

DODATEK SPECJALNY

CSR

GAZETA
POLSKA



CSR



DOBROczynność
Podstawowym
Instrumentem

BUDOWANIA Społeczeństwa
OBYWATELSKIEGO



RADOść
POMAGANIA



RAZEM
DLA DZIECI



NIE TYLKO
DLA ZYSKU



BIZNES CORAZ
BARDZIEJ
ODPOWIEDZIALNY

PARTNER WSPIERAJĄCY DODATKU



DOBROCZYNNOŚĆ PODSTAWOWYM INSTRUMENTEM BUDOWANIA SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO

Z MAŁGORZATĄ GŁĘBICKĄ, PREZES FUNDACJI PKO BANKU POLSKIEGO, ROZMAWIA MACIEJ PAWLAK

Priorytetem Fundacji są strategiczne partnerstwa z doświadczonymi organizacjami działającymi w różnych obszarach. Wśród nich jest Stowarzyszenie SIEMACHA. Dzięki współpracy z Fundacją dynamicznie rozwija się m.in. sieć placówek wychowawczych dla dzieci i młodzieży zagrożonej wykluczeniem, tworzonych przez Stowarzyszenie. Z kolei Stowarzyszenie Pomocy Niepełnosprawnym Kierowcom SPiNKa wspiera na trzech płaszczyznach: dofinansowania kursów nauki jazdy, zakupu samochodu i przystosowania go do potrzeb danej osoby. Bliska jest nam także idea nowoczesnego patriotyzmu.

„Działanie w imieniu Banku i Grupy Banku na rzecz dobra publicznego” to główne zadanie Fundacji PKO Banku Polskiego. Jakie są najważniejsze obszary działalności Fundacji? Na jakie praktyczne działania przekłada się motto Fundacji „Dobro procentuje”?

Fundacja PKO Banku Polskiego działa na rzecz dobra publicznego, inspiruje różne środowiska i oddziałuje na społeczności lokalne. Wspiera je finansowo, merytorycznie i motywuje do działania. Buduje partnerstwa strategiczne z organizacjami społecznymi. Nie tylko angażuje się w pomoc, lecz także propaguje ideę pomagania – z jednej strony zachęca pracowników do udziału w wolontariacie, z drugiej uczestniczy w ich inicjatywach.

W 2013 roku Bank wspólnie z Fundacją stworzył kartę dobroczynną Inteligo „Dobro procentuje”, która włącza klientów w działania charytatywne – umożliwia pomaganie innym bez ponoszenia kosztów. Posiadacz karty sam wybiera cel (spośród czterech obszarów: Edukacja, Zdrowie, Nadzieja i Eko-

logia), na który zostanie przeznaczona część dochodu Banku z transakcji bezgotówkowych dokonywanych przy użyciu karty. Działania Fundacji obejmują: oświatę, wychowanie, pomoc społeczną, ochronę i promocję zdrowia, kulturę i sztukę, ochronę środowiska, wspomaganie rozwoju wspólnot i społeczności lokalnych.

W jaki sposób Fundacja pozyskuje środki finansowe na działalność?

Głównym źródłem finansowania zadań Fundacji jest dotacja od Fundatora – PKO Banku Polskiego. Dodatkowe środki pieniężne z przeznaczeniem na cele dobroczynne pochodzą z zysku wygenerowanego podczas obrotu bezgotówkowego dokonywanego przez klientów Inteligo powiązanego z kartą typu affinity „Dobro procentuje”.

Z jakimi stałymi partnerami instytucjonalnymi współpracujecie w Waszych przedsięwzięciach? Czy współdziałacie z sektorem biznesu,



z konkretnymi firmami? Jeśli tak – to na jakich zasadach?

Priorytetem Fundacji są strategiczne partnerstwa z doświadczonymi organizacjami działającymi w różnych obszarach. Wśród nich jest Stowarzyszeniem SIEMACHA. Dzięki współpracy z Fundacją dynamicznie rozwija się m.in. sieć placówek wychowawczych dla dzieci i młodzieży zagrożonej wykluczeniem, tworzonych przez Stowarzyszenie. Z kolei Stowarzyszenie Pomocy Niepełnosprawnym Kierowcom SPiNKa wspiera na trzech płaszczyznach: dofinansowania kursów nauki jazdy, zakupu samochodu i przystosowania go do potrzeb danej osoby. Bliska jest nam także idea nowoczesnego patriotyzmu. Popularyzacja twórczego połączenia szacunku dla historii i jednocześnie aktywnego udziału we współczesnym życiu społecznym to istota współpracy naszej ze Stowarzyszeniem Klub Jagielloński przy projekcie „Akademia Nowoczesnego Patriotyzmu”, Związkiem Harcerstwa Polskiego czy Związkiem Harcerstwa Rzeczypospolitej. Od lat jesteśmy też mecenasem Nagrody im. Jana Rodowicza przyznawanej przez Muzeum Powstania Warszawskiego. Fundacja angażuje się również w działania edukacyjne i promowanie proekologicznych postaw. W 2016 roku zrealizowała 42 projekty strategiczne i ponad 400 w partnerstwie na poziomie lokalnym.

Jakie największe sukcesy odniosła Fundacja?

Ogromnym sukcesem Fundacji jest zaangażowanie pracowników Banku, w tym 1200 aktywnych wolontariuszy. Dlatego spośród wielu działań najważniejsze to te, które zainicjowali pracownicy Banku. Ich postawa – chęć niesienia pomocy potrzebującym i zaangażowanie w sprawy istotne społecznie. Jedną z ważniejszych aktywności Fundacji dotyczy zdrowia, popularyzacji honorowego krwiodawstwa i organizowania zbiórek krwi. Od kilku lat prowadzona jest Bankowa Akcja Honorowego Krwiodawstwa. Od 2009 roku krew oddało 11 tys. osób. Przekazaliśmy potrzebującym już ponad 5 tys. litrów tego bezcennego leku. Bardzo

dziękujemy uczestnikom naszych dotychczasowych akcji. Namawiam wszystkich do przyłączenia się do BAHK. Informacje o zbiórkach krwi dostępne są na facebookowym profilu Akcji.

Innym przykładem są charytatywne akcje „biegnę dla...”, organizowane podczas biegów sponsorowanych przez PKO Bank Polski. Na pomoc mogą liczyć zarówno dzieci, jak i osoby dorosłe wymagające specjalistycznego leczenia lub operacji ratujących życie. Od początku trwania akcji pomoc uzyskało około 300 osób, na rzecz których Fundacja przekazała ponad 4 mln zł.

Od trzech lat realizujemy wyjątkowy projekt PKO Bieg Charytatywny. Ten ogólnopolski bieg sztafetowy pod hasłem „Pomagamy z każdym krokiem” odbywa się równolegle na 12 stadionach w całym kraju. Cieszy się ogromnym zainteresowaniem. W zeszłym roku uczestnicy wybiegali w sumie 32 391 okrążeń. W zamian za ich zaangażowanie Fundacja PKO Banku Polskiego przekazała blisko 633 tys. zł na posiłki dla najbardziej potrzebujących dzieci w Polsce. Zapisy do tegorocznej edycji wystartują na początku września.

Kultywowaniu polskiej tradycji oraz integracji poprzez wspólną zabawę służą organizowane przez Fundację Mikołajkowe Spotkania Integracyjne. Uczestniczą w nich podopieczni placówek opiekuńczo-wychowawczych i dzieci pracowników Banku. Każdego roku odbywa się około 40 spotkań w blisko 30 miejscowościach w całej Polsce. Nasi wolontariusze regularnie angażują się też m.in. w akcje ogólnopolskie, jak na przykład „Szlachetna Paczka” organizowana przez Stowarzyszenie „Wiosna”.

Czy działalność Fundacji przekłada się także na sukces finansowy PKO Banku Polskiego?

Dobroczynność to podstawowy instrument budowania społeczeństwa obywatelskiego. W imieniu PKO Banku Polskiego i Grupy Kapitałowej specjalizuje się w tej dziedzinie Fundacja PKO Banku Polskiego. Współfinansując projekty nastawione na budowanie solidarności społecznej, pogłębia relacje z interesariuszami – klientami, akcjonariuszami, przedstawicielami



RADOŚĆ POMAGANIA

PROGRAM WOLONTARIATU „TAK! POMAGAM”

Każdy może być wolontariuszem i czerpać z tego satysfakcję. Wiedzą o tym pracownicy Providenta, który od 12 lat wspiera ich w pomaganiu dzieciom, młodzieży czy niepełnosprawnym.

Cieple, majowe przedpołudnie. Mieszkanie na warszawskim Mokotowie. Grupa siedmiu osób pochyla się nad paragonami, analizuje swoje wydatki. Choć mają po 20–30 lat, to dla nich nowość. Opiekuje się nimi Stowarzyszenie Otwarte Drzwi, które pomaga osobom niepełnosprawnym intelektualnie wchodzić w samodzielne życie. W mieszkaniu treningowym uczą się gotować, pracować, sprzątać, a także zarządzać pieniędzmi. W tym ostatnim pomaga im Agnieszka Krajnik, która na co dzień pracuje w Providencie, największej firmie pożyczkowej w Polsce, działającej od 20 lat. Agnieszka pracuje tam od dziesięciu. Organizuje wolontariat pracowniczy i współpracuje z fundacjami, stowarzyszeniami pomagającymi innym. Bo Provident nie tylko pożyczka pieniądze, lecz także angażuje się w działania społeczne.

– Bycie wolontariuszem często wymaga odporności psychicznej, stykamy się bowiem z cudzymi problemami, nieszczęściami, chorobami. Bezinteresowne pomaganie innym, poświęcanie im swojego czasu, uwagi, dzielenie się wiedzą daje jednak bardzo dużo satysfakcji – mówi Agnieszka Krajnik, która cieszy się, że do programu wolontariatu pracowniczego „Tak! Pomagam” włączyło się już ponad 400 pracowników.

Provident współpracuje też m.in. z Centrum Wolontariatu. – Zaangażowanie firmy w projekty wolontariackie na pewno zmienia oblicze tej pomocy. Mowa nie tylko o przekazywanych na ten cel środkach, ale przede wszystkim o promowaniu wolontariatu wśród pracowników. Dzięki temu kolejne osoby mogą odkrywać radość, jaką daje bezinteresowne pomaganie innym – podkreśla Dariusz Piotrowski z Centrum Wolontariatu.

Rzeczywiście wiele osób, które raz podjęły się wolontariatu, kontynuują tę przygodę w kolejnych latach. Sylwia Brzezińska z oddziału Providenta w Gdańsku już od 2012 r. dzięki wsparciu finansowemu pracodawcy organizuje wycieczki dla dzieci z Domu Dziecka w Malborku. Zabrała je już m.in. do stadniny koni, parku rozrywki, Zoo oraz parku dinozaurów.

Z kolei małżeństwo z łódzkiego oddziału Providenta, Marta i Radosław Kacprzak, współpracuje od lat ze Świetlicą Środowiskową Ojców Franciszkanów, pomagającą dzieciom z trudnych rodzin. Wolontariusze zorganizowali dla nich m.in. warsztaty rycerskie, ceramiczne, z tworzenia biżuterii, a także zajęcia w łódzkim zoo.

Agnieszka Krajnik zapewnia, że współpraca ze Stowarzyszeniem Otwarte Drzwi także będzie kontynuowana, zwłaszcza że pomoc bardzo się przydaje. Potwierdza to Katarzyna Wilczyńska ze Stowarzyszenia: – Dzięki spotkaniom z wolontariuszami Providenta nasi podopieczni zapoznali się z zasadami prowadzenia domowego budżetu oraz z zagrożeniami wynikającymi z nieracjonalnego gospodarowania nim. Takie doświadczenia przełamują stereotypy i motywują do większej niezależności, również tej finansowej – mówi.



RAZEM DLA DZIECI

ZNANE FIRMY DLA NAJMŁODSZYCH

Każdego roku Dzień Dziecka stanowi okazję do organizowania/sponsorowania przez biznes w ramach działalności CSR rozmaitych imprez plenerowych dla najmłodszych. Są też takie firmy, dla których 1 czerwca trwa na okrągło.

Jednym z najbardziej znanych i masowych wydarzeń tego dnia są festyny „Bądźmy razem”. Organizują je wspólnie sieć handlowa Biedronka i oddziały diecezjalne Caritas. W tym roku pod tym hasłem odbył się po raz 12. ogólnopolski cykl pikników w 22 miejscowościach w całej Polsce. Dla uczestniczących w nich dzieci sieć przygotowała 70 tys. upominków. Największy tegoroczny piknik miał miejsce w Elku, na pl. Jana Pawła II. Udział w nim wzięło około 20 tys. dzieci. Dodatkowo w 10 miastach Organizacja Odzysku Opakowań Rekopol przygotowała stoiska z grami edukacyjnymi dla dzieci z zakresu segregacji odpadów. „Bądźmy razem” to jedna z wielu wspólnych inicjatyw Caritas w Polsce i sklepów Biedron-

ka. W ciągu 12 lat sieć przekazała podopiecznym Caritas ponad 1,1 mln upominków, co roku bierze także udział w zbiórkach żywności i zaprasza najmłodszych na „Wakacje z Biedronką” do nadmorskich i górskich miejscowości.

Koncern PKN Orlen zorganizował z okazji Dnia Dziecka imprezę „Najdłuższy Dzień Dziecka” w ramach akcji „Orlen dla Płocka, dzieciństwo z uśmiechem”. Dzień Dziecka w tym mieście trwał... pięć dni. W tym czasie dzieci zobaczyły najnowsze filmy i przedstawienia teatralne w NoveKino Przedwiośnie i Teatrze Dramatycznym. Na tę okazję firma za symboliczną pięćzłotówkę udostępniła najmłodszym ponad 6300 biletów (i do kina, i do teatru). Seansom filmowym i sztukom teatralnym towarzyszyły liczne atrakcje dla dzieci.

Inne znane firmy dbają o rozwój dzieci przez cały rok. Na przykład Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza nieprzerwanie od kilku lat prowadzi projekt „Być jak Ignacy”. Akcja ta dociera do uczniów szkół podstawowych oraz wszystkich, których pasjonuje nauka i jej historia. Największy spośród konkursów organizowanych w ramach projektu skierowany jest również do szkół. Konkurs o tytuł Naukowej Szkoły im. Ignacego Łukasiewicza wyłonić ma placówkę, która w najciekawszy sposób zorganizuje i udokumentuje pracę specjalnie powołanego koła naukowego. Jego zadaniem jest szerzenie wiedzy o polskich wynalazcach i ich dziełach, a także przeprowadzanie eksperymentów, które tłumacząc działanie zjawisk w naszym świecie, udowadniają, jak bardzo atrakcyjna i pasjonująca może być nauka.



NIE TYLKO DLA ZYSKU

STAWIAJĄ NA SWOICH PRACOWNIKÓW

Firmy na całym świecie dostrzegają wymierne korzyści płynące z ich społecznego zaangażowania, godząc je ze swoimi celami biznesowymi. Dzięki temu zyskują wizerunek odpowiedzialnych partnerów i solidnych pracodawców.

W ciągu ostatnich 10 lat także firmy w Polsce, zwłaszcza te największe, dojrzały do podejmowania stałej działalności w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR – Corporate Social Responsibility). W wymiarze praktycznym są to zabiegi na rzecz polepszenia własnego wizerunku, przynoszące jednocześnie realne korzyści podmiotom, wobec których podejmowane są takie działania: własnych pracowników wraz z ich rodzinami; lokalnych społeczności z miejscowości, gdzie funkcjonuje firma; oraz jej kooperantów.

Najbardziej spektakularne przedsięwzięcia z zakresu CSR podejmują największe koncerny paliwowo-energetyczne (PKN Orlen, PGNiG, Grupa Lotos) czy sieci handlowe (Biedronka). W tej grupie znajdują się także największe firmy innych branż, m.in. farmaceutycznej (Adamed).



fol. PKP CARGO

Pracowite pszczoły

na dachu u kolejarzy
Na dachu głównej siedziby
PKP Cargo w Warszawie
pojawiły się ule. Spółka
chce w ten sposób
podkreślić swoje przywią-
zanie do ekologii i troskę
o środowisko naturalne.

Dwa pierwsze ule
na dachu biurowca spółki
to dopiero początek.

Docelowo w jej pasiece
będzie więcej uli, w których
będzie mieszkać i praco-
wać kilkadziesiąt tysięcy
pszczoł. Ich codzienne
życie można śledzić
na bieżąco dzięki
kamerom umieszczonym
na dachu biurowca pod
linkiem pszczoły PKP
CARGO.

Pracownikom i ich rodzinom

Dzięki różnego typu pozapłacowym
bodźcom stosowanym w firmach wobec
pracowników (i ich rodzin) są oni dodat-
kowo pozytywnie motywowani do bardziej
wydajnej pracy, a jednocześnie przenoszą
pozytywny wizerunek swojego zakładu
pracy na zewnątrz. To pierwsza i bodaj
najważniejsza grupa społeczna oddziały-
wania polityki CSR.

PKN Orlen

Nasz największy koncern paliwowy kie-
ruje pod adresem pracowników i ich ro-
dzin dodatkowe świadczenia (poza upraw-
nieniami związanymi z rodzicielstwem,
wynikającymi z Kodeksu pracy, czy regu-
laminu pracy obowiązującego w firmie),
tworzące razem ich system „Pracodawca
Przyjazny Rodzinie”. Projekt obejmuje
m.in. działalność firmowego żłobka
w Płocku oraz udogodnienia związane

z czasem pracy, m.in. dodatkowe dwa dni
na opiekę dla pracownika wychowującego
małe dziecko (do trzech lat), a także moż-
liwość włączenia do opieki medycznej
członków najbliższej rodziny – współmał-
żonka lub partnera/ki oraz dzieci do 25.
roku życia. Dodatkowo firma oferuje swo-
im pracownikom pakiet świadczeń z Za-
kładowego Funduszu Świadczeń Socjal-
nych. Mogą oni m.in. otrzymać
dofinansowanie do wypoczynku lub lecze-
nia sanatoryjnego, opieki nad dzieckiem,
wypoczynku dzieci i młodzieży, wyprawy
szkolnej, zajęć sportowo-rekreacyjnych,
rehabilitacyjnych, upominki świąteczne
dla dzieci – karty przedpłacone, dofinanso-
wanie pobytu na turnusie rehabilitacyjnym
niepełnosprawnego dziecka razem z opie-
kunem, zwrotne pożyczki na cele mieszk-
niowe czy też w przypadkach losowych
bezwrotną zapomogę w formie pieniężnej
lub rzeczowej.

Biedronka

Właściciel sieci Biedronka, Jeronimo
Martins Polska, od kilkunastu lat zachę-
ca swoich pracowników do regularnych
badań profilaktycznych w ramach progra-
mu Razem Zadbajmy o Zdrowie. Oferta
badań profilaktycznych jest jednym
z 20 programów wsparcia dla pracowni-
ków, które prowadzone są pod wspólną
marką „Dla Nas. Razem w każdym mo-
mencie”. Każdego roku oferta akcji „Ra-
zem Zadbajmy o Zdrowie” zmienia się
w zależności od wyrażanych potrzeb.
W tym roku program obejmuje m.in. po-
szerzony pakiet badań profilaktycznych
dla kobiet i mężczyzn, wizyty u większe-
go grona specjalistów, telekonsultacje
z trenerem aktywności fizycznej lub die-
tetykiem oraz czaty z pracownikami me-
dycznymi. Tylko w 2015 r. wykonano po-
nad 17 tys. badań.

Ponadto z okazji narodzin dziecka pra-
cownika firma przekazuje rodzicom ze-
stawy podstawowych i niezbędnych ar-
tykułów oraz akcesoriów niemowlęcych.
Między innymi w ciągu roku podarowała
kilkaset tysięcy wyprawek dla niemowląt.
Z okazji pierwszego dnia w szkole firma
przekazuje kilku tysiącom dzieci pra-
cowników plecaki z pełnym wyposaże-

niem. Również z okazji Świąt Bożego
Narodzenia pracownicy firmy oraz ich
dzieci otrzymują paczki ze słodyczami
i upominkami.

Grupa Adamed

Współpracownicy Grupy Adamed mogą
zdobywać kolejne stopnie naukowe, opie-
rając się na prowadzonych na co dzień
badaniach nad innowacyjnymi terapiami
realizowanymi we własnym centrum ba-
dawczo-rozwojowym Grupy Adamed
– dotychczas powstało dzięki temu pięć
doktoratów, a kolejne cztery są w toku.
Osoby zainteresowane dalszym rozwojem
mogą także korzystać z dofinansowania
do nauki języków obcych, studiów pody-
plomowych, szkoleń specjalistycznych.
Szczególnym elementem wynagrodzeń
są świadczenia dodatkowe. Od pierwsze-
go dnia współpracy z Grupą Adamed
wszyscy współpracownicy objęci są pry-
watną opieką medyczną realizowaną
w renomowanej sieci Enel-Med. Do dys-
pozycji swoich współpracowników firma
daje możliwość dodatkowego ubezpie-
czenia na życie oraz karty sportowe Be-
nefit System – Multisport, pozwalające
m.in. na swobodny dostęp do setek
obiektów sportowych w całej Polsce.
W Grupie trwają prace nad komplekso-
wym programem ułatwiającym powrót
do pracy po urlopie macierzyńskim
i tzw. tacierzyńskim.

PGNiG

Swoim pracownikom firma zapewnia
opiekę medyczną, rehabilitację zdrowotną,
programy emerytalne oraz bardzo szeroki
wachlarz świadczeń socjalnych. PGNiG
wspiera rozwój pracowników, poprzez róż-
nego rodzaju szkolenia krajowe i zagra-
niczne, pracownicy korzystają ze studiów
podyplomowych, podstawowych, studiów
MBA. Również aktywność sportowa pra-
cowników ma duże wsparcie pracodawcy,
zarówno poprzez organizację, jak i dofi-
nansowanie różnych form aktywnego wy-
poczynku. Firma dużą wagę przywiązuje
do zapewniania pracownikom bezpiecz-
nych warunków pracy i stabilnego zatrud-
nienia, stwarza im dogodne możliwości
rozwoju zawodowego.

BIZNES CORAZ BARDZIEJ ODPOWIEDZIALNY

DOCENIENI, NAGRODZENI



Forum Odpowiedzialnego Biznesu po raz drugi ogłosiło laureatów nagrody „Ludzie, którzy zmieniają biznes”. Wręczana jest ona osobom, które działają na rzecz popularyzacji społecznej odpowiedzialności biznesu i różnorodności w miejscu pracy. Nagroda przyznawana jest w trzech kategoriach: Biznes, Sektor Pozabiznesowy i Różnorodność. Jury nagrody wybrało dziewięciu laureatów.

Biznes

Dr Małgorzata Adamkiewicz – inicjatorka wielu działań odpowiadających na wyzwania współczesnej medycyny. Ma wpływ na rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności. W Grupie Adamed tworzy przyjazne miejsca pracy, przyczynia się do rozwoju pracowników i ich integracji oraz do usprawnienia funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Barbara Dyluś – buduje długofalową współpracę międzysektorową, co jest wyrazem społecznej odpowiedzialności firmy Microsoft. Promuje model długofalowego wsparcia i współpracy z partnerami społecznymi, sprawdzony w ramach projektu „Link do przyszłości” – uruchomiony we współpracy z Fundacją Rozwoju Społeczeństwa Informatycznego.

Marek Kalbarczyk – założyciel firmy Altix – lidera w branży informatycznej dla osób niewidomych. Wprowadził program wolontariatu pracowniczego „Widzieć Więcej”. W ramach działalności w firmie Altix oraz Fundacji Szansa dla

Niewidomych buduje rozległą sieć instytucji i osób wspierających idee równouprawnienia niewidomych i słabowidzących w Polsce.

Różnorodność

Agnieszka Dejna – autorka wielu publikacji i opracowań dotyczących ekonomii społecznej. Współzałożycielka spółdzielni społecznej Browar Spółdzielczy dającej stabilną pracę osobom z niepełnosprawnością intelektualną. Ten szczególny biznes przełamuje stereotypy dotyczące osób z niepełnosprawnością na rynku pracy.

Blanka Rozbicka – propagatorka idei różnorodności w miejscu pracy. Brała aktywny udział w projektach RBS Rainbow Network w Polsce.

Dorota Strosznajder – ambasadorka idei różnorodności w Henkel Polska. Zainicjowała i prowadzi kilka projektów, m.in.: program networkingowy wspierający rozwój osobisty i umiejętności przywódcze kobiet na stanowiskach menedżerskich; program mentoringu koleżeńskiego

wśród kobiet, a następnie mentoringu dla menedżerów.

Sektor pozabiznesowy

Marta Cendrowicz – koordynatorka kampanii Jak One To Znoszą, prowadzonej przez Stowarzyszenia Otwarte Klatki. Dzięki kampanii udaje się przekonać firmy do wprowadzenia polityki stopniowego wycofywania z handlu jajek od kur hodowanych w systemie klatkowym. Sukcesem polskiej kampanii jest m.in. przekonanie do tej idei sieci Biedronka.

Daria Ostrowska – propagatorka idei społecznej odpowiedzialności biznesu we Wrocławiu. Między innymi organizuje spotkania networkingowe pod nazwą Śniadanie CSR.

Ewa Sowińska – propagatorka idei społecznej odpowiedzialności biznesu w środowisku biegłych rewidentów oraz pomorskiego biznesu. Inicjatorka wielu spotkań dotyczących humanizowania biznesu, społecznej odpowiedzialności biznesu, wspierania rozwoju talentów i różnorodności.