

CSR

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

EDYCJA XXXIV

Partnerzy raportu



Kurier365.pl

RAPORT
CSR.PL

W 34. edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność biznesu wyróżnieni zostali:

🏆 **BD Art i jej spółka**
córka BD Art Glass,
za wykorzystywanie
proekologicznych
technologii i służące
ochronie środowiska
naturalnego

🏆 **Fundacja XX. Czartoryskich,**
za upowszechnianie wiedzy
o historii znamienitych
rodów i szerzenie postaw
patriotycznych



Drodzy Czytelnicy

Oddajemy w Wasze ręce 34. numer Raportu CSR, specjalnego dodatku do Gazety Finansowej, stanowiący kompendium wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu.

W tym numerze postanowiliśmy wyróżnić firmę oraz instytucję, które choć różnią się aktywnością, to mają wiele wspólnych cech. Jedną z nich jest patriotyzm.

Pierwszy laureat, to BD Art i jej spółka-córka BD Art Glass, które zostały wyróż-

nione za wykorzystywanie proekologicznych technologii służących ochronie środowiska naturalnego. Jak przekonuje Andrzej Michalski, dyrektor zarządzający spółki, firma jest postrzegana przez klientów i partnerów, przez pryzmat gospodarczego patriotyzmu. Trudno się dziwić, bo oprócz środowiska BD Art dba też o pracowników i lokalne społeczności.

Drugi laureat, to Fundacja XX. Czarotoryskich, którą postanowiliśmy wyróżnić za upo-

wszechnianie wiedzy o historii znamienitych rodów Rzeczypospolitej i szerzenie postaw patriotycznych. Działająca od ponad ćwierćwiecza fundacja dba o ważne aspekty polskiej historii, które budują prestiż naszego kraju za granicą. Warto wiedzieć, że to właśnie rodzina Czarotoryskich otworzyła w 1801 r. pierwsze polskie muzeum.

Szczególnie ciekawy materiał przygotowany przez redaktora naczelną portalu Raport CSR, o zasadach raportowania dzia-

łań CSR, znajdziemy na kolejnych stronach dodatku. Piszemy też o projektach i inicjatywach z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu skierowanych do młodzieży.

W dodatku postanowiliśmy poruszyć ciekawy, ale też odważny temat dotyczący developerów i ich zaangażowania w działania CSR. Okazało się, że wcale nie mieliśmy problemów, żeby znaleźć ciekawe inicjatywy.

W imieniu całej redakcji chcieliśmy też podziękować

naszym partnerom, którzy wspólnie z nami realizują idee społecznej odpowiedzialności biznesu: Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska” oraz portalowi Kurier365.pl.

Szczególne podziękowania należą się jednak Wam drodzy czytelnicy, za to, że jesteście z nami i po raz kolejny mamy przyjemność spotkać się na łamach naszego Raportu CSR.

Redakcja

Stawiamy na ludzi i chcemy być blisko naszych pracowników



– Poczta Polska to firma usługowa, więc jej kapitałem są przede wszystkim pracownicy, o których staramy się dbać jak najlepiej – mówi Agnieszka Grzegorzczak, dyrektor zarządzająca pionem kapitału ludzkiego w Poczcie Polskiej, w rozmowie z Raportem CSR.

Praca na poczcie zazwyczaj kojarzy się z roznoszeniem listów, ale praca listonosza to dziś mały ułamek działalności poczty? Jakie rodzaje prac są wykonywane na poczcie?

Idąc naprzeciw wymogom klientów, Poczta Polska rozszerzyła wachlarz usług umożliwiających załatwienie wielu spraw w tym samym czasie i w jednym miejscu. Dlatego też oprócz usług pocztowych – listów i paczek – najważniejszych obszarów działalności Poczty Polskiej, oferujemy także usługi bankowo – ubezpieczeniowe, świadczone m.in. za pośrednictwem spółek z Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej (Bank Poczty i Pocztove Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych), logistyczne i handlowe. Rozwijamy także obszar usług cyfrowych (neoznaczk, neolist, neokartka), realizowanych poprzez platformę internetową – Envelo. Działalność rozszerzyliśmy również o ochronę mienia i gotówki. Świadczymy także usługi hotelowe w naszych ośrodkach wypoczynkowych, dostępnych nie tylko dla pracowników firmy. Zakres działalności Poczty Polskiej jest bardzo szeroki, a kojarzenie jej wyłącznie z usługami pocztowymi zdecydowanie nie odzwierciedla rzeczywistości.

W ostatnim czasie Poczta Polska, przy współpracy z Ministerstwem Sprawiedliwości, zaczęła zatrudniać również więźniów. Skąd taki pomysł?

Decyzję o zatrudnianiu osadzonych, wynikającą z realizacji rządowego programu „Praca dla więźniów”, pod-

jęliśmy z pobudek społecznych i ekonomicznych. W związku z rozwojem rynku usług logistycznych, firmy z naszej branży ciągle borykają się z deficytem pracowników. W Poczcie Polskiej największy problem dotyczył zatrudnienia odpowiedniej liczby pracowników do fizycznej pracy przy przeładunkach. Dlatego też podjęcie współpracy z więźniami stanowiło uzupełnienie wolnych wakatów przy najcięższych pracach fizycznych. Z drugiej strony, wykluczonym społecznie, jakimi niewątpliwie są skazani, dajemy szansę, na kontakt ze światem zewnętrznym, zdobycie doświadczeń zawodowych i kwalifikacji, spłatę zobowiązań finansowych oraz łatwiejszy powrót do życia na wolności po odbyciu kary.

Jak ocenia Pani dotychczasową pracę więźniów, czy rzeczywiście możemy mówić o resocjalizacji? Czy ich praca jest efektywna, na czym polega?

Osadzeni zajmują się rozładunkiem i załadunkiem samochodów ciężarowych oraz sortowaniem przesyłek gabarytowych i ponadgabarytowych (niestandardowych). To ciężka fizyczna praca, której mało kto chce się podjąć. Praca osób wykonujących te czynności jest bardzo istotna, ponieważ pozwala m.in. terminowo realizować usługi. Współpracę ze Służbą Więzienną rozpoczęliśmy od pilotażu w sortowni we Wrocławiu, który przeprowadziliśmy w szczycie świątecznym. Oceniliśmy go bardzo pozytywnie dlatego zobowiązaliśmy się do zatrudnienia 500 osadzonych

do pracy w większości naszych sortowni. Więźniowie, którzy u nas pracują, to osoby które zostały skazane za drobne przewinienia, więc oczekiwania wobec ich resocjalizacji są inne niż w przypadku osób, które mają wysokie kary za poważne naruszenie prawa i przestępstwa. Aby ocenić jej rezultat możemy jedynie powołać się na informacje, które uzyskaliśmy od Służby Więziennej. Niemniej jednak można stwierdzić, że osadzeni chcą pracować i wykonują swoje zadania rzetelnie. Niestosowanie się do wynikających ze współpracy zasad, powoduje ryzyko m.in. utraty szansy na zwolnienie warunkowe za dobre sprawowanie, czy przebywanie w celi niemal 24 godz. na dobę. Pracując, odpłatnie i poza murami więzienia, skazani zyskują namiastkę życia na wolności, która jest przecież bardzo istotną wartością w życiu człowieka. Część z osadzonych po zakończeniu kary prosi o zaświadczenia o tym, że u nas pracowali – chcą pracować i mieć dowód na to, że byli aktywni zawodowo, także w więzieniu.

Co na to pozostali pracownicy? Czy buntują się i nie chcą pracować z więźniami, czy wręcz przeciwnie, przekonują się do nich?

Przed podjęciem decyzji o zatrudnianiu skazanych mieliśmy wiele wątpliwości, dotyczących nie tylko zagwarantowania bezpieczeństwa przesyłek, ale także pracowników. W kwestii przesyłek postawiliśmy na monitorowanie i nadzór pracy, w obszarze współpracy z innymi pracownikami – na dobrą komunikację, rozwiewając obawy i łamiąc stereotypy. Po kilku miesiącach można stwierdzić, że współpraca z osadzonymi oceniana jest dobrze. Są to opinie osób nadzorujących pracę skazanych i współpra-

cowników. Obawy, często wynikają z niewiedzy i braku doświadczeń i nie dotyczy to tylko współpracy z więźniami.

Jakie działania CSR Poczta Polska prowadzi wobec pracowników?

Poczta Polska to firma usługowa, więc jej kapitałem są przede wszystkim pracownicy, o których staramy się dbać jak najlepiej. Przede wszystkim oferujemy stabilną i bezpieczną pracę – umowa o pracę, terminowo wypłacane wynagrodzenie zasadnicze i premie za jakość pracy i realizację zadań. Pracownicy objęci są pakietem socjalnym – mogą skorzystać z dofinansowania do nauki, wypoczynku i aktywności fizycznej. Oferujemy karty MultiSport, wspieramy biegaczy, żeglarzy, kajakarzy, szachistów, miłośników gry w piłkę i wędrówek po górach. Pracownicy mogą korzystać z rabatów i zniżek na produkty naszych partnerów biznesowych. Mają też możliwość dołączenia do ubezpieczeń grupowych i opieki zdrowotnej na preferencyjnych warunkach. Od kilkunastu lat organizujemy wewnętrzne konkursy zawodowe z bardzo atrakcyjnymi nagrodami finansowymi oraz wspieramy rozwój pracowników, poprzez umożliwianie im udziału w szkoleniach, czy rekrutacjach wewnętrznych. Dbamy o work life balance. Na niektórych stanowiskach możliwa jest też praca zmianowa, ale w przypadku większości z nich, Poczta Polska oferuje wolne weekendy i wieczory. Tych, którzy znajdują się w trudnej sytuacji życiowej – ze względów losowych, czy zdrowotnych – wspomaga nasza Fundacja Pocztove Dar. Chętnie wspieramy także oddolne, nawet najmniejsze inicjatywy. Stawiamy na ludzi i chcemy być blisko naszych pracowników.

Poczta Polska jest największym pracodawcą w Polsce, obecnie zatrudnia prawie 80 tys. osób. Czy trudno zarządzać się tak dużym personelem?

Dobre zarządzanie, to wyzwanie nie tylko w tak dużej firmie jak Poczta Polska. U nas jest ono jednak tym większe, że działamy na bardzo dużą skalę. Zadania jakie wykonują nasi pracownicy są bardzo zróżnicowane, co przekłada się na zatrudnianiu osób w różnym wieku, o różnorodnych kompetencjach, umiejętnościach i poziomie doświadczenia zawodowego. Pocztovcy – tak mówią o sobie nasi pracownicy – to w dużej mierze osoby, które firmę traktują jak rodzinę, której problemy i radości, są dla nich naprawdę ważne. Nie ma już etosu pracy pocztowca, o jakim mówią historycy i najstarsi pracownicy, ale nie jest to także typowo korporacyjne miejsce pracy. Sukces zarządzania tak dużą spółką opiera się przede wszystkim na odpowiednim dopasowaniu załozdze, umiejętnym delegowaniu zadań i realizacji wyznaczonych celów dążących przede wszystkim do zapewnienia dobrych warunków pracy i możliwości rozwoju pracowników, którzy w Poczcie Polskiej są najważniejszym kapitałem.

BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

22–28 września 2017 r.

➔ **BD ART I JEJ SPÓŁKĘ CÓRKĘ BD ART GLASS WYRÓŻNIONO W XXXIV EDYCJI RAPORTU SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU ZA WYKORZYSTYWANIE PROEKOLOGICZNYCH TECHNOLOGII I SŁUŻĄCE OCHRONIE ŚRODOWISKA NATURALNEGO.**

PRZEMYSŁ NASTAWIONY NA EKOLOGIĘ

BD Art i jej spółka córka BD Art Glass zajmują się produkcją ramek, luster, a niedługo, dzięki hucie szkła w Leszkowicach, również i szkła. W swojej 20-letniej historii firma stawiała na ekologiczne metody produkcji, które dziś procentują.

Przemysław **Gruz**

Przedstawiciele BD Art, aby pozyskać technologię i know-how, która pozwoli zbudować jedną z bardziej ekologicznych hut szkła w Europie, udali się aż do Chin.

Inwestycja realizowana w Leszkowicach na Lubelszczyźnie ma dać pracę ponad 800 osobom przy równoczesnym zachowaniu dobrego stanu środowiska naturalnego.

Wartość inwestycji w hutę szkła szacowana jest na 400 mln zł, a czas jej realizacji to około trzy lata. Huta po-

wstanie na 38 ha gruntu. Na terenach inwestycji znajdują się również złoża piasku, który będzie wykorzystany w procesie produkcyjnym. Złoża surowca wystarczą na 35 lat eksploatacji, tymczasem już teraz na polskim i światowym rynku popyt na szkło ciągle rośnie. Obecnie rynek polski obsługiwany jest głównie przez import z Azji i Białorusi. Od 2020 r. Unia Europejska jako normę wprowadzi okna o czterech szybach, co jedynie zwiększy zapotrzebowanie na surowiec. Huta w Leszkowicach będzie posiadać dwie linie produkcyjne. Pierwsza wytwarzać będzie



szkło w ilości 600 t dziennie, druga – planowana do realizacji nieco później – aż 1000 t. W hucie znajdzie się także linia pokrywania szkła powłokami izolacyjnymi. Pozwoli to produkować ok. 18 mln mkw szkła w skali roku. W Leszkowicach powstanie też ośrodek badawczo-rozwojowy, który

zajmie się wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań.

Obecnie BD Art zajmuje się produkcją ram i luster, a klientami spółki są m.in. IKEA, Tesco i Obi. W tym momencie przy produkcji zatrudnionych jest ok. 250 osób. Firma eksportuje swoje produkty również do Francji,

Niemiec, Wielkiej Brytanii, Rosji i USA. BD Art stawia na nowoczesne, perspektywiczne rozwiązania technologiczne, więc dysponuje w pełni zautomatyzowaną linią do produkcji luster. Wszystkie materiały używane w procesie produkcyjnym są ekologiczne oraz certyfikowane.



Jesteśmy lokalnymi patriotami

Rozmowa z Andrzejem Michalskim, dyrektorem zarządzającym BD Art.

Obecnie pracujecie Państwo nad otwarciem huty szkła w Leszkowicach. Jaka technologia produkcji zostanie w niej zastosowana? Jaki ma ona wpływ, na środowisko naturalne?

Zastosowana w hucie technologia, to kontynuacja naszej tradycji stosowania rozwiązań ekologicznych. W naszych planach stłuczka i pyły, które powstają w trakcie produkcji powrócą do procesu produkcyjnego. Tym sposobem huta będzie praktycznie bezodpadowa i prawie wszystkie uboczne skutki produkcji zostaną przetworzone na nasze potrzeby. Dodatkowo będziemy oczyszczać spaliny, produkowane przez hutę, a uzyskane w ten sposób składniki posłużą jako półprodukty do tworzenia nawozów azotowych. Huta nie będzie musiała składować części tych odpadów. W okresie zimowym liczymy na oszczędności wynikające z zamknięcia procesu produkcyjnego w taki sposób, że zimą sama produkcja szkła ogrzeje cały obieg. Dodajmy do tego zamknięcie obiegu wody, co zminimalizuje zapotrzebowanie i jest kolejnym krokiem w naszym wkładzie w ochronę środowiska. Mogę śmiało powiedzieć, że nowa huta będzie jednym z najnowocześniejszych i najbardziej ekologicznych tego typu obiektów w Europie i na świecie.

Co było główną przyczyną wybrania ekologicznej ścieżki rozwoju?

Jesteśmy patriotami lokalnymi – to nie przypadek, że zdecydowaliśmy inwestować się właśnie w rejonach nam bliskich. Kochamy Lubelszczy-

znę i oprócz jej rozwoju gospodarczego zależy nam też na zachowaniu niesamowitej natury, która występuje na tym obszarze. To przepiękne krajobrazy, o które należy dbać. Dodajmy do tego, że ekologia się opłaca. Wspomniane rozwiązania z huty, to koszt najnowocześniejszych technologii, ale również zysk podczas samego procesu produkcyjnego.

Jak klienci reagują na państwa metody produkcji? Czy ekologiczność „dobrze się sprzedaje” i jest wartością dodatkową produktu?

Pozytywne relacje z kontrahentami i klientami są zdecydowanie ułatwione przez ekologiczne podejście. Odbiorcy naszych produktów są coraz bardziej świadomi potrzeby ochrony środowiska i traktują nasze podejście jako bardzo silny USP (*unique selling point*) – oferujemy coś innego niż inne firmy, a w przypadku dużych kontraktów, np. z IKEA, to ważne. Szwedzi słyną z swojego pozytywnego podejścia do środowiska i dlatego wolą nasze produkty od masowej produkcji, która niszczy środowisko. Mówimy o przemyśle, który z definicji nie jest przyjazny naturze. My próbujemy zmienić tę definicję i pokazujemy, że można tworzyć produkt wysokiej jakości, na dużą skalę, równocześnie nie obciążając przyrody.

Huta to jedna z większych inwestycji na ścianie wschodniej. Dlaczego zdecydowaliście się Państwo na tę lokalizację? Jak ważny był tu patriotyzm lokalny i chęć rozwoju regionu?

Jak wspominałem, kochamy ten region i chcemy o niego dbać. Ta troska to nie tylko podejście do środowiska naturalnego, lecz także do ludzi. Chcielibyśmy, by w przyszłości zniknęły podziały na Polskę A i B, a inwestycje i dokapitalizowanie tych terenów to najlepsza metoda. Już teraz zatrudniamy ok. 250 pracowników, a w hucie, kopalni i usługach na ich potrzeby szacujemy, że pracę znajdzie dodatkowo ok. 800 pracowników. To bardzo dużo, biorąc pod uwagę, że w powiecie lubartowskim jest ponad 4 tys. osób bez pracy. To wielka szansa dla tych ludzi, a stworzone przez nas miejsca pracy mogą być impulsem do rozwoju innych przedsięwzięć. Nie mówimy tylko o dodatkowych inwestycjach przemysłowych, które możemy zainspirować, ale też o rozwoju lokalnego rynku wraz z poprawą ogólnych warunków w regionie. To klasyczny przykład z ekonomii, gdy inwestycja w podaż stymuluje popyt i zwiększa dobrobyt.

Czy współpraca z IKEA wymaga od Państwa prowadzenia programów ekologicznych i pracowniczych? Na czym one polegają?

IKEA to marka kreująca trend odpowiedzialnego biznesu. W wyniku tej polityki troszczy się ona nie tylko o środowisko naturalne, lecz także o dobre traktowanie pracowników. By być dostawcą tej firmy, musimy spełniać normy zanieczyszczeń powietrza, zanieczyszczeń akustycznych, wody czy gleby. IKEA

wymaga od nas ciągłego doskonalenia procesu produkcyjnego.

Standardy dotyczą też naszych pracowników. Ich miejsca pracy muszą być odpowiednio wyposażone i spełniać zasady ergonomii i komfortu pracy oraz BHP. Proces rekrutacyjny i forma zatrudnienia również są kontrolowane przez naszego klienta. Wszystko odbywa się w atmosferze pełnej transparentności i w pewnym sensie wymagane jest od nas więcej niż wynika z obowiązującego w Polsce prawa. Takie podejście się opłaca, nie tylko ze względu na klienta, lecz także z powodu zwykłej uczciwości wobec pracowników. Widzimy, że przejrzysta polityka kadrowa i dobre warunki pracy wpływają na jakość i efektywność produkcji,

Jak ocenia Pan szanse rozwoju ściany wschodniej i jak zachęciłby Pan innych inwestorów do działania w tym regionie?

Może nie każdy inwestor tak dba o swój region jak my, więc powiem w sposób, który przemówi do zmysłu biznesowego. Inwestycje na wschodzie po prostu się opłacają. Wszystko wskazuje, że ten region będzie się rozwijał, plany rządu wskazują na kierunek reindustrializacji Lubelszczyzny i ogólnie: ściany wschodniej. Najlepiej rozpocząć pracę teraz, a następnie czerpać korzyści z ogólnego rozwoju regionu, którego spodziewamy się w przyszłości. Jesteśmy jednym z pierwszych tak dużych inwestorów na tych terenach, ale jestem pewien, że po nas będą następni. Warto być już na miejscu, nim rozpocznie się nasza wschodnia „gorączka złota”.

Czym, pod względem ekologii, Państwa metody produkcji wyróżniają się na tle konkurencji?

W wyniku spalania paliw kopalnych powstają tlenki siarki i tlenki azotu. Klasyczna metoda oczyszczania gazów spalinowych zwykle generuje odpady składowane w środowisku naturalnym, na przykład mokra metoda odsiarczania powoduje powstawanie dużych ilości gipsu. W naszym procesie wykorzystujemy gaz ziemny i wraz z Instytutem Chemii i Techniki Jądrowej, eliminujemy te szkodliwe związki. Niekatalityczna metoda oczyszczania spalin z zastosowaniem akceleratora umożliwia usunięcie szkodliwych tlenków siarki i azotu, a w procesie uzyskiwany jest półprodukt, który potem jest wykorzystywany w produkcji nawozów rolniczych.

Równocześnie w procesie produkcyjnym wykorzystywane są duże ilości energii – temperatura spalin osiąga nawet 500 st. C. My postanowiliśmy odzyskać część tej energii. Dzięki zastosowanej technologii możemy ogrzać zakład – zarówno pomieszczenia biurowe i produkcyjne, jak i hale magazynowane. Pozostała nadwyżka energetyczna jest przekształcana w elektryczność, która ponownie pomaga przy produkcji. Dzięki temu przyczyniamy się do ochrony środowiska naturalnego.

➔ FUNDACJA XX. CZARTORYSKICH WYRÓŻNIONA W XXXIV EDYCJI RAPORTU SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU ZA UPOWSZECHNIANIE WIEDZY O HISTORII ZNAMIENTNYCH RODÓW I SZERZENIE POSTAW PATRIOTYCZNYCH.

FUNDACJA XX. CZARTORYSKICH PROPAGUJE TRADYCJĘ I PATRIOTYZM

Fundacja XX. Czartoryskich wspiera projekty o charakterze kulturalnym i historycznym, uczących postaw patriotycznych, humanistycznych i prospołecznych, a także upowszechnia wiedzę o historii rodziny Czartoryskich i rodzin spokrewnionych.

Dariusz **Kotara**

W roku 1991 powołana została do życia Fundacja Książąt Czartoryskich przy Muzeum Narodowym Krakowie. Założycielem Fundacji był Książę Adam Karol Czartoryski, który po zmianie ustrojowej w Polsce w roku 1989 odzyskując tytuł własności do zbiorów rodziny Czartoryskich złożył następującą deklarację: „(...) zawsze miałem silne poczucie rodzinnych korzeni polskich oraz polskiej tradycji. Fundacja, którą założyłem, ma zgodnie ze szczytnym hasłem puławskim utrzymywać w pamięci przeszłość, służyć bieżącym potrzebom społeczeństwa i kierować się ku przyszłości”.. Wcześniej, po II wojnie światowej, Muzeum Książąt Czartoryskich dostało się w ręce komunistycznych

władz. 29 grudnia 2016 r. Rząd Polski zawarł z Księciem Adamem Karolem Czartoryskim, prezydentem Fundacji Książąt Czartoryskich, transakcję na mocy której wspaniałe zbiory sztuki, archiwum i biblioteka wraz z muzealnymi budynkami przeszły na własność Państwa Polskiego. Spełniona została w ten sposób wola księżnej Izabeli Czartoryskiej. Zbiory Czartoryskich już oficjalnie należą do Muzeum Narodowego w Krakowie. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego podpisało stosowną umowę z Muzeum.

Historia zbiorów Czartoryskich sięga końca XVIII wieku. Wtedy dramatyczne losy Polski; dwa rozbiory, stłumiona insurekcja kościuszkowska, wreszcie rozbiór trzeci w roku 1795, wykreślający Polskę z mapy Europy, przekreśliły szla-



Książę Adam Karol Czartoryski – założyciel fundacji



Maciej Radziwiłł - Prezes Fundacji

chetne marzenia oświeceniowych głów o nowoczesnej Polsce, także tej posiadającej swoje polskie muzeum. I kiedy wydawało się, że nic już w tej sprawie zrobić nie można przystąpiła do działania księżna Izabela Czartoryska. W Puławach księżna zaczęła gromadzić pamiątki rodzinne Sieniawskich, Lubomirskich i Czartoryskich. Znalazły się tu też pamiątki po wielkich Polakach, np. po księciu Józefie Poniatowskim i Tadeuszu Kościuszcze oraz umieszczone w specjalnych urnach relikwie króla Bolesława Chrobrego, Jana Kochanowskiego i Mikołaja Kopernika, które miały przypominać po rozbiorach Polski pełną chwałę przeszłość narodową. Świątynię Sybilli – budynek wzorowany na rzymskiej świątyni w Tybur, otworzyła w roku 1801, było to pierwsze polskie muzeum.

„Ojczyzno! Nie mogłam cię obronić, niech cię przynajmniej uwiecznię” – wspominała później myśli, które nią wówczas kierowały przy tworzeniu tego narodowego panteonu. Od samego początku swojego istnienia, zgodnie z wolą księżnej Izabeli, muzeum miało charakter narodowy. Miało zachować dla przyszłych pokoleń skarby kultury i sztuki. Dowodem na to jest napis na nad wejściem – „Przeszłość Przyszłości”. Po wielu latach tułaczki, m.in. po Francji, zbiory trafiły ostatecznie do zaboru austriackiego, gdzie rodzina Czartoryskich posiadała swój majątek. W ten sposób Muzeum Książąt Czartoryskich znalazło swoje miejsce w Krakowie. Po podpisaniu umowy na mocy której kolekcja wraz z obrazem da Vinci i krakowskimi nieruchomościami stały się państwowe, Fundacja XX. Czartoryskich kontynuuje misję zapoczątkowaną przez Izabelę Czartoryską i dba o zachowanie tradycji i pamięci o patriotycznych postawach Polaków. Nowym prezesem zarządu fundacji został Maciej Radziwiłł.

– Fundacja upowszechnia historię rodziny Czartoryskich i rodzin spokrewnionych. Dzięki środkom uzyskanym ze sprzedaży kolekcji, fundacja będzie mogła promować



Izabela Czartoryska

przedsięwzięcia związane z oświatą, wychowaniem, kulturą i sztuką, a także upowszechniać ochronę dziedzictwa kulturowego w Polsce i za granicą. W planach jest także wsparcie dla projektów o charakterze kulturalnym i historycznym, uczących postaw patriotycznych, humanistycznych i prospołecznych – mówi Maciej Radziwiłł, Prezes Zarządu Fundacji XX. Czartoryskich.

Obecnie Fundacja współpracuje z mediami w całej Polsce upowszechniając wiedzę o sławnych przodkach rodziny Czartoryskich i rodzin spokrewnionych. Dzięki jej działaniom do szerokiej rzeszy czytelników ogólnopolskich gazet dotarły informacje o patriotycznych postawach przedstawicieli ich rodziny, które do tej pory można było tylko znaleźć w specjalistycznych książkach. Historie Witolda Czartoryskiego, twórcy wielkiego

księgozbioru z Honfleur, Izabeli Lubomirskiej, uznawanej za pierwszą polską businesswoman czy Marii z Czartoryskich Wirtemberskiej pozwoliły czytelnikom dowiedzieć się wiele ciekawych i pasjonujących faktów z życia arystokracji. Dzięki działaniom Fundacji ukazała się też ciekawa historia Zamku w Nieświeżu i związanej z nim rodziny Radziwiłłów. Tyczy się to też historii powstania zbiorów Czartoryskich i ich słynnej biblioteki.

Fundacja XX. Czartoryskich szerzy także wiedzę o cennych zabytkach, dawnych dworach i zaniedbanych posiadłościach, które są odkupowane i odnawiane przez spadkobierców rodzin w celu ochrony dziedzictwa kulturowego Polski. W przyszłości planuje także wsparcie projektów o charakterze kulturalnym i historycznym, uczących postaw patriotycznych, humanistycznych i prospołecznych.



Świątynia Sybilli w Puławach

BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

22–28 września 2017 r.

RAPORTOWANIE CSR
– OBOWIĄZKOWA SZANSA

Obowiązek raportowania danych pozafinansowych wprowadziła dyrektywa unijna przyjęta we wrześniu 2014 r. W Polsce wdrożenie tej dyrektywy nastąpiło w styczniu 2017 r. Na tej podstawie największe firmy (zatrudniające powyżej 500 osób i mające sumę bilansową powyżej 20 mln euro lub przychody netto powyżej 40 mln euro) będą musiały w rocznych raportach zamieszczać szczegółowe informacje i opisy polityki firmy m.in. z zakresu: przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, wpływu na środowisko naturalne, poszanowania praw człowieka, warunków pracy i wpływu na lokalną społeczność. Obowiązek raportowania ma dotyczyć także łańcuchów dostaw i podwykonawców.



Natalia Witkowska

redaktor naczelna portalu RaportCSR.pl

Szacuje się, że tym obowiązkiem objętych będzie ok. 300 firm. Tymczasem do tegorocznej edycji Konkursu Raporty Społeczne zgłoszone zostały 44 raporty CSR. Ponieważ zgłoszenie raportu jest bezpłatne można sądzić, że znaczna część firm objętych obowiązkiem będzie prezentować dane pozafinansowe po raz pierwszy. Czy wprowadzony obowiązek okaże się dla nich kolejnym utrudnieniem? A może wręcz przeciwnie: stanie się szansą na podwyższenie walorów firmy? Z obserwacji rynku wynika

że zdecydowanie to drugie, gdyż właściwie wykonany raport znacząco poprawi wiele procesów w firmie i podniesie jej wartość w oczach potencjalnych inwestorów. Przyczyni się do wzrostu transparentności organizacji, wzmocnienia procesy zarządzania i komunikację. Sam proces tworzenia raportu może zaś poprawić dialog z interesariuszami.

Raportowanie danych pozafinansowych może oczywiście wiązać się z dodatkowymi kosztami dla firmy, szczególnie przy pierwszej edycji. Jednak angażując współpracowników można uniknąć znaczących wydatków. Tym bardziej, że naj-

bardziej

OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych, 10 Zasad ONZ Global Compact, Wytyczne ONZ dot. biznesu i praw człowieka. Firmy mające doświadczenie w przygotowywaniu raportów CSR idą o krok dalej i przedstawiają tzw. raporty zintegrowane. Nie ograniczają się one jedynie do pokazania informacji, ale łączą dane finansowe i niefinansowe, pokazując zależności pomiędzy nimi.

W dzisiejszych czasach wartość firmy



o k r e - ślają przede wszystkim jej zasoby niematerialne. Odpowiedzialne miejsce w społeczności i środowisku to istotna wartość niematerialna, której umiejętne opisanie i właściwe zidentyfikowanie dla poszczególnych grup interesariuszy staje się kluczowe dla pozycji firmy na rynku. W tym kontekście obowiązek raportowania danych pozafinansowych to szansa i nowe możliwości.

➔ **DEPESZE CSR**
www.raportcsr.pl

➔ **MAŁA POMOC, WIELKA RADOŚĆ**

2 czerwca 2017 r.

Procter & Gamble oraz Carrefour Polska połączyły siły, aby we współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem poprawić sytuację życiową dzieci z najuboższych rodzin w Polsce. W ramach rozpoczętej kampanii „Mała pomoc, wielka radość” jednej procent ze sprzedaży produktów P&G, takich jak m.in. Pampers, Ariel czy Gillette, zakupionych w sklepach Carrefour w całej Polsce, przeznaczony zostanie na najbardziej potrzebne rzeczy dla podopiecznych PCK. Według ekspertów brak podstawowych rzeczy w domu niekorzystnie wpływa na rozwój i dorastanie dzieci.



➔ **RICOH WYŁĄCZYŁO WSZYSTKIE BILLBOARDY I NEONY**

5 czerwca 2017 r.

Tradycyjnie od ponad 10 lat, czerwiec to w grupie Ricoh miesiąc, w którym firma prowadzi intensywne działania na rzecz środowiska. W ramach „Ricoh Global Eco Action Month” odbyły się serie warsztatów, prelekcji oraz akcji specjalnych związanych z odpowiedzialnym korzystaniem z zasobów naturalnych. Wszystkie te wydarzenia miały na celu zwiększenie świadomości ekologicznej i aktywne zaangażowanie w działania mające na celu ochronę środowiska.



Reklama

RAPORT CSR.PL

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI
AKTUALNOŚCI AKCJE EKSPERCI

DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

WHIRLPOOL STAJE W OBRONIE LASÓW DESZCZOWYCH AMAZONII
5 czerwca 2017 r.

Ochrona 10 000 mkw lasów deszczowych Amazonii na obszarze Silves, w brazylijskim mezo-regionie Amazonas, przez okres pięciu kolejnych lat – to cel, który Whirlpool EMEA (Europa, Bliski Wschód oraz Afryka) postawił sobie w ramach programu „Stand Up Forests”, będącego częścią projektu „LifeGate”. Niniejsza inicjatywa jest częścią programu „LifeGate Trees”, który koncentruje określoną liczbę projektów związanych z naturalnym środowiskiem, których celem jest zagwarantowanie troski o bogate zasoby naturalne Ziemi, jak również różnorodność biologiczną dla przyszłych pokoleń.



ZDJEŃCIA STREET VIEW POKAŻĄ PIĘKNO WISŁY

9 czerwca 2017 r.

Rok 2017 został ogłoszony na mocy Uchwały Sejmu: Rokiem Rzeki Wisły, dlatego właśnie w ostatnich miesiącach o Królowej Polskich Rzek mówi się coraz głośniejszym głosem. Koryto rzeki Wisły obejmują łącznie 54 obszary chronione: 22 obszary Natura 2000, 18 rezerwatów, 5 parków krajobrazowych, 5 obszarów chronionego krajobrazu, 1 zespół przyrodniczo-krajobrazowy, 3 użytki ekologiczne. WWF fotografując wybrane przez miłośników Wisły najpiękniejsze odcinki rzeki, chce dać możliwość jej obejrzenia ludziom na całym świecie.



Projekty CSR skierowane do młodzieży

Chcielibyśmy, aby inicjatywa CSR YOUTH stała się projektem długofalowym, międzynarodową platformą wymiany doświadczeń i skutecznym narzędziem zachęcającym do tworzenia wartościowych inicjatyw i wspierania projektów CSR zorientowanych na młodzież. Efektywne wsparcia, przede wszystkim w dziedzinie edukacji i rynku pracy, dzięki przemyślanym strategiom CSR przyczyni się do wzrostu gospodarczego – podkreśla Katarzyna Łuczak z CSR YOUTH.

Katarzyna Łuczak

Pierwszym wydarzeniem w ramach CSR YOUTH będzie międzynarodowa konferencja, która odbędzie się 11 października w Warszawie.

Konferencja: Młodzież w strategiach CSR

Organizatorem konferencji jest Fundacja Autokreacja, którą dotychczasowe doświadczenie w pracy z młodymi ludźmi utwierdziło w przekonaniu, że są to osoby przedsiębiorcze i kreatywne, które jednak nie mają wystarczającej wiedzy lub możliwości do realizacji swojego pomysłu, implementowania projektu, znalezienia wymarzonej pracy, czy też założenia start-upu. Dlatego grupą docelową wydarzenia są przedstawiciele przedsiębiorstw, które w swoich

strategiach uwzględniają młodych ludzi oraz organizacje non-profit, które mają bezpośredni kontakt z młodzieżą i ich potrzebami.

CSR jako narzędzie wspomaganie i angażowania młodzieży

Przedsiębiorstwa realizujące strategię społecznej odpowiedzialności biznesu uwzględniają relacje z wieloma grupami interesariuszy. Wśród tych grup często wymieniana jest młodzież. To ta grupa, o której w ostatnich latach jest głośno i z której zdaniem liczą się nawet największe korporacje. To nie tylko potencjalni klienci, ale i pracownicy, a czasem nawet właściciele konkurencyjnych firm. Motywowanie młodych ludzi do uczestnictwa w życiu społecznym jest też jednym z zadań, jakie stoją przed UE.



Czy warto realizować projekty CSR zorientowane na młodzież?

Zgodnie z badaniem „Młodzi konsumenci o CSR” badania przeprowadzonego przez Gemius SA i FOB), zaledwie 16 proc. badanych zetknęło się z pojęciem CSR. Zdecydowana większość osób w wieku 18–25 lat nigdy nie miała styczności z Corporate Social Responsibility. Czy zatem warto realizować takie projekty skoro i tak nie zostaną docenione przez grupę docelową? Czy aby zrozumieć ideę trzeba znać jej teoretyczną definicję?

Uniwersalność problemów w projektach CSR

Pewne problemy, takie jak bezrobocie m.in. związane z niskim poziomem edukacji i wynikająca z braku pracy bieda, mają charakter globalny i uniwersalny. Niwelowanie tych problemów począwszy od najmłodszych to wyzwanie, a jednocześnie szansa dla firm, aby zająć się kluczowymi kwestiami, przed jakimi stoją dzisiaj młodzi ludzie, a pośrednio i społeczeństwo. Fundusze publiczne i wsparcie rządowe są niewystarczające, nie tylko pod względem zapewnienia środków finansowych, ale również pod względem dotarcia do właściwych odbiorców. To odpowiedni moment dla organizacji pozarządowych, przedsiębiorców i filantropów, zmierzających do tego, aby młodzież była zaangażowana, zatrudniana i włączana w tworzenie zrównoważonej gospodarki. Z drugiej strony wyzwaniem jest brak zainteresowania zagadnieniem przedstawicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). Dotarcie z kompleksową informacją umożliwi pokazanie korzyści płynących ze stosowania zasad odpowiedzialności społecznej nie tylko dla samego przedsiębiorstwa, ale i także jego najbliższego otoczenia, w tym młodzieży. Inicjatywa CSR – YOUTH ma zachęcać do podejmowania tych działań.



Reklama

Kurier365.pl

Miejsca warte Twojego czasu

Nasza Europa

BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

22–28 września 2017 r.

Kolejna książka dla dzieci od Biedronki już wkrótce w sprzedaży

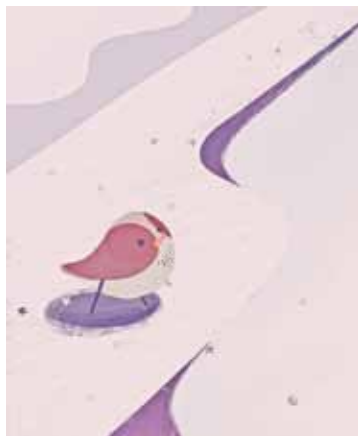
Popularna sieć dyskontów wyłoniła zwycięzcę drugiego etapu konkursu „Piórko 2017. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci”. Laureatką została Maria Giemza. Jej prace zobrazują tekst o strachu na wróble autorstwa zwycięzcy pierwszego etapu konkursu, Grzegorza Majchrowskiego. Zwyciężczyni otrzymała nagrodę w wysokości 100 tys. zł.

Anna Krawczyk

Maria Giemza swoją przygodę z ilustracją zaczęła zaledwie rok temu. Ukończyła studia architektoniczne, po których postanowiła skupić się na swojej pasji, czyli grafice komputerowej. O konkursie Piórko dowiedziała się od brata, który informacje na jego temat znalazł w internecie. Urzeczona magiczną i wciągającą opowieścią o strachu na wróble bez

wahania zdecydowała się wziąć udział w konkursie.

Do konkursu przesała 5 ilustracji oraz propozycję grafiki na okładkę książki. W ocenie jury tworząc swoje prace, wykazała się dużą wrażliwością artystyczną i umiejętnością osiągnięcia odpowiedniego nastroju przy użyciu minimum środków. Dodatkowo jej prace z szacunkiem traktują młodego odbiorcę, jego inteligencję oraz wyczucie smaku i przygotowują go do odbioru sztuki.



Nadesłane do konkursu prace oceniała kapituła złożona z przedstawicieli świata sztuki, którzy od lat zajmują się ilustracją dla dzieci. Wśród nich znalazł się m.in. Bohdan



Butenko – wybitny ilustrator książek, laureat wielu nagród polskich i zagranicznych.

Książka dla dzieci autorstwa Grzegorza Majchrowskiego wraz z ilustracjami Marii Giemzy zostanie opublikowana w nakładzie 45 tys. egzemplarzy. Pod koniec listopada br. trafi do sprzedaży w sklepach Biedronka w całym kraju.

Przypomnijmy, sieć Biedronka organizuje konkurs Piórko od 2015 r. Ma on na celu promocję czytelnictwa wśród najmłodszych, a także wsparcie debiutujących autorów i ilustratorów. Konkurs przebiega w dwóch etapach – pierwszy skierowany jest do autorów amatorów tekstów dla dzieci, drugi – do amatorów ilustratorów. Honorowy patronat nad inicjatywą od samego początku sprawuje Rzecznik Praw Dziecka. Do sprzedaży trafiły już dwie niezwykle ciekawe książki dla najmłodszych autorstwa laureatek poprzednich edycji konkursu – „Szary domek” i „Córka bazaru”. Ten pierwszy doczekał się nawet adaptacji teatralnej. Widzowie mogli go podziwiać na deskach teatru im. Witkacego w Słupsku.



Wydawcy edukacyjni znowu z Caritasem

Wydawnictwa edukacyjne, zrzeszone w Polskiej Izbie Książki, wzięły udział w kolejnej edycji akcji Caritas „Tornister pełen uśmiechów”. Tym razem wydawcy edukacyjni przekazali upominki dla grupy dzieci z województwa lubelskiego. Podarunki zostały przekazane podczas ogólnopolskiego finału akcji, który w tym roku miał miejsce w Zamościu.

Emilian Kotowski

Wydawnictwa edukacyjne uczestniczą w akcji „Tornister pełen uśmiechów” od 2011 r. W tym czasie przekazały na rzecz potrzebujących dzieci ponad 60 tys. różnorodnych podręczników szkolnych, na łączną kwotę ponad 1,5 mln złotych. W tym roku w akcji wzięły udział wydawnictwa: Macmillan, Nowa Era, Nowela, Oxford University Press, Pearson, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Kampania „Tornister pełen uśmiechów” realizowana jest w całej Polsce w diecezjalnych i parafialnych

oddziałach Caritas. Parafianie wypełniają wyprawkami szkolnymi plecaki zakupione przez Caritas diecezjalne i rozdawane w parafiach. Wyprawki szkolne kupowane są również dzięki wsparciu licznych, prywatnych i instytucjonalnych ofiarodawców. Gotowe wyprawki przed początkiem roku szkolnego są przekazywane dzieciom.

Działania prospołeczne wydawnictw edukacyjnych zrzeszonych w Polskiej Izbie Książki były wielokrotnie doceniane i nagradzane – m.in. w konkursie Dobroczynca Roku. W czerwcu 2016 r. przewodniczący Sekcji Wydawców Edukacyjnych PIK, odebrał

nagrodę Gazety Finansowej „Finansista roku”, za udział w akcji „Tornister pełen uśmiechów”. Caritas Polska oraz wydawcy edukacyjni zostali też

wyróżnieni w 2013 r. również za akcję „Tornister Pełen Uśmiechów” w „Raporcie Społeczna Odpowiedzialność Biznesu”.



DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

WARSZAWIACY ZAOSZCZĘDZILI PONAD 600 TYSIĘCY LITRÓW WODY
12 czerwca 2017 r.

Podczas warszawskiej edycji Slow Weekendu w Soho Factory, Fundacja WWF Polska oraz VIVE Group zorganizowała strefę edukacyjną „VIVE! Drugie życie tkanin” oraz spotkanie z Mariuszem Przybylskim. W zamian za torbę używanych tekstyliów rozdano aż 232 torby z kolekcji „Adaptacja” projektanta, które wyprodukowane zostały wyłącznie z materiałów pochodzących z recyklingu oraz bez zużycia wody i tym samym symbolicznie zaoszczędzono 603 200 litrów wody. Na targach po raz pierwszy zostały pokazane ubrania przekazane na aukcje charytatywną przez polskich celebrytów.



DZIĘKI NIM WŁOCŁAWEK SIĘ ZAZIELENI

13 czerwca 2017 r.

W czerwcu poznaliśmy wyniki zbiórki butelek PET małych ekologów z 14 przedszkoli, które włączyły się w akcję „Drzewko za butelkę” koordynowaną przez ANWIL. Na podium stanęli najlepsi zbieracze z 16 wrocławskich podstawówek. Uczniowie przekazali do recyklingu łącznie 315 274 butelek. W efekcie, uczestnicy tegorocznej akcji pobili ustanowiony przez siebie w ubiegłym roku rekord. Zebrali łącznie – w obu grupach wiekowych – 627 569 butelek, czyli o 24 205 więcej niż w poprzedniej odsłonie akcji. Dzięki ich zaangażowaniu we Wrocławku przybędzie 180 drzewek i krzewów.



FINAŁ 9. EDYCJI PROGRAMU „PO STRONIE NATURY”

13 czerwca 2017 r.

Warszawiacy wraz z partnerami programu „Po stronie natury” i jego ambasadorką Martyną Wojciechowską świętowali na Skwerze Kahla posadzenie milionowego drzewa tegorocznej edycji. W tym wyjątkowym dniu można było otrzymać sadzonki drzew, przyglądać się procesowi recyklingu, dzięki instalacji „Drugie życie butelki” i zagłębiać się w fascynujący świat przyrody. Piknik zakończył 9. edycję programu, w ramach którego Żywiec Zdrój wraz z partnerami sadi drzewa dla ochrony zasobów wodnych i prowadzi działania edukacyjne w zakresie ekologii.

DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

ZERO EMISJI DWUTLENKU WĘGLA I O POŁOWĘ MNIEJSZE ZUŻYCIE WODY

14 czerwca 2017 r.

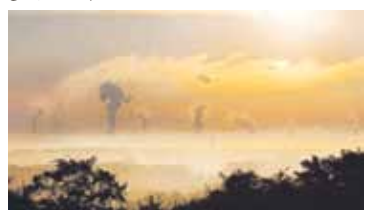
Grupa Carlsberg ogłosiła nowe cele zrównoważonego rozwoju pod hasłem „Together Towards ZERO”, które stanowią ambitne odniesienie dla branży. Zakładają one, że do 2030 r. Grupa zminimalizuje emisję dwutlenku węgla do zera, obniży o połowę zużycie wody w browarach, zredukuje do zera liczbę wypadków we wszystkich swoich lokalizacjach na świecie oraz zapewni konsumentom 100 proc. możliwości wyboru bezalkoholowych wariantów piw. Etap pośredni do 2022 r. zakłada m.in. wykorzystywanie energii elektrycznej pochodzącej wyłącznie ze źródeł odnawialnych.



CZyste TECHNOLOGIE WĘGLOWE SZANSĄ NA POPRAWĘ JAKOŚCI ŚRODOWISKA

19 czerwca 2017 r.

Czyste technologie węglowe mogą być szansą dla polskiego węgla i przyczynić się do restrukturyzacji górnictwa – uważa Jerzy Kurella, ekspert Instytutu Staszica. Chodzi przede wszystkim o zgazowanie węgla w technologii przetwarzania odpadów węglowych, mułów i zanieczyszczonych miałów. Technologia zgazowania węgla, do tej pory biznesowo nieopłacalna, może zostać udoskonalona. Potrzebny jest długofalowy plan, który spowoduje, że zgazowanie węgla i zastosowanie czystych technologii węglowych przyczyni się do zmiany polityki energetycznej w Polsce.



POZOSTAW TYLKO ŚLADY BOSYCH STÓP!

21 czerwca 2017 r.

W ramach akcji Barefoot Projekt Czysta Plaża oraz Czyste Tatry setki wolontariuszy udowodniły, że można czerpać przyjemność z nieskażonych skarbów polskiej przyrody i pozostawić po sobie tylko ślady stóp. Zarówno nad morzem, jak i w górach jest zdecydowanie przyjemniej, kiedy na naszej drodze nie natkniemy się na śmieci. Nie tylko szpecą, ale są największym wrogiem mieszkańców, turystów oraz zwierząt. Podczas wakacji można było dołączyć do lokalnych inicjatyw i zostać częścią międzynarodowej akcji, która łączy ochronę środowiska z wyjątkową zabawą!

MOBILNE CENTRA SŁUCHU W GARWOLINIE I GÓRZNIE

W ostatnich dniach na terenie gmin Garwolin i Górzno, w Mobilnych Centrach Słuchu, odbyły się przesiewowe badania słuchu mieszkańców. Inicjatywa zorganizowana została przez Instytut Fizjologii i Patologii Słuchu.

Agata Kryska

Mieszkańcy Garwolina i Górzna mieli możliwość skorzystać z niekomercyjnych i przesiewowych

badan słuchu oraz konsultacji otolaryngologicznych. Realizacja projektu była możliwa dzięki współpracy Instytutu Fizjologii i Patologii Słuchu z lokalnymi władzami, z wójtami gminy Gar-

wolin i gminy Górzno, a także przy wsparciu Fundacji Podlaskie Centrum Radiowe i Katolickiego Radia Podlasie. Wydarzenie było również objęte patronatem Marszałek Senatu Marii Koc. Badania odbywały się jednocześnie w dniu 17 września pod urzędami Gminy w obu miejscowościach.

- W wakacje, podczas trasy koncertowej „Lata z Radiem”, w odwiedzanych miastach Instytut Fizjologii i Patologii Słuchu przeprowadzał przesiewowe badania słuchu. Jest to jeden z priorytetowych działań Instytutu. Nasz zespół, we współpracy z licznymi ośrodkami krajowymi, stworzył podwaliny pod programy badań przesiewowych. Kontynuacją tych programów jest stworzenie Mobilnego Centrum Słuchu, wyposażonego w profesjonalny sprzęt do szybkiej diagnostyki laryngologicznej i audiologicznej. Bardzo się cieszymy, że możemy kontynuować badania również w innych miejscowościach – mówi prof. Henryk Skarżyński, dyrektor Instytutu. Skala problemu zaburzeń słuchu jest duża i wzrasta wraz z wiekiem. Zaburzenia słuchu dzieci w wieku szkolnych dotyczą co 5-6 ucznia, wśród osób starszych przekraczają 50 proc., natomiast u osób powyżej 70 roku życia dotyczą 75 proc. populacji. W ciągu ostatnich 20 lat w Instytucie Fizjologii i Patologii Słuchu wykonano ponad 350 tys. procedur chirurgicznych oraz ponad 3 mln konsultacji i badań. Pod opieką Instytutu i Światowego Centrum Słuchu znajduje się ponad 5000 osób z implantami słuchowymi.



Biegają i pomagają

Wśród kilkunastu tysięcy pracowników największego w Polsce i drugiego w Unii Europejskiej operatora przewozów kolejowych – PKP Cargo, nie brakuje miłośników aktywnego spędzania wolnego czasu. Wielu z nich, w wolnych chwilach zamienia kolejowe tory na ścieżki i trasy biegowe.

Witold Kołodziej

PKP Cargo, znając zamiłowanie pracowników do biegania, nawiązała w tym roku współpracę z Poland Business Run. Jest to Fundacja stawiająca za cel wsparcie osób z niepełnosprawnością ruchową. Organizuje m.in. doroczne biegi charytatywne, dzięki którym zbiera środki na zakup protez i zaopatrzenie zajęć rehabilitacyjnych. Uczestnicy Poland Business Run stanęli na start 3 września w kilku miastach Polski. Pogoda tego dnia w całym kraju nie była najlepsza. Deszcz padał przed lub w trakcie biegów. Pięcioosobowym sztafetom nie przeszkodziło to jednak w pokonaniu dystansu 3,8 kilometra. Wśród biegających w szlachetnym celu, widoczni byli pracownicy PKP Cargo. Ponad 80 z nich

ruszyło na trasy w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Łodzi, Katowicach, Gdańsku i Poznaniu. PKP Cargo nie pierwszy raz wspiera udział pracowników w biegach charytatywnych, takich jak

np. w Gliwicach, gdzie do pokonania był dystans 10 kilometrów. Pomaganie w towarzystwie koleżanek i kolegów z pracy sprzyja integracji i ułatwia kontakty na płaszczyźnie zawodowej.



BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

22–28 września 2017 r.

BUDOWAĆ ODPOWIEDZIALNIE



Zabudowania Centrum Handlowego Ferio Wawer i dawnej fabryki ZWAR

Jeszcze kilka lat temu każda inwestycja, czy to spółdzielcza, czy deweloperska kojarzyła się wyłącznie z transakcją kupna i sprzedaży, ze szczególnym naciskiem na to drugie. Inwestowano w działki, stawiano budynki i szybko zbywano nieruchomości. Liczył się tylko zysk i nikt nie zwracał uwagi ani na okolicznych mieszkańców, ani tym bardziej na historię czy lokalny folklor. To podejście na szczęście się zmienia.

Przemysław **Gruz**

Na przełomie wakacyjnych miesięcy warszawskie media grzmiały, że na terenie walk z okresu Powstania Warszawskiego spółdzielnia mieszkaniowa Dembud będzie stawiać budynek mieszkalny. Abstrahując od faktu, że cała stolica, a szczególnie śródmieście Warszawy, była miejscem ciężkich walk, to nikt nie kwapił się żeby bliżej przyjrzeć się sprawie, a tym bardziej porozmawiać z samym inwestorem. Temat był na czasie, bo zbliżała się rocznica wybuchu Powstania.

Co ciekawe, stojący na czele Dembudu Witold Romanowski, miłośnik historii, zanim rozpoczął inwestycję wynajął specjalistyczną firmę, która m.in. z użyciem georadaru przesz-

kała teren pod kątem archeologicznym. Nie znaleziono nic, co miałoby potwierdzić zarzuty oponentów, którzy przekonywali, że miejsce inwestycji... to powstańcza mogiła. Inwestor poszedł też o krok dalej. Postanowił zaangażować środki spółdzielni, żeby godnie upamiętnić Powstańców, szczególnie batalion walczący w tej okolicy. W miejscu inwestycji, oprócz tablicy, ma powstać specjalna instalacja, która w nowoczesny sposób będzie przypominać o historii tego miejsca. Oponenti z braku argumentów, szczególnie historycznych, ostatecznie wycofali się z zarzutów.

Kolejny pozytywnym przykładem jest zachowanie developera One-Development, który przy ul. Strzeleckiej na Pradze-Północ buduje apartamentowiec. W piwnicach budynku, w la-

tach powojennych, znajdowało się więzienie owiane go złą sławą Urzędu Bezpieczeństwa, w którym przetrzymywano i torturowano ludzi. Developer, we współpracy z Instytutem Pamięci Narodowej chce stworzyć w tym miejscu centrum edukacji i izbę pamięci.

Innym przykładem są inwestycje Nordic House Developer, który również buduje się na Pradze-Północ. W tym przypadku sprawa dotyczy zachowania historycznych detali i wpisania budynków w istniejącą, 19-wieczną przestrzeń publiczną. – Dzięki naszej pasji budynki otrzymują szansę na dalsze życie i cieszą oko miłośników zabytków – mówi Dominik Miękus, prezes grupy NHD. Dziś trudno odróżnić zrewitalizowane kamienice od oryginału.

Warto też przypomnieć RE project development, laureata XXVI edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, którego wyróżniliśmy za działania prowadzone na rzecz lokalnej społeczności. Developer szukając działki pod budowę galerii handlowej postanowił wykorzystać, a tym samym uratować przedwojenną fabrykę ZWAR,

w której produkowano aparaty elektryczne. Stare hala, w warszawskim Wawrze, zaadaptowane przez inwestora na potrzeby centrum handlowego przy aprobacie konserwatora zabytków, zyskały drugie życie. W ten sposób developer ocalił zabytek, który zapewne z czasem by się rozpadł.

Takiego szczęścia nie miała jednak XIX-wieczna parowozownia przy ul. Wileńskiej w Warszawie. Inwestor, który w miejscu zabytku chciał postawić dyskont spożywczy Lidl, wykorzystał zamieszanie prawne i mimo protestów warszawianistów i samorządowców zrównał parowozownię z ziemią. Przekonywał też, że sklep będzie jednak nawiązywał architekturą do zabytku. Efekt końcowy rozminął się z zapowiedziami...

Należy pamiętać, że proces rewitalizacji obiektów poprzemysłowych i kamienic, to trudne i kosztowne projekty. To samo dotyczy zachowania miejsc historycznych i nadania im godnej rangi. W wielu przypadkach nie każdy potrafi połączyć interes społeczny z własnym, dlatego tym, którym się to jednak udaje, należy się uznanie.

Firma, która stawia na absolwentów

Diaverum Polska nawiązało współpracę z Zakładem Pielęgniarstwa Instytutu Medycznego Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jana Grodka w Sanoku. Absolwenci szkoły po zakończeniu nauki będą mogli znaleźć zatrudnienie w ośrodkach dializ Diaverum na terenie całej Polski.

Patrycja **Kostrzewa**

Osoby bez doświadczenia zawodowego z założenia mają gorszą pozycję na rynku pracy. Są rzadziej zapraszane na rozmowy kwalifikacyjne, a co za tym idzie – mają mniejsze szanse na zatrudnienie. Większość pracodawców oczekuje, że w CV oprócz wymaganego wykształcenia znajdzie się również informacja o doświadczeniu.

Istnieją jednak firmy, które decydują się dać szansę młodym, niedoświadczonym osobom.

Eksperci przekonują, że absolwenci szkół często nie posiadają doświadczenia zawodowego, ale ich zaletą

jest szybkość przystosowywania się do zmian, zaangażowanie, otwartość na innowacyjne rozwiązania oraz brak „negatywnych” nawyków pracowniczych i możliwość zmiany miejsca zamieszkania.

Firma Diaverum, która w Polsce prowadzi ośrodki leczenia chorób nerek wdraża nowy projekt, skierowany do absolwentów uczelni medycznych na kierunku pielęgniarstwo. Diaverum ma szwedzkie korzenie, a kilkadziesiąt lat rozwoju firmy, pozwoliło na zdobycie doświadczenia, z którego korzystają także polskie stacje dializ. Rozbudowany system szkoleń i kontroli powoduje, że działania Diaverum Polska porównywane jest na bieżąco

z pracą jej odpowiedników w 20 krajach, na czterech kontynentach. Opieka pielęgniarska nad pacjentem, a w szczególności leczenie dializami stawia ogromne wymagania. Absolwenci przejdą szkolenie z zakresu dializoterapii wg pakietu edukacyjnego „Kompetencje w Praktyce”. Celem programu jest standaryzacja umiejętności pielęgniarek. Program obejmuje kilka różnych poziomów i jest unikatowy w skali całego sektora dializ – uzyskał trzyletnią akredytację organizacji EDTNA/ERCA (Europejskiego Stowarzyszenia Pielęgniarek Dializacyjnych i Transplantacyjnych/Europejskiego Stowarzyszenia na rzecz Opieki Nefrologicznej). Szkolenie obejmuje zarówno zagadnienia praktyczne, np. obsługę urządzeń, opiekę nad dostępem naczyniowym oraz przeprowadzenie dializy, jaki i sesje teoretyczne związane z niewydolnością nerek, oceną stanu ogólnego

pacjenta, czy postępowaniem w nagłych wypadkach.

Studenci i absolwenci Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jana Grodka w Sanoku, przejdą szkolenie w ośrodku dializ NZOZ Diaverum w Sanoku, w maksymalnie trzyosobowych grupach a nad ich edukacją czuwać będzie Pielęgniarka Zarządzająca ośrodkiem. Następnie, będą mieli możliwość zatrudnienia w ośrodkach Diaverum na Podkarpaciu lub w innych regionach Polski. Firma przez okres maksymalnie dwóch lat, częściowo pokryje wydatki na zakwaterowanie zatrudnionych osób poza miejscem ich zamieszkania. Po tym czasie, dla osób zainteresowanych, istnieje możliwość przeniesienia do wybranego ośrodka dializ Diaverum zagranicą.

Pierwsza grupa absolwentów rozpocznie szkolenie na przełomie września i października.

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR PL

W DNIU OJCA KAMPANIA „PŁODNY POLAK” RUSZA Z AKCJĄ BEZPŁATNYCH BADAŃ NASIENIA

23 czerwca 2017 r.

Liczba plemników u blisko co trzeciego mężczyzny przebadanego w ramach zeszłorocznej kampanii „Płodny Polak” była poniżej normy przyjętej przez WHO. Wynik badania poniżej 15 mln plemników w 1 ml nasienia świadczy o oligospermii, schorzeniu będącym najczęstszą przyczyną męskiej niepłodności. Żeby zachęcić mężczyzn do kontroli swojej płodności w Dniu Ojca – 23 czerwca br. – ruszyła wakacyjna akcja bezpłatnych badań nasienia kampanii „Płodny Polak”, która trwała do końca lipca br.



PROEKOLOGICZNY PROJEKT ENELOOP EXPEDITION 2100

23 czerwca 2017 r.

Wystartował eneloop expedition 2100 – paneuropejski, charytatywny projekt zainicjowany przez Panasonic Energy Europe. Trzy zespoły: z Polski, Danii oraz Wielkiej Brytanii stanęły do rywalizacji, by wygrać dla wybranej przez siebie proekologicznej organizacji nagrodę w wysokości 21 000 euro. Eneloop expedition 2100 to 120-dniowa, piesza wyprawa przez Europę na trasie liczącej około 2100 kilometrów. Celem ekspedycji jest dotarcie do mety w Mediolanie z jak największą liczbą punktów.



JAK SORTOWAĆ, ŻEBY NIE ZWARIOWAĆ?

6 lipca 2017 r.

Jakie zmiany związane z segregacją odpadów nas czekają? Do którego pojemnika powinien trafić karton po mleku? Czemu odpady są tak cenne? Odpowiedzi na te oraz wiele innych pytań związanych z wprowadzonym Wspólnym Systemem Segregacji Odpadów można znaleźć w edukacyjnym e-booku „Jak sortować, żeby nie zwariować”. Publikacja przygotowana we współpracy Steny Recycling, Ikea oraz magazynu „Cztery Kąty” wyjaśnia zawiłości związane z tematem segregacji odpadów i pomaga odnaleźć się w świecie recyklingu.



DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

PASIEKA POD GWIAZDAMI

8 lipca 2017 r.

Wola biznesowa dzielnica Warszawy, w której znajduje się Centrala Banku BGŻ BNP Paribas, powiększyła się o nowych, nietypowych lokatorów. Od niedawna na dachu biurowca w trzech ulach zamieszkały pszczoły miodne, by w „Pasiece pod gwiazdami” produkować lokalny miód. Nowo otwarta pasieka wpisuje się w działania społecznej odpowiedzialności biznesu Banku i jest jego wkładem w zrównoważony ekosystem miejski. Instalacja uli jest jednym z elementów polityki CSR obowiązującej w Banku. „Pasieką pod gwiazdami” w Banku BGŻ BNP Paribas opiekuje się firma Pszczelarium oraz odpowiednio przeszkoleni dedykowani pracownicy Banku.



JESTEŚMY W PUNKCIE KRYTYCZNYM

19 lipca 2017 r.

Blisko połowa polskiego społeczeństwa uważa, że dynamiczna zmiana klimatu jest nie do powstrzymania. Polacy mają świadomość, że kraj potrzebuje rozwoju obecnej polityki energetycznej, ale nie wiedzą jak mogą na ten rozwój wpłynąć – tak wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie Fundacji WWF. Na kanale Youtube WWF Polska można od dzisiaj zobaczyć film „Punkt krytyczny. Energia odNowa”, który jasno i klarownie pokazuje: gdzie jesteśmy, co jest obecnie najważniejsze i co można zrobić, aby mieć szansę na bezpieczną przyszłość.

KP PROMUJE ODPOWIEDZIALNĄ KONSUMPCJĘ NA PRZYSTANKU WOODSTOCK

3 sierpnia 2017 r.

W czasie gdy woodstockowicze zmierzali do Kostrzyna nad Odrą lub roztawiali tam swoje namioty, na terenie festiwalu czekało już na nich Miasteczko Leszka. W nim zaś m.in. Strefa Sprawdź Promile, gdzie można było skontrolować trzeźwość oraz dowiedzieć się, jak alkohol działa na organizm. W promowaniu odpowiedzialnego spożycia pomagali także przeszkoleni sprzedawcy piwa. Gorące serca, ale chłodny umysł – takie motto powinno przyświecać uczestnikom 23. edycji Przystanku Woodstock. Bo choć dla wielu osób piwo jest nieodłącznym elementem tego wydarzenia, to trzeba wiedzieć, kiedy powiedzieć sobie „dość”.



Rola biznesu w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ

W poniedziałek 25 września mijają dwa lata od przyjęcia przez zgromadzenie ogólne ONZ Agendy na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030. Zawarte w niej Cele Zrównoważonego Rozwoju mają uczynić nasz świat lepszym miejscem do życia. Pytanie jednak, kto i jak ma ten plan zrealizować? Swoją rolę do odegrania w tym procesie ma również sektor prywatny.

Tadeusz Joniewicz

menedżer projektów Forum
Odpowiedzialnego Biznesu

W przyjętym przez 193 państwa członkowskie ONZ dokumencie zostało zapisanych 17 Celów, których realizacja ma doprowadzić do likwidacji głodu i ubóstwa, zmniejszenia nierówności, zachowania lub poprawy stanu środowiska naturalnego przy jednoczesnym zapewnieniu wzrostu gospodarczego na całym świecie. Zostały opracowane w trakcie kilkuletnich negocjacji przez Otwartą Grupę Roboczą, w której działali przedstawiciele wielu środowisk w tym organizacji międzynarodowych, biznesu organizacji pozarządowych i poszczególnych krajów.

Od zmiany lokalnej do globalnej

Cele obejmują swoim zasięgiem szerokie spektrum problemów gnębiących współczesny świat. Są jednak mocno osadzone w rzeczywistości. Z każdym połączone są zadania, określające konkretne wskaźniki jakie powinny zostać osiągnięte do końca realizacji Agendy, czyli do 2030 r. Na przykładzie Celu 2. dotyczącego eliminacji głodu widać, że część zadań jest sformułowanych bardzo ogólnie. Takie jest zadanie 2.1: Do 2030 roku wyeliminować głód i zapewnić wszystkim ludziom, w szczególności ubogim i narażonym na zagrożenia, w tym niemowlętom, dostęp do bezpiecznej i pożywnej żywności w wystarczającej ilości przez cały rok. Inne z kolei dają bardzo konkretne rezultaty do osiągnięcia. Tak jest w Celu 3. dążącym do poprawy zdrowia, gdzie zadanie 3.1 nakazuje by do 2030 roku zmniejszyć globalny wskaźnik umieralności okołoporodowej do poziomu poniżej 70 przypadków na 100 000 żywych urodzeń.

Co więcej, Cele są skonstruowane w ten sposób, że odnoszą się nie tylko do krajów najbardziej ubogich, ale do wszystkich, gdyż część zadań zakłada poprawę sytuacji w kraju niezależnie od jego zamożności. Tak jest w na przykład w Celu 1. zakładającym eliminację ubóstwa, gdzie zadanie 1.2 mówi, aby do 2030 roku zmniejszyć przynajmniej o połowę odsetek mężczyzn, kobiet i dzieci żyjących w ubóstwie, we wszystkich jego wymiarach określonych zgodnie z polityką danego kraju. Warto też pamiętać, że część celów odnosi się do problemów, które pojawiają się dopiero w krajach zamożniejszych – tak jak te dotyczące

Celu 12 mówiącego o wzorcach zrównoważonej konsumpcji i produkcji. Tak więc Cele, określając konkretne wskaźniki odnoszące się do wszystkich krajów, stanowią dobry punkt odniesienia do realizowanych zmian i pozwalają śledzić na bieżąco postępy w poszczególnych dziedzinach.

Cele globalne to znaczy czyje?

Przyjmując Agendę 2030 to państwa członkowskie ONZ wzięły na siebie obowiązek jej realizacji. Jasnym jest jednak, że jeżeli widzimy je jako szansę na globalną zmianę, to musimy zakładać, że w ich realizację włą-

nię funkcji przywódczych na wszystkich szczeblach procesu decyzyjnego w życiu politycznym, ekonomicznym i publicznym.

Wpływ sektora prywatnego ma ogromne znaczenie także dla zagadnień środowiskowych. Przykładami mogą służyć Cel 14 mówiący o ochronie zasobów wodnych, gdzie zadanie 14.1 zakłada, do 2025 roku zapobieganie i znaczne zmniejszenie poziomu wszelkich rodzajów zanieczyszczeń morza, w szczególności powstałych w wyniku działalności na lądzie, w tym zrzucaniu do mórz odpadów stałych i zanieczyszczeń substancjami odżywczymi.

Jak działać efektywnie?

Biznes może włączyć się w realizację wymienionych wyżej celów na różne sposoby. Najprostszym, ale dającym wielkie możliwości oddziaływania jest podejmowanie działań edukacyj-

sie edukacji finansowej w ramach Celu 4., zakładającego zapewnienie wysokiej jakości edukację. Akcja „Finansiaki” polega na uczeniu dzieci, a często także ich rodziców, umiejętności efektywnego gospodarowania własnymi środkami finansowymi i kreowania podstaw przedsiębiorczości w dorosłym życiu. Działanie takie związane jest bezpośrednio z obszarem działania firmy, więc jest naturalną drogą oddziaływania BZ WBK na zewnątrz. Działania edukacyjne prowadzi również Stena Recykling organizując konkurs dla liderów gospodarki obiegu zamkniętego – Stena Circular Economy Award. Jest to konkurs promujący GOZ wśród przedsiębiorców i studentów, w którym nagradzane są wdrożone i planowane działania w tym zakresie.

Drugim rodzajem działań jest wplatanie Celów w bieżącą działalność. Tak jest w firmie Polpharma, gdzie wdrożono strategię Zrównoważonego Łańcucha Dostaw, która obejmuje wdrożenie Kodeksu Postępowania Dostawców ich edukowanie i kontrolę realizacji. Działania te wpisują się w realizację wspomnianego Celu 8.

Takie działanie ma swoje rozwinięcie w postaci włączenia Celów Zrównoważonego Rozwoju do strategii działania przedsiębiorstw. Proces ten widoczny jest bardzo wyraźnie w raportowaniu niefinansowym realizowanym przez firmy. Forum Odpowiedzialnego Biznesu oraz Deloitte od 11 lat realizują Konkurs Raporty Społeczne. Z roku na rok coraz częściej w napływających materiałach pojawiają się odniesienia do Celów Zrównoważonego Rozwoju. Ponieważ obejmują one szeroki zakres obszarów i działań są dobrym narzędziem wspierającym firmy w analizie swojego wpływu na otoczenie. Patrząc na poszczególne cele i zadania firmy widzą, w jakich obszarach mogą podjąć działania wspierające rozwój, a w jakich poprzez niefrasobliwość mogą szkodzić środowisku i lokalnym społecznościom. Takie odniesienia znaleźć można chociażby w raportach PKN Orlen, Lafarge czy Kompanii Piwowarskiej, w której wszystkie cele umieszczone w strategii zrównoważonego rozwoju firmy wpisują się również w Cele Zrównoważonego Rozwoju.

Dla skutecznej realizacji celów konieczne jest zatem zaangażowanie możliwie szerokiego grona firm, które działając zarówno na skalę lokalną, jak i oddziałując globalnie poprzez swoje łańcuchy dostaw powinny Cele Zrównoważonego Rozwoju uwzględnić w swoich strategiach. Dwa lata realizacji Celów pokazują, że jest zainteresowanie biznesu tym narzędziem i można zakładać, że w miarę upływu czasu będzie ono rosło, a Cele staną się naturalnym punktem odniesienia w codziennej ich działalności.



Właśnie prywatne (ale także te należące do państw) przedsiębiorstwa mają ogromne możliwości oddziaływania w wielu obszarach określonych przez Cele. Przede wszystkim widać tu kwestie dotyczące zatrudnienia – takie jak Cel 8, który promuje godną pracę.

nych, promocyjnych, zmierzających do realizacji wskaźników w ramach finansowanych przez siebie kampanii. W Forum Odpowiedzialnego Biznesu gromadząc dobre praktyki firm partnerskich widzimy, że Cele cieszą się coraz większym zainteresowaniem i firmy coraz częściej odnoszą do nich swoje działania społeczne odpowiedzialne.

Przykładem może być aktywność Banku Zachodniego WBK w zakre-

BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

22–28 września 2017 r.

Młodych spojrzenie na biznes

Enactus Poland, to konkurs, w ramach którego zespoły studenckie przygotowują projekty biznesowe skierowane do społeczności lokalnych, które są następnie oceniane przez jury złożone z przedstawicieli biznesu. Dzięki temu możliwa jest wymiana wiedzy i doświadczeń między liderami dużych organizacji, a kreatywnymi studentami, oraz rozwój inicjatyw podejmowanych przez młodych adeptów marketingu, ekonomii czy zarządzania. W obradach jury tegorocznej edycji brała udział Inga Songin, dyrektor marketingu i PR Żywiec Zdrój, z którą rozmawiamy na temat konkursu.

Jakie wnioski nasuwają się Pani po obradach jury w konkursie Enactus? Co zaskoczyło Panią w ocenianych projektach?

Innowacyjność i etyczne spojrzenie na biznes. Badania wskazują, że pod względem innowacyjności jesteśmy na szarym końcu Europy. A to właśnie społeczna odpowiedzialność biznesu może determinować poszukiwanie innowacyjnych, przełomowych rozwiązań.

Ci młodzi ludzie widzą, że działania społecznie odpowiedzialnie budują konkurencyjność firm i w przyszłości będą prowadzić swój biznes w oparciu o etyczne wartości, o dobro społeczności lokalnych, o troskę o środowisko naturalne. Nie będą bać się poszukiwania własnej biznesowej drogi, będą realizować innowacyjne działania i prowadzić przedsiębiorstwa w sposób zrównoważony.

Dlaczego zdecydowała się Pani wziąć udział w tym wydarzeniu?

Ponieważ młodzi ludzie mają niesamowitą energię i oryginalne pomysły, na które jesteśmy w Żywiec Zdrój bardzo otwarci. Ponieważ społeczna odpowiedzialność wypełnia wszystkie elementy funkcjonowania naszej marki i ponieważ stoimy za tym ludźmi, którzy mają wizję i energię do działania. Pamiętajmy, że w biznesie wskaźniki to nie wszystko, liczą się też realne korzyści dla konsumentów i społeczeństwa, na które w oczywisty sposób marka ma wpływ. W Żywiec Zdrój organizujemy programy stażowe oraz praktyki dla studentów i absolwentów. Bardzo zależy nam na współpracy z młodymi ludźmi, którzy nie boją się wyzwań i którzy pragną realizować niestandardowe projekty.

Zarządza Pani działaniami z zakresu marketingu i PR w Żywiec Zdrój. Dlaczego tak dużo uwagi poświęćcie



kwestii kształtowania nawyków żywieniowych i troski o zasoby naturalne?

Wszystkie działania podejmowane przez Żywiec Zdrój muszą mieć odzwierciedlenie w naszej misji: „Zachęcamy ludzi, by pili zdrowiej i jesteśmy po stronie natury”. Jesteśmy świadomi, że prawidłowe nawyki żywieniowe powinny być kształtowane jak najwcześniej, dlatego skupiamy się na programach kierowanych do najmłodszych. Realizowany przez nas „Mamo, tato wolę wodę!” jest jednym z największych programów edukacyjnych adresowanych do przedszkolaków w Polsce – do tej pory udało nam się dotrzeć do ponad 10 tysięcy placówek i wyedukować ponad 1,2 miliona przedszkolaków! Naszą misję realizujemy także poprzez portfo-

lio naszych produktów – w którym znajdują się także te dedykowane dzieciom, w opakowaniach z bohaterami ich ulubionych bajek. Wprowadzamy na rynek takie linie produktów, aby dzieci chętniej sięgały po wodę. Innym, równie ważnym dla nas działaniem, jest program „Po stronie natury”, który ma na celu ochronę zasobów wody pitnej w Polsce, poprzez sadzenie drzew. Do tej pory, wraz z partnerami i konsumentami, posadziliśmy prawie 6 milionów drzew! Czerpiemy z zasobów natury, dlatego zależy nam na jak najefektywniejszym i jak najbardziej racjonalnym ich wykorzystaniu. Wierzmy, że biznes powinien nie tylko przynosić wyniki finansowe, ale także iść w parze ze społeczną odpowiedzialnością, gdyż firma jest częścią jej otoczenia.

Po Madrycie przyszedł czas na Mrągowo

FedEx Express, jedna z największych na świecie firm świadczących usługi przewozów ekspresowych, rozpoczyna już trzeci sezon w roli Głównego Sponsora rozgrywek Ligi Europy UEFA i otwiera kolejne boisko piłkarskie w ramach projektu społecznego „Field in a Box”.

Adam Krawczyk

Celem FedEx jest wykorzystanie swojego zaangażowania w profesjonalny futbol tak, aby poprzez łączenie ludzi i możliwości, wywierać pozytywny wpływ na społeczności na całym świecie. Od 2016 r., kiedy FedEx został Głównym Sponsorem rozgrywek, firma pracowała wspólnie z UEFA Foundation for Children nad stworzeniem programu, który pozwoliłby wykorzystywać futbol jako platformę zmian społecznych. Pierwszy „Field in a Box”, czyli boisko ze sztuczną murawą, został podarowany mieszkańcom Cañada Real, dzielnicy Madrytu, w maju 2016 r. W związku z powtórnią wizytą w Madrycie w czerwcu 2017 roku i korzyściami, jakie nowa przestrzeń sportowa przynosi lokalnej społeczności, FedEx, wspólnie z UEFA Foundation for Children oraz globalną organizacją non-profit Streetfootballworld, rozpoczęli poszukiwania lokalizacji dla kolejnego tego typu obiektu.

Finalnie zostało wybrane Mrągowo. Stało się tak ze względu na duży potencjał pozytywnego oddziaływania społecznego, jaki niesie ze sobą uruchomienie boiska, które jednocześnie będzie służyć jako centrum treningowe.

- Gdy FedEx stał się Głównym Sponsorem Ligi Europy UEFA, staraliśmy

się znaleźć sposób, aby wykorzystać nasze zaangażowanie w profesjonalny futbol do nawiązywania bezpośrednich kontaktów z ludźmi, również w społecznościach, w których działamy. Cañada Real jest znakomitym przykładem na to, jakie korzyści może przynosić boisko piłkarskie. Dla FedEx, otwarcie obiektu w Mrągowie, to duża satysfakcja oraz radość. Cieszymy się, widząc optymizm związany z tym projektem, stwarzającym nowe możliwości dla mieszkańców – powiedział David Binks, President, FedEx Express Europe i CEO TNT.



W otwarciu boiska wzięli udział przedstawiciele FedEx, UEFA Foundation for Children, międzynarodowej organizacji pozarządowej Streetfootballworld, burmistrz Mrągowo, ambasador UEFA i były polski piłkarz – Jerzy Dudek, a także mieszkańcy Mrągowo. Pracownicy FedEx uczestniczyli również w sesji treningowej oraz turnieju piłkarskim football3, w którym zmierzyli się z młodymi piłkarzami. Football3 to metodologia, która zmienia boisko w arenę, na której gracze uczą się dialogu, szacunku i pracy zespołowej. Młodzieżowe Stowarzyszenie Inicjatyw Sportowych (MSIS), lokalna organizacja charytatywna oraz Streetfootballworld zajmą się utrzymaniem boiska i zapewnią jego należyte wykorzystywanie. Program „Field in a Box” jest częścią FedEx Cares – inicjatywy, w ramach której do 2020 r. firma zainwestuje 200 mln dolarów w ponad 200 społecznościach. Planowane rozszerzenie projektów FedEx i UEFA Foundation for Children przewiduje wybudowanie kolejnych boisk, zlokalizowanych w RPA, Brazylii oraz Indonezji. Pozwoli to połączyć zaangażowanie FedEx w profesjonalny futbol z inicjatywami mającymi wpływ na lokalną społeczność.

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

CARREFOUR POLSKA
POMAGA POSZKODOWANYM NA POMORZU
28 sierpnia 2017 r.

W wyniku potężnej nawałnicy, która 11 sierpnia przeszła przez Pomorze, mieszkańcy ponieśli ogromne straty. Carrefour podjął natychmiastowe działania i zaangażował się w pomoc dla poszkodowanych. Przedstawiciele sklepu z Chojnic przekazali mieszkańcom wodę mineralną, produkty spożywcze, artykuły chemiczne oraz koce. Pierwsza pomoc trafiła już 12 sierpnia na ręce pracujących przy usuwaniu szkód strażaków, którzy otrzymali zapasy wody mineralnej. 16 sierpnia, dzięki zaangażowaniu pracowników sklepu Carrefour Chojnice oraz hojności dostawców współpracujących ze sklepem zaczęto przekazywać poszkodowanym do-
rązną pomoc.



PURELLA FOOD WSPIERA KAMPANIĘ „MŁODOŚĆ BEZ PROCENTÓW”
6 września 2017 r.

Już po raz kolejny producent i dystrybutor zdrowej żywności Purella Food angażuje się w akcję CSR, wspierając kampanię społeczną „Młodość bez Procentów”. Jej celem jest edukacja młodzieży w kwestii ograniczania spożywania alkoholu i pokazania im alternatywnych form spędzania wolnego czasu. „Młodość bez procentów” jest profilaktyczną kampanią informacyjno-edukacyjną miasta Gdańsk, prowadzoną od 2002 r. przez Gdańskie Centrum Profilaktyki Uzależnień pod patronatem Prezydenta Miasta Gdańska. Celem tegorocznej kampanii jest pokazanie jak w inny, fajny sposób można spędzać wolny czas.



WYSTARTOWAŁA ENEA AKADEMIA TALENTÓW
6 września 2017 r.

Utalentowani uczniowie oraz szkoły, szczególnie dbające o rozwój zainteresowań i umiejętności swoich podopiecznych, mogą zgłaszać się do pierwszej edycji programu Enea Akademia Talentów. Uczniowie będą mogli ubiegać się o stypendia w wysokości 3 000 zł, szkoły o granty o wartości 10 000 zł. Enea Akademia Talentów adresowana jest do uczniów i szkół z terenów, na których Grupa Enea jest szczególnie aktywna biznesowo. Zgłaszać mogą się uczniowie szkół podstawowych (od V klasy wzwyż) i gimnazjów, którzy mają udokumentowane osiągnięcia i rozwijają swoje talenty w nauce, sztuce lub sporcie.

➔ DEPESEZ CSR

www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR

➔ CARREFOUR POLSKA DOŁĄCZYŁ DO AKCJI „TORNISTER PEŁEN UŚMIECHÓW”

8 września 2017 r.

Carrefour Polska przyłączył się do prowadzonej od kilku lat akcji Caritas „Tornister pełen uśmiechów”. W ramach inicjatywy od 2 do 8 września w wybranych sklepach w województwie śląskim odbyły się zbiórki artykułów szkolnych dla potrzebujących dzieci. W sklepach, wolontariusze zbierali artykuły szkolne takie jak zeszyty, piórniki, bloki, kredki, farby itd. Z zebranych materiałów zostaną przygotowane wyprawki, które trafią do najbardziej potrzebujących dzieci.

➔ HENKEL POLSKA I CARREFOUR DLA FUNDACJI CZERWONE NOSKI

8 września 2017 r.

Wspólna inicjatywa firmy Henkel i Carrefour Polska „Dziecięca Radość w Twoich Rękach” właśnie dobiegła końca. Część dochodu ze sprzedaży dowolnych produktów marek producenta zakupionych w hipermarketach Carrefour została przekazana na rzecz Fundacji Czerwone Noski, która prowadzi terapię śmiechem w polskich szpitalach pediatrycznych. Zebrane środki zostaną przekazane na prowadzenie działalności artystycznej skierowanej do chorych dzieci przebywających w szpitalach na terenie całego kraju.



➔ DZIĘKI ŚWIEŻAKOM PONAD 700 TYSIĘCY ZŁ NA CELE CHARYTATYWNE

8 września 2017 r.

714 662 zł udało się uzyskać w dniach 1-3 września br. ze sprzedaży Świeżaków w sieci Biedronka. Kwota ta w całości zostanie przekazana na działania charytatywne prowadzone przez Caritas Polska. Akcja odbywa się w ramach projektu „Gang Świeżaków 2”. Przekazanie na rzecz Caritas Polska środków uzyskanych ze sprzedaży Świeżaków podczas pierwszego weekendu września to kontynuacja trwającej już od 11 lat strategicznej współpracy sieci Biedronka z tą organizacją. W jej ramach wielokrotnie zorganizowano zbiórki żywności, a Biedronka przekazała ponad 1,3 mln paczek podopiecznym Caritas.



Raport Społeczna Odpowiedzialność Biznesu tygodnika „Gazeta Finansowa” publikowany co kwartał i w całości poświęcony obszarowi CSR. Ukazały się już 34 edycje 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.

LAUREACI RAPORTU SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

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. Steczkowskiego 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 Żywności 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 Łukaszewicza 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