

# CSR

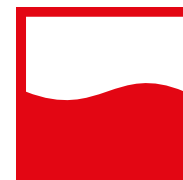
## Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

EDYCJA XXVIII

Partnerzy raportu



Ubezpieczenia  
Pocztowe



TERAZ POLSKA

Kurier365.PL

RAPORT  
CSR.PL

SUPERBIZNES SUPER



# OCHRONA ZDROWIA JAKO ELEMENT DZIAŁAŃ CSR

Diaverum Polska, firma wyróżniona w XXVIII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za działania prowadzone na rzecz pacjentów



Finmeccanica Helicopter Division, właściciel PZL-Świdnik, wyróżniona w XXVIII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za działania prowadzone na rzecz lokalnych społeczności



## Drodzy Czytelnicy

Oddajemy w Wasze ręce 28. numer Raportu CSR, specjalnego dodatku Gazety Finansowej, stanowiącego kompendium wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu. W tej edycji szczególną uwagę poświęciliśmy działaniom CSR związanym z ochroną i profilaktyką zdrowotną.

– Działania CSR w zakresie ochrony zdrowia i zdrowego stylu życia mogą być różne. Ale każda firma, niezależnie od wielkości, podejmując je, staje się wielką – pisze na kolejnych stronach dodatku Bogusław Mazur, sekretarz redakcji portalu RaportCSR.pl. Trudno się z tym nie zgodzić. Odpowiedzialna polityka pracownicza, w której główny nacisk kładzie się na ochronę zdrowia

zatrudnionych, to korzyść dla firmy. Zyskuje na tym zarówno jej wizerunek, jak i wydajność pracy. Podobnie ma się sprawa z działaniami, których celem jest promocja tzw. zdrowych praktyk, np. badań okresowych. Budowanie dobrej opinii firmy, w świetle odpowiedzialności za zdrowie społeczeństwa, przynosi wymierne efekty. Również te, w wymiarze komercyjnym. Taka forma

CSR-u, podobnie jak zdrowie, jest nie do przecenienia. Pierwszym laureatem 28. edycji Raportu została firma Diaverum Polska, która prowadzi sieć klinik nefrologicznych. Firma została wyróżniona za działania prowadzone na rzecz pacjentów. Pod opieką lekarzy Diaverum znajduje się prawie 10 tys. osób. Tak duża liczba pacjentów wymaga ogromnej odpowiedzialności i troski, szczególnie że dobre samopoczucie ma kolosalny wpływ na proces leczenia. Drugim z laureatów jest spółka Finmeccanica Helicopter Division, właściciel PZL-Świdnik,

która została wyróżniona za działania prowadzone na rzecz lokalnych społeczności. Firma, która zatrudnia prawie 3,5 tys. pracowników nie dość, że jest jednym z największych pracodawców w regionie, to również aktywnie angażuje się działania społeczne skierowane do mieszkańców.

Na kolejnych stronach Raportu przeczytamy też o działaniach fundacji „Teraz Polska” i realizowanym programie „Teraz Polska Trzyma Formę”, którego celem jest upowszechnianie w społeczeństwie wiedzy na temat zdrowego stylu życia.

W imieniu całej redakcji chcieliśmy też podziękować naszym partnerom, którzy wspólnie z nami realizują idee społecznej odpowiedzialności biznesu: Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”, redakcji Super Biznesu (ekonomiczny dodatek Super Expressu), a także portalowi Kurier365.pl. Szczególne podziękowania należą się jednak Wam drodzy czytelnicy, za to, że jesteście z nami i po raz kolejny mamy przyjemność spotkać się na łamach naszego Raportu CSR.

Redakcja

# CSR RACZKUJE, ALE TO JUŻ COŚ!

Cały świat podziwia ją w roli śpiewaczki operowej, ale Alicja Węgorzewska nie ogranicza się tylko do roli artystki. Prowadzi też fundację Startsmart, która zajmuje się świadomą i szeroko pojętą edukacją dzieci oraz rozwijaniem ich potencjałów językowych i artystycznych. Fundacja prowadzi też żłobek i przedszkole „Aniołowo”, funduje stypendia i dofinansowuje czesne w tej placówce. W ramach swoich działań realizuje też szereg inicjatyw związanych z profilaktyką zdrowotną.



**Jaka duża, Pani zdaniem, jest świadomość polskich przedsiębiorców, jeśli chodzi o działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu?**

Każda poważna firma ma wpisana w swoją politykę podobną działalność. Wydaje się, że im większa firma, tym więcej powinna z siebie dawać. Warto zwrócić uwagę na mecenat sztuki na świecie – żadna sztuka nie żyje już z samych biletów, szczególnie jeśli myślimy o tzw. wysokiej, ambitnej kulturze, która niesie ze sobą przesłanie i wartości edukacyjne.

W Polsce świadomość tego, jak ważna jest społeczna odpowiedzialność biznesu, jest jeszcze mała. Można powiedzieć, że dopiero raczkuje, ale to już coś, i z tego się bardzo cieszę.

**Występuje Pani w wielu miejscach na świecie, jak przez ten pryzmat postrzega Pani działania CSR skupione na wsparciu kultury?**

W przypadku kulturalnych inicjatyw na świecie mamy do czynienia z listą mecenasów sztuki, zarówno jeśli chodzi o wsparcie osób prywatnych, jak i firm. Ta tzw. lista obejmuje nawet sto nazwisk i firm. W Polsce, z reguły, takie inicjatywy są wspierane głównie przez spółki skarbu państwa, które są zobowiązane do tego wewnętrzną polityką CSR. To tzw. sponsorzy strategiczni dużych projektów kulturalnych, np. LOTOS, który wspiera Operę Bałtycką. Ale to są dwie, góra trzy „nazwy”, a nie kilkadziesiąt.

**Dlaczego polskie firmy nie prowadzą na szeroką skalę takich działań, mimo że na Zachodzie jest to standard?**

Okres, w którym nasz kraj przechodził transformację był od początku nastawiony przede wszystkim na maksymalizację zysków finansowych. Kwestia wizerunku była

sprawą drugoplanową. Poza tym, w przypadku kultury, największe marki, a co za tym idzie: pieniądze, pokazują się przy tzw. kulturze masowej, popularnej. Jednak ta forma kultury, w każdym kraju, finansowo broni się sama.

**Prowadzi Pani fundację Startsmart. Czym zajmuje się fundacja, jakie są Pani doświadczenia jeśli chodzi o pozyskiwanie partnerów czy sponsorów?**

Fundacja działa już ósmy rok. Mamy więc duże doświadczenie i spory dorobek, jeśli chodzi o projekty kulturalne i festiwalowe. Prowadzimy też działania związane ze świadomą edukacją dziecka, już od etapu żłobkowo-przedszkolnego. Obok samej edukacji fundacja zwraca też uwagę na takie problemy jak schorzenie u najmłodszych. Zapoczątkowaliśmy wydarzenie o nazwie „Dni Autyzmu” zorganizowane na warszawskim Ursynowie. Do tej pory miały miejsce już dwie edycje. Na tym przykładzie muszę przyznać, że często o wiele łatwiej udaje się pozyskać wsparcie medialne, a przy okazji festiwalu wsparcie organów kultury niż prywatnych sponsorów.

Niestety, jest najczęściej jest tak, że jeśli ktoś chce już wydać duże pieniądze, to woli przekazać je na spektakularne projekty, nie zaś na małe, lokalne wydarzenia. Myślę, że to zwykła kalkulacja opłacalności, związana z promocją własnego wizerunku. Czyli ile można zainwestować i osiągnąć.

Ciekawym przypadkiem był festiwal im. Jana Kiepury organizowany w Krynicy-Zdroju. Sponsorzy zainteresowali się wydarzeniem dopiero wtedy, kiedy udało mi się zorganizować wozy telewizyjne, które prowadziły transmisję festiwalu „na żywo”. Niestety, tu nie chodziło o wydzwięk kulturalny festiwalu, ale po prostu o transmisję...

**W ramach swoich działań realizujecie też szereg inicjatyw związanych z profilaktyką zdrowotną.**

W codziennej pracy fundacji prowadzimy dla dzieci terapie, absolutnie bezpłatne, które finansujemy z własnych środków i wsparcia, które otrzymujemy od partnerów. Wciąż nie są to jednak sponsorzy prywatni. Szczególny wpływ kładziemy też na tzw. arteterapie i muzykoterapie, co ma duży wpływ na poprawny rozwój dziecka.

W zeszłym roku zorganizowaliśmy trzydniowy festiwal „Otwieramy drzwi do świata muzyki”. Obok elementów muzyki i arteterapii, zaproponowaliśmy też wykonanie podstawowych badań takich jak EKG serca, ciśnienie czy poziom cukru. Ponadto prowadziliśmy też badania dla seniorów, które cieszyły się ogromnym zainteresowaniem. Każdego dnia odwiedzało nas ponad 800 osób, co daje prawie 2,5 tys. uczestników w trakcie całego festiwalu!

**Czy taka forma działań CSR jest ważna, czy jest to po prostu jakiś drugoplanowy element odpowiedzialności firm?**

Tak, to bardzo ważny element działań związanych z odpowiedzialnością społeczną. Trzeba uświadamić ludzi, żeby sami dążyli do kontroli nad swoim zdrowiem. Należy też zwrócić uwagę na to, ile schorzeń i chorób bierze się wyłącznie z tego, że nie mamy świadomości jak ważna jest profilaktyka zdrowotna, np. wystarczy czasami tylko kontrolować ciśnienie krwi, żeby nie doprowadzić do wylewu. Nasza fundacja nie prowadzi działalności medycznej, ale jeśli ktoś zainteresował się np. muzykoterapią, to warto przy okazji zachęcić go do wykonania podstawowych badań, które oczywiście trzeba zapewnić przy organizacji różnego rodzaju wydarzeń. Każdy taki przebadany pacjent to nasz sukces, z którego jesteśmy dumni.

➔ **Diaverum Polska, firma wyróżniona w XXVIII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za działania prowadzone na rzecz pacjentów**

## PERSONEL DIAVERUM DLA PACJENTÓW

Prawie 10 tysięcy, tyle osób znajduje się pod opieką lekarzy nefrologów w ośrodkach firmy Diaverum. Tak duża liczba pacjentów wymaga ogromnej odpowiedzialności i troski, szczególnie że dobre samopoczucie ma kolosalny wpływ na proces leczenia.

**Anna Woźniak**

Firma Diaverum jest obecna na polskim rynku medycznym od 15 lat. We wszystkich ośrodkach nefrologicznych firmy, stacjach dializ, poradniach i oddziałach, chorzy są otoczeni nie tylko specjalistyczną opieką, ale

przede wszystkim życzliwymi ludźmi, którzy robią wszystko, aby ułatwić pacjentom codzienne funkcjonowanie. Choroby nerek bardzo często są schorzeniami przewlekłymi, oznacza to, że leczenie jest nieodłącznym elementem ich życia. Lekarze Diaverum sta-

rają się sprawić, aby pacjenci czuli się komfortowo podczas leczenia stwarzając im niemal domowe warunki. Personel angażuje się m.in. w organizację przyjęć urodzinowych pacjentów. W stacji dializ Diaverum w Kościerzynie obchodzono w minionym roku 80. urodziny jednego z pacjentów, który od ponad siedmiu lat wymaga przewlekłego leczenia metodą hemodializy. Pracownicy stacji zorganizowali też wernisaz prac pacjenta – obrazów wykonanych techniką haftu krzyżykowego. Z kolei w ośrodku dializ w Głubczycach były świętowane 90. urodziny pacjenta, w ramach których firma wydała tomik jego wierszy.

Firma organizuje również wiele spotkań dla pacjentów i ich rodzin. W ubiegłym roku odbyło się m.in. spotkanie pacjentów i personelu ośrodka dializ NZOZ Diaverum w Olsztynie, którzy spotkali się w Osadzie Kozackiej Ataman. Biesiada w folklorystycznym stylu, w urokliwym miejscu nad jezio-



rem, była uświetniona występem zespołu, którego założycielem jest jeden z pacjentów. Przy dźwiękach cygańskiej muzyki odbywały się tańce, śpiewy i zabawy rekreacyjne. Pacjenci ośrodka dializ Diaverum w Starogardzie Gdańskim uczestniczyli w spotkaniu w Grodzisku Owidz, gdzie znajduje się zrekonstruowana wczesnośredniowieczna osada. Wszyscy obecni mieli możliwość wzięcia udziału w grach, zabawach i specjalnie przygotowanym konkursie. Podczas tych spotkań chorzy mogą wymienić się nawzajem swoimi doświadczeniami związanymi z chorobą, a także mają szansę na nawiązanie nowych znajomości. W ośrodkach Diaverum realizowany jest również Program Edukacji Pa-

cjentów. Każda stacja dializ udostępnia pacjentom zestawy książek, poradników i broszur informacyjnych, a na serwerach firmy udostępnione są materiały video oraz platforma e-learningowa. Program ten pomaga zrozumieć, czym jest niewydolność nerek, poznać zasady dializoterapii oraz przybliżyć informacje na temat zastosowanego leczenia. Dzięki podnoszeniu wiedzy w tym zakresie, pacjent czuje się współodpowiedzialny za proces leczenia, dzięki czemu łatwiej mu wrócić do zdrowia. Pacjenci Diaverum często podkreślają, że dzięki oddanemu zespołowi lekarskiemu i pielęgniarskiemu, a także życzliwej atmosferze w ośrodkach życie ze schorzeniami nerek jest o wiele prostsze.



## Naszymi działaniami przywracamy chorym wiarę w normalne życie



**Rozmawiamy z Małgorzatą Poźniak, specjalistą ds. komunikacji Diaverum Polska.**

**Firma znana jest z wyjątkowego traktowania pacjentów. Jakie działania są podejmowane przez personel, żeby zasłużyć sobie na taką opinię?**

Misją Diaverum jest „poprawa jakości życia pacjentów z chorobami nerek”. Ten prosty przekaz określa cel istnienia naszej firmy. W Diaverum dokładamy wszelkich starań, by nie tylko poprawiać wyniki leczenia, lecz także jakość życia naszych pacjentów. Koncentrujemy się na pacjencie, jako osobie, na jego dobrym samopoczuciu fizycznym i emocjonalnym. Personel stacji dializ organizuje pacjentom różne formy aktywno-

ści pozamedycznej. Często jest to po prostu celebrowanie urodzin, jubileuszy, świąt, czy wspólne wyjście do teatru. Organizowane są także spotkania z dietetykiem, warsztaty rękodzieła artystycznego w ramach terapii zajęciowej oraz zajęcia rehabilitacyjne mające na celu poprawę wydolności fizycznej naszych pacjentów.

Od kilku już lat organizujemy spotkania pod hasłem „Letni Piknik z Diaverum”, które służą zacieśnianiu więzi między pacjentami i opiekującymi się nimi pracownikami ośrodków. Staramy się, by spotkania te były organizowane w miejscach rekreacyjnych, w otoczeniu przyrody. Wypoczynek i zabawa, tym kierujemy się podczas organizacji pikników, dlatego proponujemy dodatkowe atrakcje takie jak gra w bule, strzelanie z łuku, gry planszowe, czy tańce i karaoke, które zawsze cieszą się największym zainteresowaniem.

Formą innego rodzaju aktywności, do której namawiamy naszych pacjentów, jest współtworzenie kalendarza ściennego Diaverum. Ogłaszamy tematyczny konkurs fotograficzny i spośród wszystkich nadesłanych zdjęć wybieramy najciekawsze. Tak powstaje kalendarz ścienny, który później, w prezencie, otrzymują wszyscy pacjenci i pracownicy naszych ośrodków nefrologicznych.

Jesteśmy przekonani, że każdy rodzaj aktywności wpływa korzystnie na polepszenie jakości życia. Chcemy, by firma kojarzyła się nie tylko z leczeniem chorób nerek, lecz także z miłą i rodzinną atmosferą.

**Czy personel firmy jest w jakiś sposób szkoleny?**

Opieka pielęgniarska nad pacjentem, a w szczególności dializoterapia, stawia wielkie wymagania wobec wiedzy i umiejętności pielęgniarek. Z myślą o promowaniu bezpieczeństwa pacjentów i wysokich standardów opieki, Diaverum zapewnia wyjątkowy pakiet edukacyjny: program „Kompetencje w Praktyce”. Program ten muszą ukończyć wszyscy nowi pracownicy, bez względu na ich rolę w ośrodku.

W naszych ośrodkach optymizm i rodzinna atmosfera są też odczuwalne w sposób naturalny. Wszystko to ma na celu zapewnienie dobrego samopoczucia i satysfakcji pacjenta. Proszę pamiętać, że przewlekła choroba nerek to najczęściej choroba na całe życie. Leczenie dializami wymaga kilkugodzinnych zabiegów, wykonywanych średnio 3-4 razy w tygodniu. Możemy więc zaryzykować stwierdzenie, że stacja dializ to drugi dom, a opiekujący się pacjentami personel medyczny, to dobrzy znajomi.

Jesteśmy z naszymi pacjentami związani emocjonalnie. Chcemy, aby ich trudne życie z przewlekłą chorobą było jak najmniej uciążliwe. Stawiamy pacjentów w centrum wszystkich naszych działań, budujemy z pacjentami relacje oparte na zaufaniu i motywujemy ich do podjęcia aktywnej roli w leczeniu.

**W tym roku Diaverum Polska obchodzić będzie 15-lecie działalności. Jakie wydarzenia z tego okresu zapadły Pani szczególnie w pamięć?**

Kilka lat temu, kiedy po raz pierwszy zorganizowaliśmy „Letni Piknik z Diaverum”, przyjechała mniej niż połowa zaproszonych pacjentów. Większość uważała, że ograniczenia, jakie narzuca choroba nie pozwolą im na udział w proponowanej zabawie. Kiedy jednak usłyszeli relacje, jak wspaniale bawiono się na pikniku – zmienili zdanie. I tak z każdym kolejnym rokiem przybywa uczestników naszych spotkań.

Cieszę się, że naszymi działaniami przywracamy chorym wiarę w normalne życie. Pokazujemy, że nawet z przewlekłą chorobą można żyć aktywnie.

**Czy w najbliższym czasie planują Państwo kolejne**

**działania na rzecz chorych? Jeśli tak, to jakie to będą projekty?**

Przede wszystkim kontynuacja części projektów zainicjowanych w ubiegłym roku. Od niemal roku firma Diaverum oferuje pacjentom możliwość udziału w specjalnie przygotowanym programie edukacyjnym. Program Edukacji Pacjentów zatytułowany „Sztuka Życia”, został opracowany i skierowany do wszystkich objętych opieką przez firmę Diaverum, zarówno w stacjach dializ, poradniach, jak i oddziałach nefrologicznych. Udział w nim mogą wziąć również rodzina i bliscy pacjenta, oczywiście jeżeli wyrażają taką chęć. Program ten pomoże zrozumieć, czym jest niewydolność nerek, poznać zasady dializoterapii oraz przybliżyć rozmaite aspekty dotyczące zastosowanego leczenia.

Nowym projektem jest stworzenie czytelnicy w poczekalniach dla pacjentów. Na każdej stacji dializ, wydzielone jest miejsce, w którym pacjenci oczekują na zabieg lub transport medyczny. Planujemy umieścić tam biblioteczki i zorganizować akcję zbierania książek oraz czasopism. Pacjenci będą mogli zapoznać się z publikacjami na miejscu, zabrać książkę do domu lub zasilić biblioteczkę przeczytaną już przez siebie książką.

➤ **Finmeccanica Helicopter Division, właściciel PZL-Świdnik, wyróżniona w XXVIII edycji Raportu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za działania prowadzone na rzecz lokalnych społeczności**

## Miasto, które powstało na filarach odpowiedzialności

Świdnik to miasto, które swój rozwój zawdzięcza przedsiębiorczości. W tym roku mija 65 lat, od kiedy na jego terenie powstały zakłady PZL-Świdnik, jeden z kluczowych producentów śmigłowców na świecie. Od momentu powstania firma podejmuje liczne działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, szczególnie na rzecz wspierania lokalnej społeczności.

### Przemysław Gruz

Pierwszym z przykładów działań z zakresu CSR może być inicjatywa Świąteczne Życzenie, w ramach której władze PZL-Świdnik i Finmeccanica Helicopter Division (obecny właściciel PZL-Świdnik) postanowiły zaangażować swoich pracowników w działalność charytatywną. Celem przedsięwzięcia realizowanego w czterech krajach, w których



## Działamy na rzecz lokalnego rozwoju

**Ewa Kamińska, Dyrektor ds. Zasobów Ludzkich, PZL-Świdnik:**

Będąc jedną z największych firm na Lubelszczyźnie PZL-Świdnik od samego początku wspiera lokalną społeczność w takich obszarach jak kultura, sport, edukacja i działalność charytatywna, potwierdzając, że jest integralną częścią społeczności, w której funkcjonuje oraz, że jej wspieranie było od zawsze jednym z kluczowych obszarów zainteresowania spółki.

Działamy także na polu wspierania biznesu. Razem z Urzędem Miasta Lublin i Urzędem Marszałkowskim Województwa Lubelskiego powołaliśmy Lubelski Klaster Zaawansowanych Technologii Lotniczych, którego zadaniem jest wsparcie i rozwój sektora nowoczesnych technologii lotniczych na Lubelszczyźnie. Klaster po zakończeniu etapu organizacyjnego wszedł w fazę aktywnej działalności. Docelowo PZL-Świdnik wesprze klaster kwotą kilkuset tysięcy złotych. Obecnie na rzecz



PZL-Świdnik pracuje 900 polskich poddostawców, liczymy na to, że dzięki działalności klastra liczba małych i średnich przedsiębiorstw współpracujących z nami zwiększy się.

Firma nie tylko współpracuje z lokalną społecznością, ale też koncentruje się na swoich pracownikach. W PZL-Świdnik pracuje blisko 3500 osób, tak więc skala oddziaływania firmy jest bardzo duża. Dla-

tego PZL-Świdnik realizuje szereg inicjatyw mających na celu rozwój pracowników (np. szkolenia miękkie, doskonalenie umiejętności zawodowych) oraz poprawę standardów z zakresu BHP i ochrony środowiska. Ponadto firma otwarta jest na dyskusję z pracownikami na temat ich potrzeb i oczekiwań odnośnie ich rozwoju osobistego, np. za pośrednictwem systematycznie realizowanych ankiet.

działają spółki należące do Finmeccanica było udzielenie wsparcia finansowego wybranym organizacjom charytatywnym, prowadzącym ważną społecznie działalność. W ramach inicjatywy każdy pracownik mógł oddać swój głos na jedną z trzech wytypowanych organizacji charytatywnych i tym samym mieć wpływ na wielkość dofinansowania przyznanego przez spółkę. PZL-Świdnik przeznaczył na ten cel kwotę o równowartości 5000 EUR, która została rozdysponowana między organizacje proporcjonalnie do liczby zdobytych przez nie głosów.

PZL-Świdnik aktywnie angażuje się też w akcje społeczne organizowane przez stowarzyszenia zajmujące się niesieniem pomocy humanitarnej. Przykładem może być Gorączka Żłota Polskiego Czerwonego Krzyża. Poprzez udział w tej inicjatywie, pracownicy PZL-Świdnik, zbierając monety o nominałach 1, 2 i 5 groszy, przyczyniają się do dofinansowania letniego lub zimowego wypożyczynku dla najuboższych dzieci. Ponadto firma opiekuje się dwoma domami dziecka w Przybysławicach i Rybczewicach organizując zabawy choinkowe i przygotowując podarunki dla podopiecznych nie tylko z okazji świąt.

Firma, która zatrudnia prawie 3500 pracowników i jest jednym z największych pracodawców w regionie, aktywnie angażuje się we współpracę ze szkołami ponadpodstawowymi i uczelniami poprzez organizację praktyk, staży i wizyt w PZL-Świdnik. Mają one na celu zapoznanie uczniów i studentów z nowoczesnymi technologiami lotniczymi i zachęcenie ich do pracy w tym interesującym sektorze.

PZL-Świdnik jest również firmą, która angażuje się w branżowe inicjatywy badawcze, mające na celu tworzenie nowoczesnych i przyjaznych środowisku rozwiązań śmigłowcowych. Pierwszym przykładem w tej dziedzinie może być realizacja programu Green Rotorcraft w ramach inicjatywy Clean Sky, który ma na celu m.in. obniżenie poziomu hałasu oraz redukcję emisji spalin produkowanych przez śmigłowce, a także wykorzystanie materiałów przyjaznych środowisku do produkcji struktur śmigłowcowych. Innym zaś przykładem są projekty dotyczące eliminacji szkodliwych związków chromu z powłok galwanicznych realizowane w ramach programu sektorowego INNOLOT.

# Szlachetne zdrowie

O tym, że lepiej zapobiegać niż leczyć wiedział już klasyk. W dzisiejszych czasach ta zasada tylko zyskuje na aktualności, nic więc dziwnego, że szeroko pojęta profilaktyka zdrowotna jest tematem wiodącym kampanii społecznych, działań marketingowych i CSR-owych.

Natalia Witkowska



pracy wymienia się też brak równowagi między życiem osobistym a zawodowym oraz depresję. Prowadzą one często do chorób, które wiążą się z dużymi kosztami pracodawców. Rozwiązaniem tego problemu jest wdrażanie strategii zdrowia w firmach. Rezultatem tych działań jest poprawa samopoczucia pracowników, zwiększenie ich zaangażowania oraz redukcja absencji chorobowych.

Na tym tle pozytywnie wyróżnia się firma Jeronimo Martins Polska, która promuje profilaktykę zdrowotną w 11. już edycji programu „Razem za-

dbajmy o zdrowie”. Pracownicy firmy mogą skorzystać z bezpłatnych badań profilaktycznych oraz poszerzyć wiedzę na temat dbania o zdrowie.

Kolejnym krokiem na prozdrowotnej drodze firm społecznie odpowiedzialnych jest włączanie się w akcje prozdrowotne skierowane do lokalnej społeczności bądź wybranych grup społecznych. Firmy mają szerokie pole do popisu, bo w trendy profilaktyki zdrowotnej wpisuje się nie tylko edukacja i promocja badań profilaktycznych, lecz także cała gama prozdrowotnych nawyków – w tym promocja sportu i zdrowego odżywiania się.

Bank PKO promuje sport w programie „Biegajmy Razem” – wspierając największe maratony w Polsce oraz

motywując własnych pracowników do uczestnictwa poprzez programy wolontariatu. W propagowanie kultury picia alkoholu i edukację na temat szkodliwości przesadzania z napojami wysokokalorycznymi zaangażowała się Kampania Piwowarska. Firma Avon od dawna angażuje się w działania edukacyjno-profilaktyczne związane z rakiem piersi. I wreszcie sieć Biedronka, która od lat współpracuje z Instytutem Żywności i Żywienia na rzecz poprawy sposobu odżywiania się Polaków (np. akcja edukacyjna „Czytaj etykiety” i „Wiesz, co jesz”). Przykłady interesujących akcji związanych z profilaktyką zdrowotną można mnożyć, jednak wciąż jest wiele do zrobienia, bo przecież w zdrowym ciele zdrowy duch.

*Autorka jest redaktorem naczelnym portalu RaportCSR.pl*



➔ **DEPESZE CSR**  
www.raportcsr.pl

➔ **ZRÓWNOWAŻONE ŚWIĘTA**  
grudzień 2015 r.

Nasze zasoby naturalne są coraz skromniejsze. Statystyczny Polak „produkuje” rocznie 268 kg odpadów komunalnych – wynika z danych Głównego Urzędu Statystycznego. Ilość śmieci wzrasta przed „Gwiazdką”, a koszty ponosi środowisko i nasze portfele. INTERSEROH Organizacja Odzysku Opakowań przygotowała specjalny ekologiczny poradnik, o tym jak zorganizować i przeżyć Święta w sposób przyjazny dla siebie, otoczenia i środowiska.



➔ **IWITNESS W POLSKIM**  
WYDANIU

grudzień 2015 r.

IWitness Global Citizens Programme to program dla pracowników IKEA, którzy na własne oczy chcą zobaczyć, w jaki sposób wykorzystywane są środki zbierane w ramach kampanii społecznych prowadzonych m.in. przez firmę „Pluszaki dla Edukacji” i „Jaśniejsza przyszłość dla uchodźców”. W 2015 r. udział w programie po raz pierwszy wzięli polscy pracownicy IKEA, którzy wybrali się do Kambodży.



Firmy społecznie odpowiedzialne powinny zacząć od dbania o zdrowie własnych pracowników. Kreatywna polityka prozdrowotna sprawia, że pracownicy wykazują się większym zadowoleniem i zaangażowaniem. Jednak tylko 3 proc. firm w Polsce, jak wynika z raportu Working Well przeprowadzonego przez Buck Consultants, posiada w pełni wdrożoną strategię promocji zdrowia. Dla porównania na świecie strategią taką posiada 29 proc. firm biorących udział w badaniu.

Według raportu do podstawowych zagrożeń zdrowotnych w Polsce zalicza się m.in. niski poziom aktywności fizycznej, stres oraz nieodpowiednie odżywianie. To prowadzi do otyłości i innych problemów zdrowotnych. Wśród negatywnych czynników znacznie obniżających efektywność

Reklama

# RAPORT

# CSR.PL

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI

AKTUALNOŚCI AKCJE EKSPERCI

## DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

### WSPARCIE DLA PRZYSZYŁYCH MEDALISTÓW

grudzień 2015 r.

Z myślą o przyszłych mistrzach sportu powstała akcja na rzecz Polskich Nadziei Olimpijskich, która trwała do końca grudnia ub.r. Kupując produkty P&G, takie jak proszek do prania Ariel czy płyn do płukania Lenor, w sklepach sieci „Eurocash” oraz „Piotr i Paweł” można było wesprzeć rozwój młodych talentów, by za kilka lat mogli nam dostarczać niezapomnianych sportowych wrażeń, ale też sami realizować swoje marzenia. Zgromadzone fundusze przeznaczone zostaną także na rozwój i rehabilitację poprzez sport dzieci chorych i niepełnosprawnych.



### DOBRO SIĘ OPLACA I DO CIEBIE WRACA

grudzień 2015 r.

Zakończyła się właśnie pierwsza część kampanii „Pomaganie przez tankowanie”. Przez trzy tygodnie za każdy litr zatankowanego paliwa na stacjach LOTOS oraz część zysku była przeznaczana na spełnianie marzeń dzieci – podopiecznych partnerskich organizacji Fundacji LOTOS. „Pomaganie przez tankowanie” to pierwsza tego typu inicjatywa w polskiej branży paliwowej. Każdy kierowca tankując w trakcie trwania kampanii na stacjach paliw LOTOS zwiększał pulę zebranych środków. Udało się zbierać ponad 300 tys. zł.



# Odpowiedzialny biznes to zdrowy biznes

– Ceną wielkości jest odpowiedzialność – twierdził Winston Churchill. Opinia brytyjskiego premiera idealnie pasuje do działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu na rzecz ochrony zdrowia i zdrowego stylu życia. Wszak zdrowie jest bezcenne.

Bogusław Mazur



Korzyści jakie firmom przynosi podejmowanie działań prozdrowotnych są wielorakie. Pracownicy objęci zdrowotną opieką rzadziej chorują i są bardziej lojalni.

Klienci informowani o zdrowych produktach chętniej po nie sięgają i kojarzą markę ze zdrowiem. Pacjenci, którym oferuje się dodatkowe możliwości powrotu do zdrowia czują się objęci nadzwyczajną opieką, stając się ambasadorami marki. Potencjalni pacjenci mogą stać się rzeczywistymi, a ich profilaktyczne badanie pozwala rozrezać rynek. Wszystkie działania dostarczają też beneficjentom szczególnie deficytowy towar na rynku ludzkich uczuć – poczucie zwiększonego bezpieczeństwa. Popatrzmy na przykłady takich dobrych praktyk.

Szeroko zakrojone prozdrowotne działania podejmuje sieć Biedronka, należąca do Jeronimo Martins Polska. Firma od 2005 r. zaprasza dziesiątki tysięcy swych pracowników na bezpłatne badania profilaktyczne. Tylko w 2014 r. pracownicy skorzystali z ponad 10 tys. badań. W ramach programu „Razem zadbajmy o zdrowie” koncern prowadzi kampanię edukacyjną, której ambasadorami są sami pracownicy. Program badań profilaktycznych został wy-

różniony w Raporcie Dobrych Praktyk FOB, zwyciężył w plebiscycie Know Health i otrzymał Nagrodę Zaufania Złoty OTIS 2011 – najważniejszą nagrodę konsumentką polskiego rynku farmaceutycznego.

Sieć Biedronka znalazła się wśród partnerów I Narodowego Kongresu Żywnościowego organizowanego przez Instytut Żywności i Żywienia. Jest to zgodne ze strategią systematycznego poprawiania wartości odżywczej produktów marki własnej, np. poprzez obniżenie zawartości tłuszczu. We współpracy z Instytutem sieć dwukrotnie zorganizowała skierowaną do konsumentów akcję „Czytaj etykiety” i wydała folder z prozdrowotnymi wskazówkami „Wiesz, co jesz”. Wprowadziła też nową linię własną produktów spożywczych „kcal-culation – licz kalorie!”.

To tylko część prozdrowotnych działań sieci, wśród których można jeszcze wymienić podjęte wspólnie z projektantami Paprocki&Brzozowski oraz Fundacją DKMS Polska akcje promujące dawstwo szpiku kostnego. Szerzeniu idei służyły zaprojektowane specjalnie koce i poduszki, dostępne w sklepach Biedronka. – Zaangażowanie się w inicjatywę wspierającą działania na rzecz promocji zdrowia i pomocy potrzebującym oraz budujące świadomość społeczeństwa w tym zakresie na stałe wpisało się w politykę naszej firmy – podkreśliła w wywiadzie dla

portalu raportcsr.pl Anetta Jaworska-Rutkowska, kierownik ds. relacji zewnętrznych i CSR Jeronimo Martins Polska S.A.

Ogromne dokonania ma na koncie Instytut Fizjologii i Patologii Słuchu w Kajetanach. Ponad 410 tys. dzieci uczestniczyło w latach 2007-2014 w programach badań przesiewowych słuchu u dzieci ról-ników zamieszkałych na terenach wiejskich i badań przesiewowych słuchu dla uczniów klas I i VI warszawskich szkół podstawowych. Obydwa programy realizuje właśnie Instytut w Kajetanach. Badania pokazały, że ok. 14 proc. dzieci ma problemy z przewodzeniem dźwięku lub zaburzenia odbiorcze, że w grupie dzieci zakwalifikowanych przez lekarzy na badania kontrolne tylko 28 proc. rodziców wskazało na problemy związane ze słuchem u swoich dzieci oraz że tylko 27 proc. z grupy dzieci zakwalifikowanych na badania kontrolne miało wcześniej wykonane badanie słuchu. Czyż nie obrazuje to wagi profilaktycznych działań Instytutu?

Inny z rozlicznych zrealizowanych projektów – przy Instytucie został stworzony Park 10 tysięcy kroków. – Park ma zachęcać naszych pacjentów do aktywności fizycznej i przypominać im, jak ważna dla ich zdrowia jest codzienna dawka ruchu. Każdy krok poprawia zdrowie, ale ruch wśród zieleni jest szczególnie cenny dla organizmu. Leśne otoczenie sprzyja zdrowieniu – wyjaśniał w wywiadzie dla raportcsr.pl prof. Henryk Skarżyński, twórca i dyrektor Instytutu Fizjologii i Patologii Słuchu oraz Światowego Centrum Słuchu. Również Diaverum Polska, drugi

co do wielkości dostawca usług nefrologicznych w Polsce, wpisał w kulturę korporacyjną dobro pacjenta. Oczywiście każda medyczna instytucja stawia dobro pacjenta na pierwszym miejscu swych wartości, ale czy każda tę zasadę w praktyce realizuje? Tymczasem w Diaverum Polska – firmie, która jednak „żyje” z leczenia dializami – leczenie chorych na przewlekłą chorobę nerek rozpoczyna się możliwie najwcześniej, aby uniknąć groźnych powikłań i jak najbardziej opóźnić konieczność leczenia nerkozastępczego. Pacjenci mogą korzystać też z oryginalnego programu edukacyjnego. – U nas pacjent jest w centrum uwagi. Cały czas podlega stałemu monitorowaniu i dodatkowym konsultacjom – mówi Ryszard Zająć, dyrektor naczelny Diaverum Polska. – Takie podejście wpajamy też personelowi. Nasi lekarze nie są rozliczani za efektywność finansową, lecz za skuteczność leczenia.

Firma prowadzi też inne działania mające sprzyjać poprawie samopoczucia pacjentów, takie jak zorganizowanie ogniska w średnio-wiecznej osadzie Grodzisko Owidz. Zabawa pozwoliła 160 pacjentom i ich rodzinom zapomnieć o chorobie i troskach, co – wedle opinii specjalistów – ma zbawienny wpływ na kondycję psychiczną pacjentów. Event miał też charakter edukacyjny.

Jak widać, działania CSR w zakresie ochrony zdrowia i zdrowego stylu życia mogą być różne. Ale każda firma, niezależnie od wielkości, podejmując je, staje się wielką.

Autor jest sekretarzem redakcji RaportCSR.pl

## Reklama

**Kurier365.pl**

**Miejsca warte Twojego czasu**

**Nasza Europa**

# Druk uszlachetniony

**Pomaganie, to nie tylko wsparcie potrzebujących, lecz także tych, którzy to wsparcie niosą. Przykładem może być spółka Arcus, która wyposaża biura Stowarzyszenia Wiosna, organizatora znanej w całej Polsce akcji Szlachetna Paczka, w oszczędny biurowy sprzęt. Dzięki temu koszty druku spadły prawie o 1/3, co oznacza, że więcej środków można wykorzystać na pomoc!**

## Witold Kołodziej

Szlachetna Paczka, to jeden z największych projektów charytatywnych w Polsce realizowany przez Stowarzyszenie Wiosna. W 2015 r. w akcję zaangażowało się milion Polaków! Tak duża skala działania wymaga zaangażowania wielu wolontariuszy i dobrze zorganizowanego zaplecza biurowego. To dlatego, ze względu na wielkość prowadzonych operacji, koszty druku w biurze stały się istotną pozycją.

– Dzięki Arcusowi 12 drukarek różnych producentów pracujących w krakowskim biurze Stowarzyszenia zostało zastąpionych przez trzy wydajne urządzenia Kyocera. Liczba używanych rodzajów tonerów spadła pięciokrotnie, a miesięczny koszt ich zakupu – o połowę. Obniżając koszty, możemy efektywniej rozwijać nasze projekty – wyjaśnia Agata Brataniec ze Stowarzyszenia Wiosna.

– Ważnym elementem wdrożenia Arcus Kyocera MDS było także oprogramowanie MyQ, dzięki któremu możemy monitorować koszty związane z poszczególnymi akcjami, działaniami i użytkownikami. Narzędzie to daje także komfort użytkownikom ze względu na możliwość druku podążającego i bezpiecznego zwalniania wydruków, po autoryzacji kartą zbliżeniową. Co ważne, obsługa urządzeń oraz systemu jest intuicyjna i bardzo łatwa, a szkolenie z obsługi, które przechodzi każdy z naszych pracowników trwa kilka minut – dodaje Michał Jaskowski z biura Szlachetnej Paczki.

Oprogramowanie MyQ pozwala monitorować liczbę wydruków, a także przyznawać limity poszczególnym

użytkownikom. System MyQ ograniczył liczbę niepotrzebnych lub błędnych wydruków. Zwiększyła się również świadomość pracowników odnośnie potrzeby wydruku. W efekcie roczna liczba wydruków na jednego użytkownika spadła o 1/3 – z ok. 1500 stron do 1100.

– Cieszymy się, że już od roku możemy współpracować ze Stowarzyszeniem

Wiosna i wspierać tak duże i ważne przedsięwzięcia. Skala Szlachetnej Paczki jest imponująca – w ubiegłym roku Paczka zjednoczyła prawie milion Polaków, a blisko 20 tys. najbardziej potrzebujących rodzin otrzymało efektywną pomoc – Michał Gembal, dyrektor marketingu Grupy Arcus. – Jednak to nie samo doświadczenie niesienia pomocy jest najważniejsze dla darczyńców, a dostarczenie drugiego człowieka i jego potrzeb. I to wyróżnia w sposób szczególny Szlachetną Paczkę od innych akcji charytatywnych. Do dziś pamiętam słowa księdza Jacka Stryczka, prezesa stowarzyszenia, o istocie pomagania osobom biednym w nawią-

zaniu do dylematu „ryby” i „wędkę”. Ksiądz Jacek w swojej strategii poszedł dalej – najważniejsza jest mentalność wędkarza. To właśnie kontekst edukacji, pracy nad sobą wraz z najważniejszymi wartościami Szlachetnej Paczki, czyli: odpowiedzialnością, zaufaniem, mądrością i szlachetnością spowodowały idealne wpisanie się naszej współpracy w filozofię marek Arcus i Kyocera – wyjaśnia Gembal. Arcus posiada certyfikat przynależności do Drużyny Szlachetnej Paczki ze względu na współpracę ze Stowarzyszeniem Wiosna – organizatorem akcji. Dzięki niej w 2014 r. do blisko 20 tys. rodzin w całym kraju trafiły paczki o wartości ponad 40 mln zł. W ramach akcji darczyńcy przygotowują paczki, odpowiadające na konkretne potrzeby osób żyjących w niezawinioniej biedzie, czyli takich, które znalazły się w trudnej sytuacji z powodów niezależnych od siebie. Do projektu włączane są m.in. osoby starsze i samotne, rodziny wielodzietne, dotknięte chorobą lub niepełnosprawnością, samotni rodzice oraz ci, których spotkało nieszczęście. Skoordynowanie potrzebujących osób, tysięcy wolontariuszy i ponad 700 tys. darczyńców, to bardzo duże wyzwanie organizacyjne. Stowarzyszenie Wiosna to polska organizacja charytatywna, powstała w Krakowie w 2001 r. Założycielem i prezesem stowarzyszenia jest ks. Jacek Stryczek. Główne założenie Wiosny to propagowanie solidarności z potrzebującymi, pośredniczenie w organizowaniu pomocy i współtworzenie społeczeństwa obywatelskiego. W projektach Stowarzyszenia Wiosna najważniejsze jest łączenie osób potrzebujących z darczyńcami i wolontariuszami oraz uczenie przedsiębiorczości, aby każdy mógł samodzielnie poradzić sobie w życiu. Szlachetna Paczka kieruje się słowami „Jeden za wszystkich, wszyscy za jednego!”.



## Rozmowy o stracie

**Kiedy strażak, żołnierz czy policjant nie wraca ze służby i zostawia rodzinę, nie można czekać, aż ktoś coś zrobi za nas i obejmie opieką dzieci, które muszą nauczyć się żyć bez ojca. Pomóc dziecku przejść przez żałobę, kiedy samemu bardzo się cierpi – to nie jest łatwe zadanie. Dlatego Fundacja Dorastaj z Nami wraz z Centrum Weterana Działania Poza Granicami Państwa postanowiła wesprzeć rodziny osób, które poległy na służbie, wyjątkową publikacją: „Rozmowy o stracie”.**

– Publikacja jest zapisem spotkania osób, które zmierzyły się z nagłym i niespodziewanym odejściem kogoś bliskiego. Chcemy wspierać nie tylko dzieci, lecz także ich opiekunów. – mówi Magdalena Pawlak, prezes zarządu Fundacji.

– Należy o tym mówić, nie może być to temat tabu zwłaszcza w środowisku, w którym strażak, żołnierz i policjant wykonując codziennie swoje

zawodowe obowiązki jest, jak nikt inny, narażony na utratę życia – uzupełnia ppłk Leszek Stępień, dyrektor Centrum Weterana.

Fundacja Dorastaj z Nami wspiera naukę i rozwój dzieci, których rodzice stracili życie lub zdrowie w trakcie pełnienia służby publicznej. – Pomagamy dzieciom również z poczucia wdzięczności za poświęcenie ich rodziców. Chcemy, by słowo „bohater”



odzyskało właściwe znaczenie – podkreśla Pawlak.

– Naszą opieką obejmujemy rodziny tych, którzy oddali życie, po to, by zawsze wiedzieli, że jesteśmy z nimi,

że pamiętamy o ich bliskich i o nich, a przez to pomagamy im przejść przez ten bardzo trudny czas radzenia sobie bez męża czy syna – dodaje Stępień.

WK

## DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

RAPORT CSR PL

### BEZPIECZEŃSTWO PRACOWNIKÓW TO BEZPIECZEŃSTWO FIRMY

**grudzień 2015 r.** Spółka PKP LHS, w działania związane ze zwiększaniem bezpieczeństwa pracy, angażuje własnych pracowników. Spółka otrzymała nagrodę w konkursie „Pracodawca – organizator pracy bezpiecznej”, przeprowadzonym przez Państwową Inspekcję Pracy. Tym samym firma znalazła się na Złotej Liście Pracodawców. Celem konkursu było promowanie pracodawców, którzy stwarzają warunki pracy zapewniające wysoki poziom bezpieczeństwa i ochrony zdrowia pracowników.

### CSR WAŻNYM ELEMENTEM FUNKCJONOWANIA SPÓŁKI

**grudzień 2015 r.** PKP Cargo prowadzi wiele inicjatyw w obszarze społecznej odpowiedzialności. Szczególnie warte uwagi są działania spółki z zakresu polityki pracowniczej dla ponad 18 tys. zatrudnionych. Poprzez swoje liczne działania, CSR wpływa pozytywnie na postrzeganie spółki zarówno wśród pracowników, jak i potencjalnych kandydatów na stanowiska w firmie. Jako jeden z największych, a zarazem najbardziej odpowiedzialnych pracodawców w kraju, PKP Cargo realizuje projekty społeczne dla ponad 18 tys. zatrudnionych. Przykładem jest przeprowadzony niedawno projekt „Święto Kolejarza u najmłodszych”



### KOMIKS O BUTELKACH ZWROTNYCH

**grudzień 2015 r.** Carlsberg Polska wydał edukacyjny komiks, który z przymrużeniem oka, opowiada o butelce zwrotnej. Rysunki powstały w ramach trwającej od dwóch lat ekologicznej kampanii „Weź mnie w obroty”. Celem akcji jest promocja wśród konsumentów i sprzedawców odpowiedzialnej postawy wobec środowiska. Cykl komiksów „Butelka zwrotna story” zapoczątkowała w 2014 r. znana rysowniczka – Marta Zabłocka.



## DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

RAPORT  
CSR.PL

### ODPOWIEDZIALNY BIZNES WSPIERA SPOŁECZEŃSTWO grudzień 2015 r.

Wielkanocny Festiwal w Filharmonii Narodowej, zakup wozu gaśniczego przez straż pożarną, stypendia dla wyjątkowo uzdolnionych czy wreszcie zmiana nawyków kierowców podnosząca bezpieczeństwo na drodze – co łączy wszystkie te, z pozoru odległe, tematy? To, że mogą być one realizowane nie tylko przez rząd, lecz także przez firmy, w ramach działań z zakresu społecznej odpowiedzialności. W tym przypadku, wszystkie powyższe działania realizowane są przez jedno, największe w Polsce przedsiębiorstwo – PKN ORLEN.



**ORLEN**

### STREFA RODZICA NA GWIAZDKĘ W „JURASZU” grudzień 2015

Na Oddziale Klinicznym Chirurgii Ogólnej i Onkologicznej Dzieci i Młodzieży Szpitala Uniwersyteckiego w Bydgoszczy odbył się finał 12. edycji ogólnopolskiego programu społecznego „Strefa Rodzica. Budimex Dzieciom”. Program wystartował w 2013 r. Do dzisiaj w całej Polsce powstało 11 stref rodzica, m.in. w Poznaniu, Katowicach, Łodzi czy Krakowie. Główną ideą programu jest stworzenie na oddziałach pediatrycznych polskich szpitali miejsc przyjaznych najmłodszym pacjentom i ich opiekunom, a także propagowanie obecności rodziców podczas hospitalizacji dziecka.



### JAK POMÓC INNYM grudzień 2015 r.

Przed świętami Bożego Narodzenia wystartowała kolejna edycja programu „Kompania Wolontariuszy”. Najlepsze projekty charytatywne mogły liczyć na wsparcie finansowe oraz zaangażowanie pracowników-wolontariuszy z Kompanii Piwowarskiej. O dofinansowanie można było zaważyć zgłaszając pomysł na platformie programu. Każde zwycięskie przedsięwzięcie zostanie dofinansowane maksymalnie kwotą 10 tys. zł i zyska wsparcie organizacyjne jednych z najbardziej zaangażowanych wolontariuszy w kraju – pracowników Kompanii Piwowarskiej.

# Teraz Polska trzyma formę

**Choroby cywilizacyjne to jedna z głównych przyczyn zgonów w Polsce. Mimo znaczącej poprawy w kwestii prewencji i diagnostyki, wskaźnik umieralności z powodu tych chorób jest w naszym kraju najwyższy ze wszystkich krajów starej Unii Europejskiej. Fundacja Godła Promocyjnego „Teraz Polska” w ramach swoich działań postanowiła to zmienić, promując wśród firm i instytucji modę na zdrowy tryb życia.**

## Witold Kołodziej

Fundacja od lat wspiera innowacyjne polskie firmy. Spektakularne sukcesy polskich przedsiębiorców to nie tylko pomysły, modele biznesowe czy inwestycje w technologię, ale i rozwój kapitału ludzkiego i to nie przez szkolenia, ale właśnie przez promowanie zdrowego trybu życia.

Program „Teraz Polska Trzyma Formę” ma upowszechnić w społeczeństwie wiedzę na temat znaczenia zdrowego stylu życia, kształtować potrzebę aktywności fizycznej i zdrowego odżywiania się zarówno wśród młodzieży, dorosłych, jak i seniorów. Oprócz działań promocyjnych o wymiarze społecznym, kampanii, szkoleń, konferencji, imprez sportowych czy konkursów, program zakłada inicjowanie współpracy podmiotów działających w obszarze kultury fizycznej, zdrowia i nauki z przedsiębiorcami, by w przyszłości powstawały technologie i produkty wpływające na poprawę jakości życia.

– To, czy jesteśmy otyli, czy szczupli, zażywamy ruchu, czy też wolimy usiąść z miską chipsów przed telewizorem – to nasza prywatna sprawa. Czyżby? Tak samo prywatna, jak i nasze ciężko zarobione pieniądze. Dlaczego jednak mamy

wydawać je na ratowanie zdrowia, zamiast na inne cele? I dlaczego z wiecznie zbyt skromnego budżetu państwa mamy łożyć coraz więcej na tych, którzy ową miskę chipsów przedkładają nad własne zdrowie? – pyta Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego Teraz Polska.

Z badań Eurostatu wynika, że swój stan zdrowia, jako dobry i bardzo dobry ocenia 61 proc. mężczyzn i 54 proc. kobiet w wieku powyżej 16 lat. Tymczasem średnia unijna to odpowiednio 71 proc. i 66 proc. W Europie na leczenie chorób osób dorosłych spowodowanych otyłością ponoszone jest do 6 proc. wydatków na zdrowie. W przypadku Hiszpanii – kraju ludnościowo porównywalnego z Polską – co roku na ten cel idzie 2,5 mld euro. Dane z USA pokazują, że wydatki na opiekę zdrowotną osób otyłych są o ponad jedną trzecią wyższe niż na osoby o prawidłowej masie ciała. To tylko wydatki publiczne. Dodajmy do tego koszty dla pracodawców związane z chorobami i przestojami w pracy.

Problemy zdrowotne w systemie publicznej służby zdrowia nie są sprawą nas samych. Z danych Fundacji Pacjenci wynika, że rocznie NFZ i ZUS wydają na walkę z chorobami cywilizacyjnymi

10,5 mld zł. Środki te mogłyby być mniejsze i przeznaczone na leczenie innych chorób, gdyby Polacy zaczęli częściej uprawiać sport i stosować zdrową dietę.

– Promocja zdrowego trybu życia i zdrowych nawyków żywieniowych to sfera, na której państwo nie powinno oszczędzać – mówi Przybył. – Im więcej zainwestuje teraz, tym mniej będziesz musiał wydawać później. To prosta zależność. Do takiej promocji zgłosiła swój akces również Fundacja „Teraz Polska”. W październiku 2015 r. na Stadionie Narodowym w Warszawie zainaugurowano program „Teraz Polska Trzyma Formę”.

Fundacja oraz jej partnerzy: Główny Inspektorat Sanitarny, Polska Federacja Producentów Żywności oraz Fundacja Rozwoju Kultury Fizycznej, rozpoczęły współpracę w obszarze promocji zdrowia, aktywności fizycznej oraz zasad zdrowego żywienia.



**Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Polskiego Godła promocyjnego Teraz Polska**

– Jesteśmy innowacyjni? Jeśli tak, to wykorzystajmy naszą innowacyjność do tego, by żyć zdrowiej, lepiej, dłużej! – tłumaczy przekaz akcji Przybył.

## Fundacja

Głównym celem Fundacji jest promowanie w kraju oraz za granicą produktów, usług oraz gmin. Najlepsze z nich, co roku, wyłaniane są w konkursie o przyznanie Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”. Godło jest najlepszą wizytówką firmy, symbolem jej profesjonalizmu i rzetelności. Najbardziej wiarygodne świadectwo dają sami laureaci twierdząc, że: „zdobycie Godła zwiększa prestiż firmy i zaufanie wśród biznesowych partnerów”.

Dotychczas przeprowadzono 25 edycji konkursu. Nagrodzono ponad 550 przedsiębiorstw, które również dzięki uzyskaniu Godła „Teraz Polska” odniosły sukces rynkowy lub ugruntowały swoją pozycję. Wśród laureatów, obok krajowych potentatów, można znaleźć firmy średnie i małe, które często od niedawna działają na rynku. Poza produktami i usługami Kapituła Godła „Teraz Polska” nagradza również gminy i przedsięwzięcia innowacyjne. Honorowy patronat nad konkursem sprawuje Prezydent RP.

# Dzielnica, która oddycha

**Miasto, jakie jest, każdy wie. Samochody, infrastruktura, a co za tym idzie, brak terenów zielonych. To z jednej strony ułatwia codzienne życie, a z drugiej wpływa na nasze zdrowie. Coraz większą popularność zyskują jednak projekty, które łączą w sobie funkcjonalność i profilaktykę zdrowotną. Przykładem jest pomysł budowy miejskiej tężni solankowej.**

Taki projekt pojawił się w tegorocznym budżecie partycypacyjnym w dzielnicy Praga-Północ, w War-

szawie. Budżet ten, w swoim założeniu, ma być odpowiedzią na potrzeby mieszkańców, którzy za

jego pośrednictwem mogą zgłaszać własne pomysły. Mogą one dotyczyć np. rekreacji, kultury, przestrzeni publicznej, a także komunikacji i zieleni miejskiej. Każde miasto w Polsce przeznacza na ten cel określony procent swojego budżetu. To, które projekty zostaną zrealizowane, zależy od samych mieszkańców, którzy wybierają je w głosowaniu.

Tężnia solankowa miałaby stanąć na pl. Hallera, w dzielnicy Praga-Północ. Jak przekonują autorzy projektu, będzie miała pozytywny wpływ na zdrowie i samopoczucie mieszkańców.

Tężnia, to budowla z drewna i gałęzi tarniny, na które sypie solanka rozbijając się o poszczególne gałązki. Ten prosty proces wytwarza wokół mikroklimat, który pomaga m.in. w profilaktyce i leczeniu schorzeń górnych dróg oddechowych, zapaleniu zatok, nadciśnieniu, alergii i w przypadku ogólnego wyczerpania. Największe tężnie w Europie znajdują się w Ciechocinku, podobne konstrukcje znajdziemy też w Konstancinie i Legionowie.

Warszawski projekt będzie pierwszym, który powstanie w sercu osiedla mieszkaniowego w bezpośrednim sąsiedztwie centrum miasta. Jeśli się sprawdzi, zapewne w ślady warszawskiej Pragi pójda inne miasta.





# Zdrowie, które się opłaca

Coraz więcej firm branży spożywczej stawia sobie za zadanie edukację konsumentów i podnoszenie ich świadomości w zakresie zdrowego stylu życia. Firmy te wykorzystują swoje możliwości dotarcia z ważnym przekazem do szerokiego grona odbiorców: własnych klientów. Doskonale odnajduje się na tym polu Biedronka, największa w Polsce sieć handlowa.

**Anna Krawczyk**

Zdrowy styl życia i dobre odżywianie się to aktywności, do podjęcia których zachęca swoich klientów i pracowników popularna sieć. Znajduje to odzwierciedlenie zarówno w jej ofercie produktowej, jak i realizowanych projektach edukacyjnych. Biedronka proponuje coraz większy wybór artykułów spożywczych o właściwościach prozdrowotnych, stanowiących doskonałą bazę dla zbilansowanej diety.

Do wdrażania w życie zasad dobrego odżywiania Biedronka zachęca Polaków wspólnie z Instytutem Żywności i Żywienia. To dzięki tej współpracy pod koniec zeszłego roku w sklepach sieci pojawiła się linia produktów spożywczych „kcalulation – liczy kalorie!”. Dostępne w jej ramach smaczne zupy ze świeżych warzyw czy zdrowe przekąski, takie jak: „marchewczki”, wafle ryżowe czy chrupiące plasterki jabłka, oferowane są w opakowaniach z czytelnymi etykietami z wyraźnie zaznaczoną liczbą kilokalorii. Jest to bardzo praktyczne rozwiązanie, dzięki któremu każdy klient z łatwością może policzyć wartość kaloryczną spożywanego przez siebie posiłku.

Zgodnie z rekomendacjami Instytutu Żywności i Żywienia, Biedronka pracuje także nad doskonaleniem składu produktów marki własnej. Dąży do poprawy ich wartości odżywczej poprzez obniżenie zawartości tłuszczu, eliminację tłuszczu nasyconych i trans, redukcję zawartości soli i cukru, przy jednoczesnym zachowaniu ich walorów smakowych. Jak podaje sieć, tylko w 2015 r. dzięki tym działaniom udoskonalono skład 45

RAZEM ZADBAJMY O ZDROWIE

PRZEWODNIK  
PO BADANIACH  
PROFILAKTYCZNYCH



produktów będących w stałej ofercie, dzięki czemu udało się zapobiec wprowadzeniu na rynek: 274 tonom cukru, 69 tonom soli i 11 tonom tłuszczu.

Biedronka, jako jedna z pierwszych sieci handlowych w Polsce, zaczęła w ramach artykułów marki własnej oferować swoim klientom także produkty bezglutenowe, zapiniowane i potwierdzone przez Polskie Stowarzyszenie Osób z Ce-

liakią i na Diecie Bezglutenowej. Na sklepowych półkach znaleźć można makarony, kawę zbożową, wędliny oraz ryby – wszystko w opakowaniach z charakterystycznym dla produktów bezglutenowych symbolem przekreślonego kłosa. W ramach

wych, to zupełnie inne wyzwanie. W tym celu Biedronka realizuje różnego rodzaju projekty na rzecz zdrowia. Jednym z nich jest „5 garści zdrowia”, akcja edukacyjna zachęcająca do spożywania pięciu porcji warzyw i owoców każdego dnia. Na dedykowanej stronie internetowej sieć udostępniła katalog warzyw i owoców, zawierający informacje o ich właściwościach odżywczych, a także przygotowany przez dietetyka jadłospis na dobry dzień. Aby dokonywać dobrych wyborów żywieniowych, warto także z uwagą czytać zawarte na etykietach produktów informacje o ich składzie i wartościach odżywczych. Zwrócenie uwagi na ten fakt było celem prowadzonej w placówkach Biedronka akcji edukacyjnej „Czytaj etykiety”, realizowanej przez Instytut w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy.

Troska o zdrowie przejawia się także w polityce pracowniczej właściciela sieci Biedronka. Jeronimo Martins Polska może pochwalić się wielokrotnie nagradzonym programem z zakresu profilaktyki zdrowotnej: „Razem zadbajmy o zdrowie”. Pozwala on pracownikom firmy skorzystać z opłacanych przez pracodawcę szczepień przeciwko grypie oraz badań profilaktycznych w gwarantowanym czasie wolnym na przeprowadzenie tych badań. Program ma na celu prewencję i wczesne wykrywanie ciężkich chorób. Badania dla kobiet obejmują mammografię, USG piersi, cytologię, morfologię i konsultację internistyczną. Z kolei mężczyźni mogą skorzystać z kompleksowych badań analitycznych, USG jamy brzusznej, EKG, diagnostyki prostaty oraz konsultacji internistycznej. Z ideą programu mogą zapoznać się także klienci, dla których Biedronka przygotowała przewodnik po badaniach profilaktycznych, który można pobrać ze strony internetowej sieci.

## III Międzynarodowy Konkurs Arbitrażowy dla studentów prawa

**Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej wraz z Instytutem Europejskich Studiów Prawniczych w Osnabrück zapraszają do wzięcia udziału już w trzeciej edycji Międzynarodowego Konkursu Arbitrażowego dotyczącego projektu Wspólnej Ramy Odniesienia (DCFR) oraz problemów proceduralnych postępowania arbitrażowego.**

Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej (SA KIG) do udziału w konkursie zaprasza wszystkich ambitnych, zmotywowanych i pełnych entuzjazmu studentów, aby tworzyli i zgłaszali do udziału w konkursie zespoły liczące od dwóch do sześciu członków. Konkurs polega na przeprowadzeniu symulacji postępowania arbitrażowego na podstawie fikcyjnego stanu faktycznego. Postępowanie prowadzone jest zgodnie z aktualnym Regulaminem SA KIG. Problem prawny powinien być rozstrzygnięty zgodnie z projek-

tem Wspólnej Ramy Odniesienia (DCFR), przy założeniu, że DCFR jest prawem obowiązującym. Konkurs składa się z dwóch etapów. Pierwszym jest etap pisemny, w ramach którego zadaniem drużyny jest przygotowanie dwóch pism procesowych – pozwu oraz odpowiedzi na pozew. Do etapu ustnego zostaje zaproszonych osiem drużyn, których pisma procesowe zdobędą najwyższe oceny. Drużyny te wezmą udział w symulowanych rozprawach, podczas których występując w roli pełnomocnika powoda lub pozwanej

przedstawia swoją argumentację przed Zespołem Orzekającym.

Celem Konkursu jest popularyzowanie i rozpowszechnianie wiedzy w zakresie projektu Wspólnej Ramy Odniesienia przygotowanego przez tzw. Study Group on European Civil Code oraz Grupę Badawczą ds. Prawa Prywatnego WE (Acquis Group), a także promowanie rozwiązywania międzynarodowych sporów handlowych w oparciu o ten projekt na drodze postępowania arbitrażowego. SA KIG od wielu lat wspiera edukację studentów i realizuje wiele projektów skierowanych do młodych adeptów prawa. Do najbardziej znanych zalicza się m.in. konkurs im. prof. dr. hab. Jerzego Jakubowskiego na najlepszą pracę magisterską dotyczącą problemów sądownictwa polubownego i mediacji, który z powodzeniem jest realizowany od wielu lat.

**Harmonogram konkursu:**

11 kwietnia 2016 – publikacja Problemu  
29 kwietnia 2016 – ostateczny termin na zadawanie pytań dotyczących Problemu  
20 maja 2016 – ostateczny termin rejestracji drużyn  
27 maja 2016 – ostateczny termin złożenia pozwu  
1 lipca 2016 – ostateczny termin złożenia odpowiedzi na pozew  
26 sierpnia 2016 – ogłoszenie ośmiu drużyn zakwalifikowanych do etapu ustnego  
7-9 grudnia 2016 – finał konkursu w siedzibie Sądu Arbitrażowego przy KIG

DEPESZE CSR  
www.raportcsr.pl

WOLONTARIUSZE  
WRIGLEY POLAND PO RAZ 5.  
POSPRZĄTALI POZNAŃ  
grudzień 2015 r.

Ponad 31 tys. litrów uprzątniętych suchych liści, 60 umytych okien, 120 zasadzonych krzewów i 60 m<sup>2</sup> rozłożonej sztucznej trawy – to tylko niektóre z prac wykonanych przez wolontariuszy Mars Volunteer Program w Poznaniu. Współpracownicy Wrigley Poland oraz Mars Financial Services, po raz piąty zaangażowali się w działania na rzecz lokalnych społeczności. Wolontariusze uczestniczyli w pracach porządkowych w sześciu lokalizacjach w Poznaniu. Szczególną opieką otoczyli Ogród Botaniczny Uniwersytetu Adama Mickiewicza oraz Stare Zoo.



DOBRA ENERGIA, KTÓRA  
BUDUJE SPORT  
grudzień 2015 r.

Wspieranie sportów drużynowych od wielu lat jest popularnym działaniem z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Wsparcie lokalnych klubów czy propagowanie zdrowego trybu życia poprzez sport wpisało się na stałe w kalendarz wielu firm. Tauron Polska Energia od 2010 r. jest sponsorem tytularnym Polskiej Ligi Koszykówki. W 2014 r. rozszerzył zakres sponsoringu, stając się tytularnym sponsorem ekstraklasy koszykarek – Tauron Basket Liga Kobiet. Został również sponsorem całej polskiej koszykówki na najwyższym szczeblu w wydaniu żeńskim i męskim.

BIEGALIŚMY I POMAGALIŚMY  
styczeń 2016 r.

Popularność charytatywnych akcji biegowych pokazuje, że Polacy chcą przy okazji swojej aktywności fizycznej pomagać innym. Za nami kolejny rok wspólnego biegania i pomagania z PKO Bankiem Polskim. Zawodnicy biorący udział w akcjach „biegnij dla...” od 2013 r. okrążyli Ziemię wzdłuż równika już 32 razy! Łącznie pokonali dystans ok. 1 mln 305 tys. km, a Fundacja PKO Banku Polskiego przekazała na rzecz osób potrzebujących ponad 2 mln zł. W samym 2015 r. była to kwota 860 tys. złotych.



## DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

RAPORT  
CSR.PL

### TABLICZKI CZEKOLADY POD LUPĄ

styczeń 2016 r.

Firma Nestlé w swoim szwajcarskim laboratorium przeprowadziła wyjątkowe badania. Wzięła pod lupę 700 tabliczek czekolady, poddając je rozmaitym testom mierzącym wpływ wilgoci, tlenu i światła na produkt. Badanie pozwoliło dobrać optymalne opakowania i daty ważności produktów. Do tej pory nikt na taką skalę nie weryfikował, w jakim stopniu czynniki te wpływają na produkty. Do 2017 r. Nestlé chce zmniejszyć ilość wykorzystywanych opakowań aż o 100 tys. ton!



### FINAŁ PROJEKTU „TWOJE PIĘĆ MINUT”

styczeń 2016 r.

W ramach projektu „Twoje Pięć Minut” ponad 400 uczniów z zagłębia miedziowego uczestniczyło w szkoleniu z pierwszej pomocy. Dowiedzieli się jak istotne jest pierwsze pięć minut od wypadku oraz jak pomóc poszkodowanym. – Do udziału w projekcie zaprosiliśmy ratowników z Jednostki Ratownictwa Górniczego-Hutniczego oraz pielęgniarki i psychologów z Miedzkiego Centrum Zdrowia. Dzięki ich wiedzy i doświadczeniu, mamy pewność, że młodzi ludzie biorący udział w projekcie będą dobrze przygotowani do niesienia pomocy innym – mówi Marek Bestrzyński, prezes Fundacji KGHM.



### 10 LAT PARTNERSTWA UNICEF I PAMPERS

styczeń 2016 r.

Pampers i UNICEF obchodzą 10-lecie współpracy podczas tegorocznego Światowego Forum Ekonomicznego (WEF) w Davos. W trakcie panelu dyskusyjnego przedstawiciele Pampers, marki należącej do Procter&Gamble, oraz organizacji UNICEF zaprezentowali rezultaty prowadzonego w ramach tego partnerstwa programu „1 paczka = 1 ratująca życie szczepionka”, w szczególności jego ewolucję oraz jego znaczenie dla nowego pokolenia rodziców. Do walki z tężcem przyczyniła się także polska edycja programu realizowanego z sukcesem przez lokalne oddziały Procter & Gamble oraz UNICEF.



# CSR na zdrowie

Jak najprościej wyjaśnić, czym jest CSR (Corporate Social Responsibility), komu i czemu ma służyć? To dobrowolne działania przedsiębiorstw, których celem jest zaspokojenie interesów społecznych i kwestii ochrony środowiska. W CSR chodzi o to, by firma generująca zysk uwzględniła w swoich działaniach interesy nie tylko własne, lecz także pracowników, społeczności lokalnej i globalnej, a także środowiska, w którym funkcjonuje. W swoim dzisiejszym raporcie skupiliśmy się na działaniach związanych ze społeczeństwem, wszak zgodnie z definicją Komisji Europejskiej CSR jest „odpowiedzialnością przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo”. Na naszych łamach prezentujemy zatem Państwu najciekawsze działania największych instytucji, firm, przedsiębiorstw, których celem jest budowanie świadomości zdrowotnej społeczeństwa, budowanie dobrej kondycji pracowników i ich bliskich.

### Bank Gospodarstwa Krajowego, Bractwa sportowe

Celem działalności bractw sportowych BGK jest promocja zdrowego trybu życia, propagowanie pasji do sportu oraz umacnianie ducha współpracy poprzez wspólne działania sportowe

### Blue Media, Akademia Zdrowia

Promocja zdrowia i kondycji fizycznej pracowników poprzez spotkania ze specjalistami ds. zdrowia, dofinansowanie kart sportowych, wspieranie drużyny biegowej, owoce w biurze

### Blue Media, Promocja dojazdu do pracy rowerem

Blue Media promuje i wspiera dojeżdżanie do pracy rowerem – płacąc za każdy kilometr w drodze do pracy przejechany na rowerze. W 2013 roku była to złotówka (działania opisane w praktyce: 1 zł za 1 km rowerem do pracy), w 2014 stawka została podwojona. Łącznie w 2014 roku 34 pracowników przejechało 46 tys. km. Szacunkowo, zgodnie z kalkulatorem emisji CO<sub>2</sub>, dzięki podróży do pracy



rowerem, a nie samochodem, nie wyemitowano do atmosfery ok. 10 ton dwutlenku węgla.

### Carrefour Polska, Z miłości do zdrowia

Carrefour odpowiada na potrzeby Polaków, którzy przywiązują coraz większą wagę do zdrowego odżywiania i od 2014 roku prowadzi kampanię „Z miłości do Zdrowia”. Poza rozszerzeniem oferty produktów bezglutenowych, eko-



logicznych, lokalnych oraz dla diabetyków czy oferty wyselekcjonowanych produktów „Jakość z Natury Carrefour”, sieć organizuje akcje edukacyjne dla konsumentów. Celem kampanii jest podniesienie świadomości na temat zasad zdrowego odżywiania i promocja zdrowego stylu życia.

### Diageo Polska Sp. z o.o., Program Diageo Green Activation

Pracownicy poprzez aktywność fizyczną „zbierają kilometry”, w zamian firma przekazuje datki dla Fundacji SYNAPSIS na budowę ogrodu terapeutycznego dla osób z autyzmem.

### Grupa Saint-Gobain, Wýbiegaj w przyszłość z Saint-Gobain

Coroczna akcja polega na zachęceniu pracowników Saint-Gobain do udziału w maratonach w Polsce, a przebiegnięte kilometry są przeliczane na kwotę pieniędzy, która została wybrany cel charytatywny.

### PKN Orlen

Ważne miejsce w działalności firmy zajmuje troska o zdrowie pracowni-

ków. Spółka zapewnia im wszechstronną opiekę medyczną, w tym możliwość korzystania z dedykowanych programów profilaktycznych bądź uzyskania pomocy w trudnych sytuacjach losowych.

### PKN Orlen, ORLEN Warsaw Marathon – Narodowe Święto Biegania

Wydarzenie biegowe skierowane do profesjonalistów, amatorów i całych rodzin. Podczas sportowego kwietniowego weekendu organizowane są profesjonalne dystanse biegowe na 42,195 km i 10 km, ale również bieg charytatywny, dzięki któremu wspieramy Rodzinne Domy Dziecka oraz osoby niepełnosprawne. Uczestnicy ORLEN Warsaw Marathon mają okazję pobiec ramię w ramię z utytułowanymi lekkoatletami Grupy Sportowej ORLEN.

### PKO Bank Polski, PKO Bank Polski Biegajmy Razem

Popularyzacja wśród społeczeństwa – w tym pracowników banku – idei wspólnego biegania. Zachęcanie do udziału w charytatywnych akcjach biegowych „Biegnę dla...”.

### Volkswagen Poznań, Centrum Rehabilitacyjno-Sportowe Volkswagen Poznań

Na terenie firmy funkcjonuje Centrum Rehabilitacyjno-Sportowe z siłownią, salą fitness oraz gabinetem fizjoterapeutycznym. Pracownicy mogą korzystać z pakietu zajęć profilaktycznych i fizjoterapeutycznych

### Volkswagen Poznań, Volkswagen Poznań Checkup

Kompleksowy, bezpłatny przegląd zdrowotny pozwalający monitorować stan zdrowia i zapobiegać najczęściej występującym chorobom.



Centrum Rehabilitacyjno-Sportowe Volkswagen Poznań

## LOKALNY PROGRAM STYPENDIALNY – POMYSŁ NA BUDOWANIE STRATEGII CSR NIEWIELKIEGO PRZEDSIĘBIORSTWA



Antonina Grządkowska  
Magdalena Mitraszewska

Społeczna odpowiedzialność biznesu kojarzona jest z gigantami prowadzącymi globalne strategie zrównoważonego rozwoju. Nic dziwnego, to właśnie ci giganci mają największy wpływ na otaczającą nas rzeczywistość środowiskową czy społeczną. Jednak każda firma, niezależnie od wielkości, może realizować ideę odpowiedzialnego biznesu. Ważne jest dostosowanie działań do charakteru, profilu oraz rozmiaru przedsiębiorstwa. W przypadku mniejszych firm owocne mogą być projekty skierowane do społeczności lokalnych, bo to właśnie nieduże przedsiębiorstwa mają większe szanse na realne diagnozowanie potrzeb okolicy.

Dobrym przykładem podjęcia działalności CSR-owej przez przedsiębiorstwo z sektora MSP jest Program Stypendialny Grupy Inwest – firmy deweloperskiej budującej od kilkunastu lat budynki wielorodzinne w Warszawie.

Będąc przedsiębiorstwem budowlanym działającym na lokalnym rynku, firma podjęła decyzję o jeszcze mocniejszym zaangażowaniu się w życie jednej z dzielnic. Tak powstał pomysł powołania programu stypendialnego. Firma chce promować wśród młodych mieszkańców aktywną postawę oraz ideę zaangażowania społecznego i wyróżnić tych, którzy podejmują trud zmieniania siebie oraz swojego otoczenia. Większość inwestycji budowlanych Grupy Inwest została zrealizowana na warszawskiej Pradze Południe, dlatego właśnie do tamtejszych szkół gimnazjalnych udali się przedstawiciele firmy z propozycją wspólnego przedsięwzięcia. W ten sposób powstało silne i dobrze rokujące partnerstwo – lokalnego inwestora i dzielnicowych szkół.

Prócz lokalnego charakteru programu stypendialnego realizowanego przez MSP istotną jego cechą jest możliwość dostosowania jego rozmiaru (liczby, zasięgu i wysokości stypendiów) do aktualnych możliwości przedsiębiorstwa i rozbudowywania go w miarę rozwoju firmy. W przypadku Programu Stypendialnego Grupy Inwest w pierwszej edycji zostały rozdane trzy stypendia, organizator deklaruje jednak, że program będzie rozwijany w kolejnych edycjach.



Grupa Inwest od kilkunastu lat prowadzi inwestycje mieszkaniowe na warszawskiej Pradze Południe. Teraz chce aktywnie zaangażować się w życie społeczności lokalnej i zainwestować w rozwój młodzieży.

Więcej informacji o firmie: [www.grupainwest.pl](http://www.grupainwest.pl)

DEPESZE CSR  
[www.raportcsr.pl](http://www.raportcsr.pl)

BAĐŹ EKO – KOBIEТЫ TO LUBIĄ  
styczeń 2016 r.

„Bađź eko – kobiety to lubią” – pod takim hasłem Kompania Piwowarska we współpracy z firmą Rekopol przypomina piwoszom, by nie zostawiać śmieci w butelce i nie kapslować jej po wypiciu piwa. Ten ekologiczny film w kilka dni zyskał ponad 54 tys. wyświetleń na Facebooku, co jasno wskazuje, że fani piwa chętnie słuchają rad jak uniknąć najgorszej randki na świecie. Wystarczy pamiętać o kilku zasadach, m.in. o tym, żeby nie wrzucać śmieci do butelki po piwie, bo wtedy będzie można ją oddać i np. kupić kobiecie kwiaty.

IKEA W POLSCE WSPIERA DZIECI  
styczeń 2016 r.

Już ponad 12 milionów dzieci z ponad 46 krajów na świecie uczęszcza do lepszych szkół, ma wykształconych nauczycieli i dostęp do odpowiednich materiałów edukacyjnych. To efekt ponad 13 lat współpracy IKEA Foundation z międzynarodowymi organizacjami UNICEF oraz Save the Children. Dodatkowo, prowadzona od 2003 r. przez IKEA i IKEA Foundation kampania „Pluszaki dla edukacji”, polegająca na przekazywaniu 1 euro z każdej sprzedanej zabawki na rzecz organizacji Save the Children i UNICEF, pozwoliła zgromadzić w sumie 88 mln euro.

Reklama

### Już 16 i 22.03 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

Raport Społeczna Odpowiedzialność Biznesu tygodnika „Gazeta Finansowa” publikowany co kwartał i w całości poświęcony obszarowi CSR. Ukazało się już 28 edycji Raportu.

W każdym numerze wyróżniane są dwa projekty, będące przykładem dobrze przygotowanych programów wsparcia ważnych społecznie obszarów. W raporcie

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

## LAUREACI 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 Polskapresse Pracodawcy RP
XVIII (2013)	Instytut Żywności i Żywnienia, przy współpracy z Jeronimo Martins Polska Orange Polska i Fundacja Orange
XIX (2013)	CARITAS i „Porozumienie Nowoczesna Edukacja”: WSiP, Nowa Era, Oxford University Press, Pearson, Macmillan, Żak, Zamkor, Cambridge University Press i LektorKlett Johnson & Johnson Vision Care
XX (2014)	Super Express oraz Prezydent m.st. Warszawy, Hanna Gronkiewicz-Waltz Polskie Radio Program 1
XXI (2014)	Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukaszewicza Centrum Monitoringu Wolności Prasy przy SDP
XXII (2014)	Spółdzielcza Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa w Wołominie Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej
XXIII (2014)	Fundacja Chleb to Zdrowie Agencja ISBNews
XXIV (2015)	Fundacja Dorastaj z Nami Astra CEE
XXV (2015)	Stowarzyszenie „Miasta w Internecie” Jeronimo Martins Polska, właściciel sieci sklepów Biedronka
XXVI (2015)	RE project development PKP Linia Hutnicza Szerokotorowa
XXVII (2015)	Instytut Fizjologii i Patologii Słuchu Tauron Polska Energia
XXVIII (2015)	Diaverum Polska Finmeccanica Helicopter Division