy

i zastosowanie rozwiniętych technologii w zakresie obróbki metalu, skrawania i wycinania na maszynach CNC. Ten obszar stosuje urządzenia sterowane numerycznie czy wyposażone w inteligentne roboty. Również firmy logistyczne wprowadzają wiele innowacyjnych rozwiązań. Stosowanie zaawansowanych technologii jest również zauważalne w medycynie, szczególnie wśród firm zajmujących się wytwarzaniem aparatury medycznej. Dostrzegamy też następującą informatyzację ochrony zdrowia. Stosunkowo dobrze radzą sobie firmy biotechnologiczne, które korzystają z zaawansowanych rozwiązań i mają odpowiednie siły produkcyjne a najbardziej podatne na transformację 4.0 są takie sektory jak automotive, lotnicza i elektroniczna.

Czy tak duże podmioty jak spółki Skarbu Państwa. Czy są – lub przynajmniej mogą być – trendsterami w zakresie Przemysłu 4.0?

One mogą i są ambasadorami przemysłu 4.0. w naszym kraju. Trzeba pamiętać, że podmioty te dysponują ogromnymi zasobami – odpowiednio dużymi działami badawczo-rozwojowymi czy możliwościami współpracy z uczelniami, instytutami naukowymi, czy jednostkami badawczymi. Są to też przedsiębiorstwa, które dysponują odpowiednimi środkami finansowymi pozwalającymi na wprowadzanie nowych koncepcji i technologii z zakresu przemysłu 4.0 i tym samym ich propagowanie.

Jak skutecznie popularyzować cyfrową transformację wśród małych i średnich przedsiębiorstw?

Eksperti Platformy Przemysłu Przyszłości zalecają stworzenie szerokiego programu promującego współpracę podmiotów gospodarczych i ekspertów w obszarze transformacji cyfrowej przedsiębiorstwa. Program doskonalenia powinien być realizowany z uwzględnieniem modelu „open innovation”, w rezultacie którego przedsiębiorstwa nie będą polegać wyłącznie na własnych danych i wynikach własnych prac badawczo-rozwojowych, ale korzystać

z zewnętrznych źródeł wiedzy eksperckiej i szeroko współpracować zarówno z innymi podmiotami, jak i ze sferą badawczo-rozwojową.

W jaki sposób działania Platformy Przemysłu Przyszłości przyczyniają się do zmian w tym aspekcie?

Platforma powstała właśnie po to, aby pomagać przedsiębiorcom dokonywać transformacji cyfrowej. Musimy pamiętać, że każde przedsiębiorstwo, które dokona wewnętrznych zmian, jest cegielką budującą zmiany w naszej gospodarce. Stworzyliśmy zestaw narzędzi, tworzących kompletną całość i które kompleksowo mogą obsłużyć zainteresowane podmioty – uświadomiamy, informujemy i ukierunkowujemy przedsiębiorców w drodze do zmian.

I tak nasz portal informacyjny przemyslprzyszlosci.gov.pl oraz takie narzędzia, jak nawigator finansowy mają na celu informowanie przedsiębiorców o tym, jak dynamicznie rozwija się gospodarka 4.0. Aby pokazać, jak zmienia się przedsiębiorstwo po wdrożeniu innowacji, a także aby pomóc uniknąć błędów. Prezentujemy na nim również dobre praktyki (case study). Poprzez takie narzędzia jak e-learning, bazę wiedzy i Szkołę Lidera budujemy po stronie przedsiębiorców kompetencje nazwane już szumnie, ale błędnie „kompetencjami przyszłości”.

... dlaczego błędnie?

To nie są kompetencje przyszłości – to są kompetencje teraźniejszości. Platforma przy pomocy wybitnego grona specjalistów, kreuje liderów zmian i innowacji w firmach. Już niedługo poznamy laureatów konkursu Fabryka Przyszłości i stale jesteśmy gotowi do realizacji audytów zgodnie z metodologią ADMA. Ukierunkowujemy przedsiębiorców na wdrożenia takich rozwiązań cyfrowych, które są im rzeczywiście potrzebne. Na tym nie kończymy, w przyszłym roku opublikujemy przewodniki po technologiach, a przedsiębiorcy będą mogli skorzystać z pomocy przy tworzeniu transformacji cyfrowej poprzez nasze najnowsze narzędzie – Platformę Cyfrową Przemysłu Przyszłości.

„Czwarta rewolucja przemysłowa” to termin ukuty zaledwie dziesięć lat temu, a dzisiaj już staje się faktem. Na jakim etapie rozwoju ta transformacja jest obecnie w Polsce?

Pomimo że ten termin funkcjonuje już od prawie dekady, to jednak należy pamiętać, że nie odnosi się on do jednej określonej technologii czy pojedynczej zmiany w sposobach zarządzania produkcją – ale do całości przeistoczeń zachodzących zarówno w przedsiębiorstwie, jak i całości gospodarki. Czwarta rewolucja przemysłowa to po prostu kolejny etap przemian gospodarczo-społecznych na całym świecie, posiadający przede wszystkim wymiar technologiczny, głównie w kontekście szeroko rozumianej robotyzacji produkcji, automatyzacji czy zastosowania sztucznej inteligencji.

Próbując odnaleźć pozycję naszego kraju w tym procesie, musimy jednak przyznać, że jesteśmy na średnim etapie rozwoju pomimo atrakcyjnych warunków. Rozwiązania z zakresu przemysłu 4.0 stosowane są w codziennej pracy głównie przez duże firmy.

A co z przedsiębiorstwami z sektora MŚP?

Niestety, pokutuje przekonanie – bardzo błędne – że mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa, które stanowią przewagę sektora przedsiębiorstw w Polsce, nie są na tyle rozwinięte, żeby opłacało im się wdrażać rozwiązania z zakresu przemysłu 4.0. Nie postrzegają też potrzeby automatyzacji. Tutaj również jako Platforma Przemysłu Przyszłości, walczyliśmy z powodującym wiele szkód dla rozwoju polskiego biznesu

stwierdzeniem, że przedsiębiorstwa te „są zbyt małe, aby automatyzować procesy”.

Czyli brakuje świadomości potrzeby zmian?

Niestety, ale to nie jedyny czynnik. Przedsiębiorstwa te w większości nie są skore do wprowadzania zmian i starają się działać w znany sobie sposób również z powodu braku kapitału na innowacje – co powoduje z kolei ich zastój i brak możliwości dalszego rozwoju. Oczywiście to nie jest tak, że przedsiębiorcy żyją w jakiejś bańce, z której nie wychodzą i nie spoglądają na to, co się dzieje w światowym biznesie. Oni obserwują z coraz większym zainteresowaniem możliwości, które stwarza im rozwój technologii. Coraz więcej przedsiębiorców zadaje sobie również pytanie, jak zmieniać firmę w kierunku gospodarki 4.0. Jednak ogólna niepewność, spowodowana chociażby pandemią COVID-19 powoduje, że zdecydowana większość firm niechętnie inwestuje lub nie ma dostępu do możliwości finansowania na odpowiednich warunkach.

Trzeba jednak przyznać, że Polska na tle globalnej gospodarki wypada generalnie średnio i zdecydowanie nie jest w czołówce światowych przedsiębiorstw. Dlatego też powstała nasza organizacja, aby ten stan rzeczy zmienić. W mojej opinii siedząc tu i teraz, w rzeczywistości, która nas otacza, nie powinniśmy jednak myśleć w kategoriach czwartej rewolucji przemysłowej – nie ograniczajmy się. Nie chodzi o to, aby dobrać do jakiejś wyznaczonej granicy, tylko mocno przeć do przodu z rozwojem naszej gospodarki.

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

➔ Carrefour Polska, laureat tegorocznej edycji konkursu o Tytuł „Pracodawca Godny Zaufania”, został wyróżniony w LI edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu za działania prowadzone na rzecz pracowników.

Wiedza i doświadczenie pracowników to fundament sukcesu

Kilkanaście tysięcy osób, to tyle samo różnych charakterów i potrzeb. I choć utarło się, że za sukcesem rynkowym stoi głównie strategia czy mądrość zarządu firmy, to bez zaangażowania pracowników, ich motywacji i oddania, trudno osiągnąć cokolwiek. Carrefour, który w nowym roku będzie świętował 25-lecie swojej obecności w Polsce, jest jedną z tych firm, które nie tylko to rozumieją, ale też potrafią wykorzystać tę wiedzę.

Przemysław Gruz

– Atmosfera i relacje z klientami kształtowane są przez zespół osobowości, które razem stanowią największą siłę firmy – przekonują przedstawiciele Carrefour Polska. Jak sami tłumaczą, ich pracownicy to osoby otwarte na ludzi i wyzwania codzienności, pasjonaci handlu i produktów, którzy chętnie podejmują inicjatywę i lubią innowacyjne rozwiązania. Aby jednak dojść do takiego poziomu, potrzebny jest szereg wewnętrznych działań, przede wszystkim pakietów i różnorodnych świadczeń dla pracowników. Obok tak popularnych jak karta multisport, czy rabat na zakupy, pracownicy Carrefoura mogą też liczyć na opiekę medyczną, ubezpieczenie dla siebie i rodziny czy pakiet świadczeń z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Tylko w 2019 r. wartość bonów podarunkowych przekazanych z okazji świąt Wielkanocnych wyniosła ponad 4 mln zł. Z kolei wartość rabatów to prawie 5,5 mln zł. Ale pieniądze to nie wszystko.

– W Carrefour pracują dziś cztery pokolenia, stąd dialog międzypokoleniowy jest jednym z filarów naszej polityki personalnej. Dla nas zmiana pokoleniowa oznacza zrozumienie różnic i budowanie zespołów w oparciu o wspólne wartości. Praca w różnorodnych grupach, zdywersyfikowanych nie tylko pod kątem płci, stażu pracy, ale i wieku, gwarantuje stałe podnoszenie kompetencji zawodowych. W codziennej pracy korzystamy z różnych form mentoringu, shadowingu, wymiany dobrych praktyk, co pozwala na transfer wiedzy i doświadczenia pomiędzy różnymi grupami pracowników – przekonują przedstawiciele firmy.

W Warszawie działa też nowoczesne centrum szkoleniowo-edukacyjne „Smak Kariery”, w którym młodzi ludzie zaczynający karierę w handlu mają możliwość spotkania z ekspertami i skorzystania z ich wiedzy oraz doświadczeń. Swoje pierwsze kroki w profesjonalnej praktyce stawiają tu uczniowie szkół zawodowych i techników, których kierunki kształcenia są zbieżne z obszarami działań firmy. To tutaj organizowane są też różnego

rodzaju degustacje dla pracowników, warsztaty i szkolenia. Centrum jest także miejscem spotkań menedżerów i pracowników na co dzień zatrudnionych w różnych lokalizacjach firmy w Polsce.

Ważnym filarem strategii Carrefour w Polsce jest także różnorodność, i to zarówno w odniesieniu do modelu biznesowego, jak i zarządzania ludźmi. – Doceniamy kompetencje i kwalifikacje pracowników niezależnie od ich wieku, płci, miejsca zamieszkania, czy zainteresowań. Tworzymy miejsca pracy zarówno dla tych, którzy w handlu stawiają pierwsze kroki, jak i dla tych, którzy mają bogate doświadczenie. Proponujemy ścieżki kariery odpowiadające kompetencjom, zainteresowaniom oraz mobilności geograficznej – tłumaczą przedstawiciele Carrefour Polska. Pracodawca Godny Zaufania

W kategorii konkursu, o którym piszemy na kolejnych stronach „Raportu CSR”, Carrefour zdobył tytuł Pracodawcy Godnego Zaufania w kategorii „Firma Przyjazna Niepełnosprawnym”. Kapituła Konkursu nagrodziła firmę za aktywizację zawodową osób niepełnosprawnych. Carrefour inicjatywę zatrudniania osób niepełnosprawnych rozpoczął już w 2006 r. Nawiązał wtedy współpracę z Mazowieckim Związkiem Głuchych. Dziś, w zespołach firmy, pracuje ponad 600 osób niepełnosprawnych. – Ich obecność to wartość, z której czerpią zarówno pracownicy, jak i klienci sklepów



Justyna Orzeł, wiceprezes, dyrektor HR i sekretarz generalna Carrefour Polska

Carrefour. Promujemy ideę zatrudnienia wspieranego oraz współpracujemy z organizacjami EKON i PION, ułatwiającymi osobom niepełnosprawnym oraz zagrożonym wykluczeniem społecznym dostęp

do otwartego rynku pracy. Rozpoczęliśmy także współpracę ze Stowarzyszeniem MIGAM, które pomaga nam w komunikacji z osobami głuchymi i niedoświadczonymi – czytamy na stronach Carrefour Polska.

REKLAMA

 <p>3:35</p>			
 <p>2:21</p>			 <p>4:03</p>

 www.azir.edu.pl [Facebook/azir.edu](https://www.facebook.com/azir.edu)

CSR

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

Climate Governance Initiative apeluje o stawienie czoła kryzysowi klimatycznemu
2021-11-03

W Glasgow odbyła się globalna konferencja ONZ w sprawie zmiany klimatu (COP 26). Z tej okazji międzynarodowa inicjatywa Climate Governance Initiative (CGI), której działania w Polsce realizuje Chapter Zero Poland, apelowała do zarządów przedsiębiorstw na całym świecie, aby postawiły transformację klimatyczną w samym centrum strategii korporacyjnej i procesów decyzyjnych. W opublikowanym stanowisku CGI zwraca uwagę, że zmiany klimatyczne stanowią „największe zagrożenie dla globalnej stabilności systemów finansowych”. W swoim oświadczeniu podkreśla też, że „nadszedł krytyczny moment dla rad nadzorczych i zarządów, aby zaangażować się w ochronę przed skutkami zmian klimatycznych oraz wyznaczyć kierunek długofalowych planów na przyszłość”.

Pierwszy wycofany A380 Emirates zostanie poddany recyklingowi
2021-11-04

Linie Emirates podpisały umowę z firmą Falcon Aircraft Recycling z siedzibą w ramach pionierskiej inicjatywy, która zakłada, że pierwszy wycofany samolot A380 zostanie poddany recyklingowi i przetworzeniu, co radykalnie zmniejszy wpływ procesu rozbiórki na środowisko i znacznie ograniczy ilość odpadów na wysypiskach. Po zakończeniu swojej ostatniej misji komercyjnej samolot A380 Emirates, został wycofany z eksploatacji i przeniesiony do Centrum Inżynieryjnego linii lotniczych, gdzie inżynierowie Emirates odzyskali nadające się do użytku komponenty, takie jak silniki, podwozie i elementy sterowania lotem.



Zostań Pomocnikiem Świętego Mikołaja
2021-11-23

Święta Bożego Narodzenia zbliżają się wielkimi krokami. Producent słodczych Wawel i Fundacja „Wawel z Rodziną” po raz kolejny inspirować w swoich akcjach świątecznych do czynienia dobra. W ramach organizowanej od 13 lat akcji „Zostań Pomocnikiem Świętego Mikołaja” aż 430 placówek opiekuńczych w całej Polsce otrzymało aż 65 ton słodczych. W tym roku dzieci i młodzież ze świetlic środowiskowych już po raz drugi mogą same wcielić się w rolę Świętego Mikołaja. Zadanie konkursowe polega na przygotowaniu ozdób świątecznych i przekazanie ich seniorom.



PRACODAWCY GODNI ZAUFANIA

Za nami rozstrzygnięcie XI edycja Konkursu o Tytuł „Pracodawca Godny Zaufania”. Organizatorzy, m.in. Krajowa Izba Gospodarcza i Fundacja Polskiego Gościa Promocyjnego „Teraz Polska”, nagrodzili firmy i instytucje, które w zakresie polityki pracowniczej sięgają po ciekawe i skuteczne rozwiązania, które uwzględniają rozwój zawodowy pracowników i ochronę ich praw. Uroczysta Gala z wręczeniem nagród odbyła się 30 listopada w siedzibie Krajowej Izby Gospodarczej w Warszawie. W tym roku wręczono siedem nagród dla firm oraz dwie nagrody dziennikarskie. „Raport CSR” był patronem medialnym wydarzenia.

Gala Konkursu została poprzedzona debatą pt. „ESG – jak pracodawcy włączają się do procesu zrównoważonego rozwoju”, która poświęcona była korelacji między wprowadzeniem wieloletnich strategii ESG do firmy, a ich wynikami finansowymi. Tak jak w poprzedniej edycji, w skład Kapituły Konkursu weszli przedstawiciele instytucji pozarządowych – organizacji przedsiębiorców, think-tanków i uczelni. To m.in. KIG, Fundacja „Teraz Polska”, Instytut ESG, Instytut Staszica, Centrum im. Adama Smitha, Warsaw Enterprise Institute, ZPP, Instytut Biznesu, Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania, Stowarzyszenie Integracja i Współpraca czy Polskie Towarzystwo Ekonomiczne.

– Już drugi rok pracodawcy i pracownicy muszą mierzyć się z panującą pandemią koronawirusa, która ma ogromny wpływ na rynek pracowniczy. Wprowadzane obostrzenia determinowały funkcjonowanie gospodarki, a więc stawały zatrudniających i zatrudnionych przed nowymi wyzwaniem. Warto docenić te firmy, które stawiały czoła aktualnej sytuacji i poszukiwały niestandardowych rozwiązań. W dobie pandemii COVID-19 organizacje musiały w sposób jednoznaczny opowiedzieć się za wyznawanymi wartościami, które wpisują się w realizowaną przez nie misję oraz strategię, a także wykazać jak aktywnie chronić wartości pracownicze w trudnych czasach. Są na polskim rynku takie firmy, które doskonale poradziły sobie z tym wyzwaniem i zwróciły uwagę Kapituły Konkursu Pracodawca Godny Zaufania. Polskie firmy bardzo często realizują ciekawe i przynoszące znakomite rezultaty inicjatywy adresowane do pracowników. Warto je nagłaśniać – mówi Andrzej Arendarski, prezydent Krajowej Izby Gospodarczej.

W obecnej edycji konkursu: w kategorii Programy stażowe wygrała firma Allegro za program stażowy Allegro e-Xperience skierowany do osób rozpoczynających swoją karierę. – Bardzo cieszymy się z wyróżnienia naszego programu stażowego Allegro Summer e-Xperience. Od wielu lat cieszy się on wielką popularnością wśród studentek i studentów, a jego alumni są bardzo

cenionymi pracownikami Allegro – powiedziała dyrektor HR Allegro, Anna Wróbel.

W kategorii Wolontariat nagrodzono firmę Auchan Polska, za program wolontariatu pracowniczego – Dni Otwartości, który został wdrożony w Auchan w roku 2018. Celem projektu jest promowanie otwartości pracowników Auchan na rzecz społeczeństwa. Pomoc ukierunkowana jest na projekty związane z walką z niedożywieniem i ubóstwem, tworzeniem więzi społecznych, przeciwdziałaniem wykluczeniu, promowaniem zdrowego żywienia, aktywności fizycznej, organizacją zbiórek na rzecz potrzebujących i akcji rejestracji potencjalnych dawców szpiku spośród klientów Auchan na rzecz Fundacji DKMS.

– Jesteśmy dumni z przyznanej nagrody Pracodawca Godny Zaufania w kategorii Wolontariat – nagrodę dedykujemy naszym współpracownikom wolontariuszom, którzy angażują się w liczne, prospołeczne działania – powiedział Arkadiusz Mika, dyrektor Zasobów Ludzkich Auchan Polska.

W kategorii Motywacja zwycięskie okazało się Przedsiębiorstwo Państwowe „Porty Lotnicze”, za prowadzenie wspólnego dialogu z pracownikami. Co kwartał firma organizuje sesje Q&A, podczas których prezes odpowiada na pytania pracowników. W momencie kryzysu, o to jak poprawić kondycję finansową firmy, PPL zapytał właśnie pracowników. Wprowadzono tzw. „Oszczędny Portfel” – skrzynkę na pomysły pracowników w tym zakresie. Najnowszym projektem PPL jest Akademia Liderów. Liderzy PPL są szkoleni na osoby sprawiedliwe, wrażliwe społecznie, uczciwe, transparentne, które cenią współpracę i działanie zespołowe.

– „Porty Lotnicze” to wyjątkowe miejsce, w którym pracują osoby z ogromnym doświadczeniem, unikalną wiedzą i pasją do swojego zawodu. Rolą zarządzającego jest, by to pielęgnować i dbać o rozwój pracowników. Wyróżnienie tytułem Pracodawcy Godnego Zaufania to ukłon w stronę naszych pracowników i wielka motywacja dla kadry zarządzającej. Zapewniam, że



Karol Smołąg,
Benefit Systems



Olga Karolak,
Allegro

„Porty Lotnicze” nie spoczną na laurach – będziemy dalej ciężko pracować i dbać o markę oraz prestiż na rynku – mówi Stanisław Wojtera, prezes Przedsiębiorstwa Państwowego „Porty Lotnicze”.

W kategorii Edukacja nagrodzono firmę IKEA Retail Polska za kreowanie środowiska, w którym pracownicy mogą bezustannie się rozwijać. IKEA posiada 8 różnych programów edukacyjnych i prowadzi działania skierowane do pracowników w obszarze Health & Wellbeing. IKEA umożliwia też pracownikom pokrycie kosztów nauki języków obcych oraz posiada dofinansowanie do studiów wyższych. Pracownicy mają również dostęp do bardzo szerokiej i różnorodnej oferty szkoleń, która jest stale rozbudowywana. Firma koncentruje się przede wszystkim na awansach wewnętrznych. Aż 82,5 proc. stanowisk kierowniczych w całej organizacji w ubiegłym roku finansowym zostało obsadzonych w drodze awansu wewnętrznego.

– W IKEA każdy jest talentem, odpowiedzialnym za swój rozwój. Bliska jest nam idea uwolnionego rozwoju dla każdego, który odbywa się również w sposób nieformalny, a nie tylko w poprzez szkolenia czy centralne programy rozwojowe – powiedziała Agnieszka Maciuk-Grochowska, krajowy kierownik ds. przywództwa i kompetencji biznesowych w IKEA Retail.

W kategorii Bezpieczeństwo zwyciężyła firma Polfrost Terminal za prowadzoną politykę bezpieczeństwa pracy. Firma ciągle się rozwija, poszerzając swoje horyzonty i dając możliwości rozwoju swoim pracownikom m.in. poprzez zastosowanie nowych technologii, pozwalających zwiększyć efektywność pracy jak również poprawić bezpieczeństwo i zminimalizować ryzyko wystąpienia jakichkolwiek wypadków.

– Firma Polfrost Terminal nie ma jednej zasady, którą się kieruje. Wiele czynników wpływa na to, gdzie obecnie znajduje się na-

sza Firma. Najważniejsi są dla nas klienci, bo bez nich nie byłoby nas. Nieustannie szukamy rozwiązań, które pozwolą nam zwiększać komfort i bezpieczeństwo naszej pracy. W swoich działaniach, nigdy nie odpuszczamy! Nasze dotychczasowe osiągnięcia są wymierną wielości podejmowanych decyzji, a także poniesionych porażek, z których wyciągnęliśmy lekcje – mówi Tomasz Szyszko, prezes spółki.

W kategorii Firma Przyjazna Niepełnosprawnym Tytuł „Pracodawcy Godnego Zaufania” zdobyła firma Carrefour za aktywizację zawodową osób niepełnosprawnych. Carrefour inicjatywę zatrudniania osób niepełnosprawnych rozpoczął już w 2006 r. Nawiązał wtedy współpracę z Mazowieckim Związkiem Głuchych.

– Cieszymy się z tego wyróżnienia, ponieważ jest ono potwierdzeniem tego, że promocja różnorodności w miejscu pracy stała się zauważalnym i ugruntowanym elementem kultury organizacyjnej naszej firmy. W przyszłym roku Carrefour będzie świętował swoje 25-lecie w Polsce. Mamy poczucie, że w tym czasie stworzyliśmy w naszej firmie stabilne i godne zaufania miejsce pracy dla blisko 12 tys. pracowników. Mimo, że różnimy się wiekiem, płcią czy doświadczeniem, to potrafimy pracować razem dla dobra naszych klientów i stale podnosić ich zadowolenie z zakupów. Tworząc dynamiczną i inkluzywną firmę, nie boimy się zmian ewolucyjnych i rewolucyjnych. Jestem z tego dumna – powiedziała Justyna Orzeł, wiceprezes, dyrektor HR i sekretarz generalna Carrefour Polska.

W tym roku Kapituła Konkursu zdecydowała również o przyznaniu Nagrody Specjalnej „Pracodawcy Godnego Zaufania” dla firmy Benefit Systems. Nagroda została przyznana firmie, która okazała się nie tylko godnym zaufania pracodawcą, ale

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

W TRUDNYCH CZASACH



Stanisław Wojtera,
Przedsiębiorstwo
Państwowe „Porty Lotnicze”

także wiarygodnym i wspierającym partnerem dla całej branży i zatrudnionych w niej osób oraz odpowiedzialnym partnerem społecznym.

– Benefit Systems od 20 lat wspiera aktywność fizyczną i dobrostan pracowników oraz ich rodzin. Dzięki temu w 2019 r. otrzymaliśmy tytuł Pracodawcy Godnego Zaufania w kategorii „Motywacja”. W tym roku, przyznając nam nagrodę specjalną, jury doceniło kolejny niezwykle ważny obszar działalności naszej spółki, a mianowicie nasze relacje z szeroko pojętym otoczeniem zewnętrznym, w tym z tysiącami obiektów sportowo-rekreacyjnych, z którymi współpracujemy. Mimo, że od początku pandemii sami zmagaliśmy się ze skutkami lockdownów, postanowiliśmy wesprzeć



Tomasz Dereszyński,
Polska Press

naszych partnerów i ich pracowników. W tym celu uruchomiliśmy m.in. akcję #WspierajKluby, w ramach której umożliwiliśmy użytkownikom Programu MultiSport korzystanie z zajęć online, organizowanych przez partnerskie obiekty sportowo-rekreacyjne. Przekazaliśmy także 4 mln zł obiektom sportowym wznowiającym działalność po okresie lockdownu. Równolegle, podejmowaliśmy intensywne działania na rzecz promocji zdrowego stylu życia i aktywności fizycznej wśród Polaków – szeroko zakrojone kampanie naszych własnych klubów fitness („Ćwicz odporność”, „Przygotuj się”) i Programu MultiSport („Dobrze, że jesteś”, „Multi-Możliwości”, „Gotuj się do sportu”, „Ciało daje radę”), przyczyniają się nie tylko do powrotu Polaków do obiektów sportowych, ale też do

wzrostu świadomości zdrowotnej społeczeństwa. Zawsze działamy zgodnie z zasadą win-win, dlatego staraliśmy się nie tylko wspierać nasz zespół pracowników, ale też grać do jednej bramki także z obiektami sportowo-rekreacyjnymi i pracodawcami, wspólnie dopasowując się do nowej rzeczywistości. Wierzymy, że biznes może być lepszy dla świata i jako członek ruchu B Corp zachęcamy do kierowania się tą ideą także inne firmy. Cieszymy się, że zostało to docenione w formie tak prestiżowej nagrody – podsumowuje Wojciech Szwarz, członek zarządu Benefit Systems.

W konkursie wyróżniono również dziennikarzy, dla których tematyka pracownicza jest bardzo bliska. Nagrodę „Pracodawca Godny Zaufania” w kategorii dziennikarskiej otrzymali: Tomasz Dereszyński, wydawca i dziennikarz Polska Press, oraz Damian Szymański, zastępca redaktora naczelnego money.pl.

Tomasz Dereszyński, który jest również członkiem redakcji portalu RaportCSR.pl, został wyróżniony za zaangażowanie w problemy społeczne oraz rzetelne informowanie społeczeństwa o aktualnej sytuacji epidemiologicznej. Dereszyński promuje także postawy i wartości Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

Damian Szymański został doceniony za docieklivość i rzetelne informowanie o wszystkich nieprawidłowościach związanych z rynkiem pracy oraz olbrzymi wkład w edukację ekonomiczną społeczeństwa.

– W czasie pandemii pracodawcy byli zmuszeni do zmniejszania kosztów firmowych. Rezygnowano więc ze szkoleń, świątecznych bonów, podwyżek, zredukowane były wynagrodzenia, a w najgorszym wypadku zwalniano pracowników. Jak w warunkach pandemicznych utrzymać motywację, zaangażowanie, i w ogóle pracowników? Odpowiedź jest prosta – wprowadzać działania, które są nieszablone i odpowiadają na aktualną sytuację. Pracodawcy muszą nadążać za trendami wyłaniającymi się z oczekiwań zatrudnianych, o których szczególnie w niestabilnej sytuacji trzeba po prostu dbać. A takie rozwiązania trzeba nagradzać – podkreśla Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Godła Promocyjnego „Teraz Polska”.

Inicjatywa odbywała się w tym roku pod Patronatem Honorowym: Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej, Ministerstwa Rozwoju i Technologii, Ministerstwa Aktywów Państwowych, Ministerstwa Finansów, Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej, Ministerstwa Edukacji i Nauki oraz Biura Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców.

Partnerami merytorycznymi Konkursu byli: Instytut Staszica i ogólnopolski panel badawczy Ariadna. Partnerami Konkursu byli: Kapsch Telematic Services, Diaverum oraz firma Confirme.

Patronat medialny nad XI edycją Konkursu objął m.in. portal RaportCSR.pl.

KAS

DEPESE CSR www.raportcsr.pl

➤ Czterodniowy tydzień pracy. Czy tego chcą pracownicy? 2021-11-26

W ostatnim czasie dyskusję wokół nowoczesnych strategii HR zdominowała kwestia produktywności oraz dobrostanu pracowników. Jedną z konsekwencji jest wzrost zainteresowania różnymi formami skracania czasu pracy. Jak wynika z raportu Hays Poland „Czterodniowy tydzień pracy”, 96 proc. specjalistów i menedżerów mogłoby pracować 4 dni w tygodniu po 8 godzin dziennie, a 52 proc. 4 dni w tygodniu po 10 godzin dziennie. Warunkiem jest zachowanie dotychczasowego wynagrodzenia, a potencjalnym ryzykiem – praca w nadgodzinach i większy stres. Wyzwania z ostatnich kilkunastu miesięcy zmieniły kierunek rozwoju strategii zatrudnienia, a w szczególności metod dbania o satysfakcję i zaangażowanie pracowników. W zdalnym modelu pracy niestety trudniej jest bowiem zadbać o swoje zdrowie i dobrostan psychiczny.

➤ #RachunekPrzemocy – rusza kampania przeciwko przemocy ekonomicznej 2021-11-26

Co 7. Polak akceptuje wydziałanie pieniędzy i kontrolowanie wszystkich wydatków przez partnera, a co 4., który doświadcza przemocy ekonomicznej, przyznaje, że jest to zjawisko powtarzające się w jego życiu. Czy to normalne? Wbrew powszechnej opinii – Nie! O przemocy ekonomicznej i jej przejawach opowiada najnowsza kampania Avon Kontra Przemoc „Rachunek przemocy”, organizowana we współpracy z fundacją Feminoteka. Akcję wspiera także BNP Paribas Bank Polska S.A. Przemoc ekonomiczna nie zawsze pozostawia widoczne ślady na ciele, ale zawsze dotyka i obniża poczucie własnej wartości osób, które jej doświadczają.

➤ Poznanie opinii uczniów sprzyja rozwiązywaniu problemów nierówności 2021-11-27

Wysłuchiwanie się w spostrzeżenia i opinie uczniów o szkole jest pomocne w rozwiązywaniu problemów nierówności i sprzyja efektywniejszej nauce – wynika z ankiety „Ucz się razem”, której wnioski opublikował amerykański think tank RAND Corporation. Badania zostały sfinansowane przez Fundację Billa i Melindy Gates. Przeprowadziło je RAND Education and Labor, część RAND Corporation. Jest to instytucja non-profit, która pomaga ulepszać politykę i podejmowanie decyzji poprzez badania i analizy.



CSR

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

➔ Program Erasmus+ na 2022 r. Firmy też mogą ubiegać się o dofinansowanie z UE
2021-11-28

Komisja Europejska ogłosiła zaproszenia do składania wniosków w ramach programu Erasmus+ na 2022 r. w związku z przyjęciem rocznego programu prac na przyszły rok. Dzięki zwiększonemu budżetowi o wartości prawie 3,9 mld euro program Erasmus+ nadal będzie oferował możliwości odbywania studiów za granicą, staży, praktyk zawodowych i wymian pracowników. Nadal wspierane będą również projekty współpracy transgranicznej w różnych obszarach kształcenia i szkolenia, młodzieży i sportu. Oprócz ogólnego zaproszenia do składania wniosków roczny program prac zawiera także inne planowane działania, takie jak inicjatywa dotycząca europejskich szkół wyższych.

➔ Międzynarodowy Dzień Osób z Niepełnosprawnościami
2021-12-03

3 grudnia obchodziliśmy Międzynarodowy Dzień Osób Niepełnosprawnych, ustanowiony przez Organizację Narodów Zjednoczonych. Ustanowione w 1992 r. przez Zgromadzenie Ogólne ONZ święto, wyznacza cykl corocznych podsumowań w krajach członkowskich i wytyczenie działań, umożliwiających pełne uczestnictwo osób niepełnosprawnych w życiu społecznym, gospodarczym, politycznym i kulturalnym. Według Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań z 2011 r., liczba niepełnosprawnych mieszkańców Polski stanowi około 4,7 mln osób, czyli 12,2 proc. ludności kraju. W 2012 r. Polska ratyfikowała Konwencję o prawach osób niepełnosprawnych.

PRZEDSIĘBIORCY Z OBOWIĄZKIEM RAPORTOWANIA ESG

90 proc. – to są wstępne dane pokazujące skalę wyzwania przed jakim stoimy. Od 2024 r. wszystkie duże spółki i duże grupy kapitałowe oraz spółki giełdowe (z wyłączeniem mikro) zostaną objęte obowiązkiem raportowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Prace nad dyrektywą CSRD jeszcze trwają, ale już teraz trzeba przygotować polską gospodarkę do przejścia na jednolite europejskie standardy raportowania w tym zakresie.



Natalia Witkowska
redaktor naczelna portalu
RaportCSR.pl

Aktualnie obowiązująca dyrektywa ujawniania informacji niefinansowych zostanie zastąpiona dyrektywą dotyczącą raportowania przedsiębiorstw o ich działalności na rzecz zrównoważonego rozwoju (CSRD). Raportowane dane – zgodnie z założeniami nowej dyrektywy – mają być porównywalne, wiarygodne i istotne dla inwestorów i interesariuszy. Cel ten powiązany jest z wdrażaniem przez UE Zielonego Ładu oraz ze strategią finansowania transformacji w stronę gospodarki zrównoważonej, które są niezbędnymi warunkami osiągnięcia neutralności klimatycznej przez UE do 2050 r. Podstawową zmianą w raportowaniu ma być zakres danych, które

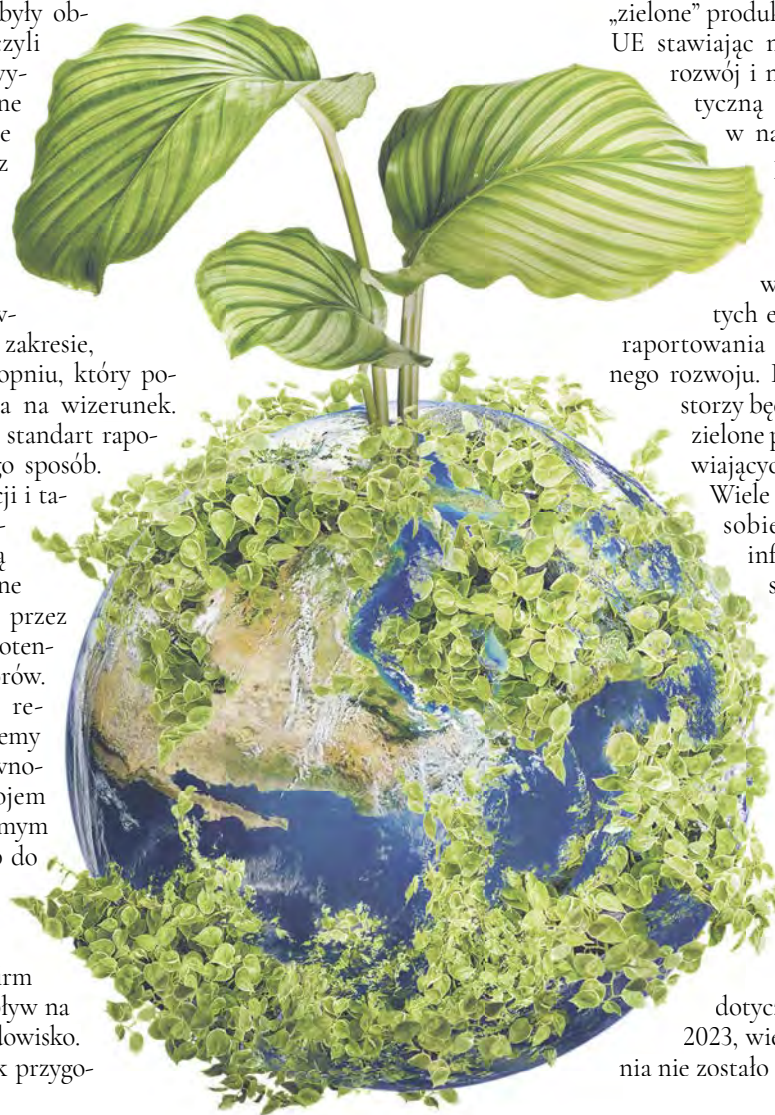
do tej pory nie były obowiązkowe – czyli firma mogła wybrać, które dane niefinansowe chce ujawnić. Wraz z wejściem w życie dyrektywy dane niefinansowe będą musiały być ujawniane w pełnym zakresie, a nie tylko w stopniu, który pozytywnie wpływa na wizerunek. Zmieni się także standard raportowania oraz jego sposób. Dzięki digitalizacji i tagowaniu dane niefinansowe mają być porównywalne i weryfikowalne przez interesariuszy i potencjalnych inwestorów. Przedsiębiorcy reagujący na problemy związane ze zrównoważonym rozwojem będą mieć tym samym ułatwiony dostęp do kapitału. Nowe regulacje zwiększą odpowiedzialność firm za wywierany wpływ na społeczność i środowisko. Wymagają jednak przygo-

towań zwłaszcza po stronie kadr. Już nie wystarczy specjalista ds. CSR zatrudniony w dziale HR lub PR – aby sprostać wyzwaniu należy podejść do zagadnienia systemowo. Procesy decyzyjne powinny opierać się na idei zrównoważonego rozwoju na każdym szczeblu organizacji.

Warto przypomnieć, że nie wszystkie podmioty deklarujące się jako CSR-owe, faktycznie są społecznie odpowiedzialne. Niektóre z nich uprawiają tylko tzw. greenwashing. To znaczy, że tylko stwarzają wrażenie ekologicznych i zrównoważonych. Po co? Aby się wybielić w oczach klientów lub by zwiększyć popyt na swoje rzekomo „zielone” produkty lub usługi.

UE stawiając na zrównoważony rozwój i neutralność klimatyczną musi uzbroić się w narzędzia pozwalające walczyć z ekologiczną. Kluczową rolę w tym procesie będzie pełnić wdrożenie jednolitych europejskich zasad raportowania nt. zrównoważonego rozwoju. Dzięki nim inwestorzy będą mogli oddzielić zielone podmioty od uprawiających greenwashing.

Wiele się zmieni w sposobie raportowania informacji niefinansowych firm już przygotowujących takie zestawienia. Prawdziwa rewolucja czeka jednak te 90 proc. firm, które po raz pierwszy zmierzają się z tematem dopiero w 2024 r. A zaznaczyć trzeba, że raporty w 2024 r. będą dotyczyć działań za rok 2023, więc na przygotowanie nie zostało dużo czasu...



REKLAMA

RAPORT

CSR.PL

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI
AKTUALNOŚCI AKCJE EKSPERCI

Zaskakująco dobra paczka

Na świecie rocznie marnuje się ok. 1 mld ton żywności. W samej Unii Europejskiej jest to 88 mln ton. Polska znajduje się w niechlubnej czołówce – do marnowania żywności przyznaje się aż 42 proc. społeczeństwa. Ponad 1/3 tej grupy deklaruje, że wyrzuca produkty spożywcze nawet kilka razy w miesiącu. A przecież marnowanie żywności to także marnowanie cennych zasobów m.in. wody i energii. Żabka podjęła działania, które mają przeciwdziałać temu problemowi. W 55 poznańskich sklepach ruszyła pilotażowa akcja – „Dobra Paczka”, w ramach której klienci mogą zamówić zestaw dwóch produktów z krótkim terminem przydatności do spożycia za połowę ceny. Zamówienie należy złożyć w ramach usługi „Zamów i odbierz”.

„Dobra Paczka” to projekt mający na celu zmniejszenie ilości marnowanej żywności w sklepach i jest działaniem wspierającym realizację nowej strategii odpowiedzialności Żabki, w której sieć zobowiązała się m.in. do przeciwdziałania marnowaniu żywności.

– Naszą odpowiedzią na problem marnowania żywności jest przede wszystkim model convenience, w jakim funkcjonują nasze sklepy. Pomaga on klientom ograniczać się do nabywania tego, co jest im w danym momencie potrzebne, bez robienia

zapasów. Wspieramy to podejście, wprowadzając opakowania produktów w przemyślanej wielkości. Już dzisiaj 90 proc. artykułów w Żabce to produkty przeznaczone do natychmiastowej konsumpcji. Zdajemy sobie jednak sprawę, że zawsze można zrobić więcej, dlatego stale poszukujemy nowych rozwiązań, a jednym z nich jest właśnie test „Dobrej Paczki”. Zachęcamy naszych klientów do wybrania produktów, którym kończy się termin przydatności do spożycia, ale które nadal są pełnowartościową i smaczną żywnością



dostępna aż o połowę taniej. Dzięki czemu wspólnie z naszymi klientami i franczyzobiorcami możemy zrobić coś dobrego – mówi Joanna Kasowska, dyrektor jakości i standardów zarządzania żywnością w Żabka Polska. Pilotaż projektu „Dobra Paczka” jest skierowany do osób, które tak jak Żabka nie lubią, gdy żywność się marnuje. W jego ramach klienci sieci – za pośrednictwem znanej im już usługi „Zamów i odbierz” – mogą zamówić zestaw dwóch pełnowartościowych produktów niespodzianek

z krótką datą ważności. Zamówione za pośrednictwem aplikacji żabka produkty, zostaną zapakowane w papierową torbę i będzie je można odebrać w jednym z 55 poznańskich sklepów, biorących udział w teście. Czas na odbiór paczki wynosi dwie godziny od momentu realizacji zamówienia przez sklep.

Wybierając jeden z zestawów promocyjnych, klient będzie znalazł kategorię produktów, które znajdują się w „Dobrej Paczce”, oraz ich cenę, która zawsze będzie wynosiła 50 proc. wartości produktów. Płatności za zamówioną paczkę należy dokonać w sklepie.

Test „Dobrej Paczki” nie jest jedynym projektem realizowanym przez Żabkę mającym zapobiegać marnowaniu żywności w sklepach. W tym celu Żabka wdrożyła kody GS1 i system zarządzania terminami przydatności do spożycia produktów QMS (Quick Meal Solutions). Żabka przekazuje także żywność m.in. do Caritasu, Federacji Polskich Banków Żywności oraz Kamilińskiej Misji Pomocy Społecznej. W 2020 r. było to łącznie ponad 550 ton żywności.

KB

DEPESZE CSR www.raportcsr.pl

Polacy są gotowi wydawać rocznie 64,6 mld zł na produkty rolnictwa zrównoważonego
2021-12-03

Już nie tylko mieszkańcy największych miast mogą robić zakupy online u rolników i rzemieślników. Od września internetowy targ LokalnyRolnik.pl – pionier polskiego rynku craft e-grocery – dostarcza żywność wytwarzaną w zrównoważony sposób w całej Polsce. Z analizy polskiego rynku e-commerce przeprowadzonej przez PwC wynika, że w 2026 r. jego wartość brutto osiągnie 162 mld zł, co daje średnioroczny wzrost na poziomie 12 proc. Wzrost świadomości konsumentów na temat roli żywności w ich życiu i w życiu ich bliskich, chęć ochrony środowiska i klimatu oraz wsparcia lokalnych przedsiębiorców sprawiają, że produkty rolnictwa zrównoważonego stają się coraz bardziej pożądane. Misją dążenia do zrównoważonego świata opiera się na trzech filarach: zdrowym społeczeństwie, prosperujących społecznościach lokalnych oraz czystej planecie.

PKP Intercity myśli o osobach z niepełnosprawnościami
2021-12-04

Osoby z niepełnosprawnościami coraz chętniej wybierają kolej. W pierwszych trzech kwartałach 2021 r. pociągami PKP Intercity podróżowało o 84 proc. więcej pasażerów z tej grupy niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. PKP Intercity inwestuje w tabor przyjazny dla osób z ograniczoną możliwością poruszania się czy dla osób niewidomych i niedowidzących, tak aby kolej była dostępna dla każdego podróżnego. Realizując największy program inwestycyjny w swojej historii, spółka uwzględniła potrzeby różnych grup pasażerów, w tym osób z niepełnosprawnościami.

Cyfrowa transformacja przyspiesza
2021-12-05

Cyfrowa transformacja przyspiesza w wielu polskich firmach. I to nie tylko ze względu na pandemię, ale również z powodu oczekiwań klientów. Wielu z nich chce korzystać z rozwiązań, które będą zarówno efektywne, jak i niewpływające niekorzystnie na środowisko. Aż 70 proc. Polaków zgadza się ze stwierdzeniem, że postęp technologiczny sprawia, że nasze życie staje się łatwiejsze. Z kolei 82 proc. Polaków wskazuje, że to przede wszystkim szefowie firm i koncernów powinni podjąć działania naprawcze, mające na celu poprawę sytuacji klimatycznej – wynika z raportów Blue Media. Wykorzystanie elektronicznego obiegu dokumentów, podpisu elektronicznego, kwalifikowanej pieczęci elektronicznej w przedsiębiorstwie może być przyczynkiem do kolejnych zmian w polskich firmach zgodnych z trendem paperless.

Globalna odpowiedzialność społeczna Leonardo po raz trzeci zostało liderem branży

Leonardo znalazł się wśród liderów Indeksów Zrównoważonego Rozwoju Dow Jones. Spółka jest obecna w rankingu już od 12 lat. Leonardo uzyskał najwyższy wynik w branży lotniczej i obronnej, według oceny zrównoważonego rozwoju korporacji.

Dow Jones to indeksy kapitałowe, które obejmują najlepsze w swojej klasie firmy pod względem zrównoważonego rozwoju na poziomie globalnym. Analiza, przeprowadzona przez S&P Global, uwzględniła wyniki gospodarcze i wyniki ESG, m.in. w zakresie ochrony środowiska, polityki społecznej i ładu korporacyjnego przedsiębiorstw.

– Społeczność finansowa jest coraz bardziej zaangażowana w takie ukierunkowanie inwestycji, aby stanowią odpowiedź na globalne wyzwania związane z kwestiami ESG (w zakresie ochrony środowiska, polityki społecznej i ładu korporacyjnego). Włączenie do Indeksów Zrównoważonego Rozwoju Dow Jones jest wynikiem pierwszorzędnej znaczenia jakie cechuje zaangażowanie koncernu Leonardo we wszystkie wymiary zrównoważonego rozwoju: gospodarcze i związane z zarządzaniem, środowiskowe i społeczne. Znajomość sposobów skutecznego zarządzania nimi oznacza zwiększenie naszej zdolności do przyciągania inwestorów i wykorzystywania szans, zmniejszenie narażenia na związane z nimi ryzyko w fazie charakteryzującej się głąbo-

kimi zmianami – mówi Alessandro Profumo, CEO Leonardo. Koncern Leonardo uwzględnił również obiektywne i wymierne wskaźniki ESG (w zakresie ochrony środowiska, polityki społecznej i ładu korporacyjnego) w ostatnim instrumencie kredytowym związanym z ESG, w polityce wynagrodzeń oraz w pierwszym zintegrowanym sprawozdaniu spółki. Włączenie do DJSI S&P Global jeszcze bardziej zwiększa osiągnięcia spółki w ciągu ostatnich dwóch lat: pozycję spółki w paśmie A indeksu przedsiębiorstw obronnych dotyczącego przeciwdziałania korupcji i przejrzystości korporacyjnej (DCI), przygotowanego przez Transparency International, włączenie do indeksu równości płci Bloomberg, ponowne potwierdzenie jej statusu jako Global Compact LEAD przez ONZ, włączenie do wykazu CDP «Climate A» 2020 (dawny projekt «Carbon Disclosure Project») dotyczącego środków służących przeciwdziałaniu zmianie klimatu oraz poprawę pozycji w głównych ratingach ESG. Koncentracja firmy na wyzwaniach związanych ze zrównoważonym

rozwojem jest jednym z czynników stymulujących długoterminowy strategiczny plan rozwoju „Leonardo BeTomorrow 2030”. W latach 2017–2020 koncern odzyskał aż 73 tys. ton odpadów, przy czym zmniejszył intensywność ich wytwarzania o 7 proc. Z kolei intensywność wykorzystania wody spadła o 23 proc., a w porównaniu z rokiem 2017 zużyto ok. 750 mln litrów wody mniej. Dzięki wirtualnym systemom szkolenia, stosowanym od 2018 r., uniknięto ok. 116 000 ton emisji. Co ważne, w zarządzie Leonardo aż 41 proc.

stanowią kobiety, a połowa inwestycji przeprowadzonych w ostatnich dwóch latach przez koncern dotyczyła wspierania celów zrównoważonego rozwoju.

Leonardo współpracuje też z ponad 70 uniwersytetami i ośrodkami badawczymi na świecie, a ponad 11 tys. dostawców, głównie wysoko wyspecjalizowanych małych i średnich przedsiębiorstw, oraz 82 proc. zakupów jest związanych z rynkami krajowymi m.in. we Włoszech, Wielkiej Brytanii, a także, dzięki obecności PZL Świdnik, również w Polsce.

MAS



CSR

DEPESZE CSR
www.raportcsr.plMiędzynarodowy Dzień
Wolontariusza
2021-12-05

5 grudnia to dzień wszystkich wolontariuszy, czyli święto tych, którzy bezinteresownie angażują się w inicjatywy na rzecz innych i dzielą się swoją dobrocią. To okazja by im podziękować i jednocześnie podkreślić wagę i zasięg ich działań. Firma Henkel od 22 lat wspiera swoich pracowników, zarówno tych czynnych zawodowo jak i emerytowanych, w ich działaniach prospołecznych, w ramach programu wolontariatu pracowniczego MIT (Make an Impact on Tomorrow). Program ten jest aktywnie realizowany również w Polsce. Firma podsumowała, że od 2020 r. polscy pracownicy złożyli 336 projektów na rzecz lokalnych społeczności na łączną kwotę ponad 3,9 mln zł.

Mikołajkowy eko prezent last minute!
2021-12-05

Jeśli nie masz pomysłu na prezent dla kogoś bliskiego Fundacja WWF spieszy z pomocą! Postaw na ekologiczny upominek, który nie tylko cieszy, ale jest przyjazny naturze! Adoptując symbolicznie jeden z zagrożonych gatunków, otrzymasz imienny certyfikat w świątecznym wydaniu, który możesz wręczyć kochanej osobie. W tym roku WWF przygotowało również specjalną formę symbolicznej adopcji skierowaną do najmłodszych. Wspierając ochronę wybranego zwierzęcia z Bandy Pandy, możesz podarować dziecku certyfikat z limitowanej edycji oraz dodatkowe materiały do kreatywnej zabawy!

Klimaton dla Miast
2021-12-06

„Klimaton dla Miast”, pierwszy hackaton odpowiadający na wyzwania klimatyczne polskich miast to 48-godzinny maraton programowania, który został zorganizowany przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej oraz Polski Fundusz Rozwoju. Aglomeracje zyskują rozwiązania „szyte na miarę”, a zespoły programistyczne nagrodę – 30 tys. zł w każdej z czterech kategorii wyzwań. Przykłady takich rozwiązań są już obecne na polskim podwórku: Kraków dzięki innowacyjnemu systemowi zarządzania zużyciem mediów znacząco obniżył zapotrzebowanie na energię, z kolei wprowadzenie cyfrowego monitoringu poziomu rzek zmniejszyło ryzyko występowania powodzi w Przemysłu

Działanie w oparciu o zasady ESG
buduje wartość firmy

Rozmowa z Maciejem Pilipczukiem – p.o. dyrektora finansowego w Emitel S.A.

Czym jest badanie GRESB?
Dlaczego Emitel bierze udział w tym badaniu?

GRESB jest niezależnym badaniem zaangażowania społecznego i zrównoważonego rozwoju firm, prowadzonym przez niezależną instytucję non-profit. W badaniu corocznie biorą udział firmy z całego świata, a jego wyniki są istotnym punktem odniesienia dla funduszy inwestycyjnych, które inwestują środki między innymi z funduszy emerytalnych w spółkach infrastrukturalnych na całym świecie. Badanie jest wykorzystywane przez ponad 140 inwestorów instytucjonalnych do monitorowania ich inwestycji pod kątem realizacji celów ESG. Łącznie w badaniu udział ponad 700 podmiotów infrastrukturalnych oraz ponad 1500 podmiotów nieruchomościowych, a ich łączna wartość wynosi ponad 6,4 biliona USD. Emitel dołączył do pozostałych spółek należących do funduszu Alinda Capital Partners i bierze udział w badaniu od 2016 roku.

Emitel otrzymał w tym badaniu
5 gwiazdek, co to oznacza?

5 gwiazdek jest przyznawane przez GRESB 20 proc. najlepszych

firm biorących udział w badaniu. W tym roku, pomimo wzrastających wymagań, nasza spółka otrzymała rekordowe 90 punktów na 100 możliwych, zajmując 5. miejsce w swojej kategorii oraz uplasowała się wśród 100 najlepszych firm, spośród 549 uczestniczących w tegorocznej edycji GRESB w tym obszarze.

Dlaczego udział w GRESB jest tak ważny dla przedsiębiorstw infrastrukturalnych na świecie?
A jak to wygląda w Polsce?

GRESB od ponad 10 lat systematycznie bada działania i wyniki przedsiębiorstw infrastrukturalnych w zakresie ochrony środowiska, spraw społecznych i ładu korporacyjnego (ESG). W swoich kryteriach oceny kieruje się m.in. kwestiami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju, które corocznie mają coraz większą wagę dla międzynarodowych inwestorów. Świadoma działalność ESG ma również coraz większe znaczenie przy pozyskiwaniu kapitału przez spółki na rynku długu. W ostatnich latach spółki emitujące tzw. „zielone obligacje” i zobowiązujące się do realizowania określonych celów ESG, są w stanie osiągnąć zdecydowanie lepsze warunki finansowania. W Polsce dla inwestorów znaczenie ESG też systematycznie rośnie, czego dobrym przykładem jest uruchomienie na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie w 2019 roku indeksu WIG-ESG, który jest skorelowany o dane ESG oraz ocenę ładu korporacyjnego.

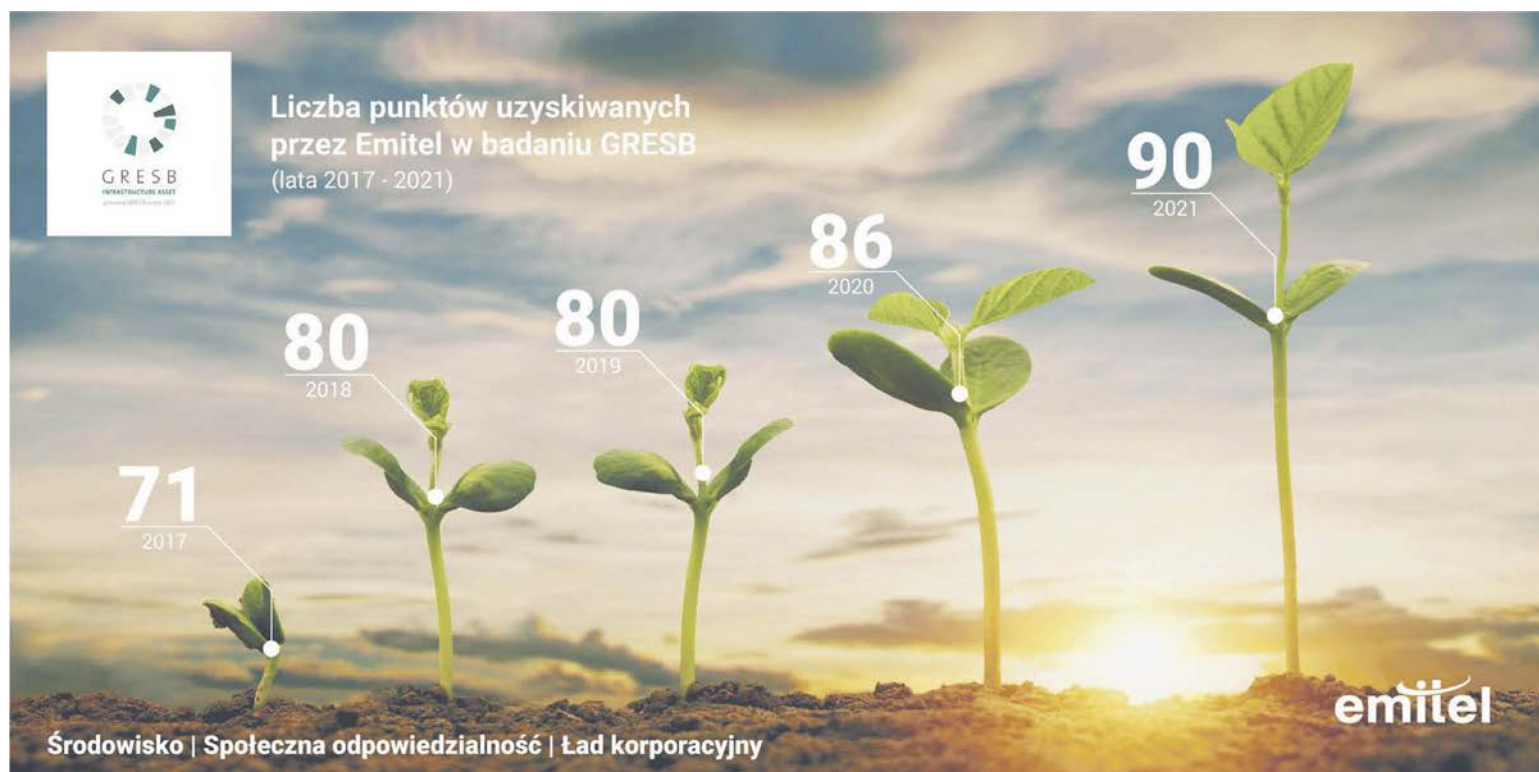
Jak prowadzenie działań ESG przez przedsiębiorstwo wpływa na jego wartość?

Działanie w oparciu o zasady ESG ma wpływ na wartość firmy w kilku obszarach. Przede wszystkim buduje wartość długoterminową w oczach klientów i inwestorów. To właśnie to, jak działamy w całym ekosystemie i jak wpływamy na środowisko i interesariuszy ma coraz większe znaczenie w budowaniu łańcucha wartości przedsiębiorstwa. Coraz bardziej istotne dziś są kapitał ludzki, know-how i właśnie to, jak wpływamy na otaczający nas świat. Znakomicie podnosi to produktywność i motywację pracowników oraz stanowi istotną zachętę dla najlepszych talentów do dołączenia do firmy. Dzisiaj młodzi ludzie szukają informacji o działaniach ESG firmy zanim podejmą jakiegokolwiek dalsze kroki w aplikowaniu. Zupełnie oczywista jest również komunikacja z pozostałymi interesariuszami. Prowadzimy działalność na terenie całego kraju i wchodzimy w interakcje z lokalnymi społecznościami. Posiadamy infrastrukturę telekomunikacyjną, w tym obiekty nadawcze, z których emitujemy sygnał telewizji i radia do widzów i słuchaczy, jak również obiekty służące operatorom telefonii komórkowej. Dlatego by dalej się rozwijać, a także kontynuować wdrożone już projekty cały czas dbamy o nasze otoczenie, nie tylko to społeczne, ale też środowisko naturalne. W celu zwiększenia świadomości ekologicznej od wielu lat prowadzimy kampanie informacyjne związane z ochroną środowiska, przeprowadzamy audyty

energetyczne, inwestujemy w modernizację urządzeń, wyposażając je m.in. w energooszczędne systemy chłodzenia. Mamy doświadczenia pokazujące, że dbanie o środowisko naturalne poprzez wykorzystywanie nowoczesnych technologii o zdecydowanie mniejszym wpływie na środowisko, może dawać również istotne oszczędności. W przeszłości trudno było osiągnąć w tym zakresie pozytywny zwrot na kapitale. Dzisiaj przy zmianie podejścia, nowoczesnych technologiach i rosnących cenach chociażby energii elektrycznej, inwestycje np. w fotowoltaikę są bardziej opłacalne, co stanowi podwójną zachętę dla biznesu.

Czy patrzeć na nowe projekty przez pryzmat kryteriów ESG to już standard?

Dzisiaj przedsiębiorstwa, jeśli chcą się rozwijać i mieć znaczenie na rynku, na którym operują, są zobligowane do działania zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Określanie celów zrównoważonego rozwoju i korelowanie ich ze strategią firmy, a później ich realizacja, nie są modą czy teorią naukową, ale procesem, który ma realny wpływ na odbiór firmy przez naszych interesariuszy, zarówno, jeśli chodzi o klientów, akcjonariuszy, pracowników, jak i osoby mieszkające w okolicy naszych obiektów. Dlatego w strategii Emitel jednym z celów jest poszanowanie zasad zrównoważonego rozwoju i traktowanie zmian otoczenia – w tym w zakresie szeroko rozumianego ESG – jako katalizatorów dalszego wzrostu.



SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

Pracodawcy powinni zapewnić bezpłatny dostęp do testów w kierunku COVID-19 na życzenie w dowolnych momentach?

64 proc. Polaków uważa, że pracodawca powinien udostępnić pracownikom bezpłatne testy na żądanie. 49 proc. oczekuje, że wszyscy obecni na miejscu w pracy będą regularnie testowani przez pracodawcę – wynika z raportu badawczego Siemens Healthineers w Polsce.



Tomasz Dereszyński

Pracodawcy stają przed coraz większymi wyzwaniami związanymi z minimalizacją ryzyka rozprzestrzeniania się koronawirusa w miejscu pracy i zapewnieniem ciągłości funkcjonowania organizacji. Rosną także oczekiwania pracowników w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa zdrowotnego.

Jak wynika z raportu „Poczucie bezpieczeństwa w nowej normalności”, opracowanego przez Siemens Healthineers w listopadzie 2021 r.,

prawie dwie trzecie zatrudnionych Polaków (64 proc.) uważa, że pracodawcy powinni zapewnić bezpłatny dostęp do testów w kierunku SARS-CoV-2 na życzenie w dowolnych momentach. Dodatkowo, 49 proc. z nich chciałoby, aby w ich miejscu pracy wdrożono program regularnego testowania.

Praca zdalna zdominowała dyskusję o życiu zawodowym w pandemii. W rzeczywistości nie rozwiązuje ona jednak problemu ryzyka zakażeń w skali całego rynku pracy. Wiele osób nie chce lub nie może pracować zdalnie z uwagi na pełnioną rolę (np. pracuje w produkcji lub w usługach), kulturę organizacyjną lub brak warunków do pracy w domu.

W modelu tradycyjnym lub hybrydowym pracuje obecnie aż 9 na 10

Polaków (89 proc.). To oznacza, że większość zatrudnionych styka się regularnie z innymi pracownikami lub klientami i cały czas pozostaje narażona na potencjalne zarażenie COVID-19.

– Minimalizacja ryzyka zakażenia COVID-19 w pracy to wyraz odpowiedzialności pracodawcy za bezpieczeństwo pracowników. O ile na skalę szczytów wśród pracowników nie mamy wpływu, to w zasięgu pracodawców jest sprawienie, by pracownicy mogli się regularnie testować. Niezależnie, czy mówimy o zakładzie produkcyjnym, czy o biurze, koszty ewentualnych masowych zachorowań i związanego z tym paraliżu działalności operacyjnej będą na pewno wyższe niż koszt uruchomienia i utrzymania programu testów. Nie mniej dotkliwie mogą być koszty reputacyjne, które powstaną gdy organizacja stanie się ogniskiem epidemii. Wdrożenie programu testowania jest więc także wyrazem odpowiedzialności zarządcy za wynik finansowy i cią-

głość działania powierzonej mu organizacji – komentuje Joanna Miłachowska, prezes zarządu Siemens Healthineers w Polsce.

Choć pandemia stała się już „nową normalnością”, obawa przed COVID-19 pozostaje silna – 49 proc. Polaków obawia się zakażenia COVID-19, kolejne 59 proc. – że zachoruje bliska im osoba. Jednocześnie jednak Polacy mają mało doświadczeń z regularnymi testami diagnostycznymi związanymi z COVID-19. Jak dotąd test w kierunku SARS-CoV-2 wykonało choć raz 4 na 10 Polaków, przy czym jedynie 14 proc. badało się więcej niż jeden raz.

Ci, którzy kiedykolwiek testowali się pod kątem koronawirusa nie zawsze robili to w wyniku zaleceń lekarza. Blisko jedna trzecia wykonywała test z własnej inicjatywy – na wszelki wypadek, w związku z podróżą czy podejrzanymi objawami. Tylko 15 proc. z nich zetknęło się z testami w pracy. Nie oznacza to jednak, że wykorzystujemy możliwości związane z samokontrolą,

które pojawiły się wraz z testami antygenowymi do samodzielnego użytku. Większość osób, które przeszły testy w kierunku SARS-CoV-2 wykonała je u profesjonalisty medycznego. Jak dotąd tylko niewielka część osób wykonała test samodzielnie w domu lub miejscu pracy.

Jak wynika z badania, polscy pracownicy są w dużej mierze zgodni, że samodzielne testowanie nie zwalnia z odpowiedzialności. Dwie trzecie z nich uważa, że pozytywny wynik wymaga nie tylko powiadomienia pracodawcy, ale także potwierdzenia w oficjalnym teście wykonanym w placówce medycznej, wraz ze wszystkim konsekwencjami takiego działania.

* Raport „Poczucie bezpieczeństwa w nowej normalności” został przygotowany przez Siemens Healthcare Sp. z o.o. na podstawie badania przeprowadzonego przez SW RESEARCH Agencja Badań Rynku i Opinii w dniach 26.10-03.11.2021, obejmującego 1005 respondentów z ogólnopolskiej grupy Polaków powyżej 18 roku życia.

Motyła noga Barbary Kurdej-Szatan, czyli wnioski dla firm z historii jednego wpisu

Barbara Kurdej-Szatan, aktorka i jedna z twarzy sieci telekomunikacyjnej Play, zamieściła na Instagramie wpis, w którym nazwała funkcjonariuszy Straży Granicznej „mordercami” i „maszynami bez serca bez mózgu”, przeplatając swój wywód słowem na „k”. Zrobiła się z tego afera, z której firmy powinny wyciągnąć wnioski.



Bogusław Mazur

Zostawmy na boku polityczny charakter wypowiedzi Barbary Kurdej-Szatan. Jest on ważny sam w sobie, lecz jednak zostawmy, bo nie o rozważaniach polityczno-immigrancko-graniczno-geopolitycznych jest ten tekst.

Nie znegajmy się również nad samą panią Kurdej-Szatan i siecią Play. Aktorka przeproszała za swój emocjonalny wpis, a sieć podkreśliła, że zdania, które powyżej okrasiliśmy gwiazdkami, „nie są w żadnym wypadku stanowiskiem Play”.

Wystarczy że Kurdej-Szatan ma na głowie dochodzenie prokuratorskie i zerwany przez TVP kontrakt. Oraz że firma w kryzysowej wizerunkowo sytuacji musi lawirować między licznymi zwolennikami swej reklamowej ambasadorki (bo nader wiele osób zachwyciło się jej wpisem), a prze-

ciwnikami (bo nader wiele osób zapowiedziało wypowiedzenie umowy z siecią). Dlatego dajmy aktorce i firmie spokój, słowa ciężkiej krytyki pod ich adresem byłby tutaj już półścisem na łatwiznę i zahaczały o znęcanie się.

Automatyczne drzwi obrotowe do wyjścia z firmy

Z perspektywy zasad CSR chodzi tylko o to wyciągnięcie dość praktycznego wniosku. Takiego mianowicie, żeby firmy stosowały w umowach z celebrytami, którzy mają zostać ich ambasadorami, jeden zapis. Wedle niego w przypadku, w którym reklama twarz publicznie wystąpiłaby z serią błuzgów i obraźliwych sformułowań, czy też zachowała się jak skrawo nieobyczajnie, nastąpiłoby automatyczne rozwiązanie kontaktu o współpracy.

Automatyzm daje dwie korzyści. Pierwsza – firma zawsze będzie mogła powiedzieć: „Taka jest umowa, wygasła automatycznie, aby nawet kontynuować współpracę musielibyśmy podpisać nową umowę, bo takie są nasze wartości”. Druga korzyść – u osób będących twarzami firmy

powinien powstać wewnętrzny, dodatkowy, silny bo finansowy, hamulec chroniący przed wylewaniem fali negatywnych emocji na forum publiczne. Czy też przed publicznymi wyrykami po środkach pobudzających innych niż kawa.

Reklamowe gwiazdy i gwiazdki na firmowych radarach

Dodatkowy wniosek – firmy powinny stale monitorować ambasadorów swej marki. Ktoś w chwili podpisywania umowy może zachowywać się wzorowo, jednak po roku czy dwóch zaczyna postępować mniej wzorowo. Czego ślady można znaleźć chociażby na filmikach wrzuconych do internetu pod tzw. wpływem.

Ktoś powie, że chodzi tu o marketing, a nie CSR. Otóż nie. Jeżeli czytamy informacje, że firma prowadzi akcję ochrony lasów czy skierowany do uczniów konkurs edukacyjny, po czym odruchowo kojarzymy je z celebrytą zachowującym się mało wzorowo, to mamy tu uderzenie również w działania z zakresu CSR/ESG. Kropka.

Sprawa umów i monitoringu jest o tyle istotna, że błuzgi firmowej twarzy mogą polecieć w różnych kierunkach, nie tylko politycznych. Mogą zostać skierowane pod adresem grup mniejszościowych, takich jak LGBTQ, albo grup narodowościowych czy religijnych. Co może czasem skutkować naprawdę katastrofalnymi konsekwencjami.

Motyła noga Tomka Mazura i ambasadorów marek

A do ambasadorów marek to można skierować jedną uwagę. Człowiek, który nie jest związany z firmowym kontraktem, ba – który nie jest szerzej znany, może na własną odpowiedzialność pleść co mu się podoba. Może wytoczyć się nad ranem z ośrodka gastronomiczno-rozrywkowego i na ulicy tańczyć, śpiewać i stepować, grać na bębnie, deklamować. Kiedy jednak zawarło się kontrakt, to trzeba mieć tę świadomość, że nieobyczajne zachowania grożą nie tylko mandatem i problemami z własną karierą. Grożą zaprzepaszczeniem pracy dziesiątek menedżerów, którzy harują w korporacjach nad dobrym wizerunkiem marki.

Jeśli więc markowe twarze pocują, że emocje ich ponoszą, niech sobie przypomną scenę z filmu „Miś” Stanisława Barei. W scenie tej Wujek Dobra Rada (Stanisław Mikulski) radzi dzieciom, jak odczytać ich kolegę, Tomka Mazura wypowiedzianych takich „brzydkich słów”, jak „motyla noga”. Co prawda udzielona dzieciom rada Wujka Dobra Rada nie jest taka dobra, gdyż radził im udawanie, że nie słyszą tych brutalnych sformułowań. Lecz gdy, ambasadorko czy ambasadorze, pocujesz, że ci nerwy strzelają, to już lepiej poprzestań na zwrocie „motyla noga”. Lepsze to nawet od staropolskiego, kompletnie zapomnianego zwrotu „koćpięga”.

„Tym co służą Ojczyźnie”

Polska Grupa Zbrojeniowa wspiera Straż Graniczną i żołnierzy Sił Zbrojnych RP, którzy bronią granicy polsko-białoruskiej. Grupa i należące do niej spółki zebrały już ponad 400 tys. zł, które przekazały na sprzęt poprawiający warunki pełnienia służby. Swoją „cegiełkę” dołożyła też Fundacja PGZ zgodnie z mottem: „Tym co służą Ojczyźnie”.

Dariusz Kotara

W akcję pozyskiwania wyposażenia zaangażowały się praktycznie wszystkie spółki wchodzące w skład Polskiej Grupy Zbrojeniowej, w tym także Fabryka Broni „Lucznik” Radom.

– Przywoływane często w ostatnim czasie powiedzenie „ktoś nie śpi, aby spać mógł ktoś”, najlepiej obrazuje to, jak wiele zawdzięczamy naszym służbom zaangażowanym w ochronę polskiej granicy. Jesteśmy dumni, że polscy żołnierze korzystają z broni wyprodukowanej w Polsce, w naszym radomskim zakładzie. Mamy nadzieję, że nigdy nie będą musieli jej użyć, ale śpimy spokojnie wiedząc, że to polskie, niezawodne konstrukcje pomagają naszym służbom chronić nasz kraj i zapewnić bezpieczeństwo – mówi dr Wojciech Arndt, prezes zarządu Fabryki Broni „Lucznik” – Radom sp. z o.o.

CSR

LAUREACI RAPORTU SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

Prezentujemy Państwu Raport Społeczna Odpowiedzialność Biznesu tygodnika „Gazeta Finansowa”, publikowany co kwartał i w całości poświęcony obszarowi CSR. Ukazała się już 51. edycja Raportu. W każdym numerze wyróżniane są dwa projekty

będące przykładem dobrze przygotowanych programów wsparcia ważnych społecznie obszarów. W raporcie znajdują się również artykuły ekspertów i liderów opinii publicznej, którzy radzą, jak poruszać się w obszarze działań CSR.

I (2009)	POLKOMTEL GRUPA AXA
II (2009)	PKP CARGO I FUNDACJA ERA PAROWOZÓW FUNDACJA POLSAT I KANAŁ POLSAT NEWS
III (2010)	KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA, WYŻSZA SZKOŁA EKOLOGII I ZARZĄDZANIA, INSTYTUT GLOBALIZACJI, CENTRUM MONITORINGU WOLNOŚCI PRASY PRZY SDP, FUNDACJA POLSKIEGO GODŁA PROMOCYJNEGO „TERAZ POLSKA” POLKOMTEL
IV (2010)	NARODOWY BANK POLSKI „KOLEJE MAZOWIECKIE – KM”
V (2010)	CARITAS POLSKA I JERONIMO MARTINS POLSKA SUPER EXPRESS I SKOK-I
VI (2010)	PKP PLK DOZ
VII (2011)	FUNDACJA ANNY DYMNEJ „MIMO WSZYSTKO”, ANNA MIRSKA-PERRY I IMPEL CLEANING ELŻBIETA RADZISZEWSKA – PEŁNOMOCNIK RZĄDU DS. RÓWNEGO TRAKTOWANIA, HANNA GRONKIEWICZ-WALTZ – PREZYDENT MIASTA ST. WARSZAWY, KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA I STOWARZYSZENIE INICJATYWA FIRM RODZINNYCH
VIII (2011)	TESCO DANONE, LUBELLA, BIEDRONKA ORAZ INSTYTUT MATKI I DZIECKA
IX (2011)	FUNDACJA ŚW. JANA JEROZOLIMSKIEGO REDAKCJA PROGRAMU „BIZNES KURIER” I WARSZAWSKI OŚRODEK TELEWIZJI POLSKIEJ SA
X (2011)	PELION, APTEKI DBAM O ZDROWIE, HANNA ZDANOWSKA – PREZYDENT MIASTA ŁÓDŹ JACEK JANISZEWSKI – PRZEWODNICZĄCY RADY PROGRAMOWEJ STOWARZYSZENIA INTEGRACJA I WSPÓŁPRACA
XI (2011)	TVP2 I PROGRAM „PYTANIE NA ŚNIADANIE” PKP CARGO
XII (2012)	FUNDACJA UNIVERSITATIS VARSOVIENSIS I KLUB HYBRYDY STOWARZYSZENIE AKADEMIA ROZWOJU FILANTROPII
XIII (2012)	FUNDACJA BANKU GOSPODARSTWA KRAJOWEGO IM. J. K. STECHKOWSKIEGO KGHM POLSKA MIEDŹ SA
XIV (2012)	POLSKI ZWIĄZEK PIŁKI SIATKOWEJ DZIENNIK GAZETA PRAWNA I PROGRAM BIZON W RADIU PIN
XV (2012)	GRUPA FERRERO FUNDACJA „ENERGIA Z SERCA” POLSKIEJ GRUPY ENERGETYCZNEJ
XVI (2013)	WYDAWNICTWO MACMILLAN EDUCATION I EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU WSI POLSKIEJ MINISTERSTWO SKARBU PAŃSTWA I REDAKCJA PULSU BIZNESU
XVII (2013)	GRUPA WYDAWNICZA POLSKAPRESSE PRACODAWCY RP
XVIII (2013)	INSTYTUT ŻYWNOSCI I ŻYWIENIA, PRZY WSPÓŁPRACY Z JERONIMO MARTINS POLSKA ORANGE POLSKA I FUNDACJA ORANGE
XIX (2013)	CARITAS I „POROZUMIENIE NOWOCZESNA EDUKACJA”: WSIP, NOWA ERA, OXFORD UNIVERSITY PRESS, PEARSON, MACMILLAN, ŻAK, ZAMKOR, CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS I LEKTORKLETT JOHNSON & JOHNSON VISION CARE
XX (2014)	SUPER EXPRESS ORAZ PREZYDENT M.ST. WARSZAWY, HANNA GRONKIEWICZ-WALTZ POLSKIE RADIO PROGRAM 1
XXI (2014)	FUNDACJA PGNIG IM. IGNACEGO ŁUKASIEWICZA CENTRUM MONITORINGU WOLNOŚCI PRASY PRZY SDP
XXII (2014)	SPÓŁDZIELCZA KASA OSZCZĘDNOŚCIOWO-KREDYTOWA W WOŁOMINIE MINISTERSTWO PRACY I POLITYKI SPOŁECZNEJ
XXIII (2014)	FUNDACJA CHLEB TO ZDROWIE AGENCJA ISBNEWS
XXIV (2015)	FUNDACJA DORASTAJ Z NAMI ASTRA CEE

XXV (2015)	STOWARZYSZENIE „MIASTA W INTERNECIE” JERONIMO MARTINS POLSKA, WŁAŚCICIEL SIECI SKLEPÓW BIEDRONKA
XXVI (2015)	RE PROJECT DEVELOPMENT PKP LINIA HUTNICZA SZEROKOTOROWA
XXVII (2015)	INSTYTUT FIZJOLOGII I PATOLOGII SŁUCHU TAURON POLSKA ENERGIA
XXVIII (2016)	DIAVERUM POLSKA FINMECCANICA HELICOPTER DIVISION
XXIX (2016)	KONKURS KAMPANIA SPOŁECZNA ROKU STADION PGE NARODOWY
XXX (2016)	ATC CARGO GRUPA PKP
XXXI (2016)	MINISTERSTWO SPORTU I TURYSTYKI PKN ORLEN
XXXII (2017)	PKP CARGO WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
XXXIII (2017)	INSTYTUT FIZJOLOGII I PATOLOGII SŁUCHU ONKOCAFE I NOVARTIS
XXXIV (2017)	BD ART I JEJ SPÓŁKA CÓRKA BD ART GLASS FUNDACJA XX. CZARTORYSKICH
XXXV (2017)	KONKURS PIÓRKO 2017 KANCELARIA HOGAN LOVELLS
XXXVI (2018)	GRUPA LUX MED POLSKA PRESS GRUPA
XXXVII (2018)	FIRMA EMITEL PRACODAWCY RP
XXXVIII (2018)	MASPEX PKN ORLEN
XL (2019)	GRUPA FERRERO PKP ENERGETYKA
XLI (2019)	URZĄD DZIELNICY BIAŁOŁĘKA M.ST. WARSZAWY ZWIĄZEK PRACODAWCÓW POLSKI PRZEMYSŁ SPIRYTUSOWY
XLII (2019)	MACIEJ RADZIWIŁŁ, ZAŁOŻYCIEL FUNDACJI TRZY TRĄBY ORAZ MICHAŁ SOBAŃSKI, ZAŁOŻYCIEL FUNDACJI IM. FELIKSA HR. SOBAŃSKIEGO KONKURS PRACODAWCA GODNY ZAUFANIA
XLIII (2019)	KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA I FUNDACJA POLSKIEGO GODŁA PROMOCYJNEGO „TERAZ POLSKA”
XLIV (2020)	ŻABKA POLSKA HUAWEI CARITAS POLSKA
XLV (2020)	APTEKI GEMINI ZWIĄZEK PRACODAWCÓW KLASTRY POLSKIE
XLVI (2020)	SPÓŁKA SAWA APARTMENTS KATOLICKIE RADIO PODLASIE
XLVII (2020)	SPÓŁKA BENEFIT SYSTEMS LEONARDO
XLVIII (2020)	FABRYKA BRONI „ŁUCZNIK” AKADEMIA ZARZĄDZANIA I ROZWOJU
XLIX (2021)	PKN ORLEN EMITEL S.A.
L (2021)	GRUPA FERRERO FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU
LI (2021)	PLATFORMA PRZEMYSŁU PRZYSZŁOŚCI CARREFOUR POLSKA