

# RAPORT CSR



## CSR w trosce o środowisko

**Proekologiczne działania producentów stolarki otworowej, którzy zwracają uwagę na społeczną odpowiedzialność biznesu, mają charakter wielotorowy.**



Agnieszka **Pruchniewicz**  
Marketing Manager, AWILUX

Na produkcji wprowadzane są systemy optymalizacji profili tak, aby odpad produkcyjny był jak najmniejszy, co również przekłada się na obniżenie kosztów zlecenia. Co więcej, część oferowanych na rynku okien ma rdzeń tworzony z materiału pochodzącego z recyklingu starych okien PVC. Wytwarzany jest on przez wyselekcjonowanie, oczyszczenie, a następnie rozdrobnienie

pozostałości w celu uzyskania materiału, który w kolejnym etapie zostaje poddany obróbce termicznej. Gotowy recyklat musi spełniać normy składu chemicznego, dlatego, zanim zostanie przekazany do produkcji, jest on badany pod względem zawartości toksycznych substancji, które mogłyby stać się częścią końcowego produktu i tym samym zagrażać bezpieczeństwu osób mających z nim kontakt. Pozyskany materiał nie pogarsza parametrów termoizolacyjności okien, a specjalne właściwości recyklatu dodatkowo uodparniają profile na wilgoć oraz chronią przed zniszczeniami mechanicznymi.

**Działania przyjazne środowisku**  
Kolejne działania proekologiczne to chociażby montaż instalacji

fotowoltaicznej na dachu hal produkcyjnych. W naszym przypadku pozyskana w ten sposób energia pokrywa ponad połowę całkowitego zapotrzebowania na prąd. W planach jest dalsza rozbudowa paneli, aby w pełni wykorzystać moc promieni słonecznych.

Przyjazne środowisku działania stanowią często stały element zarówno produkcji, jak i funkcjonowania strefy biurowej. Prowadzona pełna segregacja odpadów produkcyjnych umożliwia ich bezpieczne składowanie, a następnie przekazanie do recyklingu, czy też utylizacji w specjalistycznych zakładach zewnętrznych, co ogranicza emisję dwutlenku węgla do atmosfery. Jak to wygląda w naszym przypadku? W 2021 roku zmniejszyliśmy ilość wytwarzanego dwutlenku węgla o 506 ton, a także przekazaliśmy łącznie 253 ton odpadów produkcyjnych do recyklingu. Natomiast w biurach prowadzona jest segregacja odpadów, dodatkowo ograni-

czono zużycie papieru, przez wprowadzenie elektronicznego obiegu dokumentów. Na terenie zakładów tworzone są także stacje ładowania pojazdów elektrycznych.

**Zatrzymać proces niszczenia klimatu**

Jakość środowiska wpływa nie tylko na los planety, ale również bezpośrednio na życie i funkcjonowanie społeczeństwa. Dlatego podejmowane w kierunku ekologicznym kroki zatrzymują proces niszczenia klimatu. To, że firmy z naszej branży dostrzegają konieczność dbania o środowisko, skutkuje podejmowaniem kroków, mających na celu zminimalizowanie negatywnych skutków procesu produkcyjnego. Jednak – co warto zauważyć – branży stolarki otworowej działa na ochronę środowiska również pośrednio – poprzez oferowanie klientom okien i drzwi o podwyższonej termoizolacyjności. Tego typu rozwiązania, stosowa-

wane nie tylko w budownictwie energooszczędnym i pasywnym, pozwalają na znaczne ograniczenie zużycia energii cieplnej.

Coraz bardziej odczuwalne zmiany klimatu wymagają podjęcia kroków, mających na celu zatrzymanie i zniwelowanie skutków globalnego ocieplenia. Branża stolarki otworowej od lat rozwija się, dbając przy tym o ekologię. Segregacja odpadów produkcyjnych oraz późniejszy ich recykling zmniejszają zanieczyszczenie środowiska, a wykorzystywanie i promowanie energooszczędnych rozwiązań chroni naszą planetę. Postawa proekologiczna to nie tylko moda, która za chwilę przeminie, ale też nastawienie na konkretne zmiany, motywowane autentyczną troską o naturę. Podstawą powinny być takie rozwiązania, które zapewnią najwyższą jakość produktów, przy maksymalnym ograniczeniu negatywnego oddziaływania na środowisko.

## Szanowni Państwo

**CSR, czyli społeczna odpowiedzialność biznesu, to dziś dla myślących poważnie o swojej działalności przedsiębiorców standard. Dbają o środowisko, o społeczność lokalną i wskazują swoim pracownikom drogę do świadomego, mądrego działania na rzecz innych. Jakie podejmują inicjatywy? Dowiedzie się Państwo tego z prezentowanego przez redakcję zestawienia najciekawszych inicjatyw CSR. Zachęcamy do analizy, a także do lektury tekstów przygotowanych przez ekspertów zaproszonych na nasze łamy.**

Redakcja

GAZETA  
FINANSOWA WYRÓŻNIENIENAJCIEKAWSZE INICJATYWY  
CSR 2022

## NAJCIEKAWSZE INICJATYWY CSR

Nazwa instytucji	Opis działalności	Jakie działania firma podjęła w ramach CSR /ESG
Archicom	Archicom od początku swojej działalności realizuje marzenia o idealnym mieszkaniu. Wrocławski deweloper ma korzenie w studiu projektowym, gdzie od początku żywa była idea dbałości o ludzi wymiar architektury, jej współistnienie z naturą i kontekstem miejsca. Projekty zrealizowane przez firmę doceniło już ponad 20 tys. klientów. Archicom rozumie swoją rolę jako urbanisty, inżyniera i wizjonera, myśląc szeroko i biorąc pełną odpowiedzialność za tworzenie fragmentów miast dla kolejnych pokoleń. Na wrocławskim rynku, którego jest liderem, zrealizował blisko 200 obiektów, w tym osiedla wieloetapowe.	Wydarzeniem, które ukształtowało strategię ESG Archicom w 2022 r., był atak Federacji Rosyjskiej na Ukrainę. W jego wyniku Archicom udzielił przemyślanego i długofalowego wsparcia uchodźcom we współpracy z Rewirem Twórczym. W ramach współpracy, w okresie kryzysu uchodźczego, uruchomiona została w siedzibie Stowarzyszenia noclegownię. Stworzona została również kuchnia charytatywną aktywizującą społeczność ukraińską i oferującą bezpłatne wyżywienie, którą Archicom przy współpracy z partnerami wyremontował i wyposażył. Zorganizowane także zorganizował zajęcia językowe. Dzięki Wieszakowi Służbowemu osoby zainteresowane udziałem w rozmowach kwalifikacyjnych mogły wypożyczyć formalne ubrania. Ponadto otwarto tzw. freeshop. Okazał się on najdłużej funkcjonującą we Wrocławiu inicjatywą wolontariacką. Do działań zaangażowano ponad 120 wolontariuszy. Mieszkańcy osiedli Archicom i innych obszarów Wrocławia przeprowadzali zbiórki najpotrzebniejszych zasobów, które następnie przekazywano uchodźcom w ramach freeshopu lub transportowano bezpośrednio na Ukrainę.
Baltic Hub Container Terminal	Baltic Hub został uruchomiony w 2007 r. Ma zdolność przeładunkową w wysokości 2,9 mln TEU. Terminal obsługuje ponad 600 statków rocznie, w tym 100 zawinięć największych kontenerowców świata. Ma znaczący wpływ na gospodarkę. Zatrudnia ponad 1 tys. pracowników, z czego ponad 50 proc. mieszka w Gdańsku i okolicach. Ponadto generuje ponad 12 mld zł rocznie z tytułu podatku VAT, akcyzy i cel do budżetu państwa. Podejmuje również działania na rzecz społeczności lokalnych, a jasno określone, mierzalne cele zrównoważonego rozwoju są integralną częścią działalności biznesowej. Terminal jest własnością PSA International (40 proc.), Polskiego Funduszu Rozwoju (30 proc.) oraz IFM Global Infrastructure Fund advised by IFM Investors (30 proc.). PSA International jest główną globalną grupą portową i zaufanym partnerem dla podmiotów z branży cargo na całym świecie. Dzięki flagowym operacjom prowadzonym w Singapurze i Antwerpii globalna sieć PSA obejmuje ponad 50 lokalizacji w 26 krajach na całym świecie. Grupa Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR) to grupa instytucji finansowych oferująca instrumenty służące rozwojowi przedsiębiorstw, samorządów oraz osób prywatnych, inwestująca w zrównoważony rozwój społeczny i gospodarczy.	Kompensacja ornitologiczna Projekt kompensacji w Baltic Hub realizowany jest od 2014 r. przy ścisłej współpracy z Regionalną Dyrekcją Ochrony Środowiska w Gdańsku oraz ornitologami. Jego kluczowym założeniem jest to, by ptaki miały tu jak najlepsze warunki oraz mogły skorzystać ze specjalnie przygotowanych siedlisk. Wspólne działania doprowadziły do stworzenia miejsca rozrodu dla takich gatunków ptaków jak sieweczka obrożna, rybitwa białoczelna, nurogęś i ohar. W tym celu konieczne było wydzielenie oraz odizolowanie od ludzi i drapieżników ogrodzonego pasa plaży o minimum 350 m szerokości i powierzchni 2 ha. Wszystkie warunki zostały przez BH spełnione, co uściłono w decyzji Regionalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska. W trosce o bezpieczeństwo ptaków ornitodrzy instalują foto-pułapki rejestrujące obraz tuż obok koszy. Dzięki temu można obserwować, jakie drapieżniki próbują wykraść jaja, w jaki sposób chcą sforsować przeszkodę, jak często ptasi rodzice zmieniają się podczas inkubowania jaj oraz kiedy wykluwają się pisklęta. Kosze okazały się skuteczną pomocą w osiągnięciu sukcesu lęgowego. Bez ich zastosowania straty gniazd w tego gatunku wynoszą do 90 proc. Kosze chronią etap wysiadania gniazda, który trwa ponad trzy tygodnie. Na początku pracy nad zagrożonym wyginieciem w Polsce gatunkiem sieweczki obrożnej, w 2014 r., nadmorska populacja liczyła 40 par lęgowych. Baltic Hub rozszerzył działania czynnej ochrony na całe polskie Wybrzeże Bałtyku. Dzięki wspólnej pracy liczba par wzrosła do 90.
BNP PARIBAS BANK POLSKA	BNP Paribas Bank Polska to instytucja finansowa, która obsługując swoich klientów czerpie z 200 lat doświadczeń. Jest częścią, obecnej w 65 krajach, grupy bankowej BNP Paribas, której historia sięga 1822 r. BNP Paribas Bank Polska to bank uniwersalny o globalnym zasięgu, który kieruje usługi do klientów detalicznych, Wealth Management, a także firm w segmentach mikro, MŚP i bankowości korporacyjnej. Od 2011 r. jest notowany na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.	Akademia ESG Banku BNP Paribas – program edukacyjno-rozwojowy dla Sustainability Community Akademia ESG Banku BNP Paribas to szkolenie, które powstało w celu wzmocnienia wiedzy i kompetencji Sustainability Community w zakresie zrównoważonego rozwoju. Sustainability Community to nieformalna struktura osób zaangażowanych we wzmacnianie realizacji misji banku w zakresie zrównoważonego rozwoju. W jej skład wchodzi: Sustainability Council (Rada ds. Zrównoważonego Rozwoju), składająca się z 22 przedstawicieli i przedstawicieli kluczowych obszarów i linii biznesowych banku, na której czele stoi Jarek Rot – Chief Sustainability Officer i dyrektor Wykonawczy Obszaru Zrównoważonego Rozwoju, Sustainability Officerowie, czyli osoby, które poza swoimi codziennymi obowiązkami, przyjęły rolę wspierania realizacji inicjatyw z zakresu ESG w organizacji, jednostki Obszaru Zrównoważonego Rozwoju. Celem programu było zapewnienie członkom i członkiniom społeczności wiedzy i umiejętności, które pomogą efektywniej pracować na rzecz realizacji strategii GoBeyond na lata 2022–2025 oraz wzmacniać pozycję Banku BNP Paribas jako lidera #sustainablefinance i #positivebanking. Siedmiomiesięczny program został przygotowany w partnerstwie z firmą doradczą – SAPERE – wspierającą biznes w budowaniu strategii, realizowaniu i raportowaniu działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Do udziału w przygotowaniu materiałów merytorycznych zaproszeni zostali cenieni eksperci i ekspertki, reprezentujące organizacje partnerskie banku, m.in. UN Global Compact Network Poland, UNEP/GRID-Warszawa, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, ale także Giełdy Papierów Wartościowych oraz Abris Capitals. Program został podzielony na moduły: Wprowadzenie do ESG, E – zarządzanie aspektami środowiskowymi, S – zarządzanie aspektami społecznymi, G – odpowiedzialne zarządzanie, Podsumowanie. Szkolenie zakończyło się etapem certyfikującym. Ponad 150 osób ukończyło pozytywnie Akademię ESG Banku BNP Paribas. Średnik wyniku w teście certyfikującym wyniósł 92 proc., a maksymalny 100 proc.
Canon Polska	Canon to światowy lider i główny dostawca rozwiązań z zakresu obrazowania, nowoczesnego druku oraz oprogramowania do zarządzania dokumentacją w firmach. Swoją ofertę kieruje zarówno do użytkowników prywatnych, przedsiębiorstw w wielu branżach, jak i dostawców usług druku. Od lat udoskonala portfolio swoich produktów w miarę zmiany potrzeb i postępującej rewolucji technologicznej. Na polskim rynku Canon jest obecny od 1995 r.	Wśród działań CSR prowadzonych przez Canon zdecydowanie wyróżnia się akcja „Nowy dom dla drukarki”. Do tej pory odbyły się dwie polskie edycje akcji (2021 i 2022 r.), w ramach których producent bezpłatnie przekazał nowoczesne wielofunkcyjne urządzenia biurowe na potrzeby organizacji pozarządowych. Jak deklarują beneficjenci, to wyraźne zwiększenie wydajności biur fundacji, które w konkretny sposób wspiera realizację dobrych idei (przykładowo: ostatnia edycja adresowana była do fundacji prowadzących działalność w obszarze aktywizacji zawodowej). Jest też aspekt środowiskowy – akcja pomogła w praktyce zrealizować założenia gospodarki obiegu zamkniętego, w której nic się nie marnuje. Przekazywane NGO-som urządzenia wcześniej służyły innym właścicielom; pracownicy Canon Polska wyszli jednak z założenia, że lepiej znaleźć tytułowy „nowy dom” dla używanej, ale w pełni sprawnej drukarki, niż oddawać ją do recyklingu.
Colliers	Colliers jest główną firmą doradczą, oferującą wiele najwyższej jakości usług na rynku nieruchomości oraz zarządzanie inwestycjami. Działając w 63 krajach, ponad 18 tys. specjalistów współpracuje w celu maksymalizacji wartości nieruchomości dla najemców, właścicieli i inwestorów. Colliers w Polsce działa od 1997 r. i posiada biura w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu, Gdańsku, Katowicach i Łodzi, w których łącznie zatrudnia ok. 450 ekspertów. Firma została uhonorowana wieloma prestiżowymi nagrodami przyznanymi m.in. w konkursach: Eurobuild, CIJ Journal, CEE Quality Awards, International Property Awards.	W 2022 r. firma Colliers uruchomiła program wolontariacki „Małe Kroki, Duży Wpływ”. Pierwszym działaniem w jego ramach były działania na rzecz Domu Dziecka nr 1 w Warszawie we wrześniu tego roku. W ciągu jednego dnia 120 pracowników firmy zbudowało plac zabaw i odświeżyło wnętrza w domu dziecka (prace obejmowały montaż urządzeń na placu zabaw, namalowanie plansz do gier na świeżym powietrzu, odmalowanie ścian w pokojach dzieci). Celem działań była poprawa warunków życia oraz komfortu dzieci i został on osiągnięty. Kolejne działania w ramach programu planowane są w 2023 r.
Ferrero Polska	W bieżącym roku Grupa Ferrero obchodzi 30-lecie swojej obecności w Polsce. W 1992 roku Grupa postanowiła poszerzyć swoją działalność o nasz kraj zakładając firmę Ferrero Polska Sp. z o.o. W swoim zakładzie wybudowanym w 1997 roku w miejscowości Belsk Duży k. Grójca Ferrero produkuje obecnie ponad 150 tysięcy ton gotowych wyrobów rocznie i jest trzecim najważniejszym zakładem produkcyjnym Ferrero na świecie. Ponad 80% jego całkowitej produkcji przeznaczona jest na eksport, a produkty z Polski są sprzedawane w ponad 100 krajach na pięciu kontynentach. Na powierzchni 340.000 m <sup>2</sup> zainstalowane są linie produkcyjne kremu Nutella, przekąsek B-ready, Kinder Niespodzianki, Kinder Joy, Kinder Bueno, Raffaello, Kinder Cards, tabliczek czekolady premium Raffaello i Ferrero Rocher oraz szerokiej gamy produktów sezonowych.	Usprawnienie systemu segregacji odpadów materiałowych na obszarach produkcyjnych oraz magazynach wewnętrznych zakładu Ferrero Polska w Belsku Dużym pozwalające na zmniejszenie wskaźnika odpadu zmieszanego/wielomateriałowego o ok. 13 proc. vs. 2021 (-22 proc. vs. 2019 r.), zwiększenie wskaźnika segregowanej folii bezbarwnej o 11 proc. (+290 proc. vs. 2019 r.). Stworzenie ustandaryzowanych instrukcji segregacji odpadów surowcowych na terenie zakładu produkcyjnego. Przeprowadzenie szkoleń dla ok. 300 pracowników w zakresie zasad segregacji odpadów i bezpiecznego użytkowania maszyn belujących, w ramach szkoleń dla wszystkich pracowników biorących w nich udział wręczone zostały upominki w postaci toreb wielokrotnego użytku do segregacji odpadów w domu. Doposażenie obszarów produkcyjnych w maszyny belujące do segregacji odpadów oraz wózki do transportu odpadów do maszyn belujących. Stworzenie systemu identyfikacji belowanych odpadów (etykiety). Comiesięczna prezentacja wyników segregacji oraz ilości przygotowanych belek odpadowych na spotkaniach standaryzacji, oraz telewizji wewnątrzzakładowej. Stworzenie systemu nagradzania obszarów o najlepszej skuteczności segregacji. Usprawnienie systemu transportu wewnątrzzakładowego odpadów. Przeprowadzenie wewnętrznych szkoleń „Gospodarka odpadowa” dla kadry kierowniczej w ramach programu Ferrero Univeristy.
Ferrero Polska Commercial	Ferrero prowadzi w Polsce dystrybucję produktów pochodzących zarówno z zakładu produkcyjnego z Belska jak i z innych swoich europejskich zakładów, wśród nich m.in. legendarne: Kinder Chocolate, Ferrero Rocher, Tic-Tac, Mon Cherie oraz produkty chłodzone z gamy Kinder.	KINDER Joy of moving Alternatywne lekcje WF to ogólnopolski projekt edukacyjno-sportowy dedykowany dla uczniów (klasy 4-8) oraz nauczycieli wychowania fizycznego ze szkół podstawowych. Celem projektu realizowanego przez firmę Ferrero we współpracy z Fundacją Moniki Pyrek jest przede wszystkim promocja aktywnego stylu życia wśród najmłodszych, ale i nauka uniwersalnych wartości sportu przez wspólną zabawę. Inicjatywa odpowiada na trzy cele Agencji na rzecz zrównoważonego rozwoju do 2030 r., stworzonej przez ONZ: dobre zdrowie i jakość życia, dobra jakość edukacji i partnerstwo na rzecz celów.

➔ Globalne i lokalne działania Canon z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu

# Filozofia czynienia dobra

**Filozofia Kyosei od dziesięcioleci stanowi podstawę kultury organizacyjnej firmy Canon. Kyosei, na którą składają się dwa japońskie słowa: *kyo* (wspólny) oraz *sei* (życie), oznacza życie i pracę dla wspólnego dobra. Jak przejawia się ona w biznesowym funkcjonowaniu firmy?**



Jaap van 't Ooster

dyrektor zarządzający, Canon 4CE

Canon jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek w dziedzinie nowoczesnych technologii. Nasza marka najczęściej kojarzona jest z aparatami fotograficznymi czy urządzeniami do druku. W rzeczywistości stworzyliśmy cały ekosystem rozwiązań technologicznych dla biznesu i użytkowników prywatnych. Opracowując i rozwijając najbardziej zaawansowane technologie w obszarach profesjonalnych aparatów bezlusterkowych czy oprogramowania pomagającego przedsiębiorstwom zarządzać dokumentami w formie cyfrowej, nie zapominamy jednak o przyszłości naszej planety. To ona stanowi podstawę kompleksowej strategii Canon na rzecz zrównoważonego rozwoju, która przejawia się we wszystkich aspektach funkcjonowania firmy i na każdym etapie cyklu życia naszych produktów.

## W trosce o planetę

Zdajemy sobie sprawę, że jako wiodące przedsiębiorstwo o globalnym zasięgu, mamy realny wpływ na środowisko. Nie unikamy tej odpowiedzialności. Troska o dobro planety wyraża się w Canon nie tylko tym, jak projektujemy, rozwijamy, pakujemy, produkujemy i dostarczamy nasze produkty. Idziemy o krok dalej. O zrównoważony rozwój dbamy też, wspierając naszych partnerów i klientów w osiąganiu celów środowiskowych, a także działając społecznie, by wspierać nowe pokolenia i lokalne społeczności w wysiłkach na rzecz odpowiedzialnego kreowania przyszłości naszej planety.

Globalnie zobowiązaliśmy się, że do 2050 r. osiągniemy całkowitą neutralność emisyjną, a do 2030 r. – zmniejszymy o połowę skumulowaną emisję CO<sub>2</sub> na produkt. Aby wypełnić obietnicę, zaczynamy działać według wzorców gospodarki obiegu zamkniętego. To jak dotąd przynosi wymierne sukcesy: każdego roku emisje wytworzone na cykl życia przeciętnego produktu Canon spadają co najmniej o 3 proc.

Przyjrzyjmy się szczegółom. Spadek emisji osiągnięty jest chociażby poprzez inteligentny design urządzeń. Przykładowo: nowy mo-

del drukarki PIXMA TS8200 jest mniejszy aż o 35 proc. względem swoich poprzedników. Z kolei PIXMA TR703 zajmuje o 18 proc. mniej miejsca na podłodze, a jednocześnie waży o 18 proc. mniej względem poprzednich modeli. Nie idąc na kompromis pod względem jakości i wydajności, zmniejszamy nasze urządzenia, wyraźnie ograniczając w efekcie ilość surowców potrzebnych do ich wyprodukowania.

Nowe drukarki są też o wiele bardziej energooszczędne od starszych urządzeń. Szacujemy, że dzięki zastosowaniu nowoczesnych technologii w produktach Canon, pomiędzy 2008 a 2020 r. zaoszczędzono aż 55,218 GWh. To ilość energii wystarczająca na cały rok funkcjonowania trzech milionów gospodarstw domowych.

A kiedy nastąpi kres ich życia, urządzenia Canon wcale nie trafią na śmietnik. To dlatego, że stawiamy na działanie w modelu gospodarki o obiegu zamkniętym, w którym niemal nic się nie marnuje. Jednym z przejawów takiego podejścia jest tak zwana regeneracja urządzeń, czyli ponowne wykorzystanie sprawnych części w nowych drukarkach czy skanerach. Dla przykładu: biurowe urządzenia wielofunkcyjne imageRUNNER ADVANCE oznaczone jako EQ80 aż w 80 proc. składają się z odzyskanych części. Nie wpływa to w żadnej sposób na ich jakość ani przewidywaną żywotność.

Obieg zamknięty dotyczy nie tylko samych maszyn, ale również materiałów eksploatacyjnych. W ramach programu recyklingu

zużytych kartridży od 1990 roku zebraliśmy aż 440 tys. ton pojemników. To 16 razy więcej niż waży Statua Wolności!

## Wsparcie dla młodych

Filozofia pracy dla wspólnego dobra nie może być realizowana w pojedynkę. Wierzymy, że aby zrównoważony rozwój stał się rzeczywistością i przynosił nam wszystkim korzyści, musi być ścieżką obraną przez kolejne pokolenia. Dlatego też prowadzimy kampanie edukacyjne i pracujemy z młodymi ludźmi, którzy przejmą od nas zadanie odpowiedzialnego środowiskowo i społecznie rozwoju. W całym regionie EMEA w ramach Canon Young People Programme poszukujemy młodych ludzi, którzy poprzez opowiadanie historii chcą zmieniać otaczający ich świat. Canon daje im narzędzia oraz inspiruje do opowiedzenia o swoim najbliższym otoczeniu, oraz o kwestiach, które są dla nich ważne. Na przestrzeni ostatnich 7 lat w programie wzięło udział ponad 5500 uczestników. Młodzież reprezentowała 25 krajów, a wśród nich była też Polska! Young People Programme w Polsce realizujemy pod nazwą „To My Tworzymy Świat”. Konkurs połączony z serią warsztatów multimedialnych dla uczniów szkół średnich i podstawowych zachęca młodych miłośników fotografii do rozwijania swojej pasji, jednocześnie budując wśród młodzieży świadomość i wiedzę na temat Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. W naszym programie w Polsce dotychczas

udział wzięło ok. 600 uczniów z 30 polskich szkół.

Z kolei program Miraisha adresujemy do młodych mieszkańców Afryki, którzy biorą udział w warsztatach dla fotografów i operatorów. Głównym celem jest rozwijanie ich zainteresowań fotograficznych oraz wspieranie lokalnych społeczności. Od czasu uruchomienia programu Miraisha wzięło w nim udział ponad 6500 osób z krajów takich jak Kenia, Uganda, Nigeria, Ghana czy Wybrzeże Kości Słoniowej.

## Myśl globalnie – działaj lokalnie

Nasze starania na rzecz realizacji celów zrównoważonego rozwoju i dbania o środowisko prowadzone są w myśl globalnej, zunifikowanej strategii. Czujemy się jednak częścią naszych miejscowych społeczności i realizujemy wyjątkowe projekty o lokalnym charakterze. To w Polsce eksperci Canon przygotowali niezwykle ciekawy projekt wykorzystania druku, by odnowić wystrój dziecięcej świetlicy środowiskowej w Krakowie. Wysokiej jakości kolorowe fototapety przedstawiające Drogę Mleczną pokryły szare, smutne ściany pomieszczenia, w którym młodzież spędza czas po szkole.

Inną inicjatywą, którą cyklicznie prowadzimy w regionie 4CE, czyli w Czechach, Polsce i na Węgrzech, jest akcja „Nowy dom dla drukarki”. Do tej pory w naszym kraju odbyły się jej dwie edycje (2021 i 2022 r.), w ramach których bezpłatnie przekazaliśmy nowoczesne urządzenia biurowe na potrzeby organizacji pozarządowych. W ten sposób z jednej strony wsparliśmy realizację dobrych idei (przykładowo: ostatnia edycja adresowana była do fundacji zajmujących się aktywizacją zawodową), a z drugiej – w praktyce zrealizowaliśmy założenia gospodarki obiegu zamkniętego. Bo przekazywane fundacjom urządzenia wcześniej służyły innym właścicielom. Wyszliśmy jednak z założenia, że lepiej znaleźć tytułowy „nowy dom” dla używanej, ale w pełni sprawnej drukarki, niż oddawać ją od razu do recyklingu.

## Wspólnie do celu

Dbłość o wyniki biznesowe nie stoi w sprzeczności z poczuciem odpowiedzialności społecznej. To właśnie przeświadczenie, że stanowimy wszyscy wspólnotę – w ujęciu globalnym czy krajowym, leży u podstawy naszych działań na rzecz klimatu, edukacji i wsparcia lokalnych społeczności. Kyosei wyraża się w całej naszej aktywności biznesowej i pozabiznesowej, ponieważ w Canon doskonale wiemy, że żyć i pracować można dla dobra nas wszystkich.

MATERIAL PARTNERA



Nazwa instytucji	Opis działalności	Jakie działania firma podjęła w ramach CSR /ESG
Grupa Azoty	Grupa Azoty (dalej: „Jednostka Dominująca” lub „Spółka”) jest Jednostką Dominującą w Grupie Kapitałowej Grupa Azoty (dalej: „Grupa Kapitałowa”, „Grupa Azoty” lub „Grupa”). Domeną Jednostki Dominującej jest działalność produkcyjna, usługowa i handlowa w zakresie tworzyw inżynieryjnych, półproduktów do ich wytwarzania oraz nawozów azotowych. Jednostka Dominująca dysponuje własnym zapleczem badawczym, koncentrując się zarówno na badaniach nad nowymi wyrobami i technologiami, jak i na rozwoju istniejących produktów. Grupa Azoty to jedna z kluczowych grup branży chemicznej w Europie Centralnej, działająca w sektorze nawozów mineralnych, tworzyw inżynieryjnych, a także produktów OXO i innych chemikaliów.	Program START – Grupa Azoty ogłosiła pierwszą edycję programu Grupa Azoty START. Program stanowi jeden z elementów programu zrównoważonego rozwoju Grupy Azoty. Strategiczne cele CSR całej Grupy Kapitałowej w tym zakresie są spójne z założeniami uruchomionego Programu, tj. m.in. inwestowanie w potencjał młodego pokolenia, rozwój talentów i pasji budzących nadzieję na przyszłość, stworzenie przestrzeni „równych szans” treningu dzieci i młodzieży. Wsparcie w łącznej wartości ponad 370 tys. zł trafi do 33 podmiotów z sześciu województw (10 na kwotę 20 tys. zł i 23 na kwotę 7,5 tys. zł). Dofinansowanie trafi do szkół oraz podmiotów prowadzących działalność sportową w zakresie szkolenia dzieci i młodzieży w wieku od 5 do 19 lat. Kwota 7,5 tys. zł może być przeznaczona na zakup i oznakowanie sprzętu sportowego lub też odzieży sportowej i treningowej. W przypadku kwoty 20 tys. zł środki powinny zostać wykorzystane również na działalność szkoleniową i treningową.
Grupa Murapol	Grupa Murapol to jeden z najbardziej doświadczonych i największych deweloperów mieszkaniowych w Polsce pod względem liczby sprzedanych mieszkań oraz mieszkań przekazanych klientom. Od początku swojej działalności w 2001 r. Grupa Murapol zrealizowała 77 wieloetapowych inwestycji nieruchomościowych, w których powstało 370 budynków z ponad 23,5 tys. lokali, które zamieszkuje ok. 70,65 tys. osób. Inwestycje firmy powstają zarówno w aglomeracjach, takich jak Warszawa, Kraków czy Wrocław, jak i mniejszych miejscowościach typu Bydgoszcz czy Toruń. Buduje osiedla odpowiadające na potrzeby współczesnych klientów chcących mieszkać eco i smart, w zgodzie z naturą, ale i ekonomicznie. Oferuje kompaktowe i nowoczesne mieszkania z innowacyjnymi rozwiązaniami, takimi jak pakiet antysmogowy chroniący wnętrza przed zanieczyszczeniami z zewnątrz, czy home management system dający możliwość korzystania z technologii smart home. Komfortowi mieszkańców na osiedlach firmy sprzyjają również montowane stacje ładowania samochodów elektrycznych czy stojaki rowerowe. Na terenie wybranych inwestycji tworzone są strefy relaksu z ogrodami deszczowymi i siłowniami plenerowymi.	Firma prowadzi stałą współpracę sponsoringową z klubem piłkarskim Widzew Łódź, drużyną rugby RC Orkan Sochaczew oraz klubem hokejowym KTH z Krynicy Zdroju. Nawiązała także współpracę z Andrzejem Bargielem, wybitnym polskim ski-alpinistą, który jest Ambasadorem Grupy Murapol od 2019 r. Jest zaangażowana w budowę górskich ścieżek rowerowych kompleksu Enduro Trails Bielsko-Biała. Została partnerem strategicznym projektu, który zakłada powstanie nowych tras rowerowych, a także organizację corocznych zawodów Enduro Trails. Pracownicy firmy tworzą drużynę piłkarską Murapol Football Team, która bierze udział w rozgrywkach w ramach Beskidzkiej Ligii Biznesu.
GS1 Polska	Międzynarodowa organizacja non-profit działająca w 150 krajach. Zajmuje się rozwojem i utrzymaniem standardów identyfikacji produktów i usług oraz elektronicznej wymiany danych (EDI). Z jej rozwiązań korzystają największe firmy produkcyjne i handlowe. Numer GTIN od GS1 (kod EAN) obowiązuje w identyfikacji produktów na największych marketplace'ach, takich jak Google, Amazon, eBay czy Allegro. Firma prowadzi globalną sieć synchronizacji danych (GDSN), która pozwala uczestnikom systemu GS1 wymieniać się danymi produktowymi. Tylko GTIN od GS1 jest legalny.	Pilotażowe wdrożenie w firmach JMP, Lactalis i Fresh Logistics Projektu Paperless pokazało liczne korzyści z wdrożenia, które poprawiło sprawność przyjęcia dostawy we Fresh Logistics o 44 proc. w przeliczeniu na jednego dostawcę. Główną korzyścią okazało się skrócenie czasu realizacji przyjęcia dostaw. Poprawność dokumentacji poprawiła się o około 5 proc., a liczba nieterminowych dostaw spadła z ok. 8 do ok. 3 proc. Z kolei dzięki automatyzacji przyjęć koszty obsługi dostaw po stronie odbiorcy spadły o 38 proc. Model Paperless pozwala całkowicie zastąpić papierowe dokumenty w całym łańcuchu dostaw ich wersją cyfrową. Oprócz usprawnienia dostawy i zminimalizowania ryzyka wspomaga realizację celów zrównoważonego rozwoju. GS1 Polska promuje model Paperless wśród sieci handlowych i producentów oraz ich partnerów – operatorów logistycznych, a także firm spedycyjnych. Uwzględnia dwa modele dystrybucyjne: spedycyjno-transportowy oraz logistykę kontraktową. Model Paperless obejmuje cały obieg dokumentów towarzyszących dostawie, ze szczególnym uwzględnieniem procesu przyjęcia towarów. Standardy komunikacyjne i identyfikacyjne GS1 są powiązane z obiegiem takich dokumentów jak: zamówienie, faktura, list przewozowy, WZ. Docelowo model zakłada wdrożenie elektronicznego dokumentu eCMR.
ING Bank Śląski	ING Bank Śląski jest jednym z największych banków w Polsce. Świadczy pełen zakres usług i produktów finansowych dla klientów indywidualnych oraz podmiotów gospodarczych. Oferuje wielokanałowy dostęp do kont osobistych i firmowych oraz ma ogólnopolską sieć nowoczesnych placówek bankowych. W skład grupy kapitałowej ING Banku Śląskiego wchodzi spółki świadczące usługi leasingowe oraz faktoringowe.	Program Grantowy ING to konkurs dla start-upów i młodych naukowców na najlepsze rozwiązania z obszaru zrównoważonego rozwoju. Inicjatywa realizuje postanowienia Deklaracji Ekologicznej, ogłoszonej w połowie 2021 r. Roczny budżet wynosi 2 mln zł, a konkurs organizowany jest dwa razy do roku. Każda edycja adresuje inne wyzwanie w postaci Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ. W 1. edycji była to czysta i dostępna energia (SDG 7). Bank poszukiwał rozwiązań, które wpłyną na poprawę efektywności energetycznej, zwiększą wykorzystanie odnawialnych źródeł energii, czy pomogą w walce z zanieczyszczeniem powietrza. Do udziału zgłosiło się 197 zespołów. W 2. edycji wyzwaniem była zrównoważona produkcja i konsumpcja (SDG 12) – ograniczenie generowania odpadów, zmniejszenie ilości marnowanej żywności, zapewnienie zrównoważonych łańcuchów dostaw. Zwycięzców wybiera kapituła złożona z przedstawicieli banku, świata biznesu, nauki oraz organizacji pozarządowych. Zwycięzcy, poza nagrodami finansowymi, otrzymują indywidualny mentoring, promocję w mediach oraz możliwość nawiązania kontaktu z firmami z portfolio ING.
Kaufland Polska Markety	Kaufland to międzynarodowa sieć sklepów oferująca artykuły spożywcze oraz produkty codziennego użytku. W całej Europie Kaufland ma ponad 1450 sklepów i zatrudnia ok. 148 tys. pracowników. W Polsce sieć ma aktualnie 239 marketów i zatrudnia 15 tys. pracowników. Asortyment sklepów Kaufland liczy kilkanaście tysięcy produktów. Sieć koncentruje się przede wszystkim na ofercie produktów świeżych – owoców i warzyw, produktów mlecznych, a także mięsa, wędlin, serów i ryb. Firma realizuje swoją misję w oparciu o cztery fundamentalne wartości, którymi są: jakość, wybór, cena i łatwość zakupów. Jako firma odpowiedzialna, w ramach strategii zrównoważonego rozwoju Kaufland angażuje w swoje działania różne grupy interesariuszy – pracowników, partnerów biznesowych, klientów, lokalne społeczności, organizacje pozarządowe, oraz podejmuje i wspiera inicjatywy mające na celu promowanie zdrowego odżywiania, przeciwdziałanie marnowaniu żywności, poprawę dobrostanu zwierząt, przeciwdziałanie zmianom klimatycznym, redukcję zużycia tworzyw sztucznych.	Jako firma odpowiedzialna Kaufland regularnie inicjuje i wspiera akcje, dzięki którym pomagają potrzebującym. W tym roku pomoc sieci była skierowana przede wszystkim do osób narodowości ukraińskiej. Grupa Schwarz, do której należy Kaufland, przekazała na rzecz poszkodowanych produkty pierwszej potrzeby o łącznej wysokości 10 mln euro. Kaufland udzielił także wsparcia finansowego w kwocie 500 tys. euro organizacji charytatywnym prowadzącym działania humanitarne związane z kryzysem uchodźczym – Polskiej Akcji Humanitarnej i Caritas Polska. Kaufland podjął także wiele działań, aby ułatwić osobom narodowości ukraińskiej stabilne zatrudnienie. Sieć publikowała oferty pracy w języku obcym, zaoferowała kurs języka polskiego oraz zatrudniła specjalistkę HR, który biegle posługuje się językiem ukraińskim. W tym roku sieć po raz kolejny przeprowadziła także akcję „List do św. Mikołaja”, w ramach której pracownicy Kaufland przygotowali świąteczne prezenty dla potrzebujących dzieci i seniorów.
Nationale-Nederlanden	Nationale-Nederlanden jest jednym z liderów rynku, specjalizującym się w ubezpieczeniach na życie, oszczędnościach i emeryturach. W ofercie ma proste i zrozumiałe produkty, które mają zabezpieczyć przyszłość klientów oraz ich bliskich.	Nationale-Nederlanden regularnie angażuje się w inicjatywy CSR. W 2022 r. firma po raz kolejny została partnerem biegów City Trail oraz zorganizowała Tydzień Wolontariatu i Wolontariat grantowy Pomagamy. W ich ramach pracownicy zaangażowali się w akcje społeczne i na rzecz środowiska. Łącznie zrealizowano 34 projekty. W 2022 roku firma kontynuowała współpracę z Fundacją „Twarze Depresji” przy programie psychoonkologicznym, jak również zainicjowała z Fundacją nowy projekt – pomoc psychologiczną dla obywateli Ukrainy. Ubezpieczyciel aktywnie działał na rzecz Ukrainy i organizował pomoc w zbiórkach i punktach wsparcia. Przekazał darowizny dla m.in. PAH, PIU i Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę. W ramach profilaktyki nowotworowej podjęto po raz kolejny inicjatywę Mosznowladcy. Akcja przełamuje temat tabu wśród mężczyzn i promuje dbanie o zdrowie. Kolejną praktyką był Dzień na U z Fundacją Rak'n'Roll, dzięki której pracownicy otrzymali dzień wolny na wykonanie badań. Firma inwestuje także w kompetencje przyszłości, dlatego wspólnie z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości organizuje m.in. konkurs Social Innovation Relay. Angażuje się też w Uniwersytet Sukcesu i Global Mentoring Walk – projekty wspierające kobiety w rozwoju i aktywizacji zawodowej.
NEXERA	NEXERA to pierwszy w Polsce wyłącznie hurtowy operator telekomunikacyjny o dużej skali, rozwijający światłowodową sieć dostępową (NGA) o wysokiej przepustowości (min. 100 Mb/s).	W ramach programu NEXERA Heroes operator wsparł kilkanaście organizacji pomocowych operujących głównie na terenach małych miast i wsi (domy pomocy społecznej, domy dla samotnych matek, stowarzyszenia osób z niepełnosprawnością, przytuliska dla zwierząt, lokalne organizacje pozarządowe i inne). Lista podmiotów objętych pomocą finansową objęła m.in.: Dom Dobrego Pasterza dla Samotnych Matek w Żołędowie, Stowarzyszenie Rodziców i Opiekunów Dzieci Niepełnosprawnych „Naszym Dzieciom”, Schronisko DISEL w Białych Błotach, Stowarzyszenie Amazonek w Łasku, Toruński Sztab Pomocy Ukrainie, Salezjańską Fundację Misyjną Don Bosco, Fundację „Odpowiedzialni za marzenia”, Liceum im. St. Małachowskiego w Płocku i wiele, wiele innych. W październiku Nexera zdecydowała się pomóc Fundacji „Odpowiedzialni za marzenia”, która kwotę 12 500 zł przeznaczyła na budowę Eko Miasteczka w postaci trzech domków z żywym zielonym dachem. Chatki będą miały charakter edukacyjny – w sposób interaktywny będą przedstawiały problemy dotyczące zużycia wody i energii oraz wpływu śladu węglowego na środowisko. W Ekologicznym Miasteczku przeprowadzane będą m.in. zajęcia edukacyjne z zakresu ekologii, szeroko rozumianych postępujących zmian klimatu i wpływu człowieka na środowisko. Termin wydatkowania darowizny jest zaplanowany na 30 kwietnia. Łączna kwota wsparcia przekazana potrzebującym w ramach programu NEXERA Heroes w tym roku przekroczyła już 300 tys. zł. Poza tym Nexera jest partnerem projektu społecznego APLO (Akademia Przywództwa Liderów Oświaty), który wspiera rozwój edukacji poprzez podnoszenie kwalifikacji dyrektorów szkół znajdujących się w #RegionachNEXERY, aby dyrektor był wszechstronnym liderem, a nie tylko administratorem placówki edukacyjnej.
Panattoni	Panattoni – europejska filia Panattoni Development Company, dewelopera powierzchni przemysłowych i magazynowych, prowadzącego działalność w Ameryce Północnej i Europie. Pierwsze europejskie biuro Panattoni zostało otwarte w Polsce w 2005 r., gdzie do tej pory – w Warszawie – mieści się siedziba główna europejskiej filii. Spółka zrealizowała w Europie projekty o łącznej powierzchni przekraczającej 18,7 mln mkw., w Polsce zaś blisko 13 mln m <sup>2</sup> . Inwestycje Panattoni obejmują zarówno obiekty produkcyjne oraz magazynowe w ramach własnych centrów logistycznych, jak i realizację typu built-to-suit (BTS), budowane na zamówienie indywidualnego klienta. Deweloper aktywny jest także poza głównymi rynkami logistycznym, inwestując w mniejszych miejscowościach. W 2018 r. wprowadził nową formułę obiektów – City Logistics Parks – dedykowaną logistyce miejskiej i tzw. ostatniej mili, związanej z rozwojem e-commerce. Parki miejskie powstały m.in. w Warszawie, Wrocławiu, czy Berlinie. Wśród kluczowych klientów Panattoni są takie firmy jak Amazon, BSH, Coty Cosmetics, DSV, H&M, Intermarché, Leroy Merlin, ND Logistics, Still, Schenker, Selgros czy Zalando.	W 2022 r. firma kontynuowała założenia strategii „Go Earthwise with Panattoni”, która ustanowiła nowy standard realizacji inwestycji – przyjazny dla środowiska, pracowników i lokalnych społeczności. Obiekty realizowane były zgodnie z wymaganiami certyfikacji środowiskowej BREEAM na poziomie Excellent (w ubiegłych latach standardem był poziom Very Good) – tylko w 2022 r. Panattoni uzyskało ten poziom – najwyższy obecnie w kraju – dla ponad pół miliona mkw. Obiekty Panattoni charakteryzują się wysoką efektywnością energetyczną – stosowane w nich technologie pozwalają na zmniejszenie poboru mocy do 60 proc. i oszczędność rzędu 50 proc. w zakresie zużywanej energii. W ramach dbałości o ekosystemy, w pobliżu inwestycji wyrosły ogrody, łąki kwietne i trawniki niewymagające koszenia. Przez ostatni rok Panattoni zasadziło w sumie ok. 6 tys. drzew oraz 60 tys. krzewów i traw ozdobnych. Powstało 100 kolejnych zielonych stref rekreacji. Wysianych zostało również 60 000 m kw. łąk kwietnych, a także pojawiło się ponad 70 nowych hoteli dla owadów. Dodatków zainstalowanych zostało 600 punktów ładowania samochodów elektrycznych.



## Razem, działając cyrkularnie, wprawiamy w ruch mechanizm, który zmienia rzeczywistość.

W VIVE dobro planety utożsamiamy z dobrem ludzi. Tak rozumianą ekologię realizujemy wszędzie tam, gdzie mamy wpływ.

Model biznesowy VIVE opiera się na ponownym wykorzystaniu tekstyliów, co pozwala zmniejszyć liczbę odpadów zasypujących naszą planetę. A wewnętrzne działania organizacji projektowane jest w taki sposób, aby jak najlepiej czuli i rozwijali się tam ludzie.



Nazwa instytucji	Opis działalności	Jakie działania firma podjęła w ramach CSR /ESG
<b>Pracuj.pl</b>	Grupa Pracuj jest wiodącą platformą technologiczną w branży HR w Europie Środkowo-Wschodniej. Grupa wspiera przedsiębiorstwa w zakresie rekrutacji, utrzymania i rozwoju pracowników, ułatwia użytkownikom jej serwisów znalezienie odpowiedniego zatrudnienia umożliwiającego pełne wykorzystanie ich potencjału oraz tworzy światowej klasy technologie, które kształtują przyszłość rynku HR. Marki należące do Grupy tworzą zaawansowany cyfrowy ekosystem dla branży HR, spośród których najważniejsze to: Pracuj.pl – największy polski internetowy serwis rekrutacyjny, Robota.ua – wiodący na rynku ukraińskim internetowy serwis rekrutacyjny, eRecruiter – wiodący polski system wspierający prowadzenie procesów rekrutacyjnych, oferowany w modelu SaaS (ang. software as a service, czyli oprogramowanie jako usługa), a także softgarden – wiodący gracz w obszarze systemów wspierających procesy rekrutacji (Talent Acquisition Systems) w Niemczech, obecny również na innych rynkach europejskich. Grupa Pracuj działa od ponad 20 lat w Polsce, od ponad 15 lat w Ukrainie, a od czerwca 2022 roku także w Niemczech. Zatrudnia w sumie około 1100 osób. Od 9 grudnia 2021 roku Spółka notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.	W 2021 r. pracuj.pl rozpoczęło współpracę z Fundacją Sukcesu Pisanego Szminką, która jest liderem w zakresie aktywizacji zawodowej kobiet. W ramach wspólnej akcji „Sukces to ja!” organizowane są webinaria i szkolenia, przygotowywane teksty poradnikowe i raporty, których celem jest wsparcie kobiet w rozwoju zawodowym i przebijaniu „szklanego sufitu”. W 2022 r. przygotowanych zostało wspólnie osiem webinarów, trzy e-booki, nagrano dwa odcinki podcastu Sukces Talks, a także stworzono na stronie internetowej Fundacji specjalną sekcję dedykowaną rozwojowi kariery.
<b>RONSON</b>	Ronson to odpowiedzialna firma, w swoim DNA ma wdrutowane wartości związane z troską o człowieka – pracownika, partnera biznesowego oraz klienta, ale też troskę o środowisko. Zarząd firmy wierzy, że działania CSR, jakie są w niej wdrażane, kształtują społeczne postawy, mają wpływ na ochronę planety, ale też integrują zespół wokół kolejnych wspólnych celów.	Firma aktywnie uczestniczy w tworzeniu tkanki miejskiej. Ma możliwości, by wspierać potrzebujących – dzieci, seniorów i zwierzęta, ale też podejmować działania, które zredukują zostawiany ślad węglowy. Ma świadomość, że budynki generują aż 38 proc. emisji CO2 w Polsce. Ma też narzędzia, dzięki którym może go redukować. Tylko w 2022 r. wprowadziła w swoich inwestycjach 13 ekorozwiązań i innowacji, takich jak oświetlenie LED w częściach wspólnych, rekuperacja, pompy ciepła, zielone dachy i elewacje, stacje ładowania samochodów, panele fotowoltaiczne, zbiorniki retencyjne i skrzynki rozszczepiające, stojaki i wiaty na rowery oraz łuki kwietne i domki dla owadów. Zarząd firmy oraz pracownicy angażują się charytatywnie. Działania dla pracowników: zorganizowanie 10 szkoleń, webinarów, kursów oraz trzech warsztatów strategicznych i dwóch szkoleń z zakresu ekologii, dofinansowanie nauki języków obcych. Charytatywne: zespół oddał 7 litrów krwi w akcjach krwiodawstwa, „Biegam Dobrze” – pracownicy RONSON przebiegli 1035 km, dzięki którym 1035 z <sup>3</sup> zostało przekazanych na rzecz Fundacji „Daj herbatę”, akcja zbierania nakrętek dla psów ze schroniska w Celestynowie, pomoc na rzecz uchodźców z Ukrainy – pomoc pieniężna w wysokości 100 tys. zł, użyczenie mieszkania dla rodziny, udział w akcji PZFD „Deweloperzy Dzieciom”, wsparcie dwóch rodzin w ramach Szlachetnej Pączki, zbiórka karmy i środków pieniężnych dla zwierząt z fundacji Viva!, budowa domków i zbiórka 100 kg karmy dla zwierząt z TOZ w Szczecinie. Dla przyrody: 1800 posadzonych drzew z Fundacji Las Na Zawsze – 1 ha – na takim obszarze produkowane jest 700 kg tlenu dobowo, co odpowiada zapotrzebowaniu 2 500 osób, sprzątanie Wyspy Sobieszowskiej z Planet Heroes, 13 rozwiązań ekologicznych i innowacji, wdrożonych w projektach dewelopera.
<b>Santander Bank Polska</b>	Grupa Santander Bank Polska jest jedną z największych grup finansowych i największym bankiem z kapitałem prywatnym w Polsce. Oferuje nowoczesne rozwiązania finansowe dla osób indywidualnych, mikro, małych i średnich przedsiębiorstw oraz polskich i międzynarodowych korporacji. Bank ma jedną z największych sieci oddziałów i placówek partnerskich, jak również świadczy usługi poprzez elektroniczne kanały dostępu, w tym bankowość mobilną. Od 2011 r. bank należy do międzynarodowej Grupy Santander. Spółki z Grupy Santander Bank Polska oferują m.in. fundusze inwestycyjne, ubezpieczenia, leasing oraz faktoring.	Zielone finansowanie udzielone przez spółki z grupy Santander w Polsce w 2021 r. wyniosło ponad 1 714 mln zł. Po trzecim kwartale 2022 r. kwota ta przekroczyła 2 368 mln zł. W większości kwota ta dotyczy finansowania OZE i nieskoemisyjnych nieruchomości. Bank działa społecznie poprzez inicjatywy, które wspierają realizację Celów Zrównowazonego Rozwoju ONZ. Wśród nich znalazły się m.in.: projekty edukacyjne Santander Universidades i Finansiki oraz program Obsługa bez barier, który poprawia dostępność naszych produktów i usług dla klientów z różnymi potrzebami. Włączyliśmy się w pomoc uchodźcom i wszystkim obywatelom Ukrainy. Nasze działania obejmowały pomoc finansową, akcję charytatywną, w ramach której zebraliśmy ponad 4,2 mln zł, kursy języka polskiego, ale także darmowy dostęp do produktów bankowych czy czeków Blik – unikatowego narzędzia przygotowanego we współpracy z Agencją ONZ ds. Uchodźców, które pomogło w szybkim i bezpiecznym dostarczeniu gotówki uchodźcom z Ukrainy.
<b>Stena Recycling</b>	Od 2001 r. Stena Recycling oferuje kompleksowe rozwiązania w dziedzinie zarządzania odpadami, recyklingu oraz usług środowiskowych. Przetwarza odpady i dostarcza nowe materiały do różnych gałęzi przemysłu. Wspólnie z klientami zbiera i poddaje recyklingowi wszelkie odpady poprodukcyjne, dając materiałom nowe życie w kolejnych produktach. Stena Recycling działa w 15 lokalizacjach w Polsce, każdego roku przetwarza ponad 800 tys. ton odpadów pochodzących z działalności biznesowej i przemysłowej, uzyskując z nich nowe surowce. We wszystkich obszarach swojej działalności Stena Recycling kieruje się filozofią CARE, czyli dbałością o klientów, pracowników, biznes i zasoby, a także o środowisko i społeczeństwo.	W Stena Recycling bezpieczeństwo zawsze stoi na pierwszym miejscu – firma aktywnie edukuje oraz wspiera w tym zakresie swoich klientów, dostawców i społeczeństwo. Spółka od lat blisko współpracuje z lokalnymi jednostkami straży pożarnej i samorządami. Wspólnie z Urzędem Miasta Gdyni i Komendą Miejską Państwowej Straży Pożarnej w Gdyni firma zakupiła 800 czujników czadu, które dzięki zaangażowaniu Zarządu Budynków i Lokali Komunalnych w Gdyni, zostały rozdyskrebowane wśród mieszkańców posiadających przestarzałą instalację grzewczą. Dodatkowo w przestrzeni publicznej, m.in. w autobusach oraz trójmiejskich mediach, prowadzona była kampania informacyjna na temat zagrożenia zatruciem czadem i działań, jakie należy podjąć, aby uchronić się przed tym niebezpieczeństwem. Dzięki CZADakcji Stena Recycling wsparła lokalną społeczność oraz zwiększyła bezpieczeństwo 800 rodzinom. Takie działania wpisują się w cele firmy dotyczące szerzenia wiedzy na temat bezpieczeństwa oraz wspierania lokalnych społeczności.
<b>Tarczyński</b>	Tarczyński to marka numer jeden kabanosów i wędlin paczkowanych w Polsce oraz wicelider kategorii parówek. Produkty firmy dostępne są aktualnie w 30 krajach świata na trzech kontynentach.	W ramach obszaru RAZEM Tarczyński wspiera lokalne społeczności oraz inwestuje w rozwój i promocję turystyczną regionu Dolnego Śląska. Angażuje się także w akcje charytatywne (np. WOŚP). Obszar ODPOWIEDZIALNIE wyraża się zaangażowaniem na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Wśród realizowanych w 2022 r. działań można wymienić m.in. uruchomienie w Ujeźdźcu Małym – siedzibie firmy i jednocześnie głównym zakładzie produkcyjnym – własnej elektrociepłowni kogeneracyjnej. Ta kluczowa inwestycja pozwoli zredukować emisję dwutlenku węgla (CO2) do atmosfery o prawie 60 proc., zwiększając jednocześnie bezpieczeństwo i niezależność energetyczną. Tarczyński ogranicza także zużycie papieru i plastiku czy uczestniczy w programie recyklingu RafCycle® firmy UPM Raflatac. Producent – w ramach obszaru MAJDRZE – kreuje rozsądne nawyki żywieniowe oraz promuje wiedzę w zakresie racjonalnego odżywiania. Czyni to m.in. poprzez realizację trasy Naturalne Poranki Blisko Natury. W 2022 r. firma została Oficjalnym Sponsorem Reprezentacji Polski w Piłce Nożnej, a kabanosy Exclusive jej Oficjalną Przekąską. Dzięki temu Tarczyński będzie mógł być jeszcze bliżej kibiców tego sportu. Obszar AKTYWNIĘ to działania marki w kierunku promocji aktywnych form spędzania czasu wolnego. Te wyrażają się m.in. sponsoringiem imprez o charakterze sportowym (np. Gromicy Siatkówki, Zimowy Bieg Piastów czy Runmageddon) oraz wsparciem sportowców, drużyn i klubów sportowych (np. Panthers Wrocław).
<b>TIM</b>	TIM prowadzi największą platformę e-commerce B2 B w Polsce (TIM.pl), łącząc unikalne, 35-letnie doświadczenie w branży technicznej i elektrotechnicznej (TIM powstał w 1987 r.) z nowoczesnymi technologiami e-handlu. Wsparcie i doradztwo techniczne oferuje klientom ogólnopolską sieć biur i przedstawicieli handlowych, a także infolinia. Dostawy bezpośrednio do klienta lub pod inny wskazany przez niego adres realizuje centrum logistyczne w podwrocławskich Siechnicach, którego operatorem jest należąca do TIM-u spółka 3LP. Od 1998 r. TIM jest notowany na głównym parkiecie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie. Firma jest laureatem wielu prestiżowych nagród i wyróżnień. Do tegorocznych należą: Srebrny Spinacz w konkursie Złote Spinacze 2022, nagroda dla prezesa zarządu TIM S.A. w konkursie Chief Digital Officer of the Year. The Future is Today, zwycięstwa w konkursach e-Commerce Polska awards 2022 i Dyrektor e-Commerce Roku 2022, tytuł Diamentu Forbesa (zamieszczenie na liście rankingowej najdynamiczniej rozwijających się przedsiębiorstw w Polsce).	Na początku 2022 r. TIM po raz kolejny włączył się w WOŚP, organizując wewnątrzfirmowe licytacje dla pracowników oraz przekazując Fundacji złotówkę od każdego zamówienia złożonego w finałowym tygodniu Orkiestry (łącznie niemal 20 tys. zł). W momencie wybuchu wojny w Ukrainie firma – poprzez wsparcie finansowe i materialne – przekazała potrzebującym Ukraińcom ok. 100 tys. zł. W czerwcu rozpoczęła się 2. edycja akcji z okazji Dnia Dziecka – #DreamTIM dla Dzieciaków. W jej ramach na TIM.pl pojawiły się produkty-cegietki, z których całkowity przychód przeznaczony został na wsparcie ukraińskich dzieci. Pod koniec roku odbyła się 3. edycja akcji TIM Mikołajów, w ramach której firma zrezygnowała z zakupu prezentów świątecznych dla klientów, a środki przeznaczone na ten cel przekazała 17 lokalnym instytucjom z całego kraju (łącznie ponad 390 tys. zł). Ponadto firma prowadzi już od kilku lat program grantowy, w ramach którego pracownicy oraz charytatywną rywalizację sportową dla pracowników. Wspiera także finansowo i materialnie zaprzyjaźnione fundacje, angażuje się w charytatywne zawody sportowe czy też wspiera młode talenty sportowe.
<b>Velvet CARE</b>	Velvet CARE to główny producent papierowych artykułów higienicznych w Europie Środkowej. Firma produkuje i sprzedaje papiery toaletowe, ręczniki kuchenne, chusteczki uniwersalne oraz chusteczki higieniczne wykonane z bibułki celulozowej. Działa na rynku konsumenckich artykułów markowych (brandowych), marek własnych sieci handlowych oraz także produktów z kategorii Away From Home (HoReCa/rynek profesjonalny). Do Velvet CARE należy marka Velvet – lider rynku w Polsce w kategorii higieny papierowej, a wyroby firmy sprzedawane są głównie w Polsce, w Europie Środkowej i regionie DACH – obecnie spółka prowadzi eksport do około 30 krajów Europy.	Velvet CARE w zakresie CSR w roku 2022 kontynuuje działania zapoczątkowane w poprzednich latach. Obecnie trwa III edycja ogólnopolskiego programu edukacyjno-grantowego dla szkół „Velvet. Piątka dla Natury”. Inspiruje on do podejmowania działań na rzecz przyrody, daje narzędzia i wspiera edukację w tym zakresie, a jednocześnie umożliwia biorącym w nim udział podmiotom ubieganie się o atrakcyjne nagrody, zachęcając do podejmowania inicjatyw w lokalnych społecznościach. Program obejmuje zasięgiem nawet 14 tys. szkół podstawowych w całej Polsce.
<b>VIVE Group</b>	VIVE Group stawia sobie za cel stu procentowe wykorzystanie odzieży używanej, segregowanej każdego dnia w ilości setek ton. Korzysta z najnowocześniejszych w Polsce, w pełni skomputeryzowanych linii do sortowania odzieży, umożliwiających przerób ponad 300 ton surowca na dobę z zachowaniem najwyższych standardów jakościowych ISO 9001 i 14 001. Każdego dnia załoga sortuje i pakuje gotowe produkty z ponad 800 różnych grup asortymentowych. Trafiają one do ponad 70 krajów na świecie oraz do sieci kilkudziesięciu sklepów VIVE Profit z niepowtarzalną odzieżą cyrkularną w całej Polsce, których właścicielem jest VIVE Textile Recycling. VIVE Group stawia na innowacje – wraz ze spółką VIVE Innovation stworzyła nowoczesny kompozyt tekstylny VIVE Textcellence, mający zastosowanie w przemyśle i produkuje częściowo przemysłowe wykorzystywane przez przedsiębiorstwa wielu branż. VIVE Group rozwija również swoją działalność w obszarach transportu i logistyki, oferując swoim klientom szeroki zakres usług TSL oraz rozwiązania magazynowe w klasie A/A+. Specjalizuje się także w transporcie ładunków przestrzennych i standardowych, wysokokubaturowymi nadwoziami wymiennymi. Przewozy realizuje na rynku międzynarodowym, oferując system dystrybucji do sieci handlowych z wykorzystaniem własnego taboru dedykowanego.	Partnerstwo strategiczne w akcji „Mniej Znaczy Więcej!” Polskiego Stowarzyszenia Zero Waste – „Mniej Znaczy Więcej!” to inicjatywa dedykowana edukatorom, uczniom, rodzicom i całej otoczkoszkolnej społeczności, której zależy na budowie dobrej i bezpiecznej przyszłości ludzi oraz planety. Cel: inspirowanie uczestników do życia zgodnie z nurtem zero waste. W akcji wzięło udział 130 szkół. To prawie 6000 uczniów, którzy postawili na bycie eko. Jako partner strategiczny akcji VIVE Group ufundowało dla szkoły, która zdobyła najwięcej punktów w akcji zbierania używanej odzieży, nagrodę główną – zewnętrzną strefę relaksu wykonaną z kompozytu tekstylnego VIVE Textcellence. W ramach współpracy VIVE Group przeprowadziło w jednej ze szkół biorących udział w akcji, pilotażową EKOLEKcję, podczas której uczniowie mogli dowiedzieć się o korzyściach płynących z życia zgodnego z zero waste. Jedną z części lekcji był Pokaz Mody Cyrkularniej, do którego zaangażowani zostali uczniowie szkoły oraz ich nauczyciele. Zaprezentowali na sobie odzież z „drugiej ręki”, pokazując tym samym, że moda cyrkularna to moda przyszłości.

# KINDER Joy of moving – inicjatywa Ferrero łącząca sportową zabawę i edukację

**W 2022 roku Grupa Ferrero obchodzi 30-lecie swojej działalności w Polsce oraz 15-lecie realizacji programu z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu – KINDER Joy of moving. Celem tej inicjatywy jest promocja aktywnego stylu życia wśród młodego pokolenia i ich rodzin oraz pokazanie, że sport jest fantastyczną platformą do rozwoju! Obecnie w ramach programu w naszym kraju realizowanych jest aż siedem ogólnopolskich projektów sportowo-edukacyjnych, których odbiorcami są rodziny, kluby sportowe oraz ośrodki edukacyjne.**



Dla Grupy Ferrero termin „społeczna odpowiedzialność biznesu” od zawsze oznacza troskę o ludzi i otoczenie, w szczególności o obecnych i byłych pracowników firmy, o konsumentów, o rodziny i lokalne społeczności, wszędzie tam, gdzie prowadzi swoją działalność. Te zasady są niezmiennie od momentu założenia firmy przez Pietro Ferrero w małym włoskim miasteczku – Albie, aż do dziś, kiedy Grupa Ferrero obecna jest w ponad 50 krajach na całym świecie, a produkty z jej portfolio znane są konsumentom na ponad 170 rynkach!

Jedną z międzynarodowych inicjatyw CSR-owych Grupy Ferrero jest program KINDER Joy of moving. Inicjatywa odpowiada na trzy cele Agendy na rzecz zrównoważonego rozwoju do 2030, stworzonej przez ONZ: dobre zdrowie i jakość życia, dobra jakość edukacji i partnerstwo na rzecz celów. Firma w swoim Raporcie zrównoważonego roz-

woju za rok 2021 przedstawia następujące globalne dane dot. programu KINDER Joy of moving: obecność w 28 krajach, 2,6 miliona aktywnych uczestników, 121 partnerskich organizacji oraz związków sportowych. Przy czym polska część programu to odpowiednio blisko 365 tysięcy uczestników oraz współpraca z pięcioma partnerami – Polskim Komitetem Olimpijskim, Polskim Związkiem Piłki Siatkowej, Polskim Związkiem Żeglarskim, Polskim Związkiem Tenisowym oraz Fundacją Moniki Pyrek.

Obecnie w naszym kraju Ferrero we współpracy z wyżej wymienionymi organizacjami, realizuje aż siedem całorocznych projektów edukacyjno-sportowych KINDER Joy of moving, dostęp do których jest całkowicie bezpłatny dla każdego – całych rodzin, klubów sportowych i ośrodków edukacyjnych.

W partnerstwie z Polskim Związkiem Piłki Siatkowej realizowany

jest projekt Ogólnopolskich Mistrzostw w Minisiatkówce o Puchar KINDER Joy of moving. Jest to największe cykliczne siatkarskie wydarzenie dla dzieci i młodzieży w Europie oraz równocześnie serce programu Ferrero w Polsce. Tylko w tym roku w projekcie aktywny udział wzięło aż 45 tysięcy młodych adeptek i adeptów siatkówki z całego kraju. Co warto podkreślić – w samym wielkim finale Mistrzostw, który odbył się na hali widowiskowo-sportowej Arena Gliwice na Śląsku, ustawionych zostało aż 25 boisk do minisiatkówki, na których 192 drużyny w czasie 3 dni rozegrały ponad 1000 spotkań. Nagrodą dla zwyciężskich drużyn był wyjątkowy wyjazd na mecze półfinałowe oraz finałowe Mistrzostw Świata w siatkówce mężczyzn w Katowicach, zorganizowany przez PZPS oraz Ferrero.

Kolejnymi projektami, które warto zaprezentować, ze względu na ich innowacyjność są dwa reali-

zowane przez Ferrero z Fundacją Moniki Pyrek – KINDER Joy of moving Alternatywne lekcje WF oraz e-platforma. Alternatywne lekcje WF to seria wydarzeń w formule road tour'u, w czasie których Monika Pyrek, była lekkoatletka, tyczkarka, olimpijka oraz ambasadorka programu KINDER Joy of moving w Polsce wraz z zespołem swojej Fundacji zachęca do aktywnego stylu życia, ale i udowadnia, że zajęcia wychowania fizycznego mogą być fantastyczną przygodą w nowym wymiarze! W jaki sposób? Projekt to połączenie sportu i nowych technologii, a uczestnicy zajęć mogą sprawdzić swoje umiejętności w 11 różnych strefach – zaczynając od piłki ręcznej, wioślarstwa, wspinaczki, aż po bieg sprinterski czy też narciarstwo. Warto podkreślić, iż każda ze stref prezentuje inną formę aktywności, ale i w różny sposób wykorzystuje nowinki technologiczne, dzięki czemu

sportowa zabawa bardziej angażuje i ciekawi najmłodszych! Uzupełnieniem KINDER Joy of moving Alternatywnych lekcji WF jest drugi projekt – E-PLATFORMA. Jest to całkowicie bezpłatna i dostępna dla każdego baza wiedzy. Znajdziemy na niej blisko 200 różnych materiałów – od wideo-instruktaży, treningów online, przez quizy wiedzy, gry i zabawy dla całej rodziny czy też podcasty z Mistrzami Sportu. *Wraz z naszymi partnerami działamy na rzecz upowszechniania sportu w formule radosnej zabawy, która może przerodzić się w przygodę na całe życie. Wierzymy, że umożliwiając najmłodszym powszechny i całkowicie bezpłatny dostęp do kultury ruchu, odkrywają oni prawdziwą radość z bycia aktywnymi, a sport stanie się częścią ich życia, również tego dorosłego!* – mówi Magdalena Szozda, Brands Partnership & KINDER Joy of moving Manager w Ferrero Polska Commercial



FERRERO Social Responsibility Project

## Dołącz do naszej drużyny i baw się sportem!

metodologia

edukacja sportowa

radosna zabawa

# Zrównoważony rozwój jako przykład działań CSR

**W obliczu zmian klimatycznych i światowego kryzysu energetycznego świadome firmy na całym świecie stawiają na zrównoważony rozwój, będący elementem CSR – społecznej odpowiedzialności biznesu. Dzięki innowacyjnym oraz proekologicznym procesom, technologiom oraz postawom, możliwe jest osiągnięcie i utrzymywanie znaczących oszczędności w zużyciu zasobów naturalnych.**



Cezary Naliwajek

Commercial Director Insulation Europe, Thermaflex

Kształtowanie i propagowanie proekologicznych postaw, jak i wdrażanie przyjaznych środowisku technologii oraz procesów produkcyjnych to niezwykle istotny krok w zachowaniu równowagi między ochroną środowiska a działalnością człowieka. Kierunkiem tym podąża coraz więcej przedsiębiorstw z krajów europejskich. Również firmy z Polski w swych strategiach działań, uwzględniają nie tylko cele biznesowe, ale również aspekty środowiskowe.

**Ekologiczne wyroby budowlane**  
Elementem zrównoważonego rozwoju jest ekologiczne tworzenie

wysokiej jakości wyrobów budowlanych – w tym rozwiązań izolacyjnych. Jest to wielopoziomowy proces, który zaczyna się już na etapie projektowym, przechodzi przez produkcję oraz certyfikację produktów, a kończy się na dostawie oraz montażu u klienta. Taka dbałość o kwestie środowiskowe, a także niższe zużycie energii, oznacza mniejsze koszty dla

klientów i użytkowników końcowych, niższą emisję szkodliwych substancji oraz dłuższą żywotność budynków, instalacji i urządzeń. Podchodząc odpowiedzialnie do kwestii zrównoważonego rozwoju, kierujemy swoją uwagę na produkty, które nadają się do recyklingu (lub składają się z materiałów nadających się do powtórnego przetworzenia) i są produkowane przy użyciu przyjaznych dla środowiska technologii z materiałów dostawców, którzy podzielają tego typu zasady. Takie rozwiązania powinny być tworzone z bezpiecznych materiałów, posiadając odpowiednie certyfikaty – m.in. Środowiskową Deklarację Produktu (EPD). Nie bez znaczenia jest także aspekt minimalizowania strat energii przy maksymalizacji wykorzystania energii odnawialnej.

**Rosnące wymagania klientów**  
Zrównoważony rozwój jest nierozdzielnie połączony z potrzebami rynku i rosnącymi wymaganiami klientów – nie tylko w zakresie samych parametrów danego wyrobu. Zasady dbałości o środowisko i społeczeństwo dotyczą również samych przedsiębiorstw, które łączą wysoką jakość działań interdyscyplinarnych zespołów z ekologiczną produkcją i zaangażowaną obsługą klienta. Przykładem tego jest nasza firma, która już od 42 lat dostarcza trwałe, nienaruszające równowagi ekologicznej i przyjazne dla środowiska rozwiązania dla efektywnej dystrybucji energii cieplnej. Wraz z innymi uczestnikami rynku, współprojektuje i wytwarza innowacyjne systemy izolacji technicznych do instalacji grzewczych,

sanitarnych, wentylacyjnych, klimatyzacyjnych oraz chłodniczych. Priorytetowym działaniem firmy jest zapewnienie redukcji strat energii cieplnej przy jej przesyłce. Proces projektowy rozwiązań opiera się na współpracy doświadczonych pracowników reprezentujących różne działy w ramach zespołu Research & Development jednoczącego pracowników z różnych krajów – głównie z Polski i Holandii, w tym osób związanych bezpośrednio z rynkiem, czyli handlowców oraz pracowników odpowiedzialnych za produkcję. Proces produkcji zakłada minimalizację wykorzystania zasobów, przy jednoczesnej maksymalizacji korzyści dla gospodarki, środowiska oraz jakości życia. Co ciekawe, firma już w 1990 r. była pierwszą firmą na świecie, która przestała się na produkcję całkowicie wolną od chlorofluorowęglodorów (CFC). Wybrane rozwiązania posiadają specjalistyczny certyfikat Cradle-to-Cradle, który jest gwarancją ekologicznej produkcji i możliwości ponownego wykorzystania materiałów. Oznacza to, że w każdej chwili mogą zostać poddane recyklingowi i zawrócone do ponownej produkcji, nie tracąc przy tym swoich dotychczasowych właściwości. W ten sposób ograniczana jest ilość odpadów, a sam proces produkcyjny wpisuje się w założenia gospodarki o obiegu zamkniętym.



## CSR zapobiega, działalność charytatywna leczy objawy

**W ostatnim czasie powszechne stało się określanie wszystkiego, co firmy robią dla środowiska, jako CSR. Warto jednak wyodrębnić znaczącą różnicę między sporadycznymi akcjami charytatywnymi, a CSR-em, który w założeniu i w praktyce ma trwale zmieniać naszą rzeczywistość na lepsze.**



Agnieszka Servaas

współwłaściciel VIVE Group, prezes zarządu, VIVE Management

Działalność charytatywna to ostatni punkt decyzyjny w firmie. To często pomysł na to, jak podzielić się zyskami. Tak rozumiana dobroczynność to jeden z finałnych kosztów biznesu. Jednocześnie CSR jest podstawą biznesu i odpowiada na pytanie: w jaki sposób firma może realizować swoje działania, aby zwiększyć swój pozytywny wpływ na środowisko?

**Działania zapisane w DNA firmy**  
Jak to wygląda w odniesieniu do Grupy VIVE? Nasze działania

CSR zapisane są w DNA naszej firmy. Na pierwszy plan wysuwa się podstawowy fakt, który w naszym przypadku mówi, że prowadzenie biznesu = mniej odpadów tekstylnych w otoczeniu. My wykorzystujemy je ponownie albo przekształcamy w zupełnie nowe surowce. Dajemy im nowe życie, drugie, czwarte, dziewiąte. Przykładem są choćby sklepy VIVE Profit z niepowtarzalną odzieżą cyrkularną, czy nasz kompozyt VIVE Texcellence (tkaniny przetworzone na trwałe elementy służące do budowy pomostów, tarasów, ławek, stołów, czy wykańczania budynków), z którego już niedługo zostanie wyprodukowana strefa relaksu dla jednej z warszawskich szkół. I już to, samo w sobie, jest dobrym przykładem realnie prowadzonej polityki CSR. Kluczowe dla biznesu jest zidentyfikowanie źródła problemu i wdrowanie rozwiązania. Natomiast głównym zadaniem działalności charytatywnej jest przeciwdziałanie skutkom negatywnych zjawisk. Mówiąc w skrócie – CSR zapobiega chorobie, działalność charytatywna leczy objawy. Gdybyśmy w Grupie VIVE chcieli prowadzić jedynie działalność charytatywną, moglibyśmy np. sfinansować akcję polegającą na zbieraniu używanych tekstyliów. My robimy więcej. Działalność charytatywna ma oczywiście swoje miejsce w przestrzeni biznesowej. Niesie wiele dobrego i często jest jedynym sposobem przeciwdziałania skutkom szkodliwych działań. Natomiast patrząc dalekosiężnie – to właśnie CSR i działania o nie oparte mogą znacząco, trwale i korzystnie wpłynąć na otoczenie.

### Zobowiązani do podejmowania działań

Zwracając uwagę na VIVE Group, można zauważyć, że nie da się prowadzić tej firmy, rezygnując z celów CSR. Organizacja traktuje swoje zaangażowanie na rzecz zrównoważonego rozwoju niezwykle poważnie i czuje się, jako lider recyklingu, zobowiązana do podejmowania działań zarówno na rzecz środo-

wiska, naszych pracowników, lokalnych społeczności, jak i edukacji rynku. To odróżnia CSR od wsparcia charytatywnego, z którego można się stosunkowo łatwo wycofać. Oczywiście nie zamierzamy tego robić i dobroczynność pozostaje ważnym elementem naszych działań. Ten element różnicujący zaznacza w klarowny sposób stopień jedności CSR z istotą prowadzonego biznesu. Wracając do rozróżnienia wspomnianego na wstępie, dobroczynność pojawia się na końcu procesu biznesowego, jako jeden z finałnych wydatków. Ten sposób na podzielenie się wypracowanymi zyskami niesie oczywiście za sobą konkretne korzyści wizerunkowe. Jednak o wiele szerszym echem wśród odbiorców odbija się CSR rozumiany jako działanie biznesu trwale przeobrażające otoczenie: wzmacnia rozpoznawalność marki, zwiększa lojalność klientów i innych interesariuszy oraz pomaga utrzymać kluczowych pracowników. CSR ma ogromne znaczenie w budowaniu trwałych relacji z pracownikami. To oni aktywnie uczestniczą w społecznych działaniach i akcjach organizacji, które dają im poczucie satysfakcji

i wypełnienia m.in. ekologicznej misji. To dzięki Nim VIVE Group realnie zamyka cyrkularny obieg, przez co zmniejsza się ilość odpadów tekstylnych w otoczeniu. Każdy z pracowników dokłada swoją cegiełkę do tworzenia lepszego jutra. Przechodząc kolejne kroki analizy, trzeba pamiętać o najważniejszym aspekcie, który wyznacza i koordynuje obrany kierunek. Jest nim oczywiście człowiek. To osoby zarządzające firmami wyznaczają poziom odpowiedzialności w działaniach CSR organizacji. To od nich zależy, w jaki sposób poprowadzą firmę i jak dalece będą mogli nazwać ją odpowiedzialną społecznie. Realizacja działań charytatywnych to jeden ze sposobów, w jaki organizacja może korzystnie wpływać na otoczenie – ważne, żeby takie inicjatywy powstawały i były popularyzowane. Działania charytatywne w połączeniu z akcjami CSR mogą zdziałać cuda i trwale zmienić rzeczywistość oraz dobrobyt społeczeństwa. Koniec końców każde, odpowiednio przemyślane zaangażowanie na rzecz interesu społecznego to dobry krok w stronę lepszego jutra. Warto o tym pamiętać budując wizerunek swojej marki.



# Firmy wdrażają strategię ESG, ale nie są gotowe na raportowanie CSRD

**Obszary działania przedsiębiorstw związane z ESG, czyli ochrona środowiska naturalnego, odpowiedzialność społeczna i ład korporacyjny, wpływają dziś na ich zdolność do adaptacji w zmiennych warunkach, przyciąganie talentów, a nawet aspekt ekonomiczny – wycenę spółek. I chociaż wiele organizacji nadal nie traktuje strategii ESG równorzędnie z ogólną strategią firmy, to na rynku obserwujemy transformację modeli biznesowych na zrównoważone.**

Impulsem do zmian są również unijne przepisy, które niebawem wejdą w życie i obejmą obowiązkiem raportowania około 50 tys. firm z całej Europy. Raport edukacyjny Colliers „Twój wpływ ma wpływ” pokazuje, w jakim stopniu polskie organizacje wdrażają inicjatywy związane z ESG oraz w jaki sposób przygotowują się do spełnienia nowych wymogów prawnych.

## ESG w praktyce

Ceny energii, pandemia COVID-19 oraz zmiany klimatyczne i społeczne uświadamiają inwestorom i zarządom, że kwestie ESG (Environment, Social oraz Governance) – czyli w praktyce strategię związane z działalnością, pozyskiwaniem surowców, korzystaniem z zasobów naturalnych oraz dbałością o zdrowe i komfortowe warunki pracy – mogą definiować sukces finansowy firm, a w perspektywie średnio i długookresowej przyczynią się do zmiany charakteru usług i produktów oraz sposobów działalności.

Połowa organizacji, które wzięły udział w ankiecie Colliers, zadeklarowała, że posiada opracowaną strategię ESG, natomiast 25 proc. wskazuje, że planuje przygotować jej projekt w perspektywie najbliższych 12 miesięcy. Podczas tworzenia tego dokumentu 57 proc. przedsiębiorstw kieruje się Celami Zrównoważonego Rozwoju sformułowanymi przez ONZ, a 40 proc. opiera się na wewnętrznych analizach.

– W kontekście definiowania celów i wdrażania strategii ESG duże znaczenie ma jak najszybsze ich zintegrowanie ze strategią biznesową firmy. Nie należy oddzielać ESG od dotychczasowej strategii, ponieważ sprawy ładu korporacyjnego, oddziaływania na środowisko czy też wpływu społecznego są tak samo istotne dla biznesu, jak produkty, usługi, technologie i klienci – przekonuje **Marta Machus-Burek, Senior partner, wiceprezes zarządu Colliers odpowiedzialna za doradztwo strategiczne.**

Tę potrzebę coraz częściej dostrzegają liderzy organizacji.

– Obecnie jesteśmy w momencie przechodzenia z klasycznych

modeli biznesowych na modele zrównoważone. O ile w przypadku tych pierwszych, kwestie społeczne i środowiskowe są traktowane głównie jako elementy marketingowe i wizerunkowe, o tyle w drugich – strategia przedsiębiorstw jest budowana właśnie na bazie pryncypiów ekonomii regeneracyjnej. Potrzeba zmiany tożsamości organizacji, a nie tylko poprawa jej wizerunku, wychodzi na prowadzenie za sprawą czynników społecznych, środowiskowych, prawnych, ale również ekonomicznych – mówi **Andrzej Gutowski, dyrektor ESG w Colliers.**

## Czy przedsiębiorstwa są świadome nadchodzących zmian prawnych?

Do tej pory uczestnicy rynku nie byli w stanie porównać praktyk i wyników poszczególnych organizacji w kwestii ESG ze względu na wielość metodologii i ich wieloaspektowość. Potrzeba spójności i głębokiej rewolucji raportowania ESG to przyczyna wprowadzania przez Unię Europejską nowych zasad.

– Dyrektywa CSRD, czyli Corporate Sustainability Reporting Directive, już niebawem zastąpi dotychczas obowiązującą (NFRD – Non Financial Reporting Directive). Już sama nazwa pokazuje zmianę podejścia regulatora – przeniesienie akcentu z określenia „niefinansowe” na „zrównoważone”. Wydaje się zatem jasne, że kwestie związane z ESG są łączone nie tylko z obszarami niefinansowymi, ale mają olbrzymi wpływ na obszar pieniężny i kondycję spółek – wyjaśnia **Andrzej Gutowski.**

CSRD wprowadzi ponad 150 nowych wskaźników (część opisowych, część liczbowych) oraz konieczność audytów raportów

ESG przez biegłych rewidentów. W praktyce oznacza to, że firmy będą musiały na bieżąco monitorować i publicznie raportować wymagane wskaźniki. Co istotne, dyrektywa obejmie nie tylko duże spółki giełdowe, które będą zobowiązane do przedłożenia raportu w 2025 r., ale również wszystkie duże organizacje (w 2026 r.), a na-



wet małe i średnie przedsiębiorstwa (w 2027 r.). Tymczasem okazuje się, że wśród ankietowanych dużych firm świadomość potrzeb raportowania jest stosunkowo niska – 38 proc. respondentów reprezentujących organizacje zatrudniające więcej niż 250 pracowników nie zna szczegółów raportowania CSRD, którymi będzie objęta już od 2025 r. Dla wszystkich przebadanych organizacji odsetek wzrasta do prawie 50 proc.

– Patrząc na polski rynek, sprośnię tym wymogom pozostaje wyzwaniem dla większości firm. Szacujemy, że obecnie do pakietu nowych regulacji wzmacniających transparentność ESG (CSRD/ESRS, Taksonomia, SFDR, CSDD) przygotowanych jest mniej niż 1 proc. firm. Najczęściej wskazywane przeszkody to brak zrozumienia tematyki w organizacji, brak wiedzy o procesie i metodykach, trudności w zdefiniowaniu struktury odpowiedzialności, a także brak narzędzi i danych – mówi **Anna Kowalewska, partner, Sustainability Risk Advisory, Deloitte.**

## Nowe wskaźniki ESG

### w rzeczywistości polskich firm

Pozyskanie danych, ich agregacja i przygotowanie się do raportowania mogą stanowić wyzwanie dla organizacji, szczególnie jeśli w ich strukturach nie ma osób lub de-

partamentów odpowiedzialnych za strategię i raportowanie ESG. Jednak tylko 37 proc. badanych firm deklaruje, że ma w swoich szeregach specjalistę lub zespół ESG, a 27 proc. planuje zatrudnić taką osobę lub zespół. W pozostałych przedsiębiorstwach tematami zrównoważonego rozwoju zajmują się pracownicy z innych działów, m.in. marketingu, HR, administracji czy departamentów prawnych. Część organizacji korzysta również ze wsparcia zewnętrznych konsultantów.

W ramach CSRD firmy będą zobowiązane do raportowania wskaźników z trzech grup: środowiskowych, społecznych i z obszaru ładu korporacyjnego. Wśród pierwszych można wymienić np. dotyczące emisji gazów cieplarnianych. Duże organizacje w większości już planują kalkulowanie śladu węglowego, a ponad połowa badanych albo już posiada ścieżki i strategię dekarbonizacyjne, albo jest w trakcie ich opracowywania. Najwięcej organizacji w ramach procedur środowiskowych wprowadziło procedury gospodarowania odpadami (42 proc.).

W obszarze społecznym brane pod uwagę będą m.in. kwestie związane z równością płac, godziwym wynagrodzeniem i inkluzywnością. I chociaż plasują się one wysoko na liście priorytetów firm – 30 proc. organizacji wprowadziło politykę wynagrodzeń – to wciąż skupiają się one głównie na kwestiach związanych z BHP (53 proc. badanych) i działaniach edukacyjno-szkoleniowych (47 proc.).

W przypadku ładu korporacyjnego nadchodzące regulacje będą wymagały ujawnień, w tym informacji o kodeksach etyki czy zapobiegania ryzykom konfliktu interesów lub sytuacjom korupcyjnym.

## Nieruchomości

### w zrównoważonych strategiach

Niemal każda organizacja korzysta z zasobów budowlanych – biur, sklepów, magazynów lub budyn-

ków produkcyjnych. Nieruchomości komercyjne odgrywają znaczącą rolę w strategiach ESG przedsiębiorstw – głównie w aspektach środowiskowym i społecznym. W związku z tym coraz więcej organizacji stawia sobie pytania: czy budynki, w których funkcjonujemy, są odporne na zagrożenia klimatyczne, np. fale upałów czy gwałtowne opady? Czy wspierają strategię społeczną?

– Okazuje się, że metody adaptacji obiektów do zmian klimatycznych zaczynają odgrywać ważną rolę w strategiach zrównoważonego rozwoju. W krajach Unii Europejskiej nieruchomości odpowiadają za emisję około 40 proc. gazów cieplarnianych, więc ich efektywność energetyczna to jeden z kluczowych aspektów wpływu na środowisko. Oddziałują również na gospodarkę wodną i odpady. Z kolei odpowiedzialność społeczna najczęściej łączy się z zapewnieniem pracownikom przestrzeni o parametrach korzystnie przekładających się na ich zdrowie i komfort – mam na myśli np. czynniki akustyczne czy jakość powietrza. Istotna jest dostępność przestrzeni dla osób z niepełnosprawnościami lub specyficznymi wymogami. Budynki mogą też wspomagać budowanie kapitału społecznego – podsumowuje **Andrzej Gutowski.**

Główne liczby z raportu:

- 50 proc. przebadanych organizacji deklaruje posiadanie wypracowanej strategii ESG
- Dla 57 proc. organizacji Cele Zrównoważonego Rozwoju są najczęstszą bazą tej strategii
- 37 proc. firm posiada dedykowane działy lub osoby do obszaru ESG
- 47 proc. badanych organizacji deklaruje zespół HR do raportowania ESG zgodnie z Dyrektywą CSRD
- 5 proc. firm monitoruje i liczy ślad węglowy swojego łańcucha dostaw i podwykonawców (Scope3)
- 8 proc. organizacji wprowadziło system wynagradzania kadry kierowniczej z uwagi na osiągnięcie celów ESG



**W ramach CSRD firmy będą zobowiązane do raportowania wskaźników z trzech grup: środowiskowych, społecznych i z obszaru ładu korporacyjnego.**

