



KONKURS O TYTUŁ

DOBRO
CZYŃCA
ROKU

2010



SPIS TREŚCI

Wstęp	5
Darczyńca o Konkursie: Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności	6
Partner Główny o Konkursie: ENEA SA	7
Audytor o Konkursie	8
Informacja o Konkursie	9
Członkowie Kapituły Konkursu	10
Eksperti	13
Jak wybieramy laureatów?	14
Zakwalifikowani do drugiego etapu	12
Głosowanie internetowe	15
Statystyki Konkursu	17
Laureaci Konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku 2010”	20
„Współpraca firmy z organizacją pozarządową”	22
„Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy”	28
„Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy”	32
„Program wolontariatu pracowniczego”	36
Kilka słów o społecznej odpowiedzialności biznesu	40
Paweł Łukasiak	40
Agnieszka Ciżła	43
Agata Stafiej-Bartosik	45
Anna Barbara Wróbel	46
Organizacje nominowane do Konkursu	48
Promocja XIV edycji	55
Darczyńcy i partnerzy Konkursu	57
Dziękujemy	58
O Akademii	59

Skala społecznego zaangażowania biznesu w Polsce jest ogromna. To tysiące pracowników-wolontariuszy i miliony złotych wsparcia finansowego. To także najlepsze programy społeczne, o czym będą mieli Państwo okazję przekonać się, zapoznając się z tym raportem.

DRODZY PRZYJACIELE!

Po raz kolejny mam przyjemność zaprosić do lektury raportu Konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku”. To już jego XIV edycja – Konkurs dojrzewał, ale nie starzeje się. Dokładamy wszelkich starań żeby, tak pod względem merytorycznym, jak i technologicznym, zachowywał zawsze najwyższy poziom i spełniał wymagania współczesnego odbiorcy.

W tym roku otrzymaliśmy 133 nominacje, co świadczy o wysokim i nieśłabnącym przez wiele lat zainteresowaniu firm i popularności Konkursu w społeczeństwie.

Dziękujemy organizacjom, firmom i wolontariuszom za przesłanie nominacji. Ich lektura udowodniła, że dzięki wsparciu firm i przedsiębiorstw, wyzwolona została energia setek organizacji i tysięcy wolontariuszy. To m.in. dzięki Wam rozwiązujemy społeczne problemy oraz budujemy społeczeństwo obywatelskie.

Szczególne podziękowania kieruję do Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, wieloletniego darczyńcy i patrona Konkursu. Dziękuję firmie ENEA SA, która przyczyniła się do powstania nowej kategorii – „Program wolontariatu pracowniczego” – i wsparła nas przy organizacji XIV edycji Konkursu.

Dziękuję osobom, które weszły w skład grupy ekspertów i nowemu poszerzonemu gronu członków Kapituły Konkursu za podjęcie odpowiedzialnej roli weryfikacji wniosków zgłoszeniowych; dziękuję partnerom wspierającym Konkurs oraz przedstawicielom mediów. To dzięki nim kampania Konkursu nabrała nowego wymiaru i wciąż zdobywa nowe, również wirtualne, obszary portali społecznościowych. W tym roku internauci mogli oddawać głosy konkursowe także na Facebooku! Dziękuję za tysiące oddanych głosów.

Skala społecznego zaangażowania biznesu w Polsce jest ogromna. To tysiące pracowników-wolontariuszy i miliony złotych wsparcia finansowego. To także najlepsze programy społeczne, o czym będą mieli Państwo okazję przekonać się, zapoznając się z tym raportem. Zachęcam także, aby idąc za przykładem wielu firm w Polsce, włączać się w obchody Europejskiego Roku Wolontariatu 2011, o którym więcej można dowiedzieć się również z tego raportu.



Paweł Łukasiak
► AKADEMIA
ROZWOJU
FILANTROPII
W POLSCE

DARCYŃCA

O KONKURSIE

Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności



Rafał Kramza
► DYREKTOR
PROGRAMOWY
POLSKO-
AMERYKAŃSKIEJ
FUNDACJI
WOLNOŚCI

Kolejne edycje Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku” dowodzą, że w polskim biznesie świadomość znaczenia społecznej odpowiedzialności biznesu zwiększa się. Przedsiębiorcy, angażując się społecznie, nie tylko poprawiają wizerunek swojej firmy (przyczyniając się w ten sposób do wzrostu tak cenionego zaufania i rozpoznawalności marki), ale również zyskują unikalną wiedzę na temat otoczenia, w którym funkcjonują. Inwestycja w relacje z otoczeniem staje się dla przedsiębiorców coraz bardziej naturalna. Nabiera także tak ważnego charakteru strategicznego – społeczne zaangażowanie biznesu to przede wszystkim proces, a nie tylko produkt końcowy. Esencję społecznej odpowiedzialności biznesu widać właśnie w przykładach działań dobroczynnych firm z całej Polski, które już po raz 14 prezentowane są w Konkursie o tytuł „Dobroczyńca Roku”.

Przemysłane strategie, skala działań i ich zróżnicowanie pokazują ogromny potencjał społecznego zaangażowania biznesu w Polsce.

Szczególnie istotnym wymiarem tego zaangażowania jest współpraca firm z organizacjami pozarządowymi, kiedy obydwa sektory łączą siły i zasoby dla dobra wspólnego całej społeczności. To cenne zwłaszcza na poziomie lokalnym. Dzięki udziałowi w Konkursie firmy mogą nie tylko zaprezentować swoją dobroczynną działalność, ale także poprzez jej rozpowszechnianie, zachęcić i zainspirować innych do podejmowania aktywności społecznej i do bycia społecznie odpowiedzialnym. Niezwykle ważna jest również trwałość zmian, jakie zachodzą dzięki ich działalności. Tytuł „Dobroczyńcy Roku” jest bowiem nie tylko wielkim wyróżnieniem, ale także zobowiązaniem. Z ogromną satysfakcją odnotowujemy niesłabnące zainteresowanie firm udziałem w Konkursie. Godna podkreślenia jest również wysoka jakość i staranność składanych wniosków, co świadczy o tym, że znalezienie się w gronie wyróżnionych jest źródłem znaczącego prestiżu dla jego uczestników.

PARTNER GŁÓWNY

O KONKURSIE

ENEA SA

Działanie zgodne z wyznacznikami określającymi odpowiedzialny biznes, wolontariat pracowniczy, budowanie dobrych relacji firmy ze społecznością lokalną za pomocą działań prospołecznych – to już standard.

Jednak obowiązkiem dużych korporacji jest także pomoc w prowadzeniu wszelkich dodatkowych działań, których celem jest motywowanie do aktywności społecznej, a także wspieranie i nagradzanie tych osób i organizacji, które podejmują się działań charytatywnych, mają w tym zakresie sukcesy, mogą być przykładem i inspiracją dla innych. Tak widzę misję Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku”.

W konkursie szczególnie jest mi bliska nowa kategoria „Program wolontariatu pracowniczego”. Jako członek Kapituły jestem pod ogromnym wrażeniem pomysłowości oraz zaangażowania osób i organizacji, które zostały zgłoszone do Konkursu. Cieszę się, że Grupa ENEA mogła włączyć się w obchody Europejskiego Roku Wolontariatu 2011, wspierając działania Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce i przyczynić się do zaprezentowania i promowania finalistów i laureatów Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku 2010”, czyli takich, którzy dzięki swoim działaniom zasługują na szczególną uwagę, szacunek i słowa uznania.



Maciej Owczarek
► PREZES ZARZĄDU
ENEA SA

AUDYTOR O KONKURSIE



**Agnieszka
Jakubiak**
► ERNST & YOUNG

Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku” jest doskonałym sposobem promowania idei społecznej odpowiedzialności i społecznego zaangażowania przedsiębiorców. Cieszymy się, że Ernst & Young po raz kolejny mogła wspierać Konkurs jako niezależny audytor.

Nasza pomoc dotyczyła zarówno uzgodnienia z organizatorem Konkursu przejrzystych zasad przebiegu procesu wyboru kandydatów, a następnie laureatów Konkursu, jak również zapewnienia prawidłowego przebiegu Konkursu oraz dotrzymania uzgodnionych procedur na wszystkich etapach Konkursu.

W kategoriach dotyczących współpracy z organizacją pozarządową (mała, średnia firma i duża firma) i programie wolontariatu pracowniczego Kapituła Konkursu wyłoniła wnioski, które następnie wzięły udział w głosowaniu internetowym. Laureatami są przedsiębiorstwa, które otrzymały największą liczbę głosów internautów. W kategoriach „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” i „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy” zwycięzców ocenili i wyłonili członkowie Kapituły.

XIV edycja Konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” została przeprowadzona zgodnie z obowiązującym regulaminem i z dochowaniem wymaganych procedur na wszystkich etapach wyboru laureatów.

Wszystkim zwycięzcom tegorocznej edycji gratulujemy i życzymy wielu dalszych sukcesów w realizacji działalności filantropijnej.



**Agnieszka
Nalewajko**
► ERNST & YOUNG

Ten rok jest dla Konkursu szczególnie ze względu na obchody Europejskiego Roku Wolontariatu 2011. Z tej okazji stworzyliśmy kategorię „Program wolontariatu pracowniczego”

INFORMACJE O KONKURSIE

Organizowany przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku” od 14 lat niezmiennie nagradza firmy za ich społeczne zaangażowanie. Od 14 lat pozostaje największym takim konkursem w kraju, promując ideę działalności społecznej przedsiębiorstw, nagradzając te najaktywniejsze i zachęcając inne do społecznego zaangażowania. W naszym Konkursie kładziemy szczególny nacisk na współpracę firm z organizacjami pozarządowymi, które nominują swoich darczyńców w podzięk za wsparcie finansowe, rzeczowe i usługowe, a także za wieloletnią, partnerską współpracę. Organizacje mają szansę nominować swoich dobroczyńców w dwóch kategoriach: ogólnopolskiej („Współpraca firmy z organizacją pozarządową”, z podziałem na podkategorie „Firma mała/średnia” i „Firma duża”) i lokalnej („Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy”).

Od siedmiu lat firmy i fundacje przez nie utworzone mogą się również zgłaszać samodzielnie w kategorii

„Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy”, która pozwala na zaprezentowanie całości strategii CSR każdego przedsiębiorstwa.

Ten rok jest dla Konkursu szczególnie ze względu na obchody Europejskiego Roku Wolontariatu 2011. Z tej okazji stworzyliśmy kategorię „Program wolontariatu pracowniczego”, w której po raz pierwszy pracownicy firm zgłaszają projekty pozwalające im angażować się w działalność społeczną przy wsparciu pracodawcy. Idea wolontariatu pracowniczego była nam zawsze szczególnie bliska, tym bardziej cieszymy się, że Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku 2010” uzyskał akceptację polskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych i został wpisany do Krajowego Planu Działania dla Europejskiego Roku Wolontariatu 2011 w Polsce – w ramach listy działań przewidzianych przez resorty i organizacje pozarządowe współpracujące w ramach Międzysektorowego Zespołu Roboczego ds. Europejskiego Roku Wolontariatu 2011, który utworzono przy Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej jako Krajowym Organie Koordynującym dla ERW 2011.

ZASADY KONKURSU:

- 1 promowanie społecznego zaangażowania i społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw,
- 2 wyróżnianie firm najbardziej aktywnych społecznie,
- 3 umożliwienie organizacjom pozarządowym publicznego podziękowania darczyńcom i partnerom biznesowym,
- 4 popularyzowanie i wspieranie rozwoju partnerskiej współpracy firm z organizacjami pozarządowymi,
- 5 umożliwienie pracownikom-wolontariuszom publicznego podziękowania pracodawcom za wsparcie udzielone im w ramach programów wolontariatu pracowniczego,
- 6 inspirowanie przedsiębiorców do podejmowania aktywności społecznej,
- 7 informowanie o inicjatywach i programach społecznych realizowanych przez firmy.

CZŁONKOWIE KAPITUŁY KONKURSU



Henryka Bochniarz
►PREZYDENT PKPP
„LEWIATAN”

Odpowiedzialny biznes wymaga dziś więcej wyobraźni. Nawet przy ograniczeniach budżetowych firma może nadal prowadzić wiele działań CSR-owych, wykorzystując efektywnie swoje zasoby i zaplecze. Tak jak robią to tegoroczni laureaci Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku”.



Jerzy Karwelis
►DYREKTOR
MARKETINGU
RINGIER AXEL
SPRINGER

W zeszłym roku dzieliłem się z Państwem moimi obawami, z którymi siadałem wówczas do rozpatrzenia wniosków w Konkursie o tytuł „Dobroczyńca Roku”. Martwiliśmy się, czy biznes zda egzamin z dobroczynności w czasie dojrzewającego kryzysu. I już rok temu powiało optymizmem. Jednak dopiero ten rok utwierdził mnie w przekonaniu, że nie ma kryzysowego zagrożenia dla polskiej dobroczynności. Wnioski, które rozpatrywaliśmy, zawierały bowiem nie tylko ciekawe projekty, ale pokazywały, że wiele firm i instytucji kontynuuje swoje wielowątkowe działania i strategie, pomimo znamion spowolnienia gospodarczego. Można dziś powiedzieć, że Polska jest wciąż zieloną wyspą dobroczynności.



Grzegorz Kiszluk
►REDAKTOR
NACZELNY
MAGAZYNU „BRIEF”

Z wielką radością przyjąłem zaproszenie do grona Członków Kapituły oceniającej wnioski do Konkursu. To niezwykle ciekawe doświadczenie. Pozabiznesowa działalność ma ogromne znaczenie. Firmy w Polsce coraz bardziej entuzjastycznie włączają elementy CSR-u w strategię swojego rozwoju, odpowiadając na potrzeby swojego otoczenia, które bez zaangażowania przedsiębiorców, nigdy prawdopodobnie nie byłyby zaspokojone. Działalność z zakresu społecznego zaangażowania biznesu, czy tego chcemy, czy też nie, przyjmuje charakter globalny – Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku” jest tego doskonałym świadectwem.

Niesłabnące zainteresowanie Konkursem o szacowny tytuł „Dobroczyńca Roku” pokazuje, że społeczne zaangażowanie biznesu odgrywa coraz większą rolę, a same firmy są coraz bardziej świadome jego znaczenia, zarówno dla tych, którzy korzystają z ich wsparcia, jak i dla nich samych. Już sam udział w Konkursie jest prestiżowy, ale przede wszystkim – wartościowy. Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku” stanowi jeden z cenniejszych instrumentów, o zasłużonej reputacji, łączących inicjatywy organizacji pozarządowych i środowiska biznesu. Pozwala uchwycić zmiany zachodzące w wielu firmach, które prowadzą coraz bardziej zaawansowane, społecznie użyteczne przedsięwzięcia. Dla organizacji pozarządowych natomiast jest to niepowtarzalna okazja, aby wyrazić swoje uznanie dla tych instytucji, które myślą nie tylko w kategoriach zysku, ale dostrzegają również potrzebę inicjowania działań na rzecz dobra wspólnego.

Pierwszy raz miałem przyjemność uczestniczyć w tym Konkursie. To, co zobaczyłem, krzepi. Polskie firmy, te duże, te średnie i te naprawdę małe, w świecie filantropii robią dużo dobrego. O wielu prospołecznych akcjach wcześniej nie wiedziałem, wiele firm zaskoczyło mnie swoim rozmachem, wiele natomiast prostym, ale niebanalnym pomysłem. Tak, nasz polski biznes zauważa wiele w swoim sąsiedztwie, w społecznościach lokalnych, widzi potrzeby tych, którym warto pomóc i – co najważniejsze – pomaga. Nie ważne, czy w postaci czysto finansowej, czy jednej z wielu innych.

Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku” pokazuje, że przedsiębiorcy przykładają coraz większą wagę do działań charytatywnych. Sami zaczynają szukać możliwości społecznego zaangażowania. Stają się wzorem do naśladowania dla innych przedsiębiorców. Warto podkreślić jest to, że w działania charytatywne angażują się nie tylko duże firmy, lecz także małe. Ich pomoc nie ogranicza się jedynie do przekazania pieniędzy, w działania na rzecz innych włączają swoich pracowników. Inicjatywy takie jak „Dobroczyńca roku” zachęcają, by traktować społeczne zaangażowanie jako element rozwoju i zarządzania firmą. Warto wspierać i warto promować tego typu projekty.



Jerzy Koźmiński
►PREZES POLSKO-
-AMERYKAŃSKIEJ
FUNDACJI WOLNOŚCI



Paweł Ławiński
►ZASTĘPCA
REDAKTORA
NACZELNEGO
„GAZETY
WYBORCZEJ”



Roman Młodkowski
►DYREKTOR
PROGRAMOWY TVN
CNBC



Zbigniew Niemczycki
►PREZES POLSKIEJ
RADY BIZNESU

Działalność filantropijna środowisk biznesowych kształtuje otaczającą nas rzeczywistość społeczną i gospodarczą. Dzięki wypracowanym w ostatnich latach standardom, firmy coraz częściej i aktywniej wspierają inicjatywy społecznie odpowiedzialne.

Kolejna edycja Konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” jest dowodem na wciąż wzrastającą rolę idei odpowiedzialnego biznesu, pozostającą w spójności z misją gospodarczą firm i coraz głębiej zakorzenioną w świadomości przedsiębiorstw. Takie działania przynoszą wymierne korzyści zarówno dla lokalnych społeczności, jak i dla samych firm, czego wyrazem jest wzrastające zaufanie społeczne i pozytywny wizerunek firm.



Maciej Owczarek
►PREZES ZARZĄDU
Enea SA

Będąc pod wielkim wrażeniem indywidualnych, wieloletnich aktywności pracowników Grupy ENEA, zaproponowałem stworzenie nowej kategorii w Konkursie o tytuł „Dobroczynca Roku 2010” – jest nią „Program wolontariatu pracowniczego”. Dzięki temu nie tylko nagrodzimy najlepszego organizatora tej aktywności w Polsce, ale także zmotywujemy pracowników do podejmowania podobnych działań w przyszłości. Jestem przekonany, że wolontariat pracowniczy to najbardziej wartościowa, oddolna inicjatywa korporacyjna. Zaczyna się spontanicznie, wynika z porywu serca, a co równie ważne, sprowadza się do niesienia wsparcia lokalnym społecznościom. Entuzjazm, społeczne zaangażowanie, a w efekcie integracja pracowników wokół wartościowych projektów – to esencja tego rodzaju działań prospołecznych. Wierzę, że XIV edycja Konkursu będzie źródłem inspiracji dla tych, którzy pragną aktywnie włączać się w tegoroczne obchody Europejskiego Roku Wolontariatu 2011, a także czynić dobro przez kolejne lata.



Anna Potocka
►WICEPREZES
BUSINESS CENTRE
CLUB

W opinii naszego społeczeństwa firma społecznie odpowiedzialna to taka, która przede wszystkim dba o swoich pracowników. Finaliści „Dobroczyńcy” doskonale o tym wiedzą – w wielu firmach realizowane są programy wolontarystyczne, dające pracownikom szansę na rozwój i pogłębianie ich umiejętności, spełnianie osobistych potrzeb, uczące pracy zespołowej.

Przedsiębiorcy uczestniczący w Konkursie zdają sobie sprawę, że są współodpowiedzialni za swoje otoczenie, za lokalną społeczność. W dialogu z pracownikami i organizacjami pozarządowymi wypracowują programy społeczne, pomysły na wsparcie najbliższego środowiska.

Na koniec ważna wiadomość dla wszystkich „Dobroczyńców”: nagrody za społeczną odpowiedzialność biznesu są jednym z najwyższycenionych wiarygodnych źródeł informacji o przedsiębiorstwie. A przykłady takich firm są dla innych przedsiębiorców wzorem i inspiracją do podjęcia działań społecznie odpowiedzialnych.

EKSPERCI

Co roku Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce zaprasza do współpracy niezależnych ekspertów, którzy oceniają działalność społeczną nominowanych firm pod kątem merytorycznym. Eksperci działają w oparciu

o kryteria oceny wypracowane pod nadzorem audytora Konkursu. Liczba przyznanych przez nich punktów decyduje o tym, które firmy trafią pod obrady Kapituły Konkursu.

W XIV EDYCJI KONKURSU WNIOSKI OCENIALI:

Liliana Anam

►PORTAL CSRINFO

Mirella Panek-Owsiańska

►FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Monika Chrzczonowicz

►STOWARZYSZENIE KLON/JAWOR

Dariusz Pietrowski

►CENTRUM WOLONTARIATU

Karolina Cyran-Juraszek

►NIEZALEŻNY EKSPERT

Ewelina Pyda

►PKPP LEWIATAN

Izabela Dembicka-Starska

►PORTAL NGO.PL

Katarzyna Sadło

►FUNDACJA ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA
OBYWATELSKIEGO

Izabela Dyakowska

►CENTRUM WOLONTARIATU

Aleksandra Stanek

►PWC SP. Z O.O

Paulina Koszewska

►DB SCHENKER

Wojtek Stankiewicz

►METROPOLITAN CAPITAL SOLUTIONS

Rafał Kramza

►POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

Zbigniew Wejcman

►BORIS

Łukasz Makuch

►PWC SP. Z O.O

Anna Windorpska

►MCKINSEY & COMPANY

Piotr Onikki- Górski

►BUSINESS CENTRE CLUB

Jacek Wojciechowicz

►POLSKI INTYTUT DYREKTORÓW

Dorota Ostoja-Zawadzka

►PATHWAYS

Anna Barbara Wróbel

►MCKINSEY & COMPANY

Michał Pakuła

►POLSKA TELEFONIA CYFROWA

Kamil Wyszkowski

►PROGRAM NARODÓW ZJEDNOCZONYCH
DS. ROZWOJU (UNDP) I SG-ONZ GLOBAL
COMPACT

JAK WYBIERAMY LAUREATÓW?

Firmy lub fundacje utworzone przez firmy mogły zostać nominowane do XIV edycji Konkursu za projekty społeczne zrealizowane w 2010 roku. W kategoriach „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” i „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” zgłoszenia mogły składać organizacje pozarządowe, które współpracują z przedsiębiorstwami. Fir-

my (bądź fundacje utworzone przez firmy) zgłaszały się natomiast samodzielnie w kategorii „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy”. W tej edycji po raz pierwszy, w kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”, zgłoszeń dokonywali pracownicy, którzy uczestniczyli w programie wolontariatu pracowniczego w nominowanej firmie (bądź fundacji utworzonej przez firmę).

Wszystkie wnioski spełniające kryteria formalne zostały przekazane grupie niezależnych ekspertów, którzy ocenili je na podstawie wcześniej ustalonych kryteriów.

Kryteria wspólne dla wszystkich kategorii obejmowały:

- ▶ spójność działań w ramach społecznego zaangażowania firmy,
- ▶ jakość komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej,
- ▶ relację podjętych działań do rezultatów społecznych,
- ▶ skalę zaangażowania w stosunku do możliwości firmy.

Ponadto, w przypadku wniosków zgłoszonych w kategorii „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy”, eksperci oceniali poziom zarządzania społecznym zaangażowaniem w firmie; w przypadku nominacji w kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”, przyglądali się poziomowi zaangażowania pracowników-wolontariuszy i innowacyjności działań przez nich podejmowanych oraz temu, czy działania te były realizowane na zasadzie partnerstwa. Każdy z nadesłanych wniosków był oceniany przez dwóch ekspertów, a z ich ocen wyciągano średnią. Procedura przydzielania ekspertom wniosków do oceny została przeprowadzona w taki sposób, aby uniknąć konfliktu interesów.

Do drugiego etapu Konkursu zostały zakwalifikowane wnioski najwyższej ocenione przez ekspertów. Na tym etapie oceny dokonywała Kapituła Konkursu. Jej członkowie zapoznali się z najlepszymi wnioskami i na specjalnym posiedzeniu wybrali laureatów w kategoriach „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy” i „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” oraz finalistów w kategoriach „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” i „Program wolontariatu pracowniczego”. W przypadku dwóch ostatnich kategorii laureatów wybierała publiczność w głosowaniu internetowym.

ZAKWALIFIKOWANI DO DRUGIEGO ETAPU

W drugim etapie znalazły się firmy najwyższej ocenione przez ekspertów. Spośród nich członkowie Kapituły Konkursu wybrali laureatów w kategorii „Strategiczne programy spo-

łecznego zaangażowania firmy” i „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” oraz finalistów w kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” i „Program wolontariatu pracowniczego”.

„Współpraca firmy z organizacją pozarządową – firma mała/średnia”

FIRMA	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
Fundacja BNP Paribas Fortis	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci – Zarząd Główny
Gemini Holdings Sp. z o.o.	Stowarzyszenie „SIEMACHA”
Green Factory Artur Rytel	Fundacja Polska-Haiti
Nadleśnictwo Góra Śląska	Fundacja Pomocy Szkole im. Edwarda Machniewicza w Górze
Platan Group Sp. z o.o.	Fundacja Rozwoju Kapitału Społecznego
Pryzmat Sp. z o.o.	Fundacja Polska Akcja Humanitarna
ZenithOptimedia Group	Fundacja Polska Akcja Humanitarna

„Współpraca firmy z organizacją pozarządową – firma duża”

FIRMA	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
Bank Zachodni WBK	Fundacja Polska Akcja Humanitarna
Carrefour Polska Sp. z o.o.	Caritas Polska
Danone Sp. z o.o.	Federacja Polskich Banków Żywności
Dr. Oetker Polska Sp. z o.o.	Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce w Polsce
PKO Bank Polski i Inteligo Financial Services	Fundacja Rozwoju Kardiologii im. prof. Zbigniewa Religi
Schenker Sp. z o.o.	Bank Żywności w Olsztynie

„Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy”

FIRMA	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
Bałtycki Bank Spółdzielczy w Darłowie	Darłowskie Centrum Wolontariatu
Bank Spółdzielczy w Wołczynie	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Dolina Stobrawy”
INS-BUD s.j.	Nidzicki Fundusz Lokalny
Spółdzielcza Kasa Kredytowa im. Ks. F. Blachnickiego w Zamościu	Stowarzyszenie „Czajnia”

„Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy”

FIRMA
Fundacja Ronalda McDonalda
Kompania Piwowarska SA
Microsoft Sp. z o.o.
Procter & Gamble DS Poland Sp. z. o.o

„Program wolontariatu pracowniczego”

FIRMA
Altix Sp. z o.o.
Bank Handlowy w Warszawie SA (Citi Handlowy)
PwC Sp. z o.o.
Provident
Telekomunikacja Polska SA

GŁOSOWANIE INTERNETOWE

Pod głosowanie internetowe poddanych zostało dziewięć kandydatur wybranych przez członków Kapituły Konkursu. Internauci, już po raz trzeci, mogli decydować o wyborze laureatów w kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” (w podkategorjach „Firma mała/średnia” i „Firma duża”). Po raz pierwszy publiczność miała możli-

wość zagłosowania w dodatkowej kategorii („Program wolontariatu pracowniczego”) stworzonej z okazji Europejskiego Roku Wolontariatu 2011. Każdy mógł oddać codziennie jeden głos – ich weryfikacja odbywała się na podstawie adresu e-mail, podawanego przez użytkowników. W trakcie głosowania, które trwało od 7 do 30 kwietnia br., oddano 4764 głosów.

Finaliści – FIRMY ZAKWALIFIKOWANE PRZEZ KAPITULĘ KONKURSU DO GŁOSOWANIA INTERNETOWEGO.

„Współpraca firmy z organizacją pozarządową” – firma mała/średnia

FIRMA	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
Fundacja BNP Paribas Fortis	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci – Zarząd Główny
Gemini Holdings Sp. z o.o.	Stowarzyszenie „SIEMACHA”
Pryzmat Sp. z o.o.	Fundacja Polska Akcja Humanitarna

„Współpraca firmy z organizacją pozarządową – firma duża”

FIRMA	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
Danone Sp. z o.o.	Federacja Polskich Banków Żywności
Dr. Oetker Polska	Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce w Polsce
PKO Bank Polski i Inteligo Financial Services	Fundacja Rozwoju Kardiochirurgii im. prof. Zbigniewa Religi

„Program wolontariatu pracowniczego”

FIRMA
Altix Sp. z o.o.
Bank Handlowy w Warszawie SA (Citi Handlowy)
Telekomunikacja Polska SA

STATYSTYKI

KONKURSU

Liczba nadesłanych wniosków:

133

W tym spełniających wymogi formalne:

120

W kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową”:

80

W kategorii „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy”:

9

W kategorii „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy”:

19

W kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”:

14

Rozmiar zgłaszanych firm

rozmiar firmy	Współpraca firmy z organizacją pozarządową	Strategiczny wymiar społecznego zaangażowania firmy	Program wolontariatu pracowniczego
mała/średnia	25	5	2
duża	55	14	12

Formy udzielonej pomocy

formy pomocy	Współpraca firmy z organizacją pozarządową	Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy	Strategiczny wymiar społecznego zaangażowania firmy	Program wolontariatu pracowniczego
pomoc finansowa	95%	88%	66%	–
pomoc rzeczowa	15%	77%	72%	78%
nieodpłatne świadczenie usług	15%	55%	27%	78%
użyczenie sprzętu, lokalu, transportu	16%	55%	38%	–
wolontariat pracowniczy	11%	22%	72%	100%
pay-roll	1%	0%	0%	–
pomoc drugiej osobie	–	–	0%	71%
inne	15%	0%	0%	57%

LAUREACI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCYŃCA ROKU 2010”

Współpraca firmy z organizacją pozarządową
– firma mała/średnia

PRYZMAT

Współpraca firmy z organizacją pozarządową
– firma duża

PKO Bank Polski i Inteligo
Financial Services

Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy

Bałtycki Bank Spółdzielczy

Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy

Kompania Piwowska SA

Program wolontariatu pracowniczego

Altix Sp. z o.o.

Współpraca firmy z organizacją pozarządową

W kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” projekty zaangażowania społecznego zgłaszały współpracujące z przedsiębiorstwami organizacje pozarządowe. W podkategorii „Firma mała/średnia” zgłoszono 25 firm, a w podkategorii „Firma duża” – 54.

Najczęściej stosowaną formą wsparcia organizacji pozarządowych było w tej kategorii wsparcie finansowe (95% zgłoszeń), jednak istotna liczba firm decydowała się również udzielać wsparcia rzeczowego czy usługowego oraz udostępniać swoje pomieszczenia, sprzęt i środki transportu.

Wśród małych i średnich firm eksperci najwyżej ocenili spójność działań w ramach ich społecznego zaangażowania, a wśród firm dużych – rezultaty społeczne podjętych działań.

Po zestawieniu ocen ekspertów, pod obrady Kapituły Konkursu trafiło 13 firm: sześć dużych i siedem małych lub średnich.

PRYZMAT

„Współpraca firmy z organizacją pozarządową” – firma mała/średnia

Nominowany za:

- ▶ wieloletnią współpracę z Polską Akcją Humanitarną na zasadach partnerstwa,
- ▶ pracę na rzecz propagowania wiedzy o problemach niedożywienia dzieci w kraju i na świecie,
- ▶ angażowanie klientów firmy w działania społeczne.

PRYZMAT od wielu lat współpracuje z Fundacją Polska Akcja Humanitarna, wspierając ją w realizacji działań statutowych. Firma zaangażowała się szczególnie we wspieranie programu Pajacyk, którego celem jest dożywianie najbardziej potrzebujących dzieci w Polsce i w Afryce.

W 2010 roku firma współtworzyła akcję „Oddaj puszte Pajacykowi”, łączącą w sobie działalność charytatywną z akcją na rzecz środowiska naturalnego. Osoby biorące w niej udział mogły przesłać firmie zużyte tonery i głowice do drukarek, a w zamian PRYZMAT przekazywał ich równowartość Fundacji, z przeznaczeniem na dofinansowanie Programu Pajacyk. Dzięki współpracy z firmą, nie tylko udało się ufundować więcej pełnowartościowych obiadów dla dzieci (PRYZMAT ufundował już 180 tysięcy posiłków!), ale również poszerzyła się grupa osób, dla których program jest rozpoznawalny i które chcą w nim uczestniczyć i go wspierać.

W ciągu ostatnich lat PRYZMAT stał się bardzo ważnym partnerem Polskiej Akcji Humanitarnej. To firma bardzo otwarta na nowe pomysły i chętna do podejmowania współpracy przy projektach Fundacji. Decyduje się na wspieranie działań, nie tylko tych medialnie nagłośnionych, ale także tych mniej widocznych, a przez to mniej atrakcyjnych z marketingowego punktu widzenia.

Inicjatywa firmy PRYZMAT jest niezwykle cenna, gdyż do współpracy i pomocy angażuje nie tylko firmę, ale i jej klientów.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA

Fundacja Polska Akcja Humanitarna

Fundacja niesie pomoc humanitarną ofiarom wojen, kataklizmów i biedy strukturalnej w Polsce i za granicą oraz trafiającym do naszego kraju uchodźcom i repatriantom. Istotnym założeniem programowym PAH jest zwiększenie skali aktywnego uczestnictwa Polski w pomocy dla innych krajów. W Polsce Fundacja prowadzi m.in. Centrum Pomocy Uchodźcom, Program Edukacji Humanitarnej czy Program Pajacyk – jedną z najlepiej znanych w Polsce akcji, której celem jest dożywianie dzieci w najbardziej potrzebujących regionach kraju i w Afryce.



PKO Bank Polski i Inteligo Financial Services

Współpraca firmy z organizacją pozarządową – firma duża

Nominowany za:

- ▶ umożliwienie prac nad stworzeniem systemu sztucznego serca,
- ▶ umożliwienie kontynuowania prac nad protezą serca dla dzieci,
- ▶ wsparcie działań promocyjnych i fundraisingowych przy projekcie Sztuczne Serce.

Choroby serca stanowią wciąż jeden z najważniejszych społecznie problemów zdrowotnych na świecie, cechujący się zarówno najwyższym wskaźnikiem zachorowań, jak i śmiertelności. Szacuje się, iż w Polsce żyje od 800 tysięcy do jednego miliona chorych z niewydolnością serca. Polska, dzięki pracom prowadzonym w zabrzańskej Fundacji Rozwoju Kardiologii im. prof. Zbigniewa Religi, jest jednym z niewielu krajów na świecie (obok USA, Japonii, Niemiec, Francji), które zajmują się opracowaniem, konstrukcją i wdrażaniem do użytku klinicznego mechanicznych protez serca.

Fundacja od lat otrzymuje wsparcie PKO Banku Polskiego i Inteligo Financial Services dla projektu Sztuczne Serce.

W samym 2010 roku pomoc wyniosła ponad 3 mln zł i umożliwiła stworzenie nowego typu pozaustrojowego sztucznego serca oraz sterownika nowej generacji. Urządzenia te stosowane razem, jako system „Religa Ext”, już w tym roku zostały eksperymentalnie użyte w polskich klinikach. Przekazywane środki finansowe pozwalają również na kontynuowanie, rozpoczętych w 2008 roku, prac nad protezą serca dla dzieci – projektem „Religa PED”.

Współpraca Fundacji z PKO Bankiem Polskim trwa od 2002 roku. Tylko w 2010 roku, dzięki wsparciu firmy, udało w ramach projektu Sztuczne Serce nie tylko stworzyć nowy typ sztucznego serca, ale również zorganizować kampanię informacyjną i społeczną dotyczącą prowadzonych prac.

Wydano i wypromowano płytę „Cudowny Świat”. Dochody z jej sprzedaży zostaną przeznaczone na dalszy rozwój projektu.

W perspektywie długofalowej współpraca z PKO Bankiem Polskim i Inteligo Financial Services oznacza m. in. umożliwienie zastosowania klinicznego pozaustrojowego systemu mechanicznego wspomaganie serca dla dorosłych (w sześciu polskich ośrodkach kardiologicznych, u ponad 230 pacjentów). Ponadto także rozwój bazy klinicznej stosującej mechaniczny system wspomaganie serca w Polsce i wsparcie rozwoju własnej, autorskiej, unikatowej bazy badawczej oraz obszaru szkoleniowo-dydaktycznego związane go z zastosowaniem mechanicznych protez serca przez polskie kadry medyczne.



ORGANIZACJA NOMINUJĄCA

Fundacja Rozwoju Kardiologii im. prof. Zbigniewa Religi

Fundacja, utworzona w 1991 roku w Zabrzu, przyjęła za cel wprowadzanie do praktyki klinicznej nowoczesnych technik i technologii w leczeniu zagrożonego serca. Prowadzi badania naukowe i prace wdrożeniowe związane z polskim sztucznym sercem, biologicznymi protezami zastawek serca, robotem chirurgicznym i innowacyjnymi narzędziami chirurgii oraz inżynierią tkankową wykorzystywaną w celach leczniczych. Współfinansuje publikacje naukowe i dydaktyczne. Organizuje specjalistyczne warsztaty, konferencje i sympozja. Promuje aktywny, zdrowy styl życia jako najlepszą profilaktykę chorób serca. Prowadzi także program szkoleniowo-stypendialny dla polskich i zagranicznych kadr medycznych z zakresu kardiologii. Jest nowoczesnym, zasłużonym dla polskiej kardiologii ośrodkiem naukowo-badawczym oraz centrum wymiany myśli i doświadczeń.

Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy

W tej kategorii organizacje pozarządowe mogły zgłaszać przedsiębiorstwa o lokalnym zasięgu, które działają na rzecz swojej społeczności. Za działalność na rzecz najbliższego otoczenia zgłoszono w obecnej edycji dziewięć firm.

W działalności firm lokalnych eksperci docenili przede wszystkim spójność działań i skutki społeczne ich zaangażowania społecznego. Na podstawie ocen wystawionych przez ekspertów, do drugiego etapu Konkursu zakwalifikowały się cztery firmy.

Choć podobnie jak w wypadku „Współpracy firmy z organizacją pozarządową” najczęściej spotykaną formą wsparcia była w tej kategorii pomoc finansowa (88%), lokalne firmy dużo chętniej decydowały się na udzielenie pomocy rzeczowej (77%), czy usługowej (55%). Również ponad połowa z nich używała potrzebującym sprzętu, pomieszczeń i środków transportu.

Bałtycki Bank Spółdzielczy

Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy

Nominowany za:

- ▶ nieodpłatne przekazanie nagród i upominków dla dzieci i młodzieży z Darłowa i okolic,
- ▶ organizowanie lekcji ekonomii dla dzieci i młodzieży,
- ▶ wsparcie finansowe przy organizacji działań społecznych, kulturalnych, edukacyjnych i sportowych,
- ▶ obejmowanie patronatem uroczystości i imprez lokalnych,
- ▶ wspieranie lokalnych inicjatyw obywatelskich.

Najważniejszym atutem Bałtyckiego Banku Spółdzielczego jest doskonała znajomość lokalnej społeczności i bezinteresowna życzliwość, z jaką jego pracownicy są gotowi pomagać potrzebującym. Zarówno zarząd banku, jak i dyrektorzy oddziałów oraz szeregowi pracownicy, aktywnie wspierają w działaniach społecznych organizacje pozarządowe, szkoły i grupy nieformalne. Bank najczęściej angażuje się w przedsięwzięcia, których celem jest wspieranie dzieci i młodzieży, osób starszych oraz rozwój całych społeczności.

Wśród działań mających na celu wsparcie najmłodszych mieszkańców Darłowa i okolic wymienić należy: finansowanie nagród dla uczniów biorących udział w konkursach i zajęciach pozalekcyjnych, wsparcie aktywności sportowej dzieci i młodzieży (dofinansowanie klubów i turniejów sportowych) i organizowanie zajęć o tematyce ekonomicznej. Bank i jego pracownicy wspierają również dorosłych w ich pracy na rzecz najmłodszych – jak zrobili to w przypadku nieformalnej grupy dziesięciu nauczycieli pracujących z młodzieżą w Szkole Podstawowej nr 3 w Darłowie lub grupy nieformalnej „Bajkowy świat Kubusia Puchatka”, którą zawiązano na rzecz budowy placu zabaw dla dzieci.

Bałtycki Bank Spółdzielczy pomaga również dorosłym poprzez dofinansowywanie imprez kulturalnych i sportowych, a także poprzez pomaganie lokalnym organizacjom pozarządowym. W 2010 roku bank ufundował nagrody w konkursach organizowanych dla społeczności lokalnej (np. przez Ochotniczą Straż Pożarną lub jednostki samorządu terytorialnego). Dofinansował również liczne festyny wiejskie i imprezy kulturalne, wśród których znalazły się: 25-lecie działalności darłowskiego oddziału Polskiego Związku Emerytów, Rencistów i Inwalidów, koncert Budki Suflera i zespołu Zakopower w Szczecinku, Międzypaństwowy Mecz Polska-Białoruś w kickboxingu, jubileusz 25-lecia istnienia Zespołu Folklorystycznego „Darłowianie”, pokaz sztucznych ogni podczas Trzebiatowskiego Święta Kaszy organizowanego przez Trzebiatowski Ośrodek Kultury i wiele innych. Ponadto bank dofinansował działalność lokalnych organizacji pozarządowych, m.in.: Klubu Honorowych Dawców Krwi PCK, VI Europejskich Warsztatów Muzycznych i Letnich Warsztatów Orkiestrowych Kołobrzeg 2010 Fundacji Promocji Talentów Koszalin. Bank udostępniał też swoje pomieszczenia dla wolontariuszy i oferował organizacjom pozarządowym swoje usługi na szczególnych warunkach (np. prowadzenie rachunków bankowych, udzielanie pożyczek).



Bałtycki Bank Spółdzielczy współpracuje również blisko z Darłowskim Centrum Wolontariatu, które nominowało go do tytułu „Dobroczynca Roku 2010”. W minionym roku bank wsparł je, finansując w całości wkład własny organizacji na potrzeby projektu „Działaj Lokalnie”, oraz umożliwiając ciągłość prowadzenia projektu dzięki nieoprocentowanej pożyczce. Jak mówi przedstawicielka Centrum: „Dzisiaj możemy powiedzieć, że Bałtycki Bank Spółdzielczy jest naszym filantropem, naszym partnerem i opiekunem. Podczas wszystkich spotkań i uroczystości obecność przedstawicieli Bałtyckiego Banku Spółdzielczego podnosi prestiż naszej organizacji, dzięki czemu jesteśmy postrzegani jako ważny partner dla samorządu lokalnego

i biznesu. Nie było jeszcze sytuacji, aby w ważnym dla wolontariatu wydarzeniu zabrakło BBS.”

Każdego roku na działalność społeczno-kulturalną, charytatywną, sportową, na działalność w ramach nauki, oświaty i wychowania, Bałtycki Bank Spółdzielczy przeznacza kilkaset tysięcy złotych.

W 2010 roku udzielił ponad 270 tysięcy zł pomocy finansowej, a pomoc rzeczowa i usługowa szacowana jest na około 60 tysięcy złotych.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA Darłowskie Centrum Wolontariatu

Centrum zajmuje się promocją i organizacją wolontariatu, przede wszystkim wśród młodzieży. Poprzez aktywizowanie i edukację młodych ludzi dąży do wzmocnienia rozwoju społeczności lokalnej, w której działa. Obecnie koordynuje Szkolne Kluby Wolontariusza w sześciu szkołach, prowadzi program „Starszy Brat, Starsza Siostra”, który wspiera dzieci z ubogich rodzin, a także Punkt Pośrednictwa Pracy Wolontarystycznej i Pogotowie Naukowe. Animuje również działalność Młodzieżowej Akademii Aktywności i bierze udział w programie „Działaj Lokalnie” Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce.

Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy

„Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy” to kategoria, która pozwala przedsiębiorstwom zaprezentować samodzielnie całość swojej strategii społecznego zaangażowania i wszystkie działania podjęte w jej ramach w 2010 roku.

W XIV edycji Konkursu do tej kategorii zgłosiło się 18 firm, z których pięć zakwalifikowało się następnie pod obrady Kapituły. Eksperti najwyższej ocenili spójność działań w ramach społecznego zaangażowania firmy.

W przeciwieństwie do poprzednich kategorii, najbardziej popularną formą wsparcia udzielanego przez firmy okazało się w tym wypadku wsparcie rzeczowe (72%) oraz wolontariat pracowniczy (72%). Wsparcia finansowego udzielało 66% nominowanych firm.

Kompania Piwowska SA

Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy

Nominowany za:

- ▶ aktywizację i wsparcie organizacji pozarządowych w realizacji programów skierowanych do osób narażonych na wykluczenie społeczne,
- ▶ pracę na rzecz zwiększenia bezpieczeństwa ruchu drogowego,
- ▶ wsparcie finansowe przy organizacji działań społecznych, kulturalnych, edukacyjnych i sportowych,
- ▶ pracę na rzecz zwiększenia bezpieczeństwa ruchu drogowego.

Społeczne projekty, w które angażuje się Kompania Piwowska SA, stanowią element szerszej wizji odpowiedzialności biznesu, w której mieszczą się również: zmniejszanie śladu ekologicznego firmy, szacunek dla praw człowieka i lokalnych społeczności oraz przejrzystość informacji. W swoich przedsięwzięciach społecznych Kompania Piwowska SA kieruje się wizją firmy-obywatela, współodpowiedzialnej za środowisko, w którym funkcjonuje.

„Warto być za!” to istniejąca od 2006 roku inicjatywa wspierająca organizacje pozarządowe, które pomagają osobom najbardziej potrzebującym i zagrożonym marginalizacją społeczną. Programowi towarzyszą debaty eksperckie na temat wykluczenia społecznego, a jego głównym elementem jest konkurs dla organizacji pozarządowych, w którym nagrody są finansowane w 90% przez Kompanię Piwowską SA. Dzięki konkursowi Kompania Piwowska SA pomogła wesprzeć około 12 tysięcy osób. W ramach inicjatywy „Warto być za!” prowadzona jest również działalność informacyjno-edukacyjna, która ma na celu zwiększenie świadomości na temat problemu ubóstwa i wykluczenia społecznego. W 2007 roku program został objęty honorowym patronatem Rzecznika Praw Obywatelskich i został wpisany w obchody Międzynarodowego Dnia Walki z Ubóstwem.

W Kompanii Piwowskiej SA wolontariat jest obecny od 11 lat. Jedną z pierwszych inicjatyw wolontariackich była świąteczna akcja pod nazwą „Ekipa Świętego Mikołaja” – przed Świętami Bożego Narodzenia każdy z pracowników mógł zgłosić dowolną rodzinę, dla której były przygotowywane paczki świąteczne i osobiście przekazać podarunek.

Z czasem ta akcja przerodziła się w możliwość całorocznej pomocy potrzebującym, nie tylko w formie świątecznych paczek, lecz w formie rozmaitych projektów, dotyczących różnych obszarów. Od listopada 2008 roku jest to program wolontariatu pracowniczego o nazwie „Ekipa nie tylko od święta”. Obecnie Kompania Piwowska SA pomaga wspierać organizacje pozarządowe i instytucje publiczne w realizacji ich działalności statutowej. Cztery razy w roku pracownicy Kompanii mogą wybrać organizację, której chcieliby pomóc, i opracować projekt wsparcia. Firma umożliwia im współpracę z wybraną instytucją i zapewnia wsparcie finansowe lub organizacyjne. Do końca 2010 roku w jego realizację zaangażowało się niemal 230 wolontariuszy, którzy poświę-



cili w sumie 1 465 godzin na udzielenie pomocy niemal 3 500 osób. Pracownicy zorganizowali 46 projektów wolontariackich, na łączną kwotę prawie 300 tysięcy zł.

Od 2008 roku Kompania Piwowska SA angażuje się w walkę o zwiększenie bezpieczeństwa ruchu drogowego za pośrednictwem programu „Sprawdź promile”. Projekt ma na celu edukację kierowców oraz umożliwienie im samodzielnego sprawdzenia trzeźwości za pomocą aplikacji na komórkę. „Sprawdź promile” jest realizowany we współpracy z Tesco, Wydziałami Ruchu Drogowego

go Komend Wojewódzkich Policji oraz 300 korporacjami taksówkarskimi z całej Polski. Z kolei program prospołeczny „Żubr budzi Podlasie”, nawiązujący do nazwy produkowanego przez Kompanię Piwowską SA piwa Żubr, ma celu wyszukiwanie i wspieranie niestandardowych, autorskich pomysłów mieszkańców Podlasia na to, jakich konstruktywnych i pozytywnych zmian można dokonać w ich najbliższym otoczeniu.

Program wolontariatu pracowniczego

Kategoria, w której pracownicy mogą zgłosić swoich pracodawców za organizację programu wolontariatu pracowniczego, powstała z okazji Europejskiego Roku Wolontariatu 2011; wiąże się jednocześnie z przekonaniem organizatorów Konkursu o szczególnym znaczeniu wolontariatu dla społecznej odpowiedzialności biznesu. W obecnej edycji, w kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”, zostało zgłoszonych 14 firm, z których pięć zostało dopuszczonych pod obrady Kapituły Konkursu. O tym, kto został laureatem, zdecydowała publiczność w głosowaniu internetowym.

Oceniający nominacje eksperci ocenili najwyższą spójność podejmowanych przez firmy działań w ramach programów wolontariatu pracowniczego, docenili również jakość komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej przedsiębiorstw.

W niemal 80% przypadków działania wolontariuszy wiązały się z nieodpłatnym świadczeniem usług oraz udzielaniem pomocy rzeczowej.

W związku ze stworzeniem kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”, Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku 2010” uzyskał akceptację polskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych i został wpisany do Krajowego Planu Działania dla Europejskiego Roku Wolontariatu 2011 w Polsce – w ramach listy działań przewidzianych przez resorty i organizacje pozarządowe współpracujące w ramach Międzysektorowego Zespołu Roboczego ds. Europejskiego Roku Wolontariatu 2011, który utworzonego przy Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej jako Krajowym Organie Koordynującym dla ERW 2011.

Altix Sp. z o.o.

Program wolontariatu pracowniczego

Nominowany za:

- ▶ wspieranie zaangażowania społecznego pracowników,
- ▶ wszechstronne zaangażowanie we wspieranie osób niewidomych i niedowidzących, szczególnie poprzez:
 - tworzenie równych szans życiowych dla osób niepełnosprawnych poprzez ich rehabilitację zawodową i społeczną adaptację,
 - upowszechnianie wiedzy na temat edukacji, rehabilitacji i kompleksowej pomocy osobom niewidomym oraz słabo widzącym,
 - promocję zatrudnienia, aktywizację zawodową osób niewidomych i słabowidzących, które pozostają bez pracy lub zagrożone są jej utratą.



Firma Altix tworzyła w Polsce podwaliny branży tyfloinformatycznej, czyli informatyki dla niewidomych. Zajmuje się dystrybucją sprzętu elektronicznego dla osób niewidomych i niedowidzących, oferuje również produkty mówiące, laski dla niewidomych i systemy do udźwiękowienia otoczenia. Firma posiada własną drukarnię brajlowską i specjalizuje się w produkcji grafiki wypukłej dla niewidomych, np. wypukłych planów i map. Została założona w 1989 roku przez niewidomych informatyków i od tej pory pracuje na rzecz inwalidów wzroku, nie tylko dostarczając im profesjonalnych narzędzi pracy, ale również angażując się w działania społeczne na ich rzecz. W 2009 roku prezesa firmy Altix nagrodzono statuetką Srebrnego Superłodołamacza, a rok później został on wybrany „Człowiekiem bez barier 2010”.

Obecnie 38 osób zatrudnionych w firmie Altix bierze udział w programie wolontariatu pracowniczego „Widzieć Więcej”. Pomagają oni Fundacji Szansa dla Niewidomych poprzez organizację akcji społecznych, szkoleń, obsługę urządzeń informatycznych i tyfloinformatycznych, czy wspieranie osób niepełnosprawnych współpracujących

z Fundacją. Pracownicy Altix uczestniczyli również w konsultacjach i pracach wdrożeniowych Fundacji przy tworzeniu portalu społecznościowego Tyfosfera i pomagali przy otwarciu oraz wyposażeniu 10 punktów doradczych Fundacji.

Firma pomaga wielu instytucjom wspierającym osoby z inwalidztwem wzroku. Przekazuje dotacje szkołom dla niewidomych, zakładom pracy, które zatrudniają osoby niepełnosprawne czy oddziałom Polskiego Związku Niewidomych.

Pracownicy Altix wspierają również poszczególne osoby, na przykład pomagając wypełniać wnioski do Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, czy wspierając niewidome dzieci i młodzież w czasie wycieczki do Rzymu, w ramach konkursu „Jan Paweł II – orędownik radości i nadziei życia”. Altix oddelegował również swoich rehabilitantów m.in. do Rzymu i Międzobrodzia Żywieckiego, w związku z nagrodą w konkursie dla młodzieży niepełnosprawnej.

Od 2008 roku Altix pomaga zakładać i utrzymywać tzw. tyflopunkty, których celem jest pomoc niewidomym w znalezieniu i utrzymaniu pracy oraz zakładaniu własnych firm. Wolontariusze Altix zainstalowali w nich urządzenia tyfloinformatyczne i dbają o ich serwisowanie. Pracownicy firmy aktywnie uczestniczą również w organizacji corocznej międzynarodowej konferencji REHA for The Blind In Poland. Wielu z nich to wybitni przedstawiciele środowiska osób niepełnosprawnych, którzy często pojawiają się w mediach, promując nowoczesną rehabilitację i edukację dla niewidomych.

Pracownicy firmy pomagali m.in. w zbiórce specjalistycznego sprzętu (o wartości 300 tysięcy zł) dla niewidomych dzieci z Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Krakowie, którego pracownia tyfloinformatyczna została zniszczona podczas powodzi w 2010 roku. Zaangażowali się w projekt Tyflobus – Zobacz świat niewidomych, dzięki czemu możliwa była organizacja prawie 50 wydarzeń na terenie całej Polski, mających na celu pokazanie społeczeństwu, że niewidomi mogą być takimi samymi uczestnikami życia społecznego i zawodowego, jak osoby pełnosprawne.

Altix wspiera również swoich niepełnosprawnych pracowników, którzy stanowią około 40% zespołu. Firma organizuje krajowe i zagraniczne wyjazdy na konferencje, wystawy i spotkania ludzi niewidomych i ich opiekunów. Wspólnym tematem tych wyjazdów jest rehabilitacja inwalidów wzroku, a pracownicy firmy czynnie w nich uczestniczą. Altix co roku organizuje również konkursy dla pracowników-wolontariuszy w dwóch kategoriach: „Najlepszy współpracownik” i „Najlepszy profesjonalista”.

Jak mówi Paulina Biernat, jedna z uczestniczek programów wolontariatu pracowniczego: „Altix jest firmą, która nie kieruje się jedynie chęcią zysku. Jest silnie ideowo związana ze środowiskiem osób z dysfunkcją wzroku, ponieważ jako pierwsza stworzyła w Polsce tę branżę, informatykę dla niewidomych, czyli tyfloinformatykę.”

KILKA SŁÓW O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Przyłączmy się! Europejski Rok Wolontariatu 2011 a społeczna odpowiedzialność biznesu.



Paweł Łukasiak
► AKADEMIA
ROZWOJU
FILANTROPII
W POLSCE

Każda edycja Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku” jest dla nas szczególna. W tym roku postanowiliśmy włączyć się w obchody Europejskiego Roku Wolontariatu 2011, i specjalnie z tej okazji, dzięki inicjatywie Macieja Owczarka, Prezesa Zarządu ENEA SA, stworzyliśmy nową kategorię „Program wolontariatu pracowniczego”, która pozwoli nam wesprzeć promocję tej, naszym zdaniem niedocenianej, formy wolontariatu.

Europejski Rok Działalności Wolontariackiej na rzecz aktywnego obywatelstwa, zwany w skrócie Europejskim Rokiem Wolontariatu 2011, został ogłoszony przez Radę Europejską; jest ściśle powiązany z poprzedzającym go Europejskim Rokiem Walki z Ubóstwem i Wykluczeniem Społecznym, oraz z następującym po nim Europejskim Rokiem Aktywnego Starzenia się i Solidarności Międzypokoleniowej. W Polsce ten rok ma wyjątkowe znaczenie dla wzmocnienia społecznej aktywności obywateli i popularyzacji zaangażowania w działalność na rzecz innych, która wykracza poza okazjonalne przekazywanie datków. Stał się również jednym z priorytetów polskiej prezydencji w Unii Europejskiej, która rozpocznie się już w lipcu tego roku.

Europejski Rok Wolontariatu 2011 jest okazją do pokazania szerszej publiczności innowacyjnych, ciekawych form wolontariatu. Według autorów raportu Instytutu Spraw Publicznych, pt. Europejski Rok Wolontariatu w czasie polskiej prezydencji w UE. Koncepcja kampanii promocyjnej, w Polsce nadal pokutuje wizerunek wolontariatu, który sprowadza się do działalności o charakterze akcyjnym i charytatywnym (a więc pomocy w hospicjach czy domach dziecka, ewentualnie przy dużych, jednorazowych wydarzeniach). Jak się okazuje, przyjęło się uważać go za mało atrakcyjne zajęcie, ograniczające się do monotonnej pracy, która nie pozwala na rozwijanie własnych zainteresowań. Co ciekawe, autorzy raportu zwracają również uwagę na błędy organizacji pozarządowych, które nadal traktują wolontariuszy jako ciężar,

a nie jako wsparcie. Dlatego Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce angażuje się w działania, które mają pokazać, że wolontariat to coś znacznie więcej niż „chodzenie z puszką” (choć ta forma pomocy też jest oczywiście potrzebna!), a wolontariusze mogą naprawdę wnieść nową jakość, swoją wiedzę i umiejętności, do działań społecznych.

Postanowiliśmy więc uczcić Europejski Rok Wolontariatu 2011, poprzez stworzenie nowej kategorii w Konkursie o tytuł „Dobroczyńca Roku”, która pozwoli nam promować wolontariat pracowniczy. Z pewnością niewielu osobom przychodzi na myśl akurat ta forma działalności, kiedy myślą o zaangażowaniu się w pomoc innym. A przecież jego znaczenia nie da się przecenić! Wolontariat pracowniczy pomaga zintegrować zespół i wzmocnić motywację pracowników, ale przede wszystkim pozwala osobom zatrudnionym przez daną firmę, nawiązać prawdziwie głębokie i znaczące relacje z przedstawicielami środowiska lokalnego, przyczyniając się w ten sposób do wzmocnienia społeczeństwa obywatelskiego. Nie możemy też zapomnieć o wymiarze edukacyjnym wolontariatu pracowniczego, który – jak pokazują przykłady naszych finalistów i laureatów – uczy, jak diagnozować problemy i szukać najlepszych rozwiązań, tworzonych w partnerstwie z tymi, którym chcemy pomóc.

Najlepiej przedstawić zagadnienie poprzez przykład, przyjrzyjmy się więc kilku z nich. W tegorocznej edycji Konkursu eksperci, Kapituła i Internauci nagrodzili projekty, które wyróżniały się właśnie oddaniem inicjatywy w ręce pracowników i położeniem nacisku na współpracę długodystansową z osobami i instytucjami, które zdecydowano się wspierać. Jednocześnie większość działań podejmowanych w ramach wolontariatu pracowniczego miała związek z tym, czym zajmuje się firma, w której wolontariusze pracują. Na przykład firma Altix, która zajmuje się dystrybucją sprzętu elektronicznego przeznaczonego dla osób niedowidzących, pomaga niewidomym i słabowidzącym również w ramach swojej działalności społecznej. 70% jej pracowników uczestniczy w projekcie wolontariatu „Widzieć Więcej” i pracuje społecznie jako instruktorzy na wyjazdach rehabilitacyjnych. Wolontariusze z Altix przyczynili się również do powstania portalu społecznościowego dla niewidomych i wciąż aktywnie angażują się w walkę o lepszy dostęp do usług osób z inwalidztwem wzroku. Telekomunikacja Polska stworzyła z kolei projekt „W trosce o innych”, w ramach którego jej pracownicy od siedmiu lat działają społecznie. Wśród projektów przez nich realizowanych są organizowa-

Postanowiliśmy uczcić Europejski Rok Wolontariatu 2011, poprzez stworzenie nowej kategorii w Konkursie, która pozwoli nam promować wolontariat pracowniczy.

ne w szkołach lekcje na temat bezpieczeństwa sieci i tworzenie kolorowych światełek w szpitalach dziecięcych oraz przygotowanie gwiazdkowych prezentów dla chorych dzieci. Warto też zwrócić tu uwagę, że Telekomunikacja Polska zorganizowała konkurs grantowy dla swoich pracowników, którzy mogli dzięki niemu zrealizować ponad 100 akcji społecznych według własnych pomysłów. Także Bank Handlowy w Warszawie SA (Citi Handlowy) położył szczególny nacisk na oddanie inicjatywy swoim pracownikom. Prowadzony od sześciu lat przez bank program wolontariatu pracowniczego stawia na projekty tworzone przez wolontariuszy, które są ulokowane w lokalnych społecznościach i zakładają długoletnią współpracę wolontariuszy z partnerami lokalnymi. Warto w tym miejscu zwrócić również uwagę na fakt, że laureat tegorocznej edycji Konkursu w kategorii „Strategiczne programy społeczne zaangażowania firmy” został doceniony przez Kapitułę m.in. za organizowanie programu wolontariatu pracowniczego, który w kwestii doboru projektów również oddaje inicjatywę samym pracownikom.

Aby jeszcze dobitniej zachęcać przedsiębiorców – i nie tylko – do włączania się w wolontariat, wraz z Maciejem Owczarkiem, Prezesem Zarządu ENEA SA, zainicjowaliśmy również powstanie projektu „Koalicja Prezesi-wolontariusze 2011”. Pragniemy za jej pośrednictwem promować aktywność obywatelską i wolontariat – ponownie – poprzez przykład. Tym razem przykład dają prezesi dużych polskich firm, którzy mają na celu nie tylko promowanie wolontariatu i społecznej odpowiedzialności biznesu, ale również wypracowanie stanowiska biznesu w debacie towarzyszącej obchodom Europejskiego Roku Wolontariatu 2011. Działamy w oparciu o portal www.dobrybiznes.info i wciąż pracujemy na rzecz tworzenia platformy współpracy i wymiany doświadczeń w zakresie społecznego zaangażowania biznesu oraz popularyzowania postaw wolontariackich w środowisku przedsiębiorców.

Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce nie zapomina również o wspieraniu innowacyjnych form wolontariatu. Już od dwóch lat jesteśmy partnerem Fundacji Dobra Sieć przy tworzeniu portalu www.e-wolontariat.pl i promocji wirtualnego wolontariatu jako pełnoprawnej formy wspierania organizacji pozarządowych i całego społeczeństwa obywatelskiego. Nasze wszystkie działania na rzecz wolontariatu wynikają z przekonania, że po prostu warto je wspierać dla dobra publicznego. Wszyscy jesteśmy obywatelami odpowiedzialnymi za swoje otoczenie społeczne, więc czas zakasać rękawy i brać się do pracy, nie tylko przy okazji Europejskiego Roku Wolontariatu 2011!

WIN-WIN-WIN: Wygrywaj potrójnie z wolontariatem pracowniczym

Społeczna odpowiedzialność biznesu to strategia zarządzania firmą oparta na zasadzie win-win, wygrany-wygrany. Trawersując tę definicję, można powiedzieć, że mieszczące się w ramach strategii CSR programy wolontariatu pracowniczego oparte są na zasadzie potrójnej wygranej.

Dobrze zaprojektowany program wspierający społeczne zaangażowanie pracowników daje trójstronne korzyści: firmie, pracownikom i społeczności lokalnej.

Wygrana: zaangażowanie, lojalność, integracja

W zależności od potrzeb i profilu firmy można zaplanować program wolontariatu tak, aby budował on jej kapitał ludzki. Coraz częściej programy wolontariatu pracowniczego świadomie włączane są do strategii zarządzania zasobami ludzkimi w firmie. Działania społeczne mogą pozytywnie wpływać na zaangażowanie pracowników, zwiększać ich motywację, integrować zespół, wreszcie mogą wspierać rekrutację i pomagać w utrzymaniu najcenniejszych pracowników. Ważne jest, aby dobrze zdefiniować potrzeby firmy w tym zakresie i dobrać do nich odpowiednie działania. Przykładem mogą być coraz częściej organizowane wyjazdy integracyjne oparte o działania społeczne, a także włączanie pracowników w programy społeczne realizowane przez firmę. Pracownicy Danone biorą udział w ogólnopolskiej zbiórce żywności organizowanej w ramach programu „Podziel się Posiłkiem”, z kolei pracownicy Banku Handlowego w Warszawie SA (Citi Handlowy) – w Światowym Dniu Citi dla Społeczności; w obu akcjach udział mogą wziąć także rodziny i przyjaciele pracowników. Ważne jest, że są to działania zrytualizowane, integrujące pracowników wokół ważnych i uni-



Agnieszka Ciżła
► INWESTYCJE
SPOŁECZNE

Coraz częściej programy wolontariatu pracowniczego świadomie włączane są do strategii zarządzania zasobami ludzkimi w firmie.

wersalnych wartości, budujące poczucie wspólnoty i zaangażowanie w walkę z konkretnymi problemami społecznymi w ich otoczeniu.

Wygrana: satysfakcja, samorealizacja, prestiż

Coraz więcej czasu spędzamy w pracy, realizujemy się zawodowo, rozwijamy wiedzę i umiejętności, nawiązujemy relacje, które często wykraczają poza miejsce pracy. Udział w programie wolontariatu pracowniczego może wspierać realizację pasji i zainteresowań, wzmacniać poczucie własnej wartości, a przede wszystkim, dawać ogromną satysfakcję z pomocy innym. Dodatkowo, włączając w działania społeczne rodzinę i najbliższych, możemy ciekawie spędzić czas i kształtować postawy obywatelskie. Pracownicy Grupy TP w ramach programu „Telefon do Mamy” odwiedzają oddziały dziecięce w polskich szpitalach. Niesienie pomocy najmłodszym w chorobie daje pracownikom dużą satysfakcję i napełnia ich poczuciem dumy. Program wolontariatu może być także czynnikiem budującym prestiż pracownika w jego otoczeniu społecznym. W Grupie Enea specjalnie wyszkoleni pracownicy-wolontariusze prowadzą pokazy ratownictwa przedmedycznego w szkołach i podczas imprez plenerowych. Ratownik medyczny, który dzieli się swoją wiedzą i umiejętnościami w celu zwiększenia bezpieczeństwa, postrzegany jest jako ważny i potrzebny członek społeczności lokalnej.

Wygrana: pomoc, specjaliści, rozwój

Współpraca z pracownikami-wolontariuszami to olbrzymia szansa dla organizacji i instytucji społecznych, na rzecz których oni pracują. Z jednej strony jest to wsparcie w wymiarze konkretnej liczby godzin czy dni, rozszerzenie zespołu i możliwość działania na większą skalę. Z drugiej jest to także często wsparcie specjalistyczne, eksperckie. Organizacja działająca na rzecz dobra wspólnego może korzystać z wiedzy i umiejętności wolontariuszy, a poprzez kontakt ze środowiskiem biznesu podwyższać standardy swojego działania, zwiększać know-how. Na przykład w Microsoft działa projekt „Praca na rzecz organizacji pozarządowych”, w ramach którego pracownicy świadczą profesjonalną pomoc informatyczną dla NGO-sów. Natomiast wolontariusze Banku Handlowego w Warszawie SA (Citi Handlowy) wspierają programy edukacji ekonomicznej prowadzone przez powołaną przez bank Fundację Kronenberga. Kompetentni pracownicy, specjaliści w dziedzinie ekonomii i finansów, konsultują materiały edukacyjne oraz prowadzą warsztaty dla dzieci i młodzieży.

Każdy wygrywa

Programy wolontariatu pracowniczego mogą przybierać bardzo różnorodną formę i skalę, są propozycją zarówno dla dużych i małych firm; budują dwa bardzo ważne kapitały: ludzki i społeczny, a także wspierają rozwój pracowników i organizacji społecznych. Nie dziwi zatem, że cieszą się coraz większym zainteresowaniem. Potwierdza to liczba i zróżnicowanie wniosków, które zostały zgłoszone w nowej kategorii „Wolontariat pracowniczy” w ramach Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku”. Zachęcam firmy, pracowników i organizacje społeczne do wspólnej pracy na rzecz innych, wtedy każdy wygrywa.

CSR, czyli **współpraca w społeczności**

Kilka lat temu rozmawialiśmy z Pawłem Łukasiakiem, prezesem ARFP, o znaczeniu angielskiego słowa „social”, które występuje w zwrocie „corporate social responsibility”. Mówiliśmy wtedy, że być może zbyt pochopnie przetłumaczono go jako „społeczną odpowiedzialność biznesu”.



Agata Stafiej-Bartosik
► MENEĐZER
W ZESPOLE DS.
ZRÓWNOWAĐONEGO
ROZWOJU
I ODPOWIEDZIALNO-
ŚCI BIZNESU,
PWC SP. Z O.O.

Język angielski nie odróżnia bowiem, w przeciwieństwie do języka polskiego, dwóch słów o zgoła odmiennych znaczeniach, jakimi są przymiotniki „społeczny” i „społecznościowy”. Tymczasem odpowiedzialność społeczna firm w dużej mierze opiera się na ich funkcjonowaniu w społecznościach. Społecznościach lokalnych, ale także w społeczności biznesowej, czy w społeczności jaką stanowią pracownicy, klienci i konsumenci. Można właściwie pokusić się o twierdzenie, że niemal każda z grup interesariuszy firmy stanowi swoistą społeczność, której członkiem (chcianym lub nie) jest przedsiębiorstwo. Wraz z rozwojem Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku” ten społecznościowy aspekt odpowiedzialności przedsiębiorstw, wydaje się być coraz bardziej widoczny. Ot, choćby głosowanie, które od XI edycji może przebiegać drogą internetową, włączając internautów w nagradzanie szczególnie zasłużonych firm. Konkurs od samego początku promuje współpracę firm z organizacjami pozarządowymi, ale wprowadzona w 2007 roku kategoria „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy”, w której wyróżniane zostają przedsiębiorstwa angażujące się w działania na rzecz lokalnej społeczności, najlepiej oddaje społecznościowy charakter polskiej dobroczynności przedsiębiorstw. Również firmy nagrodzone w tym roku to te, które swoich programów z zakresu społecznego zaangażowania nie projektują z za biurka. Wszystkie projekty, które zyskują uznanie Kapituły i internautów to te, które uwzględniają głos i realne potrzeby otoczenia. Korzystają w tym celu z różnorodnych narzędzi – począwszy od najbardziej klasycznych w otoczeniu biznesowym badań marketingowych, poprzez konsultacje, wywiady, profile w portalach społecznościowych. Formuła wielu inicjatyw nagradzanych w konkursie, zakładała interakcję i dialog firmy z otoczeniem. Nawet wydawałoby się prosty konkurs grantowy, jest sposobem na

Społeczna odpowiedzialność firm ewoluuje w stronę przejrzystego informowania i angażowania interesariuszy, aż po włączanie ich w pewnych obszarach w decyzje o działaniach firmy.

zbieranie informacji, kto wokół nas działa w określonych obszarach, jakie są potrzeby, jakie tematy pomocy, a jakie możliwe obszary współpracy. Społeczna odpowiedzialność firm zdecydowanie ewoluuje w stronę przejrzystego informowania i angażowania interesariuszy, aż po włączanie ich w pewnych obszarach w decyzje o działaniach firmy. Raport społeczny, będący pierwszym krokiem do dialogu z otoczeniem, niejednokrotnie stanowi pretekst do rozpoczęcia wymiany poglądów i oczekiwań pomiędzy firmą a społecznością, w której ta funkcjonuje. Coraz więcej przedsiębiorstw w Polsce decyduje się też na przeprowadzenie ustrukturyzowanego procesu dialogu z interesariuszami – w ubiegłym roku decyzję taką podjęły aż cztery firmy, podczas gdy przez wiele lat mieliśmy w Polsce tylko jednego czempiona dialogu. Polska odpowiedzialność biznesu zmienia się, i śmiało można powiedzieć, że nasza społecznościowa intuicja sprzed lat – co widać choćby w wynikach tegorocznej edycji Konkursu – stała się rzeczywistością.

CSR wchodzi do pierwszej ligi



Anna Barbara Wróbel
► MCKINSEY
& COMPANY

Od kilku lat, jako ekspert, oceniam wnioski zgłaszane przez przedsiębiorstwa i organizacje do Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku”. Z roku na rok zauważam coraz wyższy poziom Konkursu, a przegląd przeszłych raportów oraz sylwetek laureatów Konkursu pokazuje niezwyklej ewolucję polskiego „społecznego zaangażowania firm”.

Cieszy zwłaszcza mocniejsze umocowanie społecznego zaangażowania w strategiach firm i podniesienie jakości zarządzania tą dziedziną, np. jasne zdefiniowanie odpowiedzialności za poszczególne elementy programów, czy też planowanie i rozliczanie efektów prowadzonych działań. CSR zajmuje nadal pozycję „młodszego brata” w stosunku do innych obszarów strategii firm, ale też coraz częściej pojawia się w agendach zarządów. Wiele jest firm bardzo zaawansowanych w „uczenie się” CSR-u. Menedżerowie coraz lepiej rozumieją język CSR-u i powiązanie społecznego zaangażowania firmy z reputacją, poziomem zaangażowania pracowników, czy też lojalnością klientów i partnerów biznesowych. Z kolei zespoły odpowiedzialne za CSR potrafią sprawnie wykorzystywać dobre praktyki zarządzania do realizacji swoich działań, a zarządy przestają stosować wobec społecznego zaangażowania taryfę ulgową, wymagając przejrzystego monitorowania i raportowania działań CSR-owych.

Wyraźnie widać, że w Polsce rośnie apetyt na dobre i dobrze zarządzane programy CSR-owe. I mam nadzieję, że efekt dalszego rozwoju tego sektora zaobserwujemy w kolejnych edycjach Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku”.

Życzę więc nam wszystkim, entuzjastom społecznego zaangażowania biznesu, żeby w kolejnych latach w Konkursie startowało coraz więcej firm. Sam udział w Konkursie jest nagrodą – analiza kryteriów to dobry sprawdzian, a jednocze-

śnie podpowieź, jakie obszary zarządzania CSR-em należy wzmacniać. Zachęcam więc do lektury formularza zgłoszeniowego Konkursu i refleksji nad status quo własnej strategii CSR. Po takiej lekturze, dość szybko (negatywnie) weryfikuje się przekonanie, że kluczem do sukcesu jest duży budżet.

Liczę też, że w Konkursie będzie pojawiało się coraz więcej małych i średnich firm. To one stanowią trzon lokalnych społeczności. Często też są bliżej lokalnych problemów, lub ze względu na ulokowanie w niszy rynkowej, mogą angażować się w działania o specyficznej tematyce lub formie. Takie firmy, czasem ze względu na bardziej ograniczony potencjał finansowy albo organizacyjny, znajdują bardzo innowacyjne formy zaangażowania – w tym m.in. nawiązując ściślejszą współpracę z organizacjami pozarządowymi, czy też budując koalicje lub konsorcja na poziomie lokalnym.

Z drugiej strony chciałabym żeby Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku” odpowiednio podnosił poprzeczkę, w miarę poprawy ogólnego poziomu zarządzania społecznym zaangażowaniem. Warto przyjrzeć się uważniej doborowi tematyki zaangażowania, formatu i skali działania firmy, czy też kwestii koncentracji oraz efektywnego rozliczania inwestycji CSR-owych. Firmy uczą się też równoważyć zewnętrzne i wewnętrzne motywacje do działania (np. reputacja firmy i/lub motywacja pracowników). Widać wahanie między działaniami w pełni samodzielnymi, a ścisłą współpracą z partnerskimi organizacjami pozarządowymi. To wszystko ważne wybory, które wymagają ogromnego zaufania współpracujących stron oraz wielu rozmów, często na poziomie zarządu firmy. Polscy Dobroczyńcy ich nie unikają, a w Konkursie warto to doceniać.

Noblesse oblige, czyli szlachectwo zobowiązuje, a raz wypracowane standardy warto popularyzować, trochę przyjmując na siebie rolę mentora. Od wielu lat zastanawiam się, jak usprawnić wymianę dobrych praktyk i wzajemne uczenie się firm. Być może obok Konkursu powinna powstać Akademia Dobroczyńcy, w ramach której praktycy reprezentujący seryjnych laureatów powinni szkolić mniej doświadczonych kandydatów i studentów, przyszłych menedżerów?

Kiedyś myślałam o rozwoju polskiego CSR-u jak o maratonie, w którym zwycięża wytrzymały i sprawny zawodnik, który umiejętnie rozkłada energię. Dziś dostrzegam, także dzięki Konkursowi, że społeczne zaangażowanie rozwija się niczym igrzyska olimpijskie, na których jest miejsce dla wielu dyscyplin i wyspecjalizowanych sportowców. Jedno pozostaje bez zmian – trzeba wstać z miejsca i zacząć trening.

Małe i średnie firmy, czasem ze względu na bardziej ograniczony potencjał finansowy albo organizacyjny, znajdują bardzo innowacyjne formy zaangażowania.

ORGANIZACJE NOMINOWANE DO XIV EDYCJI KONKURSU

Współpraca firmy z organizacją pozarządową – firma mała/średnia

FIRMA NOMINOWANA	NOMINUJĄCY	MIEJSCOWOŚĆ
Asseco Business Solutions SA	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Lublin
Biuro Studiów i Projektów Energetycznych „Energoprojekt-Warszawa” SA	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Warszawa
Firma Cukiernicza „Solidarność” Sp. z o.o. w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Lublin
Fundacja im. Leszka Podkańskiego w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Lublin
Fundacja PGNiG SA im. Ignacego Łukasiewicza	Fundacja Rozwoju Wolontariatu	Warszawa
Fundacji BNP Paribas Fortis	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci – Zarząd Główny	Warszawa
Gemini Holdings Sp. z o.o.	Stowarzyszenie „U Siemachy”	Kraków
Green Factory Artur Rytel	Fundacja Polska-Haiti	Załuski
Krajowa Izba Rozliczeniowa SA	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Warszawa
Marco	Stowarzyszenie Centrum Młodzieży Arka w Radomiu	Radom
Nadleśnictwo Góra Śląska	Fundacja Pomocy Szkole im. Edwarda Machniewicza w Górze	Góra
Ochnik	Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom	Garwolin

→ Współpraca firmy z organizacją pozarządową – firma mała/średnia

Ogrody XXI, Maxima Polska	Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych CRIS	Rybnik
Orlen Projekt SA	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Płock
Paul Hartmann Polska Sp. z o.o.	Fundacja Niepełnosprawnych Sanus	Pabianice
PGE Górnictwo i Energetyka Konwencjonalna SA w Bełchatowie Oddział Elektrociepłownia Lublin Wrotków	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Lublin
PGE Obrót SA z siedzibą w Rzeszowie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Rzeszów
Platan Group Sp. z o.o.	Fundacja Rozwoju Kapitału Społecznego	Warszawa
Polskie Mięso i Wędliny Oddział w Lubajnach	Fundacja Niepełnosprawnych Sanus	Ostróda
PPUH Kombinat Budowlany Sp. z o.o.	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Białystok
Pryzmat Sp. z o.o.	Fundacja Polska Akcja Humanitarna	Wrocław
Spółdzielcza Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa im. Zygmunta Chmielewskiego w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Lublin
STARCOM Sp. z o.o. Dom Mediowy	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Warszawa
Teatr Kamienica S.k.	Fundacja „Tęczowy Dom”	Warszawa
Tetra Pak Sp. z o.o.	Fundacja Niepełnosprawnych Sanus	Warszawa
Vedim Sp. z o.o.	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Warszawa
ZenithOptimedia Group	Fundacja Polska Akcja Humanitarna	Warszawa

Współpraca firmy z organizacją pozarządową – firma duża

FIRMA NOMINOWANA	NOMINUJĄCY	MIJESCOWOŚĆ
Bank Spółdzielczy w Stalowej Woli	Stowarzyszenie Na Rzecz Osób Szczególnej Troski „Nadzieja”	Stalowa Wola
Danone Sp. z o.o.	Federacja Polskich Banków Żywności	Warszawa
Dr. Oetker Polska	Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce w Polsce	Gdańsk
Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie SA	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Warszawa
LPP SA	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Gdańsk
PGE Polska Grupa Energetyczna SA	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Warszawa
Pioneer Pekao TFI SA	Fundacja Pożywienie Darem Serca	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci, Pomorski Oddział Regionalny	Gdańsk
PKO Bank Polski SA	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci, Oddział Praga Południe	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Stowarzyszenie Mali Bracia Ubogich	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Stowarzyszenie Pomocy Osobom Niepełnosprawnym i Ich Rodzinom	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Fundacja „Pro Salute”	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Słupskie Stowarzyszenie „Amazonka”	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Polski Komitet Pomocy Społecznej, Stowarzyszenie Charytatywne. Warmińsko-Mazurski Zarząd Wojewódzki w Olsztynie	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci, Oddział Miejsko-Gminny w Górze	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Rotary Klub Szczecin-Pomerania	Warszawa

→ Współpraca firmy z organizacją pozarządową – firma duża

PKO Bank Polski SA	Klub Sportowy Pamara Boccia w Lublinie	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci Warmińsko-Mazurski Oddział Regionalny	Warszawa
PKO Bank Polski SA Centrala w Warszawie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Warszawa
PKO Bank Polski SA i Inteligo Financial Services SA	Fundacja Rozwoju Kardiologii im. prof. Zbigniewa Religi	Warszawa
PKO Bank Polski SA Regionalny Oddział Detaliczny w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Lublin
Polkomtel SA	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Warszawa
Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych SA	Polskie Stowarzyszenie Ludzi Cierpiących na Padaczkę – Zarząd Główny	Warszawa
Spółdzielcza Mleczarnia Spomlek w Radzynie Podlaskim	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie	Radzyń Podlaski

Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy

FIRMA NOMINOWANA	NOMINUJĄCY	MIJESCOWOŚĆ
Ambra SA	Fundacja Fundusz Lokalny Ziemi Biłgorajskiej	Biłgoraj
Bałtycki Bank Spółdzielczy w Darłowie	Darłowskie Centrum Wolontariatu	Darłowo
Bank Spółdzielczy w Wołczynie	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Dolina Stobrawy	Wołczyn
Biłgorajska Agencja Rozwoju Regionalnego SA	Fundacja Fundusz Lokalny Ziemi Biłgorajskiej	Biłgoraj
INS-BUD Sp. j.	Nidzicki Fundusz Lokalny	Nidzica
Marco	Stowarzyszenie Centrum Młodzieży Arka w Radomiu	Radom
Ogrody XXI Maxima Polska	Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych CRIS	Rybnik
PieM PROJEKT Paweł Mitura-Zielonka	Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych CRIS	Rybnik

→ Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy

PKO Bank Polski SA	Rodzinny Dom Dziecka Nr 4	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Zespół Szkół Publicznych w Zagłobie	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Polski Komitet Pomocy Społecznej. Stowarzyszenie Charytatywne. Warmińsko-Mazurski Zarząd Wojewódzki w Olsztynie	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Rejonowa Stacja Pogotowia Ratunkowego w Poznaniu	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci, Pomorski Oddział Regionalny	Gdańsk
PKO Bank Polski SA	Gminna Biblioteka Publiczna w Wilkowie	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Stowarzyszenie Pomocy w Problemach Życiowych	Warszawa
PKO Bank Polski SA	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci, Warmińsko-Mazurski Oddział Regionalny	Warszawa
Spółdzielcza Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa im. Ks. F. Blachnickiego w Zamościu	Stowarzyszenie Czajnia	Zamość

Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy

FIRMA NOMINOWANA	NOMINUJĄCY	MIEJSCOWOŚĆ
Altix Sp. z o.o.	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Avon Cosmetics Polska	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Bank BPH	Samodzielna nominacja firmy	Kraków
Bank Zachodni WBK SA	Samodzielna nominacja firmy	Wrocław
Dom Maklerski IDM SA	Samodzielna nominacja firmy	Kraków
Fundacja Dbam o Zdrowie	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Fundacja Muszkieterów (fundacja korporacyjna Bricomarche)	Samodzielna nominacja firmy	Poznań

→ Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy

Fundacja Ronalda McDonalda	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Kompania Piwowarska SA	Samodzielna nominacja firmy	Poznań
Metro Group	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Microsoft Sp. z o.o.	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Partnerstwo dla Zdrowia – koalicja firm: Danone, Biedronka, Lubella i instytucji: Instytutu Matki i Dziecka	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
PKO BP SA	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	Samodzielna nominacja firmy	Płock
Procter & Gamble DS Poland Sp. z o.o.	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Totalizator Sportowy Sp. z o.o.	Samodzielna nominacja firmy	Warszawa
Wawel SA	Samodzielna nominacja firmy	Kraków

Program wolontariatu pracowniczego

FIRMA NOMINOWANA	NOMINUJĄCY	MIEJSCOWOŚĆ
Altix Sp. z o.o.	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
Bank BPH	Pracownik-wolontariusz	Kraków
Bank Gospodarstwa Krajowego	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
Bank Handlowy w Warszawie SA (Citi Handlowy)	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
Danone Sp. z o.o.	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
Fundacja BRE Banku	Pracownik-wolontariusz	Warszawa

→ Program wolontariatu pracowniczego

Grupa Kapitałowa GlaxoSmithKline	Pracownik-wolontariusz	Poznań/ Warszawa
Kompania Piwowarska SA	Pracownik-wolontariusz	Poznań
Kredyt Bank SA	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
PwC Sp. z o.o.	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
Provident	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
Schenker Sp. z o.o.	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
Telekomunikacja Polska SA	Pracownik-wolontariusz	Warszawa
Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji WARTA SA	Pracownik-wolontariusz	Warszawa

PROMOCJA XIV EDYCJI KONKURSU

Od momentu rozpoczęcia XIV edycji Konkursu informacje na jego temat publikowane były na portalach związanych z organizacjami pozarządowymi, CSR-em i na licznych lokalnych portalach internetowych. Przeprowadzono szeroką promocję w mediach elektronicznych i tradycyjnych. Kampania promocyjna opierała się w dużej mierze na współpracy z patronami medialnymi, za pośrednictwem których mogliśmy przekazać zainteresowanym stronom informacje dotyczące założeń, zasad udziału w Konkursie i jego harmonogramu:

- ▶ interaktywne banery i informacje prasowe na temat Konkursu pojawiły się na stronach ngo.pl, wyborcza.biz, wyborcza.pl, brief.pl, forbes.pl oraz na portalu CSRinfo i stronie Facebook CSRinfo,
- ▶ informacje prasowe i interaktywne banery pojawiły się również na wielu branżowych stronach internetowych, poświęconych przedsiębiorczości i społecznej odpowiedzialności biznesu,
- ▶ za pośrednictwem Stowarzyszenia Gazet Lokalnych informację prasową przekazano do sześćdziesięciu wydawców, którzy reprezentowali łącznie ponad 100 tytułów,
- ▶ informację prasową rozesłano również do blisko 300 rozgłośni radiowych, stacji telewizyjnych, tytułów prasowych, portali internetowych i agencji prasowych oraz ok. 170 mediów o zasięgu regionalnym i lokalnym,
- ▶ na przełomie listopada i grudnia 2010 roku stacja TVN CNBC oraz TVP Biznes wyemitowały wywiady na żywo z Pawłem Łukasiakiem, prezesem Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce, na temat społecznej odpowiedzialności biznesu i Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku 2010”,
- ▶ przedstawiciele Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce oraz zaproszeni przez nich goście wypowiedzieli się w wielu audycjach radiowych, programach o zasięgu ogólnopolskim oraz lokalnym (Program III Polskiego Radia, Radio Warszawa, Tok FM),
- ▶ o możliwości udziału w Konkursie, o jego kolejnych etapach i o głosowaniu internetowym informowaliśmy również bezpośrednio, rozsyłając setki newsletterów elektronicznych do ponad 500 organizacji pozarządowych, przedsiębiorstw i portali PR. Informacja o rozpoczęciu naboru wniosków zgłoszeniowych pojawiła się również w newsletterach partnerów konkursu (m.in. PKPP Lewiatan, BCC, wyborcza.biz) oraz na stronach specjalistycznych (np. www.csrinfo.pl, www.odpowiedzialnafirma.pl).

Chcieliśmy pokazać, jak ważne jest aktywne angażowanie się firm w działalność społeczną, i jak wiele firm ideał zaangażowania społecznego realizuje.

Działania promocyjne skierowane zostały do przedsiębiorców, działaczy organizacji pozarządowych i opinii publicznej. Naszym celem było nie tylko promowanie samego Konkursu wśród potencjalnych zainteresowanych organizacji i firm, ale przede wszystkim, jak najszerze propagowanie idei społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Chcieliśmy pokazać, jak ważne jest aktywne angażowanie się firm w działalność społeczną, i jak wiele firm ideał zaangażowania społecznego realizuje.

W promocji położony został duży nacisk na informowanie o inicjatywie za pomocą nowych mediów oraz portali społecznościowych. Na potrzeby konkursu powstał „fan page” Konkursu w serwisie społecznościowym Facebook, gdzie na bieżąco informujemy o działaniach konkursowych, jednocześnie zapraszając firmy do udziału (www.facebook.com/DobroczyznaRoku). Kampania promocyjna na Facebooku dostosowana jest do specyfiki nowych mediów oraz serwisów społecznościowych. Jednocześnie, działania promocyjne i informacyjne prowadzone były na bieżąco na stronie głównej Konkursu www.dobroczyznaroku.pl.

Laureaci Konkursu, wybrani przez Kapitułę Konkursu oraz internautów, zostali uhonorowani tytułem i statuetką „Dobroczyńca Roku 2010” podczas Gali Finałowej, która odbyła się 23 maja 2011 roku w Teatrze Kamienica w Warszawie. Po raz pierwszy, dzięki wprowadzeniu nowej kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”, nagrodziliśmy najlepszego organizatora wolontariatu pracowniczego. W uroczystości uczestniczyli przedstawiciele organizacji pozarządowych, świata biznesu, i mediów. Odbierający statuetkę „Dobroczyńca Roku” z rąk członków Kapituły Konkursu przedstawiciele firm i współpracujących z nimi organizacji podzielili się z pozostałymi gośćmi swoimi doświadczeniami w realizacji działań społecznych. Galę poprowadzili dziennikarze telewizji biznesowej TVN CNBC Katarzyna Karpa-Świderek i Jan Niedziałek, a wieczór uświetnił swoim występem zespół Me Myself and I.

DARCZYŃCY I PARTNERZY KONKURSU

DARCZYŃCA KONKURSU



PARTNER GŁÓWNY KONKURSU



AUDYTOR PROCEDUR KONKURSOWYCH



PARTNERZY KONKURSU



ORGANIZACJE WSPIERAJĄCE



PARTNER ARTYSTYCZNY



PATRONI MEDIALNI



Konkurs wspiera Stowarzyszenie Gazet Lokalnych

DZIĘKUJEMY!

Jak co roku lista instytucji i osób, którym należą się podziękowania za wspieranie Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku”, jest długa. Pomimo 14 lat istnienia, Konkurs cieszy się niesłabnącym powodzeniem i ogromnym wsparciem, co najlepiej świadczy o wadze społecznej zaangażowania firm w Polsce.

Składamy szczególne podziękowania Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, która patronuje kategorii „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy”. Bez wsparcia PAFW i jej pracowników Konkurs nie byłby tym, czym jest. Dziękujemy także partnerowi głównemu Konkursu, ENEA SA, który przyczynił się do powstania kategorii „Program wolontariatu pracowniczego” i wspierał nas przez cały czas trwania XIV edycji.

Dziękujemy również naszym wieloletnim partnerom: Business Centre Club, Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan oraz Polskiej Radzie Biznesu, za zaangażowanie we wspieranie Konkursu na każdym jego etapie i nieocenioną pomoc merytoryczną.

Gorąco dziękujemy członkom honorowej Kapituły Konkursu i ekspertom, którzy poświęcili swój wolny czas i energię, aby dokładnie przestudiować zgłoszenia i rzetelnie je ocenić. Wielu z nich jest z nami od lat.

O wyborze laureatów Konkursu zdecydowali również internauci, którzy jak zwykle – już po raz siódmy – tłumnie ruszyli do głosowania. Pragniemy tu podziękować im wszystkim za zainteresowanie głosowaniem internetowym i aktywne włączenie się w wybór firm najbardziej odpowiedzialnych w 2010 roku.

Jak co roku powodzenie Konkursu jest również dziełem naszych patronów medialnych, którzy pomagali nam komunikować o naborze wniosków, głosowaniu i przebiegu Konkursu oraz o społecznej odpowiedzialności biznesu w ogóle. Dziękujemy za doskonałą współpracę portalowi organizacji pozarządowych ngo.pl, portalowi CSR.info, portalom „Gazety Wyborczej”: wyborcza.biz i wyborcza.pl, miesięcznikowi „Forbes”, magazynowi „Brief” oraz telewizji TVN CNBC. Pragniemy podziękować również Stowarzy-

szeniu Gazet Lokalnych za współpracę redakcyjną przy promocji Konkursu.

Dziękujemy naszemu audytorowi, firmie Ernst & Young, za czuwanie nad prawidłowym przebiegiem Konkursu. Szczególne podziękowania należą się: Agnieszce Jakubiak, Agnieszce Nalewajko i Monice Wodzińskiej, które wspierały nas w opracowaniu regulaminu i procedur konkursowych.

Za nieocenione wsparcie i osobiste zaangażowanie w pracę nad ciągłym ulepszaniem Konkursu pragniemy szczególnie gorąco podziękować: Annie Barbarze Wróbel, Agnieszce Liszce i Marlenie Babickiej z McKinsey & Company oraz Natalii Myszczkowskiej.

Dziękujemy również autorom zamieszczonych w niniejszym raporcie eksperckich komentarzy, dzięki którym możemy umiejscowić Konkurs w szerszym kontekście: Pawłowi Łukasiakowi, Agnieszce Ciżli, Agacie Stafiej-Bartosik, i Annie Barbarze Wróbel.

Podziękowania kierujemy także do Marty Pawłowskiej i Iwony Pietrzak z MG Network oraz Katarzyny Siedlik – za niezwykle owocną współpracę i nieocenioną pomoc przy planowaniu strategii promocyjnej Konkursu.

Dziękujemy prowadzącym Galę Finałową Katarzynie Karpie-Świderek i Janowi Niedziałkowi oraz zespołowi Me Myself and I, który nie tylko uświetnił Galę swoim występem, ale przekazał również swoje płyty jako nagrody dla Internautów biorących udział w głosowaniu. Dziękujemy również Teatrowi Kamienica za profesjonalne wsparcie w przygotowaniu Gali oraz za przekazanie biletów jako nagród dla Internautów. Specjalne podziękowania należą się również Krzysztofowi Wołoczko z Optimist Media za przygotowanie relacji filmowej z Gali.

Specjalne podziękowania należą się również Krzysztofowi Wołoczko z Optimist Media za przygotowanie relacji filmowej z Gali oraz firmie Kropla Wyobrażeń, która przygotowała animacje filmowe na temat laureatów.

Wreszcie, dziękujemy serdecznie naszym stażystom i wolontariuszom: Szymonowi Pertaczowi i Marcie Trzascie.

O AKADEMII

Stowarzyszenie Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce jest niezależną, nienastawioną na zysk organizacją pozarządową działającą od 1998 roku.

ARFP prowadzi działania w 4 obszarach programowych:

- 1 rozwój społeczności lokalnych,
- 2 programy stypendialne,
- 3 aktywność osób starszych,
- 4 społeczne zaangażowanie biznesu.

Działania Akademii skierowane są przede wszystkim do organizacji pozarządowych, grup obywatelskich i przedsiębiorców. Adresatami naszych programów są także samorządy, media i opinia publiczna

NASZE ZASADY

Otwartość: jesteśmy otwarci na dialog i współpracę, wymianę idei, poszukiwanie rozwiązań.

Partnerstwo: budujemy koalicje, pracujemy poprzez sieci oparte na wspólnych celach i wartościach.

Innowacyjność: poszukujemy nierutynowych metod działania, wkraczamy na nowe obszary.

Rzetelność i przejrzystość działań: dbamy o jak najlepsze wykorzystanie powierzonych nam środków, o wysoką jakość rezultatów, monitoring i ewaluację.

Wszechstronne wsparcie: udzielamy pomocy finansowej, szkoleniowej, doradczej, wydajemy publikacje, prowadzimy społeczne kampanie, zabiegamy o wprowadzenie systemowych rozwiązań i dobrych praktyk w obszarach naszych działań.

Niezależnianie od pomocy: uczymy samodzielności, nasza pomoc to wspieranie aktywności i zaradności organizacji i obywateli.

NASZE PROGRAMY

Aktywność lokalna: Działaj Lokalnie, Lokalne Partnerstwa PAFW, Program Rozwoju Bibliotek, V4 Community Foundation Maturity Program, „Citi helps students. Students help locally”.

Programy stypendialne i grantowe: „Agrafka Agory”, Fundusz „Pozytywka”, Program Stypendialny „Agrafka”, Konkurs stypendialny „Młodzieżowy Animator”.

Społeczna odpowiedzialność biznesu: Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku”.

Fundusze wieczyste: Fundusz Pozytywka, Fundusz Agrafka, Fundusz wieczysty im. Grażyny Gęsickiej, Fundusz wieczysty im. Pawła Krzyszczyna, Kampania „Jesteśmy dziś, jutro, zawsze”.

OPRACOWANIE: Magda Biejat, Dagmara Kruczkowska

KONSULTACJA MERYTORYCZNA: Paweł Łukasiak

PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD: rzeczyobrazkowe.pl

REDAKCJA I KOREKTA: Agata Bratek

DRUK: Chromapress

Niniejsza publikacja została sfinansowana ze środków
Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności
i ENEA SA.

