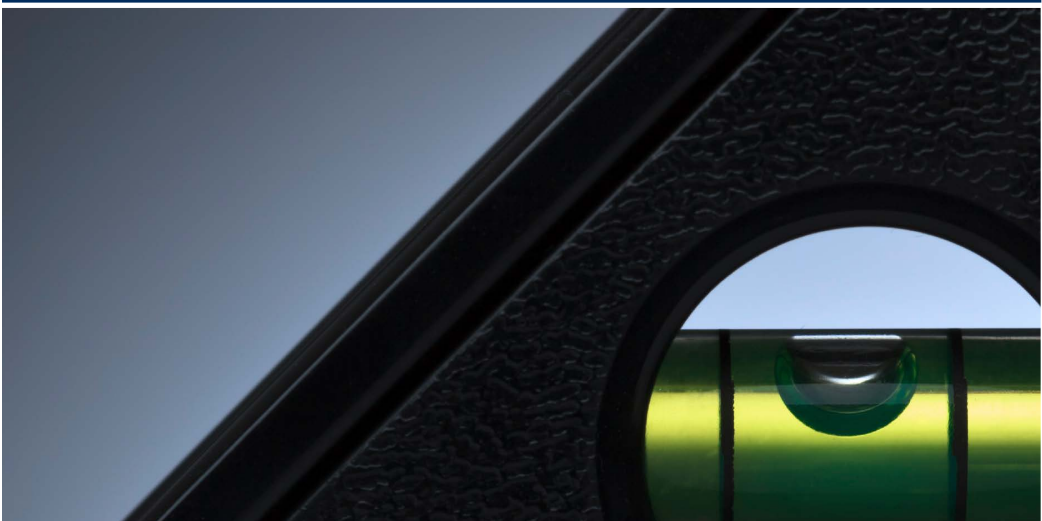


2015

# Odpowiedzialność się opłaca, czyli CSR w MŚP



Prezentacja dobrych praktyk powstałych  
w ramach projektu PARP  
„Zwiększenie konkurencyjności regionów  
poprzez społeczną odpowiedzialność  
biznesu (CSR)”

Wydawca  
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości  
ul. Pańska 81/83  
00-834 Warszawa  
tel.: 022 432 80 80  
faks: 022 432 86 20  
biuro@parp.gov.pl  
www.parp.gov.pl

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

ISBN 978-83-7633-377-9

Publikacja dostępna również na stronie internetowej [www.csr.parp.gov.pl](http://www.csr.parp.gov.pl)

Projekt jest finansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.







Szanowni Państwo,

Inicjatywa publikacji najlepszych praktyk z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) polskich małych i średnich przedsiębiorstw, podjęta przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, spotkała się z moim ogromnym entuzjazmem. Wynikał on przede wszystkim z tego, że publikacja ilustruje wymierne rezultaty projektów pilotażowych zrealizowanych w polskich firmach dzięki współfinansowaniu otrzymanemu ze Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy i dzięki niej rezultaty te będą nie tylko promowane, ale będą też zachęcać innych przedsiębiorców do podejmowania działań na rzecz własnego rozwoju w oparciu o aspekty ekonomiczne, środowiskowe i społeczne. W dzisiejszych czasach planowanie rozwoju w sposób zrównoważony wydaje się oczywiste, dlatego większość dużych przedsiębiorstw konkurujących na rynkach międzynarodowych już od dawna w priorytetach swojego rozwoju uwzględnia relacje z pracownikami, interesariuszami, dbałość o środowisko naturalne czy współpracę z organizacjami pozarządowymi. Jednak ponad 99% wszystkich firm zarówno w Szwajcarii jak i w Polsce to firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, kreujące 75% miejsc pracy w gospodarce. Tym firmom często definicja CSR nie jest znana. Nie oznacza to jednak, że nie realizują one działań z zakresu CSR, gdyż często inicjatywy podejmowane w bliskiej współpracy z pracownikami czy ze społecznością lokalną są dla nich naturalne. Firmy te, dzięki projektowi realizowanemu przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, mogły nie tylko poznać definicję społecznej odpowiedzialności biznesu, ale również uzyskać dofinansowanie na bardziej usystematyzowane i kompleksowe działania CSR.

Projekt ten jest częścią większej inicjatywy: Programu Swiss Contribution skierowanego do 13 krajów, które przyłączyły się do Unii Europejskiej w 2004 roku i później. Celem Programu jest wsparcie krajów beneficjentów w procesie wyrównywania różnic społeczno-gospodarczych. Polska jest największym beneficjentem Programu, gdyż 489 milionów franków szwajcarskich przeznaczono na realizację 59 programów i projektów w 5 obszarach tematycznych. Obszary wsparcia zostały wybrane we współpracy z władzami polskimi, jako obszary kluczowe w procesie stymulacji rozwoju gospodarczego.

Program Swiss Contribution sam w sobie stanowi spójny wachlarz instrumentów opartych o założenia zrównoważonego rozwoju i uwzględniających nie tylko aspekty gospodarcze, ale również środowiskowe i społeczne ze znacznym udziałem w procesie decyzyjnym interesariuszy Programu tj. władz polskich na poziomie centralnym, regionalnym i lokalnym, beneficjentów oraz organizacji pozarządowych. Również z tego powodu inicjatywa promowania zasad zrównoważonego rozwoju wśród polskich przedsiębiorstw była dla nas interesująca i zdecydowaliśmy się na dofinansowanie projektu, którego rezultaty zawiera niniejsza publikacja.

**Roland Python**

Dyrektor Biura Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy  
Ambasada Szwajcarii w Polsce



Spółeczna odpowiedzialność biznesu (z angielskiego: Corporate Social Responsibility, CSR) oznacza zarządzanie przedsiębiorstwem z poszanowaniem zagadnień ekologicznych, pracowniczych i społecznościowych. Oddana w Państwa ręce publikacja prezentuje przedsięwzięcia polskich mikro-, małych i średnich przedsiębiorców dotyczące wprowadzenia zasad CSR do ich działalności biznesowej.

Firmy, których inicjatywy przedstawiono w niniejszej publikacji, są beneficjentami wsparcia udzielonego w projekcie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości pn. „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. W ramach tego projektu wsparcie uzyskało 150 przedsiębiorców, reprezentujących bardzo zróżnicowane branże (od usług w zakresie analiz giełdowych po przemysł drzewny i stoczniowy), różne regiony naszego kraju i skalę działalności (od firm lokalnych po przedsiębiorstwa działające na rynku międzynarodowym). Dodatkowo zrealizowane projekty dotyczą różnych aspektów działalności przedsiębiorstw, takich jak: jakość produktu, jakość obsługi klientów, zarządzanie zasobami ludzkimi, zużycie materiałów i zasobów naturalnych, gospodarowanie odpadami, budowanie relacji na rynku lokalnym. Tym samym nasi beneficjenci udowodnili, że każdy biznes może być prowadzony w sposób społecznie odpowiedzialny.

CSR nie jest przeznaczony tylko dla przedsiębiorstw dużych. Przeciwnie. Jak pokazują zaprezentowane przykłady, dla małych firm CSR jest źródłem uzyskania przewagi rynkowej, pozyskania nowych klientów i kontrahentów, obniżenia kosztów prowadzonej działalności, a także zwiększenia satysfakcji i motywacji pracowników.

Mam nadzieję, że inicjatywy przedstawione w niniejszej publikacji będą dla Państwa inspiracją do podejmowania i promowania działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Serdecznie zachęcam do lektury.

**Bożena Lublińska-Kasprzak**

Prezes

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

# Spis treści

<b>O projekcie</b>	
<b>Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez</b>	
<b>Spółeczną Odpowiedzialność Biznesu (CSR) . . . . .</b>	<b>.8</b>
<b>Wstęp . . . . .</b>	<b>10</b>
<b>Dobre praktyki CSR</b>	
<b>DOLNOŚLĄSKIE:</b>	
MEGA Sp. z o.o. . . . .	12
Zakład Kół Zębatych S. C. Czesław Borkowski, Anna Borkowska,	
Andrzej Olszacki, Monika Olszacka . . . . .	14
<b>KUJAWSKO-POMORSKIE:</b>	
Alpinus Chemia Sp. z o.o. . . . .	16
CK Frost Sp. z o.o. . . . .	18
Joanna Pawłowska - Tyszko Pasieka Kujawska APICOM . . . . .	20
<b>LUBELSKIE:</b>	
Ośrodek Kształcenia Zawodowego ELPRO Sp. z o.o. . . . .	22
Przedsiębiorstwo produkcyjne Lesław Domino . . . . .	24
<b>LUBUSKIE:</b>	
Centrum Obsługi Biznesu Kudelska Sp. z o.o. . . . .	26
EKO - APE Witnica S.C. Andrzej Kuderski, Piotr Zakryszko . . . . .	28
<b>ŁÓDZKIE:</b>	
Nowa Szkoła Sp. z o.o. . . . .	30
TEXPOL Zakład Pracy Chronionej Sp. z o.o. . . . .	32
<b>MAŁOPOLSKIE:</b>	
DG ELPRO Z. Durlak, K. Durlak, J. Golonka Spółka Jawna . . . . .	34
EVACO Sp. z o.o. . . . .	36
Piotr Wołkowski Pracownia Stolarska . . . . .	38
<b>MAZOWIECKIE:</b>	
Anna Migacz – Lesińska Migfactory . . . . .	40
CERTES Sp. z o.o. . . . .	42
GAMMA D. Diduk i M. Wasilewski S.J. . . . .	44
JARS Sp. z o.o. . . . .	46
REKOPOL Organizacja Odzysku Opakowań SA . . . . .	48
Zakłady Drzewne Zadobrze Sp. z o.o. S.K. . . . .	50

**OPOLSKIE:**

EPSILON Software Solutions Sp. z o.o. . . . .	52
H-consulting Wojciech Hołowacz . . . . .	54

**PODKARPACKIE:**

CDG PRO Sp. z o.o. . . . .	56
Krzysztof Błażowski Globalo Max . . . . .	58

**POMORSKIE:**

Sunshine Profits - Przemysław Radomski . . . . .	60
Terma Sp. z o.o. . . . .	62

**ŚLĄSKIE:**

BLUEFORM Marcin Kozłowski . . . . .	64
OPINION Strefa Druku Sp. z o.o. . . . .	66
Sunex SA . . . . .	68

**ŚWIĘTOKRZYSKIE:**

Olimax NT Sp. z o.o. . . . .	70
Polańscy Taborowicz Kancelaria Prawna S.C. . . . .	72

**WARMIŃSKO-MAZURSKIE:**

Planeta Ekologii Krzysztof Sarzyński . . . . .	74
Szkoło Sp. z o.o. . . . .	76

**WIELKOPOLSKIE:**

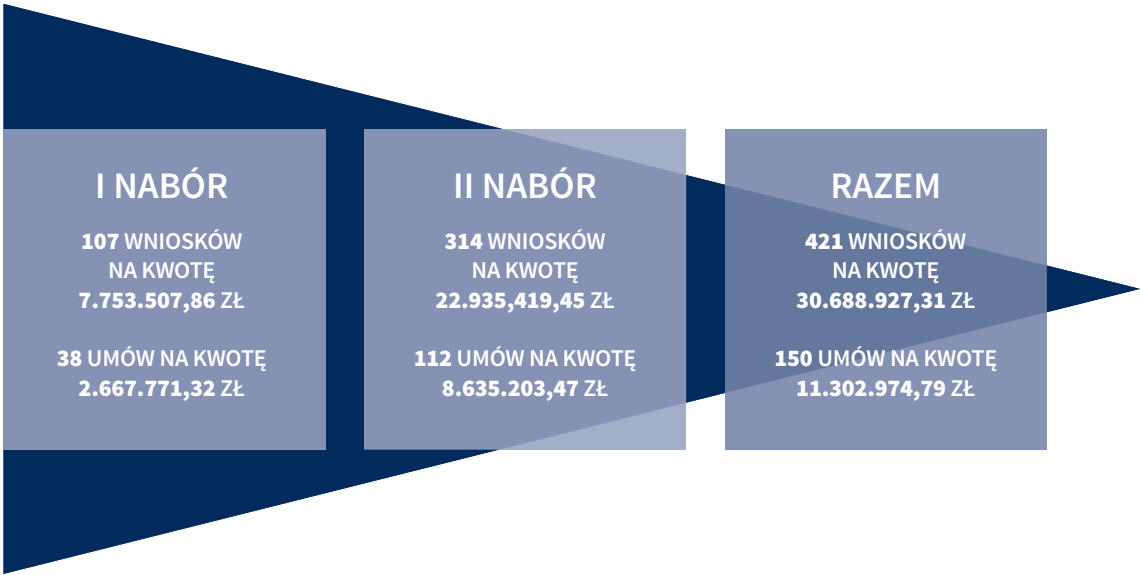
Contrain Poland Sp. z o.o. . . . .	78
HORTIMEX PLUS Sp. z o.o. S.K. . . . .	80
Kingdom Solutions Wojciech Jaskuła . . . . .	82
Meliński Minuth Sp. z o.o. . . . .	84
Polska Dystrybucja Budowlana Sp. z o.o. . . . .	86

**ZACHODNIOPOMORSKIE:**

Cukiernicza Spółdzielnia Inwalidów SŁOWIANKA . . . . .	88
Meridian 15 S.C. Andrzej Bloch, Tomasz Bloch . . . . .	90

# O projekcie

## Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez Społeczną Odpowiedzialność Biznesu (CSR)



Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. corporate social responsibility, CSR), zgodnie z treścią międzynarodowego standardu ISO 26000, oznacza odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko. Przejawia się to przejrzystymi i etycznymi działaniami, które przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju i uwzględnienia oczekiwań

stron zainteresowanych aktywnością organizacji. W funkcjonowaniu organizacji społecznie odpowiedzialnej w sposób szczególny brane są pod uwagę aspekty ekologiczne i kwestie istotne dla pracowników, klientów, kontrahentów oraz społeczności lokalnej.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) od 15 lat wspiera rozwój mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, wytyczając trendy rozwoju innowacyjności i odpowiadając na potrzeby przedsiębiorców. Dostrzegając istotę społecznej odpowiedzialności biznesu i jej wpływ na wzrost przewagi konkurencyjnej polskich przedsiębiorców, PARP realizuje projekt „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. Jego zakres odpowiada działaniom wskazanym przez przedsiębiorców jako pomocne w realizacji idei społecznej odpowiedzialności biznesu. Są to działania związane z upowszechnianiem wiedzy na temat CSR, rozwojem kompetencji w tym zakresie oraz wsparciem finansowym dla przedsiębiorców na realizację działań z zakresu CSR.





## Projekt składa się z trzech głównych części.

Zadaniem pierwszej jest budowa kompetencji w dziedzinie CSR. W tym celu w 2012 r. zorganizowano spotkania informacyjne, szkolenia i wizyty studyjne, skierowane do przedsiębiorców, przedstawicieli Urzędów Marszałkowskich i pracowników Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów. W rezultacie 600 przedsiębiorców i 230 przedstawicieli administracji regionalnej podniosło swoje kompetencje w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

Druga część projektu służy bezpośredniemu wsparciu mikro-, małych i średnich przedsiębiorców we wdrożeniu rozwiązań CSR. W tym celu w latach 2013-2014 przeprowadzono dwa konkursy skierowane do przedsiębiorców ze wszystkich 16 województw. Na realizację przedsięwzięcia przedsiębiorca mógł uzyskać maksymalnie 100 tysięcy złotych bezzwrotnego wsparcia finansowego. Dofinansowane projekty dotyczyły aspektów ekologicznych, pracowniczych i zaangażowania społecznego przedsiębiorców. Ostatni konkurs zostanie przeprowadzony w 2016 r. i będzie skierowany do przedsiębiorców z pięciu województw: podlaskiego, opolskiego, warmińsko-mazurskiego, łódzkiego i świętokrzyskiego.

Celem trzeciej części projektu jest upowszechnienie dobrych praktyk i rezultatów projektów wdrożonych przez przedsiębiorców. Efekty tych projektów zostały zmierzone w wyniku przeprowadzonego badania ewaluacyjnego. Spośród projektów przedsiębiorców, którzy skorzystali ze wsparcia na wdrożenie CSR, zostały wybrane dobre praktyki MŚP. To właśnie te projekty zostały opisane w niniejszej publikacji.

Projekt jest finansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej. Wartość projektu wynosi 5 milionów franków szwajcarskich tj. 17 milionów złotych.

[www.csr.parp.gov.pl](http://www.csr.parp.gov.pl)

**Małgorzata Jelińska**  
Koordynator projektu



**JESTEŚ  
ODPOWIEDZIALNY  
SPOŁECZNIE?**

**sięgnij po  
WSPARCIE  
NA  
WDROŻENIE  
CSR**

Wejdź na stronę [www.csr.parp.gov.pl](http://www.csr.parp.gov.pl)  
i złóż wniosek o udzielenie wsparcia

Możesz otrzymać nawet **100 000 zł** na swój projekt

# Wstęp

Chyba nikt nie stąpa twardziej po ziemi niż właściciele mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. Czym mniejsza jest firma, tym więcej wysiłku wkładane jest w codzienne utrzymanie przedsiębiorstwa, znalezienie środków zarówno na przystłowiowy comiesięczny ZUS, jak i na rozwój oraz inwestycje. Wydawać by się mogło, że próby przekonywania przedsiębiorców do CSR wywołają w najlepszym razie obojętność. W najgorszym – lekceważenie i próby o „niezawracanie głowy”.

Dlaczego więc jest inaczej? Dlaczego elementy świadczące o odpowiedzialnym prowadzeniu biznesu coraz częściej wplatane są do strategii i bieżącej działalności nawet najmniejszych, kilkuosobowych firm? Wydaje się, że odpowiedź brzmi: „Bo to się po prostu opłaca”. Zyski nie muszą być finansowe i nie zawsze przychodzą natychmiast. Są za to pewne i mogą przejawiać się w postaci lepszej pracy personelu, nowych klientów albo większej konkurencyjności przedsiębiorstwa.

Niniejsza publikacja prezentuje wdrożenia odpowiedzialnych rozwiązań w 40 przedsiębiorstwach sektora MŚP. Uwagę zwracają m.in. odpowiedzialne **rozwiązania przygotowane dla pracowników**. Każdy, kto pracował w małym i średnim przedsiębiorstwie zdaje sobie sprawę, że praca w takich miejscach jest inna od zatrudnienia w korporacjach lub urzędach. Z jednej strony wyróżnia się pozytywnie - panują tu zwykle mniej zhierarchizowane relacje, każdy zna każdego i łatwiej nawiązywać kontakty. Trudniej też o monotonię, bo praca - szczególnie w małych firmach - często wiąże się z koniecznością wykonywania wielu zupełnie różnych zadań w czasie dnia.

Z drugiej jednak strony małe i średnie organizacje nie mają rozbudowanych działów HR, które dbają o rozwój pracowników i pilnują - w dobrym sensie tego słowa - ich motywacji, zaangażowania i rozwoju kompetencji. Z badań przeprowadzonych przez PARP wynika, że jeszcze kilka lat temu 91,5 proc. managerów w MŚP uważało, że „pracownikom nie jest potrzebne żadne szkolenie, bo świetnie sobie radzą w pracy”<sup>1</sup>. Te same badania wskazują, że ponad połowa pracowników sektora MŚP nie podnosi w żaden sposób swoich kompetencji, a przez to nie stają się bardziej konkurencyjni na rynku.

Często pojawiającym się efektem takiego stanu rzeczy stawał się stopniowy spadek motywacji i zaangażowania wśród pracowników, częste zmiany pracy i brak nowych kwalifikacji. Na szczęście sytuacja zaczyna się zmieniać. Relacje z pracownikami i jakość pracy nawet najmniejszej załogi coraz częściej zdają się być doceniane przez pracodawców. Wielu zauważa, że odpowiedzialne biznesowo podejście się opłaca, a zadowolony pracownik oznacza większy zysk dla firmy.

Opisywane działania nie oznaczały zawsze rewolucji w pozycji pracownika w firmie, nie musiały się wiązać też z diametralną zmianą relacji pracownik-pracodawca. Często były to zmiany pozornie niewielkie, choć w konsekwencji prowadzące do podniesienia satysfakcji załogi. Dla przedsiębiorstwa oznacza to zawsze policzalny zysk oraz satysfakcję z bardziej odpowiedzialnego społecznie prowadzenia działalności.

Podobny przełom jak w relacjach z pracownikami dzieje się w sferze **odpowiedzialności za środowisko**. Jeszcze niedawno słowo „ekologia” w uszach małych i średnich przedsiębiorców brzmiało jak „wydatek”. Środowiskowym wyzwaniem dla znacznej większości MŚP było jedynie spełnianie minimalnych norm – choć i tutaj bywało, że działano tak jedynie w czasie kontroli zakładu przez odpowiednie służby. Ekologiczny znacząco „kosztowny i niepotrzebny”. W ostatnich latach jednak ekologia przestaje być modą, czy kaprysem. Staje się elementem strategicznego myślenia o prowadzonym biznesie. Nie tylko w wielkich kopalniach, hutach czy elektrowniach, ale również na poziomie najmniejszych działalności gospodarczych oraz małych i średnich przedsiębiorstw.

<sup>1</sup> <https://www.parp.gov.pl/files/74/81/380/10538.pdf>

Po pierwsze - wpływ na myślenie właścicieli i zarządów mają nieustanna edukacja ekologiczna, którą widać w mediach i setkach kampanii społecznych, które na stałe wpisały się w codzienność małych i dużych miejscowości. Po drugie - rośnie też presja ze strony konsumentów, którzy coraz częściej chcą wiedzieć, czy to, co mają kupić powstało w odpowiedzialny środowiskowo sposób. Pytania, które jeszcze kilka lat temu zwykle wzbudziłyby zdumienie, dziś są traktowane bardzo poważnie. Więcej! Małe i średnie firmy są przygotowane do odpowiedzi. Ślad węglowy, offset środowiskowy, troska o zasoby naturalne – te pojęcia przestały być domeną organizacji ekologicznych i zaczęły funkcjonować w biznesowych dokumentach.

Wreszcie - po trzecie – rozwiązania ekologiczne nie tylko przestały być niedostępne cenowo dla MŚP, ale wręcz ich wdrożenie zaczęło się opłacać. Redukcja ilości odpadów, zwiększenie efektywności, czy zmniejszenie kosztów – to wszystko sprawia, że o ochronie natury myśli się dziś w kategorii nie tylko odpowiedzialności środowiskowej, ale również ekonomicznej. Przedsiębiorstwo dobrze zarządzane, to przedsiębiorstwo ekologiczne.

Świetną ilustracją całego procesu zmian w podejściu do kwestii środowiska naturalnego jest projekt „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)”. Praktycznie każdy realizowany projekt akcentował konieczność zmian w tym obszarze. Różne były jedynie skala i skutki podejmowanych działań – od tych najmniejszych, jak np. wprowadzenie dwustronnego druku firmowych dokumentów, po kompleksowe, czyli np. uniezależnienie przedsiębiorstwa od jakichkolwiek paliw tradycyjnych.

Najlepsze przykłady ekologicznych i odpowiedzialnych wdrożeń, tzw. dobre praktyki opisane zostały w niniejszym dokumencie i mogą, a wręcz powinny, służyć wszystkim małym i średnim przedsiębiorcom jako inspiracja do wprowadzenia opłacalnych, proekologicznych działań w swoich firmach.

Wraz z podejściem do zasobów naturalnych oraz relacjami z pracownikami zmieniają się także **relacje MŚP z otoczeniem**. Literatura fachowa otoczenie przedsiębiorstwa definiuje bardzo szeroko – zmieści się tu zarówno Urząd Skarbowy, dostawca prądu, czy firma konkurencyjna. Ale w powszechnym odczuciu to „otoczenie”, stanowią głównie bliżsi i dalsi sąsiedzi – mieszkańcy okolicznych domów, czy miejscowości. Właściciele MŚP wiedzą, że troska o dobrą jakość relacji z tymi ludźmi, to jeden z podstawowych warunków rozwoju ich przedsiębiorstwa.

To nieprawda, że dopiero pojawienie się pojęcia CSR zwróciło uwagę przedsiębiorców na wagę sąsiedzkich stosunków. Większość małych i średnich przedsiębiorstw od zawsze starało się, aby były one co najmniej poprawne. Od zwykłego pożyczania narzędzi, czy grzecznościowego wyświadczenia usługi, po bardziej zorganizowane akcje pomocowe – dobrosąsiedzkie działania są od dziesięcioleci zakorzenione w ekosystemie MŚP. Bardzo często zresztą właściciele niewielkich firm prowadzą swą działalność blisko miejsca zamieszkania – wtedy relacje przedsiębiorstwa z okolicznymi mieszkańcami nieuchronnie przenikają się z relacjami osobistymi.

Nie znaczy to jednak, że pojawienie się w małych i średnich firmach idei odpowiedzialnego prowadzenia biznesu nic tu nie zmieniło. Świetnie pokazują to opisane w raporcie przykłady działań. CSR wyposażył firmy w profesjonalne narzędzia kształtowania relacji z sąsiadami. Podpowiedział jak, kiedy i z kim. Niezdecydowanym, wyjaśnił dlaczego. Pojawiły się pojęcia „sesji dialogowych”, „kanałów komunikacji”, „kształtowania postaw”. Coraz więcej właścicieli firm przekonuje się, że nie są to puste zwroty ładnie wyglądające w raportach społecznej odpowiedzialności, ale ważne elementy często decydujące o przyszłości firmy. Prowadzenie przedsiębiorstwa we wrogim otoczeniu i bez oglądania się na opinie mieszkańców w dłuższej perspektywie prawie zawsze prowadzi do biznesowego upadku.

Część „relacyjnych” propozycji, które zostały opisane w publikacji imponuje swoim rozmachem i długofalową perspektywą. Inne, koncentrują się na rozwiązaniu konkretnego problemu, aby jak najszybciej zażegnać niebezpieczeństwo konfliktu z sąsiadami. Wszystkie jednak akcentują konieczność prowadzenia lokalnych stosunków w odpowiedzialny społecznie sposób.



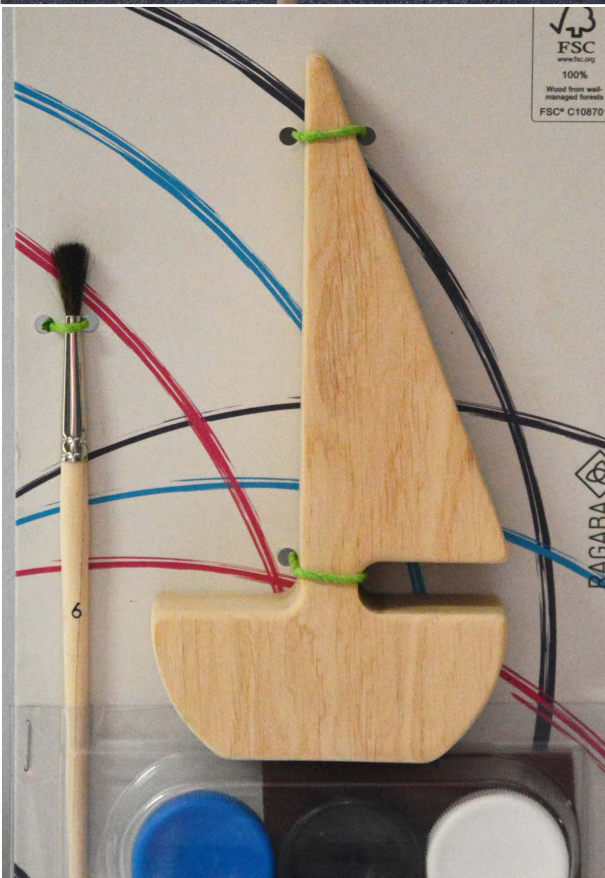
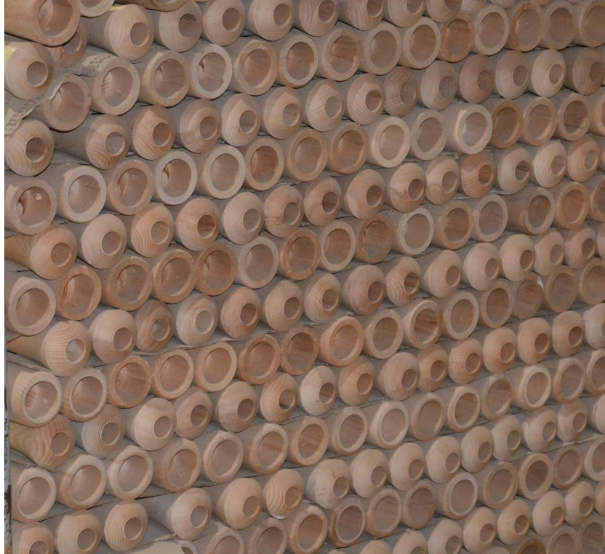
PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## MEGA Sp. z o.o.

Optymalizacja procesu automatycznego szlifowania, w celu zmniejszenia energochłonności procesu, zmniejszenia ilości odpadów oraz rozszerzenia oferty o produkty certyfikowane FSC Reclaimed Wood.

Odpady produkcyjne to zmosfera prawie każdej stolarni i tartaku. Jakby nie ciąć, to zawsze coś zostanie - w olbrzymiej części takie ścinki są spalane, bo zwykle nie ma pomysłu albo możliwości, żeby zrobić z nimi coś pożytecznego. Przez długi czas taki stan rzeczy utrzymywał się również w spółce Mega z dolnośląskiego Wojcieszowa. Dzięki modernizacji wyposażenia i determinacji właścicielki, aby ograniczać odpady spółka rozszerzyła swoją działalność i teraz – oprócz wcześniejszego asortymentu – produkuje również ekologiczne, drewniane zabawki.

Mega to jeden z wielu małych zakładów, które wytwarzają komponenty drewniane do mebli sprzedawanych pod markami dużych firm. Spółka produkuje m.in. elementy do mebli dla globalnego koncernu. Justyna Bielawska podkreśla, że bycie takim dostawcą zobowiązuje spółkę do ciągłego usprawniania produkcji. Co roku odbiorcy produktów Mega audytują działalność przedsiębiorstwa pod kątem zrównoważonej i uczciwej w stosunku do ludzi i środowiska produkcji. Spółka jest dumnym posiadaczem certyfikatu FSC (Forest Steward Council), który jest potwierdzeniem wykorzystania w produkcji materiałów drewnianych pochodzących z dobrze zarządzanych lasów.

„Myślenie proekologiczne jest stale obecne w firmie. W naszej opinii, tego typu działalność jest nie tylko opłacalna ze względu na opinię publiczną i ocenę klientów, ale po prostu w dłuższej perspektywie jest opłacalna finansowo” – stwierdza Justyna Bielawska, Prokurent Spółki. Ta filozofia doprowadziła do narodzin pomysłu wykorzystania niektórych odpadów w spółce.

Wszystko zaczęło się od kłopotów z posiadaną do tej pory szlifierką, jednym z podstawowych urządzeń do prowadzenia produkcji. Wiek urządzenia i zużycie podzespołów sprawiły, że spółka zużywała coraz więcej drewna oraz materiałów ściernych. Maszyna pochłaniała także duże ilości energii, a prawdziwym utrapieniem był mało efektywny system odpylający. W efekcie praca przy narzędziu stawiała się bardzo niekomfortowa. Konieczne stały się inwestycje - w zakładzie pojawiła się nowa szlifierka, która nie tylko znacznie zmniejszyła zapylenie w hali, ale również przyspieszyła prace. Nowy sprzęt zużywa też mniej prądu i jest bardziej bezpieczny dla pracowników.

Decyzja o wymianie szlifierki spłótła się w czasie z rozpoczęciem produkcji zupełnie nowego komponentu dla klientów. „Zaczęliśmy wytwarzać takie specyficzne nogi, z których jako odpad powstawał drewniany klin. To był bardzo ładny kawałek drewna, który po prostu żał nam było wyrzucać” – wspomina Justyna Bielawska.

Nowa maszyna, dzięki specjalnej, próżniowej technologii, pozwalała na szlifowanie nawet bardzo małych elementów – z łatwością poradziła sobie z kawałkiem wielkości odpadowego klina.

Po wewnętrznych naradach spółka zdecydowała się rozpocząć produkcję zabawek do samodzielnego pomalowania przez dzieci. Pod marką RAGABA sprzedawane w komplecie z farbami są m.in. drewniane kotki, renifery, żaglówki czy zajączki.

Pomysł okazał się sukcesem, a przedsiębiorstwo pracuje nad rozszerzeniem swojej oferty. „Wykorzystaliśmy na początku te małe, drobne elementy. Chcieliśmy jednak wykorzystywać jeszcze większą ilość naszych opadów – rozpoczęliśmy więc na ich bazie produkcję naszych własnych mebli” – mówi Justyna Bielawska.

Odpowiedzialne wobec środowiska i pracowników zachowanie pozwoliło spółce Mega nie tylko na oszczędności, ale również na wejście na nowy rynek. Zabawki zdobyły również certyfikat FSC Reclaimed Wood, który jest jasnym sygnałem, że są wytworzone z materiałów, które w innym przypadku mogłyby być wykorzystane tylko jako materiał opałowy.

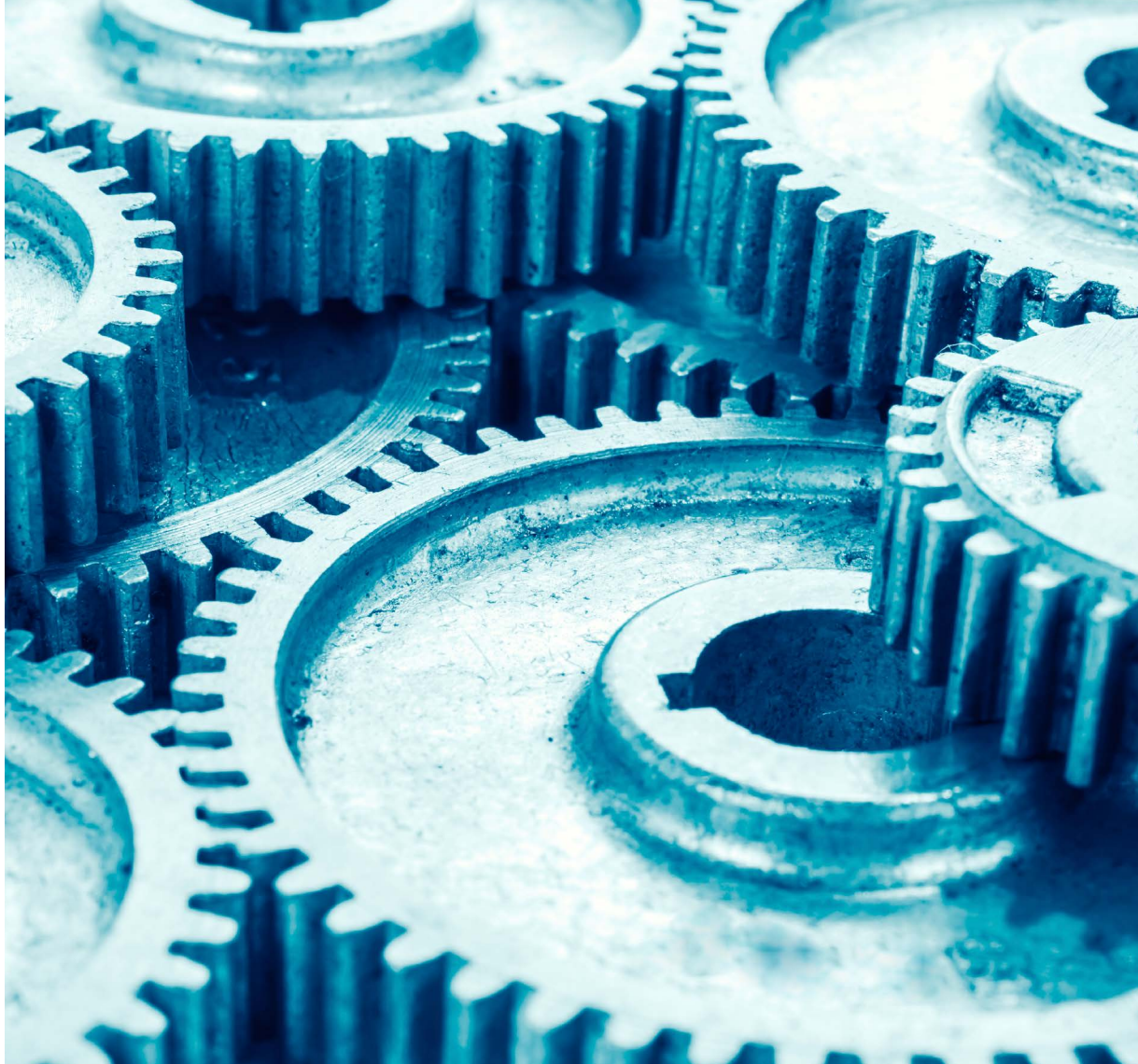
Nowy produkt stał się również okazją do wzmocnienia relacji z sąsiadami. Firma zorganizowała dla mieszkańców Wojcieszowa imprezę integracyjną, a głównym motywem spotkania była ochrona środowiska. Impreza odbyła się w hali sportowej lokalnej szkoły, a szczególnie zadbane o atrakcje dla dzieci. O tym, jak bardzo było to udane spotkanie świadczyć mogą wspomnienia uczestników zamieszczone na stronie miejscowego urzędu gminy: „Wracaliśmy (...) uśmiechnięci, pełni wrażeń z mnóstwem zabawek, które zdobyliśmy na wspaniałej, kolorowej imprezie”.



Nazwa:	Mega Sp. z o.o.
www:	ragaba.eu
Siedziba:	Wojcieszów
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	Spółka zajmuje się produkcją komponentów drewnianych do mebli oraz graniaków bukowych o dużych przekrojach podstawy, suszonych w nowoczesnych suszarniach próżniowych. Proces produkcji obejmuje sezonowanie drewna, suszenie, struganie, obrabianie na maszynach CNC, tokarkach i drzewarkach krzywoliniowych, szlifowanie i polerowanie.
Branża:	Produkcja mebli
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	System motywujący pracowników do stosowania środków ochrony własnej „3 kropki” Szkolenia dla pracowników Wprowadzenie standardów dotyczących druku oraz korzystania z produktów ekologicznych
Rok założenia:	2005

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO- POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO- MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO- POMORSKIE





## „Zakład Kół Zębatych” S. C. Czesław Borkowski, Anna Borkowska, Andrzej Olszacki, Monika Olszacka

Zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko naturalne, zapewnienie pozytywnych relacji z interesariuszami, a także wsparcie rozwoju kompetencji pracowników w ZAKŁADZIE KÓŁ ZĘBATYCH S.C.

Aby zrozumieć niektóre ekologiczne działania podejmowane przez firmy w ramach odpowiedzialności środowiskowej potrzeba skomplikowanych wyjaśnień i długich wywodów. Ale są też takie przykłady, gdzie korzyść dla natury jest wyczuwalna od razu, a wprowadzone zmiany samoistnie przywodzą na myśl ochronę środowiska. Tak jest w przypadku Zakładu Kół Zębatych, który zamiast benzyny do mycia swoich wyrobów zaczął używać myjki ultradźwiękowej.

Zakład Kół Zębatych produkuje – jak sama nazwa wskazuje – koła zębate. Początkowo produkowane były proste części do maszyn rolniczych. Rozwój zakładu umożliwił rozszerzenie produkcji o koła zębate do obrabiarek i motoreduktorów, a także do przekładni kątowych. **„Zwiększenie obszaru produkcyjnego o precyzyjne części do nowoczesnych maszyn pozwoliło firmie na pozyskanie nowej grupy klientów”** – mówi Andrzej Olszacki, właściciel zakładu.

Firma od lat stara się działać proekologicznie. Edukuje pracowników, segreguje i ewidencjonuje odpady i wykorzystuje maszyny o zamkniętym obiegu oleju, co pozwala na zmniejszenie jego użycia. Środowiskowym problemem natomiast pozostawała kwestia mycia i konserwacji wyprodukowanych części. Firma przez lata wykorzystywała w tym celu benzynę, co nie tylko nie gwarantowało wysokiej jakości procesu, ale przede wszystkim tworzyło problem z oparami wewnątrz zakładu i późniejszą utylizacją produktów ropopochodnych. Ponieważ na rynku pojawiły się urządzenia pozwalające na zmianę technologii, zdecydowano się na odpowiedzialne środowiskowo inwestycje - do Zakładów Kół Zębatych trafiła nowoczesna myjka ultradźwiękowa.

**„Wykorzystywanie myjki zapewnia wysoką trwałość naszych produktów poprzez odpowiednie ich oczyszczanie z wszelkich pyłów i zanieczyszczeń, które powstały w wyniku obróbki lub**



**procesu produkcyjnego”** – mówi Andrzej Olszacki podkreślając, że podstawową zmianą jest wyeliminowanie benzyny z procesu produkcyjnego i likwidacja oparów na terenie przedsiębiorstwa. Znaczącej poprawie uległ komfort pracy załogi, spadły koszty, a sama realizacja zleceń jest szybsza i prostsza.

Odpowiedzialność wobec załogi oraz troska o jakość produktu skłoniła Zakład Kót Zębatych również do inwestycji w iniekcyjne urządzenie śrutownicze. Jak podkreśla Andrzej Olszacki pracownicy zakładu czynności związane z obróbką wykonywali dotychczas przy pomocy „ręcznych narzędzi obrotowych”. Zwiększało to ryzyko wypadków oraz powodowało konieczność noszenia przez załogę masek przeciwpyłowych. **„Ponadto wykonywany w ten sposób proces obróbki nie zapewniał odpowiedniej jakości, a efekt wizualny był bardzo zły”** – stwierdza Andrzej Olszacki. Zaznacza, że nowe urządzenie pozwala przeprowadzać mechaniczną obróbkę powierzchni wyrobów w tzw. zamkniętym obiegu, który umożliwia odsysanie pyłów i ich filtrowanie.

**„Zastosowanie nowej technologii znacząco zmniejszyło ryzyko związane z wypadkami, wpływając tym samym na komfort pracy. Urządzenie poprawiło też jakość obrabianych wyrobów poprzez obniżenie uszkodzeń powierzchni. Oferowanie wyższej jakości wyrobów, który wiąże się też z efektem wizualnym, umożliwiło zaspokojenie oczekiwań odbiorców naszych produktów”** – podkreśla Andrzej Olszacki. Dodatkowo, zakup maszyny pozwolił spółce na zmniejszenie negatywnej ingerencji w środowisko naturalne, dzięki obniżeniu poziomu emisji szkodliwych substancji i zmniejszeniu zużycia energii elektrycznej.

Nowe, bezpieczniejsze i szybsze maszyny to zresztą nie jedyny powód do zadowolenia wśród pracowników Zakładu Kót Zębatych. Kierując się zasadami odpowiedzialnego prowadzenia zakładu firma opracowała program wewnętrznych szkoleń dla załogi. **„Podjęliśmy decyzję o inwestycji w potencjał kadry pracowniczej, opracowanie czytelnych zasad rozwoju, zwiększając tym samym motywację pracowników oraz budując wśród tej grupy interesariuszy pozytywną opinię o zakładzie, jako dobrym pracodawcy”** – mówi Andrzej Olszacki. W przedsiębiorstwie przeprowadzono rozmowy z pracownikami, na podstawie których określono ich potrzeby szkoleniowe, wyznaczono metodykę szkoleń oraz zweryfikowano zakres przekazywanych informacji. Zarząd spółki chce również na bieżąco monitorować wpływ szkoleń na kompetencje pracowników.

Realizację strategicznych celów firmy wspiera wdrożenie tzw. BSC, czyli zrównoważonej karty wyników. Jest to system umożliwiający realizację długookresowej strategii w postaci mierzalnych kroków, który jednocześnie monitoruje i kontroluje bieżące funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Zarząd spółki podkreśla, że BSC pozwala na szybkie zweryfikowanie błędów i podjęcie działań korygujących. Wdrożenie systemu poprzedziły m.in. szczegółowa analiza przedsiębiorstwa, opracowanie mapy strategii oraz strategicznej karty wyników.

Zmiany, które zaszły w Zakładzie Kót Zębatych pozwoliły spółce zredukować koszty, ograniczyć negatywny wpływ na środowisko i podnieść motywację i kompetencje pracowników. Poprawiła się również jakość zarządzania oraz produktów, co zdecydowanie zwiększyło konkurencyjność zakładu na rynku.



Nazwa:	<b>Zakład Kót Zębatych S.C. Czesław Borkowski, Anna Borkowska, Andrzej Olszacki, Monika Olszacka</b>
www:	zkz.net.pl
Siedziba:	Wrocław
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	Produkcja kót zębatych do maszyn rolniczych, przekładni kątowych, obrabiarek i motoreduktorów. Wytwarzanie kót pasowych pod różnego rodzaju paski zębate oraz szlifowanych ślimaków i ślimacznic.
Branża:	Produkcja kót zębatych
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Szkolenia dla pracowników zachęcające do oszczędzania energii i wody Segregacja i ewidencjonowanie odpadów Wykorzystywanie maszyn o jak najmniejszym negatywnym wpływie na środowisko Organizacja staży dla uczniów szkół zawodowych Uczestnictwo w programie „Modernizacja kształcenia zawodowego na Dolnym Śląsku” Organizacja tzw. drzwi otwartych dla przyszłych praktykantów
Rok założenia:	1983

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## „Alpinus Chemia” Sp. z o.o.

Zwiększenie konkurencyjności spółki Alpinus Chemia poprzez działania odpowiedzialne społecznie.

Ograniczanie kosztów prowadzenia działalności to dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw codzienna walka na wielu frontach jednocześnie – przeciwnik jest niestety sprytny, potrafi dobrze się przyczaić uderzając w najmniej oczekiwanym momencie wysoką fakturą lub wezwaniem do zapłaty. Osoby zarządzające firmami muszą skupiać się na poszczególnych bitwach nie tracąc jednak z oczu dłuższej perspektywy dla swojego biznesu. Doskonałym orężem w tej walce jest odpowiedzialne społecznie podejście do prowadzonej działalności – choć nieraz wymaga inwestycji, to niemal zawsze w konsekwencji oznacza oszczędności, lepsze relacje z pracownikami oraz mniejszy negatywny wpływ na środowisko naturalne.

Dla spółki Alpinus Chemia z Solca Kujawskiego takim niechcianym kosztem były opakowania. Przedmiotem głównej działalności firmy jest sprzedaż profesjonalnej chemii i produkcja środków dezynfekujących. Firma współpracuje z producentami środków chemicznych w Polsce i za granicą, a wśród klientów są szpitale, przemysł kosmetyczny i duże drukarnie.

Do części klientów Alpinus Chemia przekazuje swoje produkty w dużych, tysiąclitrowych pojemnikach. Są to opakowania wielokrotnego użytku, które powinny być zawsze zwracane do firmy. W przeszłości jedyną formą ewidencji pojemników był nałożony na pracowników obowiązek każdorazowego odnotowywania w dokumentacji liczby i rodzaju przekazywanych do klientów opakowań. Miało to umożliwiać ewentualne dochodzenie zwrotu. Niestety, w skali działalności spółki zdarzały się często przypadki niedopażeń w tym zakresie, a pojemniki wyjeżdżały z przedsiębiorstwa bez odpowiedniej dokumentacji w systemie. W konsekwencji firma musiała co roku odprowadzać wyższą tak zwaną opłatę opakowaniową, a jednocześnie stale uzupełniać stan magazynowy.

**„Nie dość, że wprowadzaliśmy do środowiska opakowania, których nie musieliśmy i nie chcieliśmy, to jeszcze musieliśmy podwójnie za to płacić. Zużywaliśmy ponad 1100 kilogramów opakowań wielokrotnego użytku rocznie. To negatywnie wpływało na koszty oraz środowisko. Dodatkowo więcej uciążliwej pracy miała załoga zobligowana do ciągłej inwentaryzacji opakowań”** – mówi Łukasz Zaremba, Administrator w spółce Alpinus Chemia.

Troszcząc się zarówno o finanse firmy, jak i odpowiedzialne, ekologiczne działanie zarząd Alpinus Chemia postanowił definitywnie rozwiązać problem. Zdecydowano się na wdrożenie nowatorskiego systemu opartego o ponumerowanie pojemników, zamontowanie na każdym chipu oraz montaż specjalnych, emitujących pole elektromagnetyczne bramek na terenie zakładu (technologia RFID).

**„Każdorazowo, kiedy nasz pojemnik przejeżdża przez bramkę, to odpowiednia informacja jest zapisywana w systemie. Wiemy dokładnie kiedy i które pojemniki opuściły nasz zakład”** – podkreśla Łukasz Zaremba.

Montaż systemu przyniósł praktycznie natychmiastowe efekty, a ich rozmiar jest imponujący. Zamiast 1100 kilogramów opakowań firma kupuje ich... 140 kilogramów – koszty spadły z 44 do 12 tysięcy złotych.

Uzupełnieniem systemu był zakup tabletek zgodnych z normą ATEX (dotyczy urządzeń pracujących w strefach zagrożonych wybuchem) i wyposażonych w czytniki etykiet, co pozwoliło na integrację sprzętu z system zarządzania opakowaniami. Właściciele spółki szacują, że sprzęt pozwolił na zmniejszenie o blisko połowę zużycia papieru w przedsiębiorstwie – z 500 do ok. 250 ryz rocznie. Odpowiedzialne biznesowo zmiany objęły też pracowników. Firma przeprowadziła kompleksową analizę potrzeb szkoleniowych załogi, a na jej podstawie opracowała program szkoleniowy. Zwiększył się odsetek pracowników regularnie podlegających ocenom pracy, a dla każdej osoby z personelu stworzono indywidualną ścieżkę kariery.

Na działania podjęte przez Alpinus Chemia można patrzeć przez dwa pryzmaty – jeden to ograniczanie kosztów, drugi - odpowiedzialne społecznie prowadzenie biznesu. Firma pokazuje, że nie ma pomiędzy tymi działaniami sprzeczności.



Nazwa:	ALPINUS CHEMIA Sp. z o.o.
www:	alpinuschemia.com
Siedziba:	Solec Kujawski
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	Przedmiotem głównej działalności firmy jest sprzedaż profesjonalnej chemii i produkcja środków dezynfekujących. Firma współpracuje z producentami środków chemicznych w Polsce i za granicą. Oferta firmy obejmuje m.in. środki do dezynfekcji (w szczególności dla szpitali i placówek służby zdrowia), środki do czyszczenia i rozpuszczalniki dla drukarek przemysłowych, odczynniki dla poligrafii, środki adhezyjne, zmywacze, alkohole skażone dla przemysłu kosmetycznego, surowce techniczne.
Branża:	Dystrybucja chemii profesjonalnej oraz produkcja środków dezynfekujących
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Udzielanie pomocy materialnej dla potrzebujących rodzin w ramach projektu „Szlachetna Paczka”  Współpraca ze szkołą o profilu chemicznym w zakresie prowadzenia praktyk i przyjmowania wycieczek szkolnych
Rok założenia:	2008

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## „CK Frost” Sp. z o.o.

Wdrożenie strategii CSR czynnikiem sukcesu firmy CK Frost Sp. z o.o.

W produkcji mrozonek sprawność i ciągłość działania aparatury chłodniczej ma kluczowe znaczenie. Ewentualne awarie mogą nie tylko powodować straty, ale wręcz zagrozić funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Zdają sobie z tego świetnie sprawę osoby zarządzające firmą CK FROST ze Śmitowic w województwie kujawsko-pomorskim, która od 10 lat działa w branży przetwórstwa spożywczego. Jednak zamiast inwestować w kolejne zapasowe generatory prądotwórcze, w firmie – z sukcesem – problem rozwiązano poprzez wdrożenie strategii odpowiedzialnego prowadzenia biznesu.

Kluczem do sukcesu byli pracownicy. W CK FROST, jak to ma miejsce w wielu innych przedsiębiorstwach, to właśnie szeregowi członkowie załogi najlepiej znali mniejsze i większe bolączki i pro-



blemy firmy. Tymczasem z różnych przyczyn polityka personalna wobec załogi była mocno zaniedbana, co przyznawał sam zarząd firmy .

Poważnym sygnałem ostrzegawczym dla spółki były częste błędy popełniane przez pracowników – w ostatnich latach firma straciła w ten sposób towar o wartości około 200 tysięcy złotych. Choć mogło być gorzej, bo w cyklu produkcyjnym spółki bywają momenty, gdy w chłodni przechowywany jest towar warty pięć milionów zł. Jego utrata oznaczałaby w praktyce utratę możliwości prowadzenia dalszej działalności.

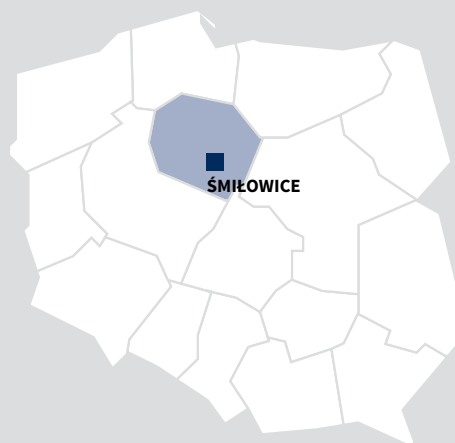
**„Najczęstsze problemy wynikały z błędów ludzkich, które można było wyeliminować poprzez stworzenie dwukierunkowej komunikacji z pracownikami, prawdziwego dialogu”** – mówi Przemysław Ciesielski, Zastępca dyrektora ds. strategii i rozwoju. Spółka zdefiniowała cel, czyli **„zbudowanie długofalowego dialogu z interesariuszami wewnętrznymi poprzez wprowadzenie trwałych zmian w procesach zachodzących z przedsiębiorstwie”**. W skrócie - CK FROST ma być prowadzone w odpowiedzialny społecznie sposób.

Pierwszym krokiem był dokładny audyt obowiązujących procedur i usystematyzowanie dialogu wewnątrz firmy. Tym zajęła się profesjonalna firma zewnętrzna, a jej działania pozwoliły na sporządzenie konkretnych zaleceń dla zarządu przedsiębiorstwa. **„Przeprowadziliśmy całościową zmianę. Poprawione zostały procedury dotyczące stanowisk pracy oraz zasady obowiązujące podczas najważniejszych procesów w firmie. Usystematyzowany został proces dialogu, poprawiliśmy relację i stworzyliśmy pracownikom możliwości do większego zaangażowania w proces zarządzania spółką”** – podkreśla Przemysław Ciesielski przyznając, że dzięki programowi wielu pracowników firmy miało szansę po raz pierwszy w życiu uczestniczyć w szkoleniu zawodowym innym niż obowiązkowe przeszkolenie z zakresu BHP.

Dużo dały też wprowadzone regularne oceny pracownicze. **„Gdy w końcu udało się je wdrożyć i z każdym z pracowników została przeprowadzona indywidualna rozmowa, udało się wyjaśnić wiele nieporozumień wśród załogi”** – stwierdza Przemysław Ciesielski.

Zamiana w firmę prowadzoną odpowiedzialnie to długi proces, a zarząd CK FROST czeka jeszcze niejedna związana z tym decyzja. Jednak podjęta przez kierownictwo spółki decyzja i przeprowadzone działania pozwoliły na relatywnie szybką zmianę obrazu firmy w oczach pracowników.

Na postrzeganie spółki – nie tylko przez pracowników, ale przede wszystkim przez sąsiadów, lokalne władze i kontrahentów – bardzo pozytywnie wpłynęły też zmiany w polityce wodno-ściekowej firmy. Wraz z ekspertami opracowano kompleksową koncepcję gospodarki wodnej przedsiębiorstwa - przeprowadzone badania wykazały, że ok. 30 proc. ścieków z firmy zawiera „części stałe powyżej 0,3 mm”. Dzięki inwestycji w nowoczesne filtry taśmowe odsetek ten spadł blisko 30-krotnie, do ok. jednego procenta. Spółka planuje dalszą rozbudowę systemu oczyszczania tak, aby w przyszłości móc bezpiecznie i odpowiedzialnie odprowadzać ścieki bezpośrednio do naturalnego zbiornika wodnego.



Nazwa:	CK FROST Sp. z o.o.
www:	www.ckfrost.pl
Siedziba:	Śmiłowice
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	CK Frost należy do branży przetwórstwa rolno-spożywczego. Zajmuje się skupem, uszlachetnianiem, zamrażaniem, sortowaniem, sprzedażą i dystrybucją owoców i warzyw do klientów krajowych i zagranicznych. Firma posiada trzy podstawowe linie stosowane przed zamrożeniem: owoce, warzywa blanszowane i warzywa nieblanszowane.
Branża:	Przetwórstwo rolno-spożywcze
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Redukcja zużycia wody Wdrożenie systemu przyspieszonych płatności dla dostawców znajdujących się w trudnej sytuacji finansowej
Rok założenia:	2005

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO Kujawsko-Pomorskie
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO Pomorskie
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## Joanna Pawłowska-Tyszko Pasieka Kujawska APICOM

Pasieka Kujawska APICOM jako przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie w przetwórstwie spożywczym - opracowanie i wdrożenie strategii CSR, planów działania i ekoprodktu.

Pszczółki od tysięcy lat pracują na znakomitą reputację miodu. Oszuści mogą ją zniszczyć w kilkadziesiąt lat. Bazując na braku świadomości klientów, do stoików z napisem „miód” często w ostatnich latach trafia coś, co ma z tą nazwą niewiele wspólnego. Sposobów jest dużo, a miodowe fałszerstwa łączy jedno – ich sprawcy chcą sprzedać więcej bez względu na jakość produktu. Wyprodukowanie oszukanego, niepełnowartościowego miodu jest tańsze, prostsze i szybsze niż prawdziwego. Do tego dochodzi jeszcze problem importu miodu z Azji, gdzie w przeszłości wykryto liczne afery związane z chorobami pszczoł i szkodliwymi chemikaliami zawartymi w miodach. Produkt „miodopodobny” niestety ciągle znajduje nabywców, nieświadomych, że kupiony za „okazyjną” cenę stoik nie zawiera praktycznie żadnych zdrowych substancji, a bywa, że jest po prostu szkodliwy.

To wszystko psuje rynek i martwi znawców pszczoł oraz miłośników miodu. Jedną z takich osób jest Joanna Pawłowska-Tyszko, pochodząca z bartniczej rodziny właścicielka firmy Pasieka Kujawska APICOM. Przedsiębiorstwo, które prowadzi, zajmuje się przetwórstwem miodu – w ofercie ma m.in. miody wszystkich smaków, farmaceutyki i kosmetyki wytwarzane z produktów pszczelich, pyłek pszczeli i propolis.



„Do przetwarzania w zakładzie skupujemy miody gatunkowe i wielokwiatowe od sprawdzonych dostawców z całej Polski. Ponieważ każdy rejon naszego kraju charakteryzuje się typowymi dla siebie smakami i gatunkami miodu, współpracujemy z wieloma pasiekami, tak, aby w naszej ofercie zawsze znajdowała się pełna gama miodów polskich” – podkreśla Joanna Pawłowska-Tyszko, właścicielka pasieki.

Jakość produktów Pasieki Kujawskiej APICOM w najwyższym stopniu zależy od jakości produktów otrzymywanych od producentów miodu. Niestety, z roku na rok o dobrych pszczelarzy coraz trudniej. Widząc sytuację w branży i trudności w znalezieniu odpowiedzialnych i opłacalnych punktów zbytu, część osób zaprzestaje hodowli pszczół. Przedsiębiorstwom takim jak Pasieka Kujawska APICOM coraz trudniej jest znajdować źródła zdrowego, tradycyjnie wytwarzanego miodu.

Kluczowe dla przyszłości przedsiębiorstwa jest pokazanie rolnikom, że prawidłowa hodowla pszczół ma przed sobą przyszłość. Jednocześnie potrzebne są działania, które przekonają konsumentów, że dla zdrowia i smaku warto dopłacić kilkanaście złotych za prawdziwy miód z polskich pasiek. Tak, który od początku produkowany jest w sposób odpowiedzialny – zarówno wobec środowiska, jak i klientów.

W ogólnopolskiej skali są to z pewnością działania bardzo kosztowne, których realizacji mogą podjąć się duże pszczelarskie stowarzyszenia i związki. Trudne jednak do przecenienia są aktywności mniejsze, miejscowe, podejmowane przez silnie lokalnie zakorzenione firmy.

Takie właśnie działania podjęła Pasieka Kujawska APICOM. Firma zorganizowała innowacyjny w skali kraju konkurs dla dostawców miodu promujący dobre praktyki pszczelarskie. W czasie jego trwania wśród pszczelarzy promowana była konieczność utrzymywania bioróżnorodności, prezentowany pszczelarski dorobek naukowy i skuteczne, ekologiczne rozwiązania.

„Bardzo się to wszystko pszczelarzom spodobało i odnieśliśmy spory sukces. W wydarzeniu udział wzięło około 60 pszczelarzy – to naprawdę bardzo dużo jak na tę branżę” – mówi Joanna Pawłowska-Tyszko. Podkreśla, że odbiór wydarzenia był tak pozytywny, że w firmie już zapadła decyzja o cyklicznym powtarzaniu konkursu.

Odpowiedzialna współpraca z kooperantami, stworzenie partnerskich relacji oraz motywowanie i edukacja dostawców są dla Pasieki Kujawskiej APICOM gwarancją prawidłowego funkcjonowania zakładu w średniej i dłuższej perspektywie. Działania zapewniają firmie uzyskiwanie „surowca” najlepszej jakości, a konsumentom – zdrowego i prawdziwego miodu na stołach i kanapkach. „Odpowiedzialność za jakość” jest w Pasiece Kujawskiej tożsama z odpowiedzialnym prowadzeniem biznesu – tylko ta droga opłaca się firmie, dostawcom i klientom.



Nazwa:	Joanna Pawłowska-Tyszko Pasieka Kujawska APICOM
www:	miodpszczeli.pl
Siedziba:	Lubień Kujawski
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Spółka skupuje i przetwarza miód. Konsumentom oferuje miody wszystkich smaków, farmaceutyki i kosmetyki wytwarzane z produktów pszczelich, pyłek pszczeli, propolis i mleczko pszczele. Pszczelarzom natomiast spółka oferuje sprzęt i materiały pszczelarskie: ramki, węzę, drobny sprzęt pasieczny, ule, wirówki. Dystrybucja oferowanych produktów odbywa się za pomocą sklepu firmowego, który mieści się w siedzibie spółki oraz sklepu internetowego.
Branża:	Spożywcza, handel i dystrybucja miodu
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Wsparcie dla akcji GREENPEACE Chronimy Pszczoły
Rok założenia:	1921

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE



## Ośrodek Kształcenia Zawodowego „ELPRO” Sp. z o.o.

Wzrost poziomu kultury technicznej poprzez uruchomienie ogólnodostępnego demonstratorium OZE.



Odnawialne źródła energii przebojem wdzierają się do świadomości Polaków. Panele fotowoltaiczne na dachach przestają dziwić, coraz częściej słychać o pompach ciepła i turbinach wiatrowych. Rosnące zapotrzebowanie powoduje, że powstaje coraz więcej firm oferujących montaż takich urządzeń. W każdej z nich pracują specjaliści, którzy muszą posiadać odpowiednie uprawnienia – rośnie więc również rynek firm szkoleniowych i certyfikujących ekspertów OZE. Kluczowa jest tu wiarygodność - to ona często decyduje o wyborze firmy prowadzącej szkolenia.

Lubelski Ośrodek Kształcenia Zawodowego Elpro od lat zajmuje się organizacją specjalistycznych szkoleń dla branży energetyki tradycyjnej. Firma posiada liczne akredytacje i autoryzacje, dzięki którym większość oferowanych szkoleń kończy się uzyskaniem uprawnień lub certyfikatów ułatwiających znalezienie pracy albo koniecznych do jej wykonywania.

Zainteresowanie zarządu spółki energią odnawialną było naturalną konsekwencją wcześniejszej działalności. Z niepokojem jednak obserwowano sytuację braku odpowiednich szkoleń praktycznych na rynku. **„Brak możliwości rozwoju praktycz-**

nego, testowania różnych wariantów rozwiązań w formie edukacyjnej sprawiały, że bazując na teorii pracownicy techniczni nie wykorzystują w pełni możliwości, jakie dają OZE – ze stratą dla siebie i dla otoczenia” – stwierdza Paweł Węgierek, Prezes Zarządu spółki.

W Elpro zdecydowano się uruchomić innowacyjny w skali krajowej projekt – demonstratorium odnawialnych źródeł energii. Celem było umożliwienie środowisku technicznemu zapoznania się z ekologicznymi technologiami.

W specjalnym pomieszczeniu przygotowano edukacyjne wersje turbiny wiatrowej, modułu fotowoltaicznego oraz modułu pompy ciepła. Przeszkoleni pracownicy Elpro objaśniają zasady działania każdego urządzenia i dzielą się wiedzą na temat energii słońca, wiatru i ziemi. Placówka ma również certyfikat Urzędu Dozoru Technicznego.

Demonstratorium jest dostępne za darmo. Korzystają z niego licznie studenci Politechniki Lubelskiej oraz przedstawiciele branży technicznej. Do dyspozycji osób korzystających z ośrodka są informatory z profesjonalnie zebranymi najważniejszymi informacjami prawnymi i technicznymi dotyczącymi OZE.

**„Każdy może odwiedzić demonstratorium dowolną liczbę razy i w warunkach laboratoryjnych – zamiast u klientów podczas montażu - zapoznawać się z mechanizmami działania urządzeń. Takim obiektem nie dysponuje nikt w regionie, nawet Politechnika Lubelska”** – mówi Paweł Węgierek.

Choć demonstratorium nie przynosi spółce bezpośrednich dochodów, a jego budowa związana była ze sporymi kosztami, to w Elpro mają nadzieję na szybki zwrot inwestycji. Władze firmy liczą na:

- dalszy wzrost zainteresowania OZE, a w konsekwencji zapotrzebowanie rynku na szkolenia z montażu urządzeń,
- możliwości marketingowe, jakie daje związanie demonstratorium z Elpro – spółka buduje swoją wiarygodność wśród studentów i fachowców oraz nawiązuje relacje, które w przyszłości zaowocują decyzją o skorzystaniu z komercyjnych szkoleń w ośrodku. Paweł Węgierek przypomina, że każdy fachowiec odbywa w karierze co najmniej kilkadziesiąt tego typu szkoleń, z których wiele ma w swojej ofercie Elpro,
- wzrost wiarygodności firmy w zakresie rozwiązań przyjaznych środowisku naturalnemu,
- umocnienie współpracy z ośrodkami akademickimi i badawczymi w zakresie OZE.

Przykład Ośrodka Kształcenia Zawodowego Elpro pokazuje, że odpowiedzialny marketing może przyjmować formę dzielenia się wiedzą i stawać się motorem do tworzenia społecznie użytecznych inicjatyw.



Nazwa:	Ośrodek Kształcenia Zawodowego Elpro Sp. z o.o.
www:	elpro.lublin.pl
Siedziba:	Lublin
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Elpro to przedsiębiorstwo usługowe działające na polskim rynku w branży szkoleń dla segmentu technicznego. Podstawowym profilem działalności jest organizacja specjalistycznych szkoleń branżowych na terenie całego kraju. Dewizą firmy jest podnoszenie poziomu tzw. kultury technicznej w zakresie efektywności energetycznej i odnawialnych źródeł energii.
Branża:	Szkolenia
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Płatne staże dla studentów technicznych Politechniki Lubelskiej Bezpłatne szkolenia w ramach Lubelskiego Inkubatora Przedsiębiorczości Politechniki Lubelskiej
Rok założenia:	2003

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE

## Przedsiębiorstwo produkcyjne Lesław Domino

Wzrost wiedzy na temat roli zdrowej żywności w społeczeństwie, ekotechniki u studentów, metod naturalnych upraw u rolników oraz poprawa efektywności energetycznej procesu produkcji.

Cel biznesowy Lesława Domino był prosty. Chciał, aby jego firma – Przedsiębiorstwo Produkcyjne – produkowała smaczne i naturalnie wyrabiane pierogi. Prosta wydawała się również obrona przez jego przedsiębiorstwo droga – rygorystycznie stosować tradycyjne receptury oraz korzystać tylko i wyłącznie z ekologicznych składników dostarczanych przez sprawdzonych dostawców. Efekt przerósł chyba najśmielsze oczekiwania – po zaledwie dwóch latach firma sprzedaje pierogi w całej Polsce i zaczyna właśnie ekspansję zagraniczną. O Przedsiębiorstwie Produkcyjnym Lesław Domino powstały już telewizyjne i radiowe programy, a on sam jest zapraszany jako ekspert na spotkania z samorządem i innymi firmami.

Firma produkuje pierogi na Lubelszczyźnie, w regionie tradycyjnie kojarzonym z rolnictwem. Niestety, choć rolników w okolicy nie brakuje, to jakość i sposób uprawiania ziemi daleki jest od oczekiwań Lesława Domino.

**„W społeczności rolników istnieje głębokie przeświadczenie, że tylko metody oparte na chemicznych środkach są skuteczne w uprawach, a uprawy ekologiczne są drogie, nieefektywne i trudno o klienta. Taki stan rzeczy wpływa z faktu, że w Polsce nie ma ani jednego doradcy rolnego,**

**który przekazywałby wiedzę rolnikom pod kątem ekologii. Są za to tysiące doradców promujących chemiczne lub półchemiczne metody upraw”** – podkreśla Maciej Łoś, współwłaściciel firmy. Z pasją opowiada też, że współczesne, nowoczesne metody ekologicznej uprawy są uznawane przez ekspertów za wysoce innowacyjne technologie. **„To nie chodzi o to, aby sypać obornik i koniec. Współczesna ekologia to precyzyjne mierzenie pierwiastków w glebie i takie ich uzupełnianie metodami naturalnymi, aby gleba była jak najlepszej klasy”** – stwierdza Maciej Łoś.

Do zmiany kultury rolnej udało się początkowo przekonać jednego okolicznego farmera. Po wprowadzeniu nowoczesnych i ekologicznych zmian został on głównym dostawcą firmy. Rozwój przedsiębiorstwa sprawił jednak, że zapotrzebowanie na naturalne płody rolne wzrastało i z biegiem czasu przekroczyło możliwości jednego dostawcy. Firma zmuszona była sprowadzać ekologiczne składniki do produkcji z odległych regionów Polski – to nie tylko zwiększało koszty, ale również kłóciło się z ekologiczną wizją przedsiębiorstwa.

Aby zmienić tę sytuację Lesław Domino wraz z ekspertami ze swojej firmy postanowili przekonać okolicznych rolników, że eko-

logiczne uprawy są nie tylko zdrowsze i smaczniejsze, ale również tańsze i bardziej opłacalne niż rolnictwo oparte na chemii. Po-  
stanowiono przygotować profesjonalny poradnik, który krok po  
kroku instruuje rolników jak uprawiać ziemię w odpowiedzialny  
i ekologiczny sposób.

**„Wysoka jakość merytoryczna poradnika i jego czytelność  
są kluczowe. Właściwie wyhodowane i przechowywane  
warzywa nie generują dużej ilości strat produkcyjnych, na-  
tomiaś źle wyhodowane mogą doprowadzić do potężnych  
strat podczas produkcji, co czyni ją nieopłacalną”** – stwierdza  
Maciej Łoś. Dodaje, że firmie szczególnie zależy na przekonaniu  
rolników do eko-uprawy warzyw wykorzystywanych w zakładzie  
– ziemniaków, selera, marchewki, cebuli i pietruszki.

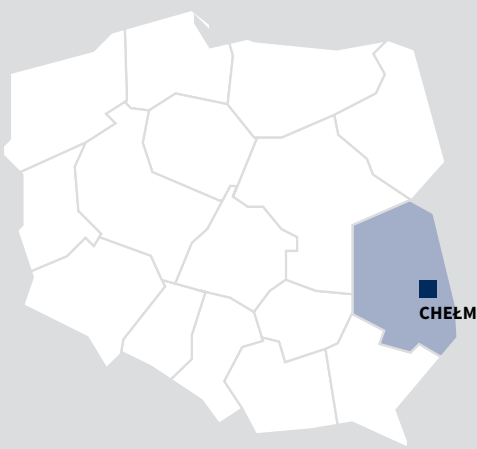
Broszura edukacyjna opracowana została wspólnie z Polską Izbą  
Technologii i Wyrobów Naturalnych. Uzupełnieniem publikacji był  
cykl spotkań z rolnikami przeprowadzonych przez pracowników  
przedsiębiorstwa, podczas których omawiano zalety ekologicz-  
nego rolnictwa i wyjaśniano pojawiające się wątpliwości.

Działania przynoszą pierwsze efekty. Do firmy zgłaszają się  
okoliczni rolnicy gotowi odejść od chemii w uprawach. Choć na  
warzywne efekty trzeba będzie poczekać jeszcze co najmniej  
kilkanaście miesięcy, to Maciej Łoś jest dobrej myśli i wierzy, że  
odpowiedzialna społecznie produkcja pierogów może zmieniać  
jeśli nie świat, to przynajmniej najbliższą okolicę. Z korzyścią dla  
środowiska, mieszkańców, zdrowia klientów oraz... finansów  
przedsiębiorstwa.

Spółka regularnie organizuje działania prezentujące korzyści  
płynące ze zdrowej żywności. Zorganizowano m.in. bezpłatną  
degustację pierogów w 20 punktach sprzedaży potączoną z popu-  
laryzowaniem wiedzy nt. ekologicznego jedzenia oraz zagrożeń  
płynących ze stosowania chemicznych dodatków do żywności.  
Podczas spotkań rozdawano materiały edukacyjne dla rodziców  
(książeczki dla dzieci), młodzieży (pendrive'y z prezentacją) oraz  
seniorów (książki). Firma stworzyła też w serwisie Facebook  
specjalną stronę poświęconą ekologii. Dzięki przeprowadzonym  
działaniom zbudowano wizerunek przyjaznego przedsiębiorstwa  
z troską podchodzącego do jakości oferowanych produktów  
i dbającego o środowisko naturalne.

Ekologiczne zmiany zaszły też w samej produkcji pierogów.  
Swoistym „produktem ubocznym” każdej instalacji chłodniczej  
– również tej w wytwórni pierogów - jest ciepło. Zazwyczaj jest  
ono oddawane do atmosfery, jednak zakład Lesław Domino  
postanowił je wykorzystać z korzyścią dla środowiska i firmowego  
portfela. Zamontowano specjalny moduł, który „chłodnicze  
ciepło” wykorzystuje do wstępnego podgrzewania wody używa-  
nej później w produkcji pierogów. Dzięki temu ma ona 40, a nie  
15 stopni Celsjusza, a jej późniejsze podgrzanie do temperatury  
produkcyjnej 98 stopni wymaga znacznie mniej energii elektrycz-  
nej. Rocznie firma zaoszczędza w ten sposób ponad trzy tysiące  
kWh, czyli mniej więcej tyle, ile średnio zużywa trzyosobowe  
gospodarstwo domowe.

Innowacyjne wykorzystanie technologii odzysku ciepła sprawiło,  
że firma nawiązała kontakty z Politechniką Lubelską, a hala  
fabryczna pierogów stała się miejscem wizyt studentów uczelni.



Nazwa:	Przedsiębiorstwo Produkcyjne Lesław Domino
www:	pierogarniapiaski.pl
Siedziba:	Chełm
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	Produkcja pierogów dystrybuowanych pod marką Pierogarnia Piaski. Produkty zakładu dostępne są w sieciach handlowych w Polsce. Firma rozpoczęła eksport m.in. do Wielkiej Brytanii.
Branża:	Spożywcza, produkcja pierogów
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Regularne przekazywanie pierogów w miastach zimowych dla Kuchni Brata Ablaerta w Lublinie oraz Gorącego Patrolu w celu rozdyskrebowania ich wśród najuboższych mieszkańców okolicy
Rok założenia:	1991

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



## Centrum Obsługi Biznesu Kudelska Sp. z o.o.

Nowoczesne biuro rachunkowe społecznie odpowiedzialne - wdrożenie strategii CSR w Centrum Obsługi Biznesu Kudelska Sp. z o.o.

O tym, że skanery potrafią skanować wiedzę wszyscy. Ale Centrum Obsługi Biznesu Kudelska udowodniło, że urządzenia te mogą także poprawić relacje z sąsiadami, zmniejszyć firmowe magazyny, chronić środowisko naturalne, zwolnić kilka miejsc parkingowych, rozszerzyć zasięg działalności firmy i uszczęśliwić pracowników. Trzeba było jedynie odwagi w zarządzaniu i umiejętności, aby zaprząć nowoczesną technologię do odpowiedzialnego prowadzenia biznesu.

Centrum Obsługi Biznesu Kudelska to mikroprzedsiębiorstwo prowadzące obsługę księgową dla ponad 160 mniejszych i większych firm. Spółka działa w Gorzowie Wielkopolskim, ma również swoją filię w Szczecinie. Przez lata firma działała jak standardowe biuro tego typu – spływające do firmy dokumenty po zaksięgowa-

niu trafiały w segregatorach do magazynu. Wraz z rozwojem spółki i większą liczbą klientów wydruki i faktury od klientów zajmowały coraz więcej miejsca. Praca możliwa była jedynie w siedzibie spółki, a przebiecie się w razie potrzeby przez stosy dokumentów, aby znaleźć jeden konkretny potrafiło zabrać sporo księgowego czasu. Tak byłoby pewnie dalej, gdyby nie determinacja właścicielki biura, pani Grażyny Kudelskiej, aby rozwiązać przynajmniej część narastających problemów. Zdecydowała o wprowadzeniu w firmie elektronicznego obiegu dokumentów.

Spółka zainwestowała w wysokowydajnościowe skanery oraz serwer z odpowiednim oprogramowaniem. Urządzenia połączone ze sobą rozpoczęły swoją rewolucję technologiczną – wszystkie niezbędne dokumenty zaczęto skanować i udostępniać przez serwer uprawnionym pracownikom.



W efekcie:

- personel uzyskał możliwość pracy zdalnej. To, co wcześniej wydawało się niemożliwe – czyli księgowanie z dala od segregatorów nagle stało się łatwe. Pracownicy mogli zacząć korzystać z telepracy lub mieszanych form zatrudnienia. Wyniki ich pracy były zapisywane na serwerze, dzięki temu wszyscy mogli szybko odszukać potrzebne dokumenty,
- klienci doceniają innowacyjną usługę polegającą na możliwości wglądu w proces księgowania na jego poszczególnych etapach. Dzięki wdrożonym rozwiązaniom mogą także otrzymywać automatyczne raporty księgowe,
- zmniejszył się wpływ na środowisko naturalne – to nie tylko mniejsza emisja spalin ze względu na brak konieczności codziennych dojazdów pracowników, ale także duże oszczędności papieru, tonerów i prądu. To, co koniecznie musi być wydrukowane, jest zawsze drukowane dwustronnie i z jak najmniejszymi marginesami. Potwierdzeniem skuteczności podejmowanych działań w tym obszarze, jest Certyfikat „Zielone biuro”,
- firma może rozwijać swoją działalność i pozyskiwać klientów w całej Polsce – wcześniej było to utrudnione ze względu na konieczność przesyłania dokumentów,
- w związku z mniejszą liczbą osób w biurze sąsiedzi przestali narzekać na wiecznie zajęty przez pracowników pobliski parking. W końcu jest gdzie zaparkować.

Zmiany technologiczne w gorzowskiej spółce splatają się ze zmianami w organizacji pracy załogi. Ambicją kierownictwa firmy jest zwiększenie realnego wpływu personelu na funkcjonowanie organizacji – stworzono m.in. program „Praca-Życie”, który w całości został oparty na potrzebach i pomysłach pracowników. Przykładem jest np. wydzielenie jednego z pomieszczeń na potrzeby dzieci – w razie konieczności zabrania dziecka „do pracy” ma ono zapewnione atrakcyjne i bezpieczne miejsce w biurze.

Zmienia się także teren wokół biura – oprócz posadzenia nowych drzew i krzewów trwają prace nad stworzeniem dla pracowników ich własnego warzywniaka i mini-sadu z drzewami owocowymi. Spółka liczy, że – oprócz dostępu w sezonie do własnych, ekologicznych warzyw i owoców – wspólne dbanie o rośliny dodatkowo zintegruje pracowników.

Firma jest także coraz bardziej ekologiczna. Ocieplenie budynku biurowego i wymiana elewacji zakończyły szereg prac termoizolacyjnych, które w konsekwencji mocno zredukowały zużycie energii potrzebnej do ogrzania pomieszczeń biurowych, a tym samym zminimalizowały negatywny wpływ na środowisko.

Wszystkie te zmiany – zarówno technologiczne, jak i pracownicze oraz środowiskowe – wynikają wprost z decyzji zarządu o kompleksowym wdrożeniu zasad odpowiedzialnego prowadzenia biznesu w spółce. Efekty widać w każdym aspekcie – spadły koszty, wzrosły motywacja pracowników i satysfakcja klientów, a firma stała się bardziej ekologiczna oraz poprawiła relacje z sąsiadami.



Nazwa:	Centrum Obsługi Biznesu Kudelska Sp. z o.o.
www:	kudelska.pl
Siedziba:	Gorzów Wielkopolski
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	województwa lubuskie i zachodniopomorskie
Opis prowadzonej działalności:	Firma świadczy usługi dla przedsiębiorstw MŚP w zakresie księgowości, podatków, prawa pracy, ochrony środowiska, prowadzenia działalności gospodarczej, w tym usługi szkoleniowe i doradcze. Działalność jest prowadzona głównie w województwach lubuskim i zachodniopomorskim. Spółka przeprowadza także audyty, w szczególności zgodności z przepisami ochrony środowiska.
Branża:	Usługi księgowe
Rok założenia:	2007

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## EKO - APE Witnica S.C. Andrzej Kuderski, Piotr Zakryszko

Recykling tworzyw sztucznych - proces ratujący nasze środowisko

Chyba każdy, kto spacerował kiedyś w polskim lesie widział porzucone w nim śmieci, a wśród nich prawdziwego króla leśnych odpadów – połamany plastikowy zderzak od samochodu. Części nadwozia wszystkich chyba motoryzacyjnych marek były i są na potęgę porzucane w lesie przez – mówiąc eufemistycznie – ekologicznie nieświadomą część społeczeństwa. Na niewiele zdają się apele, groźby kar i akcje informacyjne.

Są jednak miejsca w kraju, gdzie ten problem już nie istnieje. To lasy w bliższej i dalszej okolicy miejscowości Witnica w województwie lubuskim. W Witnicy bowiem działa spółka EKO-APE, która nie tylko nie każe sobie płacić za utylizację części tworzyw

sztucznych, ale odwrotnie – to ona płaci za każdy dostarczony kawałek plastiku. Proste rozwiązanie sprawiło, że okolicznym mieszkańcom nie tylko nie kalkulowało się wyrzucać śmieci w lesie, ale wręcz opłacało im się zebrać to, co wcześniej zostało porzucone w zagajnikach. W krótkim czasie „wyrzucacze plastiku” przekwalifikowali się w „zbieraczy plastiku”, a z lasów zniknęły samochodowe części z tworzyw sztucznych.

**„Byłem miejscowym radnym i denerwował mnie problem śmieci wyrzucanych w lasach i rowach. Nasza i sąsiednie leżące w pobliżu granicy z Niemcami gminy to takie swoiste zagłębie samochodowe z mnóstwem warsztatów – to tędy**

wszystko do Polski wjeżdżało i tu często było remontowane” – mówi Andrzej Kuderski, współudziałowiec EKO-APE. To on znalazł rozwiązanie problemu przy okazji tworząc dobrze prosperujący biznes. Zbiórka tworzyw sztucznych, ich sortowanie i przygotowanie do dalszych procesów recyklingowych okazała się „strzałem w dziesiątkę”. Firma zaczęła rosnąć i przynosić zyski. Rosła rozpoznawalność w branży, a tworzywa sztuczne zaczęły być zwożone z coraz odleglejszych terenów. Aby podoląć wzrostowi popytu konieczne stały się inwestycje – wśród nich najważniejszy stał się zakup nowoczesnego wózka widłowego, tzw. widlaka.

**„Zakup nowego, ekologicznego wózka był niezbędny – dzięki niemu możemy sprawniej, szybciej i lepiej wykonywać naszą pracę. W konsekwencji więcej odpadów z tworzyw sztucznych poddanych jest recyklingowi. Nie bez znaczenia jest również fakt, że wózek ogranicza emisję CO<sub>2</sub>. Jest też cichy, a nasz zakład sąsiaduje z lasami, więc stajemy się dzięki temu mniej uciążliwi dla leśnych sąsiadów”** – podkreśla Andrzej Kuderski. Wspomina, że wcześniej firma musiała wypożyczać trzy razy w tygodniu wózek widłowy od pobliskiego przedsiębiorstwa. Przewóz sprzętu generował koszty, a sam wózek był zasilany ropą i – jak mówi właściciel EKO-APE – **„automatycznie generował wzrost zanieczyszczenia środowiska”**.

**„Zgodnie z unijną dyrektywą do 2020 roku Europa ma stać się „społeczeństwem recyklingu”. Oznacza to, że działania z zakresu gospodarki odpadami powinny w pierwszej kolejności polegać na zapobieganiu ich powstawania, a następnie w możliwie jak największym ich recyklingu i odzyskiwaniu. Wszystko to w trosce o środowisko naturalne. W lokalnej mikro skali przyczynia się do tego nasze przedsiębiorstwo”** – stwierdza Andrzej Kuderski.

EKO-APE to przykład spółki, która - przyczyniając się do redukcji ilości odpadów - odpowiedzialność społeczną ma wpisaną w istotę swojej działalności. Zakup sprzętu pozwala przedsiębiorstwu na zwiększenie swoich mocy przerobowych i obrotów – co w przypadku EKO-APE automatycznie oznacza więcej korzyści dla środowiska naturalnego.

Ze zbiórki surowców wtórnych korzyści odnosi także... okoliczna sportowo utalentowana młodzież. Część zarobionych pieniędzy firma przekazuje do klubów w gminie Witnica. Jeden z właścicieli firmy był w przeszłości nauczycielem wychowania fizycznego i – jak podkreśla – wsparcie sportu młodzieżowego poprzez ekologiczne działania stanowi dla niego swoiste połączenie zainteresowań prywatnych z pracą zawodową.



Nazwa:	EKO-APE Witnica S.C. Andrzej Kuderski, Piotr Zakryszko
www:	eko-ape.pl
Siedziba:	Witnica
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	<p>Spółka działa w trzech zakresach:</p> <p>Zbiórka, wstępne sortowanie i przygotowanie do dalszych procesów recyklingowych (przebieg, granulacja) odpadów tworzyw sztucznych</p> <p>Promocja i sprzedaż materiału budowlanego pochodzącego z recyklingu tworzyw sztucznych</p> <p>Promocja i sprzedaż używanych palet plastikowych – jako bardziej wytrzymały i proekologiczny zamiennik palet drewnianych</p>
Branża:	Recykling tworzyw sztucznych
Rok założenia:	2012

WOJEWÓDZTWO  
DOLNOŚLĄSKIE

WOJEWÓDZTWO  
KUJAWSKO-  
POMORSKIE

WOJEWÓDZTWO  
LUBELSKIE

WOJEWÓDZTWO  
LUBUSKIE

WOJEWÓDZTWO  
ŁÓDZKIE

WOJEWÓDZTWO  
MAŁOPOLSKIE

WOJEWÓDZTWO  
MAZOWIECKIE

WOJEWÓDZTWO  
OPOLSKIE

WOJEWÓDZTWO  
PODKARPACKIE

WOJEWÓDZTWO  
PODLASKIE

WOJEWÓDZTWO  
POMORSKIE

WOJEWÓDZTWO  
ŚLĄSKIE

WOJEWÓDZTWO  
ŚWIĘTOKRZYSKIE

WOJEWÓDZTWO  
WARMINSKO-  
MAZURSKIE

WOJEWÓDZTWO  
WIELKOPOLSKIE

WOJEWÓDZTWO  
ZACHODNIO-  
POMORSKIE





## „Nowa Szkoła” Sp. z o.o.

### Praktyka CSR w Nowej Szkole

Kupić maszynę – nawet dużą, jak na przykład przemysłowa wycinarka do drewna – to żadna sztuka. Dużo trudniejsza jest nauka efektywnego wykorzystania takiego sprzętu. A gdy w grę wchodzi kilkanaście urządzeń, wielu pracowników i napięty harmonogram – wtedy do synchronizacji tego wszystkiego trzeba podejść jak do problemu naukowego. Wyzwaniem jest znalezienie ekonomicznego i przyjaznego dla pracowników rozwiązania, a najlepiej, gdyby przy okazji zyskało jeszcze środowisko naturalne. Tak właśnie się stało w łódzkiej spółce „Nowa szkoła”.

Firma od lat produkuje meble do szkół i przedszkoli, zabawki edukacyjne, pomoce naukowe oraz sprzęt do rehabilitacji. O wysokiej jakości produktów świadczą liczne certyfikaty oraz – przede wszystkim – olbrzymie grono zadowolonych dzieci, rodziców oraz nauczycieli.

Rosnący wolumen sprzedaży i zwiększanie mocy produkcyjnych zakładu zrodziło pytanie o racjonalność wykorzystania dostępnych w firmie maszyn i pracowników. Zapadła decyzja o przeprowadzeniu wszechstronnego audytu oceniającego organizację produkcji, zorientowanego na dokonanie usprawnień poprzez bardziej oszczędne gospodarowanie zasobami i wykorzystanie potencjału załogi zaangażowanej w proces produkcji. Firma otrzymała dotację, która umożliwiła jej wynajęcie do przeprowadzenia audytu zewnętrznych profesjonalistów.

Obszary audytowane w Nowa Szkoła



Audytorzy sprawdzali m.in.:

- czy organizacja produkcji jest racjonalna,
- czy można wyeliminować operacje niepotrzebne i powtarzające się,
- czy na bieżąco są monitorowane wyniki pracy,
- jak zapewniana jest sprawność urządzeń,
- czy są stosowane reguły bezpieczeństwa przy planowaniu pracy,
- jak realizowane są analizy obciążeń pracowników produkcji.

Audyt zakończył się przygotowaniem „raportu o stanie obecnym” oraz zaleceniami poaudytowymi dla każdego z analizowanych obszarów. Choć od sporządzenia dokumentów nie minęło jeszcze dużo czasu, to część zaleceń udało się już zastosować, a efekty są znakomite.

**„Ich wdrożenie pozwoliło na zwiększenie wydajności stolarni, wzrost efektywności wykorzystanych maszyn, a także redukcję odpadu powstałego w procesie produkcji i rozkroju. Przykładowo - po wprowadzeniu zaleceń audytowych wydajność stolarni wzrosła o 84 proc.”** – mówi Dobromiła Szczygielska, Dyrektor Zarządzająca spółki.

Firma oszczędza również dzięki rozpoczęciu ewidencji odpadów – okazało się bowiem, że część odpadów powstających przy produkcji jednego mebla, zamiast trafiać do śmieci może być wykorzystywana w innym projekcie.

W odpowiedzialne zmiany zaangażowani są również pracownicy. Zarząd sięgnął po sprawdzony w wielu światowych firmach sposób – na ścianie w siedzibie spółki pojawiła się tablica, na której pracownicy mogą zgłaszać swoje pomysły na usprawnienia procesu zarządzania i uwagi dotyczące funkcjonowania przedsiębiorstwa. Kierownictwo spółki liczy na podwójną korzyść wprowadzonego rozwiązania – z jednej strony zwiększenie satysfakcji pracowników, z drugiej – ulepszenie produkcji.

CSR nie był nowym pojęciem w Nowej Szkole. Spółka od lat starała się – mniej lub bardziej formalnie – pomagać lokalnym społecznościom, wspierać pracowników i dbać o środowisko. Można jednak powiedzieć, że dopiero kompleksowe wprowadzenie idei CSR do strategii i bieżącego zarządzania pozwoliło spółce wejść na wyższy, profesjonalny poziom – z korzyścią dla środowiska, dla pracowników i dla finansów przedsiębiorstwa.



Nazwa:	Nowa Szkoła Sp. z o.o.
www:	www.nowaszkoła.com
Siedziba:	Łódź
Wielkość:	średni przedsiębiorca
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Firma zajmuje się produkcją oraz dystrybucją materiałów edukacyjnych. Jest jednym z największych ogólnopolskich przedsiębiorstw w branży – zaopatruje wszelkie instytucje edukacyjne (szkoły, przedszkola, żłobki, świetlice, ale także branżowe sklepy i hurtownie). W ofercie spółki znajdują się materiały edukacyjne, sprzęt sportowy i rehabilitacyjny, meble szkolne i przedszkolne, pomoce dydaktyczne i naukowe, zabawki edukacyjne.
Branża:	Produkcja mebli do szkół, przedszkoli żłobków  Produkcja sprzętu rehabilitacyjnego  Dystrybucja materiałów edukacyjnych i sprzętu sportowego
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Realizacja autorskiego programu AKTO, polegającego na umożliwieniu tworzenia nowych zabawek z opakowań produktów Uczestnictwo w „Dniu przedsiębiorczości” Współpraca z Muzeum Miasta Łodzi Współpraca z łódzką ASP
Rok założenia:	1992

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO Kujawsko-Pomorskie
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## TEXPOL Zakład Pracy Chronionej Sp. z o.o.

BAMBUS - Biznes, Aktywizacja, Motywacja, Bliskość, Użyteczność, Społeczność - realizacja idei społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) w Zakładzie Pracy Chronionej TEXPOL Sp. z o.o.

Gdyby spytać pracowników i sąsiadów spółki TEXPOL z czym kojarzy im się odpowiedzialne prowadzenie biznesu odpowiedzieliby pewnie: „Z wózkiem widłowym”. Pojazd, który niedawno zakupiła spółka pozytywnie zmienił rzeczywistość wielu osób związanych z przedsiębiorstwem.

Zakład Pracy Chronionej TEXPOL z Dłutowa w woj. łódzkim to średniej wielkości przedsiębiorstwo produkujące ręczniki, konfekcję kuchenną, pościel i pieluchy. Spółka ma silną pozycję konkurencyjną w Polsce i współpracuje z ponad 400 klientami. W TEXPOL-u pracuje ponad 50 osób, a większość załogi stanowią osoby z niepełnosprawnościami.

**„Atutem naszej firmy jest innowacyjność produktów. Z powodzeniem wdrażamy do produkcji na skalę przemysłową nowatorskie produkty, jak tkaniny z alg morskich, tkaniny bambusowe czy z włókna bambusowego nasączone ekstraktem z bambusa”** – opowiada Alicja Wajchert, Dyrektor Zarządu.

Wyzwaniem dla zarządu stawały się koszty, zwłaszcza te związane z ogrzewaniem magazynu. Pomieszczenia musiały być ogrzewane ze względu na pracowników, którzy rozładowywali transport „tradycyjnymi metodami”, czyli ręcznie. To wpływało na ich zmęczenie, wydłużało czas pracy, a jednocześnie wymuszało utrzymanie w hali odpowiedniej temperatury. Ogrzewanie nie tylko kosztowało, ale zwiększało też negatywny wpływ TEXPOL-u na środowisko naturalne.



Ekologicznym rozwiązaniem problemu stał się zakup akumulatorowego wózka widłowego. Pojazd pozwolił pracownikom na znacznie bezpieczniejsze, szybsze i mniej męczące rozładowywanie transportu, co w konsekwencji umożliwiło firmie przeniesienie magazynów do pomieszczeń niewymagających ogrzewania. Efekt to oszczędności w firmie, wzrost satysfakcji wśród załogi oraz czystsze środowisko naturalne.

Zarząd TEXPOLU-u znalazł jednak jeszcze jedno odpowiedzialne społecznie zadanie dla nowego wózka widłowego.

**„Na terenie gminy Dłutów sukcesywnie zwiększa się liczba osób, które remontują nieruchomości, rozbudowują, zaopatrują w opał, kruszywa, materiały. Realizują te działania w ramach wzajemnej pomocy dobrosąsiedzkiej, jednak ze względu na brak dostępnych maszyn i urządzeń technicznych w Gminie, niektóre formy pomocy nie są możliwe do realizacji”** – podkreśla Alicja Wajchert.

Spółka zdecydowała więc, że – w miarę możliwości – będzie wysyłała wózek „w teren”, aby tam gdzie można pomagał okolicznym mieszkańcom oraz instytucjom. **„Pomyśleliśmy, że pośrednikami w przekazywaniu informacji może być urząd gminy, kościół parafialny, miejscowa straż pożarna, czy sami mieszkańcy Dłutowa”** – stwierdza Alicja Wajchert.

W ten właśnie praktyczny sposób realizują się w dłutowskiej spółce zasady odpowiedzialnego prowadzenia firmy. Wózek jednak to nie wszystkie podjęte w ostatnich kilkunastu miesiącach działania z zakresu CSR. Już wcześniej w spółce zdiagnozowano, że wśród załogi pojawiają się problemy z komunikacją, a czas obiegu informacji jest długi. Dostrzeżono też luki informacyjne i bariery w dostępie do wszystkich informacji dla pracowników z dysfunkcjami. Wszystko to w konsekwencji wywoływało spadek aktywności i motywacji wśród personelu.

Przedsiębiorstwo zdecydowało się wdrożyć system informatyczny wspomagający zarządzanie, usprawniający komunikację w przedsiębiorstwie i wymianę danych na poszczególnych stanowiskach pracy. **„To pozwoliło dopasować system pracy do szczególnych potrzeb pracowników, zintegrować ich, stworzyć system motywacji i aktywizacji w pracy. Istnienie systemu pozwoliło również zredukować liczbę wydruków komputerowych i kopii oraz ograniczyć zużycie energii elektrycznej”** – mówi Alicja Wajchert.



Nazwa:	TEXPOL Zakład Pracy Chronionej Sp. z o.o.
www:	texpol.net.pl
Siedziba:	Dłutów
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Produkcja ręczników (kąpielowych, łazienkowych, reklamowych i hotelowych), konfekcji kuchennej, pościeli, bielizny oraz pieluszek i otulaczy dziecięcych.
Branża:	Tekstylia
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Wsparcie Fundacji Dzieciom Zdążyć z Pomocą Wsparcie Fundacji Przyjaciół Dzieci Ariadna Wsparcie dla lokalnych klubów sportowych, zgrupowań zakonnych, parafii, szkół i organizacji pożytku publicznego
Rok założenia:	1995

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE



## DG ELPRO Z. Durlak, K. Durlak, J. Golonka Spółka Jawna

Zmniejszenie negatywnego wpływu oddziaływania na środowisko naturalne oraz poprawa warunków pracy i optymalizacja świadczenia usług w przedsiębiorstwie DG ELPRO Z. DURLAK, K. DURLAK, J. GOLONKA SPÓŁKA JAWNA

Czasy, w których jedynymi kablami w budynkach była instalacja elektryczna dawno się skończyły. Choć zwykle tego nie widać, współczesne biurowce i domy mieszkalne to prawdziwy labirynt przewodów odpowiedzialnych za poszczególne systemy, a zaprojektowanie całości to prawdziwe inżynierskie wyzwanie. Pod uwagę trzeba wziąć kilka, a nieraz kilkanaście instalacji, które w nowoczesnych inteligentnych budynkach przenikają się i wzajemnie na siebie oddziałują. Sam projekt to jednak nie wszystko – równie skomplikowane jest późniejsze ustalanie harmonogramu i odpowiedniej kolejności montażu poszczególnych systemów. Całość uzupełnia skoordynowanie dostaw podzespołów.

Tym wszystkim zajmuje się krakowska firma DG Elpro. **„Realizujemy systemy automatyki i bezpieczeństwa budynku, czyli te instalacje, które wiążą się z montażem dużej ilości urządzeń elektronicznych w tych w budynkach. Oferujemy rozwiązania kompleksowe – poczynwszy od projektu, aż do wykonawstwa. Często realizacja otrzymanych zleceń wiąże się z koniecznością montażu wielu kilometrów kabli”** – mówi Zdzisław Durlak, wspólnik DG Elpro.

Optymalna organizacja pracy kilkunastu inżynierów i specjalistów stanowi dla DG Elpro podstawowy warunek sukcesu biznesowego. Wraz z rozwojem firmy i powiększającą się liczbą realizowanych jednocześnie zleceń, tworzenie harmonogramu działań przedsiębiorstwa stawalo się coraz bardziej skomplikowane.

Problem narastał, a wraz z nim pojawiały się trudności z terminową realizacją zleceń, konieczność pracy w nadgodzinach oraz rosnący stres wśród pracowników i wiążący się z nim spadek wydajności przedsiębiorstwa. Do tego rosły koszty – można tu wymienić choćby niepotrzebne zwiększenie powierzchni magazynowej związane z brakiem systemu zarządzania zapasami w firmie.

Przełom dla DG Elpro stał się możliwy dzięki pozyskaniu funduszy na działania CSR. Uzyskane dofinansowanie pozwoliło spółce na przeprowadzenie dokładnego audytu organizacji oraz opracowanie i zakup innowacyjnych rozwiązań informatycznych wspomagających firmę w kluczowych dla niej obszarach.

**„Naszym celem była optymalizacja stanów magazynowych, efektywne zarządzanie poziomem zapasów, optymalizacja harmonogramu świadczenia usług, planów pracy personelu oraz koordynacja działań dostawców”** – podkreśla Zdzisław Durlak.

Dotacja pozwoliła DG Elpro na przeanalizowanie całego łańcucha dostaw przedsiębiorstwa. Zakupiono oprogramowanie, które zautomatyzowało zarządzanie magazynami spółki – potrzebny do realizacji prac sprzęt zaczął być zamawiany i dostarczany w odpowiednim momencie, a zapasy magazynowe racjonalnie wykorzystywane. Wdrożenie systemu pozwoliło na zmniejszenie przestrzeni magazynowej i redukcję kosztów.



Diametralnej zmianie uległ sposób układania harmonogramu i terminów prac spółki. Firma zakupiła i wdrożyła komputerowy system, który pozwala wziąć pod uwagę wszystkie istotne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa i zatrudnionych pracowników. Skróciły się terminy realizacji usług, a możliwości i zasoby przedsiębiorstwa są racjonalnie i w pełni wykorzystywane.

**„Optymalizacja kwestii związanych z procesami zaopatrzenia i świadczenia usług poprawiła nasze relacje z praktycznie wszystkimi interesariuszami – zarówno klientami, jak i pracownikami oraz dostawcami” – stwierdza Zdzisław Durlak.**

Dla „liniowych” pracowników DG Elpro pracujących na co dzień na budowach wprowadzone zmiany są odczuwalne przede wszystkim w postaci... czasu. Dzięki racjonalizacji i lepszemu planowaniu zniknęła potrzeba spędzania w pracy długich nadgodzin. Zyskały relacje rodzinne, poprawiło się samopoczucie wśród załogi, zredukowano stres.

Pozytywną falę zmian związanych z przyznaną dotacją odczuły też osoby pracujące w biurze krakowskiej spółki – m.in. z działów handlowego i marketingu. Po rozmowach z pracownikami zdecydowano się na zasadnicze kroki. **„Zdarzało się, że pracownikom coś wypadło, mieli jakąś sytuację rodzinną, obowiązki rodzinne, które utrudniały przyjscie do pracy. Dzięki Programowi PARP otrzymaliśmy dotację na zakup laptopów, które – po zainstalowaniu oprogramowania umożliwiającego dostęp do naszego wewnętrznego systemu ERP – pozwoliły części osób na pracę z domu. To wygoda zarówno dla pracowników jak i wspólników naszej firmy” – mówi Zdzisław Durlak** podkreślając, że rozwiązanie takie daje szansę na zatrudnienie osobom z niepełnosprawnościami, czy matkom z małymi dziećmi.

Brak konieczności poświęcania długiego czasu na codzienne dojazdy do pracy stał się dla wielu pracowników szansą na większe zaangażowanie w sprawy rodzinne i domowe. Wzrosła też lojalność wobec pracodawcy i – jak zastrzega Zdzisław Durlak – nie ma mowy o spadku wydajności osób pracujących w nowym systemie.

Spółeczna odpowiedzialność stała się również dla DG Elpro okazją do zmniejszenia negatywnego wpływu firmy na środowisko naturalne. Skuteczniejszy harmonogram dla pracowników i dostawców oznacza mniej samochodów jeżdżących na potrzeby spółki, a w konsekwencji zarówno oszczędności, jak i zmniejszenie emisji spalin do środowiska. Dodatkowo DG Elpro zaimplementowało system zarządzania odpadami. **„Podczas instalacji systemów automatyki montujemy wiele kilometrów kabli, przewodów oraz różne urządzenia elektroniczne. Z tym wiąże się generowanie odpadów – bywa, że ich ilość jest duża” – stwierdza Zdzisław Durlak.** Nowy system umożliwił realizację spójnej polityki środowiskowej w przedsiębiorstwie, monitorowanie poziomu odpadów i skuteczniejsze przekazywanie ich do punktów utylizacji.

**„Wprowadzanie projektów zwiększających odpowiedzialność społeczną firmy w małych przedsiębiorstwach ma dużo większy sens wówczas, gdy przynoszą one materialną korzyść przedsiębiorstwu” – podsumowuje Zdzisław Durlak.**



Nazwa:	DG ELPRO Z. Durlak, K. Durlak, J. Golonka Spółka Jawna
www:	dgelpro.pl
Siedziba:	Kraków
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Firma zajmuje się montażem systemów zabezpieczeń i automatyki budynków. W ramach prowadzonej działalności świadczy szeroko rozumiane doradztwo przy projektowaniu i wdrażaniu tzw. inteligentnych budynków. Spółka oferuje również sprzedaż podzespołów i urządzeń związanych z zarządzaniem budynkami.
Branża:	Budownictwo
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Organizacja specjalistycznych szkoleń dla pracowników Organizacja praktyk studenckich Segregowanie odpadów i przekazywanie ich do organizacji zajmujących się ich przetwarzaniem
Rok założenia:	1990

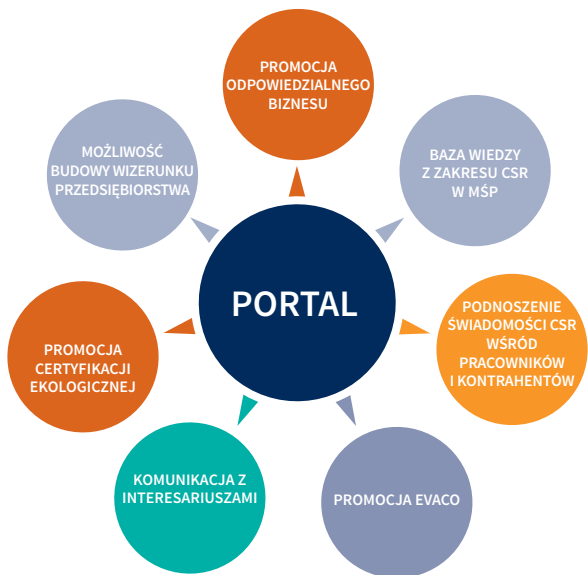
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE



## EVACO Sp. z o.o.

### Spółeczna odpowiedzialność EVACO

Od początku swojej działalności firma EVACO w swoich działaniach troszczyła się o środowisko, dbała o rozwój swoich pracowników i starała się utrzymywać wzorcowe relacje z najbliższym otoczeniem. Dla zarządu oczywiste było, że realizacja pojedynczych elementów polityki CSR, początkowo nazywana po prostu poprawnym zarządzaniem i etyką biznesu, powinna finalnie przyjąć pewien kształt i obrać usystematyzowany kierunek z wytyczonymi celami i zadaniami. Do tego Spółka potrzebowała ekspertów środowiskowych, doradców CSR, czasu oraz dodatkowych zasobów finansowych. Oczekiwania te szczególnie zbiegły się w czasie z programem wsparcia CSR przez PARP. Spółka otrzymała dotację na stworzenie kompleksowej strategii CSR oraz wdrożenia wewnętrznych i zewnętrznych działań CSR EVACO. Pierwszym poważnym krokiem było uruchomienie portalu <http://zielonafirma.org.pl>



Rys. Funkcje i elementy składowe portalu [zielonafirma.org.pl](http://zielonafirma.org.pl)

„Dzięki portalowi upowszechniona została idea CSR w bliższym i dalszym otoczeniu biznesowym EVACO. Możliwe stało się także nawiązywanie nowych relacji” – mówi project manager i wspólnik Spółki, Aleksandra Ścibich-Kopiec.

W ramach prośrodowiskowych działań realizujących wypracowaną strategię CSR, EVACO przygotowała dodatkowo kalkulator emisji dwutlenku węgla. Prosta aplikacja dostępna bezpłatnie na <http://zielonafirma.org.pl> pozwala każdej organizacji obliczyć swój ślad węglowy. Dzięki temu może ona próbować zmniejszyć lub zrównoważyć negatywny wpływ na środowisko np. sadząc odpowiednią, wyliczoną przez program liczbę drzew.

„Mamy nadzieję, że serwis doprowadzi do wzrostu świadomości ekologicznej naszych interesariuszy i uświadomi im istotę problemów środowiskowych w procesie konkurencyjności na rynku” – podkreśla Aleksandra Ścibich-Kopiec.

Portal <http://zielonafirma.org.pl> to nie tylko przestrzeń promująca rozwiązania stosowane w EVACO, ale przede wszystkim zbiór dobrych praktyk CSR przydatnych innym podmiotom. Autorzy mają nadzieję, że stanie się on bodźcem i inspiracją do działania dla jak największego grona odbiorców.

„Przykładem odpowiedzialnych społecznie działań, z obszaru środowiska naturalnego, może być też dążenie firm do spełnienia kryteriów ekostandardu Zielone Biuro. Firma EVACO w trakcie realizacji projektu uzyskała certyfikat Zielone Biuro. Przyznanie tego wyróżnienia jest potwierdzeniem tego, że spółka realizuje działania proekologiczne spełniając jednocześnie kryteria ekocertyfikatu” – mówi Jarosław Szczygiel, doradca CSR.

Działania CSR zostały uzupełnione o szereg elementów wewnętrznych m.in. analizę kompetencji i potrzeb szkoleniowych pracowników oraz stworzenie narzędzi wspierających możliwość wykorzystania elastycznych form zatrudnienia i poprawę komunikacji poziomej i pionowej w firmie. Wykorzystano do tego firmowy intranet, a w prace zaangażowany był cały zespół. To zaowocowało bezproblemowym wdrożeniem wypracowanych wspólnie rozwiązań. „Część szkoleń oparta została na zasadzie mentoringu oraz tutoring. Ponadto wspólne spotkania szkoleniowe dały możliwość wzmocnienia dialogu pomiędzy grupami pracowników i kadrą zarządzającą. Dzięki wymianie doświadczeń i dyskusji dużo szybciej i łatwiej mogliśmy reagować na potrzeby pracowników. Kompleksowe podejście do samorozwoju pracowników przyczyniło się do ich większego zadowolenia z pracy, na co wskazywały jednoznacznie wyniki ankiet oraz niewątpliwie poprawiło jakość pracy przyczyniając się do rozwoju firmy” – podkreśla Aleksandra Ścibich-Kopiec.



Nazwa:	EVACO Sp. z o.o.
www:	evaco.pl
Siedziba:	Kraków
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	kilka województw
Opis prowadzonej działalności:	EVACO zajmuje się projektowaniem, doradztwem, serwisowaniem i wyposażaniem obiektów gastronomicznych w całej Polsce. Prowadzi także działalność szkoleniowo-doradczą, w tym: kursy zawodowe, kursy doskonalące, warsztaty tematyczne i projekty szkoleniowe. Swoje działania Spółka kieruje głównie do MMŚP z sektora turystyczno-gastronomicznego, instytucji społecznych oraz osób fizycznych.
Branża:	Wyposażenie obiektów gastronomicznych, edukacja
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Warsztaty dla studentów i absolwentów Wyższej Szkoły Europejskiej im. Ks. J. Tischnera w Krakowie Konsultacje pomysłów i projektów możliwych do sfinansowania z funduszy europejskich dla swoich klientów Prowadzenie praktyk i staży dla studentów
Rok założenia:	1992

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE

## Piotr Wołkowski Pracownia Stolarska

### Mała stolarnia - wielkie możliwości

Nie brakuje niestety na rynku firm, które myślą tylko o tym, jak by tu zwolnić pracownika, żeby zwiększyć zysk. Ale na szczęście zdarzają się sytuacje odwrotne – biznesowym marzeniem Piotra Wołkowskiego, właściciela mikropracowni stolarskiej z Modlnicy w Małopolsce było zatrudnienie pracownika. Nie na umowę o dzieło, czy zlecenie, ale na pełny etat. Niestety skutecznie uniemożliwiały to warunki BHP panujące w zakładzie. Zapylenie i opary lakiernicze, jak wspomina Piotr Wołkowski, „nie sprzyjały zdrowiu i bezpieczeństwu człowieka”. Pomocne okazały się odpowiedzialne inwestycje, które zrealizowano w firmie.

**„Nasza firma jest firmą rodzinną, prowadzoną przeze mnie i żonę. Zajmujemy się stolarstwem artystycznym, a specjalizujemy w produkcji mebli dla dzieci. Stworzona na potrzeby rynku marka „Lululaj – meble dla dzieci” oferuje łóżeczka, kołyski, łóżeczko-kołyski i inne meble oraz zabawki i akcesoria do pokoju dziecięcego. Oferta naszej firmy jest kompleksowa, zawiera również produkty wytwarzane przez podwykonawców takie jak np. pościel i materace do łóżeczek”** – mówi Piotr Wołkowski, właściciel pracowni.

Wraz z rozwojem przedsiębiorstwa i wzrostem liczby zamówień pogarszały się warunki, w których wytwarzano kołyski. Nie było

należytej instalacji do odcięcia trocin, a powstające podczas lakierowania pyły i związki lotne zalegały w pomieszczeniu lakierni, osiadały na produktach i wydostawały się na zewnątrz zakładu. Komfort pracy dodatkowo pogarszała liczba maszyn i wytwarzany przez nie hałas.

**„To wszystko sprawiło, że warunki pracy nie sprzyjały zdrowiu i bezpieczeństwu człowieka. Firma nie stwarzała warunków, by móc spełnić wymogi związane z zatrudnieniem pracownika w oparciu o umowę o pracę”** – podkreśla właściciel stolarni. Bez tego nie można było myśleć o rozwoju prowadzonej działalności i zwiększaniu swojej pozycji konkurencyjnej.

Produkty stolarni – głównie dziecięce kołyski wyrabiane „pod indywidualne zamówienie” z elementami rękodzieła – w sposób naturalny kojarzą się z ekologią i odpowiedzialnością za stan natury. Posiadany park maszynowy w żaden sposób nie wpisywał się w ten obraz. Oprócz zapylenia i oparów, sprzęt powodował również większe zużycie surowców i negatywnie wpływał na stopień oddziaływania zakładu na środowisko naturalne.

Te wszystkie elementy skłoniły właściciela do wprowadzenia zmian – firma zdecydowała się na wdrożenie idei odpo-



wiedzialnego rozwoju przedsiębiorstwa. „Zbudowaliśmy dostosowaną do wielkości firmy strategię CSR, w której jako podstawowy cel założyliśmy zbudowanie wizerunku firmy innowacyjnej, proekologicznej, wspierającej i promującej postawy społecznie odpowiedzialne. Wierzymy, że tak sformułowany cel przyczyni się do osiągnięcia celu biznesowego firmy” – podkreśla Piotr Wołkowski.

Jednym z najważniejszych kroków była wymiana części urządzeń używanych do produkcji dziecięcych mebli. Zakupione zostały nowoczesne, ekologiczne maszyny, co diametralnie poprawiło warunki pracy.

W stolarni wykonano instalację odciągową trocin od większości urządzeń w jedno miejsce. Redukcja zapylenia była ogromna – firma szacuje ją na 99 proc. Ponadto odciąg zbiera trociny do worków i nie trzeba codziennie sprzątać stolarni, co oszczędza czas i energię pracowników.

Firma zainwestowała też w ścianę lakierniczą z podwójnym systemem filtrowania. „Do tej pory nie posiadaliśmy takiego urządzenia. Szacujemy, że dzięki zastosowaniu ściany lakierowniczej nastąpiła redukcja zanieczyszczeń, m.in. substancji lotnych o około 96 proc.” mówi Piotr Wołkowski.

Dzięki zakupowi wyrówniarko-grubiarki z innowacyjną technologią „Silent-Power” o blisko połowę zmniejszył się też hałas w zakładzie. Urządzenie pozwala także zużywać do produkcji mniej drewna i zmniejszyć liczbę odpadów.

„Inwestycje pozwoliły na stworzenie bezpiecznych i proekologicznych miejsc pracy. Dzięki temu firma ma szansę na rozwój, zwiększenie produkcji i zatrudnienie pracowników. Poprawiła się nasza sytuacja na rynku i staliśmy się bardziej konkurencyjni” podkreśla Piotr Wołkowski.

Swoimi doświadczeniami związanymi z odpowiedzialną przedsiębiorczością Piotr Wołkowski chce dzielić się z innymi małymi firmami, szczególnie branży stolarskiej. Korzystając z usług profesjonalistów firma przygotowała krótki film opowiadający o zastosowanych rozwiązaniach i korzyściach z wdrożenia CSR. Obraz jest dostępny na kanale Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=zn7Lw5Gb9V8>).



Nazwa:	Pracownia Stolarska Piotr Wołkowski
www:	lululaj.pl
Siedziba:	Modlnica
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Firma rodzinna, prowadzona przez małżeństwo. Zajmuje się stolarstwem artystycznym, a specjalizuje w meblach dla dzieci. Na potrzeby rynku stworzona została marka „Lululaj – meble dla dzieci” oferująca głównie łóżeczka i kołyski. Oprócz oferty łóżeczkowej, produkowane są również inne meble, zabawki oraz akcesoria do pokoju dzieciennego.
Branża:	Produkcja mebli
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Uczestnictwo w Festiwalu Etnomania w Małopolsce Uczestnictwo w festiwalu LuxFest – firma stworzyła Strefę Malucha udostępniając swoje produkty Przeprowadzenie warsztatów rozwijających
Rok założenia:	2012

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



# Anna Migacz-Lesińska Migfactory

MORE (Maximisation, Optimisation, Reduction, Education) - czyli WIĘCEJ społecznej odpowiedzialności w branży odzieżowej. Rozwój i promocja firmy Migfactory Anna Migacz Leśnińska w oparciu o CSR.

Badania pokazują, że ponad połowa Polaków jest skłonna płacić więcej za ubrania, co do których mieliby pewność, że powstały z zachowaniem wysokich standardów ekologicznych i społecznych. Niestety, zdecydowana większość jest pewna, że nigdy nie spotkała się z taką odzieżą.<sup>2</sup> Zmienić – choćby w niewielkim stopniu – tę sytuację postanowiła firma Migfactory. W zakładzie podjęto decyzję o produkcji odzieży w sposób odpowiedzialny wobec środowiska.

<sup>2</sup> badania zrealizowane na zlecenie Polskiej Zielonej Sieci przez Interaktywny Instytut Badań Rynkowych/Grupę Gemius w lipcu 2010 roku na reprezentatywnej próbie 1000 internautów

„Firmy działające globalnie mają pierwszy etap wdrażania idei CSR już dawno za sobą. Przykładowo, już w 2011 roku prawie 30 firm z branży, NGOsy, akademicy i amerykańska Agencja Ochrony Środowiska stworzyły Koalicję Zrównoważonych Ubrań, w ramach której powstał Indeks Odzieżowy. To, co w krajach zachodnich jest standardem niestety nie jest jeszcze popularne w Polsce” – mówi Anna Migacz-Lesińska, właścicielka Migfactory.

Wyzwaniem, które postawiła sobie na najbliższe lata właścicielka Migfactory jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko i stosowna edukacja swoich interesariuszy w tym zakresie. Punktem wyjścia stało się wykorzystanie ekologicznych półproduktów (materiałów i tkanin) do produkcji odzieży. Przedsiębiorstwo kupiło certyfikowane materiały, potwierdzające spełnianie wymogów środowiskowych.

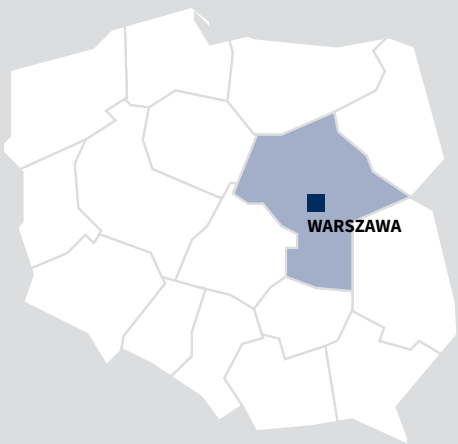
**„Ich wdrożenie jest istotnym krokiem w rozwoju naszego zaangażowania w CSR. Długofalowym celem firmy jest dbanie o standardy środowiskowe na całym etapie łańcucha dostaw, dlatego oprócz samych tkanin zakładamy również zastąpienie większości materiałów używanych aktualnie do promocji i opakowań produktów ekologicznymi odpowiednikami”** – podkreśla Anna Migacz-Lesińska.

Certyfikowane tkaniny umożliwiły Migfactory wprowadzenie do stałej sprzedaży odzieżowej linii Eko, dla której opracowany został dedykowany design. Przeprowadzono działania promocyjne, które – jak mówi Anna Migacz-Lesińska – **„miały charakter nie tylko sprzedażowy, ale również wizerunkowy i edukacyjny, gdyż informowały nie tylko o produkcie, ale również o samej idei, która za nim stoi”**.

Właścicielka Migfactory zdecydowała się również na promocję odpowiedzialnego biznesu odzieżowego wśród młodych projektantów oraz studentów uczelni artystycznych. Firma zorganizowała konkurs na koncepcję nowego ekoubrania. Przesłane pomysły oceniane były m.in. przez internautów, a zwycięzca miał szansę zrealizować swój projekt razem ze specjalistami Migfactory.

**„Każda firma może być odpowiedzialna społecznie. Wiele z nich jest i nawet o tym nie wie. Nasza odpowiedzialność to wartości jakie stoją za naszymi projektami... To przede wszystkim wielofunkcyjność, ponadczasowość, jakość i wytwarzanie w zgodzie ze sobą i otoczeniem. Chcemy się dzielić tymi wartościami”** – stwierdza Anna Migacz-Lesińska.

Właścicielka podkreśla, że podjęte decyzje i wprowadzone zmiany są zgodne z obowiązującą w firmie strategią CSR i pozytywnie wpłynęły na pozycję rynkową firmy oraz otoczenie przedsiębiorstwa. Zadowoleni ze zmian będących efektem wdrożenia metod odpowiedzialnego prowadzenia biznesu są także pracownicy. Choć firma jest niewielka, to – jak wspomina Anna Migacz-Lesińska – istniały w niej „typowe problemy komunikacyjne”, które negatywnie wpływały na funkcjonowanie przedsiębiorstwa, szczególnie w zakresie dotrzymywania terminów i zakresu odpowiedzialności każdego z członków załogi. Z pracownikami przeprowadzono konsultacje, a ich rezultatem stały się procedury, które jasno określają zasady wymiany informacji w firmie.



Nazwa:	Migfactory Anna Migacz-Lesińska
www:	migfactory.pl
Siedziba:	Warszawa
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Głównym obszarem działalności Migfactory jest projektowanie oraz produkcja i sprzedaż odzieży oraz dodatków. Najważniejsze produkty jakie oferuje firma to marka Owee, pod którą funkcjonują linie Mnishkha, Owee SLIM oraz Cargo by Owee.
Branża:	Projektowanie, produkcja i sprzedaż odzieży
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Stworzenie strategii CSR Wsparcie dla Fundacji Viva Uczestnictwo w inicjatywie Creativ Poland Wsparcie dla młodych projektantów – udostępnienie swojego butiku stacjonarnego do prezentacji i sprzedaży kolekcji młodych projektantów Zastąpienie pralni chemicznej pralnią ekologiczną Ograniczenie ilości ścinków, dzięki projektowaniu produktów pod kątem optymalizacji wykorzystania materiału oraz wykorzystywanie ścinków do innych produktów
Rok założenia:	2011

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





## „CERTES” Sp. z o.o.

### Wdrożenie rozwiązań CSR w firmie CERTES

O przestrzeganiu etyki w biznesie zapewniają w zasadzie wszystkie przedsiębiorstwa. Ze świecą szukać można takiego, które zapytane: „Czy są państwo etyczni?” odpowie negatywnie. Niestety, w wielu przypadkach prawda rozmija się z deklaracjami. Firma szkoleniowa Certes postanowiła więc, że swoją odpowiedzialność udowodni – spółka zdobyła certyfikat „Przedsiębiorstwo Fair Play”, przy okazji wzmacniając swój wizerunek, zwiększając zaufanie klientów i integrując pracowników. Słowem – bycie odpowiedzialnym w biznesie po raz kolejny się opłaciło.

Certes to firma szkoleniowa obsługująca głównie sektor MŚP i jednostki samorządowe. Baza klientów spółki to ponad 170 organizacji, które skorzystały z jej usług w ostatnich latach.

**„Certyfikat <<Przedsiębiorstwo Fair Play>> jest czytelny nie tylko dla polskich partnerów, lecz również dla kontrahentów zagranicznych. Jest jasnym przesłaniem, deklaracją**

**stosowania najwyższych standardów etycznych i rzetelności w działalności gospodarczej. Potwierdza tezę, że etyka i biznes nie są sprzeczne.”** – mówi Norbert Ogłaza, Prezes Zarządu.

Ideą programu jest zachęcenie wszystkich firm w Polsce do zachowań etycznych i wprowadzenia stosownych zmian nie tylko w wewnętrznej organizacji pracy, ale także do kształtowania pozytywnych relacji ze społecznością lokalną oraz dbałości o środowisko naturalne. Program „Przedsiębiorstwo Fair Play” ma wieloletnią tradycję. Jego pierwsza edycja została przeprowadzona w 1998 r. i była skierowana do MSP, od drugiej edycji zrealizowanej w 1999 r. program przyjął formułę otwartą dla wszystkich przedsiębiorstw, niezależnie od liczby pracujących.

**„Dzięki zdobyciu certyfikatu udało się nam wzmocnić wizerunek firmy i zdobyć możliwości nawiązania nowych,**



korzystnych kontaktów handlowych. Zwiększyło się także zaufanie, którym darzą nas kontrahenci - poprzez uniwersalną wymowę logo i rzetelność weryfikacji, <<Przedsiębiorstwo Fair Play>> jest skutecznym narzędziem budowania prestiżu firmy na rynku ogólnopolskim i światowym” – podkreśla Norbert Ogłaza.

Spółka poinformowała o swoim udziale w programie głównych i potencjalnych klientów, dostawców oraz inne instytucje istotne z punktu widzenia organizacji. Informację otrzymali również pracownicy.

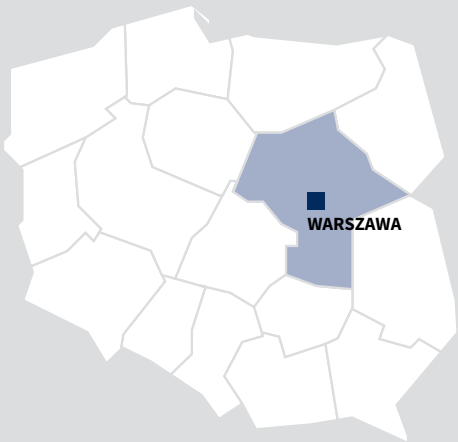
„Logo <<Przedsiębiorstwo Fair Play>> umieściliśmy na materiałach firmowych, kopertach, wizytówkach, papierze listowym oraz opakowaniach i etykietach. Kopia certyfikatu jest także dołączana do dokumentacji przetargowej” – zaznacza Ewa Rosik-Ogłaza, Dyrektor Projektów Rozwojowych.

Potwierdzając, że spółka jest odpowiedzialna i dobrze zarządzana także, jeśli chodzi o inne obszary działalności, Certes wdrożył normy ISO 9001, ISO 14000, ISO 29990 oraz SA 8000.

Certyfikaty to także zachęta dla stażystów. Spółka przygotowała specjalny program stażowy skierowany do studentów i absolwentów uczelni wyższych. Każdy może liczyć w Certes na indywidualną ścieżkę rozwoju, rozwój kompetencji oraz zdobycie wiedzy o innowacyjnych metodach i technikach stosowanych w firmie. Najlepszym proponowane jest stałe zatrudnienie.

Szczególnie bliską relację spółka nawiązała ze Szkołą Główną Handlową w Warszawie. Dla studentów i „wszystkich sympatyków” SGH organizowany jest turniej tenisowy Certes Open połączony z warsztatami rozwijającymi m.in. biznesowe umiejętności interpersonalne oraz kompetencje managerskie. Zarząd firmy traktuje turniej jako okazję do zaprezentowania spółki studentom oraz nawiązania kontaktów pomiędzy pracownikami Certes, a środowiskiem akademickim.

Jednocześnie z certyfikacją i programem stażowym spółka postanowiła wzmocnić swoje odpowiedzialne działania wobec pracowników. Przeprowadzono audyt kompetencyjny załogi, a działania dotyczyły wszystkich zatrudnionych oraz współpracujących z przedsiębiorstwem. Dzięki przeprowadzonym działaniom udokumentowano kompetencje personelu i możliwe stało wprowadzenie indywidualnej ścieżki kariery dla każdego pracownika. „Efektem jest większa efektywność wykonywanych zadań oraz możliwość zaplanowania awansów wewnętrznych w firmie. Dzięki widocznemu zaangażowaniu pracodawcy w rozwój pracowników wzrosła też motywacja załogi” – podkreśla Ewa Rosik-Ogłaza.



Nazwa:	Certes Sp. z o.o.
www:	certes.pl
Siedziba:	Warszawa
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Głównym przedmiotem działalności firmy jest realizacja programów szkoleniowych. Klientami spółki są przede wszystkim mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa oraz jednostki samorządu terytorialnego. Certes współpracuje z wykwalifikowaną kadrą trenerską i kładzie nacisk głównie na zdobywaną wiedzę praktyczną. Szkolenia wzbogacane są pokazami i symulacjami ukazującymi realne sytuacje występujące na co dzień w życiu.
Branża:	Usługi szkoleniowe
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Wdrożenie programu EKO CERTES dotyczącego przyjaznego środowiska pracy Wykorzystywanie produktów z recyklingu w codziennej pracy – druk na papierze ekologicznym, ekologiczne długopisy, notatniki Segregacja odpadów
Rok założenia:	2007

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## „GAMMA” D. Diduki i M. Wasilewski S.J.

### Zielona Gamma

O tym, że ekologia wiąże się z oszczędnościami finansowymi wiadomo nie od dziś, a wiedza ta coraz mocniej przebija się do świadomości właścicieli nawet najmniejszych przedsiębiorstw. Żadna jednak polityka ekologiczna firmy nie będzie skuteczna bez świadomości pracowników. W większości przypadków nawet najbardziej ekologiczne urządzenia nie zmieniają automatycznie organizacji w „zieloną”, jeśli nie będą poparte codzienną praktyką personelu. Zmiana przyzwyczajeń załogi to dla zarządu przedsiębiorstwa zwykle długi proces, znacznie trudniejszy od zakupu nowej drukarki, czy komputera najwyższej klasy energetycznej. Jednocześnie często to właśnie ten element jest kluczowy i decyduje o sukcesie, czyli ekologicznej i oszczędnej polityce firmy.

Pomóc mogą innowacyjne, niestandardowe działania. Tak właśnie zachowali się właściciele warszawskiej spółki Gamma. To firma szkoleniowo-doradcza, która prowadzi swoją działalność w całej Polsce. Impulsem do podjęcia działań były przeprowadzone przez właścicieli badania, które wskazały na duże, jak na skalę firmy, marnotrawstwo materiałów biurowych i eksploatacyjnych, a w szczególności papieru. Zwrócono uwagę na ogromną ilość drukowanych materiałów pozostających po szkoleniach i wyrzucanych później do śmieci. W skali roku przedsiębiorstwo wytwarzało ponad pół tony makulatury.

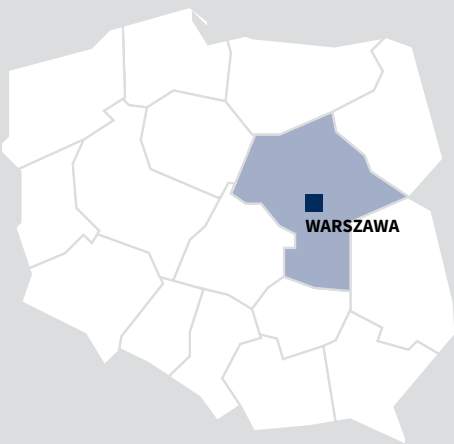
„W ramach projektu wzrosła świadomość pracowników i współpracowników w zakresie możliwości oszczędzania papieru w branży szkoleniowej – choćby poprzez proste dostosowanie liczby kopii materiałów do liczby uczestników szkoleń, drukowanie dwustronne czy niedublowanie wydruków” – mówi Michał Wasilewski, wspólnik firmy Gamma.

Zamiast jednak wieszać ekoregulaminy czy wydawać odgórne polecenia spółka zdecydowała się na zbudowanie – z udziałem pracowników – elektronicznej Platformy Ekoświadomości. Witryna stała się wewnątrzfirmowym motywatorem do podejmowania ekologicznych działań. „Gwoździem programu” jest film nagrany przez pracowników prezentujący eko rozwiązania w codziennej działalności firmy możliwe do zastosowania na różnych stanowiskach oraz korzyści, jakie z tego płyną dla pracownika, firmy, otoczenia i środowiska.

„Poprzez zaangażowanie pracowników i współpracowników w opracowanie scenariusza i tworzenie filmu zwiększyło się ich zaangażowanie w projekt i sprawiło, że mieli poczucie, że są to ich własne pomysły i inicjatywy” – podkreśla Michał Wasilewski dodając, że również samą platformę wyposażono dla pracowników w formularz zgłaszania własnych propozycji i wniosków ekologicznych.

System umożliwia przeprowadzanie cyklicznych ankiet wśród pracowników i współpracowników, podczas których sprawdzane jest nastawianie do działań ekologicznych prowadzonych przez firmę. Dostęp do Platformy Ekoświadomości otrzymują także klienci Gamma – mailing z informacją wysłano do ok. 100 firm i trzech tysięcy ich pracowników. „Wzmacnia się nasza relacja z klientami – zdecydowana większość potwierdza, że nasze działania wpływają pozytywnie na nasz wizerunek, jako partnera biznesowego i partnera w działaniach społecznych” – stwierdza Michał Wasilewski. Uzupełnieniem funkcjonalności systemu jest udostępnione dla wszystkich użytkowników – zewnętrznych i firmowych - forum dyskusyjne poświęcone zagadnieniom ekologii.

Namacalne efekty wprowadzenia Platformy to – według szacunków zarządu – około 25 proc. mniej makulatury. To oznacza w skali roku grubo ponad 100 kilogramów zaoszczędzonego papieru i realne oszczędności w firmie.



Nazwa:	GAMMA D. Didiuk i M. Wasilewski Sp. jawna
www:	projektgamma.pl
Siedziba:	Warszawa
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Gamma to firma szkoleniowo-doradcza. W ramach prowadzonej działalności prowadzi szkolenia zamknięte i otwarte oraz doradztwo realizowane dla przedsiębiorstw i administracji publicznej. Klientami firmy są podmioty administracji publicznej, przedsiębiorstwa oraz osoby indywidualne. Firma ma ponad 100 klientów wśród przedsiębiorców.
Branża:	Szkolenia i doradztwo
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	„Magia baśni dla dzieci niewidomych” – czytanie przez pracowników baśni dzieciom niewidomym z wykorzystaniem narracji percepcyjnej (pracownicy odbyli specjalne szkolenie z wykorzystania tej narracji w sprzedaży i zarządzaniu)  Zorganizowanie dla pracowników integracyjnego projektu proekologicznego „Ludzie lasu”
Rok założenia:	2007

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE

## JARS Sp. z o.o.

Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR).

Chyba żadna z osób kąpiących się w 2014 roku w Zalewie Zegrzyńskim nie wiedziała, że bezpieczne miejsca do kąpieli zostały wyznaczone dzięki odpowiedzialnie prowadzonej działalności przez mazowiecką spółkę JARS. To ona – w ramach wolontariatu pracowniczego – przeprowadza regularne i profesjonalne badania wód tego akwenu. Wykorzystuje do tego najnowocześniejszy sprzęt.

JARS to średniej wielkości spółka zajmująca się badaniami laboratoryjnymi oraz usługami konsultacyjnymi w zakresie ochrony środowiska. Mając siedzibę niedaleko Zalewu Zegrzyńskiego spółka zaplanowała związane z tym zbiornikiem innowacyjne działania będące swoistym połączeniem marketingu i społecznej odpowiedzialności. W ramach aktywizacji pracowników i wolontariatu firma zaproponowała, że będzie monitorować czystość wody w Zalewie.

**„Z lokalnymi władzami uzgodniliśmy punkty poboru próbek wody oraz sposób i format przekazywanych danych. Ze środkami masowego przekazu zaś zasady publikacji tych informacji”** – mówi Mateusz Kirzyński, Wiceprezes Zarządu ds. Handlowych.

Aby zrealizować ambitny projekt zakupiono odpowiedni do badań sprzęt – m.in. zestaw GPS do dokładnego oznaczania punktów pomiaru, czerpaki, pompki głębinowe, ponton, kapoki i aparaturę laboratoryjną.

**„Naszym celem było zachowanie lokalnego środowiska naturalnego, a także podniesienie świadomości społeczności**

**lokalnej w zakresie ochrony środowiska. Chcieliśmy także zaktywizować lokalne władze w zakresie dbałości o stan czystości wód powierzchniowych – mamy nadzieję, że realizacja projektu pomoże także w długim terminie poprawić stosunki pomiędzy władzą lokalną, a społeczeństwem, które będzie mogło zauważyć pozytywne skutki wspólnych działań władz i JARS”** – podkreśla dr Magdalena Garbolińska, Dyrektor działu Badawczo-Rozwojowego i dodaje, że cennym elementem programu było również umożliwienie studentom i absolwentom szkół wyższych współpracującym ze spółką zdobycie wiedzy i umiejętności praktycznych. Zdobyta wiedza – jak zaznacza dr Magdalena Garbolińska – będzie wykorzystywana w ich przyszłej pracy na terenie całego kraju.

Spółka zdaje sobie sprawę, że młode osoby odbywające staż w JARS to potencjalni przyszli pracownicy firmy – tym samym umożliwienie im udziału w badaniu jest tak naprawdę inwestycją w pozyskanie wartościowego personelu dla przedsiębiorstwa.

**„Nasz projekt cechuje innowacyjność w działaniach promocyjnych firmy, polegająca na wielokanałowym, zintegrowanym sposobie komunikacji z interesariuszami. Informacje są publikowane w środkach masowego przekazu o zasięgu lokalnym i krajowym”** – stwierdza dr Magdalena Garbolińska dodając, że jednocześnie z edukacją ekologiczną spełniana jest rola marketingowa, gdyż klienci uświadamiają sobie znaczenie wiedzy pozyskiwanej w wyniku analiz wykonanych przez JARS. Program jest ważny również dla pracowników – pokazuje im jak odbierana na zewnątrz jest ich praca, a także uzmysławia,





3 miejsca do kąpieli nad Zalewem Zegrzyńskim

Decyzją sanepidu dopuszczono do kąpieli 3 miejsca w których mieszkańcy powiatu legionowskiego oraz goście mogą wypoczywać nad wodą. We wszystkich punktach oceniono że woda jest przydatna do kąpieli. Przestrzegamy jednak przed piciem wody z rzek.

Państwowy Powiatowy Inspektor Sanitarny w Legionowie, w dniu 27.06.2014 orzekł o dopuszczeniu do kąpieli:

1) Kąpielisko „Dzika Plaża” w Nieporęcie – bieżąca ocena jakości wody – woda przydatna do kąpieli  
2) Miejsca wykorzystywanego do kąpieli zlokalizowanego przy ul. Retmańskiej w Serocku – bieżąca ocena jakości wody – woda przydatna do kąpieli.  
3) Miejsca wykorzystywanego do kąpieli zlokalizowanego przy ul. 600-lecia w Wieliszewie – bieżąca ocena jakości wody – woda przydatna do kąpieli.

Wydanie orzeczenia o przydatności wody do kąpieli było możliwe m.in. dzięki porozumieniu z firmą JARS sp. z o.o., dotyczącego monitorowania czystości wody i plaży Zalewu Zegrzyńskiego w obrębie Gminy Wieliszew. Firma JARS Sp. z o.o. bierze udział w projekcie: „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu”, w ramach SZWAJCARSKO-POLSKIEGO PROGRAMU WSPÓŁPRACY.

Dla Gminy Wieliszew firma JARS realizowała badania w ramach wolontariatu.

jak istotnym elementem życia społecznego są usługi związane z bezpieczeństwem środowiska naturalnego.

Doświadczenie zdobyte przy monitoringu Zalewu Zegrzyńskiego pozwoliło spółce na zaoferowanie podobnej usługi na innych zbiornikach otwartych. Firma liczy na szerszą współpracę z organizacjami ekologicznymi oraz władzami lokalnymi kontrolującymi stan środowiska. **„Nabyta aparatura przyczyniła się do zwiększenia dokładności i asortymentu wykonywanych usług, a także zwiększyła wydajność laboratorium, tym samym poprawiając konkurencyjność firmy na rynku. Jednocześnie umożliwiła długoterminowe wsparcie działań CSR, które przyczyniają się do poprawy wizerunku firmy”** – zaznacza Mateusz Kirzyński.

Wdrożenie badań, a także inne działania podejmowane w ramach CSR wpływają na pozytywny obraz firmy w oczach kontrahentów. Spółka przyznaje, że będzie to szczególnie potrzebne w realizacji jej zamiarów „pozyskania klientów, którzy reprezentują kapitał skandynawski”, gdyż zagadnienia społeczne i ekologiczne stanowią tam często główne kryterium nawiązania współpracy.

W obsłudze nowych zleceń pomóc mają wdrożone w ramach CSR działania ułatwiające pracownikom wzajemną komunikację. W strukturę przedsiębiorstwa zaimplementowano sieć intranetową oraz wdrożono system umożliwiający prowadzenie video konferencji między pracownikami pracującymi w różnych oddziałach spółki. Dzięki tym rozwiązaniom, pracownicy mają dostęp do bieżących informacji potrzebnych do wykonywania swoich zadań, mniej czasu zajmuje też koordynacja działalności przedsiębiorstwa.

Zaangażowanie w ochronę przyrody nie kończy się dla pracowników JARS wraz z wyjściem z pracy. Zawodowe badanie środowiska naturalnego z wykorzystaniem najnowocześniejszych narzędzi sprawia, że w naturalny sposób zdobywają oni unikalną i ciekawą wiedzę o procesach zachodzących w przyrodzie. Swoim doświadczeniem – w ramach wolontariatu pracowniczego – dzielą się z uczniami okolicznych szkół. Prowadzą zajęcia w ramach przedmiotów przyrodniczych ucząc młodzież, jak skutecznie dbać o środowisko naturalne.



Nazwa:	JARS Sp. z o.o.
www:	jars.pl
Siedziba:	Łąjski
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	<p>Spółka działa w obszarze ochrony środowiska oraz bezpieczeństwa żywności, kosmetyków, chemii gospodarczej i opakowań. Świadczy w tym zakresie dwa rodzaje usług: usługi badań laboratoryjnych oraz usługi techniczne.</p> <p>Usługi laboratoryjne polegają na badaniu laboratoryjnym prób środowiskowych, artykułów spożywczych, opakowań kosmetyków i chemii gospodarczej. Badania kończą się przesłaniem klientowi odpowiednich sprawozdań.</p> <p>Usługi techniczne polegają na konsultacjach i opracowaniach projektowych, doradczych, eksperckich oraz szkoleniach i audytowaniu systemów jakości w oparciu o normy i przepisy prawa. Znaczącą część tych usług firma świadczy w obszarze ochrony środowiska.</p>
Branża:	Badania środowiskowe, szkolenia
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	<p>Nawiązanie i realizacja współpracy z SGGW w Warszawie oraz Uniwersytetem Śląskim w zakresie prowadzenia praktyk studenckich, staży dla absolwentów, realizacji prac studialnych dotyczących prac dyplomowych oraz wpie-rania finansowego i rzeczowego działalności dydaktycznej i naukowej</p> <p>Współpraca z Międzynarodowym Stowarzyszeniem Studentów Kierunków Rolniczych i Nauk Pokrewnych – pracownicy JARS na zasadach wolontariatu dzielą się ze studentami wiedzą o doświadczeniem</p> <p>Prowadzenie w szkołach podstawowych lekcji przyrody oraz popularyzacja idei ochrony środowiska</p> <p>Przeprowadzenie konferencji „Dobra żywność – tradycja, jakość perspektywy”</p> <p>Wsparcie merytoryczne oraz finansowe konkursu „Ekoodpowiedzialni w biznesie”</p>
Rok założenia:	2002

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



## Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań SA

Spółeczna odpowiedzialność biznesu - nowe standardy realizacji obowiązków odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych

Każda firma w Polsce, która wprowadza na rynek produkty w opakowaniach ma obowiązki w zakresie recyklingu i odzysku odpadów opakowaniowych. Rekopol pomaga przedsiębiorcom spełniać skomplikowane wymagania prawne zarówno poprzez przejście od nich powyższego obowiązku, jak i przez dodatkowe działania na jego rzecz, w tym doradztwo w zakresie realizacji obowiązku w innych krajach, doradztwo odpadowe, ale także podnoszenie wiedzy pracowników przez szkolenia, udział w konferencjach branżowych oraz prowadzenie działań edukacyjnych w środowisku lokalnym przedsiębiorcy.

Marta Krawczyk, Pełnomocnik Zarządu ds. ZSZ oraz Specjalista ds. Projektów, podkreśla, że „Rekopol wypełniając powierzone obowiązki w sposób rzetelny, poprzez współpracę wyłącznie ze sprawdzonymi i wiarygodnymi partnerami przyczynia

się do zwiększenia ilości odpadów opakowaniowych poddawanych recyklingowi, które w konsekwencji nie trafią na składowiska odpadów.”

Elementem odpowiedzialnej polityki spółki, a jednocześnie ważnym narzędziem wpływającym na efektywność jej działalności jest edukacja ekologiczna. Kluczową rolę – zdaniem Marty Krawczyk – pełni jakość prowadzonej przez mieszkańców selektywnej zbiórki odpadów. „Publiczne kampanie edukacyjne prowadzone przez Rekopol mają na celu podniesienie motywacji, przekazanie wiedzy i zachęcenie do coraz lepszej i bardziej świadomej segregacji odpadów w celu zwiększenia strumienia surowców wtórnych o dobrej jakości trafiającego do recyklingu” – mówi Marta Krawczyk.



W ramach zrealizowanego projektu CSR firma przeprowadziła szereg proekologicznych działań edukacyjnych. Wydano m.in. autorską publikację „Popieram recykling – segreguję odpady”, w której - oprócz bogatego przekazu merytorycznego - można znaleźć promujące ochronę środowiska zadania do rozwiązania, krzyżówki i kolorowanki.

**„Publikacja została bardzo entuzjastycznie przyjęta zarówno przez najmłodszych czytelników, jak i dorosłych. Została ona upowszechniona wśród wybranych interesariuszy firmy i społeczności lokalnych” – mówi Marta Krawczyk.**

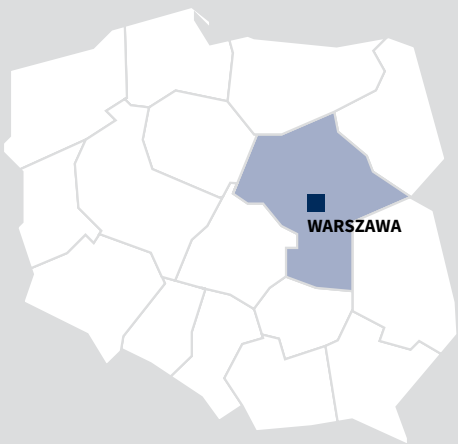
Na terenie aglomeracji warszawskiej zorganizowano także lokalną kampanię społeczną, której tematem było ograniczenie negatywnego wpływu działalności człowieka na środowisko poprzez prawidłowo prowadzoną segregację odpadów. W wybranych szkołach i przedszkolach zorganizowano warsztaty edukacyjne dla dzieci.

Rekopol podjął także odpowiedzialne społecznie działania wobec pracowników firmy. Spółka wdrożyła standard „Zatrudnienie Fair Play”. **„To profesjonalny system zarządzania kapitałem ludzkim, który stwarza warunki do rozwoju i zwiększa zaangażowanie pracowników w organizacji w tworzenie jej sukcesu. Wdrożenie standardu znacząco usystematyzowało działania podejmowane wcześniej w ramach zarządzania pracownikami” – podkreśla Krawczyk.**

Wśród widocznych i spodziewanych efektów można wymienić poprawę pracy zespołowej i komunikacji wewnętrznej w Rekopolu, utrzymanie satysfakcji pracowników, a także przyciągnięcie do firmy najlepszych specjalistów.

Rekopol ma nadzieję, że umocnienie wizerunku przedsiębiorstwa, jako firmy odpowiedzialnej społecznie i środowiskowo wpłynie na decyzje potencjalnych klientów. **„Obecnie przedsiębiorcy często stoją przed poważnym dylematem, która organizacja odzysku jest wiarygodna i rzetelnie wypełnia swoje obowiązki. Rekopol poprzez swoją codzienną pracę z przedsiębiorcami i dostawcami, profesjonalizm świadczonych usług, szerokie kampanie społeczne udowadnia, że społeczna odpowiedzialność biznesu to od lat podstawa naszej działalności” – mówi Marta Krawczyk.**

Firma poprzez wdrażane strategie pokazuje, że zawsze najwięcej wymaga od siebie. Stąd też decyzja o wdrożeniu zintegrowanego systemu zarządzania opartego o wymagania norm ISO jakościowej i środowiskowej oraz rozporządzenia PE w sprawie dobrowolnego udziału organizacji w systemie ekzarządzania i audytu we Wspólnocie (EMAS). Przez to narzędzie firma zobowiązała się do oceny swojego wpływu na środowisko i doskonalenia działalności prośrodowiskowej. W tym celu Rekopol opracował i opublikował swoją deklarację środowiskową, wykonał analizę łańcucha dostaw i prowadzi usystematyzowaną weryfikację dostawców. Doskonalenie łańcucha dostaw i bliska współpraca z podmiotami zbierającymi odpady opakowaniowe oraz recyklerami stwarza możliwość osiągania coraz lepszych wskaźników efektywności środowiskowej i tworzy bezpieczeństwo oraz wiarygodność świadczonych usług.



Nazwa:	Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań SA
www:	rekopol.pl
Siedziba:	Warszawa
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska

Opis prowadzonej działalności:

Rekopol jest podmiotem, który w imieniu przedsiębiorców wprowadzających produkty w opakowaniach na rynek polski realizuje ich ustawowe obowiązki w zakresie odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych. Od kilkunastu lat Rekopol wspiera budowę systemów selektywnej zbiórki odpadów, współpracując w tym zakresie z podmiotami zajmującymi się pozyskiwaniem odpadów opakowaniowych m.in. z gospodarstw domowych, oferując dopłaty do pozyskanych surowców i współdziałanie w zakresie zwiększenia efektywności zbiórki poprzez edukację i prowadzenie odpowiedniej komunikacji z mieszkańcami..

Branża:	Odzyskiwanie surowców wtórnych
---------	--------------------------------

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- Edukacja uczestników Coke Live Music Festiwal – 7 edycji
- Organizacja zielonego stoiska podczas Turniej Danone Nations Cup
- Partnerstwo w ogólnopolskiej akcji „Pielęgnyjmy Ekozwyczaje” organizowanej w wybranych placówkach sieci sklepów Biedronka
- Partnerstwo w projekcie „Moje silne Drzewo”
- Edukacja ekologiczna podczas 20 koncertów akcji „Lato z Radiem”
- Partnerstwo merytoryczne i projektowe w działaniach CSR min. dla Danone, Unilever, Kompania Piwowarska, Coca-Cola, Polpharma, Nestle
- Przynależność do Koalicji na rzecz odpowiedzialnego biznesu

Rok założenia:	2002
----------------	------

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## Zakłady Drzewne Zadobrze Sp. z o.o. S.K.

Rozwiązania CSR w Zakładach Drzewnych Zadobrze Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa

„Sprzyjające warunki do rozwoju przedsiębiorczości” kojarzą się zwykle z probiznesowymi rozwiązaniami prawnymi oraz sprawną administracją rządową i samorządową. Aby firmy mogły się rozwijać tworzone są specjalne strefy ekonomiczne, znoszone opłaty i obniżane podatki. Często jednak w tej wyliczance zapomina się o czynniku, który – bardziej niż inne – potrafi skutecznie zablokować rozwój każdej firmy. Specjaliści nazywają go „słabe relacje z bliskim otoczeniem”, ale potocznie mówi się „wrogie sąsiedztwo”. „Uciążliwość odorowa”, rozjeżdżone drogi czy zanieczyszczenia – to wszystko potrafi doprowadzić sąsiadujących z zakładami i fabrykami mieszkańców do mniej lub bardziej formalnych form protestu. Od pisania skarg, poprzez pikety i blokady – działalność firmy, która „podpadła” sąsiadom nie jest łatwa, a jej rozwój często jest przez to niemożliwy. Trudno mówić o odpowiedzialności społecznej biznesu, gdy w okolicy wszyscy marzą jedynie, aby dany zakład przestał istnieć...

W Zakładach Drzewnych Zadobrze, średniej wielkości przedsiębiorstwie z Mazowsza, problemem w relacjach z sąsiadami był hałas. Firma produkuje podłogi drewniane, a z małego tartaku przeistoczyła się w jednego z największych pracodawców w gminie. Większość produkcji jest eksportowana, a po podłogach z Zadobrza chodzą mieszkańcy prawie całej Unii Europejskiej i wielu krajów spoza Wspólnoty.

Aby wyprodukować wysokiej jakości produkt firma musi korzystać z wysokiej jakości drewna. Chodzi nie tylko o gatunek drzew oraz miejsce ścinki – surowiec musi być również odpowiednio wysuszony. To właśnie nowoczesne, sterowane komputerowo suszarnie, które wybudowano na terenie spółki były źródłem hałasu z Zakładów. Wentylatory musiały pracować całą dobę wytwarzając jednostajny i uciążliwy dźwięk.



Na odgłos skarżyli się sąsiedzi. Spółka na własny koszt kilkakrotnie zlecała profesjonalne pomiary „dźwięku przenikającego do środowiska” w różnych porach dnia. Wyniki wskazywały, że choć odgłos mieścił się w normie, to jednak każdorazowo był bliski jej granicy.

**„Zdajemy sobie doskonale sprawę, jak ważne jest prowadzenie takiej firmy jak Zakłady Drzewne w zgodzie ze środowiskiem oraz okolicznymi mieszkańcami. Naprawdę chcemy być dla nich jak najmniej uciążliwi – mając to na uwadze, podobnie jak warunki BHP naszych pracowników, uznaliśmy kwestię hałasu za istotny i pilny do rozwiązania problem. Mimo, że cały czas mieściliśmy się w dopuszczanych w przepisach zakresach hałasu”** – podkreśla Karol Grzywacz, wspólnik spółki.

Z pomocą przyszła nauka. Odszukane przez właścicieli zakładu dokumenty „Badania naukowe w drzewnictwie w Polsce” opublikowane przez Instytut Technologii Drewna w Poznaniu wskazywały innowacyjne procesy optymalizujące proces suszenia drewna. Okazało się, że redukcja hałasu jest możliwa – co więcej, dzięki koniecznemu do jej uzyskania zakupowi rekuperatorów firma uzyska konkretne oszczędności w zużywanej energii.

Po wprowadzeniu zmian efekt jest słyszalny. Wartości natężenia hałasu mierzone przy źródle, czyli w samej suszarni zmniejszył się z 60 dB do 55 dB. Trzeba tu pamiętać, że energia dźwięku podwaja się co 3dB – efekty uzyskane w Zakładach Drzewnych Zadobrze oznaczają w praktyce, że udało się zmniejszyć hałas prawie dwukrotnie. Aby jeszcze zwiększyć „wygłuszenie” zakładu spółka planuje obsadzić granice działki roślinnością pochłaniającą dźwięki. Niebagatelne po wdrożeniu rekuperatorów są również oszczędności energetyczne – według szacunków sięgają one 25 proc. **„To oznacza, że w czterokomorowej suszarni jedna z komór pracuje niejako bez poboru energii”** – tłumaczy Karol Grzywacz, podkreślając wiążące się z tym również mniejsze oddziaływanie na środowisko naturalne.

Opinie sąsiadów nie zostały jeszcze zbadane - można jednak założyć, że są oni zadowoleni z przeprowadzonych inwestycji. Znaczne zmniejszenie uciążliwości dla mieszkańców to krok spółki w kierunku odpowiedzialnego prowadzenia biznesu oraz możliwości budowy prawidłowych relacji z lokalną społecznością. Odpowiedzialne podejście do produkcji Zakładów Drzewnych Zadobrze nie kończy się jednak jedynie na zmianach w stosowanej technologii. Równie ważne jest źródło pochodzenia surowca. Spółka corocznie utrzymuje ważność certyfikatu FSC (Forest Stewardship Council) i ma możliwość sprzedawania produktów z gwarancją ich pochodzenia. FSC to system certyfikacji, który pozwala odróżnić wyroby z drewna, które pochodzą z odpowiedzialnej gospodarki leśnej. Zarząd firmy podkreśla, że zapotrzebowanie takich firm jak Zakłady Drzewne Zadobrze na drewno certyfikowane wywiera nacisk na zarządzających lasami i zmusza ich do prowadzenia gospodarki leśnej zgodnie ze standardami, uwzględniając m.in. prawa ludności rdzennej, prawa pracowników, wymogi BHP czy godziwe wynagrodzenie. Certyfikat pomaga również firmie dostosować swoją dokumentację do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego ustanawiającego obowiązki podmiotów wprowadzających do obrotu produkty z drewna.



Nazwa:	Zakłady Drzewne Zadobrze Sp. z o.o. S.K.
www:	sg.com.pl
Siedziba:	Zadobrze
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	<p>Zakłady Drzewne Zadobrze to firma rodzinna, działająca w branży drzewnej. Specjalizuje się we wszystkich etapach przemysłu podłóg z drewna, od produkcji, przez sprzedaż, po montowanie. Spółka posiada linie do przemysłowej produkcji mozaiki, parkietu, drewnianych paneli warstwowych oraz desek podłogowych (także wykończonych). Oferuje podłogi z drewna krajowego i egzotycznego.</p>
Branża:	Produkcja drzewna, wytwarzanie podłóg drewnianych
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	<p>Sponsoring lokalnej Ochotniczej Straży Pożarnej</p> <p>Sponsoring lokalnych szkół (pomoc dydaktyczne, nagrody dla uczniów, szkolne imprezy okolicznościowe i sportowe, przekazanie podłogi dla szkoły)</p>
Rok założenia:	1970

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE

# Biznes jest tworzony przez ludzi

Skuteczny Marketing  
Systemy Zarządzania  
Narzędzia i Systemy IT



## EPSILON SOFTWARE SOLUTIONS Sp. z o.o.

Poprawa warunków pracy i jakości świadczonych usług oraz intensyfikacja działań pro-środowiskowych w przedsiębiorstwie EPSILON SOFTWARE Solutions Sp. z o.o.

Każdy, kto kiedyś był na szkoleniu wie, że nawet najciekawszy temat może być nudnie poprowadzony przez nieprzygotowanego trenera. Zasada działa też w drugą stronę – temat z założenia nudny może okazać się bardzo ciekawy, jeśli szkolenie zostanie umiejętnie poprowadzone. Zdemotywowana i zmęczona kadra trenerska to pierwszy krok do upadku firmy szkoleniowej – zdaje sobie z tego sprawę polska firma EPSILON Software Solutions. Dzięki wprowadzeniu zasad odpowiedzialnego prowadzenia biznesu firma odnotowała znaczącą poprawę satysfakcji z pracy wśród personelu, a tym samym – lepszy wizerunek wśród klientów i zwiększenie swojej konkurencyjności na rynku.

**„Rozpoczęliśmy od audytu, aby zweryfikować mocne i słabe strony systemu zatrudniania w spółce. Od samego początku chcieliśmy, aby badanie uwzględniało możliwości elastycznych form zatrudnienia i miało na celu rozwój i usprawnienie w tym obszarze”** – mówi Rafał Malon, Prezes Zarządu. Podkreśla, że celem było zapewnienie równowagi pracownikom pomiędzy życiem zawodowym, a prywatnym, wyznaczenie przejrzystych warunków związanych z wykonywaniem pracy zdalnej, „zapewniając komfort psychofizyczny i minimalizację stresu”.

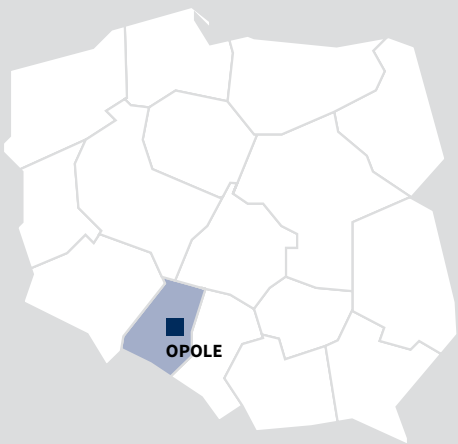
Spółka określiła zasady organizacyjne (liczba godzin, płaca) i formalno-prawne dla nowej formuły pracy, a także wprowadziła rozwiązania informatyczne pozwalające na zdalne wykonywanie obowiązków.

**„Wyznaczenie przejrzystych procedur elastycznych form zatrudnienia zapewniło trenerom oraz innym osobom współpracującym z EPSILON nieosiągalny wcześniej komfort. Zmotywowany i usatysfakcjonowany zespół pozwolił nam na znaczne udoskonalenie procesów biznesowych, wpływając tym samym na poprawę pozycji konkurencyjnej na rynku”** – mówi Rafał Malon.

Dodatkowo spółka zainwestowała w sprzęt, który ułatwił pracę trenerom. Rzutniki, którymi dysponowało przedsiębiorstwo były ciężkie, a ich przewóz do klientów wymagał dużego wysiłku. Zdecydowano się na zakup nowoczesnych, niewielkich projektorów, które dodatkowo mają tę zaletę, że łączą się z komputerami bezprzewodowo. **„Wykorzystanie proekologicznych części – brak rtęciowych lamp – wpływa też korzystnie na środowisko naturalne”** – podkreśla Rafał Malon. Dodaje, że spółka zakupiła też elektryczną bindownicę. **„Wcześniej wykorzystywaliśmy bindownicę ręczną, która powodowała, że jej użycie było bardzo uciążliwe dla pracowników ze względu na dużą pracochłonność oraz nadmierne obciążenie stawów. Zakup bindownicy elektrycznej ułatwił i uprawnilił działania personelu, zadbał o ich komfort i zdrowie”** – stwierdza Rafał Malon.

Działając odpowiedzialnie, spółka opracowała również Kodeks Etyczny, który uspołjnił normy postępowania w przedsiębiorstwie określając działania etyczne i nieetyczne. Jak mówi Rafał Malon, wprowadzenie kodeksu przyczyniło się do zintegrowania pracowników z firmą, a celem jego opracowania było również budowanie zaufania wśród interesariuszy.

Przedsiębiorstwo zadbało również o obsługę klientów. Przeprowadzono weryfikację systemu obsługi funkcjonującego w spółce. **„Audyt objął szczegółową analizę systemu, wyznaczenie nieprawidłowości w systemie obsługi oraz wyznaczenie działań naprawczych”** – zaznacza Rafał Malon. Przedstawiciele firmy podkreślają, że wprowadzenie rekomendowanych zmian umożliwiło skuteczniejszą orientację na potrzeby klientów oraz opracowanie zasad, które pozwalają spółce na bieżąco badać opinię wśród tej grupy interesariuszy.



Nazwa:	EPSILON SOFTWARE Solutions Sp. z o.o.
www:	iso.opole.pl
Siedziba:	Opole
Wielkość:	Mikroprzesiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Przedmiotem działalności spółki są działania doradczo-szkoleniowe oraz wdrażanie systemów zarządzania. Ponadto spółka zajmuje się przeprowadzaniem audytów wewnętrznych, oceny zgodności i analizy GAP. Grupę klientów firmy stanowią zarówno przedsiębiorstwa prywatne z różnych branż gospodarki, jak i instytucje publiczne oraz samorządowe.
Branża:	Usługi szkoleniowe, doradztwo gospodarcze
Rok założenia:	2012

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO Kujawsko-Pomorskie
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## H-consulting Wojciech Hołowacz

H-consulting Wojciech Hołowacz - firma zrównoważona społecznie

W 2013 roku firma doradczo-szkoleniowa H-consulting przeprowadziła badania wśród pracowników i klientów. Ci pierwsi mówili, że głównym problemem przedsiębiorstwa jest niejasny system wynagrodzeń. Drudzy m.in nie potrafili powiedzieć, czy firma działa etycznie i chroni środowisko naturalne. Dla właściciela przedsiębiorstwa oczywistym stało się, że potrzebne były zmiany – rozwiązania udało się znaleźć wdrażając zasady odpowiedzialnego prowadzenia biznesu.

**„Do stojących przed firmą wyzwań chcieliśmy podejść kompleksowo i wdrożyć rozwiązania mające wpływ na całe przedsiębiorstwo, pracowników i otoczenie firmy. Dlatego pierwszym działaniem było zlecenie przeprowadzenia**

**profesjonalnych audytów w firmie – organizacyjnego, środowiskowego, marketingowego i etycznego”** – mówi Wojciech Hołowacz, właściciel firmy.

W rezultacie – po zakończeniu analizy firmy – uzyskano pełną, rzetelną i obiektywną wiedzę na temat kondycji przedsiębiorstwa. To pozwoliło na podjęcie całłościowych działań zaradczych:

- opracowano dopasowaną do potrzeb i możliwości firmy strategię odpowiedzialnego prowadzenia biznesu regulującą kwestie minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko, relacji personelu z przedsiębiorstwem oraz zaangażowania społecznego firmy.



„W odniesieniu do pracowników w strategii CSR znalazły się zapisy o zasadach work-life balance. Podkreślono, że firma nie zakłóca czasu wolnego pracowników, pozwala większości z nich na pracę zdalną i stosuje na wielu stanowiskach elastyczny czas pracy” – podkreśla Wojciech Hołowacz.

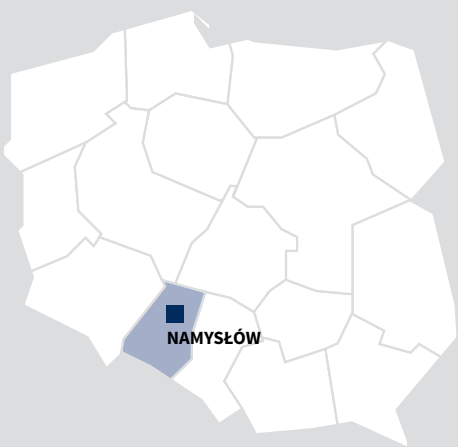
Strategia określa też politykę środowiskową firmy. Do najważniejszych zapisów należą zobowiązania do dwustronnego druku dokumentów, stosowanie energooszczędnych żarówek, minimalizacja podróży służbowych oraz preferencje dla ekologicznych dostawców. Ciekawym rozwiązaniem jest również decyzja o płaceniu pracownikom za dojazdy do pracy rowerem – firma płaci złotówkę za każdy przejechany w ten sposób kilometr.

- wraz z pracownikami stworzono Kodeks Etyczny. „**To nasze zobowiązanie do przestrzegania najwyższych standardów – zarówno w kwestii dostarczania Klientom najwyższej jakości usług jak i w kwestii moralnego i etycznego zachowania**” – mówi Wojciech Hołowacz.
- stworzono system ocen okresowych pracowników. Firma określiła katalog kompetencji, zadań i celów związanych z każdym stanowiskiem, opisano też procedury oceny oraz programy rozwoju pracowników.
- opracowano dopasowaną do potrzeb i możliwości firmy strategię odpowiedzialnego prowadzenia biznesu regulującą kwestie minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko, relacji personelu z przedsiębiorstwem oraz zaangażowania społecznego firmy.

Aby zintegrować personel, wszystkich pracowników wraz z rodzinami zaproszono do wzięcia udziału w wydarzeniu, jakim były zorganizowane przez firmę regaty w klasie omega. „**Pracownicy pracują w grupach nad konkretnymi projektami, często w różnych częściach kraju i nie mają zbyt często możliwości, aby się spotkać i wymienić doświadczenia. Organizacja imprezy w formie regat stała się taką możliwością**” – mówi Wojciech Hołowacz.

Podjęte działania przynoszą efekty – w niektórych obszarach były one widoczne praktycznie natychmiastowo, a w innych H-consulting spodziewa się ich w średnim i długim terminie. Wśród tych pierwszych można wymienić choćby wzrost zadowolenia pracowników. Natomiast zmiana postrzegania firmy, na taką, która kieruje się zasadami zrównoważonego rozwoju to – jak ocenia Wojciech Hołowacz - proces długofalowy obliczony na co najmniej cztery lata.

„Firmy odpowiedzialne cieszą się lepszą reputacją oraz korzystniej wypadają na tle konkurentów. Klienci i kontrahenci to doceniają, są bardziej lojalni wobec odpowiedzialnej marki, ufają jej. Łatwiej jest też pozyskiwać kolejnych partnerów biznesowych oraz kapitał na dalszy rozwój. Ponadto zamawiający często stawiają swoim podwykonawcom wysokie wymagania np. w zakresie ochrony środowiska, jakości czy pracowników – tutaj brak określonych standardów może wręcz powodować wykluczenie z rynku” – podkreśla Wojciech Hołowacz.



Nazwa:	H-consulting Wojciech Hołowacz
www:	h-consulting.pl
Siedziba:	Namysłów
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Portfel świadczonych usług obejmuje m.in. zarządzanie projektami, badania marketingowe i badania rynku, usługi rozwojowe (szkolenia i doradztwo) oraz realizację projektów współfinansowych z EFS.
Branża:	Szkolenia, badania marketingowe
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Stosowanie pozapłacowych czynników motywacji dla pracowników (m.in. karta MultiSport) Mentoring dla każdego nowego pracownika Prowadzenie badań zgodnie z kodeksem etycznym ustanowionym przez European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR)
Rok założenia:	2006

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE

## CDG PRO Sp. z o.o.

Wdrożenie rozwiązania CSR w CDG PRO Sp. z o.o. w obszarach: relacje z personelem przedsiębiorstwa i zaangażowanie społeczne.

*Przyszłość twojego biznesu leży w rękach ludzi, których zatrudniasz* – mawiał Akio Morita, współtwórca koncernu Sony. Nie wiadomo, czy Mateusz Probola, prezes spółki CDG PRO ze Świlczy niedaleko Rzeszowa zna tę sentencję. Wiadomo jednak, że od pewnego czasu jego firma działa tak, jakby jej właściciel powtarzał ją w głowie codziennie.

Można powiedzieć, że kłopoty CDG PRO wzięły się wprost z rynkowego sukcesu firmy.

Więcej zamówień, wyższe obroty, dywersyfikacja działalności i nowe oddziały oznaczały wzrost liczby zatrudnionych osób. Mechanizmy zarządzania personelem, które działały w czasach, gdy spółka była mniejsza przestawały się sprawdzać. Zawodziły też dotychczasowe kanały komunikacji.

**„W firmie nie istniał praktycznie system przepływu informacji. Decyzje podejmowane przez zarząd trafiały wprawdzie do kierowników działów, lecz nie zawsze były przekazywane w sposób precyzyjny i jednoznaczny. Następstwem był szum informacyjny i spadek efektywności – zdarzały się również konflikty”** – wspomina Mateusz Probola, prezes spółki.

Większa załoga oznaczała również słabszą relację pomiędzy firmą, jej pracownikami, a zarządem. Spadała lojalność i identyfikacja z wykonywaną pracą; trudniej było również o kontrolę oraz troskę

o to, aby odpowiedni ludzie byli zatrudniani na odpowiednim stanowisku. Wzrastała bierność – pracownicy niechętnie podejmowali samodzielne decyzje i z wieloma nawet błahymi sprawami czekali na decyzję kierownictwa spółki.

Innym problemem była niechęć doświadczonych pracowników do dzielenia się wiedzą z innymi zatrudnionymi. **„Spowodowane było to między innymi obawą przed zastąpieniem albo koniecznością konkurowania. W konsekwencji takiego postępowania młodzi pracownicy musieli uczyć się na własnych błędach, przez co tracili czas i narażali firmę na straty”** – stwierdza Mateusz Probola.

Problemy narastały, a ich rozwiązanie wymagało wdrożenia przemyślanych i długofalowych działań. Celem było stworzenie z CDG PRO odpowiedzialnej społecznie firmy – takiej, w której pracownicy znają i szanują procedury, regulacje i praktyki obowiązujące w organizacji. Stworzenie strategii wymagało jednak pracy nie tylko zarządu, lecz również zewnętrznych specjalistów. Podstawą okazała się dokładna analiza kadr przedsiębiorstwa oraz identyfikacja i opis zachodzących procesów. Przeprowadzono wielogodzinne rozmowy z pracownikami, a ich efektem było stworzenie indywidualnego raportu o każdej zatrudnionej osobie zawierającego szereg informacji niezbędnych do prawidłowego zarządzania personelem.

„Raport to miarodajne, ustandaryzowane i obiektywne narzędzie, które pozwoliło na zdiagnozowanie naszego potencjału kadrowego” – podkreśla Mateusz Probola i podaje przykład pracownika, który pracował – po ½ etatu – w księgowości spółki oraz w dziale badań i rozwoju. W pierwszym miejscu oceniany by fatalnie, w drugim – znakomicie. Badanie „wychyliło” problem, a po kadrowym przesunięciu pracownika pozwoliło mu na dynamiczny rozwój i wykorzystanie wszystkich kompetencji w innym miejscu w firmie.

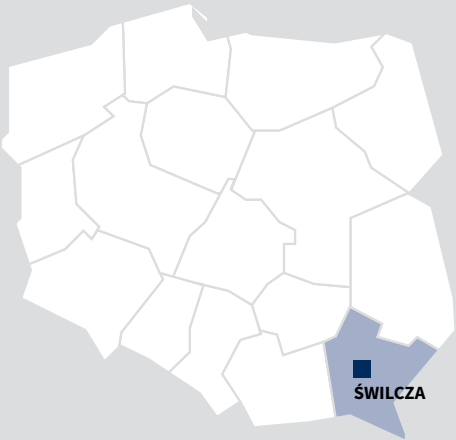
Informacje zawarte w raporcie o pracowniku przygotowanym dla CDG PRO



Dokładny audyt pracowniczy pozwolił CDG PRO na stworzenie strategii CSR, która wskazuje działania zwiększające społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstwa i związane z nimi efektywniejsze działanie firmy.

Podjęte działania przyniosły konkretne efekty:

- stworzono nowe kanały komunikacji i dialogu wewnątrz przedsiębiorstwa. Każdy z pracowników wie jak i komu ma raportować dane treści. Rozbudowano system intranetowy, usprawniono obieg dokumentów, wdrożono politykę bezpieczeństwa informacji,
- wdrożono system wymiany doświadczeń pomiędzy doświadczonymi, a młodymi pracownikami,
- udoskonalono proces rozwoju i wynagradzania pracowników – każda zatrudniona osoba wie, jakie zachowania i umiejętności organizacja ceni i za co jest skłonna wynagradzać,
- określono kompetencje niezbędne na danym stanowisku,
- stworzono transparentny system kwartalnych ocen pracowniczych,
- określono jasne zasady i perspektywy rozwoju zawodowego w CDG PRO.



Nazwa:	CDG PRO Sp. z o.o.
www:	www.cdgpolska.pl
Siedziba:	Świdnica
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	<p>Szkolenia, doradztwo gospodarcze, obsługa dotacji inwestycyjnych w przedsiębiorstwach i jednostkach samorządu terytorialnego</p> <p>Produkcja odzieży sportowej (marka CUNA) oraz latawców pociągowych wykorzystywanych w sportach (kitesurfing, snowkiting, landkiting)</p> <p>Badania nad wykorzystaniem skoncentrowanego promieniowania słonecznego do doświetlania pomieszczeń</p>
Branża:	Organizacja szkoleń, doradztwo gospodarcze, produkcja odzieżowa
Rok założenia:	2009

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE



## Globalo Max Krzysztof Błażowski

Wdrożenie założeń strategii CSR 2014-15 dla firmy GLOBALO MAX (eko-okapy kuchenne marki GLOBALO, efektywni pracownicy i Zielone Biuro, edukacja Klientów biznesowych)

Przeglądając się witrynom sklepów internetowych można zauważyć, że wiele z nich nie jest dostosowana do potrzeb klientów z niepełnosprawnością, szczególnie niedowidzących. Mimo, że od lat istnieją standardy tworzenia stron internetowych przyjaznych dla wszystkich - nie tylko pełnosprawnych - użytkowników, managerowie odpowiedzialni za prowadzenie witryn sklepów internetowych, rzadko z nich korzystają.

Tymczasem, co udowadnia przykład firmy GLOBALO MAX z Sanoka, wrażliwość i odpowiedzialność społeczna wobec osób z niepełnosprawnościami to nie tylko kwestia etyki prowadzenia biznesu, ale również jego finansów. Sanockie mikropredsiębior-

stwo od lat zajmuje się handlem okapami kuchennymi – w ofercie ma własną markę (GLOBALO) oraz produkty innych firm. Sprzęt sprzedawany jest w stacjonarnych salonach z wyposażeniem kuchennym oraz w sklepie internetowym firmy. Rozbudowa tego ostatniego kanału dystrybucji, pozwalającego na pominięcie wysokich marż pośredników, stała się w ostatnim czasie jednym z strategicznych priorytetów firmy.

Konieczna była jednak modernizacja e-sklepu, a jednym z wyzwań, jakie postawił sobie właściciel firmy Krzysztof Błażowski, było dostosowanie witryny do osób niedowidzących. Błażowski założył – i trudno się z tym nie zgodzić – że nie istnieje



żaden powód, dla którego osoby z niepełnosprawnością miałyby nie móc kupić okapu w sklepie internetowym GLOBALO MAX. Kwestie odpowiedzialności społecznej firmy spotkały się tu z rachunkiem ekonomicznym i wzmacnianiem konkurencyjności przedsiębiorstwa.

Problemem stał się jedynie koszt przedsięwzięcia. Aby rzecz została wykonana profesjonalnie i w zgodzie ze standardami, GLOBALO MAX musiał przerobić praktycznie całą architekturę e-sklepu. Taka usługa to na rynku IT koszt nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych – dla mikro firmy, w której pracuje sześć osób to trudny do udźwignięcia wydatek. Dlatego – nie rezygnując z ambitnych i odpowiedzialnych celów – firma postanowiła pozyskać fundusze z PARP na ich realizację.

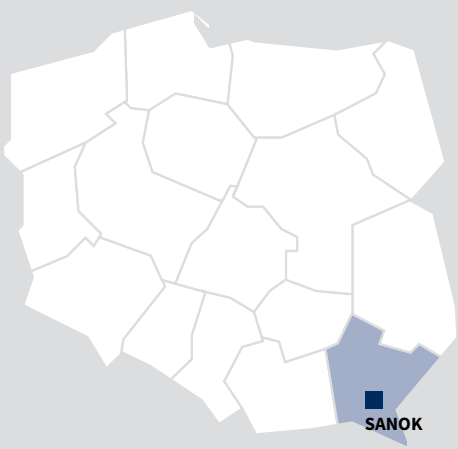
**„Różnica jest ogromna. Nowa witryna to nie tylko e-sklep, ale wielofunkcyjna strona internetowa za pomocą której klienci mogą uzyskać informacje niezbędne do świadomego i odpowiedzialnego wyboru poszukiwanego urządzenia z uwzględnieniem swoich preferencji estetycznych”** – podkreśla Barbara Kruczek, pracownik działu marketingu.

Przy projektowaniu sklepu pod uwagę wzięto wytyczne opisane w rządowym rozporządzeniu dotyczącym dostępności treści stron internetowych dla osób z niepełnosprawnościami (WCAG 2.0), przeprowadzono również ankietę wśród klientów dotyczącą ich oczekiwań względem nowego serwisu.

Strona ruszyła niedawno, ale właściciel GLOBALO MAX stawia przed firmą ambitne zadania. Jeszcze w tym roku przewidywany jest wzrost sprzedaży okapów GLOBALO poprzez stronę internetową o 35 proc.

**„Z tym wszystkim powiązany jest także aspekt środowiskowy w postaci modyfikacji modelu logistycznego, a tym samym zmniejszenia częstotliwości transportu. Z modelu Firma → Klient Biznesowy → Klient indywidualny przechodzimy na Firma → Klient indywidualny, przy możliwym wykorzystaniu transportu łączonego, tak zwanego multitransportu”** – mówi Barbara Kruczek.

Dzięki podpisanemu porozumieniu z producentami, część produktów GLOBALO magazynowana jest bezpośrednio u producenta, od którego trafiają one bezpośrednio do klienta. Dodatkowo zostało opracowane i wdrożone autorskie oprogramowanie umożliwiające kontrolę stanu magazynowego oraz wyszukiwanie optymalnego podwykonawcy w zakresie transportu. Dzięki temu nie ma potrzeby organizacji osobnych transportów przy pojedynczych zleceniach. Pozwoliło to nie tylko zmniejszyć koszty i usprawnić zarządzanie łańcuchem logistycznym, ale też ograniczyć wpływ na środowisko związany z transportem i magazynowaniem produktów.



Nazwa:	GLOBALO MAX Krzysztof Błażowski
www:	globalo.pl
Siedziba:	Sanok
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Firma zajmuje się sprzedażą internetową artykułów gospodarstwa domowego. Firma prowadzi dwa sklepy internetowe, jak również posiada własną markę premium okapów kuchennych o nazwie GLOBALO. Misją GLOBALO MAX jest precyzyjna obsługa klienta na każdym etapie sprzedaży, jak również dostarczenie produktów o wyszukany wzornictwie, najwyższej jakości oraz spełniających najwyższe standardy elektrooszczędności i bezpieczeństwa.
Branża:	Dystrybucja artykułów AGD
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Organizacja specjalistycznych szkoleń dla pracowników Organizacja praktyk studenckich Segregowanie odpadów i przekazywanie ich do organizacji zajmujących się ich przetwarzaniem
Rok założenia:	2007

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## Sunshine Profits - Przemysław Radomski

### Responsible Gold Mining & Analysis

Nie Londyn, nie Pekin, czy Nowy Jork – to Sopot jest teraz wyznacznikiem trendów CSR na rynku metali szlachetnych. Dzięki mikroprzedsiębiorstwu Sunshine Profits tysiące graczy giełdowych na całym świecie może w końcu odpowiedzialnie inwestować w złoto – wspierając tylko te firmy, które przy jego wydobyciu przestrzegają zasad CSR i nie trują środowiska, ani nie łamią praw pracowników w kopalniach. To się opłaca wszystkim – klientom, naturze oraz Sunshine Profits.

Od samego momentu poznania przedsiębiorstwo Sunshine Profits, którego właścicielem i założycielem jest Przemysław Radomski pozytywnie zaskakuje. Niewielka działalność gospodarcza prowadzona w nadmorskim kurorcie decyduje o opinii wielu tysięcy giełdowych inwestorów. Dostarczając przez internet zaawansowane analizy rynku metali szlachetnych zdobyła sobie uznanie jednej z najbardziej wiarygodnych na rynku. Liczba

użytkowników branżowego serwisu przekracza 20 tys., a fanpage na Facebooku śledzi ponad 67 tysięcy osób. Połowę przychodów generują użytkownicy z USA, dużą część stanowią też Kanadyjczycy, Australijczycy i Brytyjczycy.

**„Klientami są zarówno inwestorzy instytucjonalni, jak i zamożni inwestorzy indywidualni. Statystyczny odbiorca ma powyżej 35 lat, dochody w gospodarstwie domowym powyżej 100 tysięcy dolarów na rok i wyższe wykształcenie”** – opowiada Przemysław Radomski, właściciel firmy.

Nietypowa jest też – jak na polskie przyzwyczajenia – struktura geograficzna osób współtworzących serwis. Pracują tu osoby z Polski, ale również z Ukrainy, USA, Izraela i Indii. Współpraca odbywa się w trybie zdalnym i w różnych strefach czasowych.

Sunshine Profits to firma o szczególnym rodzaju odpowiedzialności. Przekazuje klientom informacje, które ważą na powodzeniu ich inwestycji finansowych, nieraz bardzo dużego kalibru. Z tego powodu firma wyraźnie i jasno informuje, że ostateczne decyzje zawsze należą do inwestorów, a rynku metali – jak każdego innego – nie da się przewidzieć w 100 proc. Mimo to, sądząc z opinii o przedsiębiorstwie, cieszy się ona olbrzymim zaufaniem i renomą w sektorze.

Tę wiarygodność podniosły jeszcze działania, które Sunshine Profits wprowadziło dzięki wdrożeniu CSR w firmie. W swoich analizach firma zaczęła wskazywać, które przedsiębiorstwa wydobywają złoto w odpowiedzialny środowiskowo i społecznie sposób.

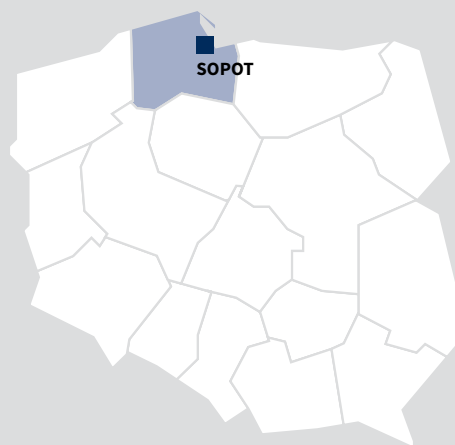
**„Wydobywanie złota nie cieszy się dobrą opinią w kontekście dbałości o środowisko naturalne z uwagi na użycie szkodliwych rtęci i cyjanku przy niektórych procesach produkcji. Ponadto, z wydobywaniem złota może wiązać się szereg problemów społecznych, takich jak zmuszanie osób z lokalnych społeczności – w tym dzieci – do niewolniczej pracy z uwagi na tzw. tańsze koszty wydobycia”** – mówi Przemysław Radomski.

Zaznacza, że inwestorzy często nie mają świadomości jakie praktyki przy wydobyciu złota stosuje firma, której akcje kupili lub mają zamiar kupić. Z tego powodu mogą oni – nieświadomie – przyczyniać się do pogarszania stanu środowiska. Przemysław Radomski podkreśla, że bardzo ważne w tym kontekście są również badania, które pokazują, że spółki reprezentujące odpowiedzialne podejście do biznesu charakteryzują się mniejszym ryzykiem w dłuższym terminie.

We współpracy z Zakładem Analizy Środowiska Uniwersytetu Gdańskiego Sunshine Profits opracowała specjalny, automatycznie aktualizowany algorytm, który obiektywnie wylicza ocenę poziomu dbałości o środowisko naturalne przez spółki wydobywające złoto. Ta informacja trafia do systemu i jest na bieżąco prezentowana użytkownikom portalu.

**„Narzędzie promuje odpowiedzialne podejście do środowiska i spraw społecznych nie tylko wśród inwestorów, ale też i wśród firm wydobywających metale, ponieważ dla tych ostatnich wyższa pozycja w rankingu prezentowanym w Sunshine Profits może przekładać się na większe zainteresowanie wśród inwestorów, a więc pozyskiwanie kapitału akcyjnego mniejszym kosztem. Firmy te, chcąc być wyżej w rankingu, mają dodatkowy bodziec do wdrażania odpowiedzialnych społecznie rozwiązań i ich raportowania”** – stwierdza właściciel sopockiego przedsiębiorstwa.

Przemysław Radomski liczy na komercyjny sukces wprowadzonych zmian w dłuższej perspektywie. Podkreśla, że rezultatem będzie „pozyskanie strumienia przychodów” od klientów pragnących korzystać ze stworzonego narzędzia. Z pewnością jego wprowadzenie pomogło też firmie na umocnienie swojego wizerunku odpowiedzialnego analityka rynkowego.



Nazwa:	Sunshine Profits Przemysław Radomski
www:	sunshineprofits.com
Siedziba:	Sopot
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Firma prowadzi działalność o charakterze usługowym polegającą na dostarczaniu zaawansowanych analiz rynku metali szlachetnych z zastosowaniem innowacyjnych narzędzi interaktywnych za pośrednictwem internetu. Serwis składa się z części ogólnodostępnej oraz płatnej.
Branża:	Doradztwo finansowe
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Wysoka elastyczność godzin pracy Wdrożenie możliwości anonimowego zgłaszania uwag Zaangażowanie w fundację siepomaga.pl Darmowa pomoc konsultacyjna dla klienta z USA, którego dorobek ucierpiał z powodu huraganu Sandy w 2012 roku Współudział w tworzeniu Wikipedii
Rok założenia:	2010

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE





## Terma Sp. z o.o.

Mniejsze i większe kłopoty to codzienność w każdym chyba przedsiębiorstwie. Od skali działania firmy zależy jedynie rodzaj stojących wyzwań. To, co nie do pomyślenia w mikro zakładzie staje się faktem, kiedy organizacja zmienia się – według oficjalnych wskaźników – „w średnie przedsiębiorstwo”. Przykładem może być choćby porozumiewanie się – gdy wszyscy pracownicy firmy mieszczą się w jednym albo dwóch pokojach to znają się znakomicie, a centralna komunikacja często sprowadza się do głośniejszej wypowiedzi kierownika, nawet bez konieczności wstawania z fotela. Wymiana doświadczeń, poglądów i pomysłów może tu odbywać się na bieżąco. O integrację znacznie trudniej, gdy z kilkunastu/kilkudziesięciu osób robi się kilkaset.

Przed takim właśnie wyzwaniem stanęła pomorska spółka Terma, jeden z wiodących producentów grzejników oraz grzałek elektrycznych. W firmie pracuje około 250 osób. Problemem, który został zauważony przez kierownictwo zakładu był brak kontaktu pomiędzy pracownikami. Spowodowane to było ich fizycznym rozproszeniem w halach przedsiębiorstwa oraz faktem, że część pracuje w terenie. To ograniczenie komunikacji powodowało realne straty zarówno dla firmy, jak i rozwoju osobistego i zawodowego personelu. Pracownicy nie wymieniali się na bieżąco swoimi pomysłami, a pokonywanie codziennych trudności trwało dłużej. Zahamowana była innowacyjność załogi, często decydująca o przewadze konkurencyjnej przedsiębiorstwa



technologicznego takiego jak Terma. Trudniejsze stało się też przekazywanie informacji, które musiały trafić do wszystkich osób z firmy.

Namacalną wręcz potrzebą stało się stworzenie miejsca wymiany poglądów, idei i kontaktów pomiędzy pracownikami. Zdecydowano się na budowę nowoczesnego systemu intranetowego zaprojektowanego tak, aby nie tylko dawał nowe możliwości komunikacji, ale wręcz pobudzał interakcję między użytkownikami. Dodatkowo, wydawana jest wewnętrzna gazeta dla pracowników „Termoform”.

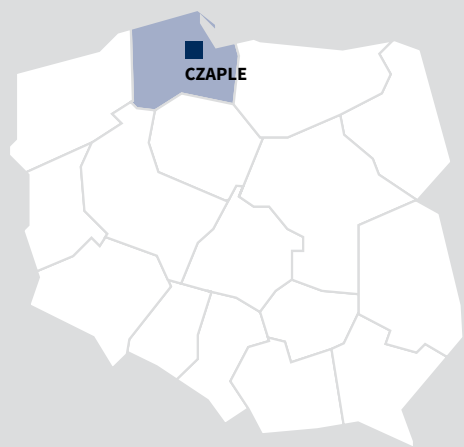
**„Powstał system informatyczny, w którym są zamieszczone dokumenty opisujące życie wewnętrzne firmy, schematy postępowań. Całość pomaga pracownikom w codziennym funkcjonowaniu w przedsiębiorstwie – wcześniej wszystko musiało być przekazywane podczas rozmowy, albo rozdawane personelowi w formie papierowej”** – podkreśla Piotr Ciarkowski, Specjalista ds. Funduszy Unijnych.

Działania podjęte przez spółkę nie były obliczone na natychmiastowy efekt. Zarząd jest jednak przekonany - znając zaangażowanie i kompetencje załogi – że umożliwienie szybkiej komunikacji pomiędzy pracownikami przyczyni się do wzrostu innowacyjności i poprawi konkurencyjność spółki na rynku.

Uzupełnieniem działań skierowanych do personelu stał się program staży i praktyk studenckich „Rozgrzewka przed karierą”, który skierowany jest do studentów Uniwersytetu Gdańskiego, Akademii Morskiej oraz Politechniki Gdańskiej. Wybrani uczniowie mają możliwość poznania pracy w każdym z działów Termy. Oprócz studentów, inicjatywa staży jest też skierowana do osób z niepełnosprawnościami – firma aktywnie współpracuje w tym zakresie z Fundacją Aktywnej Rehabilitacji oraz Fundacją Integracja.

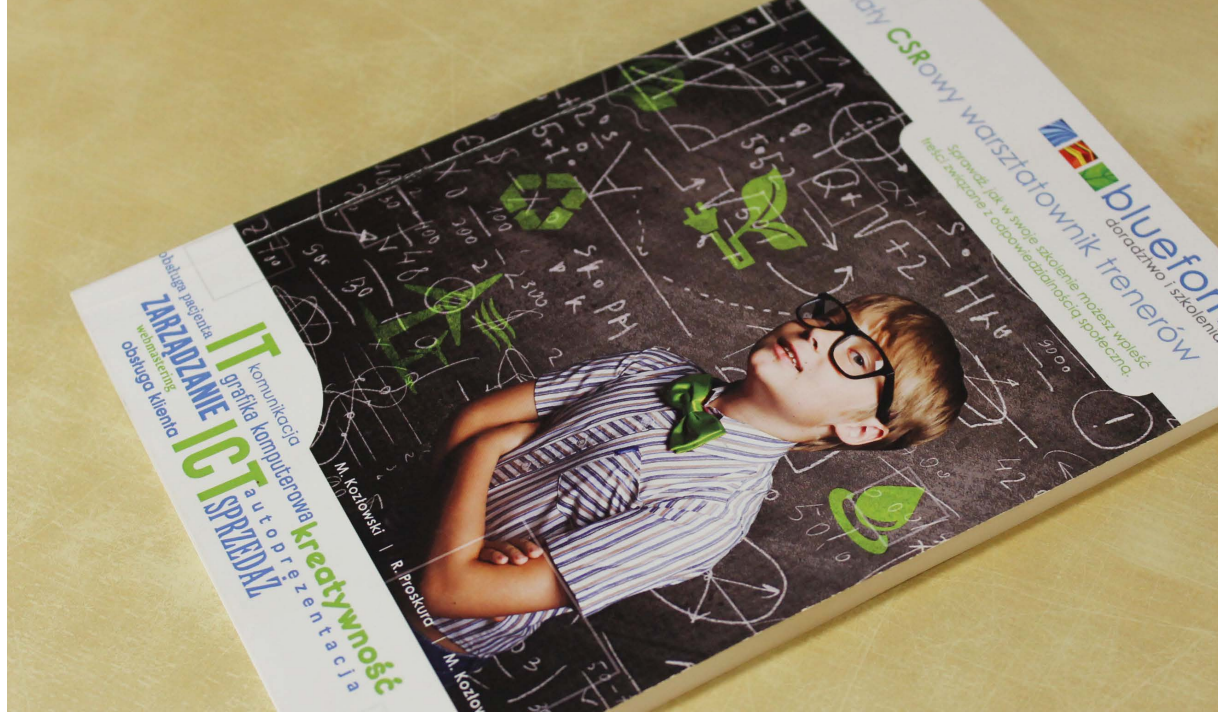
Wraz z relacjami z personelem w spółce zmieniła się również stosowana technologia produkcji. Wymieniono dużą część maszyn służących do malowania i lakierowania. Stosowana wcześniej metoda była droga w utrzymaniu i bardzo uciążliwa dla środowiska naturalnego, głównie poprzez konieczność używania dużych ilości rozcieńczalnika. Dodatkowo, posiadane urządzenia nie nadawały się do malowania nowego typu nowoczesnych grzejników.

Nowa kabina lakiernicza, wraz z wysokociśnieniowymi pistoletami lakierniczymi i myjkami znacznie zmniejszyły zużycie surowców, materiałów i energii elektrycznej. Spadła też ilość odpadów. Firma zaznacza, że dzięki inwestycji udało się polepszyć jakość produktów i obniżyć koszty produkcji.



Nazwa:	Terma Sp. z o.o.
www:	termagroup.pl
Siedziba:	Czaple
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Spółka jest producentem grzejników oraz grzałek elektrycznych oraz specjalistycznych maszyn budowlanych – urządzeń pneumatyczno-udarowych, tzw. kretów do wykonywania przecisków.
Branża:	Produkcja grzejników oraz grzałek elektrycznych
Rok założenia:	1991

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



## BLUEFORM Marcin Kozłowski

### Odpowiedzialni w biznesie - strategia CSR firmy BLUEFORM i jej pracowników

Na korytarzach i przy biurkach chyba każdej korporacji można spotkać stażystów. Są tam albo z musu (konieczność odbycia praktyk studenckich), albo z chęci zdobycia doświadczenia. Bez względu jednak na powody swojej obecności zazwyczaj traktowani są przez etatowych pracowników – mówiąc delikatnie – w sposób „daleki od doskonałości”. Parzenie kawy, przynoszenie dokumentów i przyglądanie się „prawdziwej” pracy z daleka, bez możliwości zadawania pytań – to codzienność niejednego stażysty w dużej firmie. Tymczasem na rynku nie brakuje małych i średnich firm, które z radością zaopiekują się osobami na stażu, wdrażając je w arkana branży i naprawdę pomagając zdobyć pierwsze doświadczenia. Problem w tym, że stażyści zwykle o takich możliwościach nie wiedzą i niejako odruchowo wysyłają podania do największych przedsiębiorstw.

W takiej sytuacji była firma Blueform z Jastrzębia Zdroju. Przedsiębiorstwo tworzy oprogramowanie i systemy informatyczne dla firm z całej Polski, zajmuje się też szkoleniami i doradztwem z zakresu IT/ICT.

„W szkołach jest wielu utalentowanych, młodych ludzi, którzy poważnie myślą o przyszłości i chcą się nauczyć pracy w profesjonalnym zespole. Ze względu na niewystarczające możliwości dotarcia z informacją o nas do młodych osób uczniowie zainteresowani stażami nie trafiali do naszej firmy. Tymczasem my ciągle szukamy pracowników i jesteśmy otwarci także na młode, zdolne i zaangażowane osoby oraz ich nietuzinkowe pomysły” – mówi Marta Kozłowska, Koordynator Projektów.

Aby przyciągnąć stażystów uruchomiono konkurs „Błękitny staż”. Daje on uczniom i studentom możliwość zaprezentowania specjalistom z Blueform swoich pomysłów programistycznych, graficznych lub edukacyjnych. Autorzy najlepszych są zapraszani do firmy na płatne staże i mają możliwość koordynowania prac przy realizacji swojego projektu.

**„Zyskuje stażysta – poza zdobywaniem doświadczenia zawodowego w profesjonalnym zespole, ma także możliwość nabycia kompetencji pracowniczych, takich jak komunikacja w zespole, prezentacja biznesowa, koordynowanie projektów. Tego uczy się na spotkaniach z doradcami i trenerami. Dla firmy korzyścią jest stworzenie ciekawego i atrakcyjnego wizerunkowo programu – zwiększenie rozpoznawalności firmy, ale również znalezienie nowych pracowników na przyszłość. Za tym wszystkim idą konkretne zyski dla organizacji”** – podkreśla Marta Kozłowska.

Specjalnie z myślą o stażystach nastąpiła reorganizacja biura, kupiono też dla nich nowe komputery. W stworzeniu programu staży pomogli m.in. przedstawiciele szkół i uczelni. Konkurs promowały także reklamy internetowe i ulotki.

Dzięki „Błękitnemu stażowi” firma Blueform przestała być lokalną „białą plamą” na mapie firm, w których warto odbyć staż. Coraz więcej młodych ludzi zdaje sobie sprawę, że przedsiębiorstwo oferuje pełnowartościową, odpowiedzialną praktykę, która jest nie tylko płatna, ale może zakończyć się zatrudnieniem w firmie.

Swoje działania CSR Blueform kieruje również do osób już pracujących w firmie. Obok „Błękitnego Stażu” dynamicznie rozwijany jest także projekt „Błękitna Sówka”. Jego celem jest pomoc dzieciom z grup ryzyka, a pierwsze działania podjęto w jastrzębskim całodobowym Ognisku Opiekuńczo-Wychowawczym. Pracownicy Blueform cyklicznie przekazują wytypowanym do programu dzieciom pakiet zadań logicznych, matematycznych, językowych i społecznych. Zadaniem podopiecznych Domu Dziecka jest ich systematyczne rozwiązywanie – na wytrwałych czekają nagrody (słodycze, bilety do kina, książki, zabawki).

**„System okazał się efektywny, dzieci wykazują większy progres w stosunku do swoich rówieśników nie poddanych motywacji, poprawiła się także ich komunikacja z nauczycielami w szkole. Dzięki współpracy z profesjonalnymi doradcami możemy rozszerzać program i wciągać do niego kolejnych interesariuszy, np. świetlice środowiskowe”** – mówi Marta Kozłowska.

Z myślą o rozwoju „Błękitnej Sówki” firma wydała broszury o programie skierowane do opiekunów i nauczycieli, przygotowała także plakaty i zeszyty metodyczne.

Za pracę z dziećmi pracownicy Blueform nie pobierają wynagrodzenia. To część programu wolontariatu pracowniczego, który prowadzi przedsiębiorstwo. Oprócz „Błękitnej Sówki” składają się na niego również m.in. spotkania motywacyjne i doradcze z osobami bezdomnymi. Firma stworzyła też program konkursowy dla załogi, który pozwala w rozliczeniu rocznym nagrodzić tych pracowników, którzy najmocniej zaangażowali się w wolontariat.



Nazwa:	Blueform Marcin Kozłowski
www:	blueform.pl
Siedziba:	Jastrzębie Zdrój
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Firma zajmuje się tworzeniem oprogramowania i systemów informatycznych dla firm oraz usługami rozwojowymi, głównie szkoleniami i doradztwem z zakresu IT/ICT. Prowadzi także projekty rozwojowe z zakresu bezpieczeństwa danych w komputerze.
Branża:	Tworzenie oprogramowania, szkolenia
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Stworzenie i prowadzenie programu BŁĘKITNA SÓWKA – programu motywacyjnego dla dzieci z grup ryzyka Wyliminowanie naczyń jednorazowych podczas szkoleń Wprowadzenie elektronicznego obiegu dokumentów Wsparcie dla akcji „Sadzimy nasz las”
Rok założenia:	2006

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## OPINION Strefa Druku Sp. z o.o.

CSR w Wielkim Formacie - budowanie społecznej odpowiedzialności biznesu w OPINION Strefa Druku

Polichlorek winylu, PVC (nieraz błędnie nazywany PCV) to – jak mówią eksperci – „termoplastyczne tworzywo sztuczne”. Pełno go dookoła – znajduje się choćby w ramach plastikowych okien, wykładzinach, rurach, foliach, izolacji kabli. Jest też go mnóstwo w wielkopowierzchniowych płachtach reklamowych, które widoczne są chyba w każdej miejscowości w Polsce. Tymczasem PVC jest po prostu niezdrowe i szkodliwe dla środowiska. W ostatnich latach udowodniono jego kancerogenność, a przy jego spalaniu wydziela się chlorowodór i dioksyny.

Ze szkodliwości PVC zdaje sobie sprawę branża reklamowa. Mimo to jest on używany przez wiele drukarni banerów, gdyż umożliwia zgrzewanie płacht i tworzenie dowolnej wielkości nośników reklamy. Próby zszywania/sklejania sprawiają, że łączenia są widoczne i psują efekt wielkopowierzchniowych nośników reklamy.

Sytuację chce zmienić gliwicka spółka Opinion Strefa Druku. Firma specjalizuje się właśnie w drukowaniu dużych formatów i jest jednym z największych polskich przedsiębiorstw w branży. Działa od 2003 roku, a w swojej historii nieraz udowodniła, że

drukarnia może być przedsiębiorstwem prowadzonym w sposób odpowiedzialny. Regularne wsparcie okolicznych szkół, sponsoring Gliwickiej Jesieni Gospel i Gliwickiego Festiwalu All Improviso, zaangażowanie pracowników w akcję „Szlachetna paczka”, coroczny piknik dla personelu – to tylko niektóre działania, w które w ostatnich latach uczestniczyła Opinion Strefa Druku. To ta firma zrealizowała również – w ramach wolontariatu pracowniczego – projekt „największa polska flaga sektorowa”. W 2012 roku z inicjatywy dziennikarza Polskiego Radia Tomasza Zimocha Opinion wydrukowała białą-czerwoną flagę dla kibiców o powierzchni blisko 1500 m² i wadze 200 kilogramów.

Do odpowiedzialnego wizerunku nie pasuje produkcja z PVC. Od 2012 roku spółka prowadzi badania, których celem jest opracowanie technologii łączenia siatek poliestrowych nie zawierających PVC. Projekt odniósł sukces na skalę – nie będzie to przesadą – światową. Znalezione rozwiązanie na eliminację PVC, a ekologicznym rozwiązaniem zainteresowały się m.in. amerykańskie firmy działające w branży reklamowej. Metoda została również opatentowana przez Opinion.

Do pełnego potwierdzenia wiarygodności nowej metody spółce brakowało kosztownych badań laboratoryjnych. Bez tego nie było możliwe wdrożenie produktu na światowych rynkach.

Dofinansowanie na badania pojawiło się dzięki udziałowi firmy w projekcie PARP. Spółka przygotowała też informację o nowym produkcie i jego ekologicznych aspektach, które zamierza rozprzecznić w branży reklamowej.

W ramach działań odpowiedzialnych wobec środowiska spółka przeprowadziła również audyt energetyczny przedsiębiorstwa. **„Opracowane zostały wskazania, jakie zmiany i ulepszenia możemy wykonać, aby zmniejszyć użycie energii i związane z tym koszty”** – podkreśla Joanna Witkowska, Kierownik ds. Inwestycji i Administracji spółki. Jednym z pierwszych kroków była wymiana oświetlenia na energooszczędne rozwiązanie oparte na diodach LED.



Nazwa:	Opinion Strefa Druku Sp. z o.o.
www:	opinion.com.pl
Siedziba:	Gliwice
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	Opinion Strefa Druku jest jedną z największych w Polsce wielkoformatowych drukarni cyfrowych. Przedsiębiorstwo oferuje gamę wielkoformatowych mediów reklamowych drukowanych metodą cyfrową, wykorzystywanych zarówno w wewnętrznych, jak i zewnętrznych ekspozycjach. Głównymi odbiorcami Opinion są agencje reklamowe, domy mediowe, pośrednicy w sprzedaży druków reklamowych oraz duzi klienci końcowi.
Branża:	Druk wielkoformatowy
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Organizacja corocznego pikniku dla pracowników i ich rodzin Organizacja Dni Dziecka w firmie Promocja zdrowia i dobrego samopoczucia wśród pracowników – cykliczne spotkania tematyczne ze specjalistami z zakresu zdrowia i wellness Organizacja akcji „Pracuj bezpiecznie w Opinion” – dzień BHP Współpraca z uczelniami w zakresie rekrutacji oraz udział w wydarzeniach wspierających rozwój kariery
Rok założenia:	2003

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





# SUNEX SA

Odpowiedzialny rozwój i wzmocnienie konkurencyjności SUNEX SA, poprzez realizację strategii CSR w trzech obszarach: środowisko naturalne, relacje z personelem oraz zaangażowanie społeczne

Sporo osób w sezonie grzewczym zadaje sobie pytania o koszty energii ciepłej. Właściciele domów wymieniają się informacjami o cenach i najlepszych rozwiązaniach, a spór na linii gaz/olej opałowy/ekogroszek przypomina nieraz dyskusje o wyższości Świąt Bożego Narodzenia nad Świątami Wielkiej Nocy. Wszystkich pogodzić może raciborska firma Sunex, wprowadzając na rynek innowacyjną pompę ciepła, która może być jedynym źródłem ekologicznej energii ciepłej dla domu przez cały rok. Jeśli istnieją produkty, które mają w DNA wpisaną odpowiedzialność społeczną, to ta pompa z pewnością do nich należy.

„Firma działa w branży odnawialnych źródeł energii i jednocześnie od lat ponosi nakłady na działalność badawczo-rozwojową. Dzięki temu wprowadzamy na rynek nowe rozwiązania o coraz lepszej efektywności energetycznej. Jednym z ostatnio opracowanych produktów jest pompa cie-

pła – nasze innowacyjne rozwiązania sprawiają, że może ona pracować w temperaturach poniżej -20 stopni C. i stanowić jedyne źródło ciepła w budynku” – opowiada Monika Sadlok, Specjalista ds. Marketingu.

Prace nad urządzeniem trwały w Sunex kilkanaście miesięcy. Pompa została dokładnie przebadana w wewnętrznym laboratorium firmy. Jednak w celu właściwego odbioru produktu przez rynek oraz udoskonalenia nowego wyrobu, niezbędne stało się przeprowadzenie zewnętrznych testów.

Badanie dotyczyło określenia sprawności urządzenia w określonych temperaturach zewnętrznych i weryfikowało założenia spółki. Wybór niezależnej jednostki badawczej pozwolił na potwierdzenie zgodności z normami technicznymi i spełnienie wymogu minimalnej wydajności.



„Pompy ciepła generalnie wykorzystują najmniej energii do pokrycia pełnego zapotrzebowania budynków ze wszystkich dostępnych źródeł ciepła, a pompa NEXUS zużywa mniej energii od podobnych urządzeń konkurencyjnych. Ma również najmniejszy ze wszystkich urządzeń wpływ na środowisko” – podkreśla Monika Sadlok. Maksymalne obniżenie energii wspomaga też możliwość nadzoru pompy przez Internet.

Badania urządzenia pozwoliły również na rozszerzenie rynku zbytu. Dzięki uzyskanemu certyfikatowi nabywcy pompy na rynku niemieckim mogą liczyć na dofinansowanie do zakupu.

Ekologiczne produkty najlepiej produkować z poszanowaniem środowiska, dlatego w spółce podjęto decyzję o wymianie oświetlenia w halach produkcyjnych. Wybrano energooszczędne diody LED, co w skali roku przynosi oszczędności rzędu 7500 kWh (dla porównania – w gospodarstwie domowym, w którym mieszka czteroosobowa rodzina zużycie energii wynosi ok 4500 kWh rocznie). „Po modernizacji, mimo redukcji kosztów, poziom natężenia światła na każdym punkcie świetlnym zwiększył się niemal dwukrotnie. Dzięki poprawie warunków korzyść odnieśli pracownicy i środowisko. Szacujemy, że zastosowane diody będą mogły pracować przez następne 10 lat” – stwierdza Monika Sadlok.

Nowoczesne technologie wdrażane przez Sunex stawiają przed pracownikami wysokie wymagania. Firma zdaje sobie z tego sprawę i już teraz dba o przyszłe kadry – dla uczniów lokalnych szkół średnich, studentów i absolwentów przygotowano projekt „Mój pierwszy dzień w pracy” wraz z programem stażowym. Dzięki temu unikalne doświadczenie pracowników Sunex w stosunkowo „młodej” branży w Polsce będzie mogło być przekazywane potencjalnym pracownikom. W ramach programu dla każdego praktykanta i stażysty przydzielany jest „mentor”, który wprowadza nową osobę w realia pracy na danym stanowisku. Osoby nowo przyjęte do pracy mogą korzystać z opieki przez 12 miesięcy.

Wśród całej załogi (również praktykantów i stażystów) przeprowadzono też badanie aktualnych i potencjalnych potrzeb szkoleniowych. Na tej podstawie specjaliści HR przygotowali program samorealizacji i zarządzania talentami w organizacji. Stworzono m.in. mapę potrzeb szkoleniowych, poziomów i narzędzi ich realizacji wraz z harmonogramem na każdy, roczny okres funkcjonowania programu. Większość szkoleń będzie przeprowadzona wewnętrznie przez wysoko wykwalifikowanych kierowników i specjalistów w każdym z działów.



Nazwa:	Sunex SA
www:	sunex.pl
Siedziba:	Racibórz
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	SUNEX S.A. jest czołowym producentem innowacyjnych rozwiązań opartych o odnawialne źródła energii. Oferuje Klientom m. in. pompy ciepła, kolektory słoneczne płaskie, termosyfony, zasobniki, stacje wymiany ciepła. Około 60 procent produkcji firmy trafia za granicę. Współpraca nawiązana z gronem polskich i zagranicznych dostawców pozwala na zastosowanie najnowszych materiałów i rozwiązań w dziedzinie produkcji systemów solarnych. Przedsiębiorstwo wykorzystuje surowce i półprodukty pochodzące od renomowanych producentów.
Branża:	Produkcja urządzeń opartych o odnawialne źródła energii
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Opracowanie klimatyzatora zasilanego energią odnawialną Szkolenia dla gmin dotyczące gospodarki niskoemisyjnej Członkostwo w Kłastrze Technologii Elektrooszczędnych Współpraca z raciborskim stowarzyszeniem Ruch Społeczny Dobro Ojczyzny
Rok założenia:	2002

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



# OLIMAX NT Sp. z o.o.

## Olimax - sprawdza się w roli

Pomysł całkowitego uniezależnienia się od zewnętrznych dostaw paliw tradycyjnych brzmi jak trudna do osiągnięcia strategia jednego z globalnych mocarstw. Czasem jednak to, co nie udaje się wielkim, z powodzeniem wdrażają mali. Tak jest w przypadku spółki OLIMAX NT z Biczki w woj. świętokrzyskim. Odpowiedzialność wobec środowiska pozwoliła firmie ograniczyć koszty ogrzewania o 75 proc.

OLIMAX NT od wielu lat jest producentem nawozów dolistnych, donasiennych i doglebowych w unikalnej na skalę światową technologii. Ich skuteczność potwierdzają wieloletnie badania. „Ugruntowana i owocna od lat współpraca z ośrodkami naukowymi, ośrodkami doradztwa rolniczego a także z indywidualnymi rolnikami umożliwiła nam stworzenie szerokiej

gamy nawozów MICROPLAN dla potrzeb profesjonalnych gospodarstw rolnych, sadowniczych, ogrodniczych i upraw amatorskich. Nasze produkty są znane w całej Europie. Znają je rolnicy ze Szwecji, Danii, Finlandii, Niemiec, Anglii, Irlandii, Litwy, Estonii i Australii” – mówi Krystyna Bojek, Prezes spółki.

Spółka prowadzi swoją działalność w dwóch halach produkcyjnych w Biczce. Posiada również własne laboratorium analityczne, które – jak podkreśla Krystyna Bojek – „stanowi niezbędny element do prowadzenia precyzyjnych badań produktów spółki”. „Badania te prowadzone są przy współpracy z czołowymi ośrodkami naukowymi w kraju i za granicą. Kluczowym

**celem polityki firmy jest wdrażanie rozwiązań proekologicznych w różnych dziedzinach życia”** – stwierdza Krystyna Bojek.

Swoje hale produkcyjne spółka ogrzewała zimą piecami na ekogroszek, a latem chłodziła klimatyzatorami. To generowało koszty, a jednocześnie słabo wpisywało się w proekologiczną politykę przedsiębiorstwa. Kierując się odpowiedzialnością za środowisko w przedsiębiorstwie zamiast pieca zainstalowano pompę ciepła powietrze-woda. Takie urządzenie odbiera ciepło z powietrza, kumuluje je w zbiorniku wodnym i oddaje systematycznie do pomieszczeń. Dodatkowo, latem wspomaga, a nieraz wręcz zastępuje urządzenia klimatyzacyjne. Dzięki pompie OLIMAX NT całkowicie uniezależnił się od zewnętrznych dostaw jakiegokolwiek z paliw tradycyjnych.

Spółka znacznie ograniczyła negatywny wpływ na środowisko stając się przedsiębiorstwem w większym stopniu odpowiedzialnym za środowisko naturalne.

**„Opłaty za sezon grzewczy wynosiły za samo ogrzewanie około pięciu tysięcy. Po instalacji urządzenia wynoszą 1200 zł. – to oszczędność ponad 75-procentowa”** – mówi Anna Kaczor-Matecka, Doradca.

W końcu też udało się zrealizować ekologiczny cel spółki i z kominów OLIMAX NT nie unoszą się spaliny. Rozwiązanie wybrane przez OLIMAX jest całkowicie ekologiczne i nie emituje szkodliwych substancji. Spółka udowodniła, że odpowiedzialne zarządzanie przedsiębiorstwem może łączyć troskę o naturę, z troską o finanse.

Swoimi doświadczeniami firma chce dzielić się z innymi podmiotami z regionu. Ambicją zarządu jest stworzenie sieci współpracujących ze sobą ośrodków – m.in. rolników, większych kontrahentów, ośrodków naukowych i badawczych oraz organizacji zajmujących się innowacjami wśród przedsiębiorców. Taki „klaster” umożliwi wzajemną prezentację działań CSR, przedstawianie rozwiązań ekologicznych oraz nawiązywanie bliższych biznesowych kontaktów.



Nazwa:	OLIMAX NT Sp. z o.o.
www:	olimax.pl
Siedziba:	Bilcza
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Firma zajmuje się pracami laboratoryjno-badawczymi związanymi z wdrażaniem nowych technologii w uprawie rolnej, produkcji roślin, ochronie roślin, produkcji żywności, uprawie ogrodniczej i amatorskiej.
Branża:	Działalność rolnicza, produkcja nawozów
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Współpraca z Kieleckim Parkiem Technologicznym w ramach Kręgu Innowacji Wzornictwo Utworzenie stanowisk pracy dla studentów we współpracy z Politechniką Świętokrzyską
Rok założenia:	2000

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## Polańscy Taborowicz Kancelaria Prawna S.C.

### CSR - odpowiedzialni prawnicy

Właściciele kieleckiej Kancelarii Prawnej – podobnie jak większość Polaków – znają przysłowie „lepsze jest wrogiem dobrego”. Na szczęście nie uwierzyli w jego rzekomą mądrość. Dobrze funkcjonującą spółkę postanowili uczynić lepszą. Udało się – po wprowadzeniu odpowiedzialnych zmian jest szybciej i wygodniej dla klientów i pracowników oraz taniej dla zarządzających Kancelarią. Całość sukcesu uzupełnia zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko.

Codzienne funkcjonowanie Kancelarii opierało się na tradycyjnym modelu – albo prawnik zabierał dokumenty i jechał do klienta, albo klient z dokumentami przyjeżdżał do prawnika. Koszty stałe przedsiębiorstwa – wynajem biura, energia, materiały biurowe i dojazdy – stanowiły jedną z najwyższych pozycji w miesięcznym budżecie.

**„Aby skutecznie przeciwdziałać tendencji wzrostowej kosztów przy perspektywie rosnącej konkurencji w regionie podjęliśmy decyzję o wdrożeniu działań usprawniających i obniżających koszty, a jednocześnie charakteryzujących się aspektem ekologicznym”** – opowiada Emilia Polańska, właścicielka kancelarii.

Kancelaria wdrożyła innowacyjne i nowoczesne rozwiązanie sieciowe – Uniwersalną Platformę Internetową. Rozwiązanie łączy funkcjonalności systemu zarządzania CRM, portalu internetowego oraz elektronicznego systemu zarządzania jakością. Platforma umożliwia także elektroniczny pomiar jakości usług, badanie opinii pracowników i klientów oraz komunikację między pracownikami i klientami.

Implementacja systemu pozwoliła na:

- znaczące obniżenie kosztów dojazdów do klientów,
- drastyczne zmniejszenie liczby wydruków w spółce,
- zdalny, szybszy i sprawniejszy obieg dokumentów,
- wdrożenie mentoringu pracowniczego,
- stworzenie dla pracowników możliwości pracy z domu.

Uniwersalna Platforma Internetowa umożliwiła także spółce wprowadzenie innowacyjnej usługi video porad prawnych. To wygoda i oszczędność dla obydwu stron – zarówno firmy, jak i klienta. Dodatkowo, osoby korzystające z usług Kancelarii uzyskały możliwość wglądu w postępy realizowanych przez firmę prac.

**„Realizacja projektu zasadniczo zmieniła zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa i stworzyła trwałe fundamenty zrównoważonego rozwoju”** – stwierdza Emilia Polańska.

Platforma internetowa to nie jedyne w ostatnim czasie odpowiedzialne społecznie działanie Kancelarii. Spółka wdrożyła studencki i pracowniczy program wolontariacki na rzecz organizacji pożytku publicznego i innych podmiotów działających w obszarze społeczeństwa obywatelskiego.

**„Eksperti wskazują, że egzaminy na wydziałach prawa są egzaminami z wiedzy, a powinny być egzaminami z umiejętności. Naszą odpowiedzią na ten problem jest stworzenie systemu wolontariatu oraz zaproszenie do tworzenia sieci współpracy kieleckiej uczelni oferującej kierunek prawniczy”** – mówi Emilia Polańska. Dzięki działaniom spółki studenci z regionu mogą nabyć niezbędnych umiejętności praktycznych, a lokalne organizacje otrzymają często tak im potrzebne prawne wsparcie merytoryczne. Program adresowany jest do studentów IV i V roku prawa – pieczę nad wolontariuszami sprawują doświadczeni prawnicy z Kancelarii.

Na uwagę zasługuje również przyjęcie w przedsiębiorstwie Kanonu Etycznego – zarząd Kancelarii zdaje sobie sprawę, jak szczególne miejsce zajmuje etyka w zawodach prawniczych. Szczególny nacisk w dokumencie położono na politykę antykorupcyjną, antymobbingową oraz promowanie postaw społecznych personelu przedsiębiorstwa. W pierwszej kolejności adresatami dokumentu stali się pracownicy spółki, ale kierownictwo Kancelarii ma nadzieję, że w krótkim terminie idee zawarte w Kanonie uda się wypromować w konkurencyjnych kancelariach, które będą zmuszone do „odrobienia strat wizerunkowych”.



Nazwa:	Polańscy Taborowicz Kancelaria Prawna S.C.
www:	polanscy-taborowicz.pl
Siedziba:	Kielce
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Kancelaria świadczy doradztwo prawne dla podmiotów gospodarczych, a także osób fizycznych. Klientami są w większości podmioty z branż budowlanej, energetycznej, przemysłowej oraz produkcyjnej. Specjalizacją firmy jest prawo gospodarcze, cywilne, pracy, energetyczne, zamówień publicznych, autorskie oraz własności przemysłowej i spółdzielcze. Kancelaria stale współpracuje z doradcami podatkowymi, biegłymi sądowymi, notariuszami oraz rzecznikami patentowym.
Branża:	Usługi prawnicze
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Wsparcie prawne na rzecz Fundacji Nowa Przestrzeń Sztuki w Kielcach Wsparcie prawne na rzecz Stowarzyszenia Świętokrzyskie Towarzystwo Pomocy Osobom Niepełnosprawnym w Kielcach
Rok założenia:	2006

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## Planeta Ekologii Krzysztof Sarzyński

Wdrożenie społecznej odpowiedzialności biznesu przez firmę Planeta Ekologii, ze szczególnym uwzględnieniem środowiska naturalnego

Myli się mocno, kto myśli, że sprzedawana w sklepach „bułka tarta” to sucha bułka, która została starta. Myli się też Wikipedia definiując bułkę tartą jako „produkt spożywczy powstały wskutek zmielenia bądź starcia suchego pieczywa”. Nic podobnego! Współczesna „bułka tarta” to samodzielny produkt masowo wyrabiany w fabrykach i piekarniach. W składzie standardowej paczki z „bułką” znaleźć można – oprócz mąki, soli, wody i drożdży – również rzeczy, których na próżno szukać w porządnym, prawdziwym bułkach i chlebach – m.in. oleje (palmowy, rzepakowy, kokosowy, częściowo utwardzony palmowy), cukier, emulgator E481, regulatory kwasowości oraz „śladowe ilości sezamu”.

Czy tak jest wszędzie? Na szczęście nie. Na rynku istnieją producenci, którzy specjalizują się w produkcji ekologicznej bułki tartej. Jednym z nich jest Planeta Ekologii z Olsztyna.

**„Podstawowe surowce jakich firma używa do produkcji to mąka, woda, sól i drożdże. Przedsiębiorstwo stosuje wyłącznie naturalne, pozbawione konserwantów i innych ulepszaczy produkty spożywcze, do produkcji bułki tartej nie dodaje tłuszczu i cukru”** – podkreśla Tomasz Sarzyński, Pełnomocnik ds. biznesu.

Spółka produkuje bułkę tartą na skalę przemysłową – największymi odbiorcami są zakłady gastronomiczne i zakłady przetwórstwa mięsnego w Polsce.

Warunkiem sukcesu przedsiębiorstwa i tym, co je wyróżnia na rynku jest ekologia. Na każdym etapie produkcji firma sprawdza swój wpływ na środowisko i przyrodę. W ostatnim czasie przeprowadziła m.in. kompleksowe badania dostarczanej do



zakładu mąki pod kątem zawartości pestycydów i GMO. Dzięki temu Planeta Ekologii może współpracować tylko z dostawcami gwarantującymi naturalne składniki. Właściciele firmy zdają sobie sprawę, że klienci wybierają ich produkty z powodu powtarzalnej w każdej paczce wysokiej jakości i zdrowej zawartości. Prowadzone stale badania produktu umożliwiają też umieszczanie na etykietach dokładnych informacji o jego wartościach odżywczych, co zwiększa transparentność firmy w relacjach z klientami.

Ekologiczne składniki i naturalny przepis zapewniają sukces handlowy. Do pełnego sukcesu brakowało jednak olsztyńskiemu przedsiębiorstwu ekologicznego procesu produkcji.

**„Problemy, które zidentyfikowaliśmy dotyczyły nieracjonalnego gospodarowania surowcami, co głównie związane było ze starej generacji sprzętem. Używaliśmy na przykład ręcznych wózków paletowych, które są mało stabilne. Średnio raz w miesiącu zdarzało się, że jakiś worek został przez to rozrwany – traciliśmy w ten sposób około 600 kilogramów mąki rocznie”** – mówi Krzysztof Sarzyński. Straty byłyby większe, gdyby pracownicy firmy nie zabezpieczali każdej palety owijając ją około 20 metrami folii stretchowej i bąbelkowej.

Do swoich wyrobów firma każdego dnia potrzebuje około 1800 litrów wody. Jej zużycie było jednak większe niż wymagane, bo do maszyn dostarczano ją wiadrami. **„Taki proces produkcji wiązał się z kosztownym marnotrawstwem. Najpierw trzeba było wyregulować temperaturę wody w kranie, co powodowało, że część niepotrzebnie trafiała do kanalizacji. Później przy napełnianiu wiadra woda często się przelewała. Część wylewała się również przy przenoszeniu pełnego wiadra z miejsca na miejsce”** – podkreśla Krzysztof Sarzyński. Według jego szacunków w skali miesiąca marnotrawiło się w ten sposób ok. 10 proc. zużywanej wody.

Problemy logistyczne nie tylko negatywnie wpływały na środowisko naturalne, ale generowały również niepotrzebne koszty. Właściciele nie mieli wątpliwości, że zastosowanie zmian zwiększających odpowiedzialność społeczną ma środowiskowy i ekonomiczny sens. Zdecydowano się na inwestycje w nowoczesny, cichy i ekologiczny wózek elektryczny – bezpieczny i znacznie bardziej stabilny niż wcześniej stosowane wózki ręczne. Zminimalizowane zostały straty – praktycznie zniknęło ryzyko uszkodzenia towarów, a pracownikom pracuje się znacznie łatwiej. Pojawiły się też oszczędności, choćby w postaci mniejszego zużycia folii do zabezpieczenia towarów.

Poprawiono też gospodarkę wodną zakładu. Zakupiono specjalistyczny „dozownik z mieszaczem wody”. Jego zaawansowanie, automatyczne funkcje (m.in. sterowanie temperaturą pobieranej w czasie cyklu produkcyjnego wody) pozwoliły Planecie Ekologii oszczędzać nawet kilkanaście procent wody.

Ekologia, natura, troska o pracowników i redukcja wpływu na środowisko – w małej olsztyńskiej firmie zmieściła się duża biznesowa odpowiedzialność społeczna.



Nazwa:	Planeta Ekologii Krzysztof Sarzyński
www:	planetaekologii.pl
Siedziba:	Olsztyn
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Przedsiębiorstwo specjalizuje się w produkcji bułki tartej, ekologicznej bułki tartej, spodów do pizzy małych, spodów do pizzy dużych, panierki, ciastek amerykańskich owsianych. Firma współpracuje z tysiącem odbiorców hurtowych i detalicznych.
Branża:	Spożywcza, produkcja bułki tartej
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami Zapewnienie pracownikom doraźnej i specjalistycznej opieki medycznej, poradnictwa i usług rehabilitacyjnych
Rok założenia:	1983

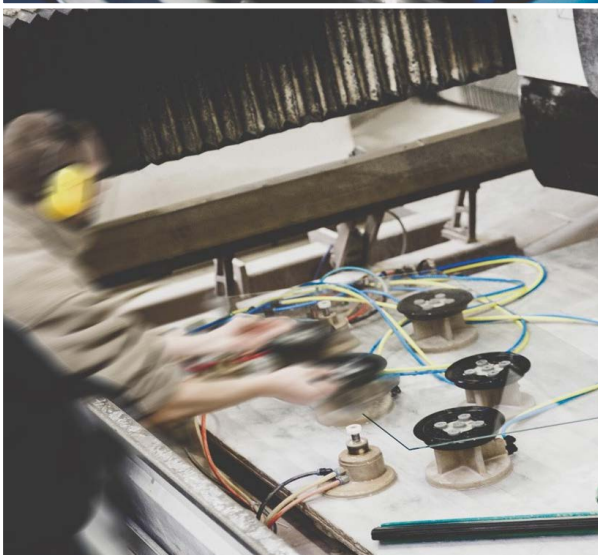
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE

## „SZKŁO” Sp. z o.o.

### Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)

Według encyklopedycznej definicji łańcuch dostaw to „zintegrowane zarządzanie sekwencjami przepływu logistycznego”. Rzeczywistość bywa jednak bardziej skomplikowana... Czym większe przedsiębiorstwo, tym większym wyzwaniem jest zrozumienie i skoordynowanie poszczególnych ogniw. Organizacja logistyki może decydować o jakości relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem biznesowym – dostawcami, klientami i lokalną społecznością.

Dla spółki Szkło z Lidzbarka Warmińskiego, jednego z czołowych krajowych producentów szkła i lustek, łańcuch dostaw wydłużał się i komplikował wraz z rozwojem firmy.

**„Z naszego punktu widzenia zarządzanie łańcuchem dostaw polega na zarządzaniu siecią podmiotów w zakresie zaopatrzenia produkcji i dystrybucji. Związane jest ze współpracą wewnętrzną pomiędzy pracownikami firmy, jak również współpracą zewnętrzną z dostawcami i klientami. Od jakości tego zarządzania zależy osiągnięcie sukcesu ekonomicznego firmy”** – podkreśla Monika Leonowicz, Członek Zarządu.

W ostatnich latach zwiększyła się i zdywersyfikowała geograficznie liczba klientów firmy, ale jednocześnie wzrosły ich wymagania dotyczące terminu dostaw towarów. Równocześnie podnosiły

się standardy bezpiecznego transportu szkła. Koszty logistyki rosły, coraz trudniej było też o skuteczne zarządzanie procesem. Finansowo, środowiskowo i społecznie kwestia łańcucha dostaw zaczęła coraz bardziej ciążyć przedsiębiorstwu.

Spółka zdecydowała się sięgnąć po pomoc specjalistów. Audytorzy z zewnętrznej firmy przez wiele dni analizowali sześć kluczowych procesów wewnętrznych przedsiębiorstwa – przebadano cały cykl życia produktu w spółce, od momentu przyjęcia zlecenia, aż do dostarczenia towaru.

Wypracowane rozwiązania, po ich stopniowym wdrożeniu, pozwoliły spółce na:

- ograniczenie kosztów stałych funkcjonowania przedsiębiorstwa,
- zmapowanie działań na poszczególnych stanowiskach pracy i zwiększenie biznesowej odporności spółki na fluktuację pracowników,
- ograniczenie wpływu na środowisko naturalne,
- poprawę standardu obsługi klientów,
- polepszenie przepływu informacji pomiędzy dostawcami, a spółką.

Wykres. Obszary analizowane w ramach racjonalizacji łańcucha dostaw w spółce Szkło



„Zbadaliśmy cały łańcuch dostaw pod kątem ergonomii i ekonomii. Zobaczyliśmy gdzie popełniamy błędy – okazało się na przykład, że obecnie personel firmy pracuje pod presją czasu, która jest związana z krótkimi terminami dostaw. W związku z tym, niezbędnym stało się doskonalenie i optymalizowanie wydajności organizacji pracy i procesu obsługi klienta. Udało się też skrócić czas magazynowania. Płynne połączenie wszystkich aspektów w zarządzaniu łańcuchem dostaw umożliwiło firmie minimalizację wpływu na otoczenie i maksymalizację zysku” – mówi Monika Leonowicz.

Wdrożenie idei CSR w firmie Szkło przyniosło również bardziej prozaiczne, choć niezwykle potrzebne zmiany. Produkcja w zakładzie odbywa się w dwóch halach produkcyjnych, w systemie trzymianowym. Jedna z hal to nowoczesny budynek, wyposażony w pomieszczenia socjalne urządzone oddzielnie dla kobiet i mężczyzn. Druga – starsza – oferowała zaplecze socjalne i sanitarne jedynie dla mężczyzn. Kobiety wykonujące tam pracę zmuszone były – np. w celu skorzystania z szatni lub łazienki – udawać się do nowszej hali. Zobowiązanie do równego traktowania pracowników produkcji bez względu na płeć oznaczało konieczność przeprowadzenia remontów i wyrównania sytuacji kobiet i mężczyzn. Przeprowadzono stosowne prace i – w opinii zarządu – wpłynęło to pozytywnie na relacje pomiędzy pracownikami oraz opinię załogi o spółce.

Dzięki odpowiedzialnemu zarządzaniu firma Szkło dostarcza swoje wyroby taniej i szybciej. Mniejszy jest jej negatywny wpływ na środowisko, lepsze relacje wśród personelu, a przedsiębiorstwo jest bardziej konkurencyjne na rynku.



Nazwa:	Szkło Sp. z o.o.
www:	szklohartowane.pl
Siedziba:	Lidzbark Warmiński
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Przedsiębiorstwo specjalizuje się w przetwórstwie szkła i luster. Świadczy szeroki zakres usług, m.in. cięcie, szlifowanie i polerowanie szkła, fazowanie szkła i luster, grawerowanie, laminowanie, lakierowanie i hartownie szkła.
Branża:	Produkcja i dystrybucja szkła
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Wsparcie organizacji wydarzeń kulturalnych – m.in. Lidzbarskie Wieczory Humoru i Satyry Dofinansowanie wyjazdów kolonijnych dla dzieci z rodzin ubogich Dofinansowanie lokalnych klubów sportowych piłki nożnej, siatkówki, lekkiej atletyki Zorganizowanie i skoordynowanie wydarzenia „Zakręcona akcja” (zostało zebrane 10 ton nakrętek, z których sfinansowano zakup sprzętu dla chorego dziecka)
Rok założenia:	1991

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## CONTRAIN POLAND Sp. z o.o.

Podniesienie konkurencyjności firmy Contrain Poland poprzez opracowanie i wdrożenie kompleksowej strategii CSR

Agencje zatrudnienia wysyłające do pracy za granicą nie kojarzą się niestety najlepiej. W ostatnich latach media nagłośniły wiele przypadków oszustw wobec pracowników tymczasowych. Mówiono o braku zapłaty, urągających warunkach zakwaterowania, a nawet sytuacjach ocierających się o niewolnictwo. Nie dziwi więc społeczna nieufność wobec takich firm.

Tym trudniej na rynku działać firmom uczciwym i odpowiedzialnym, dotrzymującym umów i działającym zgodnie z prawem. Taką agencją jest Contrain Poland, poznańska spółka od lat wysyłająca do Holandii tysiące pracowników tymczasowych.

**„Na co dzień borykamy się z problemami przy rekrutacji pracowników – nawet w regionach, w których odnotowuje się wysoką stopę bezrobocia. Ze względu na złą sławę agencji zatrudniania, potencjalni pracownicy wykazują spore obawy, czy mogą nam zaufać. Bez odpowiednich narzędzi pokazujących, że współpraca z nami może być szansą na wyjście z bezrobocia trudno nam było te obawy zminimalizować, przez**

**co wiele osób nie zdecydowało się ostatecznie na podpisanie umowy”** – opowiada Anna Łompiś, Kierownik Administracji.

Opinia przedsiębiorstwa w tej branży liczy się wyjątkowo mocno, a jeden – choćby niesprawiedliwy – krytyczny wpis o firmie na popularnym forum internetowym może storpedować wiele działań rekrutacyjnych. Dlatego w Contrain postanowiono w pierwszej kolejności mocniej zadbać o dialog z osobami już zatrudnionymi. A jest ich niemało, bo z formalnego punktu widzenia wszystkie osoby wysyłane do pracy przez Contrain – średnio tysiąc osób w jednym momencie – są jej pracownikami, którzy świadczą pracę na rzecz wielu podmiotów-klientów firmy.

Komunikacja z personelem ograniczała się wcześniej w firmie do wręczenia dokładnych informacji o warunkach umowy, zakwaterowania i pracy, udostępnienia kontaktu do dedykowanych rezydentów w Holandii oraz ankiety podsumowującej na koniec okresu zatrudnienia.

„Często otrzymywaliśmy negatywne opinie nt. komunikacji wewnętrznej w firmie. Pracownicy skarżyli się, że przekazywane w formie papierowej dokumenty i instrukcje są kłopotliwe do przewożenia i przechowywania. Sygnalizowano też brak możliwości zgłaszania własnych pomysłów i opinii, brak informowania o strategii firmy. Trzeba pamiętać, że pracownicy tymczasowi często czują się zagubieni w nowej sytuacji – pracy za granicą, co niestety często skutkuje brakiem chęci przedłużenia umowy” – podkreśla Anna Łompięś.

Rozwiązaniem sytuacji stał się zaawansowany, interaktywny firmowy system internetowy. Własny, kodowany dostęp otrzymał do niego każdy pracownik Contrain Poland. Po zalogowaniu portal umożliwia dostęp do indywidualnych dokumentów związanych z zatrudnieniem (umowa, paski płac) i informacji o warunkach wykonywania umowy (dojazd do pracy, informacje o zakwaterowaniu, informacje o możliwości dojazdu z Polski do Holandii, itp). System umożliwia też pracownikom komunikację z firmą, pozwala wyrazić opinię o wprowadzanych zmianach i zgłosić pomysł na usprawnienia. Widoczne są też nowe propozycje pracy dostępne dla danej osoby po zakończeniu obecnego kontraktu. Regularnie badana jest również satysfakcja pracowników ze współpracy z Contrain.

„Portal umożliwia również składanie skarg. Aby to zrobić, wcale nie trzeba się logować do systemu – jest to możliwe w trybie całkowicie anonimowym” – mówi Anna Łompięś.

Contrain szacuje, że korzysta z niego około 70 proc. pracowników spółki. Implementacja pozwoliła na wzrost satysfakcji załogi, co w efekcie oznacza większy odsetek pracowników, którzy po powrocie do Polski chcą kontynuować współpracę. To z kolei przekłada się na spadek kosztów spółki związanych z rekrutacją.

Firma liczy, że w dłuższym terminie odpowiedzialne i uczciwe prowadzenie biznesu ułatwi pozyskiwanie pracowników i lepszy wizerunek całej branży. Tym bardziej, że rozwiązania propracownicze splotły się z innymi działaniami CSR przedsiębiorstwa. Contrain uruchomiło projekt „I Ty możesz mieć pracę”, którego celem jest aktywizacja zawodowa 50 osób długotrwale bezrobotnych. Spółka podjęła decyzję o opracowaniu m.in. podręcznika aktywizacji zawodowej, w jasny sposób prezentującego praktyczne kroki pomagające wyjść z bezrobocia. Podczas specjalnych dyżurów informacyjno-promocyjnych prezentowano również narzędzia wsparcia bezrobotnych oraz możliwości rozwoju we współpracy z firmą. Każdy odwiedzający mógł również liczyć na indywidualne konsultacje ze specjalistą Contrain.



Nazwa:	Contrain Poland Sp. z o.o.
www:	contrain.pl
Siedziba:	Poznań
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	Przedsiębiorstwo jest firmą usługową specjalizującą się w zarządzaniu wykwalifikowaną kadrą różnego szczebla i jej zatrudnianiem. W 2009 roku Contrain uzyskało status Agencji Zatrudnienia. Usługi oferowane przez przedsiębiorstwo polegają na dostarczaniu pracowników, którzy wykonują pracę na rzecz klienta.
Branża:	Pośrednictwo pracy
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Wspieranie programu Wehikuł Usamodzielnienia realizowanego przez Fundację Robinsona Crusoe
Rok założenia:	2008

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## HORTIMEX PLUS Sp. z o.o. S.K.

Hortimex - odpowiedzialny partner biznesowy

Temat dodatków do żywności wydaje się nieraz ulubionym tematem zwolenników spiskowej teorii dziejów. W sieci często pojawiają się mniej lub bardziej poważnie brzmiące informacje o szkodliwym wpływie kolejnych obecnych w sklepowym jedzeniu związków zaczynających się od złowrogo brzmiącej litery „E”. Z pewnością nie wszystkie dodatki są zdrowe, lecz nie znaczy to automatycznie, że wszystkie są niezdrowe - w debacie publicznej brakuje wyważonych głosów specjalistów opierających się na wynikach badań, a nie przecuciu lub intuicji. Ekspert wskazuje, że „wystraszeni” konsumenci mogą podejmować nieracjonalne wybory zakupowe, kierując się zasłyszaną opinią lub stereotypem, a nie twardymi faktami. Sytuacja ta może negatywnie odbić się na całej branży spożywczej.

Na chaos informacyjny szczególnie narażone są osoby starsze – z danych GUS wynika, że na przestrzeni najbliższych lat liczba osób w wieku poprodukcyjnym w Polsce będzie sukcesywnie rosła, a do 2035 r. może stanowić 25 proc. społeczeństwa. Zmianom demograficznym, takim jak starzenie się społeczeństwa, towarzyszą specyficzne zmiany w zakresie potrzeb żywieniowych. Tymczasem dyskusja o „zdrowym starzeniu się”, w kontekście odżywiania, rzadko wychodzi poza kręgi naukowe.

Próbę zmiany tej sytuacji podjęła konińska spółka Hortimex. Firma od wielu lat działa na rynku spożywczym – zajmuje się m.in. pośrednictwem w handlu pomiędzy dużymi międzynarodowymi dostawcami składników, a producentami żywności w Polsce.



Model łańcucha dostaw Hortimex



„Wartość naszej firmy w długim terminie musi być oparta na otwartych relacjach z otoczeniem. Zdecydowaliśmy się zorganizować cały proces dialogu z interesariuszami spółki, aby poznać różnorodne perspektywy i oczekiwania. Głównym celem sesji dialogowych było zapoczątkowanie dyskusji o wyzwaniach związanych z żywieniem osób w starszym wieku w Polsce w gronie przedstawicieli branży spożywczej, a także przedstawicieli środowisk naukowych” – mówi Mateusz Kowalewski, prezes Hortimexu.

Spółka zorganizowała dwa spotkania dyskusyjne. Pierwsze – w marcu 2014 roku – w ramach Grupy Roboczej ds. Innowacji Społecznych, będącej częścią inicjatywy Wizja Zrównoważonego Rozwoju dla Polskiego Biznesu 2050. Na spotkanie zaproszono przedstawicieli ośrodków naukowo-badawczych i wybranych przedstawicieli biznesu sektora producentów żywności.

W drugiej sesji dialogowej, zorganizowanej w Koninie, wzięło udział 50 osób. Ze względu na edukacyjny charakter wydarzenia, towarzyszyły jej prezentacje ekspertów Hortimex, poświęcone dodatkom i składnikom żywności („Nie bójmy się E”) oraz umiejętnemu czytaniu oznaczeń na etykietach produktów spożywczych. Efekty spotkań mają przyczynić się do wzrostu konkurencyjności Hortimexu.

„Spostrzeżenia wyniesione z sesji dialogowych stanowiąc będą cenny wkład w proces opracowania strategii rozwoju portfela produktów firmy oraz inspirację przy projektowaniu nowych konceptów produktowych i tworzeniu innowacji. Z pewnością wykorzystamy je podczas spotkań o charakterze doradczym z naszymi odbiorcami, czyli producentami żywności, a także przy poszukiwaniu nowych partnerów do współpracy” – podkreśla Mateusz Kowalewski.



Nazwa:	Hortimex Plus Sp. z o.o. S.K.
www:	hortimex.pl
Siedziba:	Konin
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Hortimex jest przedstawicielem światowych producentów dodatków i składników żywności. Misją spółki jest rozwijanie w Polsce rynku dla produktów i rozwiązań Partnerów oraz dzielenie się wiedzą o dodatkach w produkcji i konsumpcji żywności. Bazując na wiedzy i doświadczeniu, odbiorcom – producentom żywności w Polsce – firma oferuje doradztwo technologiczne oraz pomoc w wyborze najefektywniejszych rozwiązań.
Branża:	Handel spożywczy, pośrednictwo w sprzedaży dodatków do żywności
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Współpraca z uczelniami w całym kraju oraz środowiskami naukowymi – przekazywanie próbek produktów potrzebnych na zajęcia lub do przeprowadzania badań naukowych Współpraca z Katedrą Towaroznawstwa Żywności Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu – przeprowadzanie prezentacji dla studentów o światowych trendach żywienia Wprowadzenie elastycznych form zatrudnienia
Rok założenia:	2008

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE  
SPOŁECZNE



## Kingdom Solutions Wojciech Jaskuła

Wdrożenie rozwiązań CSR z obszaru środowisko naturalne, relacje z personelem oraz zaangażowanie społeczne w przedsiębiorstwie Kingdom Solutions Wojciech Jaskuła

Taniej, szybciej, nowocześniej – z korzyścią dla pracowników i środowiska. Tak właśnie wyobrażał sobie swój biznes szkoleniowy przedsiębiorca z Wielkopolski prowadzący niewielką firmę Kingdom Solutions. Prowadzone przez ekspertów firmy szkolenia z zagadnień podatkowych cieszyły się coraz większym powodzeniem, a zamówienia nadchodziły z całej Polski. Sukces oferty stawał się jednak coraz większym wyzwaniem dla firmy i jej pracowników – realizacja jednodniowego szkolenia u klienta w miejscu oddalonym o kilkaset kilometrów od siedziby firmy powodowała blisko trzydniową nieobecność trenera (dzień na dojazd, dzień na szkolenie, dzień na powrót). Wzrastały koszty finansowe, traciło środowisko naturalne. Z kolei rezygnacja ze szkoleń poza Wielkopolską oznaczałaby dla firmy spadek obrotów i oddanie rynku konkurencji.

Wojciech Jaskuła, właściciel Kingdom Solutions, znalazł jednak rozwiązanie – przełomem okazała się zamiana tradycyjnych szkoleń na ekologiczne i nowoczesne konferencje wideo. Przedsiębiorstwo zakupiło wysokiej klasy sprzęt wideo oraz cały system informatyczny pozwalający na organizowanie szkoleń przez internet.

**„Nasz system zachowuje wszystkie pozytywne cechy szkoleń stacjonarnych – możliwe są zarówno kontakt wzrokowy z prowadzącym jak i zadawanie pytań”** – podkreśla Anna Libner, Pełnomocnik w Kingdom Solutions.

Rozwiązanie generuje nie tylko finansowe zyski, ale jest również korzystne w każdym obszarze wpływu firmy – dla klientów, pracowników oraz środowiska.

Klienci otrzymali „to samo za mniej”, czyli możliwość uczestnictwa w szkoleniu, którego cena nie musi już kompensować kosztów podróży i zakwaterowania trenera. Obniżenie ceny naturalnie zwiększyło popyt na szkolenia.

Pracownicy nie spędzają w podróży większości dni w tygodniu, są w stanie obsłużyć zwiększone zapotrzebowanie na usługi firmy. Więcej też czasu spędzają z rodzinami, co korzystanie wpływa na ocenę pracodawcy i przywiązanie do firmy.

Rzadsze podróże to także niewątpliwa redukcja negatywnego wpływu na środowisko naturalne.

**„Jeździmy zdecydowanie mniej, nie trujemy środowiska, nie drukujemy materiałów papierowych. Oszczędzamy czas pracowników, pieniądze i ograniczamy wpływ na przyrodę – staliśmy się firmą bardziej odpowiedzialną”** – mówi Anna Libner podkreślając, że wideokonferencje są również bardziej dostępne dla osób z niepełnosprawnościami.

Zakup nowoczesnego sprzętu stał się również dla Kingdom Solutions okazją do zbudowania relacji z lokalnymi partnerami i sąsiadami. Spółka zaproponowała okolicznym szkołom ponadgimnazjalnym udział w darmowych video szkoleniach. Sporządzono plan prelekcji, które za darmo prowadzili pracownicy przedsiębiorstwa – tematami była m.in. edukacja konsumencka i odpowiedzialne prowadzenie biznesu. Przedstawiciele spółki liczą, że wykłady – w długim terminie – przyczynią się do zwiększenia świadomości społecznej dotyczącej CSR.

Odpowiedzialność biznesowa pozwoliła przedsiębiorstwu rozwiązać też poważny problem z brakiem pracowników. Kingdom Solutions pozyskuje klientów głównie drogą telefoniczną. Niestety, zła renoma wielu firm telemarketingowych z regionu sprawiła, że potencjalni pracownicy z nieufnością podchodzili do propozycji firmy, traktując ją jako kolejną, która po kilku miesiącach zatrudnienia „zniknie z rynku nie płacąc”. Brak marketingu naturalnie wiązał się z mniejszą sprzedażą i niewykorzystywaniem potencjału szkoleniowego przedsiębiorstwa. Wyjściem z impasu stało się stworzenie kodeksu etycznego, podkreślającego uczciwe zasady zatrudniania i godnej pracy. Zaprezentowanie dokumentu osobom w czasie rekrutacji wzbudzało ich zaufanie i przekonanie o rzetelności nowego miejsca pracy. W efekcie, problem braku telefonicznej sprzedaży został rozwiązany, a firma może pochwalić się stałą i sprawdzoną obsadą w tym obszarze.



Nazwa:	Kingdom Solutions Wojciech Jaskuła
www:	szkoleniapodatki24.pl
Siedziba:	Poznań
Wielkość:	Mikro przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Firma zajmuje się przeprowadzaniem szkoleń, projektowaniem stron internetowych oraz zarządzaniem stronami internetowymi
Branża:	Szkolenia, projektowanie stron internetowych
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Wdrożenie czytelnych zasad segregacji śmieci w miejscu pracy Wprowadzenie zaleceń druku dwustronnego Badanie satysfakcji klientów
Rok założenia:	2013

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





## Meliński Minuth Sp. z o.o.

Podwyższenie świadomości CSR poprzez wdrożenie zintegrowanego systemu zarządzania jakością zgodnego z normami EN-ISO 9001:2008 i EN-ISO 20121:2010 (zrównoważone zarządzanie eventami)

Konferencje, targi i wystawy to ważny element dzisiejszego życia gospodarczego. Mało kto jednak myśli o tym, jak to się dzieje, że z dnia na dzień powstają całe miasteczka pełne stoisk, instalacji i innych konstrukcji, które znikają po krótkim czasie, aby zwolnić miejsce dla nowej ekspozycji. Obsługa i budowa stoisk to bardzo skomplikowana branża – pracuje się tu szybko, rezultat musi być imponujący, solidny i kreatywny. Niestety często ofiarą pogoni za efektownymi rozwiązaniami pada środowisko naturalne. Ta działalność generuje mnóstwo odpadów, a tnąc koszty można łatwo ulec pokusie wykorzystywania tanich, szkodliwych dla natury materiałów, które nie są poddawane recyklingowi. Nietrudno tu także o nieodpowiedzialnych dostawców, za nic mających prawa pracownicze, czy ślad węglowy.

Firma Meliński Minuth jako lider branży postanowiła zwiększyć świadomość osób i instytucji zaangażowanych w proces organizacji imprez i targów, odnośnie ochrony środowiska, poprzez racjonalny wybór dostawców, miejsca wydarzenia, a także odpowiedzialnego społecznie organizatora.

Igrzyska Olimpijskie w Londynie unaocznily międzynarodowym organizacjom potrzebę opracowania nowego standardu określającego zrównoważony system zarządzania w branży organizacji imprez. Dzięki doświadczeniu z Londynu możliwe było stworzenie normy EN-ISO 20121:2010, która w głównej mierze zwraca uwagę na zachowanie zasad zrównoważonego rozwoju przy organizacji wydarzeń. W obrębie tego standardu określono

nie tylko proekologiczne rozwiązania możliwe do zastosowania przez organizatorów imprez, ale także przez wszystkich uczestników łańcucha dostaw. Takie systemowe zmiany powinny doprowadzić do długotrwałych i wielopłaszczyznowych zmian, które w istotny sposób zminimalizują negatywny wpływ całego przemysłu organizacji imprez i wydarzeń.

**„Chcieliśmy wdrożyć ten standard w naszej firmie, aby móc przystępować do przetargów, gdzie liczy się nie tylko cena, czy jakość, ale także CSR. Już dawno zapisaliśmy to sobie w strategii społecznej odpowiedzialności przyjętej przez nasz Zarząd.”** – mówi Krystian Majer, Dyrektor Zarządzający w Meliński-Minuth.

Dzięki dofinansowaniu na działania CSR firma Meliński Minuth mogła nie tylko przeprowadzić odpowiednie audyty, dostosować dokumentację, czy uaktualnić strategię społecznej odpowiedzialności stworzoną już wcześniej. Przede wszystkim udało się wprowadzić szereg realnych usprawnień zmniejszających negatywny wpływ na środowisko naturalne np. poprzez ograniczenie hałasu, zużycia energii cieplnej i świetlnej, czy poprzez zabezpieczenie hal magazynowych przed przenikaniem kurzu, dymu i oparów.

Kolejnym celem projektu była oszczędność energii oraz redukcja odpadów niebezpiecznych. Sprzyjają temu obwody drukowane 64-LED, które używane są przy konstrukcji stoisk, a także zasilacze impulsowe ZI-SP-320/12. Nowe rozwiązania zużywają mniej niż 50 Watów do podświetlenia powierzchni 1m2, podczas gdy technologie stosowane wcześniej (świetlówki) to 200 Watów. Trwałość zastosowanej innowacji także jest imponująca – firma Meliński Minuth Sp. z o.o. zyskuje dzięki niej 55 000 godzin więcej światła przy wskazanym powyżej czterokrotnie mniejszym zużyciu energii. Co więcej utylizacja kryształów kwarcu stosowanych w diodach LED nie wytwarza takich ilości par rtęci i innych szkodliwych gazów, co proces utylizacji świetlówek. To prawdziwe środowiskowo-biznesowe win-win.

Wdrożenie standardu EN-ISO 20121:2010, razem z Systemem Zarządzania Jakością EN-ISO 9001:2008 pozwoliło firmie na stworzenie podstaw do organizacji zrównoważonych wydarzeń. Dzięki pracy wykonanej przez firmę, może ona obecnie organizować wydarzenia, wystawy i imprezy, których każdy etap jest realizowany z szacunkiem dla środowiska naturalnego.

**„Jesteśmy przekonani, że realizacja projektu według normy, będzie przynosić nie tylko oszczędności finansowe, ale przede wszystkim będzie miała pozytywny wpływ na środowisko naturalne i lokalne społeczności”** – podkreśla Krystian Majer.

Nawet stumilowa podróż zaczyna się od pierwszego kroku. W firmie Meliński Minuth zarząd i kierownictwo uważają, że właśnie ten krok został postawiony. W ambitnych planach przedsiębiorców z Poznania jest konsekwentna praca nad zmianą postępowania i wizerunku całej branży, stworzenie jasnych i przejrzystych kryteriów współpracy z dostawcami, a w rezultacie obopólny rozwój firm, choćby poprzez wypracowanie oszczędnych rozwiązań np. magazynowo-transportowych.



Nazwa:	Meliński Minuth Sp. z o.o.
www:	melinski-minuth.com.pl
Siedziba:	Poznań
Wielkość:	Małe przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Firma świadczy usługi w zakresie kompleksowej aranżacji przestrzeni przemysłowych – projektuje i buduje stoiska targowe, showroomy, aranżuje przestrzenie biurowe i wystawowe. Ofertę uzupełniają działania w zakresie grafiki komputerowej, reklamowej i liternictwa. Spółka obsługuje imprezy masowe od strony technicznej i graficznej, dostarcza też profesjonalne oświetlenie i sprzęt audio-video.
Branża:	Budownictwo, organizacja imprez masowych
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Opracowanie strategii CSR Wdrożenie certyfikowanego systemu zarządzania jakością zgodnego z normą ISO 9001 Wdrożenie programu gospodarowania odpadami
Rok założenia:	1993

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE





# Polska Dystrybucja Budowlana Sp. z o.o.

Ekologiczne rozwiązania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu w firmie PDB Sp. z o.o.

W budownictwie mówi się, że po zachodzie słońca w magazynach i na placach z materiałami budowlanymi może być albo oszczędnie, albo jasno. W pierwszym wypadku zadowolony jest dyrektor finansowy, w drugim – klient. Koszty oświetlenia dużych składowisk budowlanych stanowią – szczególnie jesienią i zimą – poważny wydatek w budżecie każdego przedsiębiorstwa w sektorze. Niebanalny jest też wpływ na środowisko naturalne związany z wykorzystywaną energią i emisją gazów cieplarnianych w trakcie jej produkcji. Wydaje się, że łatwo o oszczędności w tym zakresie – wystarczy wyłączyć część lamp. To jednak pozory

– niedoświetlone miejsca to spadek bezpieczeństwa pracowników oraz mniej klientów, bo ci ostatni po prostu nie lubią wyęźać wzroku oglądając swój przyszły zakup.

Wyjątkiem na rynku nie była Polska Dystrybucja Budowlana, średniej wielkości firma z Wielkopolski, która zajmuje się pośrednictwem pomiędzy hurtowniami, a producentami materiałów budowlanych. Plac, gdzie trzymane były materiały, oświetlano jeszcze niedawno stosunkowo mało efektywnymi lampami rtęciowymi, które na dodatek zużywały dużo energii.



Choć firma od lat działała w sposób odpowiedzialny społecznie silnie wspierając lokalną społeczność i budując modelowe relacje z pracownikami, to do pełnego CSR-owego sukcesu brakowało jej uregulowania kwestii ekologicznych. Oświetlenie i koszty energii były główną przeszkodą.

**„Nasze zapotrzebowanie na energię elektryczną było duże – mieliśmy określony specjalny, wysoki poziom mocy w umowie z dostawcą energii. Oczekiwaniem zarządu było obniżenie opłat za prąd”** – mówi Jarosław Sobkowiak, Wiceprezes Zarządu.

Rozwiązanie problemu Polskiej Dystrybucji Budowlanej było oczywiste i wszystkim znane – kupno nowych, lepszych żarówek i oprav oświetleniowych. Audyt oświetleniowy przeprowadzony przez dwie niezależne firmy wskazał jednak na koszty takiego przedsięwzięcia – w skali całej firmy wynoszące ponad 70 tysięcy złotych. Budżet przedsiębiorstwa uniemożliwiał przeprowadzenie takiej inwestycji w krótkim czasie. Projekt potrzebował wsparcia, a jego proekologiczny charakter pozwolił na skorzystanie z dotacji PARP.

Stare oświetlenie wymieniono na nowoczesne i energooszczędne oprawy sodowe. Zamontowano elektroniczne, automatyczne sterowanie, które dostosowuje czas oświetlenia do warunków naturalnych panujących na zewnątrz.

**„Wprowadziliśmy rozwiązania korzystne pod kątem ekologicznym, ekonomicznym, funkcjonalnym i estetycznym”** – podkreśla Jarosław Sobkowiak.

Po wymianie żarówek i dzięki wprowadzeniu nowych punktów oświetlenia na placu Polskiej Dystrybucji Budowlanej oraz w magazynach i pod wiatami jest – co przyznają pracownicy – znacznie jaśniej. Mimo to miesięczne zużycie energii i związane z tym opłaty spadły o ponad jedną czwartą!

**„Poprawie uległ komfort dokonywanych przez klientów zakupów – dobre oświetlenie gwarantuje wybór przez klienta odpowiedniego towaru”** – mówi Jarosław Sobkowiak.

Prosta, choć relatywnie kosztowna inwestycja w Polskiej Dystrybucji Budowlanej okazała się możliwa do szybkiej realizacji. Firma zredukowało koszty i negatywny wpływ na środowisko, zyskując zadowolonych klientów i bezpieczniejsze środowisko pracy.

Równolegle z kwestiami technicznymi Polska Dystrybucja Budowlana w ramach polityki CSR zdecydowała się również na zmianę w kluczowym obszarze obsługi klientów. Część kontrahentów skarżyła się na jakość współpracy w tym zakresie, a spółce brakowało kompleksowych i wiarygodnych badań dotyczących oczekiwań klientów i satysfakcji ze współpracy z firmą.

Wraz z niezależną firmą badawczą przeprowadzono całociowy audyt, stosując m.in. metodę tzw. tajemniczego klienta. To pozwoliło na zdiagnozowanie mocnych i słabych stron zatrudnionej kadry. Firma zdecydowała się na stworzenie tzw. Księgi Standardów, która umożliwia wszystkim pracownikom zapoznanie się z wartościami i systemem zarządzania w firmie.



Nazwa:	Polska Dystrybucja Budowlana Sp. z o.o.
www:	polskadystrybucjabudowlana.pl
Siedziba:	Poznań
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Polska
Opis prowadzonej działalności:	Spółka zajmuje się dystrybucją materiałów budowlanych. Towar zakupuje bezpośrednio u producentów w ładunkach pełnopojazdowych, odsprzedaży natomiast klientom, dzięki rozbudowanej sieci sprzedaży i sprawnej organizacji logistyki.
Branża:	Dystrybucja materiałów budowlanych
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	wsparcie dla I Leszczyńskiego Dnia Przedszkolaka i organizacja konkursu plastycznego dla Małych Artystów Odnowienie dwóch sal Wojewódzkiego Szpitala Zespołowego w Lesznie Uiszczenie wpisowego za udział pracowniczej drużyny piłkarskiej w Rydzynskiej Amatorskiej Lidze Piłki Halowej Zakup strojów sportowych dla Polonii Leszno, Korony Wilkowice oraz GKS Krzemionkovo Organizacja płatnych staży dla studentów
Rok założenia:	2010

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE



## Cukiernicza Spółdzielnia Inwalidów „Słowianka”

Wdrożenie rozwiązań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w CUKIERNICZA SPÓŁDZIELNIA INWALIDÓW „SŁOWIANKA”

„Znacząco ulepszony proces produkcji i dystrybucji” – to z pewnością marzenie wielu przedsiębiorstw i managerów. Dzięki wdrożeniu idei społecznej odpowiedzialności biznesu udało się to Cukierniczej Spółdzielni Inwalidów Słowianka ze Szczecinka. Jak mówi Stanisław Kozak, Główny Księgowy i Pełnomocnik Zarządu, CSR należy w spółce do podstawowych sposobów budowania przewagi konkurencyjnej na rynku.

Słowianka produkuje słodczyce – m.in. landryny, karmelki, lizaki, herbatniki oraz „pomadki mleczne” czyli popularne „krówki”. Jest średniej wielkości zakładem pracy chronionej, który zapewnia

zatrudnienie i podstawową opiekę medyczną osobom z różnymi stopniami niepełnosprawności.

Będąc spółdzielnią inwalidów ideę odpowiedzialności biznesowej firma ma wpisaną niejako w swoją naturę. Przedsiębiorstwa tego typu kładą duży nacisk na rehabilitację zawodową i cechują się wysokim poziomem zabezpieczeń socjalnych oraz bogatym wachlarzem form pomocy z zakładowego funduszu rehabilitacji.

Do kompleksowego wdrożenia CSR w życiu przedsiębiorstwa firmie brakowało działań związanych z obszarami relacji z otoczeniem biznesowym oraz ochroną środowiska. Dlatego też, podjęto szereg działań, które pozwoliły m.in. na ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko poprzez zmniejszenie zużycia energii i materiałów. Spółka wymieniła oświetlenie w rozległych halach produkcyjnych na energooszczędne żarówki LED, a sprzęt komputerowy został zastąpiony przez nowoczesny, spełniający normy Energy Star. Wprowadzono także elektroniczny system obiegu dokumentów. Wdrożenie technologii umożliwiło zasadniczą redukcję zużywanego papieru w procesach komunikacji wewnętrznej.

**„To zminimalizowało koszty, a system stał się również wirtualnym miejscem wymiany poglądów i komunikacji z pracownikami”** – podkreśla Stanisław Kozak.

Wszystkie opakowania i produkowane odpady, zużyty sprzęt biurowy, elektroniczny, baterie i świetlówki podlegają w firmie skrupulatnej segregacji. Są one zagospodarowywane lub odbierane przez wyspecjalizowane podmioty do dalszego recyklingu. W ten sposób firma minimalizuje swoje typowe odpady komunalne wpływając na środowisko naturalne w znikomy sposób.

Firma zoptymalizowała również proces dystrybucji, a pomógł w tym zakup specjalistycznego oprogramowania Flota Com-mandor. **„To pozwala na lepsze planowanie zaopatrzenia, efektywniejsze wykorzystanie transportu, a co za tym idzie zmniejszenie emisji spalin”** – mówi Stanisław Kozak.

Dzięki wdrożeniu elektronicznego systemu ankiet badających poziom satysfakcji klientów, firma może lepiej rozpoznawać ich potrzeby. Stanisław Kozak zaznacza, że **„badanie pozytywnie zmienia relację z otoczeniem przedsiębiorstwa oraz przekłada się na lepsze dopracowanie oferty”**. Zaufanie do marki wzmocniono również dzięki utrzymaniu normy bezpieczeństwa żywności IFS (International Food Standard). Standard ten akceptowany jest na całym świecie i cieszy się coraz większą popularnością.

Wzrost zadowolenia wśród klientów osiągnięto też poprzez ulepszenie składu produktów. Było to możliwe dzięki zleceniu badania produktów przez profesjonalne laboratoria.

Idee społecznej odpowiedzialności w prowadzeniu biznesu pozwoliły Słowiance stać się lepiej zarządzaną firmą – skorzystali na tym wszyscy interesariusze przedsiębiorstwa, a sama firma odnotowała znaczący spadek kosztów.



Nazwa:	Cukiernicza Spółdzielnia Inwalidów Słowianka
www:	słowianka.com.pl
Siedziba:	Szczecinek
Wielkość:	Średnie przedsiębiorstwo
Zasięg działalności:	Świat
Opis prowadzonej działalności:	Firma produkuje szeroką gamę produktów cukierniczych – na bazie karmelu produkowany jest podstawowy asortyment jak landryny, karmelki nadziewane, lizaki oraz dropsy. Na terenie piekarni zaś wytwarzane są wszystkie wypieki w postaci herbatników oraz ciastek przekładanych masą, tzw. markiz. Dodatkowo firma od wielu już lat specjalizuje się w produkcji pomadki mlecznej zwanej potocznie „krówką”. Wszystkie produkty firmy są dostępne na terenie całego kraju zarówno przez sieć hurtowni patronackich, jak i w placówkach sieciowych. Ponad 15 proc. produkcji firmy sprzedawana jest na rynki zagraniczne w krajach Europy, Bliskiego Wschodu, Afryki i Azji.
Branża:	Spżywcz
Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:	Finansowanie konsultacji medycznych dla pracowników, wprowadzenie programu indywidualnej rehabilitacji dla personelu  Udział w akcjach charytatywnych, m.in. paczki dla dzieci z domu dziecka, uczestnictwo w sesjach dialogu społecznego
Rok założenia:	1954

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE





## Meridian 15 S.C. Andrzej Bloch, Tomasz Bloch

Wdrożenie strategii społecznej odpowiedzialności biznesu w Meridian 15 spółka cywilna Andrzej Bloch, Tomasz Bloch

Szkolna lub rodzinna wycieczka do muzeum przez lata wielu dzieciom kojarzyła się z okrutną karą lub wręcz torturą. Nudne wystawy, filcowe kapcie na buty, skomplikowane wyjaśnienia, konieczność zachowania ciszy i oczywiście surowy zakaz dotykania czegokolwiek. Na szczęście w ostatnich latach coraz częściej pojawiają się miejsca, w których rozumiano, że dzieci nie muszą się w muzeach nudzić, a wiedzę można pokazywać i przekazywać w interesujący sposób. Odpowiedzialność wobec małego i dużego odbiorcy jest niestety kosztowna – uatrakcyjnienie ekspozycji często wiąże się z inwestycjami w sprzęt i koniecznością dodatkowego przeszkolenia personelu. Wydatek ten może się jednak szybko zwrócić, bo ciekawsze muzeum to po prostu więcej klientów i sprzedanych biletów. Duże placówki w głównych miastach mogą liczyć na dotacje i bogatych sponsorów; gorzej jest w małych miejscowościach, gdzie zwykle takie wsparcie jest niemożliwe.

Trzęsacz to mała miejscowość położona tuż nad samym morzem w województwie zachodniopomorskim. Według statystyk, mieszka tam niewiele ponad sto osób. Sytuacja zmienia się jednak w sezonie letnim – wtedy Trzęsacz staje się chętnie odwiedzaną miejscowością turystyczną. Trudno się dziwić, bo na małym terenie skupiło się mnóstwo niezwykłych atrakcji – jest wspaniała nadmorska platforma widokowa, przystanek kolejki wąskotorowej, stanowisko paralotniowe oraz wygodne dojście do plaży.

Przede wszystkim jednak są ruiny gotyckiego kościoła zbudowanego na przełomie XIV i XV wieku na nadmorskiej skarpie. Abrazja wybrzeża spowodowała, że część budowy uległa zawaleniu – pozostałości przed zniszczeniem chronią zabezpieczenia na klifie i zbrozu.

Historia kościoła jest na tyle niezwykła, że grupa pobliskich mieszkańców założyła firmę - muzeum, którego główną atrakcją jest wystawa na temat dziejów tej budowli sakralnej.

**„Prowadzone przez nas muzeum jest projektem komercyjnym. Ofertę kierujemy przede wszystkim do klientów biur turystycznych z Polski i zagranicy, a także do klientów indywidualnych”** – mówi Katarzyna Jagiełło-Bloch, Dyrektor w spółce Meridian 15.

Podstawą funkcjonowania spółki Meridian 15, która prowadzi muzeum są klienci, czyli w tym przypadku zwiedzający. O ile latem – ze względu na liczbę turystów – o gości nietrudno, to sytuacja diametralnie zmienia się jesienią i zimą. Gwarne latem ulice wyludniają się, a wiele małych przedsiębiorstw w Trzęsaczu zawiesza swoją działalność.

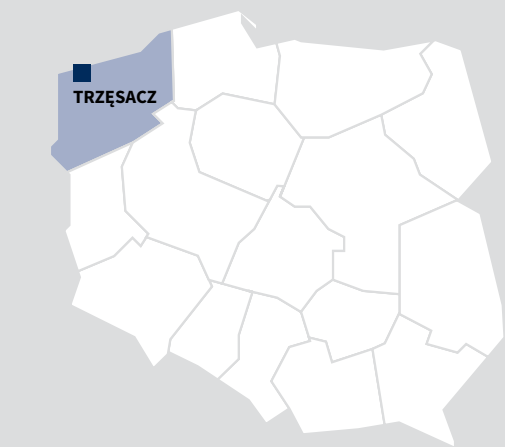
Inny pomysł na biznes mieli właściciele muzeum. Nie chcieli zamykać placówki na wiele miesięcy, poszukali więc – i znaleźli – innowacyjny pomysł na przyciągnięcie turystów przez cały rok. Postawiono na wycieczki szkolne, a sposobem okazał się zakup nowoczesnej, multimedialnej wystawy, która byłaby atrakcją również dla dzieci i młodzieży.

**„Zakup multimedialnej wystawy i opracowanie lekcji muzealnych pozwolił na poszerzenie oferty muzeum i skierowanie jej do grup szkolnych, które zapewnią nam całoroczne obłożenie. W nowoczesnej formie jesteśmy w stanie przybliżyć historię lokalnego dziedzictwa kulturowego przyjeżdżającym do nas gościom. Mamy nadzieję, że większy ruch poza sezonem turystycznym pozwoli na bardziej dynamiczny rozwój regionu”** – podkreśla Katarzyna Jagiełło-Bloch.

W niewielkim Trzęsaczu powstała jedna z najciekawszych w regionie wystaw muzealnych, w opinii ekspertów znacznie bardziej innowacyjna i konkurencyjna niż większość nawet znacznie bogatszych ośrodków wielkomiejskich. Interaktywna zabawa oraz przygotowane atrakcje pozwalają dzieciom i dorosłym ciekawie spędzić czas i zdobyć przy okazji mnóstwo wiedzy o Trzęsaczu, jego historii oraz zabytkach regionu.

**„Chcielibyśmy, aby nasza działalność stała się atrakcją turystyczną oraz żeby wpłynęła pozytywnie na integrację i aktywizację mieszkańców. Chcemy też, aby młodzi ludzie wyjeżdżając do szkół i uczelni do większych ośrodków miejskich mieli alternatywę powrotu i życia w Trzęsaczu dzięki rozwojowi przedsiębiorczości w naszym regionie”** – stwierdza Katarzyna Jagiełło-Bloch.

Muzeum w Trzęsaczu to przykład firmy, która – mimo, że jest stosunkowo mała – jest świadoma swojego wpływu na okolicznych mieszkańców i otoczenie oraz odpowiedzialności za „produkt” dostarczany klientom. Pozytywne zmiany w muzeum oznaczają również pozytywne zmiany dla całej lokalnej społeczności stając się szansą dla miejscowych przedsiębiorców. Mimo, że jest jeszcze za wcześnie na dokładne pomiary efektów wprowadzonych zmian, to z pewnością można założyć, że podjęte kroki pozwolą spółce na zwiększenie obrotów oraz zróżnicowanie oferty.



Nazwa:	Meridian 15 Spółka Cywilna Andrzej Bloch, Tomasz Bloch
www:	muzeumtrzecz.pl
Siedziba:	Trzecz
Wielkość:	Mikroprzedsiębiorca
Zasięg działalności:	Europa
Opis prowadzonej działalności:	Muzeum ma charakter komercyjny. Główną atrakcją jest wystawa na temat ruin Kościoła w Trzęsaczu. Za pomocą ekspozycji opowiedziana jest historia obiektu na przestrzeni wieków, informacje o samym Trzęsaczu jego położeniu geograficznym oraz legenda o Zielenicy.
Branża:	Kultura, organizacja wystaw, edukacja
Rok założenia:	2007

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE
WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE
WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE
WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE
WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE
WOJEWÓDZTWO PODLASKIE
WOJEWÓDZTWO POMORSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE
WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE
WOJEWÓDZTWO WARMINSKO-MAZURSKIE
WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE
WOJEWÓDZTWO ZACHODNIO-POMORSKIE







Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości to agencja rządowa, której celem od 15 lat jest wspieranie przedsiębiorczości w Polsce oraz rozwój małych i średnich firm - powstawanie nowych podmiotów, podnoszenie kwalifikacji i wzrost potencjału, wzmocnienie pozycji konkurencyjnej w oparciu o innowacyjność i nowoczesne technologie, kształtowanie przyjaznego otoczenia biznesowego, tworzenie warunków do prowadzenia działalności gospodarczej.

Realizując swoją misję, PARP korzysta ze środków budżetu państwa oraz funduszy europejskich.

W 2015 r. Agencja jest odpowiedzialna za realizację działań w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy, trzech programów operacyjnych: Innowacyjna Gospodarka, Kapitał Ludzki oraz Rozwój Polski Wschodniej, a także programów nowej perspektywy budżetowej 2014–2020: Inteligentny Rozwój, Polska Wschodnia oraz Wiedza, Edukacja i Rozwój.