

CSR

Partnerzy raportu



TERAZ POLSKA

Kurier365.pl

RAPORT
CSR.PL

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

EDYCJA XXX



W 30. edycji Raportu wyróżnieni zostali:

➤ Firma ATC Cargo wyróżniona w XXX edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu za działania prowadzone na rzecz pracowników



➤ Grupa PKP wyróżniona w XXX edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu za działania służące społecznej rewitalizacji obiektów kolejowych



Drodzy Czytelnicy

Oddajemy w Wasze ręce 30. numer Raportu CSR, specjalnego dodatku Gazety Finansowej, stanowiący kompendium wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu. W tej edycji poruszyliśmy ważny temat, jakim jest efekt działań CSR, na przykładzie kampanii społecznych.

W obecnej edycji Raportu postanowiliśmy wyróżnić podmioty, które działają w podobnych branżach. Nasz zamysł był prosty, chcieliśmy udowodnić jak bardzo zmieniła się polska ko-

lei, oczywiście na lepsze. Pierwszym wyróżnionym jest firma ATC Cargo, która przekonała naszą redakcję podejściem do pracowników. – Odpowiedzialność wobec pracowników jest wyrazem naszego przekonania, że ludzie tworzący firmę, to nasz najcenniejszy kapitał. Wiemy, że to pracownicy stanowią o naszej sile – słyszymy w spółce.

Drugi z laureatów to Grupa PKP, która w ostatnim czasie szczególnie dba o swój wizerunek. Nie chodzi tu jednak o tabor czy sposób obsługi klientów,

ale o infrastrukturę. Przykładem są dworce, odrestaurowane i zagospodarowane zgodnie z potrzebami. Ale przedstawiciele PKP postanowili iść o krok dalej i na dworcach, na których było to możliwe, stworzyli żłobki, przedszkola, domy kultury i biblioteki!

– Dworce mogą pełnić różnorodne funkcje dla lokalnej społeczności – przekonuje w wywiadzie Michał Beim, członek zarządu Grupy PKP.

Na kolejnych stronach Raportu przeczytamy o sukcesie firmy

Orange Polska, która postanowiła specjalnie zająć się klientami posiadającymi status: senior, czyli po 60. roku życia. Piszemy też o kolejnej edycji akcji „Piórko. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci”, która dziś stanowi jeden z najważniejszych przykładów zaangażowania CSR.

Szczególnie zachęcamy do lektury felietonu Natalii Witkowskiej – naczelnej portalu RaportCSR.pl, która postanowiła przeświecić edukacyjne projekty firm i instytucji.

W imieniu całej redakcji chcieliśmy też podziękować naszym partnerom, którzy wspólnie z nami realizują idee społecznej odpowiedzialności biznesu: Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska” oraz 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

Państwo inspiruje do prowadzenia działań CSR

Karta Dużej Rodziny jest przykładem, że państwo może współdziałać ze światem biznesu w zakresie CSR – mówi Bartosz Marczyk, wiceminister Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej.

CSR to poważne i pożyteczne społecznie narzędzie zarządzania firmą czy też chytry chwyt marketingowy kapitalistów?

Gdybym miał purystycznie traktować CSR i uznawać, że biznes tylko z dobrego serca chce działać na rzecz dobra wspólnego, to ostrzegawczo zaświecałoby mi się pomarańczowe światło, czy tak rzeczywiście jest. Wydaje mi się, że firmy realizujące CSR stosują strategię win-win. Robią coś dla dobra wspólnego, ale odnoszą też z tego – i uważam to za pozytywne – korzyści. Nie zawsze przeliczalne na wymierne pieniądze, bo są to również korzyści wizerunkowe i komunikacyjne, skierowane zarówno na zewnątrz, jak i do wewnątrz organizacji.

W wywiadzie udzielonym dla raportcsr.pl dr Stanisław Kluza stwierdził, że państwo jest „dużą firmą”, właściwie największą. Czy politykę społeczną można określić mianem państwowego CSR?

Polemizowałbym z tą tezą. Polityka społeczna nie stawia sobie wyłącznie miękkih celów, takich jak niesienie pomocy. Stawia sobie też twarde cele, czyli rozwiązywanie społecznych problemów. Jest czymś szerszym niż CSR, bo z jednej strony wiąże się z wielką odpowiedzialnością wobec tych, którzy na tę poli-

tykę się składają, czyli podatników, a z drugiej z odpowiedzialnością za maksymalnie efektywne zarządzanie publicznymi pieniędzmi, dzięki którym można osiągać zamierzone cele.

Program 500+ czy Karta Dużej Rodziny przypominają CSR-owe działania niektórych firm.

Program 500+ wynika z bardzo strategicznego myślenia państwa. Trzy podstawowe cele, jakie stoją przed tym programem, czyli poprawa wskaźnika dzietności, inwestycja w kapitał ludzki, który nam się opłaca jako wspólnotę, oraz redukcja ubóstwa, szczególnie wśród najmłodszych Polaków, są dość odległe od myślenia kategoriami miękkih zachęt, które cechują CSR.

Natomiast istnieje absolutna zgoda, że filozofia projektu Karty Dużej Rodziny jest w gruncie rzeczy oparta na CSR. Karta ma trzy podstawowe poziomy. Pierwszy, państwowy, polega na tym, że państwo stosunkowo niewielkim kosztem inspiruje rozwój projektu poprzez wprowadzenie ulg dla posiadaczy kart na przejazd PKP. W ślad za państwowym bodźcem powinny iść działania na poziomie samorządów. Ale najważniejszym, trzecim poziomem jest działalność stricte CSR-owa firm. Jest to koło zamachowe całego projektu. Firmy przy-

stępują do partnerstwa zachęcane jego skalą, bo potencjalnie może on obejmować 3 mln użytkowników. Szczególnie, że siła nabywczą posiadaczy kart rośnie po wprowadzeniu Programu 500+. Z naszych wyliczeń wynika, że miesięczny transfer pieniędzy do potencjalnych posiadaczy kart wynosi 600-700 mln zł z niepełną 2 mld zł, które na Program 500+ miesięcznie wydajemy. Bez aktywności biznesu w obszarze CSR projekt Karty Wielkiej Rodziny nie może się powieść.

Czyli państwo może współdziałać z biznesem w obszarze CSR?

Absolutnie tak. Program Karty Dużej Rodziny jeszcze nie działa w takiej skali, w jakiej pewnie wszyscy sobie byśmy życzyli, ale jest przykładem projektu, w którego realizację państwo wkłada niewiele wysiłku, jednak dzięki działaniom firm w obszarze CSR może osiągnąć bardzo dużo. Przy czym są to działania oparte na zasadzie win-win, czyli autentycznego CSR.

Jakie jest pana zdanie o unijnej dyrektywie nakładającej na duże firmy obowiązek raportowania działań CSR?

Wydaje mi się, że jest to jeden z tych absurdalnych pomysłów, które czasem rodzą się w głowach brukselskich urzędników. Jeżeli będziemy wolnych przedsiębiorców do czegoś zmuszać, to może się okazać, że będą prowadzić pozorowane działania. Lepszym modelem stymulacji rozwoju CSR jest choćby właśnie wdrażanie Karty Dużej Rodziny.



W jakim zakresie działania CSR-owe firm mogą uzupełniać politykę społeczną państwa?

Mogą uzupełniać dodatkowo, bo nie można założyć, że firmy będą realizować politykę społeczną. Ale oczywiście każda CSR-owa aktywność firm jest cenna. Jeżeli na przykład jeden z dyskontów udziela dziesięcioprocentowej zniżki posiadaczom Karty, to mniej zamożne rodziny, które wydają połowę swego budżetu domowego na żywność i odzież, będą miały 5 proc. więcej pieniędzy do dyspozycji. Przypomnę, że w 2015 r. aż 25 proc. rodzin „4 plus” żyło poniżej minimum egzystencji. Dzięki Programowi 500+ ich sytuacja ulegnie znaczącej poprawie.

Jak projekt Karty Dużej Rodziny będzie rozwijany?

Chcemy go w większym stopniu wypełnić treścią. Już prowadzimy rozmowy z dużymi firmami zachęcając je do partnerstwa, myślimy też o poprawie akwizycji projektu do małych firm, które są najbliższą ludźmi. Myślimy również o digitalizacji karty, możliwości lokowania

jej na smartfonach, umożliwieniu poprzez smartfony geolokalizacji punktów sprzedaży i usług honorujących karty, o możliwości złożenia wniosku o wydanie karty on-line poprzez zaufany profil bankowości elektronicznej.

Niektóre firmy skarżą się, że podniesienie stawki minimalnej spowoduje redukcję zatrudnienia. Ale pojawiły się głosy, wedle których firm płacących 6 zł za godzinę nie można zaliczać do społecznie odpowiedzialnych. Słusznie?

Nie pilotuję sprawy stawek minimalnych, jednak byłbym bardzo ostrożny w takim prostym piętnowaniu ludzi, którzy założyli biznesy ryzykując swoimi pieniędzmi, oddając czas wolny i często przypłacając to zdrowiem. Każdy z krytyków może spróbować założyć firmę i płacić po 100 zł za godzinę. Jeżeli taki biznes któremuś z nich się uda to będzie miał prawo krytykować. Pamiętajmy, że gospodarka rozwija się dzięki przedsiębiorcom, więc należy wystrzegać się rzucania takich łatwych oskarżeń.

➔ Firma ATC Cargo wyróżniona w XXX edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu za działania prowadzone na rzecz pracowników

ROZWÓJ NIE TYLKO SPOŁECZNY

Wiadomo, że do osiągnięcia rynkowego sukcesu potrzebny jest pomysł, pieniądze i wytrwałość. Ale tylko na początku, bo później największą wartość stanowią przede wszystkim ludzie, czyli partnerzy i pracownicy. Bez względu na branżę ta zasada jest wspólna dla wszystkich.

Przemysław Gruz

Nasz laureat, firma spedycyjna ATC Cargo, swoją pozycję biznesową przez lata budowała na fundamentach dobrych relacji z zespołem pracowników. – Szczególną wagę przykładamy do bezpieczeństwa i dobrze zorganizowanego stanowiska pracy – przekonują przedstawiciele ATC Cargo. – Odpowiedzialność wobec pracowników jest wyrazem naszego przekonania, że ludzie tworzący firmę, to nasz najcenniejszy kapitał. Wiemy, że to pracownicy stanowią o naszej sile. To podejście procentuje, bo dziś ATC Cargo jest jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się firm spedycyjnych w Polsce. Warto wiedzieć, że

firma będzie reprezentowała nasz kraj na Dalekim Wschodzie, jako operator logistyczny Shanghai Poland China Trading Platform. To pokłosie niedawnej wizyty przewodniczącego Chińskiej Republiki Ludowej w Polsce, która stała się impulsem do ożywienia kontaktów gospodarczych między naszymi krajami. Zasady społecznej odpowiedzialności biznesu są na stałe wpisane w system zarządzania spółką. – Wysokie wymagania stawiamy nie tylko przed sobą – mówią przedstawiciele i tłumaczą, że podejmują współpracę jedynie z tymi przewoźnikami, których tabor jest zaawansowany technologicznie, co charakteryzuje się niską emisją zanieczyszczeń.

Spółka inwestuje też w środowisko studenckie. Pracownicy ATC Cargo, jako eksperci w branży TSL często dzielą się swoją wiedzą podczas wykładów na trójmiejskich uczelniach wyższych. To przemyślana strategia, bo firma organizuje też staże z rozbudowanym programem szkoleń, dzięki którym spółka zdobywa nowych pracowników.

Firma ATC Cargo istnieje na polskim rynku od 2006 r. Operator specjalizuje się w spedycji ładunków skonteneryzowanych, a ze względu na ilość obsługiwanych kontenerów znajduje się w krajowej czołówce. Od 2010 r., jako jedna z pierwszych spółek z branży jest obecna na Giełdzie Papierów Wartościowych w alternatywnym systemie obrotu New Connect. Od 2011 r. w ramach utworzonej Grupy Kapitałowej wdraża projekt usług transportu intermodalnego poprzez powołaną do tego celu spółkę zależną.

Słuchamy potrzeb pracowników

Rozmawiamy z Moniką Urbaniak, dyrektor Agencji Celnej ATC Cargo, na temat zaangażowania oraz działań prowadzonych przez firmę w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Czy można zaryzykować stwierdzenie, że ATC Cargo to firma przyjazna pracownikom?

Zdecydowanie tak. ATC Cargo to firma przyjazna pracownikom i nie tylko. Już na etapie rekrutacji, podczas spotkań z potencjalnymi pracownikami dbamy o odpowiednią atmosferę oraz pozytywne wrażenia kandydatów. Warto podkreślić, że ATC Cargo to spółka należąca do Koalicji Na Rzecz Przyjaznej Rekrutacji.

Pośród wielu działań dedykowanych pracownikom można wymienić m.in. Program MAMA/TATA w pracy, w ramach którego pracownicy otrzymują dodatkowy urlop, ubezpieczenie medyczne oraz karty podarunkowe do jednego ze sklepów znanej sieci o łącznej wartości tysiąca zł. Dodatkowym udogodnieniem dla przyszłych mam jest też możliwość odbywania wizyt lekarskich w godzinach pracy oraz pomoc w zorganizowaniu transportu na badania. Naszym pracownikom oferujemy też możliwość skorzystania z dofinansowania opieki nad dziećmi, a także objęcie ubezpieczeniem grupowym oraz prywatną opieką medyczną.

Dbamy także o komfort miejsca pracy. Stworzyliśmy zaprojektowany przy aktywnym udziale naszych pracowników „chillout room”, w którym każdy może odpocząć i oderwać się na chwilę od służ-

bowych obowiązków grając w PS3 czy rozgrywając turniej piłkarzyków lub darta.

Jakie działania w ramach CSR prowadzi Państwo z myślą o zatrudnionych?

Od wielu lat bierzemy udział w akcji „Szlachetna Paczka”, w którą są zaangażowani wszyscy pracownicy. Dla aktywnych członków naszego zespołu zorganizowaliśmy cotygodniowe zajęcia biegowe, w ramach których pod okiem doświadczonego trenera poznawaliśmy techniki prawidłowego biegania, przygotowując się tym samym do biegów gdyńskich. Poprzez udział naszych pracowników w biegach gdyńskich wspieramy finansowo podopiecznych różnych Fundacji (np. Ksawerego – podopiecznego Fundacji „Zdążyć z pomocą”, oraz Zuzię Machetę – podopieczną Fundacji „Wspólna Nadzieja”). Bierzemy też udział w akcji „Do pracy jadę rowerem”, której organizatorem jest Miasto Gdynia.

Dzielimy się naszą wiedzą i doświadczeniem podczas wykładów i prelekcji na trójmiejskich uczelniach wyższych. Nasi pracownicy, jako eksperci w swojej dziedzinie byli obecni m.in. na Politechnice Gdańskiej, Akademii Morskiej oraz Uniwersytecie Gdańskim.

Jednym z naszych priorytetów jest także wspieranie młodzieży w po-



głębianiu wiedzy i spełnianiu marzeń. Nasze działania przyczyniły się do zdobycia przez uczniów Szkoły Podstawowej w Pogórze tytułu Mistrza Świata w konkursie „Odyseja Umysłu”, zorganizowanego w USA w 2013 roku. Z kolei dla uczniów Technikum Spedycyjnego w Żninie już po raz drugi zorganizowaliśmy warsztaty tematyczne oraz możliwość zwiedzania Bałtyckiego Terminalu Kontenerowego w Gdyni.

Czy Państwa pracownicy mają szansę się rozwijać tj. czy organizujecie szkolenia, stypendia, wewnętrzne ścieżki kariery?

ATC Cargo umożliwia swoim pracownikom ciągłe doskonalenie ich umiejętności zawodowych poprzez wspieranie ich uczestnictwa w kursach i szkoleniach branżowych m.in. kursach dla spedytorów

międzynarodowych wg programu zatwierdzonego przez FIATA, szkoleniach wewnętrznych organizowanych przez naszych ekspertów i specjalistów, konferencjach logistycznych. Każde szkolenie poprzedzone jest diagnozą indywidualnych potrzeb pracowników.

Organizowaliśmy również trzykrotnie staże, których bazą był rozbudowany program szkoleń merytorycznych. Po każdym ze szkoleń spółka zyskiwała nowych pracowników, którzy pracują w niej po dzień dzisiejszy.

W spółce mamy dokładny opis każdego stanowiska, dzięki czemu nietrudno pracownikowi ocenić swoje umiejętności, a przełożonemu pomóc w wejściu na ścieżkę kariery w firmie. Wspieramy również rozwój kompetencji „miękkich” poprzez cykliczne szkolenia organizowane w siedzibie naszej spółki, m.in. sesje coachingowe dla kadry menadżerskiej. Pracownicy, którzy chcą rozwijać umiejętności językowe mają też możliwość korzystania z zajęć z języka angielskiego w godzinach pracy.

Czy podobne działania ATC Cargo skierowane do pracowników w Polsce są również prowadzone w zagranicznych oddziałach firmy?

W związku z tym, że spółka dopiero rozpoczęła działalność w Chinach

jestemy teraz na etapie wdrożenia oraz rozpoznawania potrzeb naszych zagranicznych pracowników. Mając na uwadze różnice kulturowe zależy nam, aby działania skierowane do pracowników były do nich w jak najlepszym stopniu dostosowane.

Czy firma posiada wyróżnienia, certyfikaty potwierdzające zaangażowanie w działalność CSR?

Nasze działania skierowane w stronę młodych rodziców zostały już dwukrotnie wyróżnione i nagrodzone tytułami „Firma Przyjazna Mamie” (2009 r.) oraz „Firma Przyjazna Rodzicom” (2014 r.).

Jako firma działająca na rzecz budowania społecznej odpowiedzialności biznesu otrzymaliśmy również „Certyfikat Odpowiedzialnego Przedsiębiorcy” (2014 r.).

Czy w najbliższym czasie planują Państwo nowe działania skierowane do pracowników?

W najbliższym czasie z całą pewnością będziemy kontynuować aktualnie prowadzone działania. Wiele z nich ma charakter cykliczny i w kolejnych latach nadal chcemy prowadzić podobną politykę wobec naszych pracowników. Nieustannie słuchamy też potrzeb naszych pracowników i jesteśmy otwarci na ich propozycje i pomysły.

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚĆ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Rodzina & Kariera

Pracuję i wychowuję

DYPLOM

LECHAA CONSULTING Sp. z o.o.
i Next.pl Sp. z o.o.
pragną pogratulować przedsiębiorstwu

ATC Cargo S.A.

zajęcia 1 miejsca w finale wojewódzkim ogólnopolskiego konkursu „Firma Przyjazna Rodzicom” w kategorii średnie przedsiębiorstwo

W imieniu organizatorów konkursu
Wiceprezes Zarządu
Sławomir Maj

Projekt „rodzina-i-kariera.info.pl” realizowany jest w partnerstwie przez Next.pl Sp. z o.o. i Lechaa Consulting Sp. z o.o. na podstawie umowy z Ministerstwem Pracy i Polityki Społecznej w ramach Działania 1.5 Wspieranie rozwiązań na rzecz godzenia życia zawodowego i rodzinnego z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

next.pl

Rodzina & Kariera

➔ Grupa PKP wyróżniona w XXX edycji Raportu Społeczna Odpowiedzialność Biznesu za działania służące społecznej rewitalizacji obiektów kolejowych

DWORCE KOLEJOWE TO NIE TYLKO BIZNES

Punkty handlowe i usługowe na dworcach kolejowych mają podnosić ich atrakcyjność i ułatwiać życie pasażerom. To również strumień dochodów. Ale PKP zwraca też uwagę na inne ważne funkcje dworców. Przykładem jest działalność biblioteczna, kulturalna i oświatowa, czyli społeczna prowadzona wspólnie z samorządami.

Witold Kołodziej

Na dworcach kolejowych coraz częściej działają sklepy, drogerie, dyskonty oraz kawiarnie i restauracje. W dużych miastach odnowione dworce są też atrakcyjną ofertą najmu powierzchni dla większego biznesu. Oferta komercyjna bardzo dobrze koresponduje z funkcją dworcową, ponieważ ułatwia pasażerom podróż i umila oczekiwanie na pociąg.

W programie rewitalizacji dworców, PKP bardzo mocno stawia na współpracę z samorządami w zakresie rozwijania innych niż komercyjne funkcje dworców. Dzięki temu odnowione obiekty mają być ważnymi punktami na transportowych mapach miast.

W małych miejscowościach obiekty dworcowe są często zbyt duże jak na potrzeby podróżnych, a lokalny biznes nie jest w stanie podjąć wszystkich oferowanych powierzchni. W części budynków dworcowych mogą powstawać biblioteki publiczne, ośrodki kultury albo świetlice dla dzieci. Niezwykle ich atutem będzie bardzo dobra lokalizacja (dworce są często zlokalizowane w centrach miast) i świetne skomunikowanie.

Innym pomysłem, wygodnym z punktu widzenia młodych rodziców dojeżdżających do pracy, jest tworzenie żłobków i przedszkoli na terenie dworców. Rodzice rano przywożą dziecko, zostawiają je w przedszkolu, a sami udają się na pociąg podmiejski i jadą do pracy, np. w centrum aglomeracji.

Ale to niejedyny możliwości wykorzystania dworców: mogą się na nich znaleźć również np. urząd gminy (punkt obsługi mieszkańców) albo siedziba straży gminnej. Dworce mogą też łączyć najnowsze rozwiązania transportowe, np. systemy bike- i carsharingu, czyli wypożyczalnie rowerów lub samochodów, które są rozwiązaniami proekologicznymi, a ich pozytywny wpływ na środowisko można wielokrotnie zapewniając zasilanie np. samochodów elektrycznych za pomocą energii odnawialnej. Już dziś na większości warszawskich dworców lub w ich bezpośrednim sąsiedztwie można wypożyczyć rower w ramach miejskiego systemu Veturilo, który cieszy się dużą popularnością wśród mieszkańców stolicy.

łych miejscowościach popyt jest często zbyt niski, aby urząd pocztowy mógł być rentowny. Dlatego stworzenie placówki pocztowej, w której będzie można również kupić bilety kolejowe wpłynie na optymalizację kosztów.



Biblioteka na dworcu Rabka Zdrój



Warszawa-Zachodnia



Warszawa-Zachodnia - wejście

Przykładem spoza Polski dobrego połączenia wielu funkcji dworca jest dworzec w Lipsku. Na dwóch podziemnych poziomach obiektu znajduje się centrum handlowe, a na parterze są punkty komercyjne służące obsłudze pasażera. Dodatkowo, dworzec służy zarówno kolei międzymiastowej, jak i komunikacji miejskiej.

PKP prowadzą obecnie rozmowy, aby Poczta Polska została partnerem projektu dworcowego. W ma-

Nie istnieje jeden standardowy projekt idealnego dworca kolejowego. Każdy projekt powinien być rozpatrywany, jako osobny przypadek i szczegółowo analizowany we współpracy z lokalnymi samorządami. Tylko w ten sposób można dobrze określić możliwości adaptacji danego budynku oraz potrzeby lokalnej społeczności i odpowiednio je zaadresować. PKP i samorządy będą wspólnie wypracowywać optymalny model działania dworca.

Współpraca z samorządami na rzecz nowoczesnych dworców

Michał Beim, członek zarządu Grupy PKP.

PKP ma ambitne plany dotyczące rewitalizacji dworców. Jak będą je państwo realizować; przede wszystkim biznes czy kwestie społeczne?

Będziemy godzić obie kwestie: aby przeprowadzić rewitalizację projekt musi mieć uzasadnienie finansowe i bilansować się. PKP jest spółką prawa handlowego i nie może inaczej działać. Ale jednocześnie jako firma należąca w stu procentach do państwa, realizujemy też cele społeczne. Dlatego naturalna jest dla nas współpraca z samorządami i godzenie na dworcach różnych funkcji: komercyjnych, które mają za zadania generować zysk, ale też społecznych, które mają ułatwiać życie mieszkańcom danej miejscowości.

Jakie mogą być funkcje społeczne dworców?

Dworce mogą pełnić różnorodne funkcje dla lokalnej społeczności. Każdy pomysł rewitalizacji budynku rozpatrujemy oddzielnie. Ważne jest, żeby analizować go we współpracy z samorządami, które dobrze znają potrzeby lokalnych społeczności.

Jakie polskie dworce może pan wskazać jako przykład dobrego wykorzystania infrastruktury dworcowej PKP z korzyścią dla lokalnych społeczności?

W skali kraju jest coraz więcej przykładów. Od społecznie ważnej świetlicy młodzieżowej w Pobiedziskach po spektakularną bibliotekę w Rumi.

Czy samorządy chętnie współpracują z PKP?

Choć historycznie panowała nieufność pomiędzy kolejarzami a samorządowcami, to w ostatnich latach widać znaczące ocieplenie relacji. Samorządy coraz częściej upatrują dworce jako centra integracji usług transportowych. Sprzyjają temu fundusze unijne, kładące nacisk na integrację. Równocześnie w aglomeracjach obserwuje się wzrost zainteresowania politycznego kolejją. Mieszkańcy przedmieść uświadamiają sobie, że samochód nie jest



w stanie zapewnić im dogodnych dojazdów do miasta. Skłania to samorządowców do coraz aktywniejszych działań.

Współpraca z samorządami jest jednym z aspektów dostosowywania się do oczekiwań społecznych. A inne?

W polityce dworcowej planujemy łączyć istotne elementy strategicznych polityk państwa, np. energetyczną poprzez stosowanie energooszczędnego oświetlenia LED czy instalację paneli fotowoltaicznych. Najważniejszy jest jednak dla nas pasażer. Nowością na skalę europejską jest przyjęcie zasad planowania uniwersalnego jako obowiązkowego elementu projektu. Universal design to więcej niż przestrzeganie przepisów o dostępności dla osób niepełnosprawnych, to tworzenie przestrzeni, w której każdy czuje się dobrze. I pani w szpilkach, i podróżny z ciężką walizką, i osoba na wózku inwalidzkim. Na uniwersalne projektowanie składają się liczne elementy, od prawa do cienia w dni upalne po poprawę bezpieczeństwa i ułatwienie ewakuacji.

Równocześnie planujemy różne innowacje w postaci video biletomatów. Urządzenie takie pozwoli się połączyć przez wideo z centralnym punktem obsługi klienta. Za pośrednictwem obsługi centrum będzie można nabyć bilet, dowiedzieć się o ofertach promocyjnych, przesiadkach itd. Wydruk i płatność nastąpią w automacie. Ma to rekompensować seniorom coraz częstszy brak kas i być antidotum na nieufność wobec internetowych kanałów sprzedaży czy klasycznych biletomatów.

Edukacja literą i cyfrą

Za oknem wciąż lato, ale wrześniowa aura sprzyja refleksji nad edukacją i to nie tylko w kontekście wprowadzonych i planowanych reform. Cytując bowiem naszego wielkiego rodaka: takie będą Rzeczypospolite, jakie ich młodzieży chowanie.



Natalia Witkowska

A jak to chowanie przedstawia się współcześnie? Z ostatniego raportu Technavio wynika, że jednym z najważniejszych trendów na nadchodzące lata będzie wykorzystanie w edukacji ramifikacji i inteligentnych zabawek oraz rozwój robotyki. W efekcie miejsce nudnej nauki zastąpi edukacja przez zabawę. Oczywiście poza korzyściami w postaci efektywniejszego uczenia się trend ten jest wielkim wyzwaniem dla nauczycieli, którzy będą musieli przestać się na zupełnie nowy sposób „podawania” wiedzy. Wszystkim, którzy wątpią w możliwość szybkiej zmiany systemu

edukacji w polskich szkołach, warto przedstawić program „Mistrzowie Kodowania”, który działa i rozwija się właśnie dzięki nauczycielom i edukatorom zaangażowanym w jego realizację. Jego celem jest kształtowanie kompetencji przyszłości poprzez naukę kodowania uczniów oraz nauczycieli szkół podstawowych na terenie całej Polski. Program jest w pełni darmowy, nauczyciele i uczniowie otrzymują komplet niezbędnych materiałów do nauki wraz ze scenariuszami zajęć opracowanymi przez dydaktyków. Jest to swoiste przygotowanie do zapowiadanej przez Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Cyfryzacji oraz Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego wprowadzenia kodowania we wrześniu 2017 roku do wszystkich polskich szkół. To nie jedyna inicjatywa podnosząca jakość edukacji w polskich szkołach. „Bezpieczniki TAURONA – Włącz dla dobra dziecka” – już od trzech lat uczą dzieci, jak bezpiecznie korzystać z urządzeń elektrycznych. Jak opisują organizatorzy: „Bezpieczniki” to nie tylko lekcje w szkołach. To również spektakle teatralne, mobilne miasteczka edukacyjne czy imprezy plene-

rowe, podczas których dzieci uczestniczą w ciekawych doświadczeniach i eksperymentach, związanych z wytwarzaniem, wykorzystaniem i przewodnictwem prądu.

Nowatorskie sposoby przekazywania wiedzy są bardzo istotne w rzeczywistości przeladowanej informacjami. Jednak w dobie nowinek technicznych i urządzeń mobilnych ważny jest również powrót do korzeni – a mianowicie wzrost czytelnictwa. Nie od dziś wiadomo, że czytanie pomaga rozwijać wyobraźnię i uczy empatii, a także stymuluje rozwój intelektualny. Na szczęście kampania społeczna „cała Polska czyta dzieciom” oraz działalność sieci Biedronka zmienia niekorzystny trend ostatnich lat na lepsze, w tym zakresie. Konkurs „Piórko. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci” to autorski

projekt sieci Biedronka, którego celem jest promowanie czytelnictwa i roli literatury w budowaniu więzi rodzinnych. O książki dla dzieci dbają również organizatorzy akcji „Tornister Pełen Uśmiechów”, którą w tym roku wspiera aż osiem wydawnictw: WSiP, Nowa Era, Oxford University Press, Pearson, Macmillan, PWN, Nowela i Lektor-Klett. Dzięki zaangażowaniu tak licznej grona możliwe będzie skompletowanie wyprawek, które trafią do najbardziej potrzebujących uczniów.

Kolejnym ciekawym programem CSR-owym działającym na rzecz edukacji jest Tesco dla Szkół, który od zeszłego roku koncentruje się na pochodzeniu żywności. Program „Od uprawy do potrawy” to wycieczki edukacyjne dla najmłodszych, zwane ekspedycjami. Taka ekspedycja zaczyna się na grządce, a kończy w sklepie, w którym dzieci uczą się odróżniać zdrowe produkty od tych mniej wartościowych.

Sądząc po zaangażowaniu różnych środowisk w jakość polskiej edukacji – przyszłość rysuje się w jasnych barwach. Dążenie do cyfryzacji nie stoi w sprzeczności z projektami proekologicznymi. A popularność projektu Biedronki pozwala wierzyć, że w poszukiwaniu za cybernetyzacją nie wychowamy analfabetów.

Autorka jest redaktorką naczelną portalu RaportCSR.pl



TorNiSTer pełen
UśMieChów

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

ENEA OPUBLIKOWAŁA
RAPORT CSR ZA 2015 ROK
30 czerwca 2016

Raport społecznej odpowiedzialności biznesu Enei ma ciekawą formę i jest dostępny wyłącznie elektronicznie. Powstał według najnowszych standardów raportowania danych pozafinansowych GRI G4. Raport opisuje skalę i charakter wpływu działalności Grupy na otoczenie społeczne oraz realizowane i planowane inwestycje na rzecz ochrony środowiska. Nowością w raporcie jest animacja ukazująca pełny łańcuch wartości Grupy: od wydobycia surowca, poprzez wytwarzanie i dystrybucję energii, po klienta korzystającego z energii elektrycznej.



HP PODEJMUJE INICJATYWĘ
„ZERO DEFORESTATION”
1 lipca 2016

Firma HP Inc. poinformowała, że do 2020 r. zamierza ograniczyć wskaźnik wylesiania do zera. W 2020 r. papier marki HP oraz papierowe opakowania produktów HP będą w całości pochodzić z certyfikowanych i przetworzonych materiałów, przy czym preferowane będzie włókno pierwotne ze źródeł Forest Stewardship Council. To jedno z kluczowych zobowiązań firmy na 2016 r., przedstawione w najnowszym raporcie dotyczącym zrównoważonego rozwoju. Nowy cel umacnia pozycję HP jako ekologicznego lidera na arenie międzynarodowej.

Reklama

RAPORT

CSR.PL

SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI
AKTUALNOŚCI AKCJE EKSPERCI

DEPESZE CSR
 www.raportcsr.pl

**POLSKIE TŁUMACZENIE
STANDARDÓW RAPORTOWANIA
NIEFINANSOWEGO GRI G4 JUŻ
DOSTĘPNE**
7 lipca 2016

1 stycznia 2017 r. raportowanie niefinansowe stanie się obowiązkowe dla firm będących jednostkami zainteresowania publicznego, które zatrudniają ponad 500 osób i osiągnęły w poprzednim roku sumę bilansową powyżej 20 mln EUR lub przychody netto powyżej 40 mln EUR. W Polsce nowym wymogiem sprawozdawczym zostanie objętych około 300 przedsiębiorstw. Wychodząc naprzeciw nowym obowiązkom sprawozdawczym firma doradczą Deloitte wraz z grupą partnerów zasponsorowała tłumaczenie na język polski najnowszych i najbardziej popularnych międzynarodowych standardów sprawozdawczości niefinansowej – GRI G4.

ZAPUNKTUJ FOCE ŚLEDZIA
9 lipca 2016



Rusza akcja „Zapunktuj foce śledzia”. Sieć stacji paliw LOTOS umożliwia przekazanie punktów programu premiowego Navigator, które w postaci środków finansowych wesprą Stację Morską w Helu i pozwolą na zakup morskich ryb dla stałych mieszkańców fokarium. Foki znajdujące się pod opieką Stacji Morskiej potrzebują każdego dnia ok. 35 kilogramów świeżych ryb. Tankując paliwa, korzystając z usług lub robiąc zakupy na stacjach paliw LOTOS oraz LOTOS Optima, klienci mają szansę przekazać punkty programu premiowego Navigator na pokarm dla fok.

CSR dobrą inwestycją w pomnażanie kapitału

Dobry CSR działa na zasadzie win-win. Bez dobrego CSR nie da się już rozwijać dobrego biznesu. Dobry CSR może inicjować państwo.

Bolesław Glazur

W amerykańskim dowcipie szacowny adwokat wywiesił na drzwiach tabliczkę z napisem: „Dwie odpowiedzi na pytania, dwa tysiące dolarów”. Wchodzi klient i się dziwi:

– Tysiąc dolarów za odpowiedź, nie uważa pan, że to za drogo?
– Nie! Jakie jest drugie pytanie?

Dowcip jest stary, bo w dzisiejszych czasach takie nabieranie klientów nie byłoby uznawane za sprytne, tylko krótkowzroczne. Dużo więcej można więcej zarobić zyskując zaufanie klientów. Ale CSR oczywiście nie ogranicza się do przestrzegania zasad fair play. Dobry CSR pomnaża kapitał. Pokazują to wyniki badania ewaluacyjnego projektu realizowanego przez PARP „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. Okazało się, że dzięki działaniom zrealizowanym w obszarze CSR, 52 proc. przedsiębiorstw wprowadziło nowe produkty (towary lub usługi), 46 proc. rozwinęło nowe obszary działalności, 57 proc. firm pozyskało nowych klientów, a w 22 proc. przedsiębiorstw odnotowano zmniejszenie kosztów działalności. Wyniki badania pokazują, że aby się rozwijać, firmy są już w zasadzie skazane na realizowanie dobrze przemyślanej strategii CSR.

Jak zauważył w wywiadzie do dodatku raportcsr.pl wiceminister Bartosz Marczuk, CSR nie wypływa z odruchu serca tylko z działania

opartego na zasadzie win-win. I oczywiście ma rację. Na przykład sieć sklepów Biedronka, której właścicielem jest Jeronimo Martins Polska S.A., realizująca mnóstwo projektów CSR, wspólnie z projektantami Paprocki & Brzozowski oraz Fundacją DKMS Polska systematycznie promują dawstwo szpiku kostnego. Szerzeniu idei posłużyły specjalnie zaprojektowane koce i poduszki opatrzone banderolą zawierającą informację o stronie internetowej, na której można się rejestrować, aby zostać dawcą krwiotwórczych komórek macierzystych. Sieć też dwukrotnie zrealizowała

tegracja”. Projekt jest skierowany do osób w wieku 60+ z myślą o upowszechnianiu kompetencji cyfrowych oraz integracji wewnątrz- i międzypokoleniowej. Program składa się z części edukacyjnej, czyli zajęć z obsługi komputera i portali społecznościowych, prowadzenia bloga, warsztatów literackich, tworzenia filmów, poradników, obróbki zdjęć oraz z części integracyjnej, zawierającej zajęcia ruchowe, taneczne, a także gry i zabawy. Gdzie tu jest zasada win-win? Odpowiedź jest prosta. Zaznajomiony z komputerem i „uspołeczniony” senior sprawdzi rozkład jazdy, a może

Mamy więc czyste środowisko naturalne, a zarazem perspektywę wzrostu konkurencyjności na rynku paliw. Z kolei szeroko zakrojony sponsoring i działania dobroczynne PKN Orlen budzą u tysięcy ludzi dobre skojarzenie z marką, co wpływa na wybór stacji benzynowej w czasie podróży. PKN Orlen, podobnie jak PKP i mnóstwo innych firm, realizuje też CSR poprzez partnerstwo w projekcie Karta Dużej Rodziny. Korzyści z partnerstwa też są zbyt banalne, aby je opisywać. A Karta Dużej Rodziny pokazuje, że również państwo może inicjować dobry CSR.



wielki projekt konkursu literackiego „Piórko” na książkę dla dzieci, którego społecznym celem jest podnoszenie poziomu czytelnictwa. Nagrody dla autora tekstu i ilustratora wynoszą po 100 tys. zł, a zwycięskie książki w wielotysięcznych nakładach trafiają do sklepów Biedronki. Mamy więc zasadę win-win. Działania Biedronki są niezwykle społecznie użyteczne, a zarazem pozwalają wprowadzić na półki nowe atrakcyjne towary przyciągające kolejnych klientów i zwiększające lojalność stałych.

Fundacja PKP stworzyła program „Nowoczesny Senior – nauka i in-

tegracja”. Projekt jest skierowany do osób w wieku 60+ z myślą o upowszechnianiu kompetencji cyfrowych oraz integracji wewnątrz- i międzypokoleniowej. Program składa się z części edukacyjnej, czyli zajęć z obsługi komputera i portali społecznościowych, prowadzenia bloga, warsztatów literackich, tworzenia filmów, poradników, obróbki zdjęć oraz z części integracyjnej, zawierającej zajęcia ruchowe, taneczne, a także gry i zabawy. Gdzie tu jest zasada win-win? Odpowiedź jest prosta. Zaznajomiony z komputerem i „uspołeczniony” senior sprawdzi rozkład jazdy, a może

PKN Orlen wśród wielu działań z zakresu CSR wdraża szeroki program inwestycyjny w ochronę środowiska naturalnego. Z reguły takie inwestycje, np. w energooszczędne, dotyczące odzotowania i odpylenia spalin instalacje, po jakimś czasie przynoszą ograniczenie kosztów działalności.

A raczej powinno inicjować, bo dobry CSR pomnaża też inny kapitał, a mianowicie zaufania społecznego. Znajoma menedżer opowiadała, że uzgodniła z czeskim kontrahentem drobne uszczegółowienia do zawartej umowy. Zapytała, kiedy podpiszą aneks. Czech szeroko otworzył oczy ze zdumienia. – A po co? – zapytał – przecież sobie ufamy?

I takiego kapitału zaufania, bez którego trudno myśleć o dobrym rozwoju gospodarki, nadal nam bardzo brakuje.

Reklama


Kurier365.pl

**Miejsca warte
Twojego czasu**

Nasza Europa

Mecenas zabytków techniki kolejowej



PKP Cargo zakończyło kolejną edycję pikników rodzinnych odbywających się pod hasłem „Lato z Parowozami”.

Marek Mrugalski

Lato z Parowozami to cykl atrakcji związanych z zabytkową koleją. Motywem przewodnim tegorocznej edycji były kolejowe opowieści. Pod okiem animatorów i doświadczonych maszynistów miłośnicy kolei poznali historię kolei i skorzystali z przejazdki pociągami retro. Lokalizacja wydarzeń odbywających się w ramach „Lata z parowozami” związana jest z miejscami, gdzie kolej zachowała swój dawny urokliwy charakter – w Skansenie Taboru Kolejowego w Chabówce i Parowozowni Wolsztyn. Program „Lato z Parowozami” rozpoczęły wakacyjne przejazdy pociągów retro z Chabówki do Kasiny Wielkiej oraz weekendy tematyczne organizowane w Skansenie, a zakończyła Parowozjada w Chabówce. W bieżącym roku do inicjatywy PKP Cargo dołączyli miłośnicy kolei z Towarzystwa Kolei Wielkopolskich w Jarocinie, którzy pod patronatem PKP CARGO w prowadzonym przez siebie Muzeum Kolejnictwa zorganizowali największy w Polsce festyn kolejowy.

– Ze względu na ogromne zainteresowanie akcją „Lato z Parowozami” w zeszłym roku, zdecydowaliśmy się kontynuować to wakacyjne, kolejowe święto, mówi Mirosław Szymański z Biura Promocji PKP CARGO. – Przejazdy pociągami z parowozami i zabytkowymi wagonami były prawdziwym hitem. Cieszy nas, że PKP Cargo w tak wyjątkowy sposób przyczyniło się do promowania tradycji kolejnictwa – dodaje Maciej Panasiewicz, Naczelnik Skansenu Taboru Kolejowego w Chabówce.

Bohaterkami tegorocznej Parowozjady było osiem lokomotyw parowych. Najstarszym był jedyny zachowany tzw. górski parowóz serii



OKz32 z 1934 r. produkcji H. Cegielskiego w Poznaniu, a najmłodszym tendrzak serii TKt48 pochodzący z chrzanowskiego Fabloku, wyprodukowany w 1957. Koleje zagraniczne reprezentował słowacki parowóz 477 013 nazywany od swojej kolorystyki „papuga”. Wszystkie parowe maszyny można było podziwiać paradujące osobno oraz w towarzystwie historycznych składów pociągowych, zarówno towarowych, jak i pasażerskich. Podsumowanie tegorocznej edycji programu Lato z Parowozami wygląda imponująco. Z przejazdów pociągami retro skorzystało łącznie ok. 15 000 pasażerów. Przejechały one 2000 kilometrów na trasie z Chabówki do Kasiny Wielkiej, malowniczo położonej miejscowości u podnóża Śnieżnicy w Beskidzie Wyspowym. Największym powodzeniem cieszył się Skansen Taboru Kolejowego w Chabówce, który w okresie wakacyjnym odwiedziło ponad 20 000 zwiedzających. Z zajęć organizowanych dla dzieci w strefach edukacyjnych wzięło udział 10 000 milusińskich.

PKP Cargo jako największy towarowy przewoźnik kolejowy w Polsce pełni rolę mecenasa zabytków techniki kolejowej. Spółka od lat utrzymuje historyczny tabor w małopolskiej Chabówce i wielkopolskim Wolsztynie. Promuje także tradycję kolejnictwa, organizując przyciągające dziesiątki tysięcy miłośników kolei z Polski i całego świata cykliczne

kolejowe imprezy – „Paradę Parowozów” i „Parowozjadę”, a także skierowany do dzieci program edukacyjny „Lato z Parowozami”, mający na celu zainteresowanie najmłodszych koleją, a w szczególności jej historią. Dzięki niemu uczestnicy programu mogą się zapoznać z wyzwaniem z wykonywaniem zawodu maszynisty i specyfiką pracy kolejarza oraz odbyć podróż zabytkowymi pociągami.

Skansen Taboru Kolejowego w Chabówce

Skansen w Chabówce powstał w 1993 r. na terenie dawnej parowozowni, wybudowanej w czasie II wojny światowej. Obecnie dysponuje on najliczniejszą w Polsce kolekcją zabytkowych pojazdów m.in. parowozami, lokomotywami spalinowymi i elektrycznymi, wagonami pasażerskimi i towarowymi, pługami odśnieżnymi i drezynami. Skansen jest położony przy dawnej Galicyjskiej Kolei Transwersalnej, zbudowanej w latach 1882–1884 przez austriackie Cesarsko-Królewskie Koleje Państwowe, która stanowi obecnie jeden z najcenniejszych zabytków techniki. Trasa ta biegnie po północnych stokach Karpat. Uznaje się ją za znaczące dzieło techniki kolejowej, a odcinek z Chabówki przez Mszanę Dolną, Limanową do Nowego Sącza jest jedną z najpiękniejszych tras kolejowych w Polsce. Opierając się elektryfikacji i modernizacji, do dziś zachowała ona niepowtarzalną i oryginalną in-

frastrukturę kolejową. Z Chabówki wypożyczano czynny tabor muzealny do realizacji m.in. takich filmów jak „Lista Schindlera”, „Skrawki”, „Przedwiośnie”, „Sława i Chwała”, „Przygody dzielnego wojaka Szwejka” czy „Katyń”. Każdego roku Skansen w Chabówce odwiedza kilkadziesiąt tysięcy sympatyków kolei z kraju i zagranicy.

Parowozownia Wolsztyn

Historia wolsztyńskiej Parowozowni sięga XIX w. W 1886 r. wybudowano tam pierwsze urządzenia do obrządzania parowozów, w związku z powstaniem linii kolejowej do Zbąszynia. Parowozownię w zachowanym, terazniejszym kształcie zbudowano w latach 1907–1909. Niektóre budynki zalepca pochodzą z pierwszej połowy, a także z lat 60. XX w. Obiekt ten to ostatnie na świecie miejsce, z którego nieprzerwanie od ponad wieku uruchamiano parowozy do przewozów na liniach normalnotorowych. Do końca marca 2014 r. parowóz z Wolsztyna codziennie obsługiwał rozkładowe pociągi na linii Wolsztyn – Leszno. Wolsztyńska Parowozownia obsługuje pociągi turystyczne w różnych relacjach, organizuje cykliczne imprezy dla miłośników parowozów, a także rewitalizuje posiadane zbiory. W rezultacie porozumienia z władzami samorządowymi i wojewódzkimi, od 2017 r. obiekt ten będzie funkcjonować jako instytucja kultury.

DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

CARREFOUR POLSKA DOŁĄCZYŁ DO GRONA FIRM WSPIERAJĄCYCH ŚWIATOWE DNI MŁODZIEŻY

21 lipca 2016

Z okazji Światowych Dni Młodzieży Carrefour Polska przekazał ponad 320 tysięcy butelek wody dla pielgrzymów oraz wolontariuszy. Carrefour Polska dołączył do grona firm wspierających Światowe Dni Młodzieży 2016, które odbyły się w dniach 26-31 lipca. Z uwagi na stałe zaangażowanie firmy w ważne dla Polaków wydarzenia oraz biorąc pod uwagę, że na Światowe Dni Młodzieży przybyła duża liczba pielgrzymów i występowały wysokie temperatury, Carrefour podjął decyzję o przekazaniu organizatorom butelkowanej wody.



DZIEŃ BEZ PARAWANU NA PLAŻY W ŁEBIE

30 lipca 2016

Wszechobecne parawany na naszych plażach i anegdoty o grajdolkach i parawanowych wojnach od lat budują negatywny stereotyp polskiego wypoczynku. Nikogo już nie dziwi labirynt parawanów otaczający plażę wzdłuż i wszerz każdego roku, od brzegu morza po wydmy ani okopani plażowicze, zazdrośnie strzegący swojego terytorium. Choć uważa się, że polskie plaże są jednymi z najpiękniejszych na świecie, to właśnie parawany nie pozwalają nam tego dostrzec. Dlatego Barefoot Projekt Czysta Plaża wraz z władzami miasta Łeba ustanowiły dzień 30 lipca – Dniem Bez Parawanu!



PKO BANK POLSKI ZAPRASZA NA 2. PKO BIEG CHARYTATYWNY 6 sierpnia 2016

PKO Bank Polski zachęca do pomagania przez bieganie. Charytatywna sztafeta rozegrała się 17 września równocześnie na 12 stadionach w całej Polsce. Tego samego dnia pobiegli również uczniowie szkół podstawowych. Za każde okrążenie Fundacja PKO Banku Polskiego przekazała pieniądze na posiłki dla najbardziej potrzebujących dzieci. Fundacja sfinansuje też budowę siłowni plenerowych dla mieszkańców wszystkich miast-gospodarzy. Limit uczestników na każdym stadionie to 70 drużyn.

DEPESZE CSR

www.raportcsr.pl

RAPORT
CSR

UPS ZREALIZOWAŁ CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU POKONUJĄC MILIARD „CZYSTYCH” MIL

6 sierpnia 2016

Firma UPS ogłosiła, że o rok wcześniej niż planowano osiągnęła cel pokonania 1 miliarda mil flotą technologicznie zaawansowanych pojazdów zasilanych paliwem alternatywnym. Firma podsumowuje ponad dziesięcioletni okres czerpania z doświadczeń koncepcji „Laboratorium na Kołach” (Rolling Laboratory). Długoterminowe zaangażowanie UPS w zrównoważony rozwój zmienia transport i logistykę oraz pobudza wzrost rynku czystych paliw. Szczegóły postępu firmy w zakresie zrównoważonego rozwoju zostały opisane w 14. dorocznym Raporcie Zrównoważonego Rozwoju.

NIE RÓB DYMU – NIE PAL W PIECU CZYM POPADNIE!

6 sierpnia 2016

O tym, że kominek to nie śmietnik wiedzą wszyscy. Jednak nie każdy przekuwa teorię w praktykę, paląc tym, co najbardziej toksyczne. Dzisiaj Polska na mapie Europy pod względem zanieczyszczonego powietrza znajduje się w zdecydowanej czołówce. Chcąc odwrócić ten trend i sprawić, by utraciła wiodącą pozycję w haniebnym rankingu, właśnie uruchomiono ogólnopolską kampanię edukacyjną „Nie Rób Dymu”. Jej bohaterowie, drwal i naukowiec, udowodnią, że palenie w piecu to sztuka i pokażą, jak robić to ekonomicznie, efektywnie i ekologicznie z wykorzystaniem drewna.



W POSZUKIWANIU SKARBÓW – URBAN MINING

9 sierpnia 2016

Urban mining, tzw. górnictwo miejskie, zakłada odzysk materiałów z nieużywanej już infrastruktury. Stare przewody i rury zawierają miedź, stal i aluminium – metale, które z powodzeniem mogą zostać wykorzystane ponownie. W systemach kanalizacji, wodociągach, sieciach elektroenergetycznych oraz w budynkach możemy znaleźć nieużywane przewody i rury zawierające cenne metale. Choć sama nazwa urban mining sugeruje wydobywanie i odzysk ich w miastach, koncepcja ta może być realizowana również poza nimi.



WYDAWCY DZIECIOM

Już od 2011 roku wydawcy edukacyjni wspierają akcję Caritasu „Tornister pełen uśmiechów”. W tym czasie przekazane przez nich podręczniki sprawiły radość niemal 60 tys. dzieci. W tym roku przedstawiciele wydawców po raz kolejny wzięli udział w finale akcji, która odbyła się w Lublinie. Wydawcy przygotowali namiot ze specjalnymi atrakcjami, animacjami dla najmłodszych i konkursami.

Emilian Kotowski

Kampania „Tornister pełen uśmiechów” realizowana jest w całej Polsce w diecezjalnych i parafialnych Caritas. Parafianie wypełniają wyprawki szkolnymi plecaki zakupione przez Caritas, które następnie są rozdawane w parafiach. Wyprawki szkolne kupowane są dzięki wsparciu licznych, prywatnych i instytucjonalnych ofiarodawców. Gotowe wyprawki tuż przed początkiem roku szkolnego trafiają do dzieci.

Wydawnictwa edukacyjne uczestniczą w akcji od 2011 r. W tym czasie przekazały na rzecz potrze-

bujących ponad 60 tys. różnorodnych podręczników szkolnych. W akcji wzięły udział wydawnictwa: LektorKlett, Macmillan, Nowa Era, Nowela, Oxford University Press, Pearson, PWN, WSiP. W tym roku ilość przekazanych książek to ponad 10 tys. egzemplarzy.

– Wiemy, że każdy przekazany przez nas podręcznik trafi do rodzin będących w trudnej sytuacji materialnej. Dzięki temu wszystkie dzieci idące do szkoły będą miały nowe książki. Caritas, a wraz z nim my, wydawcy, gwarantujemy dzieciakom równy start. To dla nas za-



szczyt, że możemy w tym pomóc – mówi Jarosław Matuszewski, przewodniczący Sekcji Wydawców Edukacyjnych PIK. – Przy założeniu, że średnia cena każdej przekazanej przez wydawców edukacyjnych książki to 25 zł można śmiało stwierdzić, że wsparliśmy akcję kwotą półtora miliona zł – dodaje Matuszewski.

Działania prospołeczne wydawnictw edukacyjnych zrzeszonych w Polskiej Izbie Książki były wielokrotnie doceniane i nagradzane – m.in. w konkursie Dobroczynca Roku. W czerwcu 2016 r. przewodniczący Sekcji Wydawców Edukacyjnych PIK odebrał nagrodę „Gazety Finansowej”: Financista roku, za udział w akcji „Tornister pełen uśmiechów” w 2015 r.

Pomocny gadżet

Firma Diaverum, która zajmuje się osobami z niewydolnością nerek, świętuje 15-lecie swojej działalności w Polsce. Z tej okazji pacjenci firmy otrzymali specjalne opaski, które mogą być bardzo pomocne w sytuacjach zagrażających życiu i zdrowiu. Diaverum od lat zajmuje się pacjentami z niewydolnością nerek, którzy wymagają dializowania. Firma znana jest z wyjątkowego podejścia do pacjentów: z myślą o nich organizuje spotkania integracyjne, szkolenia na temat chorób nerek i ich leczenia, ofe-



ruje im również wyjazdy wakacyjne, podczas których chorzy znajdują się pod opieką specjalistów.

Z okazji rocznicy pacjenci stacji dializ Diaverum zostali obdarowani upominkami, które mają podnieść

ich bezpieczeństwo – otrzymali specjalną opaskę na nadgarstek oraz kartę „Jestem dializowany”. Dzięki tym gadżetom w przypadku utraty przytomności lub wyjątkowo złego samopoczucia nawet przypadkowe osoby będą w stanie skutecznie pomóc. Firma od początku swojej działalności koncentruje się na pacjencie, jako osobie, na jego dobrym samopoczuciu pod względem medycznym oraz emocjonalnym, dlatego personel firmy nieustannie szuka rozwiązań, które gwarantują wysoką jakość usług, komfort leczenia oraz bezpieczeństwo.

WS



Włącz się do akcji!
BreastFit
Zostań instruktorem badania piersi, rozmowy i wsparcia.
BREASTFIT.ONKOCAFE.PL

Fundacja OnkoCafe. Razem Lepiej rozpoczyna nową kampanię edukacyjną dotyczącą profilaktyki raka piersi. Tym razem jej przekaz skierowany jest do mężczyzn, zaś koncepcja została oparta na popularnej dyscyplinie sportu. Akcja ma zachęcać panów, by dbali o najważniejsze kobiety w ich życiu włączając się m.in. w profilaktykę raka piersi. Kampania ma także na celu zwiększenie świadomości wagi wsparcia kobiety przez mężczyznę w chorobie. Partnerem kampanii jest Novartis Oncology.

W Polsce u kobiet rak piersi jest najczęściej występującym nowotworem złośliwym. Rocznie zapada na niego ok. 17 tys. Polek, a ok 5 tys. umiera. – Dlatego tak ważna jest profilaktyka raka piersi, w której znaczącą rolę może odegrać mężczyzna. Jego rola i wsparcie dla kobiety są równie bezcenne podczas choroby – mówi Anna Kupiecka, prezes Fun-

dacji OnkoCafe. – Powstaje jednak pytanie jak zachęcać i jak wspierać? Stąd pomysł na BreastFit, czyli sztukę badania piersi, rozmowy oraz wsparcia emocjonalnego. Kampania „BreastFit. Kobiety biust. Męska sprawa” dostarcza mężczyznom wiedzy o sposobach wsparcia i narzędziach do rozmowy, zaś partnerem pozwala nabyć podstawowe

Męski sport dla kobiet

umiejętności w zakresie badania piersi partnerki. Ponadto nawiązanie BreastFit-u do dyscypliny sportu CrossFit'u, wynika z pewnej filozofii samodyscypliny, hartowania ducha i ciała, codziennej walki ze słabościami oraz wypracowania dotychczas nieosiągalnej, niezwykłej sprawności fizycznej i emocjonalnej.

Intencją organizatorów kampanii jest inspirowanie do podejmowania tematu systematycznych badań piersi, a przez to dostarczenia kobietom dodatkowej motywacji do wykonywania regularnych badań i walki o zdrowie. – Chcemy także dostarczyć mężczyznom informacji na temat wagi wsparcia dla kobiet w trakcie choroby nowotworowej na każdym jej etapie – mówi Adrianna Sobol, psycholog Fundacji OnkoCafe.

W ramach kampanii pojawią się plakaty nawiązujące do „nowej dyscypliny sportu” – BreastFit'u, zachęcające mężczyzn do rozmów z kobietami na temat samobadania piersi, a także na temat codziennych wyzwań, które niesie ze sobą choroba. Pomogą w tym także materiały instruktażowe – w tym

instrukcja dla partnerów – jak wspólnie przeprowadzić badanie biustu w warunkach domowych oraz jak rozmawiać o chorobie. Intensywne działania edukacyjne będą prowadzone na Facebooku Fundacji oraz w mediach.

Wspierającymi kampanię zostali Rafał Bryndał oraz sportowcy z sześciu trójmiejskich klubów CrossFit, którzy jako pierwsi zostali wyedukowani w zakresie profilaktyki raka piersi i zasad wsparcia dla kobiet, a także nabyli podstawowe umiejętności z zakresu badania piersi.

Zwienieczeniem projektu będzie wydanie kolejnej edycji kalendarza „Power of community” 2017 z udziałem crossfitowców wspierających kampanię, którzy zadeklarowali, że będą systematycznie uprawiać BreastFit i szerzyć zdobytą w ramach kampanii wiedzę.

Partnerami kampanii, obok Novartis Oncology, są także Instytut Praw Pacjenta i Edukacji Zdrowotnej, Sieć dla Zdrowia, Radio Polska Live, Federacja Stowarzyszeń Amazonki, PARS, Alivia oraz Stowarzyszenie Amazonki Warszawa Centrum. WK

Czytanie to sposób na lepsze relacje

Już po raz drugi zdolni debiutanci, twórcy bajek i ilustracji mieli szansę wziąć udział w konkursie „Piórko. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci”. Trud twórczy się opłacił, laureatki – Monika Radzikowska i Monika Biała wygrały po 100 000 zł, a książka ich autorstwa zostanie wydana i trafi do sprzedaży pod koniec roku.

Przemysław Gruz

Konkurs ruszył 18 lutego i od początku cieszył się ogromnym zainteresowaniem debiutujących autorów. Brak wcześniejszych publikacji był jednym z najważniejszych warunków projektu, bo zgodnie z założeniami organizatorów konkurs miał za zadanie wsparcie kreatywności utalentowanych autorów i ilustratorów, którzy do tej pory tworzyli jedynie do szuflady.

W pierwszym etapie konkursu jurorzy, wśród których znaleźli się cenieni pisarze: Renata Piątkowska, Rafał Wittek, filolog polski Agnieszka Karp-Szymańska i znany dziennikarz Jarosław Gugala, mieli nie lada kłopot, by wybrać najlepszy tekst dla dzieci. Przy ocenie prac brali pod uwagę m.in. warstwę językową, w tym jej poprawność, jakość artystyczną, oryginalność oraz dopasowanie do możliwości poznawczych dziecka w wieku od 4 do 10 lat. Za autorkę najlepszego tekstu li-



terackiego uznano Monikę Radzikowską. Według jurorów: jej praca umiejętnie odświeża formułę klasycznej baśni (...). Wartościowe i optymistyczne przesłanie może być punktem wyjścia do rozmowy z dzieckiem na temat konieczności podejmowania prób i przewycięzania własnych lęków, jednocześnie prowadząc małego czytelnika ku samodzielnemu odkryciu uniwersalnych prawd i za-

chęcając do kierowania się nimi we własnym życiu.

Po wyborze tekstu, do pracy ruszyli ilustratorzy, a ich pracę ocenili doświadczeni autorzy: Bohdan Butenko, Katarzyna Nowowiejska, Aleksandra Krzanowska oraz Elżbieta Śmietanka-Combik. Zdaniem kapituły Ilustracje ekonomistki z Rzeszowa: łączą wysoką jakość artystyczną oraz oryginalność z umiejętnym dostosowaniem

ilustracji do możliwości poznawczych dziecka. Stanowią kreatywne uzupełnienie tekstu, dając poczucie spójności z warstwą literacką. Warto wspomnieć, że w wyborze tekstu i ilustracji czynny udział wzięły laureatki konkursu „Piórko 2015”. „Szary domek” napisany przez Katarzynę Szestak, zilustrowany przez Natalię Jabłońską sprzedał się w ponad 35 tys. egzemplarzy, co na pewno jest nie małym rekordem na rynku książki dziecięcej.

Warto czytać dzieciom

Pomysł na projekt powstał w odpowiedzi na niski poziom czytelnictwa oraz malejące zainteresowanie książkami wśród najmłodszych odbiorców. W tym roku szczególny akcent został położony na podkreślenie roli literatury w umacnianiu i rozwijaniu relacji w rodzinie. – Czytanie jest doskonałą okazją, aby między dzieckiem a osobą, która czyta, wytworzyła się bardzo specjalna relacja, bazująca na wspólnocie przeżyć – przekonują eksperci.

Więć emocjonalna to niejedyna korzyść z kontaktu dziecka z lekturą – oprócz tego młody czytelnik uczy się porządkowania odbieranych treści, selekcji tych najważniejszych, stymuluje wyobraźnię oraz trenuje pamięć i koncentrację.

Szczegóły konkursu „Piórko 2016. Nagroda Biedronki za książkę dla dzieci” oraz jego regulamin są dostępne na dedykowanej stronie internetowej: www.piorko2016.biedronka.pl

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

ŚLAD WĘGLOWY SPRZĘTU DLA GRACZY

10 sierpnia 2016

Według studium firmy AMD zmodernizowanie komputera o nową kartę graficzną Radeon RX 480 może zredukować pobór energii oraz emisję dwutlenku węgla aż o 40 proc. podczas grania. Tworzenie efektywnych energetycznie produktów, to jeden z priorytetów firmy AMD. Zgodnie z realizowaną od dłuższego czasu inicjatywą 25x20, która zakłada 25-krotne podniesienie sprawności energetycznej procesorów i układów graficznych do roku 2020, nowa generacja kart graficznych z rodziny Polaris zapewnia 2,8-krotnie lepszą efektywność w porównaniu do produktów wydanych dwa lata temu.

JESTEM MĄDRY = JESTEM ODPOWIEDZIALNY

16 sierpnia 2016

Kierowca, który wsiada za kółko tylko wtedy, gdy jest trzeźwy; kobieta, która w czasie ciąży rezygnuje z procentów; dorosły, który nie kupuje nieletnim alkoholu – wszyscy oni są mądrzy i dumni ze swojej postawy. Co więcej, każdy może być jak oni. Zachęca do tego Kompania Piwowarska w swojej nowej akcji „Bądź mądry”, przy wsparciu blogerów i za pomocą specjalnie zaprojektowanych koszulek. Odpowiedzialna konsumpcja to jeden z pięciu filarów strategii zrównoważonego rozwoju Kompanii Piwowarskiej, realizowanej pod nazwą „Postaw na piwo”.



KOMPANIA PIWOWARSKA PUBLIKUJE COROCZNY RAPORT CSR

19 sierpnia 2016

Najnowszy raport zrównoważonego rozwoju Kompanii Piwowarskiej dowodzi, że firma znacząco poprawiła swoje wyniki w zakresie czterech z pięciu źródeł wzrostu. W dodatku cel na rok 2020, dotyczący odpowiedzialnego spożycia alkoholu, został zrealizowany już teraz. Swoim raportem KP przekonuje, że wybór jej piwa oznacza poparcie konkretnych wartości, istotnych dla społeczności lokalnych i całego kraju. Aż w czterech z pięciu wymienionych obszarów KP osiągnęła znaczące postępy, zaś w zakresie odpowiedzialnego spożycia już teraz zrealizowała cel wyznaczony na 2020 rok.



Szacunek dla starszych, który się opłaca

Krajowy Instytut Gospodarki Senioralnej w ramach programu certyfikacji usług skierowanych do osób starszych przyznał pierwszy poza rynkiem medycznym znak jakości OK Senior. Otrzymała go firma Orange Polska. Przyznanie certyfikatu potwierdza jakość usług świadczonych przez operatora osobom starszym.

Artur Krawczyk

Ideą certyfikatu OK Senior jest wskazanie tych firm, dla których wysoki standard obsługi klientów senioralnych jest ważny. Znak Jakości OK Senior wpisuje się w najważniejsze strategie polityki senioralnej i srebrnej gospodarki Polski oraz krajów Unii Europejskiej. W marcu br. Krajowy Instytut Gospodarki Senioralnej zaprezentował OK Senior w Komisji Europejskiej, jako pierwszy system certyfikacji produktów i usług dla osób starszych w Europie.

– Wyniki audytu przeprowadzone w Orange potwierdziły, że infolinia dedykowana seniorom spełnia normy jakości OK SENIOR, czyli jest bezpieczna, odpowiada na rzeczywiste potrzeby osób starszych i chroni przed nadużyciami, jest

przyjazna w użytkowaniu, zrozumiała i łatwo dostępna – mówi Marzena Rudnicka, prezes Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej.

– Około 15 proc. naszych klientów to osoby starsze – powyżej 70. roku życia, dla których nowoczesna technologia nie zawsze jest tak intuicyjna i prosta jak dla osób młodych. Aby lepiej zadbać o tę grupę klientów, wprowadziliśmy wiele ułatwień, z których mogą skorzystać w obsłudze Klienta – mówi Jolanta Dudek, członek zarządu ds. Obsługi Klientów i Strategii Relacji z Klientami, Orange Polska.

Ułatwienia dla seniorów w Orange Polska to automatyczne menu na infolinii skrócone do minimum, aby jak najszybciej połączyć się z dedykowanym doradcą, który, nawet najtrudniejsze kwestie techniczne, wytłumaczy prostym i zrozumiałym

językiem. Rozmowa z nim może trwać tak długo, jak tylko to będzie konieczne dla załatwienia sprawy. Dodatkowo wszystkie pisma adresowane do klientów seniorów drukowane są powiększoną czcionką.

– Zdecydowaliśmy się na audyt, aby potwierdzić, że nasze usługi są świadczone dla klientów seniorów na najwyższym poziomie. Cieszymy się, że nasze działania zostały docenione przez niezależnych audytorów z Krajowego Instytutu Gospodarki Senioralnej – dodaje Dudek.

Jak wynika z danych GUS, udział osób powyżej 60. roku życia w całkowitej wartości zakupów dokonywanych przez polskie gospodarstwa domowe wynosił w 2015 r. aż 30 proc., a portfel nabywczy polskiego emeryta to ponad 121 mld rocznie w skali kraju. GUS szacuje, że za dwadzieścia lat ponad 10 mln Polaków będzie po 60. roku życia, co będzie stanowiło ponad 27 proc. populacji. Przekłada się to na potencjał, jaki niesie ze sobą gospodarka senioralna, a usługi dla starszej populacji społeczeństwa będą rozwijały się dynamicznie. Orange jest przy-

kładem firmy, która zauważyła potrzeby seniorów i otworzyła nowy rozdział definiowania rynku dóbr i usług umożliwiając tej grupie klientów identyfikację dobrej usługi.

– Prognozy demograficzne wyraźnie pokazują, że społeczeństwo się starzeje. Za tym idzie też rynek – firmy zdają sobie sprawę, że rynek usług i ofert przygotowywanych z myślą o seniorach wart jest w Polsce miliardy złotych. Naturalnie odpowiedzialnością na to jest coraz więcej ofert dedykowanych seniorom. Jednak niektóre z nich kończą się na idei. W praktyce okazuje się, że to wyłącznie chwyt marketingowy. Do tej pory nie było wyznaczników poziomu jakości na rynku usług i towarów dla seniorów i ich rodzin, które pokazywałyby, co jest bezpieczne i przystępne dla osób starszych. Postanowiliśmy to zmienić. Chcemy upowszechnić znak jakości OK Senior w różnych branżach i dziedzinach tak, aby osoby starsze mogły łatwo rozpoznawać dobre oferty i dobre usługi specjalnie dla nich przygotowane oraz sprawdzone przez niezależny podmiot certyfikujący – mówi Marzena Rudnicka.

DEPESZE CSR
 www.raportcsr.pl

**KAWA ZE
ZRÓWNOWAŻONYCH ŹRÓDEŁ**
 21 sierpnia 2016

Tego lata Tchibo wprowadza czwartą w tym roku limitowaną edycję kaw Tchibo Raritat z serii Privat Kaffee. Kawy z kolekcji Raritat dostępne są sześć razy w roku w ograniczonej ilości. Pierwsza limitowana kawa Tchibo Raritat India Lambani pochodzi z plantacji „Kathlekhan Estate”, która otoczona jest rajską puszcza wzgórz Baba Buda. Słowo „Kathlekhan” oznacza dosłownie „ciemny las” i określa jak niewiele światła przedostaje się przez gęste korony drzew. W takich warunkach perłowe ziarna dojrzewają bardzo długo w miąższu owocu kawy, rozwijając dzięki temu delikatny, lekko korzenny aromat z nutą migdałów oraz kakao.


WODA ŻYCIA
 21 sierpnia 2016

Woda jest głównym składnikiem organizmu ludzkiego, stanowi, w zależności od wieku, płci i kilku innych czynników, 60-70 proc. masy ciała. W pracy, w podróży czy na treningu – zawsze należy mieć ją ze sobą. Woda to podstawa dobrego funkcjonowania naszego organizmu. Dlatego należy dostarczać ją do organizmu świadomie i w odpowiednich ilościach, zwłaszcza w upalne letnie dni. Nasz organizm codziennie wytrąca sole mineralne i traci ok 2,5 litra wody. Dlatego podczas upałów należy zwiększyć spożycie wody!


Z MIŁOŚCI DO RADOŚCI
 23 sierpnia 2016

Nie od dzisiaj wiadomo, że dzielenie się, obdarowywanie i pomaganie innym niosą radość – dotyczy to nie tylko tych, którzy otrzymują pomoc czy dar, ale i tych, którzy pomagają i dzielą się z innymi. Dlatego marka Wawel uruchomiła unikalną akcję pod hasłem „Z miłości do radości”. Każdy wielbiciel słodczy może stać się bohaterem w słusznej sprawie – udział polega na wymianie punktów zdobytych dzięki zakupom specjalnie odznaczonych produktów Wawel na nagrody rzeczowe oraz jednoczesnym głosowaniu na cel charytatywny zgłoszony przez jedną z pięciu organizacji pożytku publicznego.

Zostać firmą odpowiedzialną społecznie

Spółeczna odpowiedzialność biznesu oznacza strategiczne i etyczne zarządzanie firmą, które pozwala na osiągnięcie równowagi pomiędzy skutecznością działania, pomnażaniem kapitału a interesem społecznym. W praktyce oznacza to jednoczesne inwestowanie w zasoby ludzkie, etykę, ochronę środowiska, jak również w pozytywne relacje z otoczeniem.



Marta Dec

CSR (ang. Corporate Social Responsibility) to model zarządzania przedsiębiorstwem, w którym podczas podejmowania decyzji biznesowych bierze się pod uwagę nie tylko zysk finansowy i aspekty ekonomiczne, ale także wpływ organizacji na jej szeroko rozumiane otoczenie. Społeczna odpowiedzialność wpisuje się w strategię zarządzania i stanowi ważny element budowania wizerunku oraz tożsamości organizacji, a także ważny składnik kultury organizacyjnej. Narzędzi i form wdrażania CSR-u w strukturę firmy jest bardzo wiele, bowiem każde przedsiębiorstwo ma zróżnicowanych interesariuszy. Poniżej przedstawiamy jedno z głównych narzędzi, które powinna stosować firma odpowiedzialna społecznie.

Działania na rzecz lokalnej społeczności

Przedsięwzięcia na rzecz otoczenia, w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo, to podstawa działań CSR. Wspieranie lokalnych instytucji, działania skierowane do dzieci i młodzieży, czy działania ekologiczne nie mogą być obce pracownikom firmy, która działa w myśl koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Inicjatywy na rzecz lokalnej społeczności powinny być wynikiem zainteresowania się przedsiębiorstwa wybranymi problemami społecznymi, które istnieją w jego najbliższym otoczeniu. Do działań, które przedsiębiorstwo może podjąć na rzecz wspólnoty lokalnej możemy zaliczyć:

zbiórkę pieniędzy czy żywności, zajęcia w domu dziecka, jak również wspieranie miejskich inicjatyw. Takie aktywności nie tylko wspomogą rozwiązanie problemów społecznych, ale także pozwolą na kreowanie pozytywnego wizerunku firmy wśród jej obecnych, jak i przyszłych interesariuszy.

Rozwój pracowników

Inwestowanie w rozwój pracowników to kluczowy element zapewniający ciągły rozwój i wzrost wartości przedsiębiorstwa. Coraz więcej pracodawców decyduje się na organizowanie szkoleń dla swoich pracowników, które rozwijają umiejętności twarde oraz miękkie. Pracownicy mogą korzystać nie tylko z wewnętrznych szkoleń, ale także z dofinansowanych kursów językowych lub studiów podyplomowych. Dzięki temu pracownicy podnoszą swoje kwalifikacje, co staje się zyskiem nie tylko bezpośrednio dla nich, ale także dla przedsiębiorstwa, które może liczyć na kreowanie nowych rozwiązań, lepiej zorganizowaną i bardziej wydajną pracę.

Etyka i ład korporacyjny

Firma odpowiedzialna społecznie powinna wdrażać i realizować swoje działania CSR od podstaw i opierać je na silnych fundamentach. Dlatego zadbanie o etykę biznesu i ład korporacyjny. Celem takich działań jest stworzenie narzędzi wspierających efektywne zarządzanie, skuteczny nadzór, poszanowanie praw interesariuszy firmy oraz

t r a n s -

parentną komunikację z rynkiem. Są one ważnym elementem budowania przewagi konkurencyjnej spółek, jak również przyczyniają się do umacniania atrakcyjności polskiego rynku kapitałowego.

Działania proekologiczne

Firma odpowiedzialna społecznie nie może zapomnieć także o promowaniu ochrony środowiska. Chcąc wdrożyć w przedsiębiorstwie politykę CSR powinniśmy rozważyć zainicjowanie takich działań, jak: segregacja odpadów, edukacja ekologiczna pracowników i klientów, czy zrównoważone zarządzanie surowcami. Jednym z możliwych rozwiązań jest też wprowadzenie elektronicznego obiegu dokumentacji. W ten sposób zmniejszymy ilość zużywanego papieru, dzięki czemu nie tylko zadamy o środowisko naturalne, ale także usprawnimy swoją pracę poprzez łatwiejszą segregację dokumentacji.

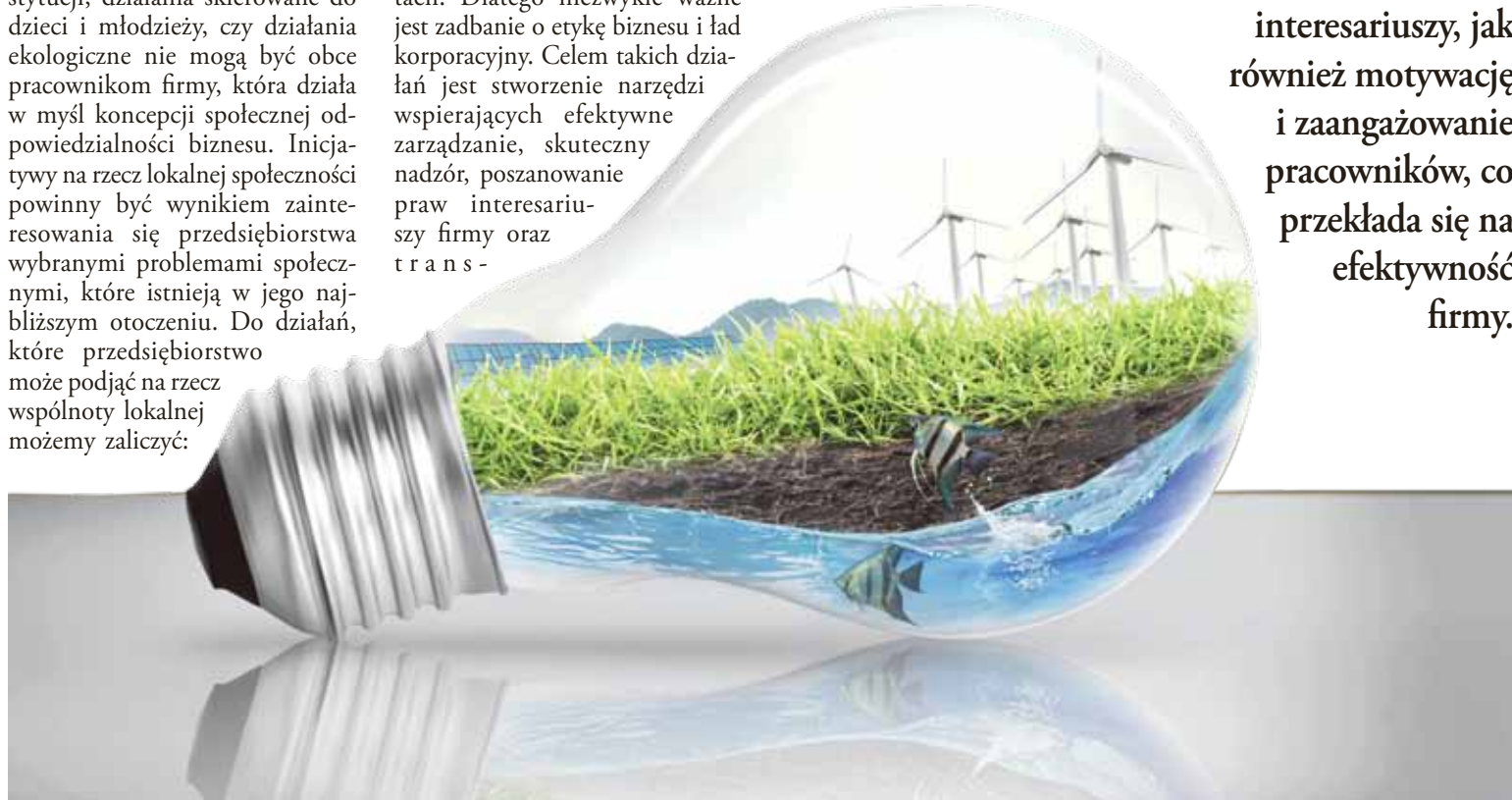
Wdrożenie koncepcji społecznie odpowiedzialnego biznesu determinuje wiele korzyści, takich jak chociażby budowanie pozytywnego wizerunku firmy wśród obecnych i przyszłych interesariuszy, jak również motywację i zaangażowanie pracowników, co przekłada się na efektywność firmy. Podstawą opracowania kompleksowej strategii CSR jest umiejętne i świadome wskazanie i scharakteryzowanie interesariuszy przedsiębiorstwa. Każde bowiem działanie realizowane przed przedsiębiorstwem powinno być z jednej strony skierowane na osiągnięcie ściśle określonego celu, z drugiej zaś

powinno być realizowane z myślą o konkretnych odbiorcach. Nie warto też wdrażać nowych pomysłów bez przekonania, że spotkają się one z pozytywną reakcją otoczenia firmy. Dlatego też ważnym elementem działań CSR jest obserwacja i analiza otoczenia, w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo. Ponadto niezwykle ważne jest, aby działania społecznie odpowiedzialne nie były podejmowane sporadycznie, jednorazowo, ponieważ wtedy mogą być postrzegane jedynie jako próba zwiększenia zysku finansowego. Budowanie wizerunku firmy społecznie odpowiedzialnej to długotrwały, ale opłacalny proces – konsekwentne, długofalowe działania przynoszą konkretne rezultaty.

Autorka jest specjalistką ds. marketingu i public relations w Centrum Odszkodowań DRB



Wdrożenie koncepcji społecznie odpowiedzialnego biznesu determinuje wiele korzyści, takich jak chociażby budowanie pozytywnego wizerunku firmy wśród obecnych i przyszłych interesariuszy, jak również motywację i zaangażowanie pracowników, co przekłada się na efektywność firmy.



BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

23 – 29 września 2016 r.



PRACOWNIK W CENTRUM UWAGI

Rozmawiamy z Michałem Wigurskim, wiceprezesem sprzedaży w Atos Polska, firmy będącej częścią międzynarodowej grupy, która zatrudnia ponad 100 tys. ludzi, w tym 4,5 tys. w Polsce.

Czy tak duża firma, która zatrudnia tak wielu pracowników, angażuje się w działania CSR?

Atos jest od lat uznawany za jednego z najlepszych pracodawców, dowodem są wyróżnienia i wygrane konkursy. Pracownik zawsze znajduje się w centrum naszej uwagi. Ponadto, wspieramy najbardziej akcje społeczne, co jest szczególnie widoczne w Bydgoszczy i w Łodzi, czyli w miastach, w których mamy nasze największe siedziby. Organizujemy m.in. zbiórki krwi, zbiórki funduszy i darów dla potrzebujących, przekazujemy sprzęt informatyczny, bierzemy udział w akcji „Dwie godziny dla rodziny” oraz „Pomaganie w dobrym tonie”.

Warto zaznaczyć, że nasi pracownicy mają możliwość rozwoju wszędzie tam, gdzie znajdują się nasze oddziały, czyli praktycznie na całym świecie. Polskie zespoły, które pracują w ramach projektów międzynarodowych, działają na wszystkich kontynentach i mają możliwość wyjazdu oraz awansu zawodowego. Co ważne, jesteśmy

firmą stabilną, która wciąż zwiększa zatrudnienie.

W Global Delivery Center zaczęliśmy od kilkudziesięciu pracowników, dziś pracuje tu ponad trzy tys. osób.

W Polsce pracujecie od ponad 16 lat, jaka jest wasza rola w grupie?

W Polsce zaczęliśmy aktywność od zbudowania dużego zespołu outsourcingowego dla potrzeb naszych projektów międzynarodowych. Obsługujemy wiele znanych światowych firm np. Deutsche Bank, Coca-Cola, Nokia, McDonald's i wiele innych, które występują praktycznie na każdym rynku i w każdym sektorze gospodarki.

Do niedawna większość naszych usług była realizowana na rzecz klientów zagranicznych, dlatego też mniejszą uwagę poświęcaliśmy aktywności w Polsce. To zmieniło się po połączeniu spółek Atos i Bull, w wyniku czego powstał zespół zaangażowany w realizację projektów informatycznych w Polsce. Dziś, jesteśmy jedną z największych firm informatycznych w kraju.

W kontekście IT wiele razy padają słowa: przedsiębiorstwo przyszłości, co to według Pana oznacza?

Przedsiębiorstwo przyszłości to firma, która nie tylko zajmuje się bieżącymi wdrożeniami, ale i stale pracuje nad rozwiązaniami, które dzięki swojej innowacyjności mogą zasadniczo zmienić dotychczasowy tryb życia ludzi na całym świecie. Atos jest doskonałym przykładem takiego przedsiębiorstwa. Mogę przytoczyć przykłady chociażby z obszaru Smart City, gdzie nasze autorskie, nowoczesne rozwiązania służą milionom użytkowników na całym świecie. W Polsce szczerzy się wdrożeniami wieloaplikacyjnych kart miejskich w Poznaniu, Białymstoku oraz Małopolsce (MKA). W Gdańsku natomiast, wdrożyliśmy eCarga – zintegrowany system informatyczny do zarządzania punktami ładowania pojazdów elektrycznych. Użytkownicy samochodów elektrycznych mogą planować swoje podróże i kontrolować stan pracy samochodu/zużycie baterii za pomocą specjalnej aplikacji.

Na świecie Atos jest również jednym z największych dostawców rozwiązań IT. Od kilku lat dostarcza rozwiązania informatyczne na potrzeby Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich, budując co 2 lata od zera pełny zinte-



growany system Smart City w ciągu kilku tygodni do pracy w bardzo trudnych i skomplikowanych warunkach, w tym wymagań bardzo wysokiego poziomu niezawodności i bezpieczeństwa.

źródło: RaportCSR.pl

DEPESZE CSR
www.raportcsr.pl

TRZECIA EDYCJA
CHARYTATYWNEGO BIEGU
BIZNESOWEGO

26 sierpnia 2016

Warszawa Business Run 2016 wystartowało 4 września, o godzinie 10:30. Była to już trzecia edycja charytatywnego biegu biznesowego w formie sztafety, której uczestnicy pobiegli, by pomóc podopiecznym Fundacji Jaska Meli Poza Horyzonty. Dystans do przebiegnięcia dla jednego zawodnika w zespole wynosił 3,8 km, czyli 19 km dla całego zespołu. Specjalnie dla dzieci biegaczy przygotowany został kącik zajęć i zabaw. Biegacze mogli zostawić tam swoje pociechy pod fachową i wykwalifikowaną opieką.



STYPENDYŚCI FUNDUSZU
STYPENDIALNEGO NATALII
PARTYKI NA IGRZYSKACH
OLIMPIJSKICH

27 sierpnia 2016

Podczas 15. Letnich Igrzysk Paraolimpijskich w Rio de Janeiro o medal w pchnięciu kulą i rzucie dyskiem walczył Bartosz Tyszkowski. Jest on jednym ze stypendystów Funduszu Stypendialnego Natalii Partyki. Maria Andrejczyk, także podopieczna Funduszu, z sukcesem zakończyła udział w olimpiadzie w Brazylili, zajmując czwartą pozycję w konkursie rzutu oszczepem. Bartosz Tyszkowski w konkursie pchnięcia kulą w kategorii F41 wywalczył srebrny medal igrzysk paraolimpijskich. Polski zawodnik pchnął kulę na odległość 13,56 m.

MASTERCARD WSPIERA
WORLD FOOD PROGRAMME
ONZ

6 września 2016

Kolejny rok z rządu Mastercard wspiera World Food Programme (WFP), czyli Światowy Program Żywnościowy ONZ, biorąc udział w szkolnym programie dożywiania dzieci w Rwandzie. Do włączenia się w akcję firma zachęca też użytkowników kart Mastercard. W Polsce partnerem tegorocznego projektu jest sieć RTV EURO AGD. Każda transakcja kartą płatniczą Mastercard w sklepach tej sieci pozwoli ufundować jeden posiłek dla potrzebujących dzieci. Akcja potrwa do 25 września br. i jest realizowana w ramach kampanii Priceless Causes (Bezcenne Pomaganie).



Chociaż od zamknięcia Igrzysk Olimpijskich minęło zaledwie kilka tygodni, to sportowcy, którzy chcą wziąć udział w kolejnej imprezie za cztery lata, już dziś muszą ciężko pracować. Młody judoka Przemysław Szerszeniewski szlifuje formę w Japonii, gdzie pojechał dzięki wsparciu firmy Arcus.

Witold Kołodziej

– Od początku lipca przebywam w Japonii, gdzie doskonalam swoje

umiejętności judo. Dlaczego wyjeżdżam trenować poza Polską? Wyjazd ma na celu dokładniejsze

Ostry trening w Japonii

zapoznanie się z metodami, organizacją i sposobami prowadzenia treningów na japońskich matach – wyjaśnia Przemysław Szerszeniewski. Jego celem jest walka o kwalifikację do Igrzysk Olimpijskich w Tokio w 2020 roku.

– Japońscy zawodnicy są niezwykle zaangażowani w naukę judo. Trening trwa 2,5 godz., z czego 30 min. trwa rozgrzewka, a dwie godziny walka z zaledwie półminutową przerwą na zmianę przeciwnika. Judo to bardzo intensywny sport, dlatego taki trening jest ogromnym wysiłkiem dla całego organizmu. Zawodnicy trenują codziennie od poniedziałku do soboty z prawie identycznym obciążeniem – mówi Szerszeniewski.

Trening w Japonii to ciężka praca, a także możliwość skonfrontowania swoich umiejętności z zawodnikami na poziomie światowej czołówki.

– Japonia jest kolebką judo. Dlatego japońscy judocy prezentują bardzo wysoki poziom. Z powodu dużej konkurencji wewnętrznej wielu zawodników mimo wspaniałych umiejętności nie jest w stanie zakwalifikować się do startów międzynarodowych. Dlatego trening z japońskimi zawodnikami w Japonii jest cennym doświadczeniem dla zawodnika – mówi nasz judoka.

Przemysław Szerszeniewski pierwsze kroki w judo stawiał w białoleńskim klubie Judo Arcus, obecnie reprezentuje KS AZS AWF Warszawa. W swoim dawnym klubie występuje w roli trenera.

Firma informatyczna Arcus od wielu lat wspiera klub z warszawskiej Białoleki. Spółka nie tylko wspiera bieżące działanie klubu, lecz także funduje nagrody na turniejach czy dofinansowuje szkolenie najlepszych zawodników.

Wsparcie gigantów

Nie tylko kibice mają prawo cieszyć się z medali naszej reprezentacji, zdobytych podczas Igrzysk Olimpijskich w Rio de Janeiro. Powód do dumy mają również ci, którzy wspierali naszych olimpijczyków.

Przykładem takiego zaangażowania jest wsparcie firmy Betacom, udzielone Wojciechowi Nowickiemu, który w Rio zdobył brązowy medal

w rzucie młotem. Medal Olimpijski to największy sukces w dotychczasowej karierze Nowickiego. Dotychczas miał na swoim koncie brązowy medal Mistrzostw Świata i medale mistrzostw Polski seniorów.

Firma Betacom specjalizuje się w projektowaniu, doradztwie oraz wdrażaniu rozwiązań informatycznych. Od lat wspiera sportowców.

EK



Raport Społeczna Odpowiedzialność Biznesu tygodnika „Gazeta Finansowa” publikowany co kwartał i w całości poświęcony obszarowi CSR. Ukazało się już 30 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

	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 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 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 (2016)	Diaverum Polska Finmeccanica Helicopter Division
XXIX (2016)	Konkurs Kampania Społeczna Roku Stadion PGE Narodowy