

RAPORT

CSR

Partnerzy merytoryczni

Kurier365.PL

RAPORT
CSR.PL

Partner raportu

libris
trzymaj z namSpołeczna Odpowiedzialność Biznesu
EDYCJA XXII

Spółdzielcza Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa w Wołominie (SKOK Wołomin) wyróżniona w XXII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za mecenat nad festiwalem „Perła Baroku – Koncerty Mistrzów”.



CSR klasycznie i na poważnie

Poważne instytucje finansowe, takie jak banki czy kasy oszczędnościowe, są niejako zobligowane przez społeczeństwo do tego, aby wspierać organizację dużych wydarzeń artystycznych czy sportowych. Warto pamiętać, że wsparcie podobnych wydarzeń jest zazwyczaj kosztochłonne, szczególnie jeśli stawiamy na kulturę z najwyższej półki.

Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej wyróżnione w XXII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za stworzenie i wdrożenie Karty Dużej Rodziny.

MINISTERSTWO PRACY
I POLITYKI SPOŁECZNEJ

Duża, oszczędna rodzina

Rodziny, w których jest troje i więcej dzieci, mogą otrzymać specjalną kartę, która daje prawo do ulg i zniżek. Według Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, prawo do otrzymania karty ma prawie 3,5 mln Polaków, w tym ponad 2 mln dzieci. Karta ma promować model wielodzietnej rodziny i jej pozytywny wizerunek, a także zwiększać szanse rozwojowe najmłodszych.

Drodzy Czytelnicy,

Oddajemy w Wasze ręce 22. numer Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu. W tej edycji najwięcej miejsca poświęciliśmy projektom edukacyjnym prowadzonym przez firmy i instytucje z myślą o swoich pracownikach. Coraz więcej przedsiębiorców traktuje szkolenia jak inwestycje o najwyższym priorytecie, nie szczędząc na nie środków. Potwierdzają to nasze rozmowy z ekspertami, które publikujemy na kolejnych stronach Raportu. W tym numerze wspominamy też o konkursie o tytuł Pracodawca Godny Zaufania. Przed nami VI edycja, która będzie niezwykle ciekawa, ponieważ w tym roku kapituła konkursu szczególnie przyjrzy się branży mediów.

Co ważne, wyróżniliśmy także dwa ciekawe projekty z zakresu CSR.

Pierwszym wyróżnionym jest Spółdzielca Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa w Wołominie (SKOK Wołomin) za mecenat nad festiwałem „Perła Baroku – Koncerty Ministrów” organizowanym w podwarszawskiej Kobyłce. Trzy lata temu, kiedy SKOK rozpoczął współpracę z organizatorami festiwalu, wiele osób uważało, że wydarzenie o takiej skali, organizowane w niewielkiej miejscowości, spotka się ze śladowym zainteresowaniem. A jednak! Prawie 5 tys. widzów podczas ostatniej edycji, co stanowi około 25 proc. mieszkańców miasta, dowodzi, że muzyka klasyczna, uważana

za elitarną, nie jest wyłącznie domeną melomanów. Zaangażowanie właścicieli wołomińskiej Kasy nie dość, że sprawiło, iż muzyka poważna stała się dostępna dla wszystkich, to także rozstawiło niewielką miejscowość, która stała się miejscem spotkań największych tuz klasyki!

Kolejnym wyróżnionym jest Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej za pomysł i wdrożenie Karty Dużej Rodziny. To rozwiązanie, dzięki któremu rodziny wielodzietne mają prawo do ulg, zniżek i zwolnień z opłat za korzystanie z wybranych usług oraz przy zakupie towarów u sprzedawców, którzy przystąpili do programu. Co ważne, wyrobie karty nie zależy od

wysokości dochodów, a dla rodziców karta jest ważna bezterminowo. W zamyśle resortu karta ma się przyczynić do wspierania rodzinnych budżetów, ale też zachęcić potencjalnych rodziców do posiadania kolejnych dzieci.

Zapraszamy do lektury naszego dodatku, tradycyjnie dziękując wszystkim tym, bez których Raport, by nie istniał: naszym partnerom – Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”, redakcji „Super Biznesu”, portalom Kurier365.pl i RaportCSR.pl, a także firmie Libris i przede wszystkim naszym Czytelnikom.

Redakcja

Jak tworzyć owocne projekty CSR z edukacją w tle



Iwona Michalczyk

Po pierwsze, warto klarownie i precyzyjnie określić adresatów CSR-owych programów edukacyjnych firm. Kogo chcemy edukować, czyje konkretnie postawy zmienić? Czy będą

to dzieci w wieku wczesnoszkolnym, rodzice przedszkolaków, nauczyciele, młode mamy? Nie możemy zakładać, że odbiorcą kampanii edukacyjnej jest całe społeczeństwo – jeśli mówimy do wszystkich, nie dotrzemy skutecznie do nikogo. Po drugie, wiedząc do kogo mówimy, możemy wpisać edukację w naturalny sposób w codzienność tej grupy i tam koncentrować działania. Jeśli chcemy zmieniać postawy uczniów i wejść z naszym projektem CSR do szkół, zaadaptujmy go do podstaw programowych. Działania edu-

kacyjne powinny być innowacyjne, niestandardowe, angażować do wspólnego działania. Tylko podawanie wiedzy w sposób ciekawy przynosi efekty. Przykładem tego typu realizacji jest program „Śniadanie Daje Moc”, który co roku angażuje nauczycieli, dzieci i rodziców do wspólnego działania oraz dostarcza nauczycielom bardzo wysoko oceniane przez nich materiały metodyczne ułatwiające prowadzenie interaktywnych lekcji o zdrowym odżywianiu. Kolejnym ważnym punktem jest dostarczenie adresatom naszych działań edukacyjnych takich narzędzi, które będą dla nich użyteczne, atrakcyjne i aspiracyjne. Może to być interaktywne szkolenie podnoszące kwalifikacje zawodowe nauczycieli czy scenariusze edukacyjnych zabaw z wychowankami dla świetlic środowiskowych. To najsukcesowniej nośniki przekazu edukacyjnego. Innym przykładem niezwykle atrak-

cyjnego narzędzia edukacyjnego trafiającego do młodzieży są konkursy filmowe w ramach programu „Tesco dla szkół”, tematycznie związane z ważnymi i trudnymi problemami społecznymi, takimi jak np. marnowanie żywności. Konkurs porywa co roku nie tylko setki tysięcy uczniów w całej Polsce, lecz też całe społeczności lokalne wokół szkół.

Kluczowa jest także umiejętność bezpośredniego dotarcia z informacją o naszym projekcie CSR i z jego materiałami edukacyjnymi do adresatów. Przykładem tego typu działania jest choćby zapraszanie przez akcję „Z Kujawskim pomagamy pszczołom” placówek organizujących Lato w Mieście wraz z małymi podopiecznymi do udziału w bezpłatnych atrakcjach ogólnopolskiego Wielkiego Dnia Pszczoł w całej Polsce. O skuteczności bezpośredniego docierania z edukacją do jej

adresatów świadczy liczba ponad 2 600 placówek dziecięcych zaangażowanych w tegoroczną Akademię Przyjaciół Pszczoł.

Nie da się ukryć, że ważne dla sukcesów edukacyjnych kampanii CSR firm jest pozyskanie partnerów i patronów tego typu działań. Zwiększają oni wiarygodność projektu, ułatwiają dotarcie za pośrednictwem liderów opinii, budują prestiż i rozpoznawalność projektu. Projekty „Tesco dla szkół”, „Śniadanie Daje Moc” czy „Z Kujawskim pomagamy pszczołom” wspierają m.in. kuratoria oświaty, ministerstwa czy urzędy marszałkowskie.

I ostatnia, lecz niezwykle ważna sprawa. Zwróćmy uwagę, że najsukcesowniej są wieloletnie edukacyjne kampanie CSR. Skuteczna zmiana postaw wymaga bowiem czasu.

Autorka jest dyrektorem zarządzającym Garden of Words

Budujmy świadomość



Aneta Pilch

Strategia spójna z polityką firmy, realizowanie długofalowych celów, a przede wszystkim – edukacja, to najważniejsze składniki społecznej odpowiedzialności biznesu. Skuteczne działania CSR-owe poprzez pomoc beneficjentom rozwijają pracowników, a także uwrażliwiają społeczeństwo w zakresie palących kwestii społecznych. Jedną z nich jest problem niepełnosprawności.

Większość organizacji realizujących strategię CSR-owe ma jasno zdefiniowane grupy interesariuszy oraz cele. W związku z tym szukają one inicjatyw i partnerów do współpracy wpisujących się w ich założenia oraz rodzaj wykonywanej działalności. Dla przykładu, UBS Kraków poprzez różnego typu projekty wspiera młodych przedsiębiorców, grupy wykluczone na rynku pracy, dzieci, artystów oraz osoby niepełnosprawne.

W Polsce podejmowanych jest wiele działań mających na celu zlikwidowanie barier w funkcjonowaniu na co dzień oraz w życiu zawodowym osób niepełnosprawnych. Jednak w dalszym ciągu osoby te zmagają się z wykluczeniem społecznym. Między innymi dlatego UBS Kraków zdecydował się na włączenie tej grupy w kluczowe projekty realizowane w ramach strategii CSR. Celem inicjatyw, takich jak charytatywny musical, bieg sztafetowy Poland Business Run, a przede wszystkim Career Turn jest nie tylko pomoc konkretnym osobom, lecz także edukowanie pracodawców, pracowników oraz całego społeczeństwa w zakresie potrzeb i problemów niepełnosprawnych.

Program Career Turn skupia się na dwóch aspektach: przygotowaniu pracowników z grup społecznie wykluczonych do zatrudnienia w firmach w sektorze BPO/SSC oraz zwiększeniu świadomości u pracodawców na ten temat i uwrażliwienie zatrudniających na ten istotny problem społeczny. Budowanie takiej świadomości ma pomóc w podobnych działaniach na szerszą skalę. Pierwsza edycja projektu spotkała się z zainteresowaniem środowiska wspierającego zarówno grupy wykluczone, jak i potencjalnych pracodawców z sektora. Program szkoleń prowadzonych przez pracowników firmy dla uczestników Career Turn przygotowywany jest na podstawie analizy realnych oczekiwań pracodawców z sektora względem zatrudnianych osób. Zgromadzone wnioski pozwoliły opracować plan edukacji złożony z trzech modułów, z których każdy akcentuje inny zakres kwalifikacji. Osoba, która ukończy program Career Turn, powinna dobrze odnajdować się w środowisku firmowym, znać podstawowe zasady pracy w sektorze BPO/SSC. Program ma również na celu przełamanie stereotypów związanych z grupami wykluczonymi społecznie, w tym z osobami niepełnosprawnymi.

Aspekt edukacyjny inicjatyw CSR-owych to ważny element każdego projektu nie tylko tego, który, jak Career Turn, nastawiony jest typowo na poszerzanie kompetencji beneficjentów. W założeniu chodzi również o edukację innych grup: pracodawców – poprzez dostarczanie im inspirujących rozwiązań oraz pracowników – za sprawą możliwości rozwoju kompetencji zawodowych oraz umiejętności funkcjonowania w zróżnicowanym społeczeństwie.

Autorka pracuje jako KPO Center Head of Service Delivery Kierownik Projektu Career Turn w UBS Kraków

Pomoc w milionach



Anna Justyniarska

Działania z zakresu CSR odgrywają istotną rolę w funkcjonowaniu naszej firmy. Avon to bowiem marka, która od 127 lat kojarzona jest nie tylko z pięknem, lecz także z działaniami na rzecz kobiet. Avon wspiera kobiety, aktywnie angażując się w walkę z rakiem piersi oraz przemocą w rodzinie. Dowodem na to są dwie kampanie społeczne, które z każdą edycją cieszą się coraz większą popularnością: Wielka Kampania Życia – Avon Kontra Rak Piersi oraz Wielka Kampania o Godność – Avon Kontra Przemoc. Chcemy uświadomić kobietom, że zdiagnozowanie choroby w początkowym stadium i zgłoszenie się do lekarza daje niemal stu procentową szansę na przeżycie. W ramach kampanii organizujemy szereg działań profilaktyczno-edukacyjnych, jak na przykład coroczny „Marsz Różowej Wstążki”, który w czerwcu tego roku przeszedł ulicami Warszawy pod nazwą „Avon Walk”. Ważną inicjatywą jest także dofinansowanie badań USG piersi w ramach projektu „Gabinety z Różową Wstążką”, od lat współprowadzonego ze Stowarzyszeniem „Amazonki” Warszawa-Centrum. W tym roku program realizowany jest także ze wsparciem no-

wego partnera, marki Nestlé FITNESS. Dzięki temu, w październiku tego roku z badań skorzystać będzie mogło 4 000 kobiet. Warto zaznaczyć, że środki na Wielką Kampanię Życia pozyskiwane są w całości ze sprzedaży produktów z Różową Wstążką. Do 2014 roku udało nam się zebrać na ten cel prawie szesnaście milionów złotych!

Zainicjowana w Polsce w 2008 roku Wielka Kampania o Godność – Avon Kontra Przemoc, ma na celu wyrażenie głośnego i kategorycznego sprzeciwu wobec przemocy oraz wszelkich jej przejawów. Kampania pokazuje społeczeństwu, że aktywne zaangażowanie w walkę z tym zjawiskiem jest konieczne i leży po stronie każdego z nas. Wszelkie formy zachowania, które poniżają, naruszają godność i powodują cierpienie powinny być społecznie potępiane, a nie przemilczane. Akcją nagłaśnia coroczny bieg Avon Kontra Przemoc – Biegnij w Garwolinie. W ramach kampanii wspierana jest także internetowa poradnia internetowa Niebieskiej Linii. Wszystkie działania w ramach kampanii prowadzone są dzięki środkom pozyskanym ze sprzedaży produktów Avon „Powiedz STOP Przemocy!”. Do 2014 roku udało nam się zebrać na ten cel prawie milion złotych!

Autorka jest specjalistką ds. CSR i eventów w firmie Avon Cosmetics Polska Sp. z o.o.



➤ Spółdzielcza Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa w Wołominie (SKOK Wołomin) wyróżniona w XXII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za mecenat nad festiwalem „Perła Baroku – Koncerty Mistrzów”

CSR klasycznie i na poważnie

Poważne instytucje finansowe, takie jak banki czy kasy oszczędnościowe, są niejako zobligowane przez społeczeństwo do tego, aby wspierać organizację dużych wydarzeń artystycznych czy sportowych. Warto pamiętać, że wsparcie podobnych wydarzeń jest zazwyczaj kosztochłonne, szczególnie jeśli stawiamy na kulturę z najwyższej półki.

Przemysław Gruz

SKOK Wołomin jest jedną z największych w Polsce spółdzielczych kas oszczędnościowo-kredytowych, a przy tym najbardziej aktywną w zakresie wsparcia projektów kulturalnych realizowanych na Mazowszu. Przede wszystkim są to projekty o charakterze patriotycznym, promujące polską historię i kulturę.

Od trzech lat wołomińska Kasa wspiera międzynarodowy festiwal muzyki klasycznej „Perła Baroku – Koncerty Mistrzów”, organizowany w podwarszawskiej Kobyłce. Festiwal jest dziś jednym z najważniejszych w Polsce. Jego organizacja to ewenement. Wiele osób uważało, że wydarzenie o takiej skali, organizowane w niewielkiej miejscowości, spotka się ze śladowym zainteresowaniem. A jednak! Prawie 5 tys. widzów podczas ostatniej edycji, co stanowi około 25 proc. mieszkańców miasta, dowodzi, że muzyka klasyczna uważana za elitarną, nie jest wyłącznie domeną melomanów.

Popularność festiwalu to przede wszystkim efekt obecności gwiazd. – Mam zaszczyt zapraszać artystów naprawdę wybitnych – wręcz zdarza się, że największe warszawskie festiwale zapraszają występujących w naszych edycjach artystów trzy, cztery lata później – mówi Anna Szarek-Lisiewicz, organizator festiwalu. – Ra-



strelli Cello Quartet, który gościliśmy w tym roku, był w Polsce pierwszy raz, właśnie na moje zaproszenie.

Festiwal nie jest adresowany wyłącznie do miłośników muzyki klasycznej, ale do wszystkich, którzy mają potrzebę spotkać się w przyjaznym gronie i w miejscu, w którym można poczuć, że spotkanie z kulturą jest jak uroczystość – przekonują organizatorzy. Na koncertach pojawiają się głównie mieszkańcy regionu; Kobyłki, Wołomina i okolic, ale też wielu dużych polskich miast. – Przyjeżdżają również ludzie spoza Polski, dlatego że zapraszamy artystów, na których koncerty trzeba jechać do Francji, Szwajcarii czy Ameryki, bo tam grają najczęściej i do Kobyłki bywa po prostu bliżej – dodaje Szarek-Lisiewicz. Festiwal „Perła Baroku” jest organizowany od 2008 roku. Od trzech lat mecenat nad wydarzeniem sprawuje SKOK Wołomin. Dla instytucji finansowej, takiej jak SKOK, podobna aktywność wpisuje się w strategię działań na rzecz lokalnych społeczności. – Nie każdego przecież stać na zakup biletu na

koncert w Filharmonii Warszawskiej – mówią organizatorzy, dodając przy tym, że dzięki wsparciu SKOK-u, muzyka poważna staje się dostępna dla wszystkich.

Skok w CSR

Wołomińska Kasa wspiera szereg projektów, także o wymiarze globalnym. W 2013 roku była głównym sponsorem prestiżowych nagród filmowych „Polskie Orły, a w 2014 roku sponsorowała premierę filmu „Sierpniowe niebo. 63 dni chwały”.

SKOK prężnie rozwija także sport. Warto wymienić takie inicjatywy jak: organizacja w różnych polskich miastach gal bokserskich – SKOK Wołomin Boxing Show czy wsparcie finansowe Akademii Młodego Piłkarza GOOL. Dzięki pomocy Kasy w ciągu trzech lat udało się otworzyć 15 szkółek, w których ćwiczy blisko 500 dzieci.

SKOK Wołomin jest również sponsorem drużyny piłkarskiej Polonia Warszawa, GKP Targówek i siatkarskiej – MUKS Huragan SKOK Wołomin.

Przypominamy o tym, co ważne



Z prezesem zarządu SKOK Wołomin Mariuszem Gazdą rozmawia Agnieszka Skarbek-Malczewska

Chcemy być i jesteśmy jej częścią. A skoro tak, to naszą powinnością jest wykorzystywanie potencjału i doświadczenia, by wesprzeć potrzebne i wartościowe projekty. Nasza aktywność w zakresie ważnych społecznie projektów jest sukcesywnie rozwijana – równoległe do rozwoju samego SKOK-u. Dziś jesteśmy drugą pod względem wielkości spółdzielczą kasą w Polsce, zrzeszamy ponad 80 tysięcy członków. Chociaż mamy placówki w dziesięciu województwach, to nie zapominamy o macierzystym Mazowszu. Stąd się wywodzimy i tu jest najwięcej naszych placówek i członków.

Sport i kultura – to podstawowe obszary zaangażowania wołomińskiego SKOK-u. Wiele z projektów związanych z kulturą ma wymiar edukacyjny. Wspieraliście m.in. premierę produkcji „Sierpniowe niebo – 63 dni chwały”. Wspieranie wartościowych polskich filmów jest mi szczególnie bliskie. Bardzo pozytywnym zjawiskiem jest wykształcona

w ostatnich latach swoista moda na pamięć o polskiej historii, na dumę z tego, z czego powinniśmy być dumni. To swoiste odregowanie niedobrej polityki, prowadzonej przez część środowisk po 1989 roku, kiedy to stawiano znak równości między patriotyzmem a szowinizmem i próbowano Polaków przekonać, że nasze dzieje składają się głównie z wstydlwych kart. A przecież historia żadnego narodu nie jest nigdy jednobarwna. Wielkim przełomem stało się otwarcie Muzeum Powstania Warszawskiego – to był punkt zwrotny, który pozwolił wielu młodym ludziom zrozumieć, że przyszłość można budować jedynie na pamięci o historii. Tę historię należy przypominać i to w sposób jak najbardziej przystępny, a zarazem ciekawy. Takie filmy jak „Sierpniowe niebo” są dobrym do tego narzędziem.

Wspieracie Państwo również kulturę wysoką. Skąd decyzja o objęciu mecenatem festiwalu „Perła Baroku – Koncerty Mistrzów”?

To wydarzenie, które nie jest adresowane do wąskiego grona melomanów. „Perła Baroku” w udany sposób popularyzuje muzykę klasyczną, nie tylko barokową, bo wśród solistów są np. wirtuozi gitary. Festiwal pokazuje, że taka muzyka jest ciekawa, nie jest zarezerwowana tylko dla koneserów. Co roku w kościele w Kobyłce goszczą tysiące słuchaczy, w dużej części z pobliskich miejscowości, również z Wołomina. Nie brak jednak gości z innych regionów Polski, a nawet z zagranicy. „Perła Baroku” zyskała zasłużoną renomę i cieszymy się, że mamy w tym swój udział.

SKOK Wołomin dosłownie za kilka dni będzie świętować 15-lecie istnienia. Czego można Państwu i Państwa członkom życzyć?

Przede wszystkim tego, by kolejne lata były dla Kasy tak dobre, jak ostatnie. Odnotowujemy rosnące zyski, zwiększa się liczba naszych członków, a przede wszystkim mamy stabilną sytuację finansową.

W ogłoszonym niedawno przez Instytut Jagielloński raporcie o zaangażowaniu instytucji finansowych we wspieranie lokalnych społeczności SKOK Wołomin został wskazany jako modelowy przykład dobrej polityki w tym zakresie. Na jakich fundamentach opiera się Państwa strategia CSR? Punkt wyjścia jest oczywisty: działamy dla lokalnej społeczności, ale nie obok niej.

➤ **Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej wyróżnione w XXII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za stworzenie i wdrożenie Karty Dużej Rodziny**

Duża, oszczędna rodzina

Rodziny, w których jest troje i więcej dzieci, mogą otrzymać specjalną kartę, która daje prawo do ulg i zniżek. Według Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, prawo do otrzymania karty ma prawie 3,5 mln Polaków, w tym ponad 2 mln dzieci. Karta ma promować model wielodzietnej rodziny i jej pozytywny wizerunek, a także zwiększać szanse rozwojowe najmłodszych.

Witold Kołodziej

Karta Dużej Rodziny to rozwiązanie zaproponowane przez resort pracy, dzięki któremu rodziny wielodzietne mają prawo do ulg, zniżek i zwolnień z opłat za korzystanie z wybranych usług oraz przy zakupie towarów u sprzedawców, którzy przystąpili do programu. Karta jest wydawana bezpłatnie, każdemu członkowi rodziny bez względu na osiągane dochody. Dla rodziców karta jest bezterminowa a dzieciom przysługuje do ukończenia 18 lub 25 lat, jeśli nadal się uczą. Dla niepełnosprawnych będzie ważna na czas orzeczenia o niepełnosprawności. Karta ma spełniać cztery cele: demograficzny – zachęcić potencjalnych rodziców do posiadania kolejnych dzieci, finansowe – zachęcić rodziny wielodzietne do zamieszkania lub pozostania w mieście lub gminie, ekonomiczne – wspierać budżety rodzin obciążonych kosztami utrzymania wielodzietnej rodziny; tym bardziej, że część tych rodzin jest uboga oraz społeczne – umożliwić integrację dużych rodzin zarówno ze społecznością lokalną (poprzez np. udział w lokalnych inicjatywach kulturalnych czy sportowych), ale też wewnętrzne zespolecie każdej z tych rodzin (np. przez umożliwienie wszystkim jej członkom wspólnego spędzania czasu na rekreacji czy uprawianiu sportu). Najczęściej Karta Dużej Rodziny jest częścią samorządowych programów (np. rozwoju społecznego czy polityki prorodzinnej).

Ze względu na podmiot realizujący oraz zasięg terytorialny możemy rozróżnić karty gminne i miejskie, powiatowe i wojewódzkie oraz ogólnokrajowe. W Polsce zdecydowana większość kart to rozwiązania gmin lub miast, które są wprowadzane na podstawie ustawy o pomocy społecznej. Prowadzone są też prace nad wdrożeniem kart regionalnych, a także nad wprowadzeniem Ogólnopolskiej Karty Dużych Rodzin.

Samorządy, które już wprowadziły Kartę Dużej Rodziny, korzystają nie tylko z własnego potencjału usług, lecz także często zapraszają do udziału w programie inne instytucje ofe-

rujące swoje usługi i towary wielodzietnym rodzinom na korzystnych warunkach (np. zniżki, rabaty, ulgi).

W Polsce, podobnie jak w Hiszpanii, Francji czy we Włoszech, od 2013 roku istnieje karta członkowska przysługująca członkom Związku Dużych Rodzin Trzy Plus. Posiadacze takiej karty mają uprawnienia do korzystania z określonych w regulaminie karty zniżek w całym kraju. Dodatkowo, organizacje zrzeszone w międzynarodowych związkach organizacji pozarządowych wzajemnie uznają swoje uprawnienia, dzięki czemu karty wydawane przez takie organizacje mogą mieć zasięg międzynarodowy.

Cała idea Karty Dużej Rodziny została zainicjowana poprzez powołanie 5 grudnia 2012 roku Forum Samorządowego na rzecz Dużych Rodzin, do którego przystąpili przedstawiciele samorządów, uczestniczący w konferencji „Bariery ograniczające dzietność w Polsce” odbywającej się w Senacie RP. Forum jest nieformalnym porozumieniem dziesięciu samorządów, które już wprowadziły w swoich gminach karty i chcą nadal działać na rzecz rodzin wielodzietnych. Członkowie forum zostali też powołani przez Ministra Pracy do Zespołu ds. propagowania samorządowych Kart Dużej Rodziny.



Rozwiązania, które sprzyjają godzeniu życia zawodowego z rodzinnym, przynoszą zyski wszystkim



Skąd pomysł na wprowadzenie Karty Dużej Rodziny?

Karta Dużej Rodziny to pierwszy ogólnopolski program wspierania dużych rodzin łączący firmy z każdej branży. Rodzina wielodzietna to ogromne szczęście, ale także obowiązki – większe zakupy, a co za tym idzie wyższe rachunki. Celem Karty Dużej Rodziny jest realna pomoc

Z Władysławem Kosiniak-Kamyszem, ministrem pracy i polityki społecznej, rozmawiała Anna Kacprzak

rodzinom wielodzietnym w codziennym życiu. Dzięki zniżkom oferowanym przez firmy i instytucje partnerskie rodziny mają szansę skorzystać z usług i kupić produkty po niższych cenach. To także szansa dla firm. Dzięki włączeniu się do programu, udowadniają, że los dużych rodzin w Polsce nie jest im obojętny.

Czy projekt okazał się sukcesem?

Ogromnym sukcesem jest połączenie idei pomocy rodzinom wielodzietnym ze światem biznesu. Karta Dużej Rodziny została uruchomiona 16 czerwca br., za wcześniej więc na podsumowanie. Cały czas prowadzimy rozmowy z potencjalnymi partnerami, tak aby oferta zniżek była jak najatrakcyjniejsza. Właśnie do programu dołączyła sieć Play, banki PKO BP i BOŚ oraz księgarnie Świat Książki i Bonito. Wkrótce przedstawimy kolejnych partnerów.

Ile Kart Dużej Rodziny wydano do tej pory?

Gminy wydały już ponad 100 tys. kart. Kolejne są już do odebrania. W sumie złożono blisko 300 tys. wniosków. Liczymy na to, że do końca roku liczba ta może wzrosnąć do miliona.

Co umożliwia taka karta?

Karta Dużej Rodziny umożliwia skorzystanie ze zniżek i ulg. Partnerzy Karty to m.in. muzea, koleje, ale także banki, sieci handlowe, sieć komórkowa, a nawet księgarnie. Udział tych ostatnich cieszy mnie szczególnie. Już niebawem rozpoczyna się rok szkolny, zniżki na podręczniki odciążą budżety domowe rodzin wielodzietnych. Wykaz wszystkich zniżek można znaleźć na stronie: rodzina.gov.pl. Staramy się, aby oferta była jak najszersza i obejmowała wiele branż, dlatego stale prowadzimy rozmowy z różnymi podmiotami. Liczymy też na to, że firmy, które odpowiedzialnie podchodzą do swojej działalności, same będą się zgłaszać do programu.

Czy planowane są dodatkowe udogodnienia dla rodzin posiadających co najmniej trójkę dzieci?

Ułatwienie powrotu do pracy mamom jest dla nas priorytetem już od dawna. Wprowadziliśmy nowe formy wsparcia, które są dostępne od końca maja. Mówię tutaj o pomocy finansowej przy zakładaniu własnej działalności, czy wsparcia pracodaw-

ców, którzy zatrudnią właśnie powracające do pracy mamy. Nowością jest także tzw. grant na telepracę, którym zachęcamy firmy do zatrudniania mam do pracy zdalnej. Ale w powrocie do pracy pomagają też programy rozwijania żłobków, klubów dziecięcych, czy dziennych opiekunów, z których korzysta coraz więcej rodziców.

Jakie są dalsze pomysły na promowanie rodzicielstwa i dużych rodzin?

Obecna sytuacja demograficzna jest wyzwaniem dla nas wszystkich. Malejąca liczba dzieci będzie miała ogromne znaczenia dla systemu emerytalnego, ale także służby zdrowia, działalności ośrodków edukacyjnych, czy dostępności pracowników. Prowadzona przez nas polityka rodzinna ma przede wszystkim odmienić poczucie, że życie rodzinne jest przeszkodą w działalności zawodowej. Przykłady innych krajów pokazują, że rozwiązania, które sprzyjają godzeniu życia zawodowego z życiem rodzinnym, przynoszą zyski dla wszystkich: dla rodziców, pracodawców, ostatecznie też dla całego społeczeństwa.

Junior Media... i tworzysz gazetę!



Katarzyna Ługowska
PR manager
Grupy Polskاپresse

Program Junior Media to innowacyjny i edukacyjny projekt dzienników regionalnych Polskاپresse i Mediów Regionalnych skierowany do szkół, uczniów i nauczycieli. Na ręce dzieci i ich opiekunów oddaliśmy bezpłatne narzędzie do tworzenia gazetek szkolnych. Dzięki niemu dzieci przechodzą przez proces tworzenia gazety – od zaplanowania makiety, po edycję zdjęć i wlewanie tekstów na strony. Intuicyjne narzędzie pozwala stworzyć gazetkę szkolną w oparciu o layouty profesjonalnych dzienników. W efekcie powstają gazetki szkolne, które w wersji elektronicznej mogą być umieszczone np. na stronie szkoły oraz wydrukowane w formacie A4. Co miesiąc najlepsze 50 gazetek wyłonionych w konkursie drukujemy w drukarni prasowej i dostarczamy bezpłatnie do szkół.

W ramach projektu zapraszamy szkoły również do udziału w warsztatach dziennikarskich, podczas których redaktorzy dzienników regionalnych podpowiadają młodym adeptom m.in. skąd czerpać pomysły na artykuły oraz jak przeprowadzić wywiad.

W minionych latach udało nam się namówić do współpracy partnerów komercyjnych, dzięki którym mogliśmy zorganizować konkursy z cennymi nagrodami. Wieloletnim partnerem programu Junior Media jest Fundacja Orange, która wspiera nasz program dostarczając Junior Dziennikarzom materiały edukacyjne. Dzięki tej współpracy zorganizowaliśmy m.in. konkurs „Włącz się z głową”, gdzie namawialiśmy zrzeszone w programie dzieci, aby opowiedziały nam, jak mądrze używać nowych technologii do rozwoju swoich pasji. Nagrodami w konkursie były urządzenia wielofunkcyjne, które pozwalają na samodzielny druk gazetek szkolnych.

Cztery lata działania programu pokazują nam, że zainteresowanie dziennikarstwem prasowym ciągle rośnie, a w szkołach powstaje coraz więcej gazet szkolnych. Nam jako wydawnictwu prasowemu daje to duże nadzieje na to, że młode pokolenie całkiem nie odejdzie od czytania prasy, jak to prognozują eksperci.

Czujemy się odpowiedzialni



Mariola Raudo
kierownik ds. rekrutacji
w Nestlé Polska SA

Jako światowy lider produkcji żywności czujemy się współodpowiedzialni za sytuację na rynku pracy. Ważną kwestią społeczną i gospodarczą jest obecnie wysokie bezrobocie młodych ludzi. Niemal co czwarty Europejczyk w wieku 15–24 lat pozostawał bezrobotny w 2013 roku. Rozumiejąc rolę przedsiębiorstw w rozwiązaniu tego problemu i pragnąc ułatwić

młodym ludziom zawodowy start, Nestlé ogłosiło w listopadzie 2013 roku Europejską Inicjatywę Na Rzecz Zatrudniania Ludzi Młodych – Nestlé needs YOUth.

Program przewiduje zatrudnienie przez Nestlé do końca 2016 roku 20 tys. Europejczyków do 30. roku życia. Połowa z nich otrzyma propozycję pracy, natomiast druga połowa – oferty praktyk i staży.

Dążąc do propagowania idei zatrudniania młodych ludzi, Nestlé wraz ze swoimi partnerami biznesowymi w Europie ogłosiło inicjatywę „Sojusz dla Młodych” (ang. „Alliance

for Youth”). Uczestnicy Sojuszu zadeklarowali swoją gotowość do walki z bezrobociem wśród młodych ludzi, m.in. poprzez organizację praktyk, szkoleń i innych inicjatyw umożliwiających osobom rozpoczynającym swoją ścieżkę zawodową rozwój i ułatwiających im sukces na rynku pracy. Do projektu przystąpili m.in. światowi giganci, tacy jak Ernst & Young, Facebook czy Google. Inicjatywa wciąż się rozwija – dołączają do niej nowe firmy, co stwarza nadzieję na wymierną poprawę sytuacji młodych ludzi na europejskim rynku pracy w niedalekiej przyszłości.

Powrót do historii



Urszula Marzec
marketing & PR
manager Poland Viasat
World Ltd.

Przykładem programu edukacyjnego z obszaru CSR, który otrzymał Honorowy Patronat Ministra Edukacji Narodowej, jest projekt „Przywracamy historię do życia w szkołach”, realizowany od września przez stację telewizyjną Polsat Viasat History. Jej misją jest przekazywanie rzetelnej wiedzy i faktów historycznych, przy pomocy wysokiej jakości programów, które jednocześnie bawią i uczą. Twórcy stacji nie mogli pozostać obojętni wobec alarmujących danych dotyczących spadku zainteresowania nauką historii wśród polskiej młodzieży. Jedynie 5 proc. tegorocznych maturzystów zdawało bowiem historię na egzaminie dojrzałości. Realizowany program ma na celu wsparcie młodych ludzi w nauce historii, za pośrednictwem najbliższych im źródeł informacji – telewizji i internetu. Godzinne pasmo edukacyjne emitowane będzie przez cały rok szkolny, od poniedziałku do piątku o godzinie 14:30, a wszystkie programy dostępne będą także online. Dzięki temu młodzież będzie mogła poszerzać wiedzę historyczną w dowolnym miejscu i czasie i przekonać się, że historia podana w nowoczesny i przyjazny sposób może być fascynująca.

EDUKACJA PODSTAWĄ DZIAŁALNOŚCI SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNEJ



Anetta Jaworska-Rutkowska
kierownik ds. relacji
zewnętrznych i CSR
w firmie Jeronimo
Martins Polska SA

Współczesne przedsiębiorstwa mają coraz większą świadomość swojego oddziaływania na otoczenie i wychodzą naprzeciw problemom społeczności, w których działają. Jednym z nich jest konieczność edukacji w wielu obszarach, m.in. kultury, historii czy zdrowia. Jeronimo Martins Polska, właściciel sieci sklepów Biedronka, od wielu lat stara się realizować działania edukacyjne skierowane do pracowników i klientów.

Jedną z wieloletnich kampanii edukacyjnych, którą prowadzimy, jest program „Razem zadbajmy o zdrowie”. Program umożliwia naszym pracownikom poszerzenie wiedzy o profilaktyce zdrowotnej oraz skorzystanie ze specjalistycznych badań. Kampanię adresujemy także do naszych klientów. Sklepy Biedronka odwiedza codziennie 3,5 mln osób, za których czujemy się odpowiedzialni. Stąd w ramach programu m.in. przygotowujemy ulotki edukacyjne czy materiały prasowe zachęcające do troski o zdrowie. Angażujemy się także w akcję Instytutu Żywności i Żywienia „Czytajmy etykiety”, dzięki której klienci poznają m.in. zasady odczytywania informacji na etykietach produk-

tów. Wiedza ta umożliwia wybór zdrowych produktów bez sztucznych składników, których spożycie wpływa m.in. na wzrost otyłości wśród dzieci i dorosłych. Aby zapobiec tym negatywnym skutkom niewłaściwego odżywiania się i braku aktywności fizycznej, stawiamy na edukację już od najmłodszych lat. Służy do tego program „Śniadanie daje moc”, czyli inicjatywa Partnerstwa dla Zdrowia, które tworzymy wraz z Danone, Lubellą oraz Instytutem Matki i Dziecka. Osią programu są działania w szkolnych klubach. W ich ramach w klasach odbywają się śniadania, połączone z degustacją warzyw i owoców. Dzieci, dzięki lekcjom i wspólnemu przygotowaniu posiłku, zdobywają wiedzę na temat zasad zdrowego odżywiania oraz utrwalają właściwe nawyki. W roku szkolnym 2013/2014 w programie wzięło udział ponad 5 100 szkół!

Edukacja w zakresie zdrowia i profilaktyki to nie jedyny obszar, w którym staramy się kształcić lokalne społeczności. Ważnym elementem naszej działalności jest budowanie patriotycznej postawy wśród Polaków. Narzędziem są wydawnictwa „Kto Ty jesteś?” oraz „Kocham wolność, czyli jak zaszczepiliśmy w sobie jej gen”, które zaproponowaliśmy klientom wraz z Fundacją Instytutem Lecha Wałęsy. Od trzech lat jesteśmy także mecenasem wystawy fotograficznej z cyklu „Biało-czerwona”, organizowanej z okazji Dnia Flagi Rzeczypospolitej Polskiej.

Reklama

Już 2, 16 i 23 września 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

Pomysły na
codzienne oszczędzanie
w firmie.



SUPERBIZNES

SUPER
express

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR PL

Szkoła zdrowego trybu życia
19 maja 2014 r.

Carrefour dofinansował 33 małopolskie szkoły w ramach programu edukacyjnego „Zdrowe jedzenie w mojej szkole i na moim stole”. Projekt wpisuje się w strategię biznesu odpowiedzialnego społecznie, który ma na celu promocję odpowiedzialnej konsumpcji i zdrowego trybu życia.

Dofinansowanie otrzymały m.in.: przyszkolne ogródki z kompostownikami i zbiornikami na wodę deszczową, stołówki, w których każdy może komfortowo spożyć posiłek w szkole, a także uczniowskie sklepiki ze zdrowym asortymentem.

Turniej w zbieraniu butelek
20 maja 2014 r.

Wszystkich, którzy potrzebują wirtualnej inspiracji, żeby wcielić w życie ekologiczne praktyki, ucieszy kolejna odsłona kampanii „Weź mnie w obroty”. Na FB kampanii wystartowała aplikacja w postaci gry edukacyjnej. Celem gry jest zebranie jak największej liczby butelek zwrotnych i oddanie ich do sklepu. Dla najlepszych graczy wirtualnego turnieju przygotowano nagrody w postaci modnych EKOtoreb wykonanych z bannerów reklamowych specjalnie na potrzeby kampanii.



Życzliwa komunikacja
22 maja 2014 r.

Ruszyła warszawska kampania społeczna „Kierunek życzliwość w komunikacji miejskiej”, która ma na celu zwrócenie uwagi na to, jak ważnym i niezbędnym elementem podróży jest życzliwe zachowanie się względem innych pasażerów. Na monitorach LCD w pociągach Kolei Mazowieckich wyświetlane są spoty kampanii, a w pociągach SKM, WKD oraz w stołecznych tramwajach i autobusach pojawiły się plakaty kampanii, zawierające siedem komunikatów z podziękowaniem lub prośbą o pomoc.



Nie pili i pojechali
23 maja 2014 r.

250 pracowników firmy Pernod Ricard Polska przejechało ulicami Warszawy na rowerach, aby propagować odpowiedzialną konsumpcję alkoholu w ramach akcji „Piłem – NIE Jadę!”. W tym roku akcja dedykowana jest rowerzystom. Z tej okazji we współpracy z Urzędem Miasta na Placu Teatralnym miało miejsce uroczyste przekazanie jednej z 10 rowerowych stacji serwisowych. Wszystko w myśl hasła: bezpieczeństwo przede wszystkim. Pozostałe punkty zlokalizowane są przy najczęściej uczęszczanych trasach.



Pernod Ricard Polska

„Pracodawca Godny Zaufania” przed nami VI edycja



Laureaci V edycji (2013) konkursu Pracodawca Godny Zaufania.

Trwa etap przyjmowania zgłoszeń do udziału w szóstej edycji Konkursu „Pracodawca Godny Zaufania”. Ankiety mogą składać największe firmy z sektora kolejowego, spółdzielczych instytucji finansowych i co ciekawe – branża medialna. W październiku Kapituła Konkursu oceni politykę pracowniczą stosowaną przez te przedsiębiorstwa.

Witold Kołodziej

– W tym roku postanowiliśmy sprawdzić, jak dbają o swoich pracowników dość nietypowe sektory, jak np. branża medialna. Kryzys odbił się mocno na wszystkich – także na mediach, mamy jednak nadzieję, że te trudności nie sprawiły, że zapomniano o odpowiedniej trosce o pracowników – mówi Tomasz Brzozowski z Biura Promocji Konkursu „Pracodawca Godny Zaufania”. Zgłoszenia do konkursu przyjmowane są do końca września. Ideą Konkursu o Tytuł „Pracodawca Godny Zaufania” jest promowanie prawidłowych i godnych naśladowania wzorców zachowa-

nia pracodawcy. Konkurs organizowany jest od 2008 roku. – Wyróżniamy duże przedsiębiorstwa działające w Polsce, które dbają o swoich pracowników i sięgają po ciekawe, i skuteczne rozwiązania w obszarze polityki pracowniczej – tłumaczy Brzozowski.

Formuła konkursu jest prosta. Nadesłane ankiety, w których firmy szczegółowo opisują poszczególne elementy polityki pracowniczej, są oceniane przez jury złożone z przedstawicieli znanych i cenionych instytucji pozarządowych. W skład Kapituły Konkursu wchodzi m.in.: Krajowa Izba Gospodarcza, Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”, Instytut Globalizacji, Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania, Centrum Monitorowania Wolności Prasy przy Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich, Stowarzyszenie Integracja i Współpraca, Instytut Nauk Ekonomicznych PAN oraz Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Tytuł Pracodawca Godny Zaufania jest dla firm nie tylko wyróżnieniem, ale również motywacją do utrzymania wysokiego poziomu świadczeń socjalnych, nawet w sytuacji spowolnienia gospodarczego. – Dobry

przykład idzie z góry. Mamy nadzieję, że wyróżnienie najbardziej interesujących programów realizowanych przez największe firmy, będzie inspiracją również dla innych przedsiębiorców – mówi Andrzej Arendarski, prezes Krajowej Izby Gospodarczej, członek Kapituły Konkursu.

Dotychczas laureatami Konkursu „Pracodawca Godny Zaufania” zostały takie firmy jak: Pelion (dawniej PGF), Mostostal Warszawa, Jeronimo Martins Polska (właściciel sieci sklepów Biedronka), Polkomtel, Eurobank, PKN Orlen, PKP Cargo, Żywiec Zdrój, Henkel Polska, Skanska, Danone czy Compensa TU.

W Konkursie przyznawana jest również nagroda specjalna dla dziennikarzy przyczyniających się do promocji pozytywnych rozwiązań z zakresu polityki pracowniczej. W ubiegłych edycjach wyróżniono m.in.: Tadeusza Mosza (TVP), Marcina Piaseckiego (wówczas „Dziennik Gazeta Prawna”), Łukasza Guz (Dziennik Gazeta Prawna”), Jacka Zalewskiego („Puls Biznesu”), Jakuba Kurasza (wówczas „Rzeczpospolita”), Wojciecha Szelęga (Polsat News), Macieja Pawlaka („Gazeta Polska”), Tomasza Pietrygę („Rzeczpospolita”).

Kolej na szkolenia



Marcin Karlikowski
dyrektor Biura Spraw Pracowniczych „Kolei Mazowieckich – KM”, laureata II edycji konkursu w kategorii Transport Kolejowy.

W Kolejach Mazowieckich jesteśmy przekonani o tym, że inwestowanie w pracowników jest dowodem na odpowiedzialność i poważne podejście do kwestii rozwoju. Dlatego już od 10 lat realizujemy działania zmierzające do systematycznego doskonalenia naszej kadry. Dotyczą one także osób, które w przyszłości być może będą naszymi pracownikami. Mówię o patronacie, jakim Koleje Mazowieckie objęły klasę o profilu technik elektroenergetyk transportu szynowego w Zespole Szkół im. Stanisława Wysockiego w Warszawie (d. „Kolejówka”). Uczniowie tej klasy, co roku odbywają praktyki zawodowe na terenie naszych Sekcji Napraw i Eksploatacji Taboru. W przyszłości część z nich będzie pracować dla nas. Zanim jednak samodzielnie staną za sterami

pojazdu, muszą odbyć kilkumiesięczne szkolenie. To długi proces i wymaga sporych nakładów finansowych. Zdajemy sobie sprawę z tego, że kolej boryka się obecnie z problemem luki pokoleniowej, jeśli chodzi o zawód maszynisty. Dlatego jesteśmy przekonani, że środki, które inwestujemy w szkolenia, są bardzo rozsądnie wydanymi pieniędzmi. Dodatkowo w ubiegłym roku uruchomiliśmy system stypendialny dla uczniów szkół technicznych o profilu kolejowym. Naszą ostatnią ważną inwestycją był zakup symulatora jazdy pociągami. Jest to pierwszy tego typu symulator w Polsce. Dzięki niemu zarówno uczestnicy kursów na maszynistę, jak i pracownicy już wykonujący ten zawód mogą doskonalić swoje umiejętności.

Przeszkolony, znaczy skuteczny

Zapewnienie odpowiedniej jakości usług zależy przede wszystkim od stopnia zaangażowania i wiedzy pracownika. Szczególnie dotyczy to firm produkcyjnych, w których najważniejsza jest efektywność procesów. Aby ta była jak najwyższa, potrzebne są nieustanne szkolenia kadry. Sprawdziliśmy, jak to wygląda w firmie Emerson DC, zajmującej się drukiem korespondencji masowej.

Witold Kołodziej

– To regularna inwestycja w naszej firmie – tłumaczy Piotr Rogut, członek zarządu Emerson DC. – Nasi pracownicy średnio spędzają w ciągu roku 3–4 dni na szkoleniach. Oprócz tego na bieżąco organizowane są różnego rodzaju krótkie spotkania, na których przekazywana jest wiedza na temat istotnych spraw dla pracowników – dodaje.

Szkolenia w Emerson DC skupiają się na trzech głównych obszarach: bezpieczeństwie informacji, szkoleniach procesowych oraz sprzedażowych. Bezpieczeństwo informacji jest związane z przetwarzaniem bardzo wrażliwych danych – Emerson DC zajmuje się m.in. drukiem i wysyłką dokumentów do klientów banków, np. zestawień kart kredytowych czy operacji na koncie. Firma posiada niezbędny do tego celu certyfikat ISO 27 001. To międzynarodowa norma potwierdzająca, że organizacja odpowiednio zarządza bezpieczeństwem informacji. Innego rodzaju szkolenia przechodzą osoby z działu IT, odpowiedzialne za informatyczne zabezpieczenie danych, a także osoby z działu produkcji,



Piotr Rogut,
członek zarządu Emerson DC

które obsługują wydruk i pakowanie przesyłek. Pracownicy wszystkich szczebli muszą być jednak dokładnie przeszkoleni w tym zakresie, żeby zapewnić odpowiedni poziom poufności podczas produkcji dokumentów. Szkolenia te są powtarzane co pół roku, aby odświeżać wiedzę. Szkolenia procesowe dotyczą z kolei doskonalenia procesów (w firmie wdrożono m.in. Toyota Management System, 6 Sigma oraz Lean Management – światowe metodyki zarządzania procesami w firmach produkcyjnych) oraz obsługi technicznej urządzeń. Jeżeli w jakiejś części firmy zostanie opracowane usprawnienie, np. dotyczące ustawienia maszyn, to dzięki szkoleniom, ta wiedza trafi także do innych działów. Zbiór najlepszych praktyk jest spisany w formie tzw. lekcji jednoelementowych, czyli krótkiego opisu jak daną czynność wykonać prawidłowo. Każdy pracownik może w każdej chwili sięgnąć do takiego „poradnika”.

W szkoleniach sprzedażowych prowadzonych przez zewnętrznych trenerów uczestniczą nie tylko handlowcy, lecz także menedżerowie innych działów. Dzięki temu są w stanie lepiej zrozumieć potrzeby klientów. – Dobór szkoleń zależy od konkretnego stanowiska. W całej firmie pracuje ponad 200 osób i każda z nich, nawet na stanowiskach najniższych, odbywa szkolenie związane z zadaniami, które wykonuje w organizacji – mówi Rogut. – Sukces firmy produkcyjnej zależy od dwóch czynników: nowoczesnego i efektywnego parku maszynowego i odpowiednio przeszkolonych pracowników, którzy poradzą sobie z obsługą tych urządzeń. Inwestycja w ludzi to naturalny krok w firmie, która chce się rozwijać i odnosić sukcesy.

DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR.PL

Na początku było wolne słowo 27 maja 2014 r.

3 czerwca br. został odsłonięty przez prezydenta Bronisława Komorowskiego Memoriał Wolnego Słowa – symbol polskich przemian demokratycznych. Uroczystość zainaugurowała obchody 25. rocznicy zwycięskich wyborów w 1989 r. Memoriał upamiętnia podziemny ruch wydawniczy lat 1976–1989, który walczył o wolność słowa i przyczynił się do upadku komunizmu. Dzięki pracy tysięcy twórców, wydawców, redaktorów, drukarzy, kolporterów i współpracowników w tzw. drugim obiegu wydano ponad 7 tys. książek i broszur, 3 tys. tytułów czasopism, a także około setki kaset audio i wideo.



Powiększa się strefa rodziców 29 maja 2014 r.

W szpitalach pięciu polskich miastach, w Lublinie, Białymstoku, Łodzi, Katowicach i Poznaniu, w ramach programu społecznego Strefa Rodzica, powstały pierwsze w Polsce miejsca przyjazne rodzicom i opiekunom hospitalizowanych dzieci. Miejsca przygotowane przez firmę Budimex. Strefy rodzica, już kilka miesięcy po otwarciu, zaczynają nabierać niepowtarzalnego charakteru, integrują i inspirują do pomocy innym.



Dzień dziecka z Biedronką 29 maja 2014 r.

W tym roku z okazji Dnia Dziecka ponownie zorganizowano Ogólnopolskie Festyny Rodzinne „Bądźmy razem”. Koncerty, występy artystyczne, konkursy oraz loterie, to tylko część atrakcji przygotowanych przez Caritas i sieć sklepów Biedronka. W tym roku nie zabrakło też nowych pomysłów. W Elku dzieci mogły zagrać w grę plenerową „Droga do wolności”, którą przygotowała Fundacja Instytut Lecha Wałęsy.



Media i biznes dla dzieci 30 maja 2014 r.

„Gazeta Wyborcza” ukazała się ze specjalną „jedynką” – reklamą marki Toyota. Dzięki akcji pomoc otrzymują chore dzieci, którym pomaga Bieszczadzkie Stowarzyszenie na Rzecz Dzieci i Młodzieży Niepełnosprawnej „Promyk Nadziei”. Akcję wspierają też teksty w „Gazecie Wyborczej” i jej dodatkach.

W ubiegłych latach środki zebrane w ten sposób pomogły dzieciom, którymi opiekują się m.in. Fundacja „Niesiemy Nadzieję” z Poznania, białostocka Fundacja „Pomóż Im” na rzecz Dzieci z Chorobami Nowotworowymi i Hospicjum dla Dzieci oraz Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy dla Dzieci i Młodzieży Słabo Widzącej w Lublinie.

Misja: troska o zdrowie

Poczucie współodpowiedzialności za zdrowie pacjentów sprawia, że spółki z Grupy Pelion podejmują szereg działań z zakresu profilaktyki zdrowotnej. Jednym z kluczowych projektów jest Łódź Maraton Dbam o Zdrowie, którego sponsorem tytularnym jest spółka DOZ.pl, zarządzająca największym i najnowocześniejszym na polskim rynku portalem o zdrowiu.

Renata Borkowska-Kubiak

Celem Łódź Maratonu Dbam o Zdrowie jest promocja zdrowia i aktywnego trybu życia. Żyjemy w czasach, w których społeczeństwo coraz większą wagę przykładają do jakości swojego życia. Zaczynamy świadomie myśleć o zdrowiu, a w konsekwencji coraz częściej dbamy o kondycję fizyczną. Aktywność sportowa staje się ważnym elementem życia współczesnego człowieka. Bieganie jako jedna z najbardziej popularnych form ruchu i powszechnie dostępna forma aktywności fizycznej, doskonale wpisuje się w realizowaną przez Pelion Healthcare Group misję troski o zdrowie. Firma, poprzez edukację, inspirowanie i motywowanie, zachęca do zmiany przyzwyczajeń na zdrowsze.

Przez cały rok w firmie wydawane są czasopiśma skierowane do partnerów biznesowych, farmaceutów, pacjentów oraz pracowników spółek Grupy, w których można przeczytać porady dotyczące biegania (m.in. jak przygotować się do biegu, jak należy się odżywiać, jaką wybrać odzież). Od października, w ramach przygotowań do kwietniowego Łódź Maratonu Dbam o Zdrowie, dla wszystkich miłośników biegania (zarówno tych doświadczonych, jak i tych, którzy dopiero zaczynają swoją przygodę z tą formą aktywności) organizowane są treningi prowadzone przez doświadczonych trenerów. Biegacze mogą również liczyć na wspólne bieganie



W czwartej edycji Łódź Maratonu Dbam o Zdrowie 13 kwietnia 2014 r. wzięło udział ponad 4 tys. biegaczy z 39 państw. Wielu z nich zdecydowało się zadedykować wysiłek na trasie biegu chorym i potrzebującym, zakładając na ich rzecz zbiórki.

z Karoliną Jarzyńską, mistrzynią Polski w biegu na 5 i 10 km oraz w półmaratonie, dwukrotną zwyciężczynią Łódź Maratonu Dbam o Zdrowie, a od 2013 r. także stypendystką łódzkiego biegu. Porad w zakresie suplementacji i żywienia udziela z kolei dr farm. Jakub Czaja, sportowiec, entuzjasta i propagator biegania oraz konsultant żywieniowy.

Co roku w ramach Łódź Maratonu Dbam o Zdrowie organizowany jest dwudniowy rodzinny piknik zdrowotny, w ramach którego można nieodpłatnie przebadac się, zasięgnąć wiedzy ekspertów z różnych dziedzin medycyny, a także wziąć udział w licznych warsztatach i prezentacjach z zakresu profilaktyki zdrowotnej. Tegoroczny piknik zdrowotny zgromadził kilkanaście tysięcy osób.

Maraton to również doskonała okazja do innej formy edukacji. Podczas łódzkiego maratonu firma promuje i uczy świadomego

pomagania. W ramach akcji „Biegam-Pomagam” każdy biegacz już na etapie rejestracji może dokonać dobrowolnej wpłaty na rzecz wybranej przez siebie organizacji, będącej partnerem społecznym łódzkiego maratonu. Firma zachęca również i podpowiada, jak założyć własne zbiórki biegowe dla osób chorych będących pod opieką różnych fundacji. By zaakcentować swoją prospołeczną postawę, każdy może pobiec w spersonalizowanych koszulkach, z transparentem, a nawet w przebraniu – wszystko dla podkreślenia, że razem możemy więcej!

Kolejna, piąta już edycja Łódź Maratonu Dbam o Zdrowie odbędzie się 19 kwietnia 2015 r. i wzorem dotychczasowych edycji będzie nie tylko sportowym, lecz także prozdrowotnym świętem.

Autorka jest dyrektorem ds. PR, Pelion SA

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR

Zbierali na uczniów
3 czerwca 2014 r.

Trzecia edycja programu „Na Rodzinę Można Liczyć” była realizowana w sklepach IKEA od 31 marca do 11 maja br. W tym okresie za każde okazanie karty IKEA FAMILY przy kasie firma przekazywała 50 groszy na Fundusz Stypendialny. Dzięki temu zebrano prawie 200 tys. złotych. Kwota ta wystarczy na ufundowanie 100 stypendiów, które trafią do wyjątkowych osób – uczniów osiągających dobre wyniki w nauce.



Nutrica ma już 18 lat
6 czerwca 2014 r.

Fundacja Nutrica w tym roku obchodzi jubileusz 18-lecia. Od samego początku aktywnie działa na rzecz edukacji żywieniowej, szczególnie, jeśli chodzi o najmłodszych. Jednym z najważniejszych projektów fundacji jest program edukacyjny „1000 pierwszych dni dla zdrowia”, który wystartował pod koniec lutego 2013 roku. Misją fundacji jest ochrona, promocja i zapewnienie zdrowia poprzez odpowiednie żywienie. Wielką wartością organizacji jest ścisła współpraca z ekspertami ze środowiska medycznego, naukowego, licznymi instytucjami oraz



partnerami.

Wieczory marzeń w zoo
14 czerwca 2014 r.

Firma Dachser wspiera „Wieczór marzeń” zorganizowany przez Fundację Dziecięcą Fantazja w Warszawskim Ogrodzie Zoologicznym. Firma w ten sposób pomaga spełnić największe marzenia podopiecznych Fundacji. Akcja ma charakter międzynarodowy i odbywa się na terenie ogrodów zoologicznych w wielu krajach. W tym szczególnym dniu wszystkie ogrody na świecie zapraszają wybrane dzieci, aby mogły one, choć na chwilę, poczuć się wyjątkowo i nie myśleć o swojej chorobie. W „Wieczorze marzeń”, który odbył się 6 czerwca w warszawskim zoo wzięło udział około 250 dzieci.

Wakacyjne kino
23 czerwca 2014 r.

W czerwcu wystartowało wakacyjne Kino z Biedronką. W kilkudziesięciu miastach na terenie całego kraju odbyło się już ponad 100 pokazów najpopularniejszych filmów ostatnich lat. Kino jest kontynuacją pilotażowego projektu z 2013 roku, który cieszył się dużą popularnością wśród klientów sieci Biedronka. Na publiczność czekała specjalnie przygotowana widownia z miejscami do siedzenia dla 300 osób i plenerowy ekran kinowy. Każdy mógł stać się



Odpowiedzialna farmacja

Leki po terminie przydatności nie mogą być traktowane jak inne „zwykłe” odpady, podlegają one bowiem obowiązkowej utylizacji. Jeśli takie znajdują się w naszej hurtowni, trafiają do firmy specjalizującej się w utylizacji produktów leczniczych (posiadającej odpowiednie uprawnienia), z którą mamy podpisaną umowę na świadczenie tego rodzaju usług. Ona w naszym imieniu realizuje ten obowiązek, a my mamy pewność, że dzięki zastosowanym technologiom, produkty te nie będą szkodliwe dla środowiska.



Beata Korzeniewska

Trzeba jednak pamiętać, że nasza polityka magazynowa zmierza do wyeliminowania takich sytuacji. Staramy się optymalnie planować zakupy i rotację produktów, dzięki czemu takie sytuacje ograniczamy do minimum. W ten sposób zapobiegamy sytuacjom, w których dłuższe zaleganie leków w magazynie stawia nas przed koniecznością utylizacji przeterminowanych produktów. Wychodzimy również naprzeciw naszym klientom – niezależnym aptekom. W sumie docieramy do ok. 12 tys. aptek w całej Polsce. Na aptekarzach również spoczywa obowiązek utylizacji przeterminowanych produktów, co oczywiście wiąże się z kosztami. Dlatego dwa razy do roku realizujemy w wybranych placówkach zbórkę przeterminowanych leków, które następnie przekazujemy do utylizacji. W ten sposób pomagamy aptekarzom.

W związku z tym, że jedna ze spółek działających w ramach naszej grupy prowadzi również działalność produkcyjną, wprowadzamy na rynek leki i suplementy wraz z opakowaniami. Również na producentów nałożony jest pewien ustawowy obowiązek związany z odzyskiem i



cyklingiem opakowań. Obowiązek odzysku uzależniony jest od wagi wprowadzonych na rynek opakowań. Raportujemy ich wagę, a odzysk opakowań realizujemy dzięki współpracy z organizacją odzysku, z którą mamy podpisaną umowę tym zakresie.

Autorka jest dyrektorem biura PR w Grupie NEUCA, odpowiada za koordynację działań CSR w Grupie NEUCA

Gdy lek traci ważność – czas na recykling!

24,65 mld zł, tyle w ubiegłym roku wyniosła wartość rynku aptecznego w Polsce. Jak widać, Polacy pokochali wszelkie medykamenty i chętnie wydają na nie pieniądze. Jednak należy sobie zadać pytanie, co w takim razie dzieje się z lekami, które nie zostały sprzedane, straciły ważność lub zostały niewykorzystane? Z pewnością nie mogły trafić do śmietnika. Stały się bowiem odpadami niebezpiecznymi, a prawo wyraźnie nakazuje ich unieszkodliwienie.

Wraz z rozwojem branży farmaceutycznej oraz wysokiej sprzedaży leków używanych na co dzień, powstaje problem ogromnej liczby przeterminowanych i nienadających się do użycia medykamentów. Polacy, znani ze skłonności do lekomanii, kupują leki na zapas oraz pod wpływem reklam.

Jakie środki należy poddawać utylizacji?

Zarówno leki przeterminowane, jak i te, które są jeszcze ważne, ale już ich nie potrzebujemy, powinny zostać poddane utylizacji. W wyjątkowych sytuacjach, gdy wykryto jakościową wadę produktu, lub gdy medykament wydano niewłaściwie, można zwrócić środek do miejsca sprzedaży. Zazwyczaj jednak w aptekach

znajdują się specjalne pojemniki, w których można pozostawiać niepotrzebne lub przeterminowane leki. Niewykorzystane, przeterminowane środki, które przekazujemy aptekom, trafiają do wyspecjalizowanej firmy, która zniszczy odpady zgodnie z procedurami wymaganymi przez Inspektorat Farmaceutyczny.

Utylizacja zgodnie z prawem

Przepisy nakazujące utylizację leków stają się szansą dla firm zajmujących się w szerokim zakresie zagospodarowaniem odpadów. Utylizacja odpadów niebezpiecznych może być świetnym biznesem, ważne tylko aby przedsiębiorstwo posiadało aktualną wiedzę na temat prawa, bezpieczeństwa, chemii

oraz biologii. Nie należy traktować tego typu działalności wyłącznie przez pryzmat pieniędzy i szansy na sukces w biznesie, ale również z uwzględnieniem odpowiedzialności społecznej biznesu.

Niebezpieczne leki

Niestety, świadomość ekologiczna w Polsce nie jest zadowalająca. Świadczy o tym m.in. fakt, że każdego roku na wysypiska śmieci trafia kilka ton niebezpiecznych środków farmaceutycznych. Leki mogą być groźne dla środowiska, roślin, zwierząt oraz nas samych. Jeśli trafią do zwykłego śmietnika, mogą wpłynąć na skażenie toksyczne reszty śmieci oraz doprowadzić do zainfekowania ziemi i wód. Istnieje również ryzyko powstania nowych bakterii na wysypiskach. Niewłaściwe utylizowanie medykamentów może skutkować uodpornieniem się bakterii występujących na śmietniskach na leki bakteriobójcze. W efekcie, perspektywa plagi trudnych do wyleczenia chorób wśród ludzi staje się bardzo realna.

JK



Wydawcy przekazali książki potrzebującym

Ponad 7 tysięcy podręczników i pakietów edukacyjnych przekazanych bezpłatnie przez wydawnictwa: Nowa Era, WSIP, Macmillan, Oxford University Press oraz Pearson trafi przed rozpoczęciem roku szkolnego do podopiecznych Caritas. Wydawnictwa edukacyjne po raz kolejny zaangażowały się w akcję Caritas „Tornister Pełen Uśmiechów” – największą w Polsce inicjatywę, której celem jest zwiększenie szans edukacyjnych uczniów poprzez zebranie funduszy na zakup i wyposażenie wyprawek szkolnych. W tym roku tornistry ma otrzymać ponad 30 tysięcy uczniów w całej Polsce.

Witold Kołodziej

– Zdajemy sobie sprawę, że początek roku szkolnego wiąże się z dużym obciążeniem finansowym dla rodziców. Wyprawka to przecież nie tylko podręczniki – zakup przyborów szkolnych i ubrań to koszt rzędu kilkuset złotych na jedno dziecko. Przekazując bezpłatnie nasze podręczniki, chcemy dołożyć swoją „cegiele” do wyprawki dzieci z najbardziej potrzebujących rodzin – mówi Jarosław Matuszewski, przewodniczący Sekcji Wydawców Edukacyjnych Polskiej Izby Książki.

Wydawcy wspierają akcję Caritasu trzeci rok z rzędu i do tej pory przekazali łącznie ponad 30 tys. książek. – Nie można myśleć o edukacji bez podręczników. To one są najważniejsze we wszystkich uczniowskich tornistrach – mówi dyrektor Caritas Polska, ksiądz Marian Subocz. – Jesteśmy więc wdzięczni Sekcji Wydawców Edukacyjnych Polskiej Izby Książki za tak obfite i systematyczne wsparcie akcji Tornister Pełen Uśmiechów. Dzięki

Wam tysiące dzieci w Polsce będzie mogło z uśmiechem rozpocząć nowy rok szkolny. Już w lipcu wydawnictwa rozpoczęły przygotowywanie podręczników do wysyłki zgodnie z zapotrzebowaniem poszczególnych oddziałów Caritas. Książki, ćwiczenia i inne pomoce szkolne trafiły do tornistrów



z wyprawkami, które przekazane zostały podopiecznym Caritas w trakcie tegorocznego finału akcji, który odbył się 24 sierpnia w Przemyślu. Pozostałe wyprawki uczniowie otrzymają na przełomie sierpnia i września od Szkolnych Kół Caritas i Parafialnych Zespołów Caritas.

Działania prospołeczne wydawnictw były wielokrotnie doceniane i nagradzane m.in. w tegorocznej edycji konkursu Dobroczyńca Roku. Caritas Polska oraz wydawcy edukacyjni uczestniczący w ubiegłorocznej edycji „Tornistra Pełnego Uśmiechów” zostali także wyróżnieni w XIX edycji „Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu”, „Gazety Finansowej” i „Super Biznesu”, dodatku ekonomicznego do „Super Expressu”.

Popularne wydawnictwo edukacyjne wśród Dobroczyńców Roku

Innowacyjne podejście do edukacji, troska o wyrównywanie szans edukacyjnych dzieci z małych miejscowości, a także ogromne zaangażowanie pracowników wydawnictwa Nowa Era zostały docenione przez kapitułę prestiżowego konkursu Akademii Rozwoju Filantropii – Dobroczyńca Roku. Wydawnictwo otrzymało statuetkę i tytuł Dobroczyńcy Roku 2014 w kategorii „Projekt społeczny – duże firmy”.

Wyróżnienie przyznane zostało za dwa projekty edukacyjne zrealizowane ze Stowarzyszeniem Navegadores. Jednym z nich jest ogólnopolski program edukacyjny „eduBudzik – nakręcamy edukację”. W jego ramach blisko 500 uczniów klas IV-VI szkół podstawowych z 7 województw wyjechało na specjalnie przygotowane ekspedycje naukowe do Warszawy i Krakowa. Wzięli oni udział

m.in. w wykładach i warsztatach zorganizowanych na prawdziwych uniwersytetach.

Kapituła konkursu doceniła zwycięskie projekty także za ich innowacyjność. Jak mówi Piotr Wikarek ze Stowarzyszenia Navegadores (które nominowało Nową Erę do tej nagrody), łączenie społecznej odpowiedzialności biznesu z pomocą rozwojową powinno

stać się obowiązującą normą. Nowa Era dostrzegła wartości płynące z zaangażowania biznesu oraz swoich pracowników w pomoc i to nie tylko w Polsce. Swoim działaniem wydawnictwo pokazało globalne podejście do globalnych wyzwań związanych z dostępem do edukacji. To niezwykle cenne i tym bardziej cieszy, że te wysiłki zostały uhonorowane tytułem Dobroczyńcy Roku.

Ogólnopolski konkurs o tytuł Dobroczyńcy Roku organizowany jest przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce od 1997 roku. To największa w Polsce inicjatywa nagradzająca i promująca społeczne zaangażowanie.

WK

DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR.PL

Wyzwania dla biznesu

25 czerwca 2014 r.

Obok działań prowadzonych przez władze lokalne oraz samych mieszkańców, do procesu budowy bardziej przyjaznych miast dołączyli przedstawiciele biznesu. Zdaniem ekspertów Forum Odpowiedzialnego Biznesu, mogą oni dzielić się swoimi praktykami i innowacyjnymi rozwiązaniami m.in. w ramach siedmiu wyzwań, wyodrębnionych w analizie tematycznej „Biznes na rzecz zrównoważonych miast”.

Odpowiedzialny biznes może na tym polu odegrać rolę inspiratora, doradcy i pomocnika we wdrażaniu bardziej ekologicznych i prospołecznych projektów czy rozwiązań. Staje się także naturalnym partnerem finansowym dla samorządów, które dysponują ograniczonymi środkami.



BayLab dla dzieci w wakacje

30 czerwca 2014 r.

Salon BayLab po raz pierwszy uczestniczył w programie „Lato w Mieście”, organizowanym przez Urząd m.st. Warszawy. Salon był jednym z miejsc, gdzie dzieci mogły ciekawie i pożytecznie spędzić wolny czas. W zajęciach w BayLabie udział wzięło ok. 200 najmłodszych z ośmiu warszawskich dzielnic. Uczestnicy dowiedzieli się m.in. jak pracuje ich serce i z czego zbudowana jest krew, badali też zawartość witamin w owocach i warzywach, a także poznali rośliny uprawne oraz doświadczyli zaskakujących złudzeń optycznych.



Reklama

RAPORT CSR.PL

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI
AKTUALNOŚCI AKCJE EKSPERCI

DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR.PL

Instytucje finansowe na rzecz lokalnych społeczności

3 lipca 2014 r.

Podczas konferencji prasowej zorganizowanej w Warszawie przez Instytut Jagielloński zaprezentowano wyniki raportu „Dobre partnerstwo – teoria a praktyka: jak instytucje finansowe budują partnerstwo na korzyść lokalnych społeczności”. Ogłoszeniu raportu towarzyszyła debata poświęcona zaangażowaniu polskich instytucji finansowych we wspieranie lokalnych społeczności. W dyskusji uczestniczyli m.in. Mariusz Gazda – prezes zarządu SKOK Wołomin i Krystyna Majerczyk-Żabówka – prezes zarządu Krajowego Związku Banków Spółdzielczych.

Klienci przy Okrągłym Stole

25 lipca 2014

E.Leclerc w Gdańsku wprowadził pionierski program konsultacji z klientami. Hipermarket zaprosił grupę reprezentatywną do podzielenia się opiniami, wrażeniami i radami na temat funkcjonowania sklepu. Stworzenie Okrągłego Stołu ma być płaszczyzną do zdobycia wiedzy i orientacji, jak sklep jest postrzegany, co jeszcze może usprawnić, a co działa bez zastrzeżeń. Okrągły Stół polega na cyklicznych spotkaniach z klientami, które będą organizowane w czterech turach. Plan konsultacji obejmuje kilka tematów, m.in. ogólny wizerunek sklepu, jakość obsługi, analizę poszczególnych działów, trafność reklamy oraz oferty promocyjnej.



Gdańsk stawia na edukację

29 lipca 2014 r.

W ramach Programu Edukacji Morskiej w Gdańsku wszyscy uczniowie klas pierwszych gdańskich gimnazjów wypływają w kilkugodzinne rejsy po wodach Kanału Portowego i Zatokę Gdańską. Podczas rejsów uczą się podstaw żeglowania, pogłębiają wiedzę z dziedziny historii, geografii i biologii oraz poznają swoje miasto od strony wody. Program Edukacji Morskiej w Gdańsku jest realizowany od 2010 roku na zlecenie Prezydenta Miasta Gdańska przez Fundację Gdańską. Pomysłodawcą akcji jest Mateusz Kusznierewicz, Ambasador Miasta Gdańska ds. Morskich, a partnerami projektu – Ferrero Polska oraz Grupa LOTOS SA.



Pożycza, ale też rozdaje

6 sierpnia 2014 r.

W sierpniu ruszyła piąta edycja programu grantowego „Wokół Nas”. Jest on skierowany do społeczności lokalnych, które pragną samodzielnie realizować projekty zwiększające bezpieczeństwo oraz komfort życia w swoim otoczeniu. Najnowsza edycja programu, podobnie jak jej poprzednia odsłona zakończona w maju br., będzie koncentrowała się na inicjatywach wspierających rodziny. Spośród nadesłanych zgłoszeń Provident wybierze 62 projekty, które otrzymają dofinansowanie – ponad połowa z nich otrzyma wsparcie w wysokości 5 000 zł.

NAJCIEKAWSZE DZIAŁANIA EDUKACYJNE W RAMACH CSR

AVON

Avon zabiera m.in. głos w sprawie kobiet doznających przemocy domowej. Zainicjowana w Polsce w 2008 roku Wielka Kampania o Godność – Avon Kontra Przemoc, ma na celu wyrażenie głośnego i kategorycznego sprzeciwu wobec przemocy oraz wszelkich jej przejawów.

CARITAS

Głównym celem kampanii „Tornister pełen Uśmiechów” jest zwiększenie szans edukacyjnych uczniów poprzez zebranie funduszy na zakup i wyposażenie wyprawek szkolnych

Kampania pokazuje społeczeństwu, że aktywne zaangażowanie w walkę z tym zjawiskiem jest konieczne i leży po stronie każdego z nas. Wszelkie formy zachowania, które poniżają, naruszają godność i powodują cierpienie powinny być społecznie potępiane, a nie przemilczane.

dla najuboższych dzieci i młodzieży w Polsce. W ciągu pięciu lat udało się rozdać ok. 67 tys. wyposażonych wyprawek szkolnych dla najuboższych dzieci w Polsce”.

ING ŻYCIE

Od 2012 roku ING Życie jest strategicznym partnerem kampanii Rak. To się leczy! Celem kampanii jest robienie „rakowi wspak”, poprzez edukację społeczeństwa na temat profilaktyki nowotworowej. Kampania ma na celu także obalanie szkodliwych stereotypów związanych z rakiem, przełamanie lęku przed nowotworem i zmianę języka go opisującego.

NESTLÉ

Dążąc do propagowania idei zatrudniania młodych ludzi, Nestlé wraz ze swoimi partnerami biznesowymi w Europie ogłosiło inicjatywę „Sojusz dla Młodych”. Uczestnicy Sojuszu zadeklarowali swoją gotowość do walki z bezrobociem wśród młodych ludzi m.in. poprzez organizację praktyk, szkoleń i innych inicjatyw umożliwiających osobom rozpoczynającym swoją ścieżkę zawodową rozwój i ułatwiających im sukces na rynku pracy. Do projektu przystąpili m.in. światowi giganci tacy jak Ernst & Young, Facebook czy Google.

PKN ORLEN

PKN ORLEN to od wielu lat nie tylko ceniony partner biznesowy. Aktywność przejawia się w wielu różnych dziedzinach. Firma aktywnie wspiera inicjatywy związane z rozwojem kultury i zachowaniem dorobku kulturalnego,

JERONIMO MARTINS POLSKA

Program „Razem zadbajmy o zdrowie”, realizowany przy współpracy z Polskim Komitetem Zwalczania Raka, umożliwia wszystkim pracownikom sieci Biedronka poszerzenie wiedzy o

GRUPA LOTOS

Główną ideą Programu Edukacji Morskiej jest masowa edukacja młodych gdańszczan w temacie morskiej historii miasta, ekologii i ochrony Bałtyku oraz zapoznanie z żeglarstwem. Każdego roku wszyscy uczniowie klas pierwszych gdańskich gimnazjów odbywają kilkugodzinne rejsy po Kanału Portowym i Zatoce Gdańskiej, w czasie których zapoznają się z morską historią Gdańska, biologią i ekologią Morza Bałtyckiego oraz podstawami żeglowania. Z inicjatywy Grupy LOTOS, Program został rozbudowany o konkurs ekologiczny w zakresie ochrony Morza Bałtyckiego.

MPWIK

Kolorowy i przystępny sposób przekazywania informacji o procesach uzdatniania wody i oczyszczania ścieków to zdaniem MPWiK szansa na edukację całego społeczeństwa, które nie zawsze wie, w jaki sposób racjonalnie korzystać z tak cennego dobrodziejstwa, jakim jest woda. Program Edukacji Ekologicznej ma na celu przybliżyć młodszemu i starszemu warszawiakom 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.

PGNiG

7 lutego 2014 r. odbyła się kolejna edycja warsztatów w ramach Akademii Odpowiedzialnego Biznesu, organizowanych przez Ligę Odpowiedzialnego Biznesu. Przedstawiciele PGNiG wzięli w nich udział przedstawiając prezentację nt. różnych aspektów ochrony środowiska w firmie. Młodzi adepci csru zadawali wiele pytań dotyczących nie tylko tematu ochrony środowiska, ale także innych kwestii związanych z podejściem PGNiG do społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju. PGNiG zdecydowało się wspierać edukację młodych ludzi w tym obszarze z bardzo prostych powodów: ci młodzi ludzie za kilka lat wejdą na rynek pracy i to oni będą określać standardy pracy, zarządzania, będą kształtować nasze otoczenie społeczne i biznesowe.

W ramach programu, który zdaniem młodych inspirowa i wspomaga ich rozwój, odbywa się najpierw rekrutacja Ambasadorów/ek CSR z całej Polski, a następnie ich spotkania. Po powrocie do swoich codziennych obowiązków, studenci realizują wymyślone przez siebie działania CSRowe.

ochroną środowiska oraz sportem, zarówno profesjonalnym, jak i amatorskim. W celu poprawy stanu bezpieczeństwa na polskich drogach PKN ORLEN zainaugurowała w 2006 roku program „ORLEN. Bezpieczne Drogi”.

PZU

1 sierpnia ruszyła trzecia odsłona kampanii „Kochasz? Powiedz STOP Wariatom Drogowym”. Tym razem skierowana jest przede wszystkim do osób najbliższych kierowcom, które mogą wpłynąć na ich zachowania podczas jazdy. Cel nieustannie ten sam – poprawa bezpieczeństwa w

ruchu drogowym. Kampanię wspólnie organizują Policja i Fundacja PZU. Poprzednie dwie kampanie Stop Wariatom Drogowym zostały przeprowadzone w latach 2005 i 2006. Z przygotowanego przez instytuty Pentor i SMG/KRC Millward Brown podsu-

mowania pierwszej edycji wynikało, że z kampanią zetknęło się 64 proc. ogółu społeczeństwa i 73 proc. kierowców. Choć nie przekonała ona wszystkich do bezpiecznej jazdy, po jej zakończeniu dało się zauważyć spadek liczby wypadków i rannych.

SPÓŁKI GRUPY KAPITAŁOWEJ PGE

Głównym narzędziem działań w komunikacji ogólnopolskiej w zakresie energetyki jądrowej jest portal www.swiadomieoatomie.pl, który oprócz bieżących informacji o statusie prowadzonego projektu jądrowego dostarcza wiedzy zarówno z zakresu fizyki, jak i informacji z sektora energetyki jądrowej na świecie. W 2013 roku spółka uruchomiła projekt współpracy z uczelniami wyższymi: „Atom dla nauki”, którego celem jest kształtowanie w środowisku studentów i kadry naukowej wiedzy o energetyce jądrowej, promocja młodych naukowców oraz budowanie szerokiego zaplecza eksperckiego potrzebnego do rozwoju energetyki jądrowej w naszym kraju. W ramach programu przygotowane zostały konkursy, serie wykładów uznanych ekspertów na uczelniach wyższych w kraju, a uzupełnieniem projektu były wykłady dla słuchaczy Uniwersytetów Trzeciego Wieku. Podobnie, jak w latach ubiegłych, PGE EJ 1 sp. z o.o. była również partnerem Międzynarodowej Szkoły Energetyki Jądrowej.

TESCO

Tesco dla Szkół wspiera polskie szkoły już od 11 lat. To program z najdłuższą tradycją i największymi osiągnięciami spośród inicjatyw wspierających szkolnictwo w Polsce. Jak dotąd Tesco pomogło ponad 11 tysiącom polskich szkół podstawowych i gimnazjalnych, zapewniając im nowoczesne wyposażenie

o łącznej wartości ponad 13 milionów złotych. Tesco dla Szkół oferuje placówkom nie tylko możliwość zdobycia cennego sprzętu dydaktycznego, lecz także pomaga rozwijać talenty uczniów i integrować środowisko szkolne. To także praktyczna lekcja kreatywności i przedsiębiorczości.

UBS KRAKÓW

Program Career Turn skupia się na dwóch aspektach: przygotowaniu pracowników z grup społecznie wykluczonych do zatrudnienia w firmach w sektorze BPO/SSC oraz zwiększeniu świadomości u pracodawców na ten temat i uwrażliwienie zatrudniających na

ten istotny problem społeczny. Budowanie takiej świadomości ma pomóc w podobnych działaniach na szerszą skalę. Program ma również na celu przełamanie stereotypów związanych z grupami wykluczonymi społecznie, w tym – z osobami niepełnosprawnymi.

VIASAT WORLD LTD.

Projekt „Przywracamy historię do życia w szkołach”, realizowany od września przez stację telewizyjną Polsat Viasat History ma na celu przekazywanie rzetelnej wiedzy i faktów historycznych, przy pomocy wysokiej ja-

kości programów, które jednocześnie bawią i uczą. Twórcy stacji nie mogli pozostać obojętni wobec alarmujących danych, dotyczących spadku zainteresowania nauką historii wśród polskiej młodzieży.

Mali, otwarci i kreatywni

Przysłowie mówi, że uczymy się przez całe życie. To fakt, ale warto też wiedzieć, że najbardziej otwarci i chłonni wiedzy jesteśmy w pierwszych sześciu latach życia. Wtedy też najlepiej przyswajamy naukę. Niestety, wielu z nas ma już ten okres za sobą. Pozostaje nam więc pomyśleć o swoich pociechach i zapewnić im dobry, a przede wszystkim skuteczny start w dorosłe życie.

Przemysław Gruz

Gdy nasze dziecko skończy trzy lata, wzorem innych rodziców, powinniśmy zapisać je do przedszkola. Mimo że nie ma obowiązku, aby trzylatek chodził do takiej placówki, to okres pierwszych lat życia spędzony w domu przed telewizorem, czy też na długich spacerach z babcią lub opiekunką, nie wpłynie dobrze na jego rozwój.

Szukając przedszkola dla dziecka mamy do wyboru placówki publiczne i prywatne i choć znalezienia wolnego miejsca w tych pierwszych często graniczy z cudem, warto zastanowić się, czy taki wybór w ogóle jest opłacalny.

Czas i pieniądze

Państwowe przedszkola pełnią najczęściej rolę opiekuńczą i chociaż wiele z nich realizuje własne programy tematyczne, to trudno znaleźć w ich ofercie propozycje ciekawych zajęć, takich jak treningi kreatywności czy nauka języków. Inaczej jest w przypadku przedszkoli

prywatnych, które prześcigają się w tworzeniu ciekawych ofert dla maluchów. Dzieci mogą np. przejść kurs gotowania, poznać zasady fizyki czy nauczyć się podstaw języka angielskiego. Wiele osób uważa jednak, że dla maluchów, taka ilość wiedzy na nic się nie zda, a jedynie niepotrzebnie zabierze cenne dzieciństwo. Z tą tezą nie zgadza się Jerzy Blum, właściciel sieci przedszkoli AMO Play & Learn. – Ważne jest, aby dziecko już w pierwszych latach życia otrzymało wystarczająco dużo bodźców do prawidłowego rozwoju – tłumaczy Blum. – Powinniśmy zadbać, aby otaczające go środowisko wykształciło w nim twórcze myślenie.

Podobnego zdania jest Joanna Król, pedagog pracująca w prywatnym przedszkolu. – Jeżeli rodzice decydują się zapisać dziecko do prywatnej placówki, to dlatego, że zależy im, aby jego pierwsze lata jak najlepiej przygotowały go do dalszego życia. Tylko od nas zależy, czy potencjał drzemiący w naszym dziecku zostanie dostrzeżony – dodaje.



Decyzję, co do wyboru przedszkola, warunkuje często cena i argument, że placówki publiczne są tańsze. Warto jednak zwrócić uwagę na wachlarz zajęć dodatkowych i zrobić prostą kalkulację, która najpewniej wyjdzie na korzyść placówki

prywatnej. Inna sprawa, nad którą trzeba się zastanowić, to czas pracy przedszkola. Ośrodki prywatne działają średnio trzy godziny dłużej niż publiczne, co pozwala łatwiej gospodarować czasem pracy i unikać kłopotliwych zwolnień.

Dobra inwestycja

– Przedszkole prywatne łączy w sobie placówkę wychowawczą i dom kultury – mówi Izabela Krasicka, kierownik przedszkola AMO w Radości. – Należy pamiętać, że zapisanie dziecka do prywatnej placówki, oferującej kreatywny plan zabawy i nauki, to pewna forma inwestycji. Jeśli młody człowiek, dostanie odpowiednią liczbę bodźców, jego rozwój w kolejnych latach życia będzie postępował efektywniej, łatwiej mu też będzie przyswoić kolejne informacje.



Reklama

Kurier365.pl

Miejsca warte Twojego czasu

Nasza Europa

RAPORT SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

Raport Społeczna Odpowiedzialność Biznesu tygodnika „Gazeta Finansowa” publikowany co kwartał i w całości po-

święcony obszarowi CSR. Ukazało się już 22. edycji Raportu. W każdym nume-rze wyróżniane są dwa projekty, będące

przykładem dobrze przygotowanych programów wsparcia ważnych społecz-nie obszarów. W raporcie znajdują się

również artykuły ekspertów i liderów opi-nii publicznej, którzy radzą, jak poruszać się w obszarze działań CSR.

LAUREACI RAPORTU SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

Edycja	Laureat	Uzasadnienie
I (2009)	Polkomtel	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 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	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”	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	za organizację konkursu “Pociąg na scenę”, mającego na celu edukację muzyczną dzieci i młodzieży
	DOZ	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. Warszawy, 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 S.A.	za promocję na antenie TVP idei odpowiedzialnego biznesu
X (2011)	Pelion, 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 rozważnego 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 CSRowe
	PKP CARGO	za oryginalne i innowacyjne działania z zakresu polityki pracowniczej z okazji 10-lecia, w tym min. Ekspedycję na Mont Blanc, Konkurs „Niezwyczajni 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 Prezisi-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.
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 S.A.	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 i 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 poszerzanie 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 Polskaapresse	za projekt Junior Media - internetową platformę umożliwiającą proste i bezpłatne tworzenie gazetek szkolnych
	Pracodawcy RP	za projekt „Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu”, który ma na celu wsparcie wdrażania przez firmy strategii odpowiedzialnego biznesu
XVIII (2013)	Instytut Żywności i Żywienia, przy współpracy z Jeronimo Martins Polska	za sprawnie przeprowadzoną akcję Czytajmy Etykiety mającą na celu zachęcenie Polaków do czytania etykiet produktów żywnościowych
	Orange Polska i Fundacja Orange	za program Pracownice Orange, ułatwiający małym społecznościom dostęp do informacji i nowych technologii
XIX (2013)	CARITAS i „Porozumienie Nowoczesna Edukacja”: WSiP, Nowa Era, Oxford University Press, Pearson, Macmillan, Żak, Zamkor, Cambridge University Press i LektorKlett	za wyrównanie szans edukacyjnych oraz wspólną akcję „Tornister Pelen Uśmiechów”
	Johnson & Johnson Vision Care	za zaangażowanie w działania mające na celu popularyzację wiedzy na temat ochrony wzroku oraz organizację profilaktycznych badań wzroku
XX (2014)	Super Express oraz Prezydent m.st. Warszawy, Hanna Gronkiewicz-Waltz	za akcję „Gwiazdkowe marzenie”, która jest przykładem wzorcowej współpracy pomiędzy podmiotami prywatnymi i samorządowymi
	Polskie Radio Program 1	za organizowaną od ponad 10 lat akcję świąteczną „Choinka Jedyнки”, której celem jest zbiórka pieniędzy na rzecz m.in. podopiecznych Fundacji Anny Dymnej „Mimo Wszystko”
XXI (2014)	Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukaszewicza	za konkurs grantowy prowadzony z myślą o małych, lokalnych organizacjach pozarządowych
	Centrum Monitoringu Wolności Prasy przy SDP	za działania społeczne, których celem jest ochrona wolności słowa i wsparcie niesione lokalnym mediom
XXII (2014)	Spółdzielcza Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa w Wołominie (SKOK Wołomin)	za mecenat nad festiwalem „Perła Baroku – Koncerty Mistrzów”.
	Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej	za pomysły i wdrożenie Karty Dużej Rodziny