

CSR

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

EDYCJA XXIV

Partnerzy raportu



➔ Fundacja Dorastaj z Nami wyróżniona w XXIV edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za działania na rzecz dzieci, których rodzice zostali poszkodowani w trakcie pełnienia służby publicznej.



➔ SES Astra wyróżniona w XXIV edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za stworzenie i organizację konkursu Astra Talent, którego głównym celem jest wsparcie organizacji pozarządowych.



Drodzy Czytelnicy

24. edycja Raportu CSR jest wyjątkowa. Po pierwsze dlatego, że kolejny raport wydamy jako numer specjalny, bo już po raz 25., po drugie zaś, że obecna edycja dotyczy zagadnień, które coraz częściej są poruszane na forum publicznym, a dotyczą seniorów. Mamy na myśli szeroko rozumiane pokolenie 60, 70 a nawet 80 plus!

W czasie, kiedy na zachodzie Europy widok grupy sędziwych osób siedzących z laptopem w kawiarni nikogo nie dziwi, w Polsce wciąż jeszcze zdumiewa. Tak bardzo przyzwyczailiśmy się do postrzegania osób starszych

w kategorii wykluczonych, że uznaliśmy, że nie mają nic do zaoferowania. A jednak mają i dowodzimy tego na kolejnych stronach raportu. W tej edycji, spośród wielu ciekawych inicjatyw i projektów o charakterze CSR wyróżniliśmy dwa, naszym zdaniem najciekawsze. Projekty w pewnym sensie równoważą treści w raporcie, ponieważ dotyczą najmłodszych. Pierwszym wyróżnionym jest Fundacja Dorastaj z Nami, która działa na rzecz dzieci i młodzieży osieroconych w wyniku działań wojennych, czy pełnienia przez rodziców służby publicznej dla Polski. – Fundację założyło 27 największych polskich

firm, często konkurujących ze sobą na polu biznesowym, które potrafiły zjednoczyć się w solidarnej misji społecznej, czyli niesieniu szeroko pojętej pomocy edukacyjnej – tłumaczą przedstawiciele fundacji. Kolejnym wyróżnionym jest SES Astra, organizator konkursu plastycznego Astra Talent, którego celem jest połączenie kreatywności najmłodszych Europejczyków z niesieniem pomocy innym. W obecnej, 4. edycji konkursu zaproszono do udziału uczniów z ośmiu krajów. Za każdą przesłaną pracę Astra przekazała jeden euro na rzecz Chorwackiego Czerwonego Krzyża. – Zebrane pieniądze zostaną

przeznaczone na wsparcie edukacyjne dzieci ze szkół podstawowych, które uległy zniszczeniu podczas zeszłorocznej powodzi w Chorwacji, Serbii, Bośni i Hercegowinie – tłumaczą przedstawiciele.

Tradycyjnie dziękujemy wszystkim, którzy wspólnie z nami realizują idee społecznej odpowiedzialności biznesu; naszym partnerom – Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”, redakcji „Super Biznesu” (ekonomiczny dodatek „Super Expressu”), a także portalowi Kurier365.pl.

**RAPORT
CSR.PL**

Redakcja

Wszystko zależy od człowieka

Na temat działań CSR i sposobu postrzegania ich przez polskich przedsiębiorców, a także polityki senioralnej rozmawiamy z Andrzejem Czernkiem, członkiem zarządu i dyrektorem generalnym Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”.



Jak postrzega Pan zagadnienia związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu w odniesieniu do polskich przedsiębiorców, przede wszystkim laureatów konkursu „Teraz Polska”?

Każda firma operuje w określonym środowisku zarówno wewnętrznym, czyli pracowników, jak i zewnętrznym – całego otoczenia, lokalne władze i społeczność. Na wszystkie obszary działalności społeczna odpowiedzialność biznesu może mieć swój wpływ. Oznacza to, że nie należy postrzegać firmy wyłącznie przez pryzmat zarobków, ale również przez pryzmat tego, w jaki sposób firma wpisuje się w swoje środowisko, otoczenie.

Według wielu przedsiębiorców CSR jest postrzegany jako forma marketingu. Jakby Pan zdefiniowałby społeczną odpowiedzialność biznesu?

Sposób podejścia firmy do zasad społecznej odpowiedzialności biznesu ma wpływ

na postrzeganie CSR przez innych, głównie przez środowisko i klientów. Na pewno te firmy, które angażują się we współpracę ze swoim środowiskiem, mogą się tym pochwalić, a przez to mieć realny wpływ na swój wizerunek, na budowę siły swojej marki. Można więc uznać, że wzajemny wpływ obu tych definicji jest duży.

Czy podejmując decyzję dotyczącą wyboru laureatów nagrody „Teraz Polska”, kapituła bierze pod uwagę ich dokonania w zakresie CSR?

W pierwszej kolejności w konkursie „Teraz Polska” oceniamy produkty i usługi, tzw. efekt działalności firmy, czyli to, co się znajduje na rynku. Natomiast w dalszych kryteriach na ocenę laureata wpływ ma również jego działanie w zakresie CSR.

Głównym tematem naszego Raportu CSR są seniorzy. Czy Pana zdaniem dla przedsiębiorców lepszym rozwiązaniem jest zatrudnienie młodych, dynamicznych, choć pozbawionych doświadczenia pracowników, czy jednak osób starszych, posiadających wiedzę i doświadczenie?

Dobry pracownik zawsze jest pożądanym, dlatego wiek nie ma tutaj żadnego znaczenia. Jeżeli młody pracownik jest dobrym pracownikiem i poważnie podchodzi do swoich obowiązków, to jest on pożądanym. Tak samo straszy pracownik, który również odpowiedzialnie podchodzi do swoich zadań i solidnie wywiązuje się ze swoich obowiązków. Oczywiście energia i młodość ma znaczenie w przypadkach konkretnych wykonywanych działań, wymagających np. siły. Podobnie jak doświadczenie, wiek i staż pracownika.

To wszystko ma znaczenie w zależności od rodzaju wykonywanej pracy.

Statystyki podają, że żyjemy coraz dłużej. To oznacza, że przybywa nam seniorów, którzy mimo swojego wieku nadal są aktywni i chcą pracować. Czy uważa Pan, że seniorzy w Polsce mogą czuć się potrzebni, a ich umiejętności mogą być odpowiednio wykorzystane?

Przede wszystkim wiele zależy od aktywności samego człowieka, od tego, w jaki sposób postrzega swoje życie. Jeżeli czuje potrzebę i chce angażować się w różnego rodzaju działania społeczne czy edukacyjne, to ma to bardzo istotny wpływ na to, co wokół niego się dzieje. Osoby, które w jakiś sposób nie chcą się angażować, są mało aktywne, będą uważały się za wykluczone. Każdy człowiek, w każdym wieku, może znaleźć coś dla siebie. Dotyczy to nowych miejsc i określonych zainteresowań.

Czy Fundacja Godła Promocyjnego „Teraz Polska” w jakiś sposób angażuje się w działania mające na celu aktywizację seniorów?

Jednym z naszych ubiegłorocznych laureatów są Stowarzyszenia Uniwersytetów Trzeciego Wieku. Dostrzegamy potrzebę popularyzacji tej aktywności wśród ludzi starszych. Uważamy, że jest to działanie potrzebne i zasługuje na wyróżnienie, na szczególną promocję. Angażujemy się również w inne działania związane z polityką senioralną, m.in. uczestniczymy w posiedzeniach Komisji Sejmowej. Dostrzegamy potrzebę rozwijania polityki senioralnej szczególnie w momencie, kiedy dotyczy ona coraz więcej ludzi.

”

Każda firma operuje w określonym środowisku zarówno wewnętrznym, czyli pracowników, jak i zewnętrznym – całego otoczenia, lokalne władze i społeczności. Na wszystkie obszary działalności społeczna odpowiedzialność biznesu może mieć swój wpływ. Oznacza to, że nie należy postrzegać firmy wyłącznie przez pryzmat zarobków, ale również przez pryzmat tego, w jaki sposób firma wpisuje się w swoje środowisko, otoczenie.

➔ Fundacja Dorastaj z Nami wyróżniona w XXIV edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za działania na rzecz dzieci, których rodzice zostali poszkodowani w trakcie pełnienia służby publicznej.

Poświęcenie, które zobowiązuje



Podziwiamy ich za bohaterstwo, odwagę i naturalną chęć niesienia pomocy. Ale ich praca jest obciążona szczególnym ryzykiem, bo nie każda interwencja kończy się pomyślnie. Narażanie własnego życia, to narażanie bliskich na smutek czy niepewną przyszłość. Dlatego też środowiska polskiego biznesu kierując się troską o los dzieci, których rodzice zginęli, czy też zostali poszkodowani w trakcie pełnienia służby publicznej dla Polski, powołali Fundację Dorastaj z Nami.

Przemysław Gruz

Pomoc fundacji jest skierowana m.in. do rodzin żołnierzy, strażaków, policjantów, goprowców. Jej najważniejszy cel to wspierania procesu edukacyjnego najmłodszych, a w szczególności współfinansowanie indywidualnych potrzeb związanych z rozwojem intelektualnym, nauką, wychowaniem czy zainteresowaniami.

– Fundację Dorastaj z Nami założyło 27 największych polskich firm, często konkurujących

ze sobą na polu biznesowym, które potrafiły zjednoczyć się w solidarnej misji społecznej, czyli niesieniu szeroko pojętej pomocy edukacyjnej. Nasze działania są skupione na promowaniu takich wartości jak: patriotyzm, współodpowiedzialność i poczucie obowiązku, niezbędnych w pełnieniu służby publicznej – tłumaczą przedstawiciele fundacji.

Najważniejszym projektem fundacji jest akcja stypendialna dla dzieci polskich żołnierzy pole-

głych w Iraku i Afganistanie pod nazwą Misja: Semper Fi. Celem projektu jest pozyskiwanie środków na stypendia edukacyjne. W ramach „misji” zespół biegowy fundacji w ubiegłym roku brał udział w prestiżowych zawodach, m.in. w Marine Corps Marathon w Waszyngtonie. W zespole znajduje się m.in. gen. Roman Polko, były dowódca jednostki komandosów GROM oraz Piotr Pogon, fundraiser, maratończyk i triathlonista, który jako pierwszy człowiek bez płuca ukończył zawody triathlonowe na dystansie Ironman Triathlon w Kalmarze (Szwecja). Jednym z ambasadorów projektu jest Marcin Gortat – najbardziej utytułowany polski koszykarz zawodowej ligi NBA.

Od jesieni 2014 r. fundacja pracuje nad kampanią społeczną, która ma zwrócić uwagę i sprokować dyskusję na temat patriotyzmu,

bohaterstwa i odpowiedzialności za losy rodzin tych, którzy narażają dla nas swoje życie. W ramach kampanii przeprowadzono panel badawczy, ilościowy i jakościowy, zrealizowano spot telewizyjno-kinowy oraz radiowy i przygotowano plakaty. Powstaje też seria reportaży pod opieką dziennikarza Tomasza Sekielskiego, przedstawiających konkretne osoby związane ze służbą publiczną i ich, niejednokrotnie tragiczne, historie życia.

Kampania wystartuje w telewizji pod koniec lutego 2015 r. Od marca planowane są emisje spotów w kinach i w radiu, plakaty oraz działania w internecie.

Wsparcie, edukacja i rozwój



Rozmowa z Magdaleną Pawlak, prezesem Fundacji Dorastaj z Nami

od nowych darczyńców (głównie instytucjonalnych). Realizujemy projekty fundraisingowe – w zeszłym roku w ramach projektu Misja: Semper Fi (udział polskiej reprezentacji w maratonie waszyngtońskim i warszawskim) zebraliśmy 312 tys. zł.

Z pozyskanych środków ufundowanych zostało 29 stypendiów dla dzieci żołnierzy poległych w Iraku i Afganistanie. Większość darczyńców zdecydowała się na długofalową pomoc, fundując stypendia dla konkretnych dzieci na okres kilku lat. Jak każda fundacja pozyskujemy również środki z akcji 1 proc., do udziału w której gorąco namawiamy.

Czy istnieją podobne instytucje?

Istnieją organizacje, które świadczą podobną pomoc, ale są one ukierunkowane branżowo, np. pomagają dzieciom poległych policjantów. Fundacja Dorastaj z Nami swoją opieką obejmuje wszystkie rodzaje służby publicznej. Ponadto, w odróżnieniu od innych fundacji, które pomagają doraźnie czy nieregularnie, Fundacja Dorastaj z Nami oferuje pomoc systematyczną, długofalową – zdarza się, że pomoc jednemu dziecku trwa 10 i więcej lat. Beneficjenci fundacji otrzymują pomoc na każdym etapie – począwszy od wsparcia w rozwoju małego dziecka, poprzez edukację dziecka w wieku szkolnym, odkrywaniu jego talentów i predyspozycji, rozwijaniu ich, przez ukierunkowanie nastolatków i młodzieży w stronę odpowiedniego wyboru szkół średnich i studiów, aż do ułatwienia wejścia młodego człowieka na rynek pracy.

Jakie projekty prowadzi obecnie fundacja?

Główne projekty realizowane przez fundację to współfinansowanie edukacji; program tutoringowy K.O.M.P.A.S., którego celem jest wsparcie w rozwoju uczestników, poprzez indywidualne spotkania z tutorem; pomoc psychologiczną, a także praktyki i staże studenckie.



Gala wręczenia stypendiów Misji Semper Fi w Pałacu Prezydenckim w Warszawie

Nie zastąpimy bliskich, ale zrobimy wszystko, aby pomóc



Władysław Binda przewodniczący rady nadzorczej Zakładu Wtórplast, który aktywnie wspiera działania Fundacji Dorastaj z Nami

Zakład Wtórplast istnieje od 27 lat, a od ponad 10 lat w naszej ofercie znajdują się produkty i usługi dedykowane sektorowi służb mundurowych. Dzięki wieloletniej współpracy z tą branżą wiemy, że nie jest to zwykła praca, ale trudna i niebezpieczna służba, podczas której niektórzy tracą zdrowie, a nawet życie.

Od wielu lat angażujemy się wspierając dobroczynne inicjatywy, zwłaszcza te skupione na opiece nad dziećmi. Dlatego bez wahania odpowiedzieliśmy na prośbę Fundacji Dorastaj z Nami o wsparcie. Wierzmy, że przekazane środki dzięki zaangażowaniu fundacji trafią do dzieci, które straciły rodziców podczas pełnienia służby. Nigdy nie zastąpimy

im brakujących bliskich, ale możemy pomóc w ich starcie w dorosłość.

Szczególnie cenny w inicjatywie Fundacji Dorastaj z Nami jest fakt, że mechanizm pomocy jest zorientowany na wspieranie młodych ludzi w osiąganiu celów, takich jak np. uzyskiwanie wykształcenia. Paradoksalnie pomoc jedynie w wymiarze finansowym, bez wsparcia i opieki fundacji mogłaby wyrządzić duże szkody w systemie wartości młodych ludzi, np. budować w nich postawę roszczeniową. Jako donator, ale też jako rodzic cieszę się, że program pomocy Fundacji Dorastaj z Nami jest ułożony w sposób, który gwarantuje, że podopieczni jak najmądrzej korzystają ze zgromadzonych środków. Działania fundacji to nie tylko wsparcie finansowe, lecz także pomoc w zorganizowaniu udziału w programach praktyk i staży oraz pomoc psychologiczną.

Jako Zakład Wtórplast cieszymy się, że możemy być partnerami tak potrzebnej i szlachetnej inicjatywy, która wspiera rodziny osób, które poświęciły podczas służby to, co najcenniejsze – życie.

Skąd pomysł na taką formę niesienia pomocy?

Na co dzień nie zdajemy sobie sprawy z tego, jak wiele osób podczas pełnienia służby publicznej ryzykuje swoje życie i zdrowie dla nas i dla naszego bezpieczeństwa. Nikt z nas nie zastanawia się też, czy te osoby mają swoje rodziny – dzieci, które w razie wypadku rodzica w czasie służby, zostają pozbawione nie tylko jego miłości, lecz także wsparcia w nauce i przyszłych wyborach życiowych. Nie można zastąpić miłości rodzica, ale w kwestii wsparcia edukacji i rozwoju dziecka można zrobić wiele. Dlatego 27 firm zdecydowało się wspólnie powołać Fundację Dorastaj z Nami, której celem jest wsparcie edukacji i rozwoju dzieci, których rodzice zostali poszkodowani podczas pełnienia służby publicznej. To dzieci żołnierzy, którzy zginęli w czasie pełnienia misji w Iraku lub Afganistanie, strażaków poszkodowanych w czasie akcji, policjantów czy goprowców.

Ilu podopiecznych znajduje się pod opieką fundacji?

Do tej pory były to 183 osoby, obecnie – 126.

Wspieranie rozwoju i pasji dzieci to kosztowne zadanie. Jakie są źródła finansowania projektów fundacji?

Fundacja wciąż jeszcze finansowana jest – w przeważającej mierze – z funduszu założycielskiego, na który złożyło się 27 firm fundatorów. Dodatkowo pozyskujemy środki

➔ SES Astra wyróżniona w XXIV edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za stworzenie i organizację konkursu Astra Talent, którego głównym celem jest wsparcie organizacji pozarządowych.

SZUKAJĄ TALENTÓW, ŻEBY POMAGAĆ

Prawie tysiąc szkół z ośmiu europejskich krajów, w tym z Polski, zostało zaproszonych do czwartej edycji konkursu plastycznego, organizowanego przez lidera rynku usług satelitarnych – SES Astra. Tegoroczny konkurs z jednej strony miał na celu zaprezentowanie zalet usług firmy, z drugiej zaś wsparcie edukacyjne najmłodszych, poszkodowanych w wyniku zeszłorocznej powodzi na Bałkanach.

Patrycja Kostrzewa

Konkurs jest przykładem działań CSR i precyzyjnie wpisuje się w definicję społecznej odpowiedzialności biznesu. Inicjatywa sprawnie łączy interes firmy z działaniami o charakterze społecznym, z naciskiem na to drugie. W trakcie poprzednich edycji konkursu Astra wspierała m.in. Europejski Młodzieżowy Komitet Paraolimpijski, a także organizację Lekarze Bez Granic.

Międzynarodowy konkurs Astra Talent był organizowany dla dzieci w wieku 8–15 lat z Bułgarii, Czech, Chorwacji, Polski, Rumunii, Słowacji, Serbii i Węgier. Zadaniem uczestników było zaprojektowanie plakatu, który miał na celu pokazanie zalet usług satelitarnych, np. w jaki sposób satelity pomagają ludziom, jak wygląda transmisja sygnału, jak wygląda jakość HD lub obraz 3D z satelity.

Do konkursu zaproszono ogółem 944 szkoły ze wszystkich uczestniczących krajów. Za każdą przesłaną przez stronę internetową pracę Astra

przekazała 1 euro na rzecz Chorwackiego Czerwonego Krzyża. – Zebrane pieniądze zostaną przeznaczone na wsparcie edukacyjne dzieci ze szkół podstawowych, które uległy zniszczeniu podczas zeszłorocznej powodzi w Chorwacji, Serbii, Bośni i Hercegowinie – czytamy na stronie konkursu. Sytuacja w tych krajach nadal pozostaje bardzo ciężka. W 2014 r. po deszczowej wiosnie i największej powodzi od 120 lat, także wrzesień przyniósł ulewne opady. Powodzie sprawiły, że doszło do licznych osuwisk i lawin błotnych. Na terenie całego regionu wciąż trwają prace służb, które usuwają skutki kataklizmu. Dziesiątki domów i szkół jest uszkodzonych, wiele budynków nie nadaje się do zamieszkania. Żywiol zrujnował lokalne uprawy, winnice i drogi. Powódź spowodowała straty w infrastrukturze regionu szacowane na ponad 10 mln zł. Astra, we współpracy z Chorwackim Czerwonym Krzyżem, w ramach konkursu postanowiła wesprzeć odbudowę szkół, które uległy zniszczeniu podczas powodzi.

Chorwacki Czerwony Krzyż niesie pomoc przy wsparciu Krajowego Oddziału w Zagrzebiu oraz 130 oddziałów terenowych Czerwonego Krzyża. Jest niezależną organizacją pozarządową świadcząca usługi i działania mające na celu niesienie pomocy ludziom będącym w potrzebie. W codziennej pracy Czerwony Krzyż realizuje zadania w obszarze ochrony i poprawy zdrowia, opieki społecznej, zdrowia i edukacji humanitarnej, a także promocji międzynarodowego prawa humanitarnego i ochrony praw człowieka.

Konkurs Astra Talent został zainicjowany w 2011 r., aby pomóc wybranym organizacjom non-profit i zachęcić dzieci ze szkół podstawowych do poszerzenia swojej wiedzy na temat najnowszych osiągnięć technologii poprzez sztukę. Konkurs trwał od 1 października do 30 listopada 2014 r.

Jury, składające się z ilustratorów i kustoszy, ze wszystkich nadesłanych prac wybrało 12 najciekawszych. Dodatkowo, nagrodzonych zostało sześćdziesięć dzieci, których prace zostały najwyżej ocenione przez internautów. Wszyscy laureaci otrzymali elektroniczne gadzety marki Apple, tj. iPady i iPody. Wśród nagrodzonych znalazła się również praca z Polski, której autorką jest uczennica Zespołu Szkół Plastycznych w Gdyni – Julia Małecka-Nowosielska.

W trakcie dwóch miesięcy trwania konkursu strona astratalent.eu została odwiedzona przez rekordową liczbę 82 825 gości, którzy łącznie wyświetlili 3 905 521 stron.



IV miejsce Polska



I miejsce Słowacja



II miejsce Bułgaria



III miejsce Rumunia

Edukacja poprzez sztukę



Z Barbarą Uzunow-Drymer, dyrektorką marketingu SES Astra na region Europy Środkowo-Wschodniej, rozmawiamy o konkursie Astra Talent, który zachęca najmłodszych do zwiększania swojej wiedzy na temat nowych technologii poprzez sztukę.

Jaki cel przyświecał organizacji czwartej edycji konkursu Astra Talent?

Astra Talent został zainicjowany w celu zachęcenia dzieci ze szkół podstawowych do poszerzenia swojej wiedzy na temat najnowszych osiągnięć technologii poprzez sztukę i jednocze-

śnie pomocy wybranym organizacjom non-profit. W ostatniej edycji konkursu wspomogliśmy Chorwacki Czerwony Krzyż. Zebrane pieniądze przeznaczone zostaną na wsparcie edukacyjne dzieci ze szkół podstawowych, które uległy zniszczeniu podczas zeszłorocznej powodzi w Chorwacji, Serbii, Bośni i Hercegowinie. Jej skutki są dalej odczuwalne przez mieszkańców tych krajów. Należy podkreślić, że niektóre tereny zostały zalane w zeszłym roku dwukrotnie – na wiosnę, a także we wrześniu. Jest więc jeszcze wiele do zrobienia. Wierzymy, że nasza pomoc choć w niewielkim stopniu wesprze walkę ze skutkami tej powodzi.

W jaki sposób przebiega konkurs Astra Talent?

Ubiegłoroczna edycja konkursu rozpoczęła się 1 października i została przeprowadzona we współpracy ze szkołami w ośmiu krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Do udziału w konkursie swoje prace mogły zgłaszać dzieci w wieku od 8 do 15 roku życia. Prace, które prezentowały zalety usług satelitarnych, w dużej mierze powsta-

wały na zajęciach plastycznych prowadzonych w szkołach. Każdy z uczniów mógł następnie zeskanować i przesłać swój plakat przez stronę astratalent.eu. Wszystkie prace były również opublikowane w galerii. Po zakończeniu konkursu, 30 listopada, jury wybrało 12 najciekawszych. Nagrodzono też sześćdziesięć dzieci, których prace zostały najwyżej ocenione przez internautów. Wszyscy laureaci otrzymają elektroniczne gadzety marki Apple. W tym roku przesłano rekordową liczbę prac z 944 szkół ze wszystkich uczestniczących krajów. Odnotowano również rekordową liczbę 3 905 521 wyświetleń strony astratalent.eu. Zebrane środki zasilą konto Chorwackiego Czerwonego Krzyża.

Jakie jeszcze projekty z zakresu CSR są realizowane przez SES Astra?

SES Astra aktywnie angażuje się w działania CSR na całym świecie. W chwili obecnej jesteśmy najmocniej zaangażowani w projekty edukacyjne, gdyż wierzymy, że to właśnie one mają wpływ na rozwój społeczny i gospodarczy. Postęp w tym obszarze prowadzi do zwiększenia

mobilności społecznej oraz do powstania bardziej zrównoważonych modeli rozwoju gospodarczego. W 2012 r. projekty edukacyjne stanowiły 89 proc. wszystkich projektów z obszaru CSR finansowanych przez SES Astra. Jako światowy lider usług satelitarnych SES Astra pomaga również w realizacji projektów naukowych, gospodarczych, kulturalnych i inicjatyw społecznych. Niedawno wprowadziła nowy proces regulujący przekazywanie darowizn od pracowników dla organizacji charytatywnych, które odpowiadają za pomoc humanitarną. Nowy system ma na celu zapewnienie skutecznego wsparcia dla organizacji charytatywnych. Każda darowizna ze strony pracownika będzie podwojona przez firmę maksymalnie do kwoty 1 000 euro na jednego pracownika. Firma SES Astra zainicjowała również program szkoleniowy ELEVATE, który ma na celu edukację przyszłych instalatorów satelitarnych w Afryce. Do tej pory nasz zespół przeprowadził łącznie około 4 000 zajęć szkoleniowych. Te działania mają na celu wsparcie rozwoju społecznego i gospodarczego w tym regionie.

CIEPŁO Z NATURY



Fot. R.Moty/UM Warszawa

Jeden z kontenerów, do których mieszkańcy Warszawy mogli wrzucać świąteczne drzewka

W czasie świąt Bożego Narodzenia przypominały zapach lasu w naszych domach lasem, nadawały magii świątecznej aurze. Po świętach straszą pozabawionymi igieł gałązkami i zazwyczaj trafiają na śmietnik. Tak było do tej pory. Dzięki akcji „Ciepło z natury” coraz więcej bożonarodzeniowych drzewek jest wykorzystywanych jako tzw. zielone paliwo.

Inicjatorem kampanii „Ciepło z natury”, prowadzonej we współpracy z miastem stołecznym Warszawa, jest PGNiG Termika – największy w Polsce producent ciepła i energii elektrycznej wytwarzanych metodą kogeneracji. PGNiG Termika jest również odbiorcą biomasy – zajmuje się skupem wierzby energetycznej. Od sześciu lat firma do produkcji ekologicznego ciepła i energii elektrycznej wykorzystuje także choinki zebrane we wszystkich stołecznych dzielnicach.

– To dla nas kolejna okazja, by przekonać mieszkańców, że nie potrzeba wiele wysiłku, by zrobić coś dobrego dla otoczenia. Choinki, które normalnie skończyłyby na śmietniku, wrócą do naszych domów w postaci energii. Podobnie jest np. ze zużytymi butelkami plastikowymi czy starymi gazetami – po odpowiedniej obróbce mogą otrzymać „drugie życie”. Cieszę się, że organizowane są takie akcje, ponieważ pomagają nam krok po kroku zmieniać podejście mieszkańców stolicy do postępowania ze śmieciami, które można powtórnie wykorzystać – mówi Hanna Gronkiewicz-Waltz, prezydent m.st. Warszawy. W praktyce akcja „Ciepło z natury” polega na zbieraniu świątecznych drzewek z osiedlowych śmietników, skąd trafiają do warszawskich elektrociepłowni w postaci biomasy. Tam są przetwarzane, a następnie wracają do naszych domów w postaci ekologicznej energii cieplnej i elektrycznej. Akcja „Ciepło z natury” z roku na rok cieszy się coraz większą popularnością. Mieszkańcy sto-

licy chętnie odwiedzają mobilne punkty odbioru choinek w poszczególnych dzielnicach. Dzięki temu każdy warszawiak przyczynia się do produkcji czystej energii dla stolicy. Biomasa to nieszkodliwe dla środowiska, odnawialne źródło energii. Jej wykorzystanie jako paliwa do produkcji ciepła i energii elektrycznej w elektrociepłowniach pozwala na znaczną redukcję emisji CO₂, a także niższą niż w przypadku paliw kopalnych emisję dwutlenku siarki (SO₂), tlenków azotu (NO_x) i tlenku węgla (CO). Wartość energetyczna jednej tony choinek jest równa 0,6 tony węgla. Oznacza to, że każda tona choinek zamiast węgla to ok. 1 200 kg mniej CO₂.

W 2014 r. zebranych zostało 530 ton biomasy, o blisko 130 ton więcej niż w roku 2013. Podczas wszystkich dotychczasowych edycji akcji zebrano ponad 1 700 ton ekologicznego paliwa. Taka ilość pozwala na ogrzanie przez cały rok około 1 000 mieszkań o powierzchni 60 m².

PG

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR.PL

EKOAKTYWNI.COM NOWY PROGRAM CSR

30 stycznia 2015 r.

Jako wynik współpracy Rhenus Data Office Polska, Ogólnopolskiego Towarzystwa Ochrony Ptaków oraz Fundacji SYNAPSIS uruchomiony został nowy program społecznej odpowiedzialności biznesu pod nazwą Ekoaktywni.com. Program łączy funkcje komercyjno-lojalizacyjne, różnorodne funkcje ochrony środowiska, a także wsparcia osób niepełnosprawnych. Najaktywniejsi partnerzy biznesowi, którzy wniosą największy wkład w realizację założeń programu CSR, uhonorowani zostaną wyjątkowym wyróżnieniem – złotym, srebrnym lub brązowym Certyfikatem Dudka, świadczącym o szczególnym zaangażowaniu w ochronę środowiska naturalnego.

BIODEGRADOWALNA BUTELKA Z WŁÓKNA DRZEWNEGO

28 stycznia 2015 r.

Podczas Światowego Forum Ekonomicznego w Davos, w ramach panelu „Wasteless Supply”, Grupa Carlsberg ogłosiła rozpoczęcie prac nad przełomową, pierwszą całkowicie biodegradowalną butelką. Celem programu jest opracowanie innowacyjnego opakowania – przyjaznej środowisku butelki wykonanej z pozyskanego w zrównoważony sposób włókna drzewnego. Wszystkie elementy butelki, łącznie z kapsłem, będą całkowicie biodegradowalne, wytworzone z tworzyw naturalnych, przede wszystkim z włókna drzewnego. Dzięki temu, będą się rozkładać w przyjazny dla środowiska sposób.



Reklama

RAPORT CSR.PL

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI
AKTUALNOŚCI AKCJE EKSPERCI

DEPESZE CSR

RAPORT
CSR.PL

www.raportcsr.pl

„PROJEKT: PRACA”
28 stycznia 2015 r.

Jak pomóc młodym znaleźć pracę w czasach, gdy wykształconych osób jest coraz więcej, miejsc pracy niewiele, a konkurencja ogromna? Jak sprostać jednocześnie oczekiwaniom pracodawcy i młodego pracownika? Na te i inne pytania starali się odpowiedzieć uczestnicy II edycji akcji społecznej „Projekt: Praca”, trwającej od kwietnia 2014 r. Pod patronatem „Gazety Wyborczej” partnerzy programu, w tym m.in. eksperci Nestlé, przeprowadzili na uczelniach wyższych cykl 12 warsztatów. Na finałowej konferencji ogłoszono efekt warsztatów – program „Absolwent na rynku pracy”, który zostanie wprowadzony już od jesieni 2015 r.

SŁODYCZE NA EKOENERGII
27 stycznia 2015 r.

Ferrero, producent słodczy, na przełomie lipca i sierpnia planuje zakończenie budowy nowej hali produkcyjnej oraz magazynu koło Grójca i rozpoczęcie montażu urządzeń. Nowe obiekty będą w większym stopniu korzystać z technologii ekologicznych. Firma chce zainwestować w kogenerację lub produkcję zielonej energii na własne potrzeby. Inwestycje realizowane są w Belsku Dużym koło Grójca, gdzie do tej pory działa spółka. Ferrero zapowiada również kolejne inwestycje – tym razem w energooszczędność. Trwają prace nad projektami w zakresie wykorzystania ekologicznych źródeł energii.

IKEA DLA UCHODŹCÓW
23 stycznia 2015 r.

Według danych UNHCR w ubiegłym roku liczba osób ubiegających się o status uchodźcy oraz przesiedlonych wewnętrznie przekroczyła 50 milionów. Takich ludzi będzie przybywać ze względu na eskalację konfliktów zbrojnych przede wszystkim w Afryce i na Bliskim Wschodzie. Osoby te straciły cały dorobek swojego życia i niejednokrotnie musiały szukać schronienia poza granicami kraju, w obozach, w których panują bardzo trudne warunki, brakuje m.in. światła i prądu. Globalna kampania IKEA „Jaśniejsza przyszłość dla uchodźców” pozwoli na zakup niezbędnego oświetlenia, dając im szansę na lepszą przyszłość.

Piękny uśmiech w każdym wieku, czyli „Lekcja Stomatologii” dla seniorów

Jak dbać o protezę i dlaczego higiena jamy ustnej jest ważna w każdym wieku? Na te pytania seniorzy uzyskują odpowiedzi podczas wykładów na uniwersytetach trzeciego wieku, odbywających się w ramach kampanii „Lekcja Stomatologii”.

dr Przemysław Uliasz
kierownik NZOZ Prima-Dent
w Warszawie

Celem wykładów jest uświadomienie uczestnikom, jak ważne są zabiegi profilaktyczne, chroniące jamę ustną i protezę, a także poinformowanie ich o skutkach zaniedbania tych czynności. Spotkania cieszą się dużym zainteresowaniem ze strony uczestników. Liczne grono seniorów z zacięciem śledzi prezentację i zadaje wiele pytań.

Niestety, wiele osób starszych dotyka problem braków zębowych bądź bezzębna. Kalectwo w postaci braków zębowych znacznie wpływa na codzienne życie. Nie wszystkie rozwiązania uzupełnień są wygodne w użytkowaniu lub spełniają w pełni swoją funkcję. Przy bezzębnej protezie powodują problemy podczas jedzenia, często mówienia. Ruszają się, a ich sprawność gryzienia jest o 40 proc. mniejsza niż własnych zębów. Niewiele seniorów ma świadomość, że najnowsze techniki wszczepiania implantów pozwalają na normalne funkcjonowanie, bez poczucia dyskomfortu. Dzięki implantom można osiągnąć funkcjonalność i odczucia jak przy zębach własnych. Poza osobami z problemem bezzębna na implanty decydują się również pacjenci niezadowoleni z estetyki swojego uśmiechu. Leczenie poprawia im samopoczucie i pewność siebie, co jest bardzo ważne w codziennym życiu.

Seniorzy dowiadują się także, że higiena jamy ustnej i dbanie o protezę jest równie ważne, jak utrzymanie własnych zębów w dobrej kondycji. Słuchacze informowani są na temat profilaktyki dziąseł oraz preparatów do czyszczenia protezy. Poruszone zostają również kwestie prawidłowego przechowywania sztucznych zębów oraz terminu wymiany ich na nowe. Uczestnicy wykładów dostają skondensowaną dawkę wiedzy, która pomoże uchronić ich od różnych problemów związanych z protezą, a także ułatwi wykonywanie codziennych czynności. Kampania „Lekcja Stomatologii”, będąca inicjatywą NZOZ Prima-Dent w Warszawie, dąży do podniesienia świadomości osób starszych dotyczącej sposobów dbania o zęby oraz sposobów leczenia tak, by były zdrowe i ładne.

Działania
firm na rzecz
aktywizacji
i pomocy
seniorom

Magdalena Dubel-Borycka
CSR coordinator w HP Global
Business Center

Liczba osób starszych w Polsce stale wzrasta, dlatego jako organizacja, która podejmuje inicjatywy na rzecz różnych grup społecznych, postanowiliśmy zrealizować działania dedykowane właśnie im. Projekt „Wrocławscy Seniorzy”, który rozpoczęliśmy we wrześniu 2014 r., prowadzi grupa naszych wolontariuszy. Inicjatywa ta polega na organizacji szkoleń dedykowanych doświadczonej technologii i wykorzystaniu internetu. Spotkania odbywają się cyklicznie w jednym z naszych biur i są wynikiem współpracy HP GBC z Wrocławskim Centrum Seniora. W szkoleniach mogą brać udział osoby, które ukończyły 50. rok życia i z różnych powodów nie czują się swobodnie w użytkowaniu sprzętu komputerowego i internetu. Na spotkania zapraszamy seniorów zainteresowanych wykorzystywaniem nowoczesnych technologii i związanymi z nimi zagadnieniami prawnymi. Szkolenia obejmują obsługę programów, np. tworzenie dokumentów czy edycję zdjęć oraz zagadnienia związane m.in. z użytkowaniem skrzynki e-mailowej, bankowości elektronicznej czy dokonywaniem zakupów. Program jest bardzo elastyczny, a uczestnicy mają wpływ na to, jakie tematy będą poruszane podczas zajęć. Inicjatywa ma na celu przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu osób starszych i ich aktywizację. Wrocław dba o seniorów na wiele sposobów, my dzielimy się z nimi wiedzą, którą wykorzystujemy w naszej codziennej pracy.



Nowatorski „Projekt Spółdzielnia”

Klaudia Klimkowska
specjalista ds. PR w Idea Bank SA

Idea Bank, wyspecjalizowany w obsłudze małych i średnich firm, będąc pod wrażeniem inicjatywy seniorów z „Projektu Spółdzielni”, postanowił poświęcić im spot telewizyjny w ramach programu „Duma Przedsiębiorcy”. Bank pomógł w ten sposób w wypromowaniu nowatorskiego przedsięwzięcia, będącego

dla starszych osób źródłem radości i satysfakcji. Wspólnota seniorów postanowiła wykorzystać swoją wiedzę i doświadczenie i poprzez gotowanie, wykonywanie rękodzieł, udzielanie korepetycji, zyskać dodatkowe środki finansowe do emerytury. Stworzona przez bank reklama opowiadająca o działalności „Projektu Spółdzielni” była emitowana przez całe święta Bożego Narodzenia 2014 r. w największych stacjach ogólnopolskich.

Wydłużenie i utrzymanie
aktywności seniorów

Janusza Sejmeja
rzecznik prasowy MPiPS

Polityka senioralna skupia się przede wszystkim na wydłużaniu i utrzymywaniu aktywności seniorów. Programy aktywizacyjne, realizowane od 2004 r., kierowane są już do osób w wieku 50 lat. Dzięki nim osoby takie mogą skorzystać ze szkoleń i wsparcia w poszukiwaniu pracy. Z drugiej strony przekonujemy pracodawców,

że doświadczony pracownik wzbogaca przedsiębiorstwo i warto go zatrzymać u siebie. Poziom aktywności zawodowej i społecznej wzajemnie na siebie wpływają. Stąd program ASOS, dzięki któremu powstają m.in. uniwersytety trzeciego wieku czy kluby seniora. W tym roku rusza program Senior-Wigor, dzięki któremu powstaną placówki opieki dziennej dla seniorów, które również będą wspierać ich aktywność społeczną i fizyczną.

Cywilizacyjne wyzwanie 50+

Sprawa cyfrowej aktywizacji pokolenia 50+, będąca wiodącym tematem obecnego wydania „Raportu CSR”, zasadniczo wpływa na poziom jakości życia starszych Polek i Polaków. Wprowadzenie seniorów w świat wirtualnej rzeczywistości ma też coraz większe znaczenie dla naszego rynku pracy.

Bogusław Mazur

Kiedy Anna Stoehr z Minnesoty założyła konto na Facebooku, wzbudziła nie lada sensację. Okazało się, że aby zarejestrować konto na portalu, musiała się odmłodzić, podając fałszywą datę urodzenia. Twórcy Facebooka nie przewidzieli, że rejestracji zechce dokonać osoba mająca 114 lat. Czyli tyle, ile miała Anna.

Przykład Anny Stoehr udowadnia, że aktywność w wirtualnej przestrzeni nie zależy od wieku, tylko od woli. Takich jak ona czy inna sędziwa „fejsubowiczka” Edythe Kirchmaier (105 lat) będzie przybywać, bo wydłuża się przeciętny czas życia. Gdy pod koniec XIX w. kanclerz Otto von Bismarck wprowadził emeryturę dla 70-latków, średnia długość życia wynosiła 45 lat. Dziś, jak wynika z szacunków GUS, przeciętny polski trzydziestolatek dożyje 76 lat a osoba, której uda się przejść na emeryturę w wieku 67 lat, będzie przeciętnie żyła ponad 82 lata.

Oznacza to, że seniorzy, do których zalicza się osoby po 50-tym roku życia, często jeszcze dysponują potencjałem wszechstronnej,

w tym zawodowej aktywności. Niestety, jak wynika z badań SHARE „Portret Generacji 50+ w Polsce i w Europie”, tylko co drugi Polak i co trzecia Polka po zaliczeniu ponad 50 wiosen pracuje zawodowo. W krajach zachodnich te wskaźniki są dużo lepsze, np. w Niemczech aktywnych zawodowo jest 70 proc. 50-latków a we Francji pracuje 64 proc. 50-latek.

W dodatku bierni zawodowo Polki i Polacy nie wykazują jakiegokolwiek aktywności w innych sferach życia – 22 proc. z nich zadeklarowało w badaniach całkowitą bierność, choć za aktywność uznano nawet rozwiązywanie krzyżówek i czytanie gazet. I jedynie 18 proc. starszych rodaków wykazało zaangażowanie społeczne. Wyniki badania SHARE potwierdziły więc diagnozę Komisji Europejskiej i UNECE ujętą w Active Ageing Index, w której Polska zajmuje ostatnią pozycję wśród krajów UE w zakresie aktywności społecznej osób starszych.

Zdając sobie sprawę, jak duży wpływ na aktywizację osobistą, społeczną i zawodową ma e-wykluczenie, w 2012 r. kierujący Ministerstwem Administracji i Cyfryzacji Michał Boni doprowadził do uruchomienia akcji „Latarnicy Polski Cyfrowej”. Ten ministerialny program zgromadził ponad 2700 certyfikowanych wolontariuszy, którzy pomagają ludziom z pokolenia 50+ zdobyć umiejętności z zakresu obsługi komputera i poruszania się w Internecie.

Wówczas Michał Boni szacował, że 10 spośród 13 mln Polaków z generacji 50+ nie korzystało

z internetu, a głównym powodem e-wykluczenia nie był brak dostępu do sieci, ale niedostatek kompetencji. Realizacja programu już przyniosła pierwsze znaczące efekty, jednak dużo pozostaje do zrobienia. – Wykluczonych może być jeszcze 8 mln – oceniał w minionym roku Boni, obecnie eurodeputowany PO. Ale można być optymistą bo – jak podkreślają uczący w bibliotekach, telecentrach czy w strażackich remizach „Latarnicy” – osoby z pokolenia 50+ przyswajają e-wiedzę chętnie i szybko.

Jest to ważne, bo Internet, poza możliwością rozwijania zainteresowań, komunikowania się i aktywizacji społecznej, ułatwia też załatwianie urzędowych spraw i wyszukiwanie nowych możliwości podjęcia pracy. A w ostatnich latach część przedsiębiorców, szczególnie z większych firm przemysłowych, zaczęła interesować się zatrudnianiem starszych pracowników, u których cenią wiedzę, życiowe doświadczenie, pracowitość i lojalność.

Informatyzacja pokolenia 50+ stała się więc cywilizacyjnym wyzwaniem. – Dziś ten, kto nie potrafi obsługiwać komputera, jest analfabetą – stwierdził kiedyś dosadnie Lech Wałęsa. Można obruszyć się na ostrość opinii byłego prezydenta, prywatnie zresztą zapalnego internauty, jednak jest faktem, że wykluczenie z wirtualnej rzeczywistości sprzyja biernej wegetacji w rzeczywistości realnej.

Autor jest sekretarzem redakcji portalu RaportCSR.pl

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

**RAPORT
CSR.PL**

**MIĘDZYNARODOWY KONKURS
VELUX I LITTLE SUN NA EKOLOGICZNĄ
LAMPĘ**
22 stycznia 2015 r.



Grupa VELUX i Little Sun – zapraszają studentów designu i wzornictwa z całego świata do stworzenia specjalnej edycji lampy solarnej. Zwycięski projekt zostanie wyprodukowany w liczbie 29 tys. szt. Połowa będzie sprzedawana w odciętych od prądu regionach Afryki po przystępnej i dopasowanej do lokalnych warunków cenie na tych samych zasadach, jak oryginalne lampy Little Sun. Zgodnie z założeniami projektu sposób dystrybucji niesie ze sobą dodatkowe korzyści – aktywizację lokalnej przedsiębiorczości i tworzenie miejsc pracy.

**BLUE MONDAY, CZYLI TRZECI
PONIEDZIAŁEK STYCZNIA**



19 stycznia 2015 r.

Trzeci poniedziałek stycznia określany jest jako najbardziej depresyjny dzień w roku. Koniec stycznia to moment, w którym większość z nas orientuje się, że nasze finansowe postanowienia noworoczne to już przeszłość. Podjąwszy śmiało decyzje o zapanowaniu nad domowym budżetem i oszczędzaniu, szybko się poddajemy. Eksperci Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy podpowiadali, co zrobić, aby w tym nowym roku zmienić swoje podejście do finansów.

POZNAJ MISTRZÓW KODOWANIA
15 stycznia 2015 r.

**MISTRZOWIE
KODOWANIA**

Niedawno ruszyła kampania medialna ogólnopolskiego programu edukacyjnego Mistrzowie Kodowania, która obejmuje sześć spotów telewizyjnych. Każdy przedstawia prawdziwą historię osoby biorącej udział w programie, która opowiada o swoich marzeniach, pasjach i doświadczeniach związanych z kodowaniem. Celem kampanii jest promocja nauki programowania i pokazanie, że może być ono dobrą i rozwijającą zabawą, która w przyszłości może rozwinąć się w pożyteczną pasję i pomóc dzieciom odnaleźć się w świecie nowych technologii. Projekt realizowany jest przez Samsung Electronics Polska we współpracy z partnerami społecznymi.

Srebrna gospodarka

Polskie społeczeństwo starzeje się w bardzo szybkim tempie. Ludzkie życie staje się dłuższe, przybywa więc seniorów, o których starość należy zadbać. Jedną z organizacji, która ma na celu wsparcie rozwoju usług dla tej grupy społecznej, jest Krajowy Instytut Gospodarki Senioralnej.



Marzena Rudnicka
prezes KIGS

Celem naszego instytutu jest zdefiniowanie potencjału nabywczego osób starszych w obszarach opiekuńczo-pieleg-

gnacyjnych, mieszkalnictwa oraz pozostałych dóbr konsumpcyjnych. Głównym obszarem działań KIGS jest przygotowanie założeń rynkowych dla systemu usług opiekuńczo-pielegnacyjnych, związanych z budową placówek opiekuńczych dla osób starszych, ośrodków rehabilitacyjnych, ośrodków dziennego pobytu, jak również usług w systemie rozproszonym, czyli tych świadczonych w miejscu zamieszkania seniora. Pracujemy również nad nowymi modelami zamieszkiwania dla osób starszych. W tej chwili mamy do czynienia z sytuacją, w której osoba starsza albo zamieszkuje we własnym mieszkaniu nierzadko nieprzystosowanym do jej potrzeb, albo trafia pod opiekę rodziny, placówki społecznej lub prywatnej. Na Zachodzie funk-

cjonują tzw. mieszkania serwisowane, które są zespołem domów jednorodzinnych bądź wielorodzinnych, wybudowane bez barier, w których są systemy wsparcia osób starszych, części wspólne powstałe dla celów integracji między nimi, ale i innymi grupami wiekowymi. Samorządy również są zainteresowane rozwojem mieszkalnictwa senioralnego oraz osiedlami międzypokoleniowymi.

W Polsce brakuje także zdefiniowania jakości i bezpieczeństwa świadczonych usług, w szczególności pielęgnacyjnych oraz miejsc długoterminowej opieki nad osobami starszymi. W najbliższym czasie instytut ma w planach rozpocząć certyfikację usług opiekuńczych świadczonych w systemie rozproszonym i stacjonarnym.

Cyfryzacja 50 +

Stowarzyszenie „Miasta w Internecie” to działająca od 1989 r. organizacja pozarządowa, której celem jest wsparcie działania samorządów na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego.

Przemysław Gruz

Szczególny nacisk stowarzyszenie kładzie na tzw. e-integrację seniorów, co ma służyć podnoszeniu kompetencji cyfrowych pokolenia 50+. To ważne, ponieważ z danych stowarzyszenie wynika, że prawie 80 proc. z 13 mln Polaków powyżej 50. roku życia nie korzysta z internetu. – Jeśli 9 mln Polaków w wieku 50+ przekonałoby się w jakimś stopniu do internetu, to



wpłynęłoby to pozytywnie na naszą gospodarkę, bo ich nieobecność kosztuje nas rocznie 24 mld zł – przekonuje Krzysztof Głomb, prezes Stowarzyszenia „Miasta w Internecie”, któ-

rego cytuje portalsamorzadowy.pl. – Aby to się jednak udało, musimy wyjść do ludzi z ofertą, która nie będzie formalną edukacją, tylko czymś w rodzaju spotkań, podczas których postawimy wspólnie pierwsze kroki w internecie – dodaje. Jedną z inicjatyw, które temu służą, jest program Polska Cyfrowa Równych Szans, realizowany przez stowarzyszenie oraz resort administracji i cyfryzacji. Na rzecz włączenia dorosłych w cyfrowy świat działają wolontariusze, lokalni animatorzy, tzw. latarnicy. W ciągu dwóch lat blisko 3 tys. wolontariuszy przeszkoliło ponad 175 tys. osób.

W ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na cyfryzację społeczeństwa i administracji będzie do wykorzystania ponad 2 mld euro.

DEPESZE CSR
www.raportcsr.plRAPORT
CSR.PL„DŁUGOWIECZNI” – NOWA KAMPANIA
SPOŁECZNA

13 stycznia 2015 r.

„Gazeta Wyborcza” wraz z TVP, fundacją Porozumienie bez Barrier Jolanty Kwaśniewskiej oraz Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy zainicjowała kampanię społeczną „DługoWIECZNI”. Twórcy tej kampanii chcą, by starość stała się ważnym i stałym tematem debaty publicznej. By ludzie w jesieni życia mieli nie tylko należytą opiekę, poczucie bezpieczeństwa, lecz także – na równi z młodymi – szansę na realizację pasji, aktywności oraz by mogli korzystać z dóbr kultury, m.in. kina czy teatru.

SKO ZAPEWNIĄ BEZPIECZNĄ DROGĘ
DO SZKOŁY

21 grudnia 2014 r.



PKO Bank Polski przygotował ponad 360 tys. gadżetów odbłaskowych oraz ulotki przypominające podstawowe zasady bezpieczeństwa w ruchu drogowym. 190 tys. takich kompletów trafiło do szkół uczestniczących w programie Szkolnych Kas Oszczędności (SKO). Kolejne 170 tys. bankowych odbłasków otrzymała Policja, której przedstawiciele rozdadzą uczestnikom programu „Bezpieczna droga do szkoły”. Celem podjętych działań jest uświadomienie najmłodszym i ich opiekunom, jak w prosty sposób można zwiększyć swoje bezpieczeństwo na drodze.

PRZEPIS NA OTWARCIE SERC

18 grudnia 2014 r.

Kilkudziesięciu wolontariuszy, kilka inicjatyw, trochę czasu, odrobina chęci, szczypta pomysłów i ogromne serca – to przepis na najlepsze świąteczne zaangażowanie pracowników, jaki od kilku lat wykorzystuje i ulepsza HP Global Business Center. Ich celem jest nie tylko zebranie funduszy na określone działania, lecz przede wszystkim wywołanie uśmiechu na twarzach dzieci w tym wyjątkowym okresie. W tym roku, oprócz projektów realizowanych cyklicznie, pracownicy wykonali własnoręcznie prezenty dla podopiecznych rodzinnych żłobków w ramach akcji „Zostań Świętym Mikołajem”.

Innowacja w biznesie i tradycja
w niesieniu pomocy

Giełdowy Arcus od lat współpracuje z partnerami z Japonii. Nieprzypadkowo w ramach działań CSR wspiera młodych polskich zawodników, którzy trenują tradycyjny japoński sport – judo.

Witold Kołodziej

Grupa Arcus działa w obszarze nowoczesnych technologii: oferuje systemy zarządzania dokumentami, flotami samochodowymi czy inteligentne liczniki energii, ale też od lat jest dostawcą na polski rynek japońskich drukarek Kyocera. Właśnie z powodu częstych i dobrych kontaktów z japońskimi partnerami firma Arcus zdecydowała się na wsparcie Uczniowskiego Klubu Judo ARCUS Białoleka.

– Zarówno Kyocera, jak i judo, to owoc japońskiego dążenia do perfekcji i wytrwałości w pokonywaniu przeszkód. Jesteśmy niezwykle dumni, widząc, jak wsparcie Arcusa pomaga młodym adeptom judo w osiągnięciu wspólnych sukcesów – medali mistrzostw Polski, Europy, a w przyszłości może także medali olimpijskich – komentuje Michał Czeredys, prezes zarządu Arcus SA.

Arcus od kilku lat wspiera Uczniowski Klub Judo ARCUS Białoleka, którego wychowankowie odnoszą już sukcesy. Należą do nich m.in. tytuł mistrza Europy kadetów, szereg medali mistrzostw Polski juniorów w klasyfikacji indywidualnej i drużynowej, a przede wszystkim wybór trzech zawodników do kadry narodowej judo. Czas pokaże, czy w białoleckim klubie trenuje następca Pawła Nastuli. Jest na to spora szansa, bo dzięki sponsorowi młodzi zawodnicy mają możliwości treningów na światowym poziomie, których może pozazdrościć profesjonalna drużyna.

– Z przyjemnością dofinansowaliśmy wyjazd jednego z naszych podopiecznych, Przemka Szerszeniewskiego, z kadrą narodową do Japonii, kolebki judo. Zależy nam, żeby wychowankowie klubu, którzy dzięki pracy, zaangażowaniu i wytrwałości odnoszą sukcesy na krajowych i międzynarodowych arenach, mieli możliwość treningu z jednymi z najlepszych judoków na świecie – mówi Czeredys.

Bardzo ważnym elementem są organizowane przez Uczniowski Klub Judo ARCUS Białoleka turnieje, w których występuje kilkuset judoków z całej Polski. W jego organizację włącza się zarówno Urząd Dzielnicy Warszawa-Białoleka, klub, rodzice, zawodnicy oraz sponsorzy, w tym Arcus oraz Kyocera Document Solutions, którzy ufundowali jako nagrody japońskie drukarki laserowe Kyocera.



Michał Czeredys, prezes zarządu Arcus SA wraz z pracownikami firmy i zawodnikami klubu



Michał Czeredys, prezes zarządu Arcus SA i młodzi judocy

Judo to nie jedyna dyscyplina sportowa, którą wspierał Arcus. Przez lata firma wspierała koszykówkę i zespół SMS PZKosz. Obecnie wiele absolwentek SMS i byłych zawodniczek SMS

ARCUS PZKosz stanowi o sile wielu drużyn polskiej ekstraklasy koszykarskiej oraz reprezentacji Polski.

Przedstawiciele firmy podkreślają, że chociaż w działalności biznesowej koncentrują się na innowacjach i zaawansowanych technologiach, to ogromną wagę przywiązują też do tradycji i wartości ponadczasowych. Dlatego konsekwentnie wspierają sport dzieci i młodzieży, dzięki czemu mamy szansę na wychowanie kolejnych pokoleń zawodników, którzy będą w stanie jako dorośli walczyć o medale olimpijskie.

Reklama

Idą zmiany w sprawozdawczości niefinansowej

Na zmiany w sprawozdawczości danych niefinansowych firm państw członkowskich Unii Europejskiej zanościło się już od jakiegoś czasu, przełomem była data 16 kwietnia 2013 r., kiedy Komisja Europejska przedstawiła oficjalnie projekt dyrektywy ws. ujawniania informacji niefinansowych.



Agnieszka Siarkiewicz

Jak argumentuje instytucja, dotychczasowe przepisy są zbyt ogólne. Nie poprawiają przejrzystości informacji niefinansowych, a przez to niekorzystnie wpływają na konkurencję między jednostkami w ramach jednolitego rynku. Wykonawczy organ UE zgłaszał również wzrost zainteresowania pozafinansową aktywnością znaczących przedsiębiorstw, szczególnie w obszarach ich największego oddziaływania, tj. środowiska, społeczeństwa, strategii zrównoważonego rozwoju.

Nowa dyrektywa

Dyrektywa ws. ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności przez niektóre duże jednostki oraz grupy została przyjęta przez Radę UE 29 września 2014 r. i w założeniu ma rozszerzyć zakres ujawnianych danych, jednak w różnym zakresie, tylko przez niektóre firmy. W wyniku negocjacji biorąc pod uwagę zróżnicowany poziom zaawansowania raportowania informacji niefinansowych w krajach członkowskich, pozostawiono dużą swobodę we wdrażaniu nowej dyrektywy do prawnych systemów krajowych, przy okazji określając podmioty zobligowane do ujawniania danych.

Kogo dotyczy zmiana?

I tak dyrektywą objęte zostaną największe jednostki zainteresowania publicznego (JZP), w których średnioroczne zatrudnienie wynosi powyżej 500 pracowników oraz których suma bilansowa wynosi powyżej 20 mln euro lub obroty netto powyżej 40 mln euro. Od nich będzie wymagane ujawnianie w sprawozdaniu z działalności istotnych informacji dotyczących co najmniej kwestii: środowiskowych, spraw społecznych i pracowniczych, poszano-

wania praw człowieka, przeciwdziałania korupcji i łapownictwu.

Natomiast kwestie różnorodności będą ujawniać inne firmy: spółki giełdowe spełniające dwa kryteria z trzech: liczba pracowników powyżej 250, suma bilansowa powyżej 20 mln euro, obroty netto powyżej 40 mln euro.

Ustawa o rachunkowości

Obowiązująca w Polsce Ustawa o rachunkowości (art. 49) wspomina o uwzględnieniu w sprawozdaniu z działalności jednostki wskaźników niefinansowych, ale tylko w odniesieniu do największych spółek i przedsiębiorstw państwowych, gdy pozostają one istotne dla oceny teje jednostki. I w tym zakresie Polska razem z takimi krajami jak Czechy czy Niemcy ma minimalne wymagania. Rozszerzone regulacje dotyczące sprawozdawczości niefinansowej wprowadziły we własnym zakresie takie państwa członkowskie jak Wielka Brytania, Francja, Dania. Aby zapobiec dodatkowym obciążeniom sprawozdawczym i administracyjnym dla firm, szczególnie z krajów, które do tej pory obowiązek ujawniania informacji niefinansowych nie obejmował, udało się osiągnąć (także za sprawą Polski) zawężenie zakresu jednostek objętych wymogiem rozszerzonej sprawozdawczości do tych największych. Potwierdzeniem dużej swobody w stosowaniu dyrektywy będzie zasada comply or explain (stosuj lub wyjaśnij). Obejmuje ona wszystkie jednostki spełniające kryteria wskazane w dyrektywie. W praktyce jednak otwiera furtkę do nieujawniania danych niefinansowych, bo wystarczy podanie przyczyny braku takiej informacji.

MF odpowiedzialne za zmiany

W Polsce za dostosowanie nowej dyrektywy do norm krajowych będzie odpowiedzialne Ministerstwo Finansów. Stoi ono na stanowisku przyjęcia jak najbardziej przyjaznych dla spółek nowych przepisów o rachunkowości, w tym zaleca stosowanie miękkich instrumentów (zaleceń i rekomendacji). Podobnie jak inne kraje członkowskie Polska ma obowiązek wdrożyć przepisy nowej dyrektywy do 6 grudnia 2016 r., jednak oficjalnie zacząć one obowiązywać od 1 stycznia 2017 r. Na tym etapie pozostaje jednak jeszcze wiele pytań, co do zakresu obowiązywania dyrektywy w Polsce. Nie ma jasności, co do procesu sprawozdawczego i tego, jakie ostatecznie standardy raportowania zostaną przyjęte.

Trwa dyskusja nad definicją i zakresem „jednostek zainteresowania publicznego”. Nie ma wiedzy – przyjdzie ona oczywiście dopiero z czasem – co do tego, jaki będzie wpływ zmian na stan rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu w Polsce.

Należy przyznać, że raportowanie społeczne według uznanych światowych standardów w Polsce nie jest zbyt popularne. W ciągu roku takich publikacji, obejmujących wpływ firm czy organizacji na społeczeństwo i środowisko powstaje od 30 do 40. W porównaniu z liczbą około 450 spółek notowanych na warszawskiej giełdzie, liczba ta wydaje się dość skromna. Choć zauważalny jest pewien postęp, to nie dochodzi jednak do żadnych przełomowych zmian.

Jakość sprawozdań wzrasta

Szansę na przeanalizowanie rozwoju polskiej sprawozdawczości niefinansowej stwarza konkurs Raporty Społeczne. Organizowany jest on od 2007 r. przez firmy PwC i SGS oraz Stowarzyszenie Forum Odpowiedzialnego Biznesu. W jego pierwszej edycji zgłoszono 11 raportów, a w ostatniej w 2014 r. – 31. Biorąc pod uwagę różne cykle raportowania dwu-, czasem trzy letnie możemy zakładać, że firm raportujących na co dzień swoją pozafinansową działalność jest więcej, niż tych zgłoszonych do konkursu. Zauważalną tendencją jest także wzrost pod względem jakościowym tych sprawozdań. W ostatniej edycji spośród 31 raportów aż 28 zostało opracowanych według najpopularniejszego standardu raportowania CSR – Global Reporting Initiative.

Skuteczny sposób na zarządzanie ryzykiem

Prócz korzyści dla Jednolitego Rynku Europejskiego, raportowanie – choć na początku dość przerażające dla firm – przynosi szereg korzyści. Większa transparentność pozwala odpowiedzieć na coraz większe oczekiwania interesariuszy w zakresie przejrzystości. Raportowanie staje się skutecznym narzędziem zarządzania procesami wewnętrznymi, w tym zarządzania ryzykami. Stwarza szansę na rozwój komunikacji z otoczeniem, a dzięki temu na zdobycie jego zaufania. Warto zatem przy określaniu bilansu nowej dyrektywy uwzględnić także korzyści płynące z jej przyjęcia i bodźca do tego, aby firmy stały się bardziej przejrzyste.

Autorka jest koordynatorką mediów i promocji Forum Odpowiedzialnego Biznesu

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

RAPORT CSR 2014

ECODRIVING INNOWACJĄ W TRANSPORCIE
18 grudnia 2014 r.



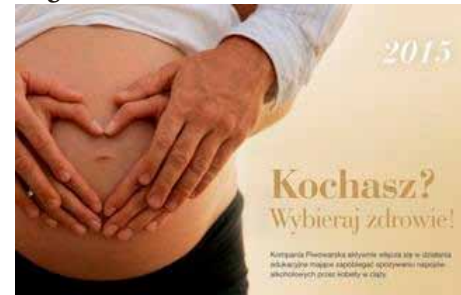
Koleje Mazowieckie otrzymały Nagrodę Innowacyjności w Transporcie. Zgodnie z założeniami konkursu, przyznawana nagroda jest wyróżnieniem dla przedsiębiorstw, instytucji i innych podmiotów, które wnoszą znaczący wkład w unowocześnianie i rozwój transportu jako podstawowego elementu gospodarki Polski i Unii Europejskiej, budując pozytywny wizerunek systemu transportowego i logistyki oraz przyczyniając się do wzrostu globalnej konkurencyjności gospodarki Polski. Tegoroczna edycja konkursu organizowanego przez Fundację Centrum Analiz Transportowych i Infrastrukturalnych jest prowadzona po raz trzeci.

WARSZAWA BARDZIEJ EKO
17 grudnia 2014 r.



W siedzibie Miejskich Zakładów Autobusowych w Warszawie, przedstawiciele zarządu MZA oraz firmy Solaris Bus & Coach SA podpisali umowę na dostawę 10 autobusów Solaris Urbino 12 electric. Jest to pierwszy w Polsce tak duży kontrakt obejmujący zakup autobusów elektrycznych. Pierwsze, niezwykle ekologiczne i ciche autobusy bateryjne zgodnie z umową zostaną przekazane do MZA w maju, a realizacja kontraktu zakończy się w czerwcu. Konstrukcja autobusów zostanie przygotowana w taki sposób, aby w przyszłości można również zastosować do uzupełniania baterii system szybkiego ładowania dachowego.

KOCHASZ? WYBIERAJ ZDROWIE!
10 grudnia 2014 r.



W nadchodzącym roku kobiety korzystające z porady lekarza ginekologa będą mogły podczas wizyty zerknąć na kalendarz kampanii „W ciąży nie piję alkoholu”. Ma on przypominać o konieczności rezygnacji z alkoholu w czasie ciąży dla dobra dziecka. Kalendarze na 2015 r., które przygotowała Kompania Piwowarska we współpracy z Fundacją FAS-TRYGA, trafiły właśnie do tysięcy gabinetów w całej Polsce. W tym roku przekaz bazuje na hasło „Kochasz? Wybieraj zdrowie!”. Organizatorzy chcą w ten sposób przypomnieć, że rezygnacja z napojów alkoholowych w czasie ciąży to decyzja podyktowana miłością do przyszłego potomka i troską o niego.

Europejskie firmy doceniają znaczenie CSR

Komisja Europejska przedstawiła w styczniu br. główne wnioski z publicznych konsultacji odnośnie nowej strategii CSR Unii Europejskiej. W opinii biznesu społeczna odpowiedzialność będzie miała duże znaczenie w budowaniu konkurencyjności europejskiej gospodarki w najbliższych latach.

W wyniku konsultacji Komisja otrzymała 525 odpowiedzi, w tym 44 proc. od przedstawicieli sektora prywatnego, 16 proc. od przedstawicieli społeczeństwa obywatelskiego i 14 proc. pozostałych odpowiedzi. Przedsiębiorcy dostrzegają dużą rolę unijnych instytucji w promowaniu idei CSR.

Więcej niż 80 proc. odpowiedzi potwierdziło znaczącą rolę Komisji Europejskiej w promowaniu CSR. Rezultaty konsultacji potwierdzają, że działania CSR są nie tylko dobre dla społeczeństwa, lecz także w istotny sposób wspierają firmy w działaniach na rzecz zmniejszenia ryzyka, zachęcania do długoterminowego myślenia strategicznego.

Raport z konsultacji potwierdza, że należy podejmować dalsze działania, szczególnie w celu zwiększania świadomości roli działań CSR dla biznesu. Dotyczy to szczególnie promocji społecznej odpowiedzialności wśród małych i średnich przedsiębiorstw, która – zdaniem uczestników konsultacji – powinna być bardziej aktywna niż do tej pory.

W Polsce włączaniem problematyki społecznej odpowiedzialności do strategii gospodarczych zajmuje się działający przy ministrze gospodarki Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. Jednym z jego głównych zadań jest tworzenie przestrzeni do dialogu i wymiany doświadczeń pomiędzy administracją publiczną, biznesem, organizacjami społecznymi i placówkami naukowymi w zakresie społecznej odpowiedzialności. Zadania te będą realizować grupy robocze zespołu, które wypracowywać będą rekomendacje i propozycje m.in. dotyczące wdrażania zasad CSR do polityki gospodarczej oraz edukacji i upowszechniania w zakresie CSR.

PG/mg.gov.pl

Czytaj i myśl na zakupach

W sklepach sieci Biedronka po raz kolejny ruszyła akcja edukacyjna „Czytaj etykiety”, której celem jest promocja prozdrowotnych zachowań wśród klientów sieci. Akcja prowadzona jest przez Instytut Żywności i Żywienia w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy.

Adam Krawczyk

Pierwsza edycja akcji „Czytaj etykiety” przeprowadzona w 2013 r., nie uszła uwadze naszej redakcji. Wyróżniliśmy wówczas Instytut Żywności i Żywienia za: „sprawnie przeprowadzoną akcję przy współudziale Jeronimo Martins Polska, właściciela sieci Biedronka”. Sieć jako jedyna zgłosiła chęć pomocy pracownikom instytutu.

W wywiadzie dla Raportu CSR, dr n. med. Agnieszka Jarosz, kierownik Centrum Promocji Zdrowego Żywienia i Aktywności Fizycznej IZZ, tłumaczyła wtedy: „Prowadziliśmy rozmowy z innymi, ale nikt nie zgodził się nam pomóc. Można powiedzieć, że nasza akcja została uznana jako niepotrzebne zamieszanie”. Tegoroczna edycja to dowód na to, że współpraca pracowników Instytutu i Biedronki jest przewidziana na lata. – Aby zmienić ludzkie zachowania wystarczy czasem od 8 do 10 lat, inne badanie mówi nawet o 30 latach – mówi dr Jarosz.

Wybierać, zamiast ograniczać

Cel akcji to nauka poprawnego interpretowania informacji podanych na etykietach produktów spożywczych, a tym samym podejmowania racjonalnych decyzji, które wpływają na stan zdrowia.

W Polsce świadomość tego, co wkładamy do sklepowych koszyków, jest bardzo niska, a jedynym wyznacznikiem, którym kierujemy się przy zakupach, jest data ważności. Następnym tego jest szereg problemów zdrowotnych, których można uniknąć rezygnując z niektórych produktów.

Wskaźnik otyłości wynosi w Polsce aż 16 proc., co oznacza, że nasza wiedza na temat spożywanych produktów jest znikoma. Eksperti i dietetycy przekonują, że walka z otyłością nie polega na ograniczeniu ilości jedzenia, a na właściwym wyborze produktów. – Zwiększenie aktywności fizycznej oraz zdrowe żywienie polegające m.in. na zmniejszeniu spożycia tłuszczów i cukru to sposoby na ograniczenie otyłości – przekonują.

Czytać, żeby zrozumieć

Do 18 marca br. w każdą środę, w wybranych sklepach Biedronka na terenie województwa mazowieckiego, klienci sieci mogą skorzystać z bezpłatnych porad dietetyków i otrzymać materiały edukacyjne na temat właściwej interpretacji etykiet produktów spożywczych.

– Dbałość o wysoką jakość i bezpieczeństwo oferowanych produktów jest jednym z klu-



czowych elementów strategii sieci Biedronka. Firma stawia sobie także za zadanie edukację klientów i podnoszenie świadomości w zakresie zdrowego stylu życia. Dlatego właśnie zdecydowaliśmy się po raz kolejny na współpracę z IZZ przy akcji „Czytaj Etykiety” – mówi Justyna Szymani, dyrektor działu rozwoju jakości produktu Jeronimo Martins Polska. Podczas pierwszej edycji akcji, dzięki publikacjom w folderach, magazynie „Kropka TV” czy na stronie www.biedronka.pl, z po-

radami mogło się zapoznać około 10 mln klientów. Dzięki plakatom informacyjnym o akcji mogli się także dowiedzieć bezpośrednio podczas zakupów klienci sieci, którzy każdego dnia, w liczbie ponad 3,5 mln, odwiedzali sklepy Biedronka.

– Cieszymy się, że nasza akcja edukacyjna po raz drugi trafi do klientów sieci Biedronka. Podczas pierwszej edycji w 100 sklepach udzielono ponad 8 088 porad i konsultacji oraz rozdano ponad 13 400 ulotek – mówi dr n. med. Jarosz.

Reklama

Już 24.02, 10.03 i 24.03 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**

1 PROCENT – NIBY NIEWIELE, A JEDNAK TAK DUŻO

Sebastian Brański
rzecznik Federacji MSP

Dla wielu organizacji pozarządowych mających status OPP, środki uzyskiwane od darczyńców w postaci odpisu 1 proc. podatku dochodowego stanowią stałą pozycję ich budżetów rocznych. Jednak nie wszystkie organizacje pożytku publicznego mogą cieszyć się wpływami z 1 proc. Otóż takich organizacji jest w Polsce ponad 8 tys., a tylko niewielka

część z nich znana jest szerszej opinii publicznej. Oczywiście są organizacje, dla których dochód z 1 proc. stanowi znaczną część ich środków budżetowych – mowa o organizacjach, na które Polacy przekazują co roku miliony złotych. Jednak dla mniejszych, mniej znanych lub bardziej niszowych organizacji, dochody z tego tytułu (o ile w ogóle

takie są) sięgają od kilku do kilkunastu procent ich rocznego budżetu. Jako organizacja mająca status OPP, Federacja Małych i Średnich Przedsiębiorstw co roku otrzymuje od darczyńców środki z 1 proc. podatku, które stanowią kilkanaście procent naszego budżetu rocznego.



Monika Sadowa
rzecznik prasowy Fundacji
Dzieciom Zdążyć z Pomocą

1 procent podatku stanowi cenne wsparcie dla ponad 26 tys. chorych i niepełnosprawnych dzieci, objętych opieką przez naszą fundację. Dzięki środkom uzyskanym z odpisów podatku rodzice naszych podopiecznych są w stanie finansować wydatki związane z chorobą lub niepełnosprawnością. Mogą zapewnić dzieciom udział w turnusach rehabilitacyjnych, zakupić sprzęt terapeutyczny, leki. 1 proc. można przekazać na potrzeby wybranego podopiecznego albo na cele statutowe fundacji. Środki przeznaczone dla konkretnego dziecka w całości są rozdysponowywane na jego leczenie i usprawnianie. Odpisy na rzecz fundacji wspierają działalność trzech ośrodków rehabilitacji, z których korzystają podopieczni. Nawet najmniejszy odpis składa się na realną i bardzo potrzebną pomoc.

Aleksander Kartasiński
prezes zarządu Fundacji Happy Kids

Małe organizacje nie mają szans w promowaniu się w starciu z gigantami, jakimi są organizacje zakładane przez media. Antidotum na to jest skupienie wokół swojej działalności lokalnego społeczeństwa, zdobycie jego zaufania poprzez transparentność i efektywne zarządzanie pozyskanymi środkami. Zbieramy tu i wydajemy tu – takie po-

stawy powinny wspierać lokalne samorządy, przejmując część finansowania promocji lokalnych NGO. Przykładem jest ruch „Procent dla Łodzi”, który zapoczątkowały cztery łódzkie fundacje, namawiając mieszkańców do wspierania łódzkich organizacji. Inicjatywa wspierana jest przez lokalne władze.

Katarzyna Michalska-Miszczuk
prezes zarządu Fundacji Tesco Dzieciom

Fundacja Tesco Dzieciom otrzymała status Organizacji Pożytku Publicznego w październiku 2014 r., dlatego w tym roku po raz pierwszy może pozyskiwać 1 proc. podatku z rozliczeń za rok 2014. Status OPP jest dla nas wyrazem zaufania społecznego, ale i dużą odpowiedzialnością. Chcemy jak najlepiej wykorzystywać pozyskane pieniądze, dla-

tego też całość przeznaczymy na jeden cel – wsparcie rodzinnych domów dziecka. Idea rodzicielstwa zastępczego jest nam bliska już od wielu lat, wspieramy ją m.in. poprzez dofinansowanie powstawania nowych rodzinnych domów dziecka. Do przekazywania 1 proc. podatku zachęcamy w pierwszej kolejności naszych pracowników i klientów.

DEPESZE CSR RAPORT
www.raportcsr.pl

WOLONTARIAT PRACOWNICZY NIESIE KORZYŚCI
6 grudnia 2014 r.

Fundacja Kronenberga
citi handlowy inspiracja do działania

Najnowsza edycja badania Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, przeprowadzonego wśród uczestników Programu Wolontariatu Pracowniczego w Citi, wskazuje, że na aktywnościach związanych ze wspieraniem innych zyskują nie tylko odbiorcy, lecz także sami wolontariusze i firmy. Wolontariat pracowniczy ma pozytywny wpływ zarówno na umiejętności zawodowe, efektywność, jak i bezpośrednio oraz przekłada się na poczucie satysfakcji pracowników. Motywacje do podejmowania działań wolontariackich są różne, a wśród pracowników Citi dominuje chęć pomocy innym.

RUSZA PIERWSZA W KRAKOWIE
STREFA RODZICA
5 grudnia 2014 r.

Program „Strefa Rodzica” został stworzony, by rodzice i ich dzieci w trakcie hospitalizacji mogli spędzać więcej czasu razem w komfortowych warunkach. Stworzenie miejsca, w którym dzieci objęte leczeniem choć na chwilę mogą oderwać swe myśli od codziennych problemów i spędzić w miłej atmosferze czas z rodzicami i opiekunami, jest głównym celem programu. Krakowska placówka jest już ósmą w Polsce, w której powstanie „Strefa Rodzica”. Projekt jest realizowany przez firmę Budimex SA. „Strefa Rodzica” została uroczystie otwarta w połowie grudnia 2014 r.

BIURO PRASOWE „PIJANY KIEROWCA”
WRÓCIŁ DO CNK
5 grudnia 2014 r.



Od 3 grudnia w Centrum Nauki Kopernik można sprawdzić, jak wygląda prowadzenie samochodu po spożyciu alkoholu. Po niemal półrocznej modernizacji do CNK powrócił eksponat „Pijany kierowca”. Sponsorem jego renowacji był PZU. „Pijany kierowca” to specjalny symulator jazdy, który pozwala w kontrolowanych warunkach przekonać się, dlaczego prowadzenie samochodu pod wpływem alkoholu jest niebezpieczne. Cała symulacja uświadamia jak wskutek zaburzeń wzroku i sprawności manewrowania u osób nietrzeźwych słabnie kontrola nad autem.

DBAJ O PRZYRODĘ
29 listopada 2014 r.

Firmy Carlsberg Polska i Delikatesy Centrum podsumowały ekologiczną akcję w 150 wybranych sklepach sieci w województwach małopolskim, podkarpackim i mazowieckim. Organizatorzy akcji „Dbaj o przyrodę, a król gór Cię wynagrodzi” zachęcali konsumentów do odnoszenia butelek zwrotnych do punktów handlowych. Sześć zwycięskich, czyli najbardziej zaangażowanych w akcję sklepów, otrzymało nagrody finansowe do spożytkowania na rzecz lokalnych społeczności. Wśród sześciu zwycięskich sklepów znalazły się trzy punkty handlowe z województwa małopolskiego oraz trzy z podkarpackiego.

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

święcony obszarowi CSR. Ukazały się już
24. edycje 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
I (2009)	Polkomtel
	Grupa AXA
II (2009)	PKP CARGO i Fundacja Era Parowozów
	Fundacja Polsat i kanał Polsat News
III (2010)	Krajowa Izba Gospodarcza, Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania, Instytut Globalizacji, Centrum Monitoringu Wolności Prasy przy SDP, Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”
	Polkomtel
IV (2010)	Narodowy Bank Polski
	„Koleje Mazowieckie – KM”
V (2010)	CARITAS Polska i Jeronimo Martins Polska
	Super Express i SKOK-i
VI (2010)	PKP PLK
	DOZ
VII (2011)	Fundacja Anny Dymnej „Mimo Wszystko”, Anna Mirska-Perry i Impel Cleaning
	Elżbieta Radziszewska – Pełnomocnik Rządu ds. Równego Traktowania, Hanna Gronkiewicz-Waltz – Prezydent Miasta St. Warszawy, Krajowa Izba Gospodarcza i Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych
VIII (2011)	Tesco
	Danone, Lubella, Biedronka oraz Instytut Matki i Dziecka
IX (2011)	Fundacja Św. Jana Jerozolimskiego
	redakcja programu „Biznes Kurier” i Warszawski Ośrodek Telewizji Polskiej SA
X (2011)	Pelion, Apteki Dbam o Zdrowie, Hanna Zdanowska – Prezydent Miasta Łódź
	Jacek Janiszewski – Przewodniczący Rady Programowej Stowarzyszenia Integracja i Współpraca
XI (2011)	TVP2 i Program „Pytanie na śniadanie”
	PKP CARGO
XII (2012)	Fundacja Universitatis Varsoviensis i Klub Hybrydy
	Stowarzyszenie Akademia Rozwoju Filantropii
XIII (2012)	Fundacja Banku Gospodarstwa Krajowego im. J. K. Steczkowskiego
	KGHM Polska Miedź SA
XIV (2012)	Polski Związek Piłki Siatkowej
	Dziennik Gazeta Prawna i program BIZON w Radiu PIN
XV (2012)	Grupa Ferrero
	Fundacja „Energia z serca” Polskiej Grupy energetycznej
XVI (2013)	Wydawnictwo Macmillan Education i Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej
	Ministerstwo Skarbu Państwa i redakcja Pulsu Biznesu
XVII (2013)	Grupa Wydawnicza Polska Presse
	Pracodawcy RP
XVIII (2013)	Instytut Żywności i Żywienia, przy współpracy z Jeronimo Martins Polska
	Orange Polska i Fundacja Orange
XIX (2013)	CARITAS i „Porozumienie Nowoczesna Edukacja”: WSiP, Nowa Era, Oxford University Press, Pearson, Macmillan, Żak, Zamkor, Cambridge University Press i LektorKlett
	Johnson & Johnson Vision Care
XX (2014)	Super Express oraz Prezydent m.st. Warszawy, Hanna Gronkiewicz-Waltz
	Polskie Radio Program 1
XXI (2014)	Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza
	Centrum Monitoringu Wolności Prasy przy SDP
XXII (2014)	Spółdzielcza Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa w Wołominie (SKOK Wołomin)
	Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej
XXIII (2014)	Fundacja Chleb to Zdrowie
	Agencja ISBNews
XXIV	Fundacja Dorastaj z Nami
	Astra

➔ Laureaci Raportu CSR

Pracodawca Godny Zaufania

Jednym z najważniejszych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu jest polityka pracownicza. Nikogo nie trzeba już dziś przekonywać, że przyjazne relacje pomiędzy pracodawcą a pracownikiem budują zaufanie, co zwyczajnie wszystkim się opłaca. Jednym z projektów, który promuje społeczne zachowania wśród pracodawców, wyróżnionym przez kapitułę naszego Raportu, jest konkurs o tytuł „Pracodawca Godny Zaufania”.

Adam Krawczyk

– Celem konkursu „Pracodawca Godny Zaufania” jest upowszechnienie dobrych praktyk w relacjach pracodawca – pracownik – mówi Andrzej Arendarski, prezes Krajowej Izby Gospodarczej, członek Kapituły Konkursu. – Z zadowoleniem obserwujemy, że pracodawcy w Polsce coraz częściej walczą o dobrych pracowników poprzez rozbudowane pakiety socjalne, zaangażowanie załogi w rozwiązywanie problemów ekologicznych, wsparcie lokalnych społeczności, czy wreszcie inicjatywy ułatwiające pogodzenie wychowania dzieci z pracą. Chcielibyśmy, aby nagradzane przez nas w konkursie, wykraczające poza standard elementy polityki pracowniczej, stawały się standardem w polskim biznesie – dodaje.

Wybór zwycięzców konkursu jest dokonywany na podstawie ankiet oraz rozmów z kandydującymi firmami. Do tej pory wśród laureatów konkursu znalazły się największe firmy działające w Polsce, takie jak: PKN Orlen, Jeronimo Martins Polska (Biedronka), Mostostal Warszawa, Pelion, Polkomtel, PKP Cargo czy Żywiec Zdrój. Poza Krajową Izbą Gospodarczą w skład kapituły konkursu wchodzi m.in. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska” oraz Centrum Monitoringu Wolności Prasy przy Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich. Konkurs co roku skierowany jest do innych branż – w roku 2014 kapituła wybrała najlepszych pracodawców z branży transportowej (kolej), spółdzielczych instytucji finansowych oraz mediów. W tym roku



**Andrzej Arendarski, prezes
Krajowej Izby Gospodarczej,
członek Kapituły Konkursu**