

RAPORT

CSR

EDYCJA XVII

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

Partner strategiczny



Partnerzy raportu

Kurier365.PL

SUPERBIZNES SUPER
express

RAPORT
CSR.PL



Wyróżnieni w XVII edycji Raportu:

☉ Grupa Wydawnicza Polskapresse, autor projektu Junior Media – internetowej platformy umożliwiającej proste i bezpłatne tworzenie gazetek szkolnych, wyróżnieni w XVII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

☉ Pracodawcy RP wyróżnieni w XVII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za projekt „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”, który ma na celu wsparcie wdrażania przez firmy strategii odpowiedzialnego biznesu.

Szanowni Państwo,

Oddajemy w Państwa ręce kolejną, 17 edycję Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu. Ukazuje się już on od ponad dwóch lat i doskonale pokazuje ewolucję podejścia polskich firm i instytucji do zagadnień związanych z CSR. Społeczna odpowiedzialność biznesu staje się nieodłącznym elementem strategii rozwoju coraz większej liczby firm. I to zdecydowanie powód do radości.

W najnowszym dodatku wyróżniliśmy kolejne dwa projekty. Grupa Wydawnicza Polska-press stworzyła projekt Junior Media – internetową platformę umożliwiającą proste i bezpłatne tworzenie gazetek szkolnych. Projekt jest wyjątkowy. Junior Media, realizowany od 2010 roku, jest skierowany do szkół, uczniów i nauczycieli. Bierze w nim udział 1 750 placówek. Innowacyjność projektu polega na samodzielnym stworzeniu własnej szkolnej gazetki na makietach prawdziwych dzienników, korzystając wyłącznie z komputera podłączonego do internetu. Nie bez znaczenia pozostaje wa-

lor edukacyjny projektu. Twórcy wzięli sobie do serca słowa Celestyna Freineta, francuskiego pedagoga, który twierdził, że „wydawanie gazetki szkolnej przekonuje uczniów do samodzielnego działania i nadaje temu działaniu sens”. W każdym miesiącu 50 najlepszych wydań jest drukowanych na papierze gazetowym, a następnie dostarczanych do szkół. Ich łączny nakład to 12,5 tys. egzemplarzy. Wyróżniające się redakcje mogą także wziąć udział w specjalnych warsztatach pod nazwą Let-

nia Szkoła Junior Media – to obóz połączony z nauką dziennikarstwa i udziałem w projekcie tworzenia prawdziwej gazety. Polska-press postawiła na wsparcie młodzieży w rozwoju ich pasji i co za tym idzie – na wyszukiwaniu młodych pereł dziennikarstwa. Kolejnym wyróżnionym są Pracodawcy RP za projekt „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”, który ma na celu wsparcie wdrażania przez firmy strategii odpowiedzialnego biznesu. Największe organizacje i instytucje, jak Unia Europej-

ska, UNDP czy OECD, wspierają rozwój koncepcji odpowiedzialnego biznesu poprzez opracowanie wytycznych i wiedzy na temat ich wdrażania. Promowaniem tej koncepcji zajęli się także Pracodawcy RP. „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu” ma na celu rozwój wiedzy o CR (odpowiedzialnym biznesie) i wypracowanie użytecznych narzędzi dla przedsiębiorców, które mają pomóc im wdrożyć strategię odpowiedzialnego biznesu. W dodatku znajdziecie Państwo także wiele cieka-

wych wywiadów, tekstów eksperckich i nowinek z zakresu CSR. Dziękujemy wszystkim, którzy publikują na naszych łamach, partnerom merytorycznym – szczególnie redakcji dodatku „Super Biznes” (dodatek dla przedsiębiorców wydawany przez „Super Express”), portalowi Kurier365.pl, RaportCSR.pl oraz Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska” – i przede wszystkim naszym Czytelnikom.

Zyczymy miłej lektury!
Redakcja

Promowanie dobrych praktyk mobilizuje firmy do zmian



Z Mirellą Panek-Owsiańską, prezeską zarządu i dyrektorką generalną Forum Odpowiedzialnego Biznesu, rozmawia Agata Wiewióra

Zaangażowanie sektora MSP jest ważne, ponieważ wytwarza on około 50 proc. polskiego PKB i zatrudnia około 70 proc. wszystkich pracowników.

Prowadzą Państwo Program Partnerstwa, a także cykl spotkań poświęconych różnym aspektom CSR – Rozmowy o odpowiedzialnym biznesie. Czy może Pani coś więcej powiedzieć o tych projektach?

Ostatnio projekt Rozmów o odpowiedzialnym biznesie przeniosł się do internetu. W czasie ogłoszenia Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2012. Dobre praktyki” uczestnicy mieli możliwość przedstawienia swoich spostrzeżeń na temat praktyk z siedmiu obszarów wyodrębnionych w normie ISO 26 000. Dyskusje przy stolikach zapoczątkowały dialog online. Wśród naszych działań są również projekty długofalowe obecne w przestrzeni biznesu i mediów. Mam tu na myśli konkurs Pióro Odpowiedzialności oraz Program Partnerstwa. Ważna jest dla nas także współpraca i uwzględnianie głosu organizacji pozarządowych, środowisk akademickich i administracji publicznej.

Czy polscy przedsiębiorcy chętnie korzystają z takiego wsparcia przy wdrażaniu metod CSR? Naszym celem jako organizacji typu think-and-do-tank jest wyznaczenie trendów i kierunków odpowiedzialnego biznesu i zrównowa-

żonego rozwoju w Polsce. Dlatego Program Partnerstwa, który gromadzi liderów CSR w Polsce, to także platforma wymiany praktycznej wiedzy, możliwość networkingu, promowania dobrych praktyk i przybliżanie do najnowszych światowych trendów, które pomagają w rozwijaniu strategii zaangażowania społecznego i środowiskowego firm.

Jak kryzys gospodarczy wpływa na zaangażowanie firm?

Od razu nasuwa mi się odpowiedź – różnie. Niektóre firmy tną budżety przeznaczone na społeczne zaangażowanie. Inne wręcz przeciwnie, chcą wykorzystać kryzys do budowania swojej przewagi konkurencyjnej, szukając oszczędności, które równocześnie będą przyjazne dla środowiska. Uważam, że kryzys to prawdziwy test dla firm. Może okazać się katalizatorem i nie chodzi tylko o budżetowanie. To sprawdzian, czy deklaracje przetrwają trudności i etyczne postępowanie zostanie podtrzymane, czy jednak pokusa pójsia na skróty stanie się atrakcyjniejsza.

Jak oceni Pani zaangażowanie firm w projekty CSR-owe w 2012 roku? Jakie były najciekawsze inicjatywy ubiegłego roku?

Do Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” zostało zgłoszonych 85 praktyk długoterminnych. I to te projekty zasługują na szczególne docenienie, gdyż CSR to nie pojedyncza akcja, a dzia-

łanie długofalowe. Projekty, na które specjalnie chciałabym zwrócić uwagę, to zwycięskie inicjatywy konkursu CSR Award, współorganizowanego przez FOB. Konkurs wyłonił najlepsze partnerstwa zarówno w sektorze dużych firm (Orange Polska za projekt „Bezpieczeństwo w sieci” we współpracy z Fundacją Dzieci Niczyje) oraz MSP (Horus za projekt „Bądź widoczny – bądź bezpieczny” we współpracy z Urzędem Miasta Bydgoszczy” oraz innymi partnerami społecznymi). Druga kategoria była szczególnie ważna. Na scenę do tej pory zdominowaną przez międzynarodowe korporacje wkraczają firmy mniejsze, ale prężnie i interesująco, w sposób odpowiedzialny wpływają na funkcjonowanie lokalnej społeczności.

Co zrobić, aby przekonać firmy do podejmowania działań z zakresu CSR?

Język korzyści wydaje się być jedną z najskuteczniejszych metod komunikacji. Jednak oczywiście można mówić o szeregu benefitów, tylko pozostaje pytanie, jak to zrobić? Jak wygenerować zysk, który jest podstawą funkcjonowania przedsiębiorstwa, działając w sposób etyczny i odpowiedzialny? Pokazywanie dobrych praktyk, przykładów zakończonych sukcesem – to mobilizuje do zmian.

Jakie korzyści daje pracodawcom i pracownikom CSR?

Wymienia Pani dwóch głównych adresatów działań CSR, choć nie można zapominać

o dużo szerszej grupie beneficjentów odpowiedzialnego postępowania firmy. Jeśli jednak chodzi o korzyści dla pracodawców to warto wspomnieć tu o tzw. pokoleniu Y, czyli osób urodzonych między 1980-1995. Przedstawiciele tej generacji przywiązują coraz większą wagę do zagadnień ekologicznych w organizacji i równowagi między życiem prywatnym a zawodowym. Dlatego zaangażowanie społeczne i środowiskowe firm może być kluczowe w pozyskiwaniu wykwalifikowanych pracowników. Zaś zatrudnionym dawać satysfakcję z pracy w odpowiedzialnej biznesowo organizacji.

Czy firmy w najbliższych latach będą chętniej angażowały się w działalność społeczną? Jakie są prognozy na przyszłość?

Mam wielką nadzieję, że firmy przestaną traktować CSR w kategoriach public relations czy reklamy, a zaczną dostrzegać realne korzyści, rolę biznesu w społeczeństwie. Ostatnia decyzja Komisji Europejskiej, która ma w planach zwiększenie przejrzystości działalności gospodarczej w zakresie raportowania kwestii społecznych i środowiskowych firm, pozwala z wielkim prawdopodobieństwem stwierdzić, że jeśli nie dobra wola przedsiębiorców, to zmiany legislacyjne wymuszają bardziej odpowiedzialne postępowanie organizacji.

Jak Pani, jako prezeska zarządu Forum Odpowiedzialnego Biznesu, ocenia poziom rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce?

CSR nabiera coraz większego znaczenia w działalności biznesowej. Przybywa firm, które mają strategię zrównoważonego rozwoju, firm wydających raporty społeczne, coraz więcej partnerów strategicznych współpracuje z Forum w ramach Programu Partnerstwa. W 2012 r. program skupił 38 firm, a obecnie liczy 43. Z roku na rok wzrasta liczba praktyk zgłaszanych do Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”. W 2011 r. otrzymaliśmy 303 zgłoszenia, zaś w tym roku, łącznie z praktykami dłu-

goletnimi, liczba ta wyniosła 398. To tylko niektóre dane z życia naszej organizacji potwierdzające znaczenie CSR w Polsce. Na GPW funkcjonuje Respect Index, a ponad 70 firm poddaje się audytowi biorąc udział w Rankingu Odpowiedzialnych Firm.

Jak wypadamy w kwestii CSR na tle krajów Zachodu?

W porównaniu z Zachodem w Polsce strategiczny CSR to domena dużych firm, szczególnie korporacji. Jednak to też się zmienia. Wzrastające zainteresowanie społeczną odpowiedzialnością biznesu powoduje, że tym tematem zajmują się również firmy z sektora MSP. Nie bez wpływu są tu fundusze UE. Projekty, konferencje i granty mobilizują firmy do podejmowania bardziej społecznie odpowiedzialnych zmian.

➔ Grupa Wydawnicza Polskapresse, autor projektu Junior Media – internetowej platformy umożliwiającej proste i bezpłatne tworzenie gazetek szkolnych, wyróżnieni w XVII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

Nauka bycia odpowiedzialnym za informacje

W dobie internetu, czyli m.in. blogów i portali społecznościowych, może się wydawać, że dzienniki i czasopisma drukowane odchodzą do lamusa. Na szczęście to tylko teza, która została słusznie obalona przez laureatów naszego Raportu.

Witold Kołodziej – Projekt Junior Media, realizowany od 2010 roku, jest skierowany do szkół, uczniów i nauczycieli. Bierze w nim udział 1 750 placówek. Innowacyjność projektu polega na samodzielnym stworzeniu własnej szkolnej gazetki na makietach prawdziwych dzienników, korzystając wyłącznie z komputera podłączonego do internetu. Nie bez znaczenia pozostaje walor edukacyjny projektu. Twórcy wzięli sobie do serca słowa Celestyna Freineta, francuskiego pedagoga, który twierdził, że „wydawanie gazetki szkolnej przekonuje uczniów do samodzielnego działania i nadaje temu działaniu sens”. – Trudno znaleźć kogoś, kto nie marzył o wydawaniu własnej gazety. Większość z tych marzeń pozostała jednak poza zasięgiem, dlatego projekt Junior Media ma ogromną wartość, szczególnie, że wpisuje się w rozwój dziennikarstwa obywatelskiego – mówi twórca.

Poznaj tajemnice pracy redakcyjnej

Aby stworzyć własną gazetkę wystarczy zarejestrować się na stronie internetowej projektu i postępować zgodnie z instrukcją. Program jest na tyle domyślny, że od młodych redaktorów wymaga się jedynie dobrej chęci. Na stronie projektu adepci

Szkolne gazetki wracają do łask. Przeglądając dotychczasowe wydania gazetek w ramach programu Junior Media, można odnieść wrażenie, że



dziennikarstwa poznają krok po kroku tajemnice pracy redakcji, zasady organizacji kolegium redakcyjnego oraz sztukę tworzenia pierwszej strony gazety, tzw. jedynki. Uczniowie mogą też bez ograniczeń korzystać z szerokiej wiedzy, m.in. z filmów, na których profesjonalni dziennikarze dzielą się swoimi doświadczeniami, tak jak jest to w przypadku fotoreporterów, którym kamera towarzyszy w codziennym poszukiwaniu tematów. W specjalnej zakładce można też znaleźć informacje na temat rodzajów gatunków literackich, w odniesieniu do gazety, a także podstawy prawa prasowego.

Według słownikowej definicji gazetka szkolna to „czasopismo redagowane na ogół pod opieką osoby dorosłej (nauczyciela) przez uczniów „tytułu” w programie dokonuje dyrektor szkoły lub wybrany nauczyciel. Reszta leży już w rękach uczniów.

szkolne gazetki przeżywają swój renesans. Wśród setek wydawnictw znajdziemy gazetki typowo szkolne, które zawierają informacje na tematy zajęć, wydarzeń sportowych i spostrzeżeń uczniów, a także te, które szkolne są tylko z nazwy, a pełnią rolę wydawnictw hobbystycznych. Wszystko dzieje się jednak w ramach szkolnej placówki. Organizatorzy projektu dbają też, aby młodzi dziennikarze mieli możliwość rozwoju, dlatego zapraszają najbardziej aktywne szkolne zespoły do odwiedzin prawdziwych redakcji regionalnych tytułów Grupy Polskapresse, gdzie uczniowie mogą poznać pracę prawdziwych dziennikarzy, podzielić się swoimi spostrzeżeniami, a także uzyskać odpowiedź na najbardziej nurtujące ich pytania.

W każdym miesiącu 50 najlepszych wydań jest drukowanych na papierze gazetowym, a następnie dostarczane do szkół. Ich łączny nakład to 12,5

4 000 gazetek opublikowanych na stronie projektu 200 500 egz. gazetki wydrukowanych dla szkół w konkursie Junior w Druku

16 warsztatów dziennikarskich Junior Media 3300 uczestników warsztatów w całej Polsce 2 000 profesjonalnych legitymacji prasowych dla dziennikarzy redakcji szkolnych

tys. egzemplarzy. Wyróżniające się redakcje mogą także wziąć udział w specjalnych warsztatach pod nazwą Letnia Szkoła Junior Media – to obóz połączony z nauką dziennikarstwa i udziałem w projekcie tworzenia prawdziwej gazety. – Wszyscy ci, którzy poważnie podchodzą do tworzenia, mogą liczyć na pełne wsparcie – podkreślają organizatorzy. Jedną z zalet programu jest to, że gazetki szkolne można tworzyć w dowolnym miejscu – nie tylko w szkole, lecz także w domu, bibliotece, świetlicy. Wszędzie tam, gdzie jest komputer z dostępem do internetu.

Popularność projektu Junior Media pozwala wierzyć, że mimo nowych rozwiązań i coraz szerszych możliwości publikacji własnych przemyśleń i refleksji w internecie, misja tworzenia odpowiedzialnych źródeł informacji jest nadal aktualna i ważna. Kto wie, czy ta zabawa nie przetrwa i już za kilka, może kilkanaście lat uczniowie, którzy dziś stawiają pierwsze kroki w pisaniu, staną się autorami najbardziej opiniotwórczych dzienników.

Młodzi pasjonaci pióra



Rozmowa z Magdaleną Chudzikiewicz, dyrektorem marketingu i PR, rzecznik prasową Grupy Polskapresse

Jaki był zamysł projektu Junior Media?

Zamysł był społeczno-biznesowy. Zdajemy sobie sprawę, że sprzedaż gazet spada i kurczy się najmłodsza grupa czytelników, dla których papier przestaje być atrakcyjną platformą dystrybucji informacji. Dlatego z jednej strony chcemy dotrzeć z naszymi markami do młodzieży, potencjalnych przyszłych konsumentów, z drugiej zaś chcemy budować wartości dodatkowe, edukować, wykształcać postawy pro-czytelnicze. Ten projekt jest skierowany do dwóch grup odbiorców: do wąskiej grupy, czyli do redakcji szkolnych, oraz do szerszej – uczniów, rodziców i nauczycieli.

Czy osoby, które biorą udział w projekcie, podchodzą do niego poważnie, czy traktują go jako zabawę?

Na pewno cały czas jest zabawa. Trzeba jednak podkreślić, że te dzieci są wyjątkowe, ich pasją jest pisanie. Lubią to robić, bo czują się dziennikarzami. Często są animatorami projektów edukacyjnych i społecznych w społecznościach szkolnych, co chętnie wykorzystujemy oferując im konkursy na „Eko tydzień”, czy „Dzień bezpiecznego internetu”. Zwracają się do nas także rodzice i proszą, żeby założyć gazetkę w szkole ich dzieci. Niestety, nie możemy tego zrobić sami, bo nie możemy wziąć odpowiedzialności za publikowane treści. Dla nas stroną jest dyrektor. Dzieci to mali dziennikarze, dla nich to zabawa, ale na bardzo poważnie.

Czy młodzi adepci dziennikarstwa mogą liczyć na późniejszy staż w redakcji wybranego dziennika Grupy?

Na pewno tak. Dotychczas nie mieliśmy takich przypadków, bo projekt ma dopiero dwa

lata, a jego uczestnikami w większości są uczniowie podstawówki. W tym wieku dzieci mają więcej czasu, nie są przeciążone nauką, nie przygotowują się jeszcze do egzaminów. Wiele z nich jest u nas stałymi gośćmi, zarówno w redakcjach w regionach, jak i na łamach „dorosłych dzienników”. W każdy wtorek we wszystkich dziennikach mamy dodatek „Junior Media Tygodnik Młodych”, w którym te dzieci pojawiają się; recenzują książki i gry, piszą o lokalnych wydarzeniach.

Czy będziecie Państwo dalej rozwijać ten projekt?

Oczywiście, zmieniamy teraz system edycyjny, który będzie bardziej intuicyjny. Myślimy też o tym, żeby wykorzystywać go do celów komercyjnych, ale to już nie będzie „Junior Media” tylko platforma, którą być może będziemy sprzedawać komercyjnym partnerom biznesowym. To naturalna ewolucja – widzimy, że jest coraz większe zapotrzebowanie na takie platformy. Naszym celem biznesowym projektu jest propagowanie idei papierowych dzienników wśród wielu grup docelowych.

Jakie inne działania CSR-owe są prowadzone przez Grupę?

Naszym sztandarowym projektem, który realizujemy od sześciu lat – z przerwą w tym roku – jest projekt „Szkoła bez przemocy”. To poważny program skierowany do szkół, które są w stanie przyznać się, że na ich terenie ma miejsce przemoc i agresja, i które chcą coś z tym zrobić. Nasz projekt w ciągu 6 lat trwania zdobył wszystkie najważniejsze nagrody w Polsce i na świecie. Już niebawem, w maju, wystartuje konkurs na Wychowawcę Roku, którego patronem honorowym jest prezydent Bronisław Komorowski.



➤ Pracodawcy RP wyróżnieni w XVII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za projekt „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”, który ma na celu wsparcie wdrażania przez firmy strategii odpowiedzialnego biznesu.

Społeczne wsparcie przedsiębiorców

Największe organizacje i instytucje, jak Unia Europejska, UNDP czy OECD, wspierają rozwój koncepcji odpowiedzialnego biznesu poprzez opracowanie wytycznych i wiedzy na temat ich wdrażania. Dobry przykład idzie więc z góry, ale czasem trudno te idee zaszczepić w firmach, szczególnie tych małych i średnich. Dlatego szczególnie ważne są takie działania jak zainicjowanie przez Pracodawców RP projektu „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”.

Anna Nogała – Pojęcie odpowiedzialnego biznesu (CR) powstało na potrzeby realizacji idei zrównoważonego rozwoju, która w krótkim czasie stała się powszechnie uznawana na całym świecie. A czym jest

zrównoważony rozwój? Jak twierdzą eksperci to zaspokajanie potrzeb w taki sposób, by przyszłe pokolenia miały także na to szansę. Można to osiągnąć poprzez proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych,

z poszanowaniem środowiska naturalnego i rozwojem społeczeństwa.

Największy wkład w rozwój idei odpowiedzialnego biznesu miały państwa, takie jak Stany Zjednoczone czy Wielka Brytania, gdzie tradycje związane z ekonomią i filantropią były najdłuższe. Duże znaczenie miały także kryzysy w firmach czy, powstających w tym czasie, korporacjach, które miały szkodliwe skutki dla społeczeństw oraz środowiska naturalnego. Chodzi tu o takie firmy jak BP, Shell czy Nike. Liderami w zakresie CSR są oczywiście

największe korporacje, ponieważ mają duże możliwości finansowe, jak i zasięg. Centrala przygotowuje strategię odpowiedzialnego biznesu, która automatycznie zostaje przeniesiona do oddziałów w innych krajach. To sprawia, że te działania są spójne, a spółki-córki posługują się sprawdzonymi metodami. Jednak to nieprawda, że małe i średnie firmy nie powinny zajmować się CSR-em. – Rola MSP w rozwoju odpowiedzialnego biznesu jest często niesłusznie niedoceniana – stanowią one 99 proc. firm w Unii Europejskiej i przeciwieństwo do dużych firm mają bezpośrednie kontakty ze społecznościami lokalnymi, przez co rozumieją ich potrzeby – twierdzą eksperci Pracodawców RP.

Realizacja CSR przez małe i średnie przedsiębiorstwa to dla nich czysta korzyść. Jednak, trzeba tym firmom to uświadomić i wyposażyć je w niezbędną wiedzę. Dlatego powstał projekt „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”, którego celem jest wsparcie wdrażania przez przedsiębiorców strategii odpowiedzialnego biznesu (CSR). Projekt ma na celu rozwój wiedzy o CSR i wypracowa-

Najważniejsze rezultaty projektu „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”:

- Wartościowe wyniki badań na temat rozumienia i znaczenia koncepcji odpowiedzialnego biznesu wśród opinii publicznej, pracowników przedsiębiorstw oraz przedstawicieli otoczenia biznesowego;
- Narzędzia do wdrażania strategicznego podejścia do CRS w firmach: Kodeks Odpowiedzialnego Biznesu i Podręcznik, służący adaptacji zasad Kodeksu;
- Konkurs na Liderów Odpowiedzialnego Biznesu – przyznanie tytułu firmom w każdej z sześciu branż;
- Wzrost świadomości odnośnie CSR wśród firm z sześciu branż, dzięki konsultacjom, szkoleniom i platformie e-learningowej;
- Promocja społecznej odpowiedzialności biznesu w mediach.



nie użytecznych narzędzi dla przedsiębiorców, które mają pomóc im wdrożyć strategię odpowiedzialnego biznesu. W projekcie uczestniczy kilkadziesiąt firm, wśród nich znajdują się m.in. Apator SA, Atlas Sp. z o.o., Bank Gospodarstwa Krajowego, BGŻ SA,

Coca-Cola HBC Polska, Danone, KGHM Polska Miedź SA, Mennica Polska SA, Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo SA, PKP CARGO SA, PKP SA, Totalizator Sportowy Sp. z o.o. czy Wybora SA.

Odpowiedzialne dążenie do zysku



Z Katarzyną Różycką, koordynatorem projektu Koalicja CR i dyrektorem Departamentu Dialogu Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej, rozmawia Przemysław Gruz.

Dlaczego powstał projekt „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”? Jaki jest cel tego projektu? Przedsiębiorstwa, które zaczęły przestrzegać zasad CR, skupiły się początkowo na działalności sponsoringowej i charytatywnej, potem zaś dopiero wprowadziły programy zaangażowania społecznego. Choć działania CR w coraz większej liczbie firm stały się częścią ich długo-

falowej strategii biznesowej, to jednak nadal znajomość Corporate Responsibility nie jest powszechna. Aby to zmienić, Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej zdecydowali się na realizację projektu „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”. Jego celem jest zwiększenie świadomości przedsiębiorców dotyczącej CR, kryteriów odpowiedzialności, opłacalności i motywów jego wdrażania oraz zaakcentowanie nieuchronności wprowadzania takiej strategii. Podkreślamy przede wszystkim fakt, że prowadzenie działalności w sposób odpowiedzialny niesie ze sobą nie tylko społeczne, lecz także biznesowe korzyści.

Jakie są największe sukcesy projektu? Co udało się już osiągnąć? Powołanie Koalicji stało się ważnym etapem we wspieraniu przedsiębiorców przy budowaniu strategii CR w Polsce. Dzięki prowadzonym w ramach projektu pracom udało się upowszechnić międzynarodowe standardy społecznej odpowiedzialności biznesu, stworzyć Kodeks Odpowiedzialnego Biznesu wraz z podręcznikiem jego wdrażania, a także poszerzyć wiedzę pracowników różnego szczebla na temat CR, co zwiększyło poziom adaptacyjności firm do zmian gospodarczych. O sukcesie projektu może świadczyć fakt, że do Koalicji na po-

czątku jej działalności należało sześciu członków-partnerów. Dziś jest to już sześćdziesiąt firm. Dzięki inicjatywie Pracodawców RP udało się w wielu polskich przedsiębiorstwach wdrożyć szereg dobrych praktyk realizujących ideę odpowiedzialnego biznesu, a także wypracować zasady określające CR. Najbardziej zasłużone pod tym względem firmy zostały uhonorowane specjalnymi nagrodami.

Czym różni się sformułowanie CR od CSR?

Corporate Social Responsibility (CSR) – tłumaczone jako społeczna odpowiedzialność biznesu – zawiera w sobie wyakcentowane słowo „społeczna”, co zawęża spektrum działań. Przy tym ujęciu CSR traktowany jest przede wszystkim jako odpowiadanie na potrzeby i problemy społeczeństwa. W praktyce biznesowej okazuje się jednak, że odpowiedzialność biznesu to

znacznie szerszy zakres prowadzonych działań. W związku z tym CR traktowane jest jako określenie bardziej adekwatne, ujmujące całość działań, uwzględniające wszystkie obszary i będące odpowiedzią na aktualnie pojawiające się wyzwania.

W jaki sposób można zachęcić MSP do wdrażania idei społecznej odpowiedzialności biznesu? Czy to w ogóle możliwe?

W ciągu trzech lat funkcjonowania Koalicji CR zauważyliśmy stopniowy wzrost zainteresowania tym tematem wśród MSP. Z prowadzonych obserwacji, analiz i rozmów z przedstawicielami firm tego sektora wynika, że MSP dostrzegają w odpowiedzialnym biznesie szansę na wyróżnienie się spośród konkurencji i zbudowanie reputacji w oczach klientów, a w efekcie także ich pozyskanie. To bardzo ciekawy trend i cieszy nas fakt,

że przedsiębiorstwa widzą możliwość łączenia korzyści społecznych z biznesowymi i przez to podnoszenia wartości przedsiębiorstwa. Wdrażanie CR w przedsiębiorstwach, niezależnie od ich wielkości, to przede wszystkim łączenie dążenia do zysku ekonomicznego z braniem odpowiedzialności za podejmowane działania. Dzięki wdrożeniu rozwiązań idei odpowiedzialnego biznesu firmy spotykają się z szeregiem korzyści – takich jak chociażby większa stabilność rozwoju poprzez efektywne zarządzanie zagrożeniami, tworzenie lepszych produktów dzięki prowadzeniu dialogu z interesariuszami, przyciąganie najzdolniejszych, a także niższy poziom odejść poprzez wprowadzenie odpowiedniej kultury organizacyjnej. To jedne z wielu pozytywnych aspektów wdrażania idei CR.

BIEGNIEMY PO ZDROWIE!

ORLEN Warsaw Marathon



ORLEN Warsaw Marathon to narodowe święto biegania, impreza jednocząca profesjonalistów i amatorów sportu. Podczas tegorocznej edycji 21 kwietnia miały miejsce biegi na trzech dystansach – maraton, 10 km oraz charytatywny bieg na 3,33 km BiegamBolię POMAGAM. W trakcie imprezy zostały rozegrane

83. Mistrzostwa Polski w Maratonie Mężczyzn. Na ORLEN Warsaw Marathon do Warszawy zawitało wiele znakomitych osobistości świata sportu, m.in. Henryk Szost, najszybszy maratończyk w Europie oraz Jaouad Gharib, wicemistrz olimpijski z Pekinu i mistrz świata z Paryża i Helsinek. Zwycięzcą pierwszej

edycji ORLEN Warsaw Marathon został Sisay Lemma Kasaye. 28-latek z Etiopii przebiegł dystans maratonu w zaledwie 2 h:09 min:02 s. Spośród krajowych zawodników najszybszy okazał się Arkadiusz Gardzielewski, triumfując tym samym w 83. Mistrzostwach Polski w maratonie mężczyzn.



Leszek Kurnicki, dyrektor wykonawczy ds. marketingu PKN Orlen

W PKN ORLEN społeczną odpowiedzialność biznesu postrzegamy kompleksowo i działania CSR wdrażamy we wszystkich obszarach funkcjonowania koncernu. Staramy się iden-

tyfikować potrzeby otoczenia i w miarę możliwości wychodzić im naprzeciw. W taką strategię doskonale wpisuje się ORLEN Warsaw Marathon, który stanowi swoistą promocję zdrowego trybu życia i naszą odpowiedź na szybko rosnące zainteresowanie tą dyscypliną.

Już jego pierwsza edycja pokazała, że udało się nam zachęcić Polaków do uprawiania tej najłatwiej dostępnej formy aktywności fizycznej. Na starcie wszystkich biegów stanęło prawie 26 tys. zawodników. To ogromny sukces, tym bardziej, że była to pierwsza edycja ORLEN Warsaw Marathon.

Maraton Warszawski



Bieganie przysparza wiele korzyści zdrowotnych. Obniża ciśnienie krwi, angażuje niemal wszystkie partie mięśni i poprawia naszą wydolność fizyczną. Poza ewidentnymi korzyściami fizycznymi, bieganie dostarcza też jedną zasadniczą korzyść psychologiczną – pozwala pozbyć się nagromadzonego w nas stresu. Jednak najważniejsze okazuje się być wyzwaniem. Adrenalina na starcie, wysiłek, a przede wszystkim

satisfakcja, że każdego dnia stajemy się lepsi i wreszcie euforia po przekroczeniu mety. W tym roku odbędzie się jubileuszowa edycja Maratonu Warszawskiego. Impreza jest już tradycyjnie ukoronowaniem sezonu biegowego w Polsce, a sam bieg na dystansie 42,195 km jest częścią wielkiego sportowego święta. W zeszłym roku bieg ukończyło 7 tys. osób, które przekroczyły metę zawodów na Stadionie Narodowym. Ich

zmaganiom towarzyszyły liczne transmisje telewizyjne i radiowe, animacje na trasie, seminaria tematyczne, targi sportowo-turystyczne i tysiące kibiców na trasie. Maraton Warszawski to impreza przygotowywana z ogromnym rozmachem, której frekwencja w zeszłym roku przekroczyła skalę maratonu w Wiedniu i w Pradze. 35 edycja Maratonu Warszawskiego odbędzie się 29 września 2013 r.



Marek Tronina, prezes fundacji Maraton Warszawski

Starty w maratonach ulicznych zawsze były dla mnie czymś wyjątkowym i gdy widziałem jak w 2002 r. piękna idea Maratonu Warszawskiego podupada, a bieg może się wcale nie odbyć, wraz z grupką kilku innych biegaczy postanowiliśmy zrobić wszystko, by do tego nie dopuścić. Udała nam

się wtedy rzecz niesłychana, w 8 tygodni, poruszyliśmy niebo i ziemię i zorganizowaliśmy 24 Maraton Warszawski. Następstwem tego było powołanie fundacji, która do dziś dba o trwałość tradycji biegowych w Polsce. Dzięki temu, co roku, nieprzerwanie od 1979 r., Warszawa ma swoje wielkie święto biegowe. Naszą misją jest czynne zaangażowanie się w promowanie aktywnego stylu życia

przez popularyzację biegania w Polsce, wspieranie profesjonalnych zawodników, ale przede wszystkim biegaczy-amatorów, tych, którzy w maratonach stawiają dopiero pierwsze kroki, a także poprawa standardów organizacyjnych imprez biegowych. Fundacja organizuje między innymi: Maraton Warszawski, Półmaraton Warszawski, Accreo Ekiden oraz cykl imprez biegowych „Puchar Maratonu Warszawskiego”. Jest też wydawcą miesięcznika „Bieganie”.

Festiwal Biegowy Forum Ekonomicznego w Krynicy-Zdrój

Jednym z głównych biegów Festiwalu jest Koral Maraton rozgrywany na trudnej trasie wokół Krynicy-Zdrój. Najwięcej biegaczy wystartuje w Życiowej Dziesiątce, czyli biegu na 10 km z Krynicy-Zdrój do Muszyny. Jest to jedna z najszybszych tras w Polsce, gdyż cały czas widać w dół. Najtrudniejsza konkurencja to Bieg 7 Dolin na dystansie 100 km, którego trasa wiedzie szlakami Beskidu Sądeckiego. Jednym z jego najważniejszych wydarzeń będą Mistrzostwa Świata w Biegach Górskich w stylu anglosaskim, w których udział weźmie ponad 500 zawodników reprezentujących około 50 krajów ze wszystkich kontynentów. Podczas Festiwalu, podobnie jak w ubiegłych latach, rozegrane zostaną Mistrzostwa Polski Masters w biegu na 10 km oraz Mistrzostwa Polski w Nordic Walking.



Zygmunt Berdychowski, przewodniczący Rady Programowej Forum Ekonomicznego oraz pomysłodawca i organizator Festiwalu Biegowego Forum Ekonomicznego

Od samego początku akcentowaliśmy przede wszystkim różnorodność i bogatą ofertę skierowaną do biegaczy w różnym wieku, z różnym stażem treningowym i różnymi upodobaniami biegowymi. Tu każdy znajdzie dystans dla siebie, tu każdy będzie się dobrze bawił dzięki

sportowej rywalizacji, ale także podczas spotkań z mistrzami sportu, koncertów, jarmarków regionalnych czy w specjalnych strefach zabaw dla dzieci. Mówiąc krótko – chcemy, by Krynica kusila atmosferą niepowtarzalnego biegowego święta. Dzięki temu do Krynicy na biegowy weekend przyjeżdżają całe rodziny. Najbardziej cie-

szy nas fakt, że osoby biorące udział w Festiwalu, wracają do nas co rok, na krynickim deptaku coraz częściej widzimy znajome twarze. To dla nas najlepszy dowód na to, że wypełniliśmy lukę w kalendarzu imprez biegowych w kraju. W ostatnim Festiwalu uczestniczyło ponad 4 tys. biegaczy.

➔ Depesze
RaportCSR.pl
luty-kwiecień
2013 r.

**Dzień Chorego
– Biedronka
nie zapomniała
o najmłodszych**



11 lutego br. obchodzony był Światowy Dzień Chorego. Przedstawiciele sieci sklepów Biedronka oraz Caritas Polska odwiedzili tego dnia najmłodszych w szpitalach Diecezji Warszawsko-Praskiej i wręczyli im upominki. W tym roku sieć Biedronka przygotowała ponad tysiąc paczek słodczy i innych niespodzianek. Trafiły one do dzieci m.in. w szpitalu przy ul. Niekańskiej w Warszawie oraz w Centrum Zdrowia Dziecka w Międzylesiu.

**Wyróżnienia
Raportu CSR
i nagrody
cashcom.pl
przyznane**



14 lutego w Warszawie wręczono wyróżnienia Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu za ponadstandardowe zaangażowanie w działalność CSR oraz nagrody redakcji Cashcom.pl 2012 – dla najlepszych menedżerów i firm, które stawiają na innowacyjność, efektywność i skuteczność w obszarze finansów. Wyróżnienia CSR-owe odebrali przedstawiciele m.in. Ministerstwa Skarbu Państwa, Polskiego Związku Piłki Siatkowej, wydawnictwa Macmillan Education, Europejskiego Funduszu Rozwoju Wsi Polskiej, Grupy Ferrero, a także redakcji „Pulsu Biznesu”, „Dziennika Gazety Prawnej” i programu BIZON.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ SAMORZĄDÓW

Z Wisły do Wisły – podróże z Kropelkiem

Miejskie Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji w m.st. Warszawie Spółka Aukcyjna

Poza swoją statutową działalnością, polegającą na zaopatrywaniu w wodę i odprowadzaniu ścieków, spółka prowadzi również dodatkowe działania mające na celu edukację ekologiczną. Przedsiębiorstwo realizuje m.in. ogromne zadania inwestycyjne w zakresie poprawy gospodarki wodno-ściekowej miasta, a także prowadzi Program Edukacji Ekologicznej dla najmłodszych. Ma on na celu promować postawę proekologiczną oraz przybliżyć młodszemu i starszemu warsza-



www.mpwik.com.pl

wiakom procesy uzdatniania wody i oczyszczania ścieków oraz uświadomić, że codzienna postawa każdego z nas w zakresie korzystania z wody, ma istotne znaczenie dla poprawy jakości życia w stolicy i poprawy jakości otaczającego nas środowiska naturalnego. Bajki, filmy, prezentacje multimedialne, sposób pro-

wadzenia zajęć, doświadczenia wykonywane przez dzieci, wycieczki oraz inne metody pomagają dzieciom w zdobywaniu wiedzy na temat racjonalnego korzystania z wody oraz kształtowaniu właściwych zachowań w łazience i toalecie. Program został podzielony na etapy i odbywa się pod wspólną nazwą „Z Wisły do Wisły – podróże z Kropelkiem”. Dzięki temu dzieci w różnym wieku przydzielane są do odpowiednich grup, do których dostosowany jest program edukacyjny. Ta kolorowa, przyjazna i przystępna forma przekazywania informacji o procesach uzdatniania wody i oczyszczania ścieków to edukacja całego społeczeństwa już od najmłodszego pokolenia.



www.mpwik.com.pl

Otwórz się na innowacje i stwórz Polski Produkt Przyszłości



PARP – Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Celem działania Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości jest realizacja programów rozwoju gospodarki wspierających działalność innowacyjną i badawczą małych i średnich przedsiębiorstw oraz rozwój regionalny, wzrost eksportu, rozwój zasobów ludzkich, a także wykorzystywanie nowych technologii. Na szczególne wyróżnienie zasługuje konkurs Polski Produkt Przyszłości, organizowany przez PARP od 2002 r. Jego celem jest promocja i upowszechnia-

nie osiągnięć twórców innowacyjnych technik i technologii, które mają szansę zaistnieć na rynku polskim. Konkurs skierowany jest do nowatorskich przedsiębiorstw, jednostek badawczo-rozwojowych, instytutów naukowych, zakładów doświadczalnych, a także indywidualnych wynalazców z krajów Unii Europejskiej. Zdobywcy nagrody otrzymują statuetkę, dyplom oraz możliwość posługiwania się w promocji i korespondencji znakiem i hasłem Polski Produkt Przyszłości, a także pomoc w promocji produktu. Na dodatkowe wyróżnienie

zasługuje Akademia PARP. Jest to portal edukacyjny dla małych i średnich przedsiębiorstw, który umożliwia dostęp do bezpłatnych szkoleń internetowych. Celem tego portalu jest upowszechnienie dostępu do zdalnej edukacji (e-learningu) wśród mikro, małych i średnich przedsiębiorstw oraz osób planujących własną działalność gospodarczą. PARP prowadzi wiele działań, wszystkie są ukierunkowane na szersze interesy społeczne przyczyniające się do rozwoju instytucji, firm, a także całego społeczeństwa.

Kulturalny EKO Lublin



Samorząd Miasta Lublin

Troska o kulturę, rozwój turystyki, działania na rzecz ekologii i wzrost świadomości wśród społeczności lokalnych to tylko niektóre z działań Samorządu Miasta Lublin. Przyjęta wiosną strategia rozwoju Lublina jako jeden z czterech kluczowych obszarów wskazuje „przyjazność”, czyli tworzenie takich warunków, w którym dobrze się żyje. Poza inwestycjami infrastrukturalnymi przekłada się to także na konkretne projekty dla mieszkańców. Do ich dyspozycji urząd udostępnił specjalną skrzynkę dialogu, za pośrednictwem której zbiera uwagi na temat funkcjonowania miasta. Z kolei moduł „Naprawmy to”, działający jako platforma www, pozwala mieszkańcom zgłosić zdarzenia,

usterki i miejsca, w których wymagana jest pilna interwencja ze strony jednostek miasta. W Lublinie działa program „Rodzina 3+”, który poprzez szereg zniżek ułatwia rodzinom wielodzietnym dostęp do kultury, sportu, rekreacji oraz usług 80 partnerów projektu. Na podobnej zasadzie działa akcja związana z promocją komunikacji miejskiej. Kupując bilet okresowy na przejazdy mieszkańcy stają się jednocześnie posiadaczami karty uprawniającej do szeregu różnorodnych zniżek. Lublin wspiera także seniorów, czego przykładem są m.in. dedykowana im świetlica, „bank czasu” i dotowane przez miasto zajęcia. Troszcząc się o równe szanse wszystkich mieszkańców Lublin powołał asystentów wspierających osoby niepełnosprawne w codziennych czynnościach.



fot. Aleksandra Schonthaler

Zgrani z naturą

Prawie 30 tys. butelek i wyrobów ze szkła i aż 10 tys. puszek – tyle udało się zebrać podczas ogólnopolskiej akcji „Zgrani z naturą” zorganizowanej przez sieć sklepów Biedronka i Kampanię Piwowarską. Partnerem akcji była Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania w Warszawie oraz organizacja odzysku Rekol.

Przemysław Gruz – Podczas weekendu, 19-20 kwietnia, przed wybranymi sklepami Biedronki w 12 polskich miastach pojawiły się namioty oraz specjalne kontenery na surowce wtórne. Każdy, kto przeniósł m.in. pięć szklanych lub aluminiowych opakowań, otrzymał w zamian torbę przyjazną środowisku. Mógł też dowiedzieć się, jak można pomóc przyrodzie segregując odpady. W akcji wzięły udział sklepy m.in. w Warszawie, Białymstoku, Poznaniu i Toruniu. – Wynik tegorocznej akcji to absolutny rekord – mówią organizatorzy. Sieć Biedronka od wielu lat angażuje się w aktywności mające pozytywne oddziaływanie na środowisko. Udział w akcji „Zgrani z Naturą” jest kontynuacją dotychczas podejmowanych działań, mających na celu promocję zachowań proekologicznych i edukację ekologiczną klientów i pracowników.

Wychowanie wynieśli z domu

Każdy sklep Biedronka ma obowiązek segregowania śmieci. Do recyklingu trafiają świetłówki, tonery, folia oraz makulatura. Sieć Biedronka, jako jedna z pierwszych sieci handlowych w Polsce, zrezygnowała z jednorazowych plastikowych siatek, wprowadzając dla swoich klientów torby wielokrotnego użytku. Każdy może też przynieść do sklepu niepotrzebne baterie oraz akumulatory i zostawić je w specjalnie do tego celu przeznaczonym pojemniku. Sieć od kilku lat rozwija także projekt sklepów ekologicznych. Testowane w nich takie elementy wyposażenia jak gruntowe wymienniki ciepła, energooszczędne żarówki i urządzenia chłodnicze czy automatycznie zamykane zawory w umywalkach, w bardzo znaczący sposób ograniczają zużycie energii i wody oraz produkcję odpadów.

Stacja Ziemia

Już od rana, w sobotę 20 kwietnia, mieszkańcy stolicy przynosili do STENA EkoStacji przy ulicy Chełmżyńskiej 180 przeróżne odpady. Zebrano łącznie blisko 10 ton surowców, w tym zużyty sprzęt elektryczny i elektroniczny, plastikowe butelki PET, szkło oraz makulaturę.

Natalia Witkowska – Dzień Ziemi w EkoStacji stał się okazją do zrobienia wiosennych porządków i wyrzucenia zbędnych przedmiotów zalegających w domowych kątach, piwnicach i na strychach. Wystarczyło przy-

nieść je do EkoStacji, aby w zamian otrzymać sadzonki ziół, nasiona kwiatów i ekogadżety. W programie było wiele atrakcji, dedykowanych zarówno dzieciom, jak i dorosłym: wyplatanki z makulatury, tworzenie ko-

lorowych doniczek z butelek PET, wiosenne malowanie ekotoreb i koszulek, ubieranie Pani Wiosny czy konkurs sortowania odpadów na czas w specjalnej grze komputerowej.

Podczas wydarzenia, operator promowy Stena Line zorganizował specjalny konkurs, w którym nagrodą główną był rejs do Szwecji. Firma IKEA zaś, przygotowała dla dzieci i dorosłych warsztaty doty-

czące zrównoważonego życia w domu, które zachęcały do ekologicznych zachowań, na co dzień. Dzięki nim dorośli mogli się dowiedzieć, w jaki sposób przechowywać żywność tak, by zmniejszyć ilość odpadów, przy okazji oszczędzając pieniądze. Można było również nauczyć się, jak tworzyć oryginalne elementy dekoracyjne do domu wykorzystując surowce wtórne. Najmłodszy mieli okazję zobaczyć, jak z pozoru nieużyteczne kartony, przy odrobinie pracy i wyobraźni stają się domkiem do zabawy.

STENA EkoStacja jest pierwszą i jedyną w Warszawie stacją recyklingu dla mieszkańców, do której można bezpłatnie oddać wszystkie surowce wtórne oraz odpady wielkogabarytowe i niebezpieczne. Obiekt zbudowała szwedzka firma Stena Recycling, lider w dziedzinie kompleksowych usług, w zakresie gospodarki odpadami dla biznesu i klientów indywidualnych.



W uroczystym otwarciu EkoStacji udział wzięła m.in. Hanna Gronkiewicz-Waltz, prezydent Warszawy.

Reklama

Już 14 i 28 maja oraz 11.06 tylko z „Super Expressem”

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.



SUPERBIZNES **SUPER**
express

Znamy KOD SUKCESU polskiego rynku



Odwaga funkcjonowania, umiejętność trudnych wyzwań i niekonwencjonalne działania – to wszystko składa się na kod, który ma gwarantować sukces. Z takiego założenia wychodzi redakcja tygodnika „WPROST”, która 26 lutego przyznała nagrody dla menedżerów i firm, spełniających powyższe warunki.

Andrzej Arendarski: Kryzys nie zwalnia ze społecznej odpowiedzialności



1 marca: Spowolnienie gospodarcze i w konsekwencji coraz bardziej niepokojące wskaźniki zatrudnienia powodują, że już od dłuższego czasu mamy do czynienia z tzw. rynkiem pracodawcy. Często można spotkać się z opiniami, że pracodawcy wykorzystują trudną sytuację gospodarczą jako pretekst do pozbycia się niepotrzebnych pracowników. To nieprawda. Odpowiedzialny i doświadczony menedżer doskonale wie, że lojalna i wykwalifikowana kadra jest motorem rozwoju i przyrostu wartości firmy.

Bank Gospodarstwa Krajowego wspiera przedsiębiorców

Rozpoczął się rządowy program gwarancji kredytowych dla małych i średnich przedsiębiorstw – Portfelowa Linia Gwarancyjna de minimis. Program realizowany przez Bank Gospodarstwa Krajowego ma zagwarantować polskim przedsiębiorstwom płynność finansową. Inauguracja programu miała miejsce 4 marca br. w siedzibie BGK

Wszystkie oczy na Warszawę

To było potrzebne spotkanie – komentowali goście i prelegenci 6. Międzynarodowego Sympozjum Naukowego poświęconego zagadnieniom związanym z ochroną wzroku, szczególnie w zakresie kontaktologii. Na specjalne zaproszenie firmy Johnson & Johnson Vision Care do Warszawy zjechały największe osobistości światowej okulistyki, aby wspólnie rozmawiać i szukać rozwiązań problemów z dziedziny ochrony i promocji prozdrowotnych zachowań.

W symposium wzięło udział ponad pół tysiąca osób, w większości lekarzy i specjalistów branży. To jedyne organizowane na tak dużą skalę wydarzenie w Europie Środkowo-Wschodniej. Obok rozmów stricte specjalistycznych, wiele miejsca poświę-

cono aktywności sportowej. Podczas wykładu zaprezentowano badania potwierdzające silny związek między doskonałym widzeniem a sportowymi osiągnięciami. Eksperti symposium potwierdzili również tezę o tym, że żywienie wpływa na zdrowie i kon-



dycję oczu. Jednym z ciekawszych paneli był także ten poświęcony formom korekcji wzroku wśród dzieci i młodzieży w kontekście psychologicznym.

Międzynarodowe Sympozjum Naukowe ACUVUE Eye Health Advisor jest organizowane przez firmę Johnson & Johnson Vision Care, która od wielu lat prowadzi szereg

unikalnych badań klinicznych i wprowadza na rynek innowacyjne produkty wykonane w oparciu o nowoczesne rozwiązania.

– Warto wiedzieć, że innowacyjność w tym sektorze oznacza odpowiedzialność – mówi Artur Rosa, general manager CEE, Vision Care. – Szereg publikacji i szkoleń o charakterze edukacyjnym prowadzonych dla specjalistów, a także prowadzenie kampanii społecznych towarzyszących Światowemu Dniowi Ochrony Wzroku to ważna część działań firmy, a także ogromny wkład w poprawę jakości życia pacjentów. AD

Jubileuszowa Parada Parowozów



Koncert międzynarodowej gwiazdy In-Grid podczas XIX Parady Parowozów w Wolsztynie

Zabytkowe parowozy z Polski i Europy już po raz 20. wspólnie wyjadą na tory wolsztyńskiej parowozowni w wielkiej Paradzie Parowozów. Na imprezę, która odbędzie się w najbliższy weekend, zapraszają organizatorzy: PKP CARGO i Fundacja Era Parowozów.

Olgierd Sęk – Tradycyjne spotkanie miłośników kolei co roku przyciąga ponad 25 tys. gości z Polski i zagranicy. Na zwiedzających czeka ponad stuletnia parowozownia, w której zachowano urządzenia oraz sprzęt do naprawy i utrzymania parowozów. Parowozownia, którą rocznie odwiedza blisko 12 tys. tu-

rystów, jest obecnie jedynym obiektem na świecie, z którego maszyny używane są do prowadzenia regularnych przewozów pasażerskich. Kilkudziesięcioletnie parowozy pokonują rocznie aż 100 tys. km! Paradzie będą towarzyszyć także przejażdżki pociągami retro, zawody maszynistów, wyścigi drezyn, liczne kon-

kursy i pokazy. Muzyczną gwiazdą będzie zespół Golec uOrkiestra. Kulminacyjny punkt imprezy to widowisko pt. „Światło, Dźwięk, Para”, w reżyserii Bolesława Pawicy, z udziałem grupy artystycznej Mira Art oraz iluzjonisty Macieja Pola. Pokaz przedstawi parowozy w opowieści o miłości dwojga akrobatów, których uczucie narodziło się na początku XX wieku i przetrwało za wieruchy historii.

Więcej informacji znajduje się na stronie: www.facebook.com/pkpcargo.



XIX Parada Parowozów

Liczymy na rekord



Z Ireneuszem Wasilewskim, dyrektorem zarządzającym oraz pełnomocnikiem zarządu ds. zarządzania zasobami i optymalizacji procesów PKP Cargo S.A., rozmawiał Olgierd Sęk

Spółka od wielu lat opiekuje się zabytkowym taborem. Jakie działania podejmujecie w tym celu? Przede wszystkim dbamy o to, aby utrzymać parowozy i historyczne wagony w niepogorszonym stanie. PKP Cargo jest bowiem właścicielem zabytkowej parowozowni w Wolsztynie. To jedyna parowozownia na świecie, z której prowadzone są planowe przewozy pasażerskie pociągami prowadzonymi przez parowozy. Zabytkowe lokomotywy z Wolsztyna, które rocznie wykonują ok. 100 tys. km, muszą być w doskonałym stanie technicznym. Poza tym prowadzimy także skansen zabytków kolejowych w Chabówce koło Rabki. W tym miejscu, które odwiedzają całe rodziny, oprócz parowozów można zobaczyć także np. zabytkowe wagony i przejechać się historycznymi pociągami.

Przed nami XX Parada Parowozów w Wolsztynie. Jakie atrakcje w tym roku PKP CARGO szykuje dla fanów kolejnictwa? Zaprosiliśmy do Wolsztyna 20 parowozów z całej Europy. Bardzo liczymy, że wszystkie przyjadą, ale musimy mieć na uwadze także ich wiek. Pokazy parowozów to nie jedyne – chociaż najważniejsze – atrakcje wolsztyńskiej imprezy. Warto zwrócić uwagę

m.in. na występ zespołu Golec uOrkiestra oraz widowisko „Światło, Dźwięk, Para”, w reżyserii Bolesława Pawicy, z udziałem grupy artystycznej Mira Art oraz iluzjonisty Macieja Pola. To atrakcje soboty 27 kwietnia. Natomiast w niedzielę 28 kwietnia Irek Bieleninik poprowadzi zawody maszynistów oraz pokazy Strongmanów, którzy pokażą swoją siłę w przeciąganiu parowozu. Na końcu imprezy odbędzie się wyścig drezyn. Wspominam tylko o głównych punktach imprezy, bo atrakcji na pewno będzie więcej.

Głównym punktem jest Parada. Które parowozy przyjadą w tym roku?

Taką wiedzę będziemy mieć 27 kwietnia, czyli w dniu parady. Dlaczego? Parowozy uruchamia się okazjonalnie. W przeszłości w przypadku maszyn z innych krajów mieliśmy kilka razy do czynienia z awariami, które unieruchomiły parowozy zanim dojechały do Wolsztyna. Poza tym zdarzają się sytuacje nieoczekiwane, np. kilka lat temu w Niemczech wprowadzono ograniczenia w ruchu parowozów ze względu na zagrożenie pożarowe. Parowozy z Niemiec nie mogły do nas dojechać. Liczymy jednak na rekordową liczbę parowozów ze względu na jubileuszowy charakter tegorocznej parady.

Komunikacja to najważniejszy element strategii CSR



Z Natalią Witkowską, redaktorką naczelną portalu www.RaportCSR.pl, rozmawiał Przemysław Gruz

Czy CSR nie jest przypadkiem kolejną sztuką marketingowców, aby przekonać nieprzekonanych?

Sztuczki są dobre na krótką metę i bardzo szybko trzeba zmienić repertuar, bo publiczność uodparnia się na kuglarskie triki. CSR zaś to zjawisko, które trwa nieprzerwanie od kilkunastu lat, tak więc siłą rzeczy nie ma nic wspólnego z nagłymi zrywami i akcjami typowo marketingo-

wymi. Oczywiście społeczna odpowiedzialność biznesu obejmuje całą działalność związaną z prowadzeniem biznesu i w tym sensie dotyczy również marketingu. W przeciwnym wypadku mamy do czynienia tylko z kosmetyką – poprawianiem wizerunku bez rzeczywistego zaangażowania firmy w społeczną odpowiedzialność biznesu – co zwykle jest szybko demaskowane przez opinię publiczną i w efekcie nie wywołuje żadnych pozytywnych skutków. W najgorszym wypadku zaś opinia firmy może zostać poważnie nadszarpnięta.

I wracając do pytania o CSR – społeczna odpowiedzialność biznesu to lepsze i łatwiejsze życie nas wszystkich. Przedsiębiorcy z przyczyn oczywistych są nastawieni na zysk. Dzięki zmianom świadomości społecznej, zysku tego nie oplaca się osiągać nieetycznie.

Żeby nie być gołosłownym, przytoczę przykład Biedronki, która po chwilowym kryzysie zaufania, postanowiła zaangażować się społecznie i zaczęła wdrażać działania CSR-owe.

W tej chwili to jeden z najbardziej solidnych i najlepszych pracodawców na rynku, co potwierdza wartość i skuteczność długofalowej strategii CSR. Przy czym Biedronka jest obecnie jedną z najprężniej rozwijających się firm na rynku, odnoszącą ogromne sukcesy finansowe.

W internecie nie ma zbyt wielu portali o podobnej tematyce. Może nie są one potrzebne?

W Polsce dopiero zaczynamy porządkować wiedzę na temat społecznej odpowiedzialności biznesu. Systematyzowaniu temu towarzyszy popularyzacja i upowszechnianie jej w internecie. Powstające portale to wyraz rosnącej świadomości wagi i roli tych zagadnień dla prowadzenia firmy. Według mnie nie jest istotna liczba portali, ale ich jakość. Jeśli zaś chodzi o internetowe serwisy poświęcone CSR-owi to, chociaż

nie ma ich wiele, są niezwykle wartościowe i na wysokim poziomie merytorycznym. Podsumowując – jest zapotrzebowanie, ale na wysokiej jakości portale i takowe funkcjonują na rynku.

Czy firmy lubią się chwalić swoimi działaniami CSR? Nie mają Państwo problemów ze zdobywaniem informacji?

Komunikacja to jeden z istotnych elementów wdrażanych i realizowanych strategii CSR. W strategię te wpisane jest raportowanie, które jest narzędziem komunikowania się firmy z ważnymi grupami docelowymi i wymianianiem opinii na temat realizowanych projektów CSR-owych. Bez informacji zwrotnych z rynku trudno mówić o efektywnej realizacji strategii. Niezależnie od tych oczywistych powodów, dla których komunikacja staje się niezbędnym elementem rozwoju firmy – są też czysto ludzkie. Otóż komunikowanie tak przyjem-

nych i sympatycznych treści jest zadaniem niezwykle atrakcyjnym i to zarówno dla firm, jak i dla redakcji. Tym samym zdobywanie informacji jest nie tylko łatwe, lecz także przebiega w bardzo miłej i przyjaznej atmosferze.

Jak Pani postrzega CSR w Polsce? Może są inicjatywy, które warto wymienić?

Obecnie istotnym wyzwaniem jest popularyzacja społecznej odpowiedzialności biznesu wśród sektora MSP. Wyzwanie to podejmuje PARP i Ministerstwo Gospodarki, jednak z badań wynika, że jest jeszcze dużo do zrobienia w tym zakresie. Z interesujących inicjatyw można tutaj wymienić konkurs organizowany przez PARP, w wyniku którego firmy mogą dostać do 70 proc. dotacji na wdrożenia CSR – nie więcej jednak niż 100 tys. zł. Dla wielu firm z sektora MSP będzie to znacząca pomoc i zachęta do społecznie odpowiedzialnego działania.

Powstał Accordeon Samodzielności

12 marca, z inicjatywy pracowników hotelu Novotel Warszawa Centrum, powstał projekt Accordeon Samodzielności. Celem inicjatywy jest pomoc w stawianiu pierwszych kroków na rynku pracy. Realizowany jest on w trzech etapach. Osoby potrzebujące pomocy wytypowane zostały przez Fundację Dzieci Niczyje. Następnie otrzymały wsparcie psychologiczne. Kolejnym etapem były krótkie, jednodniowe wizyty w firmach biorących udział w programie. W trzecim etapie młodzi ludzie rozpoczęli płatne staże zawodowe w wybranych przez siebie przedsiębiorstwach. Projekt realizowany jest przy wsparciu Fundacji Dzieci Niczyje i Fundacji Accor, pod patronatem ministra pracy i polityki społecznej, Władysława Kosiniaka – Kamysza.

Fundacja Dbam o Zdrowie przyznała granty o wartości 1,4 mln zł

13 marca br. w Domu Towarzystwa Kredytowego w Łodzi odbyło się uroczyste wręczenie grantów w drugiej edycji Konkursu Grantowego RAZEM MOŻEMY WIĘCEJ!, organizowanego przez Fundację Dbam o Zdrowie. Ta edycja Konkursu pod wieloma względami okazała się rekordowa. Pula środków przyznana na granty w tym roku wzrosła o 800 tys. zł i wyniosła 1,4 mln zł. Także liczba organizacji, które przystąpiły do konkursu, zwiększyła się ponad dwukrotnie.

Raport CSR w sieci

CSR staje się nieodłącznym elementem polskiego biznesu. Korporacje dysponują specjalistami odpowiedzialnymi za ten obszar, a zwykle firmy coraz śmielej przesuwają środki z reklamowych budżetów na realizację kampanii społecznych. Sprawnie zorganizowana strategia CSR, to inwestycja w wizerunek firmy na długie lata. Coraz więcej polskich przedsiębiorców to rozumie, dlatego najwyższy czas złożyć raport z ich działań. Dlatego powstał portal RaportCSR.pl.

Przemysław Gruz – Raport to sprawozdanie z sytuacji lub wydarzenia; skrót CSR nie trzeba tłumaczyć. Nowy portal ma służyć za źródło informacji na temat działań, inicjatyw i akcji CSR na rynku. Według autorów strony, portal pełni przede wszystkim rolę przeglądu inicjatyw CSR realizowanych w Pol-

sce, ale nie brakuje tu też informacji ze świata. – Będziemy zamieszczać newsy o najważniejszych akcjach i kampaniach – mówią autorzy. – Naszym zadaniem jest wspierać odpowiedzialne działania, a także motywować i edukować tych, dla których CSR to jeszcze niezrozumiała definicja. Na portalu nie brakuje więc

miejsca na wywiady i wypowiedzi ekspertów, wśród których znajdują się przedstawiciele mediów, szefowie organizacji skupiających przedsiębiorców, a także politycy, w rękach których leży promocja społecznych zachowań.

– Nasz portal to medium odpowiedzialne za polski CSR – zaznaczają autorzy.

Reklama

RAPORT

CSR.PL

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI
AKTUALNOŚCI AKCJE EKSPERCI

Z Bilfingerem bezpiecznie na drodze

Edukacja w zakresie udzielania pierwszej pomocy, zasady bezpiecznego poruszania się na drodze oraz uświadomienie młodzieży jak ważna jest współpraca z innymi uczestnikami ruchu drogowego – to główne tematy, które poruszano w czasie akcji „Bezpieczna droga do szkoły”. Inicjatorem przedsięwzięcia była firma Bilfinger Infrastructure SA. Firma jest jednym z czołowych wykonawców największych infrastrukturalnych inwestycji w Polsce.

Witold Kołodziej – Firma – wykonawca drogi ekspresowej S-8 na odcinku Radzymin – Wyszków – wraz z władzami Gminy Zabrodzie, Policją z Wyszkowa,

z czterech lokalnych placówek oświatowych. Najważniejszym elementem tej inicjatywy był pokaz udzielania pierwszej pomocy przy użyciu manekinów, do-

bezpiecznego poruszania się po drodze. Firma wyposażała młodzież w środki poprawiające bezpieczeństwo ruchu (kamizelki, kaski, odbłaski). Niezwykle ważną była integracja firmy z lokalną społecznością, z którą współpracowano podczas całego okresu trwania budowy tego odcinka.

Organizatorzy wspólnie z Policją zaprezentowali film instruktażowy o bezpieczeństwie ruchu. Dużą popularnością wśród uczestników cieszył się konkurs plastyczny „Bezpieczna Droga” – z atrakcyjnymi nagro-



Ochotniczą Strażą Pożarną, Wojewódzkim Ośrodkiem Ruchu Drogowego oraz podwykonawcami zainicjowała akcje z zakresu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu dla uczniów szkół podstawowych Gminy Zabrodzie. Akcją objętych zostało ok. 500 uczniów

konywany przez ratowników zatrudnionych na zlecenie Bilfinger. Pokazali oni młodzieży, że często w ich rękach będzie leżało życie oraz zdrowie innych uczestników drogi i aby nie bali się reagować. Głównym celem akcji było przekazanie dzieciom Gminy Zabrodzie wiedzy o zasadach

dami w postaci rowerów. Straż Pożarna uatrakcyjniła wydarzenie pokazem akcji ratunkowej, z udziałem specjalistycznego sprzętu i przy wykorzystaniu wraku samochodu. Finałem akcji był wspólny rowerowy przejazd w asyście Policji na trasie S-8.

Cyfrowy świat – również dla starszych



Violetta Józefczyk, pełnomocnik zarządu INEA SA ds. jakości relacji z klientem

Szacuje się, że aż trzy czwarte Polaków powyżej 50 roku życia nie korzysta z internetu. Szokujące dane? Szokują jeszcze bardziej, gdy dane te podaje się w liczbach bezwzględnych: około 10 milionów osób. Z tej perspektywy widać, że walka z wykluczeniem cyfrowym to nie tylko nośne hasło, lecz także paląca potrzeba – szczególnie w odniesieniu do osób z omawianej grupy wiekowej. Działania w tym zakresie powinny podejmować nie tylko państwo, lecz także operatorzy telekomunikacyjni. I to nie tylko dlatego, że leży to w ich interesie. Po prostu, dysponując odpowiednią wiedzą i zapleczem, wypełniają ważną społeczną misję.

INEA – operator z Wielkopolski, znajdujący się w pierwszej piątce największych polskich operatorów telekomunikacyjnych – jesienią 2011 r. uruchomiła program „e-Aktywni 50+”. Jego partnerem została poznańska Akademia 50+.

Aktywni po pięćdziesiątce Projekt skierowany jest do osób, które nie miały wcześniej dostępu do internetu – sieć jest dla nich zagadką, a obawy przed pogłębieniem cyfrowego wykluczenia. Eksperti, prowadzący kursy, przekonują przede wszystkim, że warto zrobić pierwszy krok, a komputer nie jest taki straszny, jak

się wydaje... Po tym pierwszym kroku, związanym z obsługą komputera, przychodzi czas na następny, a nie mniej ważny, czyli zasady korzystania z internetu.

Czego dowiadują się uczestnicy kursów? Rzeczy, które dla nas, osób nie wyobrażających sobie funkcjonowania w odcięciu od internetu, są codziennością. A więc – czym jest poczta elektroniczna, jakie daje możliwości i jak wysłać e-mail. Następna kwestia: w jaki sposób wyszukiwać potrzebne informacje w sieci i jak sprawnie poruszać się wśród olbrzymiej liczby informacji. Kursanci dowiadują się również, jak korzystać z portali społecznościowych oraz jak chronić

komputer i dane przed zagrożeniami z sieci.

Nie brakuje również informacji praktycznych, na przykład jak robić zakupy przez internet. Dla wielu z nas ta forma zakupów to przede wszystkim wygoda i możliwość porównywania cen bez wychodzenia z domu. Dla starszych ludzi to nierzadko jedyna szansa na zakupy bez pomocy osób trzecich.

Chętnych nie brakuje

Kursy, organizowane przez spółkę INEA, prowadzone są dwa lub trzy razy w tygodniu, w grupach liczących 8-12 osób. Wszyscy otrzymują specjalnie opracowane materiały. Całość kursu trwa dwadzieścia godzin. Opłata za kurs to symboliczna złotówka. Uczestnikiem projektu może być osoba, która ukończyła 50. rok życia, w której w gospodarstwie domowym świadczone są usługi operatora – chyba, że organizatorzy kursu w danej lokalizacji przyjęli inne kryteria uczestnictwa.

Zainteresowanie projektem jest bardzo duże – od jesieni 2011 roku udało się przeszkolić niemal 900 osób w Poznaniu i innych wielkopolskich miastach. A to jedynie kropla w morzu potrzeb. Pojawianie się kolejnych partnerów akcji i rozszerzanie projektu na kolejne miejscowości świadczy dobitnie o tym, jak ważna i potrzebna jest to inicjatywa.

Akademia Accor niebawem w Warszawie

Accor był pierwszą grupą hotelarską, która w 1985 roku założyła własne centrum szkoleniowe podnoszące kwalifikacje pracowników. Grupa Orbis, której partnerem strategicznym jest Accor, wykorzystuje te doświadczenia i uruchamia w Warszawie kolejną filię szkoleniową.

Witold Kołodziej – Grupa Orbis oraz Grupa Accor podejmując działania w zakresie Corporate Social Responsibility (CSR) starają się pogodzić cele biznesowe z celami społecznymi. Przykładem takiego działania jest program stażowy „Accordeon samodzielności”, skierowany do młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym. Dzięki wsparciu młodzi ludzie mają możliwość odbycia staży i zdobycia pracy. Natomiast pracodawca zdobywa młodych, zaangażowanych pracowników. Obie strony wygrywają. Nie inaczej jest w przypadku projektu Akademii Accor.

Wysoka jakość usług świadczonych przez firmy z branży HoReCa (hotele, restauracje, catering) zależy przede wszystkim od odpowiednio wyszkolonych i zmotywowanych kadr. Dlatego w tej branży szkolenia są tak ważne: kompetencje pracowników przekładają się na wrażenia jakie gość wyniesie z pobytu w hotelu. Właśnie dlatego już w 1985 r. Accor założył własne centrum szkoleniowe.

Warszawa wyróżniona

Akademia Accor jest obecna na całym świecie poprzez swoją sieć 17 jednostek szkoleniowych, które działają: w Agadirze, Auckland, Bangkoku, Budapeszcie, Brukseli,

Carrollton, Dubaju, Ewry, Londynie, Madrycie, Mediolanie, Monachium, Quebecu, Sao Paulo, Schipholu, Szanghaju i Sydney. Jak widać, decyzja o otwarciu filii Akademii Accor w Warszawie jest niezwykle prestiżowym wyróżnieniem. Będzie to 18. oddział akademii na świecie, wśród 92 krajów, w których obecna jest firma Accor. Otwarcie warszawskiego oddziału planowane jest na czerwiec 2013 roku.

Każdego roku w Akademii Accor na całym świecie uczy się 145 tysięcy pracowników. W 2011 roku stanowiło to 435 tysięcy godzin szkolenia, czyli średnio 3 dni na pracownika. Rocznie firma inwestuje w szkolenia 45 mln euro. Skala tego przedsięwzięcia pokazuje, jak ważne miejsce w strategii Grupy Accor zajmuje szkolenie pracowników.

Akademia Accor to nie tylko wiedza techniczna dotycząca obowiązków na danym stano-

wisku, lecz także wzmocnienie kultury przedsiębiorstwa oraz miejsce nauczania i wymiany dobrych praktyk. Odbywające się w ramach Akademii szkolenia skierowane są nie tylko do pracowników Grupy Accor, lecz także do osób pracujących w strukturach jej partnerów, np. franczyzobiorców. To kolejny dowód na to, że partnerzy firmy Accor otrzymują bardzo duże wsparcie od franczyzodawcy. W ramach wdrażanej strategii asset light, coraz więcej hoteli prowadzonych pod markami należącymi do Accor będzie prowadzonych przez franczyzobiorców. Przeszkolenie pracowników wszystkich hoteli w ramach Akademii Accor, daje gwarancję wysokiej jakości oraz jednorodności świadczonych usług.

Innowacyjne szkolenia zawodowe

Akademia Accor proponuje szkolenia w ponad stu zawo-

dach związanych z hotelarstwem: od recepcjonisty po kucharza poprzez revenue management i to niezależnie od sposobu zarządzania stosowanego w poszczególnych hotelach. Akademia Accor proponuje różnorodne typy szkoleń mieszanych, zgrupowane pod nazwą „Blended learning”, z modułami samoszkolenia, wirtualnymi zajęciami i dostępem do gorących linii (hotlines), oferujących specjalistyczne programy szkoleniowe. E-learning, do którego inni dopiero się przymierzają, w Akademii Accor jest już faktem. Zastosowanie nowoczesnych narzędzi pozwala na szybsze i bardziej skuteczne przekazywanie wiedzy – dzisiejsi, zwłaszcza młodzi pracownicy przyswajają wiedzę nie tylko z książek, lecz także z internetu. Nowoczesny program nauczania musi odpowiadać na te potrzeby.

Szkolenia na miarę – również w Polsce

Aby przygotować odpowiednią kadrę menedżerską od 2010 roku Grupa Hotelowa Orbis we współpracy z Uniwersytetem Łódzkim prowadzi również studia podyplomowe pod nazwą „Top Talent Hotel Management Program” dla najbardziej obiecujących pracowników. A w 2012 roku, we współpracy z Akademią Accor w Budapeszcie, uruchomiony został „Talent Development Program” wspierający młodych kierowników.

Utworzenie w Polsce Akademii Accor będzie kolejnym krokiem w przygotowywaniu i szkoleniu pracowników w Grupie Hotelowej Orbis. Obecnie szkolenia przechodni 2,9 tys. pracowników rocznie, a skala wydatków na ten cel sięga blisko 5 mln zł.

CIEKAWY PROJEKTY FUNDACJI I STOWARZYSZEŃ

Energia z serca

Fundacja „Energia z serca” powstała w 2011 roku z inicjatywy PGE Polskiej Grupy Energetycznej SA. W 2011 roku fundacja trafiła na listę podmiotów spełniających najwyższe standardy w zakresie odpowiedzialnego zarządzania wśród spółek notowanych na warszawskiej giełdzie. Obecność na RESPECT-Index potwierdza, że obszar CSR jest integralną częścią strategii biznesowej spółki.

Fundacja „Energia z serca” konsekwentnie organizuje działania charytatywne i sponsoringowe na rzecz społeczności lokalnych, w których prowadzi działalność gospodarczą. Darowizny kierowane są na naukę, edukację, ekologię i ochronę środowiska, zdrowie oraz pomoc społeczną, a także na wsparcie organizacji społecznych i samorządowych. Ze wsparcia fundacji mogą także korzystać pracownicy

Grupy Kapitałowej PGE, którzy znaleźli się w trudnej sytuacji życiowej. Jednym z priorytetów fundacji „Energia z serca” jest ochrona zdrowia – dużą część budżetu fundacja przeznaczyła na wsparcie szpitali, m.in. w województwie zachodniopomorskim, lubelskim i mazowieckim. Ponadto z jej wsparcia skorzystały domy dziecka, hospicja, ogniska wychowawcze oraz ośrodki dla bezdomnych. Z uwagi na to, że Grupa Kapitałowa ak-



tywnie promuje sport profesjonalny, działania w ramach Fundacji PGE skoncentrowane są także na promowaniu i wspieraniu aktywności sportowej wśród dzieci, młodzieży i osób niepełnosprawnych. Fundacja realizuje projekty praktyczne, potrzebne, o jak największym zasięgu, np. ogólnopolski program edukacyjny „Tajniki Energetyki. Prąd mój bezpieczny przyjaciel” skierowany do dzieci i młodzieży, uczący jak bezpiecznie obchodzić się z prądem i jak udzielić pierwszej pomocy; projekt

„Bezpieczne wakacje” promujący bezpieczeństwo w czasie letniego wypoczynku; program „Tajniki Energetyki”, czyli cykl pokazów fizycznych dla klas I-III szkół podstawowych prowadzony przez pracowników naukowych czy akcja „Pływający Przedszkolak – Pływaj z PGE” polegająca na bezpłatnej nauce pływania dla dzieci z ubogich rodzin. Przedstawiciele fundacji wierzą, że niesiona przez nią pomoc, nie tylko dotrze do potrzebujących, lecz także zarazi innych pozytywną energią.

Accordeon Samodzielności

Fundacja Dzieci Niczyje istnieje od 1991 roku, jej celem jest ochrona dzieci przed krzywdzeniem oraz pomoc dzieciom krzywdzonym, ich rodzinom i opiekunom.

Fundacja udziela pomocy psychologicznej, medycznej i prawnej ofiarom krzywdzenia i ich opiekunom. Działa na rzecz poprawy sytuacji dzieci uczestniczących w procedurach prawnych w charakterze świadków. Prowadzi programy profilaktyki krzywdzenia

dzieci przez dorosłych oraz rówieśników. Fundacja Dzieci Niczyje wraz z francuską Fundacją Accordeon realizuje projekt społeczny Accordeon Samodzielności pod patronatem honorowym Ministra Pracy i Polityki Społecznej. Projekt Accordeon Samodzielności przebiega w trzech

etapach: szkolenia z rozwoju osobistego, warsztaty funkcjonowania w przedsiębiorstwie i stażu w jednej z firm partnerskich. Dzięki pomocy psychologicznej specjalistów z fundacji młode osoby zrekrutowane do programu mają uwierzyć we własne siły. Pierwsza edycja rozpoczęła się w sierpniu 2012 roku. 18 młodych osób podjęło płatne staże w firmach partnerskich, część z nich już dostała propozycje zatrudnienia stałego. – Wsparcie młodych ludzi,

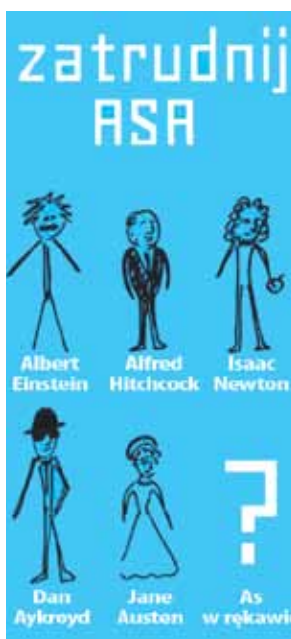
będących w trudnej sytuacji życiowej, w zaistnieniu na rynku pracy i usamodzielnianiu zapobiega społecznemu wykluczeniu – mówi Monika Sajkowska, dyrektor Fundacji Dzieci Niczyje. – Z radością przyjęliśmy inicjatywę Fundacji Accor, która ma na celu ułatwienie startu zawodowego dzieciom, które z powodu doświadczeń życiowych nie zawsze potrafią dostosować się do wymogów rynku pracy tak, jak ich rówieśnicy z pełnych rodzin.

Zatrudnij Asa

Fundacja SYNAPSIS powstała na przełomie 1989 i 1990 roku. Została założona przez dwóch Fundatorów – Ryszarda Praszkię i Michała Wroniszewskiego. Misją fundacji jest niesienie profesjonalnej pomocy osobom z autyzmem oraz wypracowywanie systemowych rozwiązań, które poprawią jakość ich życia.

Fundacja od wielu lat prowadzi starania o wprowadzenie osób z ASD na polski rynek pracy. Przez wszystkie lata istnienia Fundacji konsekwentnie rozwijamy i doskonalimy nasze działania w celu zapewnienia dzieciom i osobom dorosłym z autyzmem oraz ich rodzinom wszechstronnej, profesjonalnej pomocy. Projekt Zatrudnij Asa realizowany w fundacji do grudnia 2012 roku miał na celu promocję idei zatrudnienia osób z ASD wśród pracodawców i przetarcie szlaków dla osób poszuku-

jących pracy. Projekt, przygotowywany przez osoby z ASD pod kątem wykonywania prac informatycznych i biurowych, zapewniał treningi i odpowiednie wsparcie oraz opracowanie indywidualnych programów rozwoju zawodowego. Istotnym sukcesem było opracowanie modelu innowacyjnych rozwiązań wspierania zatrudnienia osób z ASD. Ze względu na ich trudności związane z komunikowaniem się i funkcjonowaniem w społeczeństwie oraz przystosowaniem do nowych miejsc, grupa ta dotknięta jest problemem wyklucze-



nia społecznego. Wiele osób z ASD posiada odpowiednie umiejętności i kwalifikacje do podjęcia pracy zawodowej, niektórzy z nich są w stanie podjąć skomplikowaną pracę, jednak polski rynek pracy wciąż jest dla nich niedostępny.

Domy Pozytywnej Energii

Fundacji Tauron została założona przez Grupę Tauron Polska Energia. Jednym z celów działalności jest angażowanie się w projekty istotne społecznie. Projekty realizowane są w oparciu o wolontariat pracowniczy i są adresowane do pracowników, w myśl założeń opracowywanej przez Grupę strategii społecznej odpowiedzialności biznesu.

Autorska akcja „Domy Pozytywnej Energii” skierowana jest do całodobowych placówek opiekuńczo-wychowawczych z terenu działania Grupy TAURON (woj. śląskie, dolnośląskie, małopolskie, opolskie i podkarpackie). Jej głównym celem jest poprawienie warunków życia dzieci z domów dziecka. Ostatnia edycja akcji rozpoczęła się w kwietniu. Organizatorzy – TAURON Polska Energia, TAURON Dystrybucja oraz Fundacja TAURON – zaprosili do udziału w konkursie dzieci z placówek opiekuńczo-wychowawczych z terenu

Młode gwiazdy piłki nożnej

Stowarzyszenie „Nadzieja na Mundial” (wcześniej „Nadzieja na Euro”) od lat realizuje piłkarskie zawody i turnieje dla dzieci z placówek opiekuńczo-wychowawczych. Wzięło w nich udział już ponad 1 000 młodych piłkarzy. W 2012 roku Stowarzyszenie zorganizowało Mistrzostwa Europy Dzieci z Domów Dziecka z udziałem 16 drużyn z 16 krajów starego kontynentu.



Działania Stowarzyszenia pozwalają dzieciom spełnić ich najskrytsze marzenia oraz uwierzyć w siebie i swoje talenty. W połowie czerwca, na stadionie warszawskiej Legii, odbędą się pierwsze Mistrzostwa Świata Dzieci z Domów Dziecka.

W zawodach wezmą udział reprezentacje 24 krajów, m.in.: RPA, Bułgaria, Tajlandia, Francja, Rosja, Wietnam, Litwa, Słowenia, Szwajcaria i Nigeria. Zwieńczeniem Mistrzostw będzie mecz pokazowy „Polska kontra reszta świata”, w którym obok najlepszych zawodników turnieju wystąpią gwiazdy światowej piłki, byli reprezentanci Polski oraz gwiazdy kina i telewizji. Udział w tym wydarzeniu zapowiedzieli, m.in. piłkarz

Arsenalu Londyn, Łukasz Podolski oraz były reprezentant Francji, Jean Pierre Pappin. Wstęp na Mistrzostwa jest wolny, a na kibiców będzie czekało wiele atrakcji. Zawody poprzedzą IV Mistrzostwa Polski, które odbędą się 27 kwietnia w Warszawie. Zostanie wówczas wyłoniona drużyna, która będzie reprezentować Polskę na Mistrzostwach Świata. Tego dnia rozegrany zostanie również mecz dzieci z domów dziecka z byłymi zawodnikami reprezentacji Polski. Wsparcia udzielają firmy Continental Opony Polska oraz Jeronimo Martins Polska, właściciel sieci sklepów Biedronka, które przygotowały dla zawodników dodatkowe atrakcje.



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 17 edycji Raportu. W każdym numerze wyróżniane są dwa projekty, bę-

dące przykładem dobrze przygotowanych programów wsparcia ważnych społecznie obszarów. W raporcie znajdują się rów-

nież artykuły ekspertów i liderów opinii publicznej, którzy radzą, jak poruszać się w obszarze działań CSR.

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 SA 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 Polska	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 Maleństwa” 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”
	Elżbieta Radziszewska – pełnomocnik rządu ds. równego traktowania, Hanna Gronkiewicz-Waltz – prezydent miasta st. Warszawa, Krajowa Izba Gospodarcza i Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych	za organizację pierwszego Forum Dobrych Praktyk „Siła kobiet – Siła firmy”, mającego na celu wypracowanie lepszych standardów traktowania i zatrudniania kobiet w firmach i instytucjach
VIII (2011)	Tesco	za prowadzenie od 9 lat programu „Tesco dla Szkół”, pomagającemu placówkom oświatowym oraz za inicjatywę Tesco Dzieciom „Zbudujemy razem Rodzinny Dom Dziecka”
	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
IX (2011)	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
	redakcja programu „Biznes Kurier” i Warszawski Ośrodek Telewizji Polskiej SA	za promocję na antenie TVP idei odpowiedzialnego biznesu
X (2011)	PGF SA, Apteki Dbam o Zdrowie, Hanna Zdanowska – prezydent miasta Łódź	za organizację „Łódź Maraton – Dbam o Zdrowie” – wyjątkowego wydarzenia sportowego i społecznego
	Jacek Janiszewski – przewodniczący Rady Programowej Stowarzyszenia Integracja i Współpraca	za autorski projekt „Bezpieczne i ekologiczne wakacje” – popularyzujący ideę rozsądnego i bezpiecznego spędzania wolnego czasu oraz uczący umiejętności prawidłowego zachowania się w sytuacjach zagrażających bezpieczeństwu
XI (2011)	TVP2 i program „Pytanie na śniadanie”	za poruszanie na antenie telewizji publicznej ważnych społecznie problemów oraz zaangażowanie w projekty CSR-owe
	PKP CARGO SA	za oryginalne i innowacyjne działania z zakresu polityki pracowniczej z okazji 10-lecia, w tym m.in. Ekspedycję na Mont Blanc, Konkurs „Niezwykli ludzie PKP CARGO” oraz promocję tych działań na Facebooku
XII (2012)	Fundacja Universitatis Varsoviensis i Klub Hybrydy	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 SA, Danone, AXA Polska SA, Citi Handlowy, Medicover, Grupa TP, Bank Gospodarstwa Krajowego czy Tchibo Warszawa
XIII (2012)	Fundacja Banku Gospodarstwa Krajowego im. J. K. Steczkowskiego	za prowadzony od 4 lat konkurs grantowy „Na dobry początek!”, w którym dofinansowuje się projekty edukacyjne dla dzieci w wieku 2 – 5 lat mieszkających na terenach wiejskich i w miejscowościach do 20 tys. mieszkańców
	KGHM Polska Miedź SA	za zaangażowanie w ochronę gatunkową sokoła wędrownego i opiekę nad lęgowym stanowiskiem drapieżnika, a także współpracę ze Stowarzyszeniem Na Rzecz Dzikich Zwierząt „Sokół”
XIV (2012)	Polski Związek Piłki Siatkowej	za zaangażowanie w promocję sportu wśród młodzieży, a w szczególności za realizację „Ogólnopolskiego projektu szkolenia młodzieży uzdolnionej sportowo w piłce siatkowej w szkolnych ośrodkach sportowych działających ze wsparciem jednostek samorządu terytorialnego”
	„Dziennik Gazeta Prawna” i program „BIZON” w Radiu PIN	za poszerzenie wiedzy na temat idei CSR, a w szczególności za współtworzony Ranking Odpowiedzialnych Firm 2012 na łamach „Dziennika Gazety Prawnej”, który odbywa się pod patronatem audycji „BIZON”
XV (2012)	Grupa Ferrero	za wyznaczanie nowych standardów CSR, czego dowodem jest Raport Grupy, który uzyskał najwyższą ocenę międzynarodowych instytucji, w tym m.in. oceny GRI dotyczące wskaźników pozafinansowych
	Fundacja „Energia z serca” Polskiej Grupy Energetycznej	za umiejętne łączenie działalności biznesowej z zaspakajaniem potrzeb społeczeństwa i ochroną środowiska
XVI (2013)	Wydawnictwo Macmillan Education i Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej	za program Youngster, mający na celu wyrównywanie szans edukacyjnych młodzieży z terenów wiejskich poprzez naukę języka angielskiego
	Ministerstwo Skarbu Państwa i redakcja „Pulsu Biznesu”	za projekt Akademia CSR „Rozwój odpowiedzialnego biznesu”, polegający na organizacji cyklu konferencji regionalnych popularyzujących ideę CSR wśród małych i średnich firm
XVII (2013)	Grupa Wydawnicza Polska Presse	za projekt Junior Media – internetową platformę umożliwiającą proste i bezpłatne tworzenie gazetki szkolnych
	Pracodawcy RP	za projekt „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”, który ma na celu wsparcie wdrażania przez firmy strategii odpowiedzialnego biznesu

Reklama



Kurier365.pl

Miejsca warte Twojego czasu

Nasza Europa