

**Konkurs
o tytuł**

**„Dobro-
czyńca**

roku

2011”

**Raport
z przebiegu
konkursu
o tytuł
„Dobroczynca
Roku 2011”**



Spis treści

Wstęp	4
Dobra tradycja – Jacek Michałowski, Szef Kancelarii Prezydenta RP	5
Fundator o konkursie: Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności	6
Audytor o konkursie: Ernst & Young	7
Czym jest konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku”	8
Eksperti	9
Kapituła Konkursu	11
Głosowanie internetowe	16
Łukasz Makuch: O współpracy firm z organizacjami pozarządowymi, czyli jak firmy zostały obywatelami	17
• Współpraca firmy z organizacją pozarządową Program 3 Polskiego Radia Żywiec Zdrój S.A.	20
• Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy Lesaffre Polska SA	26
Anna Wróbel: Strategie społecznego zaangażowania firm – u progu rewolucji	30
• Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy NUTRICIA Partnerstwo dla Zdrowia	32
• Program wolontariatu pracowniczego Orange Polska (dawniej Grupa TP)	38
Statystyki konkursu	43
Nominowani w XV edycji konkursu	44
Podziękowania	56
Promocja konkursu	58
O Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce	59

Drodzy przyjaciele!

Od lat zwracam się do Was w ten sposób i co roku czuję się do tego coraz bardziej uprawniony. Wielu z Was towarzyszy nam od dawna w roli ekspertów, członków Kapituły, Partnerów i Patronów, firm nominowanych i organizacji nominujących. Wielu jest wśród Was przyjaciół i oddanych kibiców, bez których „Dobroczynca Roku” nie byłby tym, czym jest dzisiaj.

Konkurs istnieje już 15 lat i po raz kolejny nagradza dziś firmy, które w ostatnim roku wspierały społeczeństwo obywatelskie, społeczności lokalne, środowisko naturalne czy osoby wykluczone. Niektóre robiły to we współpracy z organizacjami pozarządowymi, wiele zaangażowało swoich pracowników w charakterze wolontariuszy. Wszystkie zdziałały wiele, dając potrzebującym wędkę zamiast ryby, wspierając samodzielny rozwój społeczności, zamiast uciekać się do prostego rozdawnictwa.

Przysyłane nam w tym roku wnioski zawierały nie tylko opis form i zakresu pomocy udzielanej przez poszczególne firmy. Choć to wystarczy, aby konkurs mógł trwać i się rozwijać, to niezmiernie cieszy nas fakt, że w nominacjach można też prześledzić historię prawdziwej więzi, jaka nawiązuje się między przedsiębiorstwami a instytucjami i społecznościami, z którymi współpracują. Coraz więcej firm podpisuje także z organizacjami umowy o współpracę, dzięki którym ich wsparcie zyskuje bardziej systematyczny i trwały charakter. Chciałbym tu serdecznie podziękować wszystkim firmom i organizacjom, które przysłały nam w tym roku ponad 150 wniosków.

W tym roku obchodzimy również piętnastolecie trwania konkursu i z tej okazji pragniemy z całego serca podziękować wszystkim naszym Dobroczyńcom i Partnerom, a tym, którzy szczególnie nas wspierali, przyznaliśmy w tym roku specjalne nagrody. Ponadto stworzyliśmy dwa raporty, z których jeden jest szczególnie wyjątkowy: wraz z naszymi przyjaciółmi i współpracownikami pokusiliśmy się w nim o podsumowanie ostatnich 15 lat oraz o zarysowanie prognoz rozwoju społecznego zaangażowania biznesu w Polsce i na świecie.

Dziękuję wszystkim, którzy pracują z nami nad ulepszaniem naszego konkursu. Dziękuję członkom Kapituły i ekspertom, naszemu audytorowi, partnerom medialnym i biznesowym oraz wolontariuszom i zespołowi Akademii, który jak zwykle angażował się bez reszty w realizację programu. Dzięki Państwa wsparciu możemy wciąż promować społeczne zaangażowanie biznesu i podkreślać jego rolę w rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce.

Zapraszam do zapoznania się z obydwoma raportami z przebiegu konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku”: opisującego XV edycję oraz podsumowującego wszystkie lata jego istnienia. Zapraszam też serdecznie do wzięcia udziału w edycji XVI i wszystkich następnym. Oby było ich jak najwięcej.



Paweł Łukasiak

Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce

Dobra tradycja

Szanowni Państwo,

To niezwykle, że mija już 15 lat od chwili, gdy po raz pierwszy odbył się konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku”. Konkurs ten jest wspaniałym sposobem na wspieranie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego przez przedsiębiorców, którzy tak wiele mogą zrobić na rzecz dobra wspólnego.

Gratuluję Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce, że już kolejny raz udało jej się zgromadzić wokół tematu zaangażowania społecznego tak wiele firm i ich pracowników. Pokazuje to, jak żywa jest wśród nas idea społeczeństwa obywatelskiego i że wszyscy możemy w niej uczestniczyć i realizować ją w bardzo różnorodny sposób. Gratuluję wszystkim uczestnikom, ale głównie laureatom konkursu, ich twórczego, kreatywnego myślenia o otaczającej ich rzeczywistości i realizacji tylu wspaniałych projektów filantropijnych.

Życzę wszystkim Państwu – Akademii, uczestnikom, laureatom i beneficjentom – ale również sobie, aby to, co do tej pory Państwo osiągnęli, wpisywało się w nasz wspólny, ogólnokrajowy i europejski projekt wzmacniania działalności dobroczynnej i wolontariackiej Polaków.

Jednym z celów Pana Prezydenta Bronisława Komorowskiego jest aktywne promowanie postaw obywatelskich i działań o charakterze prospołecznym na terenie kraju oraz poza jego granicami. Dlatego też wszystkich laureatów tegorocznej edycji konkursu chcemy wyróżnić, przekazując na ich ręce dyplomy wyrażające uznanie dla zwycięzców i ich postawy poczucia odpowiedzialności za obywateli.

Jeszcze raz gratuluję ciekawych pomysłów, siły zaangażowania i partnerskiej współpracy i życzę, aby kolejne lata przyniosły jeszcze więcej zakończonych sukcesem projektów społecznych.



Jacek Michałowski

Szef Kancelarii Prezydenta RP

Fundator o konkursie: Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności

Z roku na roku wzrasta społeczna odpowiedzialność biznesu, co przekłada się na nieślabnącą popularność konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku”. Już od 15 lat nagradzane są w nim najbardziej efektywne i interesujące formy zaangażowania firm i przedsiębiorstw w działania na rzecz społeczności, w których funkcjonują. Potwierdza to szerokie spektrum ich aktywności społecznej oraz obszarów i form wsparcia, które z edycji na edycję są coraz bardziej imponujące i zdywersyfikowane. Społecznie zaangażowany biznes poza bardzo istotnym wsparciem finansowym oferuje również wsparcie merytoryczne i organizacyjne, a często także wolontariat pracowniczy. Zaangażowanie to jest przemyślane, ustrukturalizowane i długofalowe, a przede wszystkim nieprzypadkowe – odpowiada na konkretne zdiagnozowane problemy i potrzeby, a równocześnie jest skorelowane ze specjalizacją firmy czy przedsiębiorstwa. Podejmowane jest także z pełną świadomością korzyści, jakie mogą odnieść obie strony.

Taki dojrzały sposób myślenia o społecznej odpowiedzialności biznesu jest również widoczny na poziomie lokalnym, szczególnie bliskim Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności koncentrującej swoje inicjatywy, służące wyrównywaniu szans edukacyjnych, a także wyzwolaniu energii obywatelskiej, na obszarach wiejskich i małych miastach.

Dzięki wprowadzeniu do konkursu w 2007 roku kategorii „Lokalny wymiar społeczne-go zaangażowania firm” możliwe stało się nagradzanie również tych, którzy wyróżniają się szczególną aktywnością we wspieraniu rozwoju społeczności lokalnych. Biorąc udział w konkursie i otrzymując prestiżowy tytuł „Dobroczynca Roku”, promują sens działań filantropijnych na tym szczeblu i inspirują innych do podejmowania aktywności. Dzięki takiej promocji nominujące je Ośrodki Działaj Lokalnie uczestniczące w programie PAFW „Działaj Lokalnie” oraz ich beneficjenci pozyskują często kolejnych długoletnich partnerów wspierających realizowane przez nich projekty i inicjatywy, co ma znaczący wpływ na jakość realizowanych przedsięwzięć. Piętnasta edycja konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” dowodzi zatem, że optymizm tych, którzy wierzą w społecznie odpowiedzialny biznes, jest w pełni uzasadniony.



Joanna Lempart-Winnicka
Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności

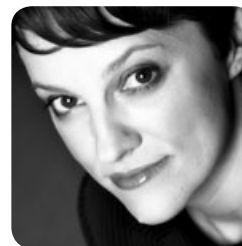
Cinefoto Bartłomiej Sawka

Audytor o konkursie: Ernst & Young

Ernst & Young rozpoczęła współpracę z Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce jako audytor konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” w 2005 roku, czyli sześć lat temu. Przez ten czas co roku konkurs wzbogacał się o nowe kategorie i dojrzywał zarówno w swojej formie, jak i w profesjonalnym podejściu do procesu wyboru laureatów w poszczególnych kategoriach.

Nasz udział w roli audytora konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” obejmował pomoc w przygotowaniu przejrzystych zasad wyboru laureatów, jak również zapewnienie prawidłowości przeprowadzonych procedur na wszystkich etapach konkursu.

Potwierdzamy rzetelność i zgodność z procedurami procesu wyboru laureatów XV edycji konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” i życzymy wielu dalszych sukcesów w realizacji marzeń przedsiębiorcom oraz organizacjom pozarządowym wspomagającym działania społeczne oraz odbiorcom tej pomocy.



Agnieszka Nalewajko
Ernst & Young



Agnieszka Jakubiak
Ernst & Young

Czym jest Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku”

Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku” już od 15 lat nieprzerwanie realizuje misję promowania postaw społecznego zaangażowania biznesu wśród polskich przedsiębiorstw – zarówno dużych, jak i małych. Od czasu powstania w 1997 roku jego głównymi celami są:

- promowanie społecznego zaangażowania i społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw,
- wyróżnianie firm najbardziej aktywnych społecznie,
- umożliwianie organizacjom pozarządowym publicznego podziękowania darczyńcom i partnerom biznesowym,
- inspirowanie przedsiębiorców do podejmowania działalności społecznej,
- informowanie o inicjatywach i programach społecznych realizowanych przez firmy.

Od 2010 roku firmy mogą być zgłaszane do konkursu w **4 kategoriach:**

- „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” (firmy są zgłaszane przez współpracujące z nimi organizacje pozarządowe),
- „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” (firmy mogą być zgłaszane przez Ośrodki Działaj Lokalnie lub ich grantobiorców),
- „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy” (firmy zgłaszają się same),
- „Program wolontariatu pracowniczego” (firmy są zgłaszane przez swoich pracowników – wolontariuszy).

W celu zapewnienia jak największego obiektywizmu w ocenie wniosków z biegiem czasu proces wyboru laureatów stawał się coraz bardziej złożony. Obecnie zgłoszenia przechodzą następujące **etapy oceny:**

- **Ocena formalna:** na tym etapie odrzucane są wnioski niezgodne z regulaminem konkursu.
- Ocena **niezależnych ekspertów:** każdy wniosek ocenia dwóch ekspertów, przyznając punkty według kryteriów opracowanych przez organizatorów we współpracy z audytorem konkursu. Na podstawie średniej z ocen ekspertów tworzy się ranking wniosków. Około dziesięciu najlepszych wniosków z każdej kategorii przechodzi do kolejnego etapu.
- Ocena **Kapituły Konkursu:** członkowie Kapituły zbierają się na posiedzeniu, w czasie którego decydują o wyborze laureatów w kategoriach „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” i „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy” oraz wybierają finalistów w kategoriach „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” i „Program wolontariatu pracowniczego”.
- **Głosowanie internetowe:** publiczność decyduje o wyborze laureatów w kategoriach „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” i „Program wolontariatu pracowniczego” spośród finalistów wskazanych przez Kapitułę Konkursu.

Eksperci

Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku” nie istniałby bez wsparcia niezależnych ekspertów, którzy oceniają nadesłane wnioski pod kątem merytorycznym. Członkowie grupy ekspertów zapraszani są co roku spośród osób zajmujących się społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw, działalnością organizacji pozarządowych i polskim sektorem biznesu. Wielu z nich współpracuje z konkursem od lat, co pozwala zachować ciągłość i konsekwencję w wyborze laureatów. Eksperci są odpowiedzialni za ocenę wszystkich wniosków, które spełniają kryteria formalne. Na tej podstawie wyłaniane są najlepsze firmy, które następnie zostaną ocenione przez Kapitułę Konkursu.

W GRUPIE EKSPERTÓW WSPIERAJĄCYCH XV EDYCJĘ KONKURSU ZNALEŻLI SIĘ:

- **Liliana Anam** – CSRinfo
- **Monika Chrzczonowicz** – Stowarzyszenie Klon/Jawor
- **Karolina Cyran-Juraszek** – niezależna ekspertka
- **Katarzyna Karpa-Świderek** – TVN CNBC
- **Rafał Kowalski** – ngo.pl
- **Paulina Koszewska** – DB Schenker
- **Joanna Lempart-Winnicka** – Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności
- **Łukasz Makuch** – PwC Polska
- **Piotr Onikki-Górski** – Business Centre Club
- **Michał Pakuła** – Polska Telefonii Cyfrowa
- **Mirella Panek-Owsiańska** – Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- **Dorota Ostoja-Zawadzka** – Pathways
- **Dariusz Pietrowski** – Centrum Wolontariatu
- **Katarzyna Sadło** – Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
- **Aleksandra Stanek** – PwC Polska
- **Marta Walkowska-Lipko** – Centrum Wolontariatu
- **Zbigniew Wejman** – BORIS
- **Anna Windorpska** – Gebakkerij
- **Jacek Wojciechowicz** – Polski Instytut Dyrektorów
- **Anna Wróbel** – McKinsey&Company
- **Kamil Wyszkowski** – United Nations Development Programme

Kapitula Konkursu





HENRYKA BOCHNIARZ

Prezydent Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan

Prowadzenie firmy to nie tylko dbanie o jej wysokie zyski, lecz także troska o pracowników oraz dostrzeganie świata zewnętrznego, jego problemów. Nie wyobrażam sobie, aby w dzisiejszych czasach nowoczesne przedsiębiorstwo nie wdrażało odpowiednich strategii CSR albo przynajmniej nie prowadziło działań w tym obszarze. Na szczęście coraz więcej firm ma już taką świadomość. Ale w tym zakresie jest jeszcze wiele do zrobienia. Dlatego uczmy się od najlepszych – laureatów konkursu „Dobroczyńca Roku”.



JERZY KARWELIS

Wydawca Prasowy

Mając perspektywę 15 lat konkursu, przy ocenie wniosków widać było już całe historie i ewolucje strategii poszczególnych firm. Tegoroczne wyniki konkursu stały się tym samym małym podsumowaniem stanu oraz rozwoju działań i strategii firm w obszarze dobroczynności. Widać, że konkurs spełnia swoją funkcję – stymuluje cały obszar i nagłaśnia najlepsze praktyki.



JERZY KOŹMIŃSKI

Prezes Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności

Z radością odnotowuję fakt, że tak wiele wiodących firm w Polsce przeznaczają zarówno środki finansowe, jak i zasoby pozafinansowe na działania służące wyrównywaniu szans oraz rozwiązywaniu innych ważkich problemów społecznych. Od kiedy 15 lat temu po raz pierwszy wręczono nagrody w konkursie o tytuł „Dobroczyńca Roku”, zmieniła się percepcja społecznej odpowiedzialności biznesu. Zróżnicowaniu uległy motywy podejmowanych działań, a do aktywności filantropijnej zaczęto podchodzić z większą dbałością i wpisywać ją w długofalowe strategie firm. Piętnastoletnia historia konkursu stanowi zatem świadectwo tego, że polski biznes jest nie tylko społecznie zaangażowany i odpowiedzialny, lecz także w tym zakresie otwarty na zmiany i podążający za światowymi trendami.



ROMAN MŁODKOWSKI

Dyrektor i Redaktor Naczelny TVN CNBC

Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku” pokazuje, że warto pomagać. Nie chodzi tylko i wyłącznie o pomoc finansową, często o wiele cenniejsze jest zaangażowanie lokalnej społeczności w realizowany projekt. Tegoroczna edycja konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku” pokazała, jak dużą siłę mają pracownicy firm, którzy skutecznie potrafią przekonać zarządy do wsparcia inicjatyw na rzecz rozwoju społeczności lokalnych, osób wykluczonych czy poprawy stanu środowiska naturalnego. Tym, co cieszy, jest rosnąca świadomość dobroczynności wśród całego społeczeństwa oraz fakt, że dobroczynność nie jest jedynie hasłem, nie wynika z chęci wypromowania, lecz staje się integralną częścią firm.



ZBIGNIEW NIEMCZYCKI

Prezes Polskiej Rady Biznesu

Nowoczesna filantropia to przemyślane i nakierowane na rozwiązanie problemów społecznych działania strategiczne. Działalność filantropijna uczy dojrzałości i pokory, wywierając wpływ na nasz rozwój osobisty. Transparentne nieobowiązkowe działania podejmowane przez biznes na rzecz społeczeństwa, pracowników i otoczenia spółki są wyrazem odpowiedzialnego i świadomego wspierania inicjatyw istotnych społecznie.

Biznes nigdy nie będzie oderwany od rzeczywistości, a firmy nie będą samotnymi wyspami. Dzięki realizacji misji społecznych i celów biznesowych wszyscy czujemy się odpowiedzialni wobec naszego otoczenia. Zawieramy relacje społeczne i działamy w kontekście środowiskowym.



ANNA POTOCKA

Wiceprezes Business Centre Club

Piętnastolecie skłania do podsumowań. Uświadamia również, jak wiele przez ten czas się zmieniło w naszym postrzeganiu społecznej roli firm i postaw przedsiębiorców. Rzadko teraz usłyszymy pytanie: „Po co być społecznie odpowiedzialnym?“, a znacznie częściej: „Jak to skutecznie robić?“. Wspaniali Dobroczynicy – finaliści wszystkich edycji konkursu – znają odpowiedzi na te pytania. Słuchajmy ich, czerpmy inspirację i idźmy w ich ślady. W imieniu BCC dziękuję Akademii i uczestnikom konkursu za tę niezwykłą piętnastoletnią przygodę z CSR-em.



GRZEGORZ KISZLUK

Redaktor Naczelny Magazynu Brief

Prowadzenie biznesu bardzo często kojarzy się z ostrą konkurencją, a utrzymanie się na rynku – z walką szczurów. Wszystkie firmy powoływane są po to, aby zarabiać pieniądze dla swoich akcjonariuszy, ale myślenie, że sukces odnoszą wyłącznie ci, którzy walczą o klienta w sposób bezwzględny i krwiożerczy, jest błędem. Spektakularne sukcesy w biznesie odnoszą tylko ci, którzy rozumieją, że dobry marketing to zaspokajanie potrzeb konsumenta z zyskiem dla siebie – właśnie w tej kolejności. Sukces w biznesie to walka o klienta, ale też, a może przede wszystkim, dbanie o jego dobro. Udowadniają to – już od 15 lat – laureaci konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku”.



MACIEJ OWCZAREK

Prezes Zarządu ENEA S.A.

Pomaganie innym sprawia wiele radości i jest motorem do działania w wielu sferach. Przekonałem się o tym, poznając aktywności zgłoszone do kolejnej edycji konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku”, wspierając wolontariuszy z ENEA, a przede wszystkim uczestnicząc w działaniach Koalicji „Prezesa – Wolontariusze 2011”.

Cieszę się, że świat biznesu staje się coraz bardziej świadomy sensu działań prospołecznych. Staramy się jak najlepiej wykorzystać potencjał naszych firm, pracowników i nas samych. Wszystko po to, by pomagać efektywniej. To dobry kierunek. Gratuluję Pawłowi Łukasiakowi i jego zespołowi, którzy przez ostatnie 15 lat inspirowali różne środowiska i grupy zawodowe, a także pojedyncze osoby do czynienia dobra. Na co dzień otwarci, życzliwi, pomocni. W ważnych momentach dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem. Dziękuję.



KAZIMIERZ KRUPA

Redaktor Naczelny Magazynu „Forbes”

Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku” jest dowodem na to, że każdy może zostać filantropem. Nie ma znaczenia, czy prowadzi się niewielką firmę o lokalnym zasięgu, czy regionalny oddział globalnej korporacji. Nikt nie patrzy na to, czy możemy pozwolić sobie na pomoc finansową czy niematerialną. Liczy się to, że w wśród polskich przedsiębiorców jest wola pomagania innym. Tym bardziej budująca jest liczba zgłoszeń do konkursu, które miałem przyjemność przeanalizować. Nie pozostaje mi nic innego, jak głęboko pokłonić się tym, którzy we współczesnej pogoni za zyskiem, walką o klienta znajdują czas i środki na działalność charytatywną.

Głosowanie internetowe

Począwszy od X edycji, to internauci wybierają część laureatów konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku”. Początkowo publiczność przyznawała własną nagrodę w kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową”. Obecnie internauci wybierają wszystkich laureatów w kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” oraz laureata w kategorii „Program wolontariatu pracowniczego” spośród finalistów wskazanych przez Kapitułę Konkursu, co służy zwiększeniu roli opinii publicznej w procesie wyboru najbardziej odpowiedzialnych społecznie firm.

W tym roku z uwagi na niezwykle wyrównany poziom projektów zarekomendowanych przez ekspertów Kapituła Konkursu wybrała do głosowania internetowego więcej firm niż w poprzednich latach. Były to:

W kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową. Firma mała/średnia”

- Platan Group Sp. z o.o.
- Program 3 Polskiego Radia
- SC Johnson Sp. z o.o.

W kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową. Firma duża”

- Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza
- Dr. Oetker Polska
- Microsoft Sp. z o.o.
- Żywiec Zdrój S.A.

W kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”

- Bank BPH SA
- NUTRICIA
- Procter & Gamble DS. Poland Sp. z o.o.
- Provident SA
- Orange Polska (dawniej Grupa TP)

Głosowanie internetowe na stronie www.dobroczyncaroku.pl trwało od 5 do 30 kwietnia 2012 roku. Oddano w nim w sumie 12 099 głosów.

O współpracy firm z organizacjami pozarządowymi, czyli jak firmy zostały obywatelami

Przedsiębiorstwa to ważny element tkanki społecznej. Nie są one pojedynczymi wyspami, lecz funkcjonują w sieci powiązań, wywierając wpływ na otoczenie i reagując na płynące z niego bodźce. Silna obecność w społecznościach lokalnych to domena dużych firm, zazwyczaj tych, które wywierają na nie ogromny wpływ poprzez skalę aktywności i idące za tym zatrudnienie czy poprzez charakter swojej działalności mocno ingerującej w środowisko (np. zakłady produkcyjne, elektrownie) i/lub daną społeczność lokalną (np. inwestycje infrastrukturalne, kopalnie). Jest to również domena firm małych i średnich, między innymi tych otrzymujących nominację do konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku”, a tym samym firm, dla których aktywność i rozpoznawalność w społecznościach, z których się wywodzą i w których operują, może stanowić ważny element konkurencyjności.

Oceniając od kilku lat nominacje, jestem pełen podziwu dla zróżnicowania i skali zaangażowania małych i średnich firm. Ich lektura uświadomiła mi, jak wiele działań nie odbyłoby się bez wsparcia lokalnych przedsiębiorców, jak wiele problemów społecznych nie zostałoby zaadresowanych czy jak stymulowane są pozytywne zmiany w regionie. Co najważniejsze, kluczowy nie jest wcale finansowy wymiar wsparcia, lecz otwartość dobroczyńców na współpracę i często ich osobiste zaangażowanie. Dokładnie takie cechy możemy zaobserwować u laureata kategorii „**Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy**” – firmy Lesaffre Polska SA, która od lat angażuje się między innymi w działania wspierające rozwój swojej branży – uczestniczy w przedsięwzięciach w środowisku piekarskim i cukierniczym promujących młode talenty.

Analizując tegoroczne nominacje finalistów kategorii „**Współpraca firmy z organizacją pozarządową**”, coraz częściej można dostrzec strategiczny charakter tej relacji. Wsparcie jedynie finansowe zastępowane jest darowiznami rzeczowymi własnych produktów (np. Dr. Oetker Polska, czy Żywiec Zdrój S.A.), jak też zaangażowaniem organizacyjnym. Ogromne wrażenie robi projekt Fundacji ISKIERKA wspierany przez Microsoft – jest to projekt innowacyjnego zastosowania gier komputerowych w procesie rehabilitacji dzieci onkologicznych oraz wsparcia terapeutycznego (pracy fizjoterapeutów, psychologów i pedagogów) na dziecięcych oddziałach szpitalnych. Z jednej strony mamy realizację ważnego celu społecznego, z drugiej zaś efektywną współpracę aż trzech sektorów. Ciekawym rozwiązaniem jest pomysł Programu 3 Polskiego Radia przekazującego na Fundację Świętego Mikołaja dochód z płyty „Idą Święta”, wydawanej specjalnie w tym celu, a także inne formy pozyskiwania na antenie funduszy na cele charytatywne. Podobny wymiar ma inicjatywa SC Johnson polegająca na przekazaniu 1% przychodów ze sprzedaży produktów wyselekcjonowanych marek (OFF!, Raid i Autan) na rzecz światowego programu walki z malarią organizowanego przez UNICEF.

Podsumowując obydwie kategorie, należy zdecydowanie podkreślić skalę zaangażowania oraz powiązanie działań ze specyfiką działalności biznesowej darczyńców, co skutkuje innowacyjnymi i kreatywnymi pomysłami współpracy międzysektorowej na poziomie ogólnopolskim i lokalnym.



Łukasz Makuch, PwC

Laureaci konkursu



Współpraca firmy z organizacją pozarządową

Kategoria „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” została wprowadzona do konkursu w 2006 roku, kiedy zastąpiła kategorie tematyczne. Od tego czasu jest to najbardziej popularna kategoria, w której firmy i fundacje przez nie utworzone są nominowane przez współpracujące z nimi organizacje pozarządowe. Podczas XV edycji konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” organizacje zgłosiły w tej kategorii 100 wniosków nominujących małe, średnie i duże firmy.



W 2011 roku firmy najchętniej wspierały organizacje pozarządowe poprzez pomoc finansową (81% firm), a niemal jedna trzecia udzielała im pomocy rzeczowej. 70% opisanych we wnioskach partnerstw zostało zainicjowanych przez organizacje pozarządowe, a 61% organizacji podpisało umowy o współpracy ze swoimi dobroczyńcami.

Rywalizacja między przedsiębiorstwami była niezwykle zacięta: oceny najlepszych kilkunastu firm przyznane przez ekspertów były bardzo wyrównane. Dlatego w tym roku Kapituła wybrała do głosowania internetowego więcej finalistów niż zazwyczaj. O tym, kto zostanie laureatem konkursu, zadecydowała publiczność, wybierając spośród następujących firm:

wśród firm małych i średnich:

- *Platan Group Sp. z o.o.*
- *Program 3 Polskiego Radia*
- *SC Johnson Sp. z o.o.*

wśród dużych:

- *Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza*
- *Dr. Oetker Polska*
- *Microsoft Sp. z o.o.*
- *Żywiec Zdrój S.A.*

Program 3 Polskiego Radia



FIRMA ZOSTAŁA NOMINOWANA ZA:

- wsparcie kampanii „Grunt to rodzina. Pomóż rodzinnym domom dziecka” poprzez organizację licytacji i promocję SMS-ów charytatywnych oraz realizację czterech reportaży o rodzinnych domach dziecka i rodzinach zastępczych
- wsparcie merytoryczne i finansowe Funduszu Edukacyjnego dla rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych

Program 3 Polskiego Radia wspólnie z Fundacją Świętego Mikołaja od pięciu lat realizuje bożonarodzeniową akcję „Idą Święta”, wspierającą finansowo główny cel fundacji, którym jest zachęcanie do tworzenia rodzinnych domów dziecka i wspieranie tych, które już istnieją. Według badań regularnie przeprowadzanych przez fundację wychowankowie rodzinnych domów dziecka mają niższe szanse edukacyjne niż ich rówieśnicy, co jest związane z opóźnieniami rozwojowymi i edukacyjnymi oraz problemami zdrowotnymi. Celem fundacji jest finansowanie rehabilitacji tych dzieci oraz wsparcie domów, w których się wychowują.

W 2011 roku w czasie trwania akcji „Idą Święta”, radiowa „Trójka” wsparła kampanię „Grunt to rodzina. Pomóż rodzinnym domom dziecka”, organizując zbiórkę pieniędzy na wsparcie rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych. Niemal połowa funduszy została zebrana w trakcie czterech grudniowych licytacji przedmiotów podarowanych przez sławne osoby, między innymi Stinga, Agnieszkę Radwańską czy Andrzeja Wajdę. Pozostałe środki – w wysokości 435 000 zł – pozyskano dzięki charytatywnym SMS-om wysyłanym przez słuchaczy radia podczas piątkowych audycji „Zapraszamy do Trójki”. Ponadto Program 3 wyemitował cztery reportaże dotyczące sytuacji rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych

czych i wydał 20 000 płyt „Idą Święta 5”. Cały dochód z ich sprzedaży zasilił Fundusz Edukacyjny służący wsparciu wychowanków rodzinnych domów zastępczych i ich opiekunów.

Dzięki akcji przeprowadzonej w 2011 roku udało się zebrać około 770 000 zł, które zasilą Fundusz Edukacyjny 2012/2013, zapewniając sfinansowanie ponad 100 przedsięwzięć rehabilitacyjnych i edukacyjnych dla wychowanków rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych. Dzięki nagłośnieniu problemu udało się również pozyskać nowych darczyńców dla tych placówek, a słuchaczom „Trójki” przypomniano o trudnej sytuacji osieroconych dzieci i o konieczności wspierania rodzinnej pieczy zastępczej.

W 2011 roku dwoje pracowników Programu 3 włączyło się również w prace Komisji Konkursu Funduszu Edukacyjnego, w ramach którego rozdysponowano środki zebrane w czasie kampanii w 2010 roku: dofinansowano 186 projektów na łączną sumę 1,1 mln złotych. Skorzastało z nich 1200 dzieci i 200 opiekunów zastępczych.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA:

Fundacja Świętego Mikołaja zajmuje się badaniem i rozwiązywaniem skutków kryzysu solidarności z potrzebującymi. Prowadzi program stypendialny „Solidarni”, Fundusz Edukacyjny dla Rodzinnych Domów Dziecka, konkurs „Mama w Pracy”, projektuje kampanię medialną Dnia Papieskiego oraz jest wydawcą książek i rocznika filozoficznego „Teologia Polityczna”.

Żywiec Zdrój S.A.



FIRMA ZOSTAŁA NOMINOWANA ZA:

- wsparcie merytoryczne i finansowe przy realizacji programu „Po stronie Natury”,
- prowadzenie kampanii reklamowej i informacyjnej na potrzeby programu „Po stronie natury”,
- nieodpłatne dostarczenie wody Żywiec Zdrój na około 30 imprez i warsztatów organizowanych przez Fundację Nasza Ziemia.

Działania na rzecz ochrony środowiska są kluczowym elementem polityki zrównoważonego rozwoju prowadzonej przez firmę Żywiec Zdrój S.A. Jednym z długoterminowych działań z tego zakresu jest współpraca z Fundacją Nasza Ziemia w ramach programu „Po stronie natury”, która rozpoczęła się w 2008 roku. Celem programu jest kształtowanie postaw i świadomości ekologicznej społeczeństwa, a w szczególności promowanie korzystnego wpływu drzew na środowisko naturalne, a także zachęcanie Polaków do sadzenia i ochrony drzew oraz dbałości o zasoby wodne.

W 2011 roku w ramach III edycji programu posadzono trzeci milion drzew w Beskidzie Żywieckim. Akcja ta jest odpowiedzią na potrzebę przebudowy monokulturowego drzewostanu lasów beskidzkich i wprowadzania tam gatunków, które rosły na tych terenach przed laty, głównie buka i jodły.

W ramach III edycji programu zrealizowany został również ogólnopolski konkurs grantowy adresowany do placówek edukacyjno-wychowawczych z terenu całej Polski, zachęcający do podejmowania inicjatyw ekologicznych będących odpowiedzią na potrzeby społeczności lokalnych. Zadaniem wnioskujących o dofinansowanie w wysokości 3-15 tys. złotych

było przygotowanie projektu promującego wiedzę o drzewach, ich ochronę lub racjonalne korzystanie z wody. Wpłynęło 289 wniosków. Łączna pula dotacji wyniosła 125 tys. zł.

Zorganizowano także konkurs adresowany do najmłodszego pokolenia, które rozwija w sobie wrażliwość na problemy środowiska. Zadaniem młodych ambasadorów ekologii było stworzenie dowolną techniką plakatu promującego sadzenie i ochronę drzew. Do konkursu zgłoszono 900 prac. Zwycięskie placówki otrzymały w nagrodę ekologiczne place zabaw (w kategorii przedszkola) oraz wyjazd na „zieloną szkołę” (w kategorii szkoły podstawowe).

Wczesną wiosną w wybranych miastach Polski zostały zorganizowane happeningi, podczas których przebrani za sosnę, jawor, modrzew, buk i jodłę promotorzy przekonywali mieszkańców do konieczności dbania o drzewa i ich sadzenia. Ci nietypowi ambasadorzy ekologii odwiedzili Warszawę, Gdańsk, Kraków, Żywiec, Wrocław i Poznań, gdzie nawiązywali interakcje z przechodniami, sprawdzając ich wiedzę na temat roli drzew w naszym życiu oraz informując o korzyściach wynikających z ich sadzenia.

W połowie maja w Węgierskiej Górcie odbyło się Wielkie Święto Sadzenia Drzew, podczas którego partnerzy programu, pracownicy firmy Żywiec Zdrój S.A., przedstawiciele społeczności lokalnej i sympatycy akcji symbolicznie podsumowali jej III edycję. Każdy uczestnik mógł własnoręcznie posadzić drzewo oraz wziąć udział w ekologicznych warsztatach i zabawach. Wprowadzeniem do Święta Sadzenia był Ekorajd, w ramach którego uczniowie lokalnych szkół rywalizowali w ekologicznych konkursach oraz sprząkali beskidzkie szlaki.

Ponadto w Teresinie odbyła się konferencja naukowa pt. „Edukacja Przygodą”, zorganizowana przy wsparciu Wydziału Pedagogicznego Uniwersytetu Warszawskiego, Pracowni Nauki i Przygody oraz Oficyny Wydawniczej Multico. Jej tematem była edukacja terenowa (*outdoor & adventure recreation*). Podczas konferencji, w której wzięło udział 100 osób, wygłoszono 20 referatów i zorganizowano 10 warsztatów terenowych. W 2011 roku zakończono także prace nad książką zawierającą 30 konspektów dla nauczycieli, które dotyczą nauki o ochronie środowiska dla różnych poziomów nauczania.

W związku z programem uruchomiona została strona internetowa www.postronienatury.pl, na której zamieszczone zostały informacje na temat drzew oraz szczegóły dotyczące realizacji projektu. Za pośrednictwem portalu każdy mógł poprzeć akcję i zasadzić swoje wirtualne drzewo – internauci posadzili ich blisko 450 tys.

Programowi „Po stronie natury” towarzyszyły działania informacyjne skierowane do dziennikarzy, kampania reklamowa w telewizji, w prasie i internecie z udziałem Przyjaciół Drzew i ambasadorów programu, którymi w 2011 roku zostali Halina Mlynkova, Łukasz Nowicki i Sebastian Karpiel-Bułecka.

Firma Żywiec Zdrój S.A. przekazała również wodę na około 30 imprez i warsztatów, w tym Dzień Ziemi w Warszawie, Piknik Klimatyczny Partnerstwo dla Klimatu, konferencje prasowe, konferencje i spotkania z nauczycielami, warsztaty dla dzieci czy 10 dni Zielonych Szkół dla 60 dzieci. Ponadto 10 wolontariuszy z warszawskiego biura firmy wzięło udział w sprzątnięciu brzegów Wisły w czasie międzynarodowej akcji sprzątnięcia świata, która odbyła się we wrześniu 2011 roku.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA:

Fundacja Nasza Ziemia specjalizuje się w edukacji ekologicznej i obywatelskiej. Od początku swojego istnienia koordynuje w Polsce kampanię „Sprzątnięcie świata”, w której bierze udział 40 mln wolontariuszy na całym świecie. Fundacja prowadzi również – wspólnie z samorządami, szkołami, organizacjami, przedstawicielami biznesu i mediami – całoroczne programy na rzecz ochrony środowiska. Współpracuje z organizacjami ekologicznymi na Ukrainie, Białorusi, Litwie i w Rosji, wspierając rozwój ruchu Clean up the World w tych państwach.

Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy

Kategoria „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” została wprowadzona do konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku” w XI edycji. Celem organizatorów było pełniejsze ukazanie projektów społecznych realizowanych przez przedsiębiorców w lokalnych społecznościach. Działania takie charakteryzuje wszechstronność zaangażowania w życie społeczności i stosowanie w praktyce zasady firmy jako obywatela. Zgłaszane w tej kategorii wnioski opisują wsparcie udzielone przez małe i średnie firmy, które rozciągają się na wiele dziedzin życia społeczności lokalnej i obejmuje współpracę nie tylko z organizacjami pozarządowymi, lecz także ze szkołami, ośrodkami kultury, lokalnymi związkami sportowymi czy urzędami gminy. W związku z tym do kategorii „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” organizacje pozarządowe mogą nominować przedsiębiorstwa zarówno za wsparcie własnej działalności, jak i za całokształt współpracy ze społecznością lokalną.



W 2011 roku większość zgłoszonych w tej kategorii firm udzielała potrzebującym pomocy finansowej (78% zgłoszeń) i rzeczowej (61% zgłoszeń). Jedna trzecia oferowała również nieodpłatne usługi czy użyczała sprzętu, lokalu lub transportu. Ponad połowa zgłoszonych przedsiębiorstw podpisała umowy o współpracy z organizacją, która je nominowała.

W kategorii „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” wnioski mogą być składane przez Ośrodki Działaj Lokalnie należące do sieci „Działaj Lokalnie” Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności.

Lesaffre Polska SA



FIRMA ZOSTAŁA NOMINOWANA ZA:

- działalność na rzecz administracji lokalnej,
- pomoc najbardziej potrzebującym (domy dziecka, pracownicy, byli pracownicy),
- wsparcie sportu i edukacji na obszarach wiejskich (szkoły, lokalne kluby sportowe),
- zaangażowanie w organizację imprez regionalnych i ogólnokrajowych,
- działalność na rzecz ochrony środowiska (członkostwo w Klubie Ochrony Środowiska Śląska Opolskiego, rolnicze wykorzystanie ścieków poprodukcyjnych).

Lesaffre Polska SA jest producentem drożdży piekarskich prasowanych i płynnych, polepszaczy, mieszanek piekarskich i cukierniczych oraz dodatków dla branży piekarskiej i cukierniczej. Ma siedzibę w Wołczynie w województwie opolskim i jako jeden z wiodących podmiotów gospodarczych regionu od wielu lat wspomaga lokalne organizacje charytatywne i niekomercyjne inicjatywy społeczne. Firma stara się pomagać instytucjom, których działalność jest znana w społeczności wołczyńskiej, odpowiadając na prośby o pomoc kierowane do niej bezpośrednio przez lokalne organizacje.

Lesaffre Polska SA każdego roku bierze aktywny udział w cyklicznej imprezie charytatywno-kulturalnej „Serce dla Wołczyna” organizowanej przez Urząd Miasta w Wołczynie. W roku 2011 wsparła również finansowo uroczystości 750-lecia miasta Wołczyna i Dni Wołczyna oraz dwie imprezy charytatywne o zasięgu powiatowym i wojewódzkim. Pierwszą z nich był bal charytatywny na rzecz Hospicjum Ziemi Kluczborskiej Św. Ojca Pio, organizowany podczas gali wręczenia „Plastrów Miodu” – nagrody starosty kluczborskiego za szczególne osiągnięcia na rzecz rozwoju i promocji powiatu kluczborskiego. Drugą zaś był XVII Koncert Dobroczynny „Przedsiębiorcy Dzieciom” organizowany podczas Opolskiej Gali BCC.

Jednym z kluczowych działań na rzecz społeczności lokalnej jest wsparcie finansowe i rzeczowe (gadżety reklamowe) oraz zakup głównych nagród (małe AGD) na festyny organizowane podczas dożynok gminnych. W ubiegłym roku, podobnie jak w latach poprzednich, dofinansowano sołectwo w Szymonkowie przy organizacji Turnieju Rodzin oraz Stowarzyszenie Koła Gospodyń Wiejskich Odnowa Wsi Komorzno przy przygotowaniu Europejskiego Dnia Kasztana – imprezy ekologicznej organizowanej w celu ratowania chorych kasztanowców. Lesaffre Polska SA co roku wspiera również wołczyńską parafię, która tradycyjnie w lipcu organizuje Ogólnokrajowy Zlot Młodzieży Katolickiej (firma pokrywa koszt opieki medycz-

nej oraz gorącego posiłku w ciągu dnia). Pomaga także niewielkim grupom odnowy wsi, które działają na rzecz swoich sołectw, oraz ludowym klubom sportowym. W 2011 roku pomoc finansowa została udzielona 18 drużynom piłkarskim z gminy Wołczyn biorącym udział w rozgrywkach organizowanych przez OZPN. Firma przekazała również środki finansowe na rzecz Lokalnej Grupy Działania „Dolina Stobrawy”, która poprzez konkurs „Działaj Lokalnie” wspiera realizację projektów w społecznościach lokalnych.

Lesaffre Polska SA wspiera również finansowo bądź rzeczowo lokalne straże pożarne z terenu gminy Wołczyn. W roku 2011 firma dofinansowała zakup materiałów potrzebnych do ocieplenia budynku remizy w Wierzbicy Dolnej. Dzięki jej pomocy mogły się również odbyć Gminne Zawody Sportowo-Pożarnicze w Świniarach Wielkich, został także zakupiony sprzęt do prowadzenia działań ratowniczo-gaśniczych w Komendzie Powiatowej Państwowej Straży Pożarnej w Kluczborku. Na pomoc finansową i rzeczową mogą również liczyć wychowankowie Domu Dziecka w Bogacicy i Bąkowie oraz Dom Pomocy Społecznej w Gierałcicach. Firma nie jest także obojętna na problemy osób niepełnosprawnych. Jej zaprzyjaźnioną organizacją jest Kluczborskie Towarzystwo Pomocy Sprawnym Inaczej „Muminki”, które w roku 2011 otrzymało wsparcie finansowe przy organizacji obozu integracyjnego w Ustroniu Lipowcach dla osób niepełnosprawnych z Kluczborka i okolic. Lesaffre wsparła także bieżącą działalność Polskiego Towarzystwa Walki z Kalectwem, a w maju sfinansowała organizowane przez Polski Związek Wędkarski Koło w Wołczynie zawody wędkarskie dla dzieci szkół podstawowych z terenu gminy Wołczyn.

Firma wsparła finansowo nie tylko dzieci i młodzież, lecz także rozmaite lokalne inicjatywy i organizacje zrzeszające osoby w starszym wieku. Należą do nich: Stowarzyszenie Uniwersytet Trzeciego Wieku w Kluczborku oraz Związek Sybiraków Koło w Kluczborku. Firma Lesaffre Polska SA od lat aktywnie wspiera przedsięwzięcia w środowisku piekarskim i cukierniczym promujące młode talenty, jak np. Ogólnopolski Turniej na Najlepszego Ucznia w Zawodzie Piekarz i Cukiernik, Ogólnopolski Turniej Cukierniczy im. Wojciecha Kandulskiego i Ogólnopolski Turniej Piekarski im. Anny Butki. Firma aktywnie współpracuje ze Stowarzyszeniem Rzemieślników Piekarstwa Rzeczypospolitej Polskiej, Stowarzyszeniem Cukierników, Karmelarzy i Lodziarzy Rzeczypospolitej Polskiej oraz Stowarzyszeniem Młynarzy RP, jak również z regionalnymi cechami rzemiosła spożywczego.

W grudniu, w okresie mikołajek i spotkań wigilijnych, firma została jednym z fundatorów paczek dla dzieci z miejscowości: Wierzbica Dolna, Wierzbica Górna, Krzywiczyna, Świniary Wielkie, a także wsparła pieniądze i rzeczowo organizację dwóch spotkań wigilijnych dla samotnych i bezdomnych. Pierwsze z nich organizowane było w Kluczborku przez Kluczborskie Stowarzyszenie Dobroczynne „Samarytanin”. Drugie, zorganizowane pod patronatem ordynariusza diecezji opolskiej księdza arcybiskupa Andrzeja Czaia, miało miejsce w Opolu.

W sumie w 2011 roku firma udzieliła społeczności lokalnej pomocy finansowej w wysokości około 155 000 zł oraz pomocy rzeczowej o wartości około 9000 zł.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA:

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Dolina Stobrawy” powstało w 2006 roku. Obecnie liczy 77 członków, którzy reprezentują między innymi samorządy, gospodarstwa agroturystyczne, stowarzyszenia wiejskie, banki, firmy prywatne oraz instytucje doradcze. LGD „Dolina Stobrawy” działa na rzecz zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich i aktywizowania działań społeczności lokalnej w dążeniu do poprawy jakości życia. Poza realizacją działań związanych z programem Leader stowarzyszenie prowadzi Stobrawski Inkubator Organizacji Pozarządowych, realizuje program dotacyjny „Działaj Lokalnie” oraz współorganizuje imprezy lokalne i jarmarki, a także promuje walory turystyczne regionu.

Strategie społecznego zaangażowania firm – u progu rewolucji

Kilka miesięcy temu znajomy, który był właśnie na etapie wprowadzania na polski rynek nowej firmy, poprosił mnie o spotkanie. W napiętym grafiku – był przecież w trakcie definiowania wszystkich strategicznych elementów biznesu – znalazł czas na kilkugodzinną dyskusję o strategii społecznego zaangażowania, która byłaby właściwa dla jego firmy w Polsce. Podobne rozmowy prowadzę z osobami, które startują z własnymi przedsiębiorstwami. Walczą o każdą złotówkę finansowania, ale w plan biznesowy wpisują CSR (z ang. Corporate Social Responsibility – społeczna odpowiedzialność biznesu), kierując się głębokim przekonaniem, że właśnie TAK, od pierwszego dnia, chcą robić biznes. Równie inspirujące są rozmowy ze studentami, którzy obok planów w kategorii „jak zarobić pierwszy milion” snują i realizują odważne projekty w stylu „jak zapewnić innym lepszy dostęp do nauki” czy „jak zebrać środki na leczenie przyjaciela i podarować mu kilka dodatkowych lat młodości”. Łatwo jest budować rankingi według budżetów zaangażowanych w CSR, chciałabym jednak zadedykować ten jubileuszowy komentarz każdej osobie, która angażuje się społecznie.

Pisząc ten komentarz, sięgnęłam do artykułów oraz tekstów z raportów z poprzednich lat. Cieszy mnie, że co roku możemy pisać o nowych aspektach CSR-u w Polsce – dzięki temu, że szybko się uczymy i sami podnosimy sobie poprzeczkę. Kiedyś wyzwaniem było definiowanie konkretnego celu zaangażowania i patrzeć w perspektywie dłuższej niż rok, później – upewnienie się, że standardy zarządzania CSR-em są porównywalne do zarządzania innymi aspektami działania firmy. Dziś stoimy na progu rewolucji, kiedy to wiele firm integruje filozofię „zaangażowania” z każdym aspektem swojego modelu biznesowego, stając się „biznesem na wskroś odpowiedzialnym”. Z dumą widzę, że nie musimy już sięgać po przykłady z zagranicy, ale możemy szcycić się rodzimymi programami odpowiedzialnego biznesu. Programy te dodatkowo stanowią przykłady połączenia sił i środków w ramach koalicji kilku firm.

STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRM

Co roku dumą napawa mnie fakt, że firmy działające na polskim rynku coraz częściej tworzą własne, autorskie strategie zaangażowania, a nie tylko posiłkują się matrycami firm matek. Także mniejsze firmy, które coraz częściej zgłaszają się do konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku”, nie wstydzą się swoich strategii CSR.

W zgłoszeniach widać ogromny wysiłek wkładany w diagnozę potrzeb, coraz lepsze ich rozumienie oraz coraz bliższe zaangażowanie partnerów i beneficjentów w tworzenie strategii i formatów zaangażowania. Rośnie wzajemne zaufanie partnerów CSR-owych, co przejawia się między innymi w długofalowym charakterze programów. A strategie zaangażowania firm są coraz częściej komplementarne z działaniami organizacji pozarządowych.

Dawna konkurencja przeradza się w partnerstwo, a dzięki temu każda przeznaczona na projekty godzina i złotówka może przynosić większe efekty.

Wewnątrz firm wzrasta jakość zarządzania programami zaangażowania – kiedyś dobre praktyki w szcztkowej wersji istniały jedynie w spółkach córkach firm z długim rodowodem CSR-owym. Dziś to o wiele więcej niż przelew środków. Bardzo często zarządy włączają CSR w system wartości firm. Coraz częściej w programy angażują się wszystkie szczeble organizacji, a kadra zarządzająca ma wysoką świadomość tego, w jaki sposób CSR wpisuje się w strategię biznesu. Programy nadal są często realizowane przez zespoły public relations, marketingu, lub zasobów ludzkich, ale pojawia się coraz więcej dedykowanych zespołów ds. CSR-u.

PROGRAMY WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO

Wolontariat pracowniczy od zawsze był obecny w konkursie. To najmłodsza odrębna kategoria, ale jednocześnie forma zaangażowania, która historycznie leży u podstaw wszelkich działań CSR-owych i najbliżej oddaje ducha zaangażowania: dziś postanawiam zrobić coś dla innych, bezinteresownie. Słowo „wolontariat” kojarzy się z wolnością wyboru, bezinteresownością, współtworzeniem, humanizmem. W świecie korporacji wolontariat stał się też formą „pozytywnego buntu” pracowników, którzy postanowili te nadrzędne wartości postawić ponad systemami planowania i kontroli. Firmy, które pracownicy zgłaszają do nagrody w tej kategorii, nie rozpoczęły swoich programów wczoraj czy rok temu. W większości od lat wypracowywały skuteczne modele działania i udoskonalały ich efektywność. Budowa programu wolontariatu wymaga otwartości, cierpliwości, zaufania i umiejętności wzajemnego słuchania. Zachowanie oddolnego charakteru wolontariatu to bardzo trudne zadanie dla przyzwyczajonych do „zarządzania z góry” menedżerów. Ale też ogromnie satysfakcjonujące i przekładające się na transformację kultury firmy – lepszą świadomość wspólnych celów, solidarność, wyższą motywację i wzajemny szacunek.

Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku” towarzyszy mi w życiu profesjonalnym i prywatnym od 2004 roku. Przez ostatnie osiem lat obserwuję ogromny wzrost świadomości CSR-owej oraz podnoszące się standardy działań firm. Ewolucja CSR-u w Polsce jest ściśle związana z trwającą od początku lat 90. transformacją, połączoną z gwałtownym wzrostem, a następnie stabilizacją polskiej gospodarki i silnym wsparciem Unii Europejskiej w obszarze społecznym, jak również z podnoszeniem średniej stopy życia oraz otwartością Polaków na wzorce międzynarodowe, ale jednocześnie pogłębiającym się i coraz bardziej widocznym rozwarstwieniem społeczeństwa. Ostatnie lata to z jednej strony czas, gdy odżywają wartości filantropijne i chęć „oddawania” (ang. *giving back*), a z drugiej – gdy wzrastają wrażliwość i wiedza młodych pokoleń pracowników i przedsiębiorców wchodzących na rynek. Społeczne zaangażowanie nie jest dziś odpowiedzią na pytanie „czy?”, lecz na pytanie „jak?”.



Anna Wróbel,

Global Manager of Change Leaders' Forum, McKinsey & Company

Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy

Kategoria „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy” powstała w odpowiedzi na potrzebę zaprezentowania przez przedsiębiorstwa całego spektrum ich działań społecznych. Jest to jedyna kategoria, w której firmy mogą same zgłaszać swoje kandydatury do konkursu. Mimo że organizacje pozarządowe jako partnerzy i beneficjenci działalności społecznej firm odgrywają kluczową rolę w procesie nominacji Dobroczyńców Roku, organizatorzy konkursu postanowili umożliwić firmom samodzielne opisanie ich programów społecznego zaangażowania jako całości.



Choć wydaje się, że tworzenie i realizowanie strategii społecznego zaangażowania jest raczej domeną dużych firm posiadających wyodrębniony budżet dla tego typu działań, w tegorocznej edycji konkursu niemal połowa zgłoszeń pochodziła od firm małych i średnich. Wśród form pomocy preferowanych przez nominowane przedsiębiorstwa występowały przede wszystkim pomoc finansowa i rzeczowa, podczas gdy nieodpłatne udzielanie usług lub udostępnianie sprzętu, środków transportu bądź lokali praktykowało około jednej czwartej zgłoszonych firm. W 50% przypadków firmy angażowały swoich pracowników w działania wolontariackie wspierające całość strategii społecznego zaangażowania.

Z uwagi na niezwykle wyrównany poziom zgłoszeń za 2011 rok Kapituła Konkursu zdecydowała, że w XV edycji konkursu tytuł „Dobroczyńca Roku” wyjątkowo przypadnie dwóm laureatom.



FIRMA NOMINOWANA ZA:

- stworzenie spójnej strategii społecznego zaangażowania mającej na celu działania na rzecz zdrowia i wszechstronnego rozwoju dzieci poprzez
- stworzenie Programu Rozwoju Małego Dziecka „Od serca dla dziecka”,
- realizację programu wolontariatu pracowniczego pod nazwą Wolontariusze HOPE,
- działalność Fundacji NUTRICIA.

Działania realizowane w ramach wolontariatu pracowniczego, programu „Od serca dla dziecka” oraz działalności Fundacji NUTRICIA są zgodne z misją firmy NUTRICIA, która zawiera się w hasle „Zdrowe dzieci, zdrowa przyszłość”. Firma szczególnie angażuje się we wspieranie najmłodszych mieszkańców na terenach wiejskich, zwłaszcza w czasie pierwszych trzech lat ich życia.

Program „Od serca dla dziecka”, realizowany wspólnie z Fundacją Rozwoju Dzieci im. Jana Amosa Komeńskiego, polega na wspieraniu profilaktyki zdrowotnej i edukacji żywieniowej oraz na propagowaniu edukacji wczesnodziecięcej przez zabawę. Dzięki temu programowi całe rodziny miały możliwość uczestniczenia w interaktywnych warsztatach, w trakcie których dzieci wraz z rodzicami przez zabawę poznawały otaczający je świat i zasady zdrowego żywienia. Program wspiera również opiekunki i opiekunów w żłobkach i klubach dziecięcych, oferując im szkolenia podnoszące kwalifikacje i kompetencje. Program szkoleń został zatwierdzony przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. W ramach programu „Od serca do dziecka” opracowano także standardy jakości opieki i edukacji małych dzieci na podstawie konsultacji z ich opiekunami i rodzicami oraz ekspertami. Stan-



dardy te zostały zaprezentowane w czasie konferencji zorganizowanej 3 listopada 2011 roku, której celem było zainicjowanie ogólnopolskiej debaty na ten temat.

Program Wolontariusze HOPE opiera się na czterech podstawowych wartościach, które NUTRICIA stara się promować: Humanism (Humanizm), Openess (Otwartość), Proximity (Bliskość) oraz Enthusiasm (Entuzjazm). Na jego potrzeby firma stworzyła fundusz projektów wolontariackich, z którego finansowane są projekty jej pracowników, realizowane w społecznościach lokalnych. Każdy pracownik firmy NUTRICIA może stworzyć taki projekt dla wybranej przez siebie grupy odbiorców, zebrać grupę wolontariuszy i postarać się o jego dofinansowanie. Większość projektów realizowanych w ramach Programu Wolontariusze HOPE ma na celu wsparcie instytucji publicznych lub organizacji pozarządowych, choć znalazły się wśród nich również takie, które wspierały lokalne grupy nieformalne. W 2011 roku każdy z pracowników mógł dodatkowo zadeklarować swoją aktywność na rzecz własnego zdrowia w ramach prozdrowotnego programu pracowniczego „Przełącz PoZDROWIEnia”, za co firma przekazywała dodatkowe środki finansowe na wybrany przez niego projekt. Ponadto w ramach specjalnej edycji programu „Podaruj dzieciom Święta” zrealizowano pięć dodatkowych projektów, a wielu pracowników przygotowało prezenty w odpowiedzi na nadesłane przez dzieci listy do Świętego Mikołaja. Wśród realizowanych w 2011 roku projektów pracowniczych znalazły się między innymi: II edycja zawodów pływackich dla dzieci z klas nauczania początkowego mazowieckich szkół podstawowych z profilem sportowym, wycieczka połączona z zawodami sprawnościowymi dla wychowanków jednego z domów dziecka w Legnicy, remont świetlicy szkolnej w zespole szkół w Koszalinie, kompleksowy remont domu dziecka w Tarnowie Opolskim, remont sceny teatralnej w domu dziecka w Sarnowie oraz wystawienie na niej premierowej sztuki, wyjazd integracyjny dla podopiecznych Fundacji Śląskie Hospicjum dla Dzieci, połączona z terapią zabawą w parku wodnym dla dzieci z porażeniem mózgowym w Tarnowskich Górach czy modernizacja sali intensywnego nadzoru na oddziałach dziecięcych w szpitalach w Wołominie, Łodzi oraz Bystrzycy Kłodzkiej. Dotychczas w programie wzięło udział 400 pracowników.

Strategię społecznego zaangażowania firmy od 1996 roku realizuje również Fundacja NUTRICIA, której misja to ochrona, promocja i zapewnienie zdrowia poprzez prawidłowe żywienie. Jej działania skupiają się na trzech obszarach: badań z zakresu żywienia człowieka, edukacji związanej z żywieniem kierowanej do społeczeństwa oraz edukacji związanej z żywieniem kierowanej do środowiska medycznego. Fundacja realizuje m.in. program grantów badawczych, który przyczynia się do poszerzenia wiedzy ogólnej na temat zagadnień związanych z wpływem żywienia na zdrowie człowieka. Fundacja NUTRICIA inwestuje także w rozwój badaczy, organizując m.in. seminarium szkoleniowe „Evidence Based Medicine – Zasady planowania badań naukowych w medycynie”, którego uczestnicy podczas wykładów i warsztatów doskonalą metody badawcze, aby zastosować je w swoich pracach naukowych. Fundacja finansuje również granty edukacyjne, które ułatwiają pracownikom medycznym podnoszenie kwalifikacji personelu medycznego oraz wprowadzenie nowych standardów opieki okołoporodowej.

Partnerstwo dla Zdrowia



NOMINACJA ZA:

- stworzenie wieloletniego, nowatorskiego partnerstwa firm prywatnych i publicznej instytucji naukowo-medycznej na rzecz właściwego żywienia oraz propagowania zdrowego stylu życia wśród dzieci.

Partnerstwo dla Zdrowia to wyjątkowa koalicja firm Danone, Lubella (należąca do Grupy Maspex Wadowice) i Biedronka (należąca do Grupy Jeronimo Martins) oraz Instytutu Matki i Dziecka – wiodącej w kraju instytucji naukowej i medycznej. Zawiązano ją w 2006 roku w celu skutecznego przeciwdziałania niedożywieniu dzieci w Polsce oraz propagowania wśród najmłodszych zdrowych nawyków żywieniowych. Partnerzy, wprowadzając społeczne innowacje w biznesie i wykorzystując mechanizmy pozwalające włączyć konsumentów o najniższych dochodach w funkcjonowanie rynku, stworzyli pierwszy w kraju produkt z misją społeczną – kaszkę Mleczny Start. Produkt ten został opracowany we współpracy z ekspertami ds. żywienia z Instytutu Matki i Dziecka, specjalnie pod kątem potrzeb żywieniowych dzieci w wieku wczesnoszkolnym. Kaszka jest sprzedawana w cenie umożliwiającej codzienny jej zakup nawet przez rodziny o najniższych dochodach (porcja kosztuje 0,69 zł).

1 września 2011 roku dzięki Partnerstwu dla Zdrowia w sieci sklepów Biedronka pojawiła się Zbożowa Kanapka, będąca naturalnym źródłem błonnika. Stanowi ona kolejny krok Partnerstwa dla Zdrowia na drodze do skutecznego rozwiązywania problemu niedożywienia dzieci w Polsce. Razem z obecną na rynku od 2007 roku pożywną kaszką mąną Mleczny Start Zbożowa Kanapka tworzy wartościowy zestaw śniadaniowy. Od chwili wprowadzenia na rynek Mlecznego Startu pod koniec 2006 roku sprzedano już 70 mln porcji, z których aż 27% trafia do rodzin o najniższych dochodach, zgodnie z misją Partnerstwa.

W 2008 roku Partnerstwo dla Zdrowia było organizatorem ogólnopolskiego turnieju piłkarskiego dla dzieci w wieku 11-12 lat – Puchar Mlecznego Startu. Rozgrywki odbywały się pod hasłem „Puchar Mlecznego Startu – tak zaczynają najlepsi!”. Ich celem było umożliwienie młodym sportowcom udziału w wielkim krajowym wydarzeniu piłkarskim, popularyzującym ideę fair play i jednocześnie propagującym zdrowy styl życia, którego nieodłącznym elementem jest aktywność fizyczna.

W 2011 roku Partnerstwo dla Zdrowia zainicjowało akcję „Śniadanie daje moc”, której celem było zwiększenie świadomości na temat zdrowego odżywiania i roli śniadania w diecie dzieci. 8 listopada koalicja zainaugurowała w Polsce Dzień Zdrowego Śniadania.



Tego dnia dzieci razem z nauczycielami oraz rodzicami zjadły wspólne śniadanie w klasie oraz uczyły się, dlaczego warto jeść codziennie ten pożywny posiłek. Dodatkowo uczniowie mieli możliwość poznania 12 zasad zdrowego odżywiania opracowanych przez ekspertów z Instytutu Matki i Dziecka. Ponadto firmy zachęcały swoich pracowników do promowania akcji w szkołach, do których uczęszczają ich dzieci. Do akcji „Śniadanie daje moc” włączyły się 2474 szkoły podstawowe z całego kraju, a w 4046 klasach zostało zorganizowane wspólne śniadanie.

W kolejnej edycji – tym razem w formie kilkumiesięcznego programu „Śniadanie daje moc” – Partnerstwo dla Zdrowia chce dotrzeć do większej niż w ubiegłym roku liczby szkół podstawowych w Polsce. W 2012 roku Partnerstwo dla Zdrowia planuje rozwinięcie ubiegłorocznej akcji w program edukacyjny budujący w szkołach podstawowych Kluby Śniadaniowe i lobbujący na rzecz wprowadzenia w szkołach zwyczaju wspólnego jedzenia zdrowego i pożywnego śniadania.



Program wolontariatu pracowniczego

„Program wolontariatu pracowniczego” jest najmłodszą kategorią w konkursie, stworzoną z okazji Europejskiego Roku Wolontariatu 2011 i w ramach XIV edycji „Dobroczynicy Roku”. W tej kategorii firmy nominowane są wyłącznie za prowadzone programy społeczne angażujące pracowników w roli wolontariuszy lub mające na celu wsparcie ich własnych inicjatyw wolontariackich. W przypadku „Programu wolontariatu pracowniczego” to właśnie pracownicy mogą zgłosić firmę, dzięki czemu mają możliwość udzielenia swojemu pracodawcy realnego wsparcia w jego działalności społecznej zaangażowania.



W XV edycji konkursu wszystkie zgłoszenia zawierały nominacje firm dużych. Większość przedsiębiorstw wspierała program wolontariatu pracowniczego pomocą rzeczową (77%), a wolontariusze w przeważającej większości świadczyli bezpłatne usługi osobom i instytucjom, z którymi współpracowali (85%).

Podobnie jak w przypadku kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową”, w kategorii „Program wolontariatu pracowniczego” Kapituła Konkursu wytypowała finalistów, których kandydatury zostały zaprezentowane w głosowaniu internetowym na stronie www.dobroczyncaroku.pl. Tak jak w przypadku innych kategorii, członkowie Kapituły Konkursu wytypowali do głosowania więcej firm, niż to zwykle ma miejsce. W rezultacie internauci wybierali laureata konkursu spośród następujących firm:

- Bank BPH SA
- Orange Polska (dawniej Grupa TP)
- NUTRICIA
- Procter & Gamble DS. Poland Sp. z o.o.
- Provident Polska SA

Orange Polska (dawniej Grupa TP)



FIRMA NOMINOWANA ZA:

- realizację programu wolontariatu pracowniczego pod hasłem „W trosce o innych” i angażowanie pracowników na wszystkich szczeblach kariery w działania społeczne.

Wolontariat pracowniczy w Orange Polska organizowany jest dwutorowo: pracownicy firmy mogą włączać się w projekty opracowane przez Fundację Orange lub realizować własne pomysły dzięki przeznaczonym na ten cel dotacjom. W ramach działań realizowanych we współpracy z Fundacją pracownicy organizują Bajkowe Kąciki i akcje mikołajkowe w szpitalach, prowadzą multimedialne zajęcia na temat bezpieczeństwa w internecie oraz interaktywne zajęcia o Fryderyku Chopinie, a także czytają dzieciom w szpitalach i bibliotekach.

W ramach indywidualnych projektów wolontariatu pracownicy otrzymują wszechstronną pomoc od firmy: oprócz grantów przeznaczonych na realizację działań społecznych mogą liczyć również na wsparcie finansowe i szkoleniowe, opiekę merytoryczną i koordynację oraz wsparcie logistyczne. Każdorazowo do akcji pracowników włączane są rozmaite instytucje prywatne i publiczne działające w najbliższym otoczeniu miejsca zamieszkania bądź miejsca pracy wolontariuszy. W rezultacie za pośrednictwem projektów wolontariatu

pracowniczego firma współpracuje z różnymi instytucjami, od organizacji pozarządowych, przez instytucje kultury, placówki edukacyjne i organizacje sportowe, po placówki ochrony zdrowia i instytucje samorządowe. Działania podejmowane przez pracowników w ramach programu wolontariatu w Orange Polska obejmują zarówno pomoc rzeczową, jak i usługową, dzielenie się wiedzą i umiejętnościami pracowników, udzielanie wsparcia mentorskiego oraz e-wolontariat (udzielanie pomocy przez internet).

Programowi grantowemu dla pracowników towarzyszą również wyjazdy integracyjne połączone z akcjami charytatywnymi realizowanymi przez ich uczestników oraz z programami edukacyjnymi. Pracownicy są również zachęceni do włączania w tę działalność członków swoich rodzin oraz partnerów biznesowych. W 2011 roku 1830 pracowników Orange Polska poświęciło się pracy wolontariackiej na rzecz dzieci i młodzieży, osób chorych i niepełnosprawnych oraz osób znajdujących się w trudnych warunkach życiowych. Każdy wolontariusz poświęcił na realizację programu średnio do pięciu godzin.

Założeniem ubiegłorocznego wolontariatu było włączanie coraz większego grona pracowników do akcji społecznych. Orange Polska stworzyła bazę wolontariacką, w której każdy może zamieścić informacje o działaniach, do których chce zaangażować koleżanki i kolegów. W ramach bazy każdy pracownik może również sam zgłosić chęć pomocy. Zarząd i menedżerowie biorą czynny udział w programach wolontariatu pracowniczego i zachęcają do tego innych. W 2011 roku prezes Orange Polska był jednym z inicjatorów powołania Koalicji „Prezesi – Wolontariusze 2011”, której celem jest promocja wolontariatu i aktywności obywatelskiej poprzez pokazywanie przykładu prezesów dzielących się swoim czasem i doświadczeniem na rzecz ważnych inicjatyw społecznych.



Statystyki konkursu



W 2011 roku do konkursu zgłoszono 158 wniosków spełniających wymogi formalne. Najwięcej firm nominowano w kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową”, a najmniej w kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”.

„Współpraca firmy z organizacją pozarządową”: **100**

„Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy”: **16**

„Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy”: **23**

„Program wolontariatu pracowniczego”: **13**

Wśród zgłoszonych firm **56%** zaklasyfikowano jako duże a **44%** – jako małe lub średnie.

Wśród form pomocy udzielanej przez firmy wciąż najpopularniejsze są:

- wsparcie finansowe – **83%**
- pomoc rzeczowa – **43 %**
- bezpłatne świadczenie usług – **25%**

Aż 80% firm zgłoszonych w kategoriach „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” oraz „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy” podpisało z organizacjami pozarządowymi umowy o współpracy.

Nad wnioskami pracowało 21 niezależnych ekspertów oraz 8 członków honorowej Kapituły Konkursu. W wyborze laureatów wsparło nas również 12 099 internautów biorących udział w głosowaniu internetowym.

Nominowani w XV edycji

WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ

NOMINOWANY	NOMINUJĄCY
Ambra SA	Fundacja Fundusz Lokalny Ziemi Biłgorajskiej
Asseco Business Solutions SA w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Bank Gospodarstwa Krajowego	Fundacja Centrum Edukacji Obywatelskiej
Bank Pocztowy SA Centrala w Bydgoszczy	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Bank Spółdzielczy w Stalowej Woli	Miejsko Gminny Klub Honorowych Dawców Krwi Polskiego Czerwonego Krzyża przy Zakładach Chemicznych Organika -Sarżyna w Nowej Sarżynie
Bank Spółdzielczy w Stalowej Woli	Stowarzyszenie Na Rzecz Osób Szczególnej Troski „Nadzieja”
Bank Spółdzielczy w Tczewie	Fundacja Pokolenia
Bank Zachodni WBK SA	Polska Akcja Humanitarna
Biłgorajska Agencja Rozwoju Regionalnego SA	Fundacja Fundusz Lokalny Ziemi Biłgorajskiej
BP Europa SE Oddział w Polsce	Polska Akcja Humanitarna
BP Europa SE Oddział w Polsce	Stowarzyszenie Willa Decjusza
BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego	Świetlica Podwórkowa przy Stowarzyszeniu Centrum Wsparcia Terapeutycznego
Carrefour Polska Sp. z o.o.	Caritas Polska
Clico Sp. z o.o.	Instytut Tertio Millennio
DHL Global Forwarding Sp. z o.o.	Polska Akcja Humanitarna
Dr. Oetker Polska	Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce w Polsce
Eaton Automotive Systems Sp. z o.o.	Fundacja Pomocy Dzieciom
Fima Cukiernicza „SOLIDARNOŚĆ – rok założenia 1952” Sp. z o.o. w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Fundacja Banku Zachodniego WBK	Fundacja Świętego Mikołaja
Fundacja im. Leszka Podkańskiego w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie

NOMINOWANY	NOMINUJĄCY
Fundacja Orange	Fundacja Dzieci Niczyje
Fundacja PGNiG S.A. im. Ignacego Łukasiewicza	Fundacja Rozwoju Wolontariatu
Fundacja Polska Miedź	Caritas Diecezji Legnickiej
Fundacja Polska Miedź	Towarzystwo Piłki Nożnej LZS KOMETA Krzelowego i Kulturalnego Sołectwa Krzelów-Młoty JEZIERZYCA
Fundacja Polska Miedź	Dolnośląskie Stowarzyszenie Kultury Zdrowotnej i Sportu NSZZ „Solidarność”
Fundacja Polska Miedź	Dolnośląskie Stowarzyszenie Prasy Regionalnej WRO-EURO
Fundacja Polska Miedź	Towarzystwo Pomocy im. św. Brata Alberta, Koło Wrocławskie
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Lubiąż
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Dzieci i Rodzin Zasadniczej Szkoły Zawodowej Specjalnej
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Nasze Wądroże Wielkie
Fundacja Polska Miedź	Fundacja Akademii Medycznej we Wrocławiu
Fundacja Polska Miedź	Wojewódzkie Zrzeszenie Sportowe Niepełnosprawnych „Start”
Fundacja Polska Miedź	Akademia Piłkarska Żaczek-Orlik
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Gospodarczego i Kulturalnego Sołectwa Krzelów-Młoty JEZIERZYCA
Fundacja Polska Miedź	Polskie Stowarzyszenie na rzecz Osób z Upośledzeniem Umysłowym Koło w Dzierżoniowie
Fundacja Polska Miedź	Fundacja „Pracownia Społeczna”
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Huta Pieniacka
Fundacja Polska Miedź	Fundacja Pomocy Dzieciom Niepełnosprawnym „LEŚNA KRAINA”
Fundacja Polska Miedź	Naczelna Organizacja Techniczna – Federacja Stowarzyszeń Naukowo-Technicznych
Fundacja Polska Miedź	Polski Czerwony Krzyż Klub Honorowych Dawców Krwi przy Hucie Miedzi „Głogów”

NOMINOWANY	NOMINUJĄCY
Fundacja Polska Miedź	Fundacja Sztuka dla Ludzi
Fundacja Polska Miedź	Towarzystwo im. Ferenc Liszta
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom „Tęcza” w Oławie
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Na Rzecz Dzieci i Osób Niepełnosprawnych „Niezapominajka”
Fundacja Polska Miedź	Dolnośląska Federacja Organizacji Pozarządowych
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie „Dać Nadzieję”
Fundacja Polska Miedź	Złotoryjskie Towarzystwo Tradycji Górniczych
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie „PALIUM”
Fundacja Polska Miedź	Zarząd Okręgu Polskiego Związku Filatelistów we Wrocławiu
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Emerytów i Rencistów Byłych Pracowników KGM „Polska Miedź” SA
Fundacja Polska Miedź	Fundacja ESPA
Fundacja Polska Miedź	Górnik Lubin przy ZZPD
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Przyjaciół Sekcji Piłki Nożnej Młodzieżowo-Seniorskiej Victoria Tymowa
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie Playarena
Fundacja Polska Miedź	ZHP Chorągiew Dolnośląska Hufiec Złotoryja
Fundacja Polska Miedź	Towarzystwo Aktywnych Ludzi Kultury
Fundacja Polska Miedź	Stowarzyszenie MONAR DSM w Ścinawie
Fundacja Polska Miedź	Dolnośląska Fundacja Rozwoju Ochrony Zdrowia
Fundacja Totalizatora Sportowego Milion Marzeń	Centrum Rehabilitacji, Edukacji i Opieki TPD „Helenów”
Fundacja Warty i Kredyt Banku „Razem możemy więcej”	Stowarzyszenie Laboratorium Troski
Grupa PZU SA	Stowarzyszenie Misie Ratują Dzieci

NOMINOWANY	NOMINUJĄCY
Grupa PZU SA	Stowarzyszenie Pomocy Niepełnosprawnym Kierowcom SPiNKa
Grupa PZU SA	Stowarzyszenie Willa Decjusza
House of Skills, Konsorcjum doradczo-szkoleniowe S.A.	Fundacja Dzieci Niczyje
KAMRON s.c.	Europejskie Forum Studentów AEGEE-Poznań
Kazar Footwear Sp. z o.o.	Fundacja Pomocy Dzieciom Przewlekle Chorym „jerzyk”
Klimapol Sp. z o.o. w Dąbrowicy k/Lublina	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Kompania Piwowarska SA KONTEKST Andrzej Wolski sp.j.	Stowarzyszenie na rzecz Dzieci i Młodzieży Niepełnosprawnej
Kurier Press Spółka z o.o.	Polska Akcja Humanitarna
Microsoft Sp. z o.o.	Towarzystwo Miłośników Kultury Kresowej Fundacja ISKIERKA
Międzynarodowy Port Lotniczy im. Jana Pawła II Kraków-Balice Sp. z o.o.	Stowarzyszenie Willa Decjusza
Model Opakowania Sp. z o.o.	Fundacja Fundusz Lokalny Ziemi Biłgorajskiej
Nowa Itaka Sp. z o.o.	Polski Komitet Narodowy UNICEF
O.K. Centrum Języków Obcych Sp. z o.o. w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Paul-Hartmann Polska	Fundacja Niepełnosprawnych „Sanus”
PGE Górnictwo i Energetyka Konwencjonalna S.A. Oddział Elektrociepłownia Lublin Wrotków	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
PGE Górnictwo i Energetyka Konwencjonalna S.A. w Bełchatowie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Platan Group Sp. z o.o.	Fundacja Rozwoju Kapitału Społecznego
Polbank EFG SA	Caritas Diecezji Radomskiej
Polkomtel SA	Fundacja Dzieci Niczyje
Polskie Mięso i Wędliny oddział w Lubajnach	Fundacja Niepełnosprawnych „Sanus”

NOMINOWANY	NOMINUJĄCY
Powszechny Zakład Ubezpieczeń na Życie SA	Stowarzyszenie Willa Decjusza
Program 3 Polskiego Radia	Fundacja Świętego Mikołaja
Prologis Poland Management Sp. z o.o.	Fundacja SYNAPSIS
Provident Polska SA	Fundacja Św. Jana Jerozolimskiego
Pryzmat Sp. z o.o. sp.k.	Towarzystwo Przyjaciół Dzieci Oddział Miejsko Gminny w Górze
PZU na Życie SA	Polska Unia Onkologii
REALL Agencja Zaopatrzenia Technicznego w Lublinie Arkadiusz Króźel	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Regionalny Oddział Detaliczny PKO BP SA Olsztyn	Fundacja Niepełnosprawnych „Sanus”
SC Johnson Sp. z o.o.	Polski Komitet Narodowy UNICEF
Siemens Sp. z o.o.	Stowarzyszenie Willa Decjusza
Spółdzielcza Kasa Oszczędnościowo-Kredytowa im. Z. Chmielewskiego w Lublinie	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Spółdzielcza Mleczarnia „SPOMLEK” w Radzynie Podlaskim	Chrześcijańskie Stowarzyszenie Młodzieży w Lublinie
Telekomunikacja Polska SA	Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu
Telekomunikacja Polska SA	Fundacja ITAKA – Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych
TelePolska Sp. z o.o.	Stowarzyszenie Centrum Młodzieży „Arka” w Radomiu
TETRA-PAK – Pack Sp. z o.o.	Fundacja Niepełnosprawnych „Sanus”
Virako Sp. z o.o.	Świetlica Podwórkowa przy Stowarzyszeniu Centrum Wsparcia Terapeutycznego
Żywiec Zdrój S.A.	Fundacja Nasza Ziemia

LOKALNY WYMIAR SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY

NOMINOWANY	NOMINUJĄCY
Bałtycki Bank Spółdzielczy w Darłowie	Darłowskie Centrum Wolontariatu
Bank BGŻ (oddział w Warce)	Stowarzyszenie W.A.R.K.A. Wizja Aktywność Rozrywka Kultura Alternatywa
Bank Spółdzielczy w Cieszynie	Stowarzyszenie Cieszyńskiej Młodzieży Twórczej
Bank Spółdzielczy w Miliczu	Stowarzyszenie „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”
Bank Spółdzielczy w Sławnie	Darłowskie Centrum Wolontariatu
Bank Spółdzielczy w Tczewie	Fundacja Pokolenia
Bank Spółdzielczy w Wołczynie	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Dolina Stobrawy
Ceramika Paradyż Sp. z o.o. Gospodarstwo Szkółkarskie	Stowarzyszenie Dobroczynne „Lokalny Fundusz Roku 2000”
Łazuccy Maria i Jan Bigoszyńscy - Łazuccy	Stowarzyszenie W.A.R.K.A. Wizja Aktywność Rozrywka Kultura Alternatywa
Hotel Abis s.c.	Fundusz Lokalny Masywu Śnieżnika
Hotel Delfin Spa & Wellness w Dąbkach	Darłowskie Centrum Wolontariatu
Lesaffre Polska SA	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Dolina Stobrawy
PieM PROJEKT Paweł Mitura-Zielonka	Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych CRIS
Przedsiębiorstwo Produkcyjno Usługowo Handlowe Rembor Sp. z o.o.	Stowarzyszenie Dobroczynne „Lokalny Fundusz Roku 2000”
Zakład Gospodarki Wodno - Kanalizacyjnej w Tomaszowie Mazowieckim Sp. z o.o.	Stowarzyszenie Dobroczynne „Lokalny Fundusz Roku 2000”
Zakład Gospodarki Ciepłowniczej w Tomaszowie Mazowieckim Sp. z o.o.	Stowarzyszenie Dobroczynne „Lokalny Fundusz Roku 2000”

STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY

NOMINOWANY
Art Marketing Syndicate SA
Artykuły Przemysłowe Elżbieta Jaworska
Avon Cosmetics Polska Sp. z o.o.
Bank Spółdzielczy w Skórczu
Centrum Witek Karolina Witek
Coca-Cola HBC Polska
DHL Global Forwarding Sp. z o.o.
Dolnośląskie Zakłady Usługowo-Produkcyjne „DOZAMEL” Sp. z o.o.
Firma zegarmistrzowska STROJNY
Fundacja ORLEN – DAR SERCA
Fundacja Radia ZET
Gospodarczy Bank Spółdzielczy Międzyrzecz
Grupa Atlas
Nutricia
Partnerstwo dla Zdrowia
PBG SA
PKO BP SA
Polski Koncern Naftowy ORLEN SA
PwC
Renault Polska Sp. z o.o.
TelePolska Sp. z o.o.
Zakład Produkcyjno-Usługowo-Handlowy „TEMIS” Tadeusz Skajewski

PROGRAM WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO

NOMINOWANY

Bank BPH SA

Coca-Cola HBC Polska

Fundacja Milion Marzeń (Fundacja Totalizatora Sportowego)

GlaxoSmithKline Pharmaceuticals SA

Kraft Foods Polska

Microsoft Sp. z o.o.

Nutricia

NUTRICIA Zakłady Produkcyjne Sp. z o.o.

PKN Orlen SA

Procter & Gamble DS. Poland Sp. z o.o.

Provident Polska SA

Tchibo Warszawa

Orange Polska

Przyjaciele konkursu „Dobroczynca Roku”

Konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku” łączy pamięć o tradycji społecznego zaangażowania biznesu w Polsce ze spojrzeniem w przyszłość i umiejętnością dostrzeżenia potencjału polskiego CCI. Z okazji piętnastolecia konkursu na uroczystej Gali Finałowej, wspólnie z Polsko-Amerykańską Fundacją Wolności, wieloletnim partnerem i darczyńcą konkursu, nagrodziliśmy nie tylko laureatów konkursu, lecz także instytucje, które w ciągu 15 lat w szczególny sposób przyczyniły się do promowania i rozwoju idei społecznego zaangażowania biznesu w Polsce. Wśród przyjaciół konkursu, którym składamy szczególne podziękowania za wsparcie, znaleźli się:

Business Centre Club

BUSINESS CENTRE CLUB

Od ponad 10 lat wspiera konkurs merytorycznie, włączając się w prace Kapituły i ekspertów, współorganizując badania na temat społecznej odpowiedzialności i społecznego zaangażowania biznesu oraz dzieląc się wiedzą i doświadczeniem swoich ekspertów, a także promując konkurs wśród swoich partnerów.



POLSKA KONFEDERACJA PRACODAWCÓW PRYWATNYCH LEWIATAN

Od ponad 10 lat członkowie Zarządu i eksperci Lewiatana współpracują z konkursem i biorą udział w wyborze jego laureatów. To dzięki ich pracy „Dobroczynca Roku” może pochwalić się obiektywizmem i profesjonalizmem w ocenie kandydatów. Ponadto PKPP Lewiatan aktywnie promuje idee społecznego zaangażowania biznesu i konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” wśród swoich partnerów i członków.

POLSKA RADA BIZNESU

Od ponad dekady współpracuje z Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce, wspierając organizacyjnie i merytorycznie konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku”. Członkowie Zarządu PRB i jej eksperci aktywnie włączają się w prace na rzecz rozwoju społecznego zaangażowania biznesu, a sama organizacja promuje idee CCI i CSR wśród swoich członków i partnerów.



ERNST & YOUNG

Został doceniony przez ekspertów konkursu, którzy przyznali mu tytuł „Dobroczynca Roku 2003”. Rok później firma została audytorem konkursu, wspierając go pro bono w zakresie przygotowania i prawidłowego wdrażania procedur konkursowych. Ernst & Young wychodzi poza rolę audytora, angażując się w pracę na wszystkich etapach każdej edycji konkursu.

Fundacja Kronenberga



FUNDACJA BANKOWA IM. LEOPOLDA KRONENBERGA PRZY CITI HANDLOWY

Udzielała konkursowi wieloletniego wsparcia finansowego, które przerodziło się we wzmocnienie programu w obszarze merytorycznym i wsparcie organizacyjne. Fundacja, członkowie jej Zarządu i jej pracownicy stali się przyjaciółmi konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” i – pośrednio – wszystkich dobroczyńców, którzy od 15 lat dzielą się z nami swoim doświadczeniem.

McKinsey&Company

MCKINSEY & COMPANY

Od 2006 roku jego eksperci udzielają konkursowi nieocenionego wsparcia merytorycznego, pomagając przy wprowadzaniu kolejnych zmian, monitorując wraz z „Dobroczyncą Roku” zmiany trendów w społecznym zaangażowaniu biznesu w Polsce i na świecie oraz dzieląc się swoją wiedzą w licznych publikacjach Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce.



ENEA S.A.

Od 2010 roku wspiera konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku”, a tym samym społecznie zaangażowane firmy w całej Polsce. Maciej Owczarek, Prezes firmy, jest pomysłodawcą wprowadzenia nowej kategorii konkursowej – wolontariatu pracowniczego. Sam jest wolontariuszem i inicjatorem Koalicji „Prezesa - Wolontariusze 2011”, a jako przedstawiciel ENEA – członkiem Kapituły konkursu.

Nowe trendy **społecznego zaangażowania**

W czasie polskiej prezydencji w Unii Europejskiej konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku” włączył się aktywnie w obchody Europejskiego Roku Wolontariatu, między innymi tworząc nową kategorię konkursową „Program wolontariatu pracowniczego”. Choć ERW 2011 już się zakończył, nadal pragniemy wspierać i promować ten aspekt społecznego zaangażowania firm w Polsce i Europie. Dlatego z okazji jubileuszowej edycji konkursu postanowiliśmy uhonorować dwie instytucje, które szczególnie aktywnie wprowadzają nowe trendy i innowacyjne podejście do działań CCI i wolontariatu pracowniczego:



FUNDACJA ORANGE

Ścisłe współpracuje z firmą Orange Polska przy organizowaniu wolontariatu pracowniczego. Szczególnie prężnie rozwija projekty wykorzystujące nowe technologie i angażujące e-wolontariuszy, wykonujących swoją pracę na odległość, za pośrednictwem internetu.



GRUPA ENEA

Działa według zintegrowanej strategii społecznej odpowiedzialności biznesu, wspierając między innymi wolontariat pracowniczy oparty na kompetencjach wolontariuszy. Działania grupy skupione są głównie na edukacji dzieci w zakresie bezpiecznego korzystania z energii elektrycznej i świadomości ekologicznej oraz na edukacji społecznej w udzielaniu pierwszej pomocy przedmedycznej.

Dziękujemy!

Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku” nie mógłby istnieć, gdyby nie szeroka koalicja osób i instytucji, które od lat wspierają go swoją wiedzą, talentem i zasobami. Nie sposób wymienić ich wszystkich, ale pragniemy w tym miejscu wyrazić wdzięczność każdemu, kto pomógł nam dzielić się wiedzą o społecznym zaangażowaniu biznesu i promować najciekawsze przykłady projektów społecznie odpowiedzialnych realizowanych przez firmy.

Dziękujemy Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, fundatorowi konkursu wspierającemu nas w pracach nad całą edycją, a w szczególności przy kategorii „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy”. Nie sposób wyrazić naszej wdzięczności wieloletnim partnerom biznesowym konkursu: Business Centre Club, Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan oraz Polskiej Radzie Biznesu. Od wielu lat możemy liczyć na wsparcie współpracujących z nimi ekspertów oraz na pomoc w promocji konkursu.

Szczególne podziękowania od całego zespołu konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku” należą się niezależnym ekspertom i członkom honorowej Kapituły Konkursu, którzy pro bono oceniają nadsyłane wnioski i swoim autorytetem wspierają Dobroczyńcę Roku, umożliwiając nam jednocześnie dokonanie niezależnej i profesjonalnej oceny działań prowadzonych przez nominowane firmy. Pragniemy w tym miejscu podziękować także Agnieszce Nalewajko i Agnieszce Jakubiak, które w imieniu audytora procedur konkursowych, firmy Ernst & Young, już kolejny rok czuwały nad tym, aby konkurs przebiegał w zgodzie z regulaminem i aby procedury wyboru laureatów były przejrzyste i gwarantowały obiektywną ocenę.

Dziękujemy nowym organizacjom wspierającym konkurs, które dołączyły do naszej koalicji w 2011 roku: Global Compact, United Nations Development Programme, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości i FreshMail. Serdecznie dziękujemy Natalii Myszkowskiej i Katarzynie Czarskiej z So What? za nieocenione wsparcie merytoryczne w zakresie promocji i komunikacji.

Serdecznie dziękujemy również zespołowi McKinsey & Company, który wspiera konkurs merytorycznie. Szczególnie podziękowania kierujemy do Anny Wróbel z McKinsey & Company oraz Łukasza Makucha z PwC, którzy zgodzili się napisać komentarze eksperckie do niniejszego raportu. Dziękujemy również naszym wolontariuszkom, Łucji Galos i Dominice Zimieckiej-Kroll, które swój wolny czas poświęciły pracy nad konkursem.

Dziękujemy naszym patronom medialnym, bez wsparcia których konkurs nie mógłby się pochwalić tak dużą liczbą wniosków nominacyjnych. Podziękowania należą się: TVN CNBC, portalom wyborcza.pl i wyborcza.biz, CSRinfo, Brief, ngo.pl, programowi Bizon „Biznes Odpowiedzialny i Nowoczesny”, miesięcznikowi Purpose, platformie CR Navigator, serwisowi Odpowiedzialnybiznes.pl, serwisowi internetowemu projektu „Współpraca międzysektorowa - projekt na rzecz odpowiedzialnego biznesu” Odpowiedzialnybiznes.eu, Kompendium CSR, tygodnikowi „Bloomberg Businessweek Polska”, portalowi kampaniespoleczne.pl, firmie PProto.pl oraz tygodnikowi „Wprost”. Dziękujemy również Stowarzyszeniu Gazet Lokalnych, dzięki któremu informacje o konkursie o tytuł „Dobroczyńca Roku” docierają również do prasy regionalnej.

Pragniemy podziękować także Kayah, która zgodziła się po raz kolejny zaśpiewać dla Dobroczyńców Roku, oraz firmie Kayax i Marcinowi Wyrostkowi, którzy przekazali nam bezpłatnie płyty jako nagrody dla osób głoszących w internecie na Dobroczyńców Roku. Dziękujemy również Kropli Wyobraźni za owocną współpracę nad modernizacją strony i logotypu, Konradowi Grajnerowi za wsparcie przy opracowaniu identyfikacji graficznej konkursu oraz Krzysztofowi Wołoczko za przygotowanie spotu o konkursie.

Dziękujemy także Hotelowi Marriott i marce Johnnie Walker za pomoc w organizacji Gali Finałowej, GMB Pro Sound oraz prowadzącym Galę Marcinowi Mańce i Annie Popek.

Serdecznie dziękujemy również wszystkim, którzy wzięli udział w głosowaniu internetowym i tym samym pomogli nam wybrać Dobroczyńców Roku 2011.

Darczyńcy i Partnerzy konkursu

ORGANIZATOR KONKURSU:



FUNDATOR KONKURSU:



PARTNERZY:



ORGANIZACJE WSPIERAJĄCE:



AUDYTOR PROCESÓW KONKURSOWYCH:



PARTNERZY GALI FINAŁOWEJ:



PATRONI MEDIALNI:



Promocja XV edycji konkursu

Promocja konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku” została zrealizowana wielotorowo i z wykorzystaniem różnorodnych mediów i nośników. W ramach promocji jubileuszowej edycji konkursu dokonaliśmy aktualizacji logotypu i stworzyliśmy nową wersję strony internetowej www.dobroczyncaroku.pl. Kampania promocyjna była szczególnie intensywna w czasie naboru wniosków zgłoszeniowych oraz podczas głosowania internetowego.

Informacje prasowe na temat konkursu pojawiły się na stronach Business Centre Club, Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Polskiej Rady Biznesu, portalu www.ngo.pl, www.proto.pl, www.csrinfo.org, www.wyborcza.biz.pl, www.wyborcza.pl, www.spl.top.pl, www.odpowiedzialnafirma.pl, www.femina.org.pl, www.wp.pl oraz wielu innych. Za pośrednictwem Stowarzyszenia Mediów Lokalnych informację prasową przekazano do 60 wydawców reprezentujących łącznie ponad 100 tytułów. Informację prasową rozesłano również do blisko 400 rozgłośni radiowych, stacji telewizyjnych, tytułów prasowych, portali internetowych i agencji prasowych oraz około 250 mediów o zasięgu regionalnym i lokalnym. Jednocześnie na branżowych stronach internetowych został umieszczony baner elektroniczny reklamujący konkurs. Ponadto na przełomie listopada i grudnia 2011 roku oraz w kwietniu 2012 roku stacja TVN CNBC wyemitowała wywiady na żywo z Prezesem Akademii Rozwoju Filantropii Pawłem Łukasikiem na temat społecznej odpowiedzialności biznesu i konkursu o tytuł „Dobroczynca Roku 2011”. O konkursie mówiliśmy również na antenie Programu Trzeciego Polskiego Radia, Radia Warszawa oraz Tok FM, nawiązaliśmy też długofalową współpracę z Radiem Złote Przeboje. Kampania promująca głosowanie internetowe została przeprowadzona także w tygodnikach „Wprost” oraz „Bloomberg Businessweek Polska”.

W promocji położono duży nacisk na informowanie o inicjatywie za pomocą nowych mediów oraz portali społecznościowych. Ważnym kanałem komunikacji jest strona konkursu w serwisie społecznościowym Facebook, na której na bieżąco informujemy o działaniach konkursowych, jednocześnie zapraszając do udziału samym konkursie i w promocji idei społecznego zaangażowania biznesu.

Informacje na temat rozstrzygnięcia XV edycji konkursu pojawiły się na jego oficjalnej stronie internetowej oraz na profilu w serwisie Facebook, a także zostały rozesłane w formie newslettera i informacji prasowej do setek firm, organizacji pozarządowych oraz mediów ogólnopolskich i lokalnych.

O Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce



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

Prowadzimy działania w **4 obszarach programowych**:

- rozwój społeczności lokalnych,
- programy stypendialne,
- aktywność osób starszych,
- 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 kampanie społeczne, zabiegamy o wprowadzenie systemowych rozwiązań i dobrych praktyk w obszarach naszych działań.
- **Niezależnianie od pomocy** – uczymy samodzielności, nasza pomoc polega na wspieraniu aktywności i zaradności organizacji i obywateli.

OBECNIE PROWADZIMY DZIAŁALNOŚĆ W OBSZARACH:

- **Aktywność lokalna:** Działaj Lokalnie, Lokalne Partnerstwa PAFW, Program Rozwoju Bibliotek, V4 Community Foundation Maturity Program,
- **Programy stypendialne i grantowe:** program stypendialny „Agrafka”, konkurs stypendialny „Młodzieżowy animator”, fundusz „Pozytywka”, program grantowy „Agrafka Agory”,
- **Społeczna odpowiedzialność biznesu:** konkurs o tytuł „Dobroczynca Roku”, Koalicja „Prezesa – Wolontariusze 2011”
- **Fundusze wieczyste:** Dobrze inwestuj w dobro!, Fundusz Stypendialny im. Grażyny Gęsickiej, Fundusz Wieczysty im. Pawła Kryszczyżyna, kampania „Jesteśmy dziś, jutro, zawsze”, fundusz „Agrafka”, fundusz „Pozytywka”,
- **Aktywnie 50plus:** Zysk z dojrzałości, Dojrzałość w sieci, Akademia e-Seniora UPC.

Opracowanie: **Magda Biejat**
Nadzór merytoryczny: **Paweł Łukasiak i Dagmara Kruczkowska**
Redakcja i korekta: **Weronika Girys-Czagowiec**
Projekt graficzny i skład: **Marcin Jędrejasik**
Druk: **Chromapress**

Dziękujemy laureatom i organizacjom nominującym za udostępnienie zdjęć do raportu.



Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
Warszawa 2012

