

Partner strategiczny

KGHM
POLSKA MIEDŹ S.A.

Partnerzy raportu

Kurier365.pl
SUPERBIZNES express

CSR

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu

XII EDYCJA



W XII edycji Raportu wyróżnieni zostali:

☛ Fundacja Universitatis Varsoviensis, z okazji obchodów 55-lecia Klubu Studenckiego Hybrydy i 20-lecia Fundacji, za promocję pozauczelnianej aktywności artystycznej oraz prowadzony od ponad 15 lat program pomocy materialnej dla studentów niepełnosprawnych.



FUNDACJA
UNIVERSITATIS
VARSOVIENSIS

HYBRYDY

☛ Stowarzyszenie Akademia Rozwoju Filantropii za projekt „Koalicja Prezesa-wolontariusze 2011”, w którym działa aktualnie 18 zaangażowanych społecznie prezesów firm takich jak ENEA S.A., Danone, AXA Polska S.A., Citi Handlowy, Medicover, Grupa TP, Bank Gospodarstwa Krajowego czy Tchibo Warszawa.

prezesa
wolontariusze
2011

Szanowni Państwo,

Czy u progu nowego, 2012 r. wypada być optymistą? Sądząc po prognozach niektórych analityków i artykułach prasowych, należy raczej przygotować się na najgorsze. Ostry kryzys, który miał zachwiać posadami polskiej gospodarki, wieszczono dwa lata temu. Skoro jednak rok 2010 udało się przetrwać – i to przy, co prawda niewielkim, wzroście gospodarczym – to Apokalipsa miała nas dotknąć w roku minionym. Jednak, jak na złość, rzeczywistość znów okazała się lepsza od czarnych prognoz. Wobec tego, z uporem gracza, który cały czas obstawia jeden numer, wierząc, że w końcu musi on paść, przesunięto katastrofę na

rok 2012. Nadmierny, można rzec – urzędowy – optymizm, jaki demonstrowają niektórzy politycy i komentatorzy, jest grubą przesadą. Jednak powtarzanie w nieskończoność czarnych prognoz z pewnością nie pomoże naszej gospodarce. Jeśli nadzieje w końcu ostry kryzys, to niewykluczone, że stanie się tak częściowo na nasze własne życzenie. Budowanie klimatu śmiertelnego zagrożenia, a nawet paniki, powoduje, że wiele firm zaczyna zaciskać pasa nie dlatego, że musi, ale dlatego, by nie być posądzonym o lekkomyślność w obliczu zagrożenia. Cięcia budżetów wielkich przedsiębiorstw przekładają się oczywiście na otoczenie rynkowe, na

kondycję kooperantów i na zatrudnienie. Skutki takich oszczędności odczuwają niestety także instytucje zajmujące się działalnością społeczną, które w dużej mierze egzystują dzięki wsparciu biznesu. Mówi się, że ekspert to ktoś, kto potrafi w uczony sposób wytłumaczyć, dlaczego się pomylił. Warto, by dyrektorzy finansowi przypomnieli sobie tę mądrą maksymę, zanim wezmą się za skreślanie kolejnych kolumn w firmowym budżecie. Szczególnie, gdy w grę wchodzi wydatki na cele związane z CSR. Przecież to właśnie wówczas, gdy wskaźniki ekonomiczne spadają na łeb na szyję, każda złotówka przeznaczona na wsparcie dla potrzebujących liczy

się podwójnie. To właśnie w czasie kryzysu lub w perspektywie zagrożenia kryzysem widać, które firmy poważnie traktują swoje społeczne zaangażowanie, a które wsparcie traktują tylko jako sposób na reklamę, finansowaną z budżetowych nadwyżek. A więc, odpowiadając na postawione na wstępie pytanie: tak, warto, a nawet trzeba być optymistą – również w kwestii odpowiedzialnego podejścia polskich firm do problematyki CSR. Nieprzypadkowo wśród wyróżnionych w naszej 12. edycji Raportu CSR znalazła się Akademia Rozwoju Filantropii, uhonorowana za projekt „Koalicja Prezesa-wolontariusze 2011”. W projekt zaangażowanych jest osiemnastu

prezesów dużych spółek, m.in. Enei, Danone, AXA Polska, Medcover, Banku Gospodarstwa Krajowego i Grupy TP. Promocja idei wolontariatu poprzez osobiste zaangażowanie prezesów jest w naszej ocenie strzałem w dziesiątkę. Przykład konkretnych, niezwykle zajętych osób, które mimo to są w stanie dzielić się swoim czasem i doświadczeniem z potrzebującymi, może przynieść niespodziewanie dobre efekty. Postanowiliśmy wyróżnić także fundację, która ma wieloletnie, wielkie zasługi w organizowaniu wartościowych przedsięwzięć kulturalnych – adresowanych bynajmniej nie tylko do młodzieży akademickiej.

To Fundacja Universitas Varsoviensis, która obchodzi w tym roku swoje dwudzieste i prowadzi działania edukacyjne w zakresie historii polskiej sceny muzycznej oraz aktywnie promuje młodych artystów. Specjalne podziękowania należą się spółce KGHM, która objęła niniejszy Raport swoim patronatem – a akurat lista projektów społecznych, organizowanych bądź wspieranych przez miedziowy koncern, jest nie tylko długa, ale i warta upublicznienia jako wzór dla innych firm. Trzymamy kciuki za sukcesy nie tylko w zakresie inwestycji, lecz właśnie CSR! Miłej lektury!

Redakcja

Muzyka, która otwiera społeczeństwa



Z Jerzym Owsakiem, założycielem i prezesem zarządu Fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, rozmawia Martyna Wasiuta

ogólnopolską. Jeśli badamy słuch noworodków, to badamy go u wszystkich maluchów. Trzeba docenić ludzi, Polacy potrafią się zorganizować, to naprawdę napawa optymizmem.

W czym tkwi fenomen WOŚP? Czy chodzi o umiejętne połączenie zabawy z pomaganiem, czy jest coś jeszcze?

Zdecydowanie tak! Ja jestem z pokolenia rockowego, Wodostoku amerykańskiego, który był dla mnie czymś niezwykłym. To były wydarzenia, wokół których zbudowano różne legendy. Był to też okres ogromnych przemian w Ameryce, powstania kultury hipisowskiej. Ludzie Ci niesamowicie wpłynęli na tamten establishment, otworzyli oczy całemu społeczeństwu amerykańskiemu. Zmieniono wtedy mnóstwo różnych zasad współżycia, co uczyniło społeczeństwo amerykańskie społeczeństwem jeszcze bardziej obywatelskim. Dlatego uważam, że muzyka rockowa jest potrzebna, aby otwierać społeczeństwa. Te same idee przyświecają cały czas nam. Muzyka rockowa, jest pasją wielu ludzi, którzy nawet nie będąc rockmenami budują na niej swoje życie.

A słynne licytacje. Czy są one przejawem społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce?

Społeczna odpowiedzialności biznesu to modne określenie, ale nie jest ono nasze, nauczyliśmy się tego. Kiedyś było to anegdotyczne, ktoś mówił: wydrukuję to wam za darmo, mam możliwości. Dzisiaj jest to wpisane w zasady działania różnych firm i organizacji, a nawet momentami mam uczucie – pozytywne – że narzucone. Taka jest dzisiejsza wizja rynku, wymóg marketingu, który decyduje jak firma ma wyglądać. Spójrzmy na Rockefellera, który dosłownie ma krew na rękach, a dziś jego Fundacja jest niezwykle znana, poszerza możliwości poznawcze ważnym instytucjom. Dodajmy też, że połowa sprzętu medycznego w szpitalach publicznych w USA pochodzi z fundacji podobnych jak nasza zbiórek. Jest to standard. Słyszmy, że jeśli ktoś pracuje nad wynalezieniem leku na raka, to stoi za tym fundacja. Środki na takie cele ofiarowują też artyści. Pieniądze przekazane na WOŚP są darem, ogromnym darem bardzo przeciętnie zarabiających Polaków. Nadal, jeśli ktoś wrzuca złotówkę do puszek, my mówimy, że za tę złotówkę wydrukujemy ok. 100 serduszek. Temu, który daje milion złotych powiemy, że za to możemy kupić tomograf komputerowy. Jesteście takimi samymi darczyńcami! To wy powodujecie, że Orkiestra może grać, gra i jest w tym sens.

Jak pan ocenia tegoroczny finał WOŚP? Czy będzie to kolejny sukces?

Finał jeszcze trwa, dokładne rozliczanie również. Ostateczny wynik poznamy w Dniu Kobiet, 8 marca, taki daliśmy sobie deadline. Natomiast do końca lutego musimy się rozliczyć z Ministerstwem Spraw Wewnętrznych, ponieważ od strony formalnej musimy, i chcemy, zachować wszystkie procedury związane z organizacją i z rozliczeniem finału. Póki co, jesteśmy bardzo zadowoleni z aktualnego wyniku naszej akcji, bo pod koniec stycznia zebrana kwota wyniosła ponad 40 mln zł, a to przecież jeszcze nie koniec, bank wciąż liczy te pieniądze. Pod koniec lutego będziemy wie-

dzieć, ile ostatecznie zebraliśmy. Oczywiście nie chcemy mówić tylko o naszych wynikach, czy kolejnych rekordach, ale o zaangażowaniu wolontariuszy i o tym jak przebiegała zbiórka. Możemy śmiało stwierdzić, że po 20 latach jakby nic nie stopniało, żaden trybik się nie poluzował. Wypracowane działania cały czas funkcjonują bardzo dobrze, a emocje wśród społeczeństwa są wciąż takie same, znowu cała Polska fantastycznie się bawiła. Jako organizacja pozarządowa pokazujemy, że ludzie wspierają nas, bo widzą w tym sens. Korzystamy z najnowszych trendów, możliwości pozyskiwania nowych ludzi i pieniędzy. Mamy nowe źródła. 20 lat temu jedynym urządzeniem elektronicznym

był faks, dziś jest już internet, a więc: strony internetowe, portale społecznościowe, aplikacje umożliwiające wpłacanie pieniędzy online. Staramy się korzystać ze wszystkich możliwości, jakie niesie ze sobą rozwój takiej komunikacji, wykorzystywać szanse, jakie dają nowoczesne technologie. Przykładem mogą być choćby zdjęcia, umieszczone na naszej wystawie na płocie parku Łazienkowskiego, które posiadały QR kody, za pomocą których, przez najnowocześniejsze telefony, można było obejrzeć je w formie filmu. Wszystko to powoduje, że zbiórka odbywa się w sposób bardzo nowoczesny. Jednak mimo wszystko nadal korzystamy z pomocy wolontariuszy, którzy zbierają tradycyjnie

pieniądze do puszek i tego nie chcemy zmieniać. Utrwalamy też rockandrollowy charakter całego przedsięwzięcia. Należy też zwrócić uwagę na rolę telewizji, zarówno prywatnej jak i publicznej, która wspomagala całą akcję poprzez relację bieżących wydarzeń w dniu finału. O tym też nie można zapominać, trzeba wykorzystywać wszelkie źródła, aby rozszerzać zbiórkę, za co nie raz jesteśmy krytykowani, ale nam dodaje to sił. Jednym może to przysporzyć kłopotów, nam jednak daje to wszystko wiele radości. 20 lat grania to jednak spora pomoc dla polskiej służby zdrowia, przejaw dobroci, ludzkiego serca. Nasze programy medialne prowadzone są kompleksowo, a więc na skalę

➔ Fundacja Universitatis Varsoviensis wyróżniona w XII edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu z okazji obchodów 55-lecia Klubu i 20-lecia Fundacji, za promocję pozauczelnianej aktywności artystycznej oraz prowadzony od ponad 15 lat program pomocy materialnej dla studentów niepełnosprawnych.

Muzyczna tradycja

W tym roku mija 20 lat od założenia Fundacji Na Rzecz Studentów i Absolwentów Uniwersytetu Warszawskiego „Universitatis Varsoviensis” i jednocześnie 55 lat od powstania, pozostającego pod opieką Fundacji, Klubu Studenckiego Hybrydy. W tym klubie zaczęło się wiele karier artystów, którzy do dziś cieszą się międzynarodowym uznaniem.

Joanna Nogała – Niektórych może zdziwić wyróżnianie za społeczne zaangażowanie klubu muzycznego czy fundacji, która zarządza takimi lokalami. Pozory mogą jednak mylić. Universitatis Varso-

viensis jest jedną z najprężniej działających organizacji akademickich w Polsce. Fundacja po pierwsze wspiera przedsięwzięcia innych organizacji działających na UW, prowadzi też Akademicką Poradnię

Prawną, w której studenci mogą uzyskać nieodpłatnie pomoc prawną, a także od ponad 15 lat wraz z Biurem ds. Osób Niepełnosprawnych UW prowadzi program pomocy materialnej dla studentów niepełnosprawnych – od tego czasu przekazała na ten cel ponad milion zł. To oczywiście niektóre z działań.

Inkubator przedsiębiorczości
Nasza redakcja postanowiła wyróżnić „Universitatis Varsoviensis” za działania edukacyjne na temat historii polskiej



Warszawskie Juwenalia

sceny muzycznej, promocję pozauczelnianej aktywności artystycznej oraz prowadzony od ponad 15 lat program pomocy materialnej dla studentów niepełnosprawnych. Fundacja zarządza obecnie klubami: Proxima, Hybrydy i Palladium, w których młodzi ludzie mogą być trochę bliżej kultury. Organizowane są tu nie tylko koncerty, ale także wystawy, przedstawienia teatralne i wiele innych. W kalendarz kulturalny już na stałe wpisały się takie wydarzenia jak: Juwenalia Warszawskie, Blues Rock Jazz Warsaw Festiwal, Warsaw Blues Night. Przy Fundacji działają też Dyskusyjny Klub Filmowy UW oraz Teatr Hybrydy. W lutym 2011 r. uruchomiona została scena teatralna – Teatr Palla-

dium. Przedstawiciele Fundacji twierdzą, że 2012 to szczególnie rok, który planują uświetnić szeregiem wydarzeń kulturalnych. W styczniu br. miała miejsce światowa premiera musicalu „Nie ma Solidarności bez miłości”, teraz czas na obchody jubileuszu klubu Hybrydy, który od ponad pół wieku tworzy historię polskiej sceny muzycznej. Święto 55-lecia Klubu zostało objęte honorowym patronatem przez rektor Uniwersytetu Warszawskiego – Katarzynę Chałasioską – Macukow. Obchody obejmą sześć spotkań wieczornych poświęconych kolejno: kontrykulturze muzycznej lat 70. i 80., kabaretowi, poezji śpiewanej, odkryciom ostatnich dekad, jazzowej tradycji miejsca. Zwieńczeniem bę-

dzie gala (odbędzie się w listopadzie 2012 r.) „Pamiętajcie o Hybrydach przecież stamtąd przyszliscie...” na której z towarzyszeniem big bandu zagra dziewięciu artystów związanych z Hybrydami na różnych etapach swojej pracy twórczej, często stawiających tu pierwsze znaczące kroki artystyczne. Podsumowaniem koncertu będzie wspólne jam session – stanowiące podkreślenie idei wymiany artystycznej i aktywnych poszukiwań. Wydarzeniom będzie towarzyszyła wystawa plenerowa w przestrzeni Kampusu Głównego Uniwersytetu Warszawskiego oraz kampania informacyjno-promocyjna ukazująca wkład klubu Hybrydy w życie kulturalne na przestrzeni epok.

Trochę historii...

Nie wiadomo, kto wpadł na pomysł stworzenia klubu studenckiego. Mimo że idea może zdawać się dość pospolita, to w tamtych czasach była to całkiem nieznaną formą. Dodatkowo władze miejskie nie były przychylnie takim postrzelonym ideom, które mogły się w realizacji okazać skomplikowane i do tego generować koszty. Dwaj działacze ruchu akademickiego, Andrzej Pniewski i Józef Waczków, opracowali koncepcję klubu, któremu przydzielono budynek przy ul. Mokotowskiej 48. Mieszkał tam niegdyś i tworzył J.I. Kraszewski. To wła-

śnie od jego powieści, pt. „Hybryda”, pochodzi nazwa klubu. Oficjalne otwarcie miało miejsce 1 lutego 1957 r. Odbыл się wtedy koncert jazzowy. Hot-Club Hybrydy był głównym organizatorem pierwszego międzynarodowego festiwalu jazzowego – Jazz 58 (później przyłączyła się do niego nazwa Jazz Jamboree), który odbył się w Warszawie przy ul. Emilii Plater w dawnej siedzibie klubu Stodoła. Klub z roku na rok stawał się miejscem stałych spotkań i dyskusji literackich. Przychodzili tu poeci, pisarze, kabareciarze. Wystawiano przedstawie-

nia teatralne, organizowano wieczorki poetyckie, występy kabaretów. Z Hybrydami związany był, m.in. Jan Pietrzak, Wojciech Młynarski, Stefan Friedmann, Jonasz Kofta i Adam Kreczmar. W swojej historii klub miał też ciężkie momenty, kiedy zawieszano jego działalność lub gdy przejęty został przez organizację, która nie do końca rozumiała ideę klubu studenckiego. Od 20 lat Hybrydy zarządzane są przez Fundację, a obchody 55-lecia klubu mają na celu przede wszystkim przywrócenie klubowi dawnej świetności.

Marka na kulturalnej mapie Warszawy



Ze Sławomirem Sokołowskim, wiceprezesem zarządu fundacji „Univesitatis Varsoviensis”, rozmawiała Izabela Wojtaś

ludzie. Hybrydy to najlepsi z najlepszych. Tu zawsze bawiły się najpiękniejsze warszawianki, najbardziej przebojowi, przystojni i przedsiębiorczy Polacy. Szef BCC Marek Goliszewski jako student dbał o bezpieczeństwo bawiących się, stojąc „na bramce”, b. Minister Spraw Zagranicznych Andrzej Olechowski grał jako dj, b. Ambasador Polski w Indiach Krzysztof Mroziewicz szefował Hybrydom w latach 60., a obecny sekretarz stanu w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji Sławomir Rogowski kierował nimi w latach 80. Hybrydy są marką, zajmują stałe miejsce na kulturalnej mapie Warszawy, z którą związane są ważne osobowości kultury XX w.: Tyrmann, Kofta, Broniewski, Komeda, Białoszewski, Kreczmar czy Stachura. Hybrydy to nie tylko dyskoteka czy „koncertownia”. Swą karierę artystyczną zaczęli: Wojciech

Młynarski, Jan Pietrzak, Ewa Bem, Urszula Dudziak, Adam Makowicz, T. Love, Kayah. Tu odbywają się również dyskusje społeczno-polityczne. Tu odbyło się pierwsze spotkanie studentów z Lechem Wałęsą w Warszawie, tu był sztab wyborczy Tadeusza Mazowieckiego, czy dyskusja z Ginterem Grassem. Spotkanie z ambasadorem Stanów Zjednoczonych i Rosji oraz spotkania różnych środowisk od Ordynackiej po „Gazetę Polską”. Sukces Hybryd to również niepowtarzalny klimat miejsca. Artyści często grają u nas dla przyjemności. Niewymuszona luźna atmosfera sprawia, że nawiązują świetny kontakt z publicznością i sami się bawią.

Hybrydy to nie jedyny klub, którym zarządza Fundacja. Jest jeszcze Palladium i Proxima. Jakże działania prowadzi fundacja na rzecz

rozwoju życia kulturalnego w Warszawie?

Palladium jest efektem sukcesu Hybryd. Wiele koncertów czy spektakli wymagało większej sali i dlatego zmuszeni byliśmy pozyskać większy obiekt. To było marzenie również naszych poprzedników. Dlatego jesteśmy szczęśliwi z faktu, że nam udało się te marzenia zrealizować. Obecnie w Palladium odbywają się koncerty najbardziej prestiżowych artystów z kraju i zagranicy. Jest to muzyka bardziej wyrafinowana dla koneserów i cieszy nas to, że takich odbiorców w Warszawie nie brakuje. Z uwagi na wspaniałą akustykę Palladium są tu prezentowane różnorodne nurty muzyczne, łącznie z muzyką klasyczną. Na stałe zagosty u nas festiwale „Era jazzu”, „Jazz Jamboree”. W Palladium działa także scena teatralna. Jest to obecnie największa niepubliczna scena w kraju. Powoli budujemy repertuar teatru. Są przygotowane realizacje wielkich dzieł narodowych przeznaczonych

dla dzieci i młodzieży, a dla osób starszych lekkie komedie obyczajowe czy kabarety. Niedawno wystawiliśmy pierwszy musical – „Nie ma miłości bez solidarności” z muzyką Krzesimira Dębskiego. „Proxima” to nasze pierwsze dziecko. Jest klubem sprofilowanym na muzykę niszową, skupiającą subkulturę (reggae, rock, metal, ska) oraz imprezy studenckie. We współpracy z samorządem studenckim Uniwersytetu Warszawskiego organizujemy przeglądy młodych kapel. Proxima odgrywa też nieocenioną rolę integracyjną dla nowych studentów. Tu odbywają się imprezy wydziałowe, otrzysiny, połowinki, a co piątek karaoke, cieszące się coraz większą popularnością

55 urodziny Hybryd to chyba dobra okazja, aby trochę powspominać. Proszę przypomnieć jakąś ciekawą historię związaną z Hybrydami.

Przy okazji remontu Hybryd dowiedzieliśmy się, że w cza-

sie Powstania Warszawskiego w budynku mieścił się sztab i mogło coś pozostać w najniższych, zalanych kondygnacjach budynku. Udało się ściągnąć pletwonurków. Niestety nic nie znaleźli. Na imprezie inaugurującej działalność Hybryd na Złotej zaginął płaszcz Przewodniczącego Rady Miasta. Musiałem mu oddać swój. Rano dzwonił żona jednego z urzędników administracji uczelnianej, że zabrała czyjś płaszcz i zostawiła swój. Pojechałem więc do klubu, odnalazłem okrycie, odwoziłem właściciela, odebrałem od niej zaginiony płaszcz Przewodniczącego. A następnie pojechałem wymienić go na własny. W Hybrydach, jak w przyrodzie nic nie ginie, czasami zmienia właściciela. Innym razem podczas koncertu Grzegorza Turnaua, artysta przestaje grać, cisza, czyta sms i ogłasza: „Opowiedzieliśmy się za wstąpieniem do Unii Europejskiej”. Odegrał kilka taktów „Ody do młodości” szampany strzeliły, impreza trwała do białego rana.

Mokotowska, Kniewskiego i w końcu Złota – długa i wyboista droga, a jednak od 55 lat niezmiennie Klub Hybrydy kształtuje muzyczne dziedzictwo kulturowe i do tego cały czas jest na topie – w czym tkwi sukces?
Sukces Hybryd wynika m.in. z powiązania ze środowiskiem akademickim oraz największą i najlepszą alma mater w Polsce Uniwersytetem Warszawskim. Klub skupia najzdolniejszych ludzi młodego pokolenia – studentów Warszawy. Najważniejsi zaś, jak wszędzie, są

➔ **Stowarzyszenie Akademia Rozwoju Filantropii wyróżniona w XII edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność w Biznesie za projekt „Koalicja Prezesi-wolontariusze 2011”, w którym działają prezesi firm, takich jak: ENEA S.A., Danone, AXA Polska S.A., Citi Handlowy, Medicover, Grupa TP, Bank Gospodarstwa Krajowego czy Tchibo Warszawa.**

Koalicja odpowiedzialnych biznesmenów

Razem jest raźniej, a już na pewno skuteczniej. Z takiego założenia wyszli inicjatorzy projektu „Koalicja Prezesi-wolontariusze 2011”, wyróżnionego w XII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

Przemysław Gruz – W projekcie uczestniczy sześciu prezesów reprezentujących wiodące firmy na polskim rynku. Są wśród nich: Maciej Owczarek (ENEA S.A.), Aneta Podyma (AXA TFI S.A.), Frank Uszko (Danone), Sławomir S. Sikora (Citi Handlowy), Harry Klompe (NUTRICIA), Maciej Witucki (Grupa TP), Artur Starek (Tchibo Warszawa), Maciej Szwarc (AXA Polska S.A.), Marek Kalbarczyk (Altix Sp. z o.o.), Marek Kuzaka (AMS S.A.), Paweł Ornatek (Lyreco Polska S.A.), Adam Niewiński (Xelion. Doradcy Finansowi), Jerzy Kurella (Bank Gospodarstwa Krajowego), Marek Rybiec (Xelion. Doradcy Finansowi), Paweł Kacprzyk (Medicover) i Teresa Górecka (Biuro Turystyki ZNP LogosTour).

Dobre wzorce

Celem Koalicji jest promocja wolontariatu i działań CSR na przykładzie najlepszych, czyli osób, które aktywnie działają w biznesie. Propagowanie postaw i zachowań prospołecznych poprzez pokazywanie pozytywnych przykładów me-

nedżerów wysokiego szczebla, którzy dzielą się swoim czasem, doświadczeniem, wiedzą i umiejętnościami, zdaniem ekspertów, daje najlepsze efekty. – Działanie firmowane imieniem i nazwiskiem osoby znanej w danym obszarze sprawia, że jest ono postrzegane jako pewne – mówi Alfred Waldens, ekspert ds. wizerunku osób i instytucji w biznesie. Zaangażowanie takiej grupy to wynik refleksji inicjatorów projektu: Macieja Owczarczyka, prezesa ENEA S.A. oraz Pawła Łukasika, prezesa Stowarzyszenia Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, którzy szukali pomysłu na wsparcie roli biznesu w budowaniu oraz wzmacnianiu aktywności społecznej i wolontariatu w Polsce. – Kluczem była umiejętność i chęć popularyzowania idei wolontariatu, doświadczenie oraz manifestowanie osobistego zaangażowania społecznego w ramach akcji wolontariackich – mówi przedstawiciel Koalicji.

Razem dla dobra wspólnego
Zadania, które postawili sobie prezesi-wolontariusze to pro-

mocja i upublicznienie idei społecznego zaangażowania biznesu, szczególnie w środowisku przedsiębiorców i menedżerów wysokiego szczebla, prezentacja dobrych praktyk i edukacja w zakresie wolontariatu biznesu, a także wymiana doświadczeń, wiedzy i umiejętności pomiędzy liderami biznesu a liderami organizacji społecznych. Członkowie Koalicji organizują liczne inicjatywy dotyczące CSR oraz w nich uczestniczą, m.in.: w konferencjach i debatach dotyczących wolontariatu pracowniczego oraz społecznej odpowiedzialności biznesu (m.in. Konferencja Harvard Business Review Polska „Forum CSR 2011”, XXI Forum Ekonomiczne w Krynicy, Konferencja „CSR na Giełdzie”), w obchodach Europejskiego Roku Wolontariatu 2011. Dodatkowo prowadzą też wspólne akcje i programy prospołeczne, m.in. Zbiórka Żywności Podziel się Posiłkiem, spektakl „Pchła Szachrajka” w Teatrze Polonia dla dzieci ze szkół integracyjnych. Pierwszym wspólnym działaniem prezesów-wolontariuszy jest apel: „Czas biznesu, czas pomagania” skierowany do liderów biznesu w Polsce, w którym zachęcają do włączenia się w prace Koalicji i promowania wolontariatu.



Apel „Czas biznesu, czas pomagania”

Z okazji Europejskiego Roku Wolontariatu apelujemy do prezesów, członków zarządów oraz menedżerów firm o włączenie się w popularyzowanie idei wolontariatu w swoich firmach i ich otoczeniu. Jesteśmy przekonani, że wolontariat jest istotnym elementem budowania społeczeństwa obywatelskiego, które stwarza korzystne warunki do funkcjonowania

zarówno w sferze prywatnej, jak i biznesowej. Jego kształt zależy od naszych postaw i zaangażowania, a rok 2011 – Europejski Rok Wolontariatu – jest najlepszym czasem, by dać im wyraz. Zapraszamy do włączenia się w prace Koalicji „Prezesi-wolontariusze 2011”, której celem jest propagowanie wolontariatu pracowniczego i osobistego zaangażowania

społecznego prezesów. Zachęcamy przedstawicieli firm do organizacji działań i propagowania postaw prospołecznych na rzecz dobra wspólnego. Nasze wspólne działania mogą przyczynić się do trwałych i potrzebnych zmian społecznych. Niech istotnym inicjatorem tych zmian będzie również zaangażowany społecznie biznes.

Inspirujemy. Pomagamy działać

Z prezesem Stowarzyszenia Akademia Rozwoju Filantropii – Pawłem Łukasikiem, rozmawiała Izabela Wojtaś

Jaki cel przyświecał Stowarzyszeniu przy tworzeniu projektu „Koalicja Prezesi – wolontariusze 2011”?

Naszą misją jest promocja filantropii, czyli działania na rzecz dobra wspólnego, które jest zgodne z piękną myślą Tołstoja: „Dobro rodzi się wtedy, gdy ludzie zapominają o sobie”. Trzeba pamiętać, że nie ma nic złego w tym, że chwalą nas za dobro, które uczyniliśmy, ale patrzymy abyśmy nie czynili tego, tylko z tego powodu. My chcemy pokazywać tych, którzy budują dobro wspólne. Tych, którzy starają się poświęcać swój czas i środki na rzecz innych. Z takich pobudek zrodziła się „Koalicja Prezesi – wolontariusze 2011”. W tym programie chcieliśmy pokazać przede wszystkim, że środowisko prezesów-wolontariuszy to grono osób, które uruchomiło w Polsce często duże, angażujące tysiące osób, programy społeczne we własnych firmach – programy wolontariatu pracowniczego, programy CSR czy rozległe programy społecznego zaangażowania. Zresztą działania prospołeczne prezesów są wolontariatem szczególnym. Jest to wolontariat XXI w., w którym prezesi mogą się podzielić nie tylko swoim czasem, lecz także wiedzą i kompetencjami. A trzeba przyznać, że naprawdę mają czym się dzielić. Już w dniu powołania tej koalicji, 21 marca 2011 r., odbyło się pierwsze spotkanie prezesów ze studentami, też wolontariuszami, podczas którego obie grupy dzieliły się swoimi doświadczeniami w zakresie wolontariatu i działań na rzecz dobra wspólnego. Prezesi mówili m.in. o swoim doświadczeniu menedżerskim, które wykorzystują w działaniach CSR.

W jaki sposób prezesi mogą przyczynić się do kreowania dobrych postaw?
Pokazanie postaw prezesów buduje moralne przywództwo – liderzy biznesu stają się przywódcami nie tylko w działaniach zarządczych, lecz także w kształtowaniu dobrych postaw. Prezesi

wprowadzając działania CSR w swoich firmach, sami też muszą się angażować w te działania – właśnie takie moralne przywództwo jest niesłychanie ważne, ponieważ jak wiadomo, przykład powinien iść z góry. Jeżeli prezesi prowadzą wolontariat pracowniczy, to sami muszą brać w nim udział. W zeszłym roku obchodziliśmy Europejski Rok Wolontariatu 2011, w ramach którego można się było przyrzeć wielu inicjatywom społecznym w Polsce i wśród nich naprawdę duże znaczenie miał wolontariat pracowniczy i powołana przez nas Koalicja. Inicjatywa ta, w pewien sposób domyka przestrzeń działania w ramach wolontariatu i pokazuje, że w zasadzie każdy może być wolontariuszem – od pracownika po prezesa.

Myślą przewodnią Państwa stowarzyszenia jest hasło „Inspirujemy. Pomagamy działać”. Czy mógłby Pan to rozwinąć?

Inspirujemy do tego, żeby budować dobro wspólne, pomagać w rozwiązywaniu różnych problemów społecznych i pomagamy w działaniu, pokazując konkretne rozwiązania, często także wspierając je finansowo, jak chociażby dzięki programowi „Działaj Lokalnie”, którego jesteśmy operatorem w imieniu Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności. Wspólnie z naszymi partnerami sfinansowaliśmy już ponad 4 tys. projektów mieszkańców z małych miejscowości. Akademia szukamy rozwiązań, które zaangażują do działania na rzecz dobra wspólnego wszystkie możliwe środowiska, dlatego organizujemy konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku”, który służy pokazywaniu społecznie zaangażowanie firm w inicjatywy lokalne. Jest o najstarszy konkurs, organizowany przez Akademię. Obecnie trwa jego 15. edycja. Wspólnie z partnerami medialnymi, organizujemy też konkurs „Gwiazdy Dobroczyńności”, w którym pokazujemy społecznie zaangażowanie sławnych osób.



Mamy nadzieję, że działania dobroczynne gwiazd staną się inspiracją dla wszystkich Polaków. Akademia jest jednym z organizatorów konkursu „Społecznik Roku”. Promujemy również ideę e-wolontariatu, czyli tego jak pomagać nie wychodząc nawet z domu. Okazuje się, że być filantropem można na bardzo wiele sposobów, od e-wolontariatu po programy grantowe czy stypendia, które wspieramy. Założona przez nas Fundacja Dobra Sieć prowadzi też bardzo popularny w Polsce portal mostypendium.pl, na którym można znaleźć informację o kilku tysiącach programów stypendialnych. Możliwości pomagania obecnie jest bardzo wiele. Czasem nawet nie zdajemy sobie z tego sprawy, że społeczne zaangażowanie w Polsce jest tak rozbudowane.

Jakie inne działania CSR prowadzi stowarzyszenie?

Wszystkie działania, które prowadzimy, oparte są na idei konkursów. Jednak prowadzimy też szeroko zakrojoną działalność edukacyjną i wydawniczą. Wydaliśmy sporo różnych publikacji, m.in. serię „Wiedza i doświadczenie”, poradniki na temat marketingu społecznie zaangażowanego i fundraisingu. Są to pozycje dedykowane organizacjom pozarządowym. Publikujemy też sporo woluminów, w których pokazujemy dobre praktyki, starając się wywiązać z naszej misji – czyli inspirowania i pokazywania jak działać. Warto też przypomnieć, że rok 2012 jest Europejskim Rokiem Aktywności Seniorów i Współpracy Międzypokoleniowej, w związku z tym prowadzimy takie projekty, jak: „Zysk Dojrzałości” czy wspólnie z UPC „Dojrzałość w sieci”.

KGHM – człowiek jest najważniejszy

KGHM Polska Miedź SA, realizując misję działania zgodnie z hasłem, że najważniejsi są ludzie, wdraża szereg działań związanych ze wsparciem programów prozdrowotnych, projektów sportowych i naukowych oraz ekologicznych. To także realizacja strategii spółki, która oparta jest na odpowiedzialnym społecznym zarządzaniu.

Waldemar Sosnowski – Działalność KGHM w obszarze CSR została doceniona w 2011 r. w konkursie Lidera Filantropii organizowanym przez Forum Darczyńców. KGHM nagrodzono również Nagrodą Specjalną za „Konsekwentne Zaangażowanie w Konkurs i Rozwijanie Filantropii Korporacyjnej w Polsce”. Kolejny raz także KGHM jest członkiem prestiżowego Respekt Index – projektu pod patronatem Warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych, który ma na celu promowanie najwyższych standardów odpowiedzialnego zarządzania.

Pracownik na wagę złota
Dla KGHM priorytetowe znaczenie ma troska o bezpieczeństwo swoich pracowników. Spółka zatrudnia dzisiaj ponad 18 tys. osób, w Grupie Kapitałowej KGHM Polska Miedź S.A. pracuje kolejnych 25 tys. Licząc zatrudnienie w firmach kooperujących z KGHM można stwierdzić, że Polska Miedź zapewnia utrzymanie dla ponad 100 tys. osób. „KGHM jest nie tylko najlepszym dla pracowników miejscem, ale również miejscem, gdzie pracownicy mogą być najlepsi” – tak brzmi motto spółki, które jest jednocześnie wyzwaniem dla utworzonego w firmie Systemu Zarządzania Potencjałem Społecznym KGHM. Wdrożony w organizacji system wspomaga jej strategię biznesową poprzez: rozwój systemu kształcenia i doskonalenia; planowania karier i zarządzania kompetencjami oraz zarządzania wiedzą; optymalizację procesu rekrutacji i adaptacji; system ocen pracowników, system komunikacji wewnętrznej i kształtowanie

kultury organizacyjnej oraz zapewnienie odpowiedniej motywacji pracowników. W uznaniu za wyniki w wykorzystaniu osiągnięć nauki i techniki dla poprawy warunków pracy, bezpie-

nie lokalnych i regionalnych inicjatyw pobudzających aktywność gospodarczą, sprzyjających tworzeniu nowych podmiotów i dywersyfikacji struktury gospodarczej.

Fundacja Polska Miedź
Jednym z filarów CSR w KGHM jest działalność powołanej w 2003 r. Fundacji Polska Miedź. Fundacja stanowi spójny element prowadzonej przez firmę polityki społecznie odpowie-

darowizn pieniężnych, przeznaczając na ten cel prawie 3,5 mln zł.

Społeczna misja
Dzięki sponsorowaniu wielu cennych przedsięwzięć z obszaru kultury, nauki czy sportu Polska Miedź prowadzi swoisty dialog ze środowiskiem, w którym firma działa, wychodząc jednocześnie naprzeciw społecznym interesom i oczekiwaniom. KGHM wspiera organizacje

aspekt swoich działań. Polska Miedź stworzyła przemysłowy region Zagłębia Miedziowego i z tych względów spółka ma poczucie odpowiedzialności za dalszy rozwój regionu. KGHM jest także profesjonalnym mecenasem sportu – wspiera piłkarskie Zagłębie Lubin S.A., Międzynarodowy Bieg Piastów w Szklarskiej Porębie-Jakuszycach oraz Wyścig Kolarski Szlakiem Grodów Piastowskich.

cji Zdrowia i Przeciwdziałania Zagrożeniom Środowiska. Program ten jest skierowany głównie do dzieci w wieku od 1 do 16 roku życia, zamieszkujących okolice hut. Obejmuje on, m.in. badanie krwi na zawartość ołowiu, wyjazdy na „zielone szkoły”, zajęcia na basenach czy też edukację ekologiczno-zdrowotną. W 2011 r. programem tym objęto 1200 dzieci. Konsekwentne działania w tym obszarze przyniosły wymierne efekty, które



czeństwa i ochrony człowieka w środowisku pracy Komisja Wyboru Liderów Bezpiecznej Pracy przy Centralnym Instytucie Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy – przyznała KGHM Złotą Kartę Lidera Bezpiecznej Pracy.

Region miedzią płynący
Pozycję, jaką zajmuje obecnie region legnicko-głogowski na mapie gospodarczej Polski, zawdzięcza właśnie istnieniu KGHM. To tutaj znajdują się jedne z najbogatszych gmin w kraju, a wskaźnik poziomu zarobków kształtuje się na wysokim poziomie. Zaangażowanie KGHM w sprawy regionu oznacza przede wszystkim troskę o utrzymanie dotychczasowych i tworzenie nowych miejsc pracy. Oznacza też kreowa-

nie lokalnych i regionalnych inicjatyw pobudzających aktywność gospodarczą, sprzyjających tworzeniu nowych podmiotów i dywersyfikacji struktury gospodarczej. Fundacja kontynuuje dobroczynne i charytatywne działania prowadzone od początków istnienia przemysłu miedziowego na Dolnym Śląsku. Wspiera ona ważne inicjatywy lokalne i regionalne, ale angażuje się także w projekty o skali ogólnopolskiej. W 2011 r. kwotą prawie 13 mln zł dofinansowano łącznie 400 projektów z zakresu ochrony i promocji zdrowia, ochrony dóbr dziedzictwa narodowego, nauki, edukacji, sportu i kultury fizycznej, ekologii i bezpieczeństwa publicznego, regionalizmu oraz tradycji przemysłu miedziowego. Osobom fizycznym, znajdującym się w trudnej sytuacji finansowej spowodowanej nagłą chorobą lub długotrwałym leczeniem, przyznano w 2011 r. 1438

konferencji, sympozjów i innych wydarzeń związanych z nauką, które pozwalają zacieśniać współpracę między przemysłem a środowiskiem naukowym. W 2011 r. KGHM był zaangażowany m.in.: w Dolnośląski Festiwal Nauki, Miedziowe Warsztaty Onkologiczne, Międzynarodowe Sympozjum Solne „Quo Vadis Sal”, konferencje „Dziedzictwo i historia górnictwa oraz wykorzystanie pozostałości dawnych robót górniczych”, „Aktualia i Perspektywy Gospodarki Surowcami Mineralnymi”, „Kluczowe problemy górnictwa w UE” oraz „Zrównoważona produkcja i konsumpcja surowców mineralnych w Europie – integracja aspektów społecznych i racjonalnego zużycia zasobów”. KGHM zwraca szczególną uwagę na społeczny

KGHM a ekologia
Idee zrównoważonego rozwoju, a w szczególności poszanowania środowiska naturalnego, są ważnym elementem strategii spółki. Wydobywanie rudy miedzi a następnie jej przerób na wszystkich etapach produkcji jest nierozłącznie związane z oddziaływaniem na poszczególne komponenty środowiska naturalnego. Dotrzymanie rygorystycznych norm środowiskowych, wynikających z prawa, możliwe jest dzięki systematycznemu modernizowaniu instalacji służących ochronie środowiska, zarówno tych wybudowanych w przeszłości jak i nowych inwestycji w tej dziedzinie. W ostatnich latach spółka wydawała na realizację inwestycji proekologicznych około 45 mln zł rocznie. KGHM Polska Miedź S.A. uruchomiła w 2011 r. Program Promo-

pozwoły na budowę wizerunku firmy o wzorcowych rozwiązaniach ekologicznych. Wpłynęły także na zmianę postrzegania spółki przez władze lokalne, państwowe, jak również forum międzynarodowe. KGHM przygotowuje się także do uczestnictwa w europejskim systemie handlu emisjami CO₂. Celem firmy będzie także uzyskanie decyzji o środowiskowych uwarunkowaniach, dla przedsięwzięcia polegającego na wydobywaniu kopaliny metodą głębinową, prace związane z bezpieczeństwem składowiska Żelazny Most, m.in. dociążenia zapór składowiska oraz kontynuacja modernizacji urządzeń ochrony atmosfery w hutach. Jednym z priorytetów będą także prace związane z rekultywacją terenów po zlikwidowanym szybie kopalni Polkowice – Sieroszowice.

W związku z prowadzoną działalnością związaną z ochroną środowiska, KGHM Polska Miedź S.A. została uhonorowana tytułami:
• „Lider Polskiej Ekologii” (2001 r.),
• „Firma Przyjazna Środowisku” (2002 r.),
• „Ekolaur” (2003 r.),
• „Green Apple Awards” - nagroda przyznana w Wielkiej Brytanii (2003 r.).

➔ Wywiad z laureatem Dbam o zdrowie – pomagam



Z Ewą Wasiak, wiceprezesem DOZ S.A. – organizatorem biegu Łódź Maraton Dbam o Zdrowie, rozmawia Przemysław Gruz

gorocznej edycji biegu będziemy mieli przynajmniej dwukrotnie więcej uczestników. Warto też podkreślić, że trasa obecnego maratonu to jedna z najbardziej ambitnych tras spośród biegów ulicznych odbywających się w naszym kraju. Zawodnicy niemal cały czas będą przebywać w mocno zurbanizowanym terenie, po drodze mijając zabytkowe kamienice i unikalne obiekty pofabryczne.

Maraton to nie tylko impreza sportowa, to także wydarzenie o charakterze charytatywnym. Jak w tym roku będzie wyglądał ten wymiar maratonu?

Ideą pomysłodawcy, organizatora oraz głównego sponsora maratonu, czyli spółki DOZ S.A., zarządzającej jedną największą w Polsce i jedną z największych w Europie siecią aptek, było stworzenie takiego wydarzenia, które nada nowy wymiar działaniom z zakresu

promowania zdrowego stylu życia. Po pierwszej edycji maratonu można powiedzieć, że wzorowo udało się połączyć działalność biznesową z odpowiedzialnością społeczną, ponieważ misją organizatora rajdu jest właśnie ochrona zdrowia, ale także profilaktyka oraz edukacja zdrowotna. Z działań społecznej odpowiedzialności biznesu, które towarzyszą maratonowi, warto szczególnie wyróżnić program „Biegam – Pomagam”. W ramach tej akcji każdy uczestnik Łódź Maraton Dbam o Zdrowie może połączyć swoje przygotowania i udział w maratonie ze zbiórką pieniędzy na wybrany cel społeczny. W tym roku np. pobiegną z nami „Spartanie” w replikach strojów historycznych. „Spartanie” to grupa biegaczy, którzy łączą zamiłowanie do biegania z działalnością charytatywną. Podczas tegorocznego maratonu będą zbierali pieniądze na pomoc dzieciom niepełnosprawnym.

Co dalej z maratonem, jaka będzie jego przyszłość?

Maraton to przede wszystkim profesjonalna impreza sportowa, a dla zawodowych maratończyków będzie on ostatnią szansą na uzyskanie kwalifikacji do Igrzysk Olimpijskich w Londynie. Ten wielowymiarowy charakter biegu pozwala wierzyć, że impreza ma szansę stać się ważnym wydarzeniem w skali całego kraju a może nawet Europy. Tego samego zdania są władze Łodzi, które tak jak w ubiegłym roku bardzo zaangażowały się w organizację maratonu. Hanna Zdanowska, prezydent Łodzi, która także w tym roku objęła honorowy patronat nad imprezą, podkreślała ostatnio, że maraton już przyczynia się do promocji miasta. Świadczy o tym ilość zgłoszeń oraz to, że płyną one z całego świata. Mamy już zgłoszonych biegaczy, m.in. z USA, Słowacji, Niemiec, Francji oraz Maroka.

Czy w tym roku w Łodzi wystartuje drugi maraton Dbam o Zdrowie? Pobijecie rekord sprzed roku?

Przygotowania do drugiej edycji biegu Łódź Maraton Dbam o Zdrowie są już bardzo zaawansowane. Kolejny maraton wystartuje za niecałe trzy miesiące, już 15 kwietnia. Możemy śmiało powiedzieć, że tegoroczny maraton będzie znacznie większy niż ubiegłoroczny, ponieważ już teraz mamy ponad 1,3 tys. zgłoszeń, czyli prawie osiągnęliśmy wynik z ubiegłego roku, kiedy wystartowało 1,5 tys. biegaczy. Spodziewamy się, że w te-

PZU wspiera młodzież

PZU został partnerem strategicznym Krajowego Funduszu na rzecz Dzieci. Jedna z największych instytucji finansowych w Polsce postawiła na nową inwestycję – wsparcie najzdolniejszej polskiej młodzieży.

Współpraca z Krajowym Funduszem na rzecz Dzieci to kontynuacja działań Grupy PZU z zakresu CSR w obszarze edukacji. Fundusz od 1983 r. realizuje autorski program pomocy wybitnie zdolnym, będąc jedyną w Polsce organizacją oferującą tak wszechstronne wsparcie utalentowanym dzieciom i młodzieży. Wsparcie PZU pozwoli Funduszowi nie tylko kontynuować prowadzony program, ale również uzupełnić go o nowe elementy. Stowarzyszenie planuje znacząco rozwinąć działalność, docierając do młodych naukowców i artystów w większym zakresie przez internet i zacieśniając współpracę z dawnymi stypendystami, którzy dziś są wyróżniającymi się studentami, uznanymi naukowcami i znakomitymi twórcami. – W ostatnich latach nasze stowarzyszenie borykało się z poważnymi problemami finansowymi, coraz trudniej było nam po-

zyskiwać środki na realizację programu. Dzięki wsparciu PZU przez najbliższe lata możemy całą energię poświęcić temu, w czym jesteśmy najlepsi: pomocy najzdolniejszej młodzieży – powiedziała Maria Mach, dyrektor Biura Krajowego Funduszu na rzecz Dzieci. Zgodnie z wynikami najnowszego raportu PISA (Programu Międzynarodowej Oceny Umiejętności Uczniów) Polska ma jeszcze dużo do zrobienia w temacie wsparcia utalentowanych dzieci. Wśród naszych uczniów odnotowano wyraźny spadek liczby osób rozwiązujących najtrudniejsze zadania. Odsetek licealistów osiągających najlepsze wyniki w testach czytania i rozumienia tekstu spadł w ciągu trzech lat z 29,7 do zaledwie 18,6 proc. Odsetek najzdolniejszych uczniów jest znacznie mniejszy niż w wielu innych rozwiniętych krajach.

nj

Reklama

POMYSŁ NA FIRME	Przedstawiamy i analizujemy pomysły na własny biznes
BIZNES TEMAT	Przewodnik dla przedsiębiorcy. Tematy zawsze ważne i aktualne.
PRAWO PRZEDSIĘBIORCY	Kodeks pracy z punktu widzenia przedsiębiorcy. Tłumaczymy bieżące zmiany w prawie.
FINANSE TWOJEJ FIRMY	Oszczędzamy w firmie – pomysły na codzienne oszczędności.

Już 14 i 28 lutego z „Super Expressem”

Wielka zbiórka wielkich firm

Początek każdego roku to czas wielkiej mobilizacji. Od 20 lat styczeń wielu z nas kojarzy się z jednym wydarzeniem – kolejnym finałem Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.

Przemysław Gruz – Związek doskonały, tak można określić wspieranie inicjatyw cieszących się tak dużym zaufaniem społecznym jak WOŚP. Mimo kontrowersji, które za każdym razem towarzyszą finałowi zbiórki, jest to największe wydarzenie w kalendarzu działań CSR w Polsce i jedno z największych na świecie.

Pomoc znaczy sprzedać

Tysiące wolontariuszy skupionych w setkach sztabów w całej Polsce, koncerty, imprezy sportowe, a przede wszystkim ogromne pieniądze przekazywane przez społeczeństwo na wybrany przez Fundację cel, to dla każdej firmy idealny pomysł na wizerunkowy interes. Co ważne, nie ma tu pakietów sponsorskich o określonych kwotach gwarantujących konkretne korzyści, tak jak ma to miejsce w podobnych przypadkach. Firma, która chce wesprzeć Orkiestrę musi zaproponować niecodzienną usługę, produkt lub cokolwiek innego, co następnie pojawi się na aukcji i zostanie sprzedane za możliwie największą kwotę. Ważne jednak, szczególnie dla



samej firmy, aby przedmiot licytacji był związany z jej charakterem, co przekłada się na rozpoznawalność firmy jako zaangażowanej społecznie. Jednym z najbardziej aktywnych tegorocznych partnerów Orkiestry była sieć sklepów LIDL, która dzięki hojności klientów i pracowników przekazała na konto Fundacji aż 1,5 mln zł. Kolejnym dużym graczem był operator Play. Klienci sieci wysłali prawie dwa razy więcej wiadomości SMS dla WOŚP niż w ubiegłym roku. Zebrali w ten sposób ponad 270 tys. zł. Dodatkowo, operator licytował

też tzw. złote numery wraz z zestawami smartfonów.

Pomysł i zaangażowanie

Trzeba jednak pamiętać, że Orkiestra nie jest miejscem dla rywalizacji firm pod względem zebranych pieniędzy. Nie każda firma, tak jak w przypadku sklepów LIDL i sieci Play, w swojej działalności ma bezpośredni dostęp, na swój sposób, do setek tysięcy klientów, których może angażować w podobne akcje. Ważny jest pomysł i zaangażowanie. Przykładem jest spółka PKP Cargo, kolejowy, towarowy przewoźnik, która wzięła aktywny udział w Finale WOŚP. Spółka na licytację wystawiła rejs dla dwóch osób promem kolejowym do Szwecji (Swinoujście – Ystad i z powrotem). Wśród atrakcji rejsu była możliwość zapoznania się z technologią pracy promu, zwiedzanie pokładów i maszynowni statku, monitorowanie manewrów promem z mostka, kierowanie statkiem, a także zwiedzanie portu i miasta Ystad oraz kolację w kapitańskiej messie. – Taka podróż, to gratka dla konesera. Zapewne szansa na podobną podróż szybko się nie pojawi – mówią przedstawiciele PKP Cargo. Rejs został wylicytowany za ponad 2 tys. zł, co bez wątpienia jest znacząca cegiełką dla Orkiestry.

➔ CSR 2011

Przegląd najciekawszych wydarzeń z obszaru CSR

W roku 2011 przedsiębiorstwa chętnie realizowały strategię społecznej odpowiedzialności biznesu. Wdrożono wiele programów, które przyczyniły się m.in. do rozwoju świadomości ekologicznej wśród społeczeństwa czy też wsparcia młodych, zdolnych osób.

➔ Pomysł na puszkę

Jednym z najpopularniejszych działań CSR, a zarazem najważniejszych problemów ówczesnego świata, jest ochrona środowiska. Wiele firm prowadzi działania edukacyjne w tym zakresie namawiając swoich klientów do recyklingu odpadów, m.in. zużytych opakowań po produktach. Aby działać skutecznie potrzebny jest dobry pomysł. Coca-Cola, firma, która generuje ogromne ilości m.in. puszek i jednorazowych kubków, prowadzi kampanie: „Nie zatrzymuj. Przetwarzaj” oraz „Konkurs Twórczego Recyklingu. I CAN”. Pierwsze działanie polega na wymianie zużytych kubków na gadżety, a drugie na pomysłach wykorzystania aluminiowych puszek, np. w produkcji mebli. Oba wydarzenia są cykliczne i również w tym roku będą miały swojej kolejnej edycje.

➔ Inwestowanie w kreatywność

To, że Polska ma największy potencjał myśli informatycznej wie już duża część świata. Prawdziwy sprawdzian tej tezy to Imagine CUP, międzynarodowy konkurs technologiczny dla studentów, w którym polskie projekty odnoszą coraz większe sukcesy. Nad wydarzeniem, a przede wszystkim nad przygotowaniem polskich drużyn czuwa Microsoft, który

wspólnie z partnerami, m.in. z MMC Brainville (Miasteczko Multimedialne w Nowym Sączu) przeszkoliło drużyny, które zakwalifikowały do drugiej rundy konkursu. Dla wielu finalistów poprzednich edycji Imagine Cup stał się przepustką do kariery w renomowanych przedsiębiorstwach.

➔ Z sercem do najmłodszych

Dzień Dziecka to dla wielu firm z sektora prywatnego pole do popisu w zakresie prowadzonych działań CSR. Jednym z najbardziej spektakularnych projektów są Ogólnopolskie Festyny Rodzinne organizowane przez Caritas Polska i diecezjalne organizacje Caritas. Od wielu lat aktywnie wspiera je Jeronimo Martins Dystrybucja, właściciel sieci Biedronka. W ubiegłym roku festyny zostały zorganizowane w kilkunastu miastach, gdzie rozdano kilkadziesiąt tysięcy paczek. Caritas i Biedronka organizują także co roku Mikołajki i obchody Światowego Dnia Chorego. Podczas obu tych wydarzeń do dzieci z potrzebujących rodzin trafiają paczki ze słodyczami i upominkami od Biedronki.

➔ Pomocna ręka do szkół

Publiczna oświata to w dalszym ciągu achillesowa stopa naszych rządowych resortów, dlatego każda akcja mająca na celu wsparcie szkół, gimnazjów i innych uczelni spotyka się z aprobatą całego społeczeństwa. Jednym z przykładów takiego wsparcia są działania prowadzone przez Tesco Polska w ramach programu „Tesco dla Szkół”. W ubiegłym roku dzięki programowi ufundowane zostały pracownie komputerowe i multimedialne oraz sprzęt dydaktyczno-sportowy. W sumie Tesco pomogło ponad 11 tys. polskich

szkół, zapewniając wyposażenie o łącznej wartości ponad 12 mln zł.

➔ Godni naśladowania

Działania CSR nie byłyby często aż tak spektakularne, gdyby nie szereg instytucji oraz wydarzeń, których celem jest promocja takich zachowań wśród przedsiębiorców. Jednym z nich jest konkurs pt. „Pracodawca Godny Zaufania”, którego trzecia edycja odbyła się w 2011 r. Kapituła konkursu, w skład której wchodzi m.in. Krajowa Izba Gospo-

darcza, Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska” oraz PARP, każdego roku prezentuje najbardziej odpowiedzialnych pracodawców z wybranej branży. Celem konkursu jest wyróżnienie dużych firm działających w Polsce, które w zakresie polityki pracowniczej sięgają po ciekawe i skuteczne rozwiązania.

➔ Konkurencyjność regionów

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości rozpoczęła w ramach

Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy realizację projektu „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. Celem głównym projektu, który będzie trwał do 2015 r., jest wzrost świadomości i wiedzy na temat CSR wśród przedstawicieli małych i średnich przedsiębiorstw, urzędów marszałkowskich oraz Centrów Obsługi Inwestora i Eksportera (COIE). Projekt ma również na celu promocję przedsiębiorców społecznie odpowiedzialnych w działaniach samorządów skierowanych na rozwój przedsiębiorczości i inwestycji oraz ma zachęcać do wdrażania idei CSR przez realizację pilotażowych projektów przez MSP.

➔ European Excellence Awards 2011

O wielkim sukcesie może mówić firma Renault Polska, która została laureatem nagrody za najlepszą kampanię CSR w Europie European Excellence Awards 2011. Wyróżniona kampania nosi tytuł „Szkolne Kluby Bezpieczeństwa” i stanowi element programu edukacyjnego firmy „Bezpieczeństwo i mobilność dla wszystkich”. Konkurs European Excellence Awards ma na celu wyróżnienie najbardziej wyjątkowych i profesjonalnych kampanii public relations w skali europejskiej. Nagrody przyznawane są przez międzynarodowe jury pod patronatem „Communication Director Magazine”.

➔ Europejski Rok Wolontariatu

Rada Unii Europejskiej ustanowiła rok 2011 Europejskim Rokiem Wolontariatu Propagującym Aktywność Obywatelską (ERW 2011), co miało się przyczynić do wzrostu zna-

czenia wolontariatu w umacnianiu spójności społecznej oraz do upowszechnienia kilku kluczowych przesłań i wartości. A jak to wyglądało w Polsce? Powstała strona www.erw2011.gov.pl i we wrześniu działał Pawilon ERW, w którym promowano aktywność wolontariuszy i samą ideę bezinteresownej pomocy innym. Polska Prezydencja zaprezentowała pod koniec roku strategię rozwoju wolontariatu w naszym kraju – „Długofalowa polityka w zakresie rozwoju wolontariatu w Polsce”.

➔ Media zaangażowane społecznie

W połowie lipca radiowa Trójka i tygodnik „Newsweek” rozpoczęły akcję społeczną „Nie trać słuchu”. Na antenie radia do 26 sierpnia nadawano specjalne audycje poświęcone problemom słuchu, zaś w tygodniku można było przeczytać ciekawe artykuły o tej chorobie cywilizacyjnej. Akcja miała uświadomić, że pogarszanie się i utrata słuchu jest poważnym problemem, z którym można jednak walczyć. Naukowcy twierdzą, że za kilka lat aparaty słuchowe będą tak powszechne jak dziś okulary. Tym samym znaczenia nabiera profilaktyka. Wg opinii profesora Adriana Daviesa z Instytutu Badań nad Słuchem MRC (Wlk. Brytania) problemy ze słuchem ma ponad 500 mln ludzi na całym świecie.

➔ Raporty społeczne

„Raporty Społeczne” to konkurs na najlepiej sporządzone raporty z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Organizatorami projektu w Polsce są: CSR Consulting, Forum Odpowiedzialnego Biznesu i PricewaterhouseCoopers. W 2011 r. główną nagrodę zdobył PKN Orlen, natomiast nagrodę Ministerstwa Gospodarki otrzymał Cemex Polska Sp. z o.o.



Praca u podstaw

Działania CSR (Corporate Social Responsibility) są w Polsce, mimo wzrostu świadomości wśród przedsiębiorców, wciąż traktowane dość nieufnie. Jest wiele przyczyn tej sytuacji.

Barbara Uzunowa-Drymer



– Przede wszystkim brakuje ekspertów i wiedzy. Każdy pracownik public relations i marketingu teoretycznie wie, czym są działania z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu. Niestety, gdy zaczynamy zgłębiać temat,

okazuje się, że dla większości „specjalistów” CSR to nic innego jak: sponsoring fundacji czy akcji charytatywnych. Jednym słowem – przekaz pieniędzy na rzecz dzieci czy ekologii i już jesteś firmą społecznie odpowiedzialną. A to nie tak... W czasach rosnącej konkurencji i oczekiwań klientów, profesjonalne kształtowanie relacji firmy z otoczeniem bizneso-

wym i społecznym stają się, obok wyników finansowych i jakości oferowanych usług, bardzo ważnym elementem kształtowania przewagi przedsiębiorstw. Kompleksowe, przemyślane działania CSR są niezbędne dla tworzenia wiarygodności marki. Do przygotowania takiej strategii potrzebna jest jednak wiedza. Zaczniemy więc od definicji.

Nowa definicja CSR

W ubiegłym roku Komisja Europejska opublikowała komunikat prezentujący stra-

tegię CSR na lata 2011-2014. Zaproponowano w nim nową definicję Społecznej Odpowiedzialności Biznesu oraz wskazano motywy i główne kierunki działań na rzecz upowszechniania CSR na terenie UE. Zgodnie z nową definicją, CSR to „odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo”. Co to oznacza? Przede wszystkim warunkiem jest poszanowanie przez firmy obowiązującego prawa jak i wzajemnych umów pomiędzy partnerami społecznymi. KE podkreśliła

również w komunikacie, że niezbędne jest strategiczne podejście do społecznej odpowiedzialności. Niestety takie podejście nie jest jeszcze powszechne, a przecież działania CSR mogą być skuteczne (przynosić korzyść zarówno firmie jak i społeczeństwu) tylko w wymiarze długofalowym. Należy podkreślić, że zakres podejmowanych działań w tym obszarze powinien być dopasowany do wielkości przedsiębiorstwa, charakteru prowadzonej działalności oraz ryzyka,

jakie za sobą niesie. W naszym kraju jeszcze wiele musi się zmienić, aby działania CSR stały się częścią polityki firmy. Dla przykładu, zgodnie z badaniami przeprowadzonymi przez CSRinfo jedynie 12 firm z pierwszej setki listy 500 największych firm „Rzeczpospolitej” publikuje raporty społecznej odpowiedzialności, a zagranicą o działaniach z zakresu CSR raportuje 76 proc. firm z listy FTSE100.

Autorka jest dyrektorką ds. marketingu ASTRA CEE

Raport Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

Raport Społeczna Odpowiedzialność Biznesu tygodnika „Gazeta Finansowa” publikowany jest co kwartał i w całości poświęcony jest obszarowi CSR.

Ukazało się już dwanaście edycji 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

Edycja	Laureat	Uzasadnienie
I (2009)	Polkomtel SA	za promowanie idei bezpieczeństwa nad wodą, partnerstwo dla portalu 60100100.pl – „Bezpiecznie nad wodą” oraz aktywne wspieranie WOPR
	Grupa AXA	za stworzenie programu pomocy dla organizacji pozarządowych pomagających matkom – „Wspieramy Mamy”
II (2009)	PKP CARGO S.A. i Fundacja Era Parowozów	za opiekę nad zabytkami dziedzictwa techniki kolejowej i organizację V edycji „Parowozjady” w Chabówce
	Fundacja Polsat i kanał Polsat News	za program „Wystarczy chcieć”, w którym omawiane są istotne problemy dotyczące leczenia dzieci i systemu zdrowotnego w Polsce
III (2010)	Krajowa Izba Gospodarcza, Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania, Instytut Globalizacji, Centrum Monitoringu Wolności Prasy przy SDP, Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”	za promowanie idei bycia odpowiedzialnym, wrażliwym społecznie pracodawcą, a w szczególności za współorganizację Rankingu „Pracodawca Godny Zaufania”
	Polkomtel SA	za realizację projektu na wagę ludzkiego życia - prostej, zrozumiałej i atrakcyjnej graficznie aplikacji “Pierwsza Pomoc” na telefony komórkowe, uczącej jak udzielić pierwszej pomocy w nagłych wypadkach
IV (2010)	Narodowy Bank Polski	za upowszechnianie wiedzy o gospodarce, przekazywanie informacji na temat mechanizmów rynkowych, prowadzenia działalności gospodarczej, funkcjonowania banków i rynków finansowych
	„Koleje Mazowieckie – KM” sp. z o.o.	za projekt „Twoja kolej na...”, którego celem jest wspieranie przedsięwzięć o charakterze kulturalnym i edukacyjnym oraz za bycie odpowiedzialnym członkiem regionalnej społeczności
V (2010)	CARITAS Polska i Jeronimo Martins Dystrybucja	za organizację corocznego Ogólnopolskiego Festynu Rodzinnego z okazji Dnia Dziecka i pomoc dzieciom z najuboższych rodzin
	Super Express i SKOK-i	za realizację kampanii „Stop Wykluczeniu Finansowemu”, mającej na celu przybliżenie ludziom zagrożeń związanych ze zjawiskiem wykluczenia finansowego
VI (2010)	PKP PLK SA	za organizację konkursu „Pociąg na scenę”, mającego na celu edukację muzyczną dzieci i młodzieży
	DOZ SA	za realizację programów „Senior” i „Dla Mamy i Malarstwa” mających na celu pomoc w dofinansowaniu zakupu leków dla osób najbardziej potrzebujących
VII (2011)	Fundacja Anny Dymnej „Mimo Wszystko”, Anna Mirska-Perry i Impel Cleaning	za organizację Wielkiej Gali „Anny dla Anny”, z której dochód wspiera podopiecznych Fundacji „Mimo Wszystko”
VIII (2011)	Elżbieta Radziszewska – Pełnomocnik rządu ds. równego traktowania, Hanna Gronkiewicz-Waltz – Prezydent Miasta st. Warszawy, Krajowa Izba Gospodarcza i Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych	za organizację pierwszego Forum Dobrych Praktyk „Siła kobiet – Siłą firmy”, mającego na celu wypracowanie lepszych standardów traktowania i zatrudniania kobiet w firmach i instytucjach
	Tesco	za prowadzenie od 9 lat programu „Tesco dla Szkół”, który pomaga placówkom oświatowym oraz za inicjatywę Tesco Dzieciom „Zbudujemy razem Rodzinny Dom Dziecka”
IX (2011)	Danone, Lubella, Biedronka oraz Instytut Matki i Dziecka	za projekt „Mleczny Start”, promujący zdrowe odżywianie jako podstawę rozwoju fizycznego i intelektualnego dzieci w wieku szkolnym
	Fundacja św. Jana Jerozolimskiego	za prowadzenie czterech domów rodzinnych dla dzieci i młodzieży pochodzących z ubogich i dysfunkcyjnych rodzin: Domu Małego Stasia, Domu św. Mikołaja, Domu Pawła i Domu Piotra
X (2011)	redakcja programu „Biznes Kurier” i Warszawski Ośrodek Telewizji Polskiej S.A.	za promocję na antenie TVP idei odpowiedzialnego biznesu
	PGF S.A., Apteki Dbam o Zdrowie, Hanna Zdanowska -Prezydent Miasta Łódź	za organizację „Łódź Maraton – Dbam o Zdrowie” – wyjątkowego wydarzenia sportowego i społecznego
XI (2011)	Jacek Janiszewski – przewodniczący rady programowej Stowarzyszenia Integracja i Współpraca	za autorski projekt „Bezpieczne i ekologiczne wakacje” – popularyzujący ideę rozważnego i bezpiecznego spędzania wolnego czasu oraz uczący umiejętności prawidłowego zachowania się w sytuacjach zagrażających bezpieczeństwu
	TVP2 i Program „Pytanie na śniadanie”	za poruszanie na antenie telewizji publicznej ważnych społecznie problemów oraz zaangażowanie w projekty CSRowe.
XII (2012)	PKP CARGO S.A.	za oryginalne i innowacyjne działania z zakresu polityki pracowniczej z okazji 10-lecia, w tym min. ekspedycję na Mont Blanc, konkurs „Niezwykli ludzie PKP CARGO” oraz promocję tych działań na Facebooku.
	Fundacja Universitatis Varsoviensis	z okazji obchodów 55-lecia Klubu i 20-lecia Fundacji, za promocję pozauczelnianej aktywności artystycznej oraz prowadzony od ponad 15 lat program pomocy materialnej dla studentów niepełnosprawnych.
	Stowarzyszenie Akademia Rozwoju Filantropii	za projekt „Koalicja Prezesi-wolontariusze 2011”, w którym działa aktualnie 18 zaangażowanych społecznie prezesów firm takich jak ENEA S.A., Danone, AXA Polska S.A., Citi Handlowy, Medcover, Grupa TP, Bank Gospodarstwa Krajowego czy Tchibo Warszawa.

Reklama

