



# Odpowiedzialni za przyszłość

**RAPORT O ODPOWIEDZIALNOŚCI SPOŁECZNEJ WROCLAWSKICH FIRM**



Raport został opracowany przez Wrocławski Park Technologiczny, Fundację Pro Mathematica i Insight w ramach inicjatywy Projektujemy przyszłość. Edukacja.

**Projektujemy przyszłość.**

**EDUKACJA**

Partnerami raportu są:



Agencja Rozwoju  
Agglomeracji Wrocławskiej



Wszelkie prawa zastrzeżone.

Data wydania: październik 2023

Opracowanie: Insight | komunikujemy. kompleksowo.

[www.odpowiedzialnizaprzyszosc.pl](http://www.odpowiedzialnizaprzyszosc.pl)

# Spis treści



Wstęp	3
<b>Część I: Raport z badania Odpowiedzialni za przyszłość</b>	<b>5</b>
Kluczowe wnioski z raportu	6
Spółeczna odpowiedzialność wrocławskich firm	8
Jak działają firmy odpowiedzialnie społecznie?	13
Dlaczego firmy nie są aktywne w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu?	20
Dlaczego firmy przestają prowadzić działania CSR?	24
Jaka jest motywacja do rozpoczęcia działań związanych z odpowiedzialnością społeczną biznesu?	28
Biznes i edukacja	32
<b>Część II: Rozmowy o odpowiedzialności za przyszłość</b>	<b>43</b>
Samorząd jest szczególnie odpowiedzialny za przyszłość	44
Czas na zmianę, a nie zmienianie edukacji. Również przez biznes	48
Wzięcie w swoje ręce odpowiedzialności za przyszłość opłaca się nam wszystkim	50
<b>Część III: Odpowiedzialni za przyszłość</b>	<b>55</b>
Kampania #mniejplastiku – ekologiczne zaangażowanie Credit Agricole	56
IT Girls rEvolution Academy pomaga młodym kobietom wejść w świat IT - na przykładzie Capgemini Polska	59
Odpowiedzialność społeczna to odpowiedzialność za przyszłość	62
Odpowiedzialność za przyszłość, to też odpowiedzialne projektowanie produktów, usług i technologii	66
Chodźmy pазom do szkoły! Jak partnerzy biznesowi pomogli podarować 346 uśmiechów	68
Taki Tydzień, że OOO! Siedem dni nowatorskiej współpracy CSR	72
O kształtowaniu świadomego, ekologicznego podejścia do świata, czyli o MPWiK Wrocław	74
EmpowerU – darmowy kurs dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	77
IT bierze odpowiedzialność za przyszłość - Platforma Open Tech od SoftServe	78



**Odpowiedzialni  
za przyszłość**

# Wstęp



## **Zaangażowanie społeczne oraz dbałość o jakość otoczenia, w którym działa firma to wzięcie przez nią odpowiedzialności za przyszłość.**

Niezależnie od tego, czy używamy pojęcia CSR (ang. Corporate Social Responsibility – społeczna odpowiedzialność biznesu), ESG (Environmental, social, and corporate governance – środowisko, społeczna odpowiedzialność, ład korporacyjny), czy zrównoważony rozwój do określenia działań biznesu, to ich istota jest taka sama. Jest nią pozytywne, odpowiedzialne oddziaływanie na to co wokół nas, ale też dbanie o to, co dopiero przed nami, a nawet przed pokoleniami, które nastaną po nas. Określamy ją odpowiedzialnością za przyszłość. To jak podchodzą do niej firmy, w tym przypadku działające we Wrocławiu i aglomeracji wrocławskiej, opisuje niniejszy raport.

W ramach inicjatywy Projektujemy przyszłość. Edukacja, wierzymy że dobrą przyszłość może zagwarantować tylko dobra edukacja. To właśnie dlatego w ramach raportu monitorujemy nie tylko stosunek firm do działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, ale też jego postrzeganie edukacji na poziomie podstawowym i średnim. Dzięki temu sprawdziliśmy, jakie perspektywy współpracy stoją pomiędzy tymi środowiskami, które łączy więcej niż może się wydawać. Przedstawiamy też dobre praktyki CSR i ESG z wrocławskiego środowiska biznesowego.

## **CO ZNAJDUJE SIĘ W RAPORCIE?**

Raport opracowany został na podstawie wyników badania ankietowego przeprowadzonego na reprezentatywnej próbie firm działających na terenie aglomeracji wrocławskiej.

Raport opisuje:

- aktywność firm z aglomeracji wrocławskiej w zakresie działań związanych z odpowiedzialnością społeczną;
- ocenę aktywności działań CSR prowadzonych przez firmy z Wrocławia i regionu;
- charakterystykę działań firm aktywnych w zakresie działań społecznych;
- motywacje firm nieaktywnych w zakresie działań związanych z odpowiedzialnością społeczną/CSR/ESG;
- motywacje firm planujących podjęcie działań związanych z odpowiedzialnością społeczną;
- powody, dla których firmy przestają prowadzić działania CSR;
- charakterystykę relacji biznesu i edukacji.



**Część I**

# **Raport z badania Odpowiedzialni za przyszłość**



# Kluczowe wnioski z raportu



- 1.** 80% badanych firm uważa, że działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu są potrzebne, jednak działania w tym obszarze podejmuje tylko 45% z nich.
- 2.** Jakość, intensywność i różnorodność działań społecznych/CSR wrocławskiego biznesu jest oceniana w większości umiarkowanie, co może świadczyć o konieczności lepszego komunikowania o nich.
- 3.** 35% badanych twierdzi, że wielkość firmy może mieć pewien, ale nie decydujący wpływ na zaangażowanie w CSR, co uwydatnia fakt, że firmy niezależnie od wielkości powinny angażować się w działania społecznie.
- 4.** 93% badanych firm, które podejmują działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu wskazało na więcej niż jeden obszar, w którym realizują swoje aktywności. Obejmują one głównie obszary tj.: odpowiadanie na bieżące wyzwania współczesności, środowisko oraz zaspokajanie potrzeb lokalnej społeczności.
- 5.** Większość firm wdrażających działania z zakresu CSR (67%) określa się w swojej oficjalnej komunikacji jako firma odpowiedzialna społecznie, a 71% z nich to duże firmy. Aż 1/3 firm, głównie z sektora MŚP, pomija ten fakt w swoich działaniach komunikacyjnych.
- 6.** Większość firm prowadzących działania CSR to duże przedsiębiorstwa (48%). Nie umniejsza to jednak roli społecznego zaangażowania mniejszych firm, które odgrywają ważną rolę w promowaniu odpowiedzialności społecznej.
- 7.** Głównymi motywacjami firm do podejmowania działań CSR, zarówno w przypadku firm już je realizujących, jak również będących na etapie ich planowania, są bieżąca sytuacja społeczna i wpływ pracowników.
- 8.** Łącznie 50% z firm które nie podejmują działań społecznych i obecnie ich nie planują, wskazało, że powodem takiego stanu jest brak pomysłu na działania zgodne z profilem działalności firmy lub niedostrzeżenie korzyści, jakie mogą przynieść one przedsiębiorstwom.



- 9.** Firmy, które prowadziły działania CSR, ale z nich zrezygnowały w większości jako powód takiej decyzji podają brak pomysłu na dalszą formę działań (dla 67% firm) oraz niedostrzeganie korzyści z tego typu działań (33% firm).
- 10.** Aż 82% firm (w tym 70% zdecydowanie) zgadza się ze stwierdzeniem, że szkoła przygotowuje dziś absolwentów, którzy nie są gotowi na realia panujące na rynku pracy.
- 11.** 90% badanych uważa, że edukacja w szkołach musi zostać dostosowana do biznesowych realiów, które rządzą rynkiem.
- 12.** W ocenie wrocławskiego biznesu jakość edukacji w szkole podstawowej i średniej dziś odgrywa kluczową rolę w rozwoju przyszłych innowacji (86%), jakości życia (87%) oraz gospodarki (80%).
- 13.** Większość badanych zgadza się również z tym, że szkoły podstawowe i średnie powinny być bardziej otwarte na współpracę z przedsiębiorcami (75%, w tym 52% zdecydowane).
- 14.** 90% badanych uważa, że środowisko edukacyjne, powinno stwarzać możliwość współpracy i partnerstwa między szkołami, a lokalnymi przedsiębiorstwami.
- 15.** Biznes wyraża konieczność prowadzenia edukacji w sposób, który przygotowuje uczniów do rozwoju w warunkach konkurencyjności, zmienności i umiejętności adaptacji.
- 16.** 66% badanych zgadza się ze stwierdzeniem, że istnieje potrzeba znacznego ulepszenia programu nauczania w szkołach.
- 17.** Według większości badanych (60%) biznes powinien wziąć odpowiedzialność za kształt polskiej edukacji i zaangażować się w jej rozwój.
- 18.** Zaangażowanie biznesu w edukację powinno mieć formę m.in.: nawiązywania partnerskich relacji z lokalnymi szkołami, programów mentoringowych pozwalających na dzielenie się wiedzą i doświadczeniem z uczniami i nauczycielami oraz praktyk zawodowych.
- 19.** Wśród uczniów w ocenie biznesu powinno się rozwijać przede wszystkim: umiejętności komunikacyjne i współpracę zespołową (84%), umiejętności związane z rozwiązywaniem problemów i kreatywnym myśleniem (77%), znajomość nowoczesnych technologii i umiejętności cyfrowe (65%).
- 20.** Pomimo negatywnej oceny stanu polskiej edukacji przez środowisko biznesowe i jego deklaracji, że firmy powinny wspierać edukację, zaledwie 21% wrocławskich firm podejmuje działania społeczne wspierające edukację na poziomie podstawowym i średnim. Jest ona przedmiotem działań tylko 48% firm.

# Spółeczna odpowiedzialność wrocławskich firm

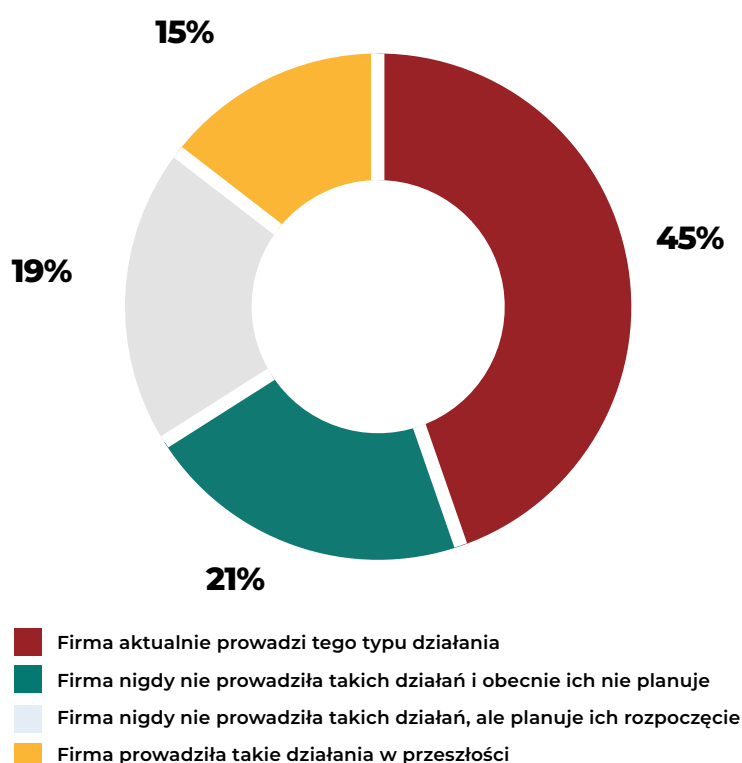


Badanie „Odpowiedzialni za przyszłość” objęło firmy działające we Wrocławiu i na terenie aglomeracji wrocławskiej. 45% z nich zadeklarowało, że prowadzi działania związane z szeroko rozumianą społeczną odpowiedzialnością biznesu. Pozostała część ich nie prowadzi, jednak 15% realizowała takie aktywności w przeszłości, a 19% planuje ich rozpoczęcie. 21% firm nie tylko nie prowadzi takich działań, ale też nie planuje ich wdrażania w przyszłości. Charakterystyka ich motywacji, działań i czynników na nie wpływających przedstawiona jest w dalszej części raportu.

## JAK BIZNES OCENIA SWOJĄ AKTYWNOŚĆ?

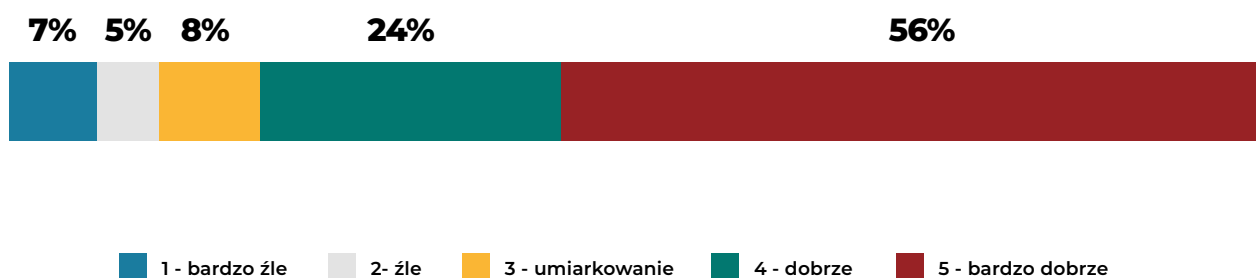
Analizując postawy wrocławskiego biznesu wobec aktywności społecznej warto zacząć od tego, jak badane środowisko ocenia potrzebę wdrażania przez biznes działań CSR. 80% badanych wskazało, że są one potrzebne, przy czym 56%, że są one bardzo potrzebne.

□ Czy Pana/Pani firma prowadziła/prowodzi działania społeczne (np. własny program CSR/ESG, działalność charytatywna, projekty pro bono)?

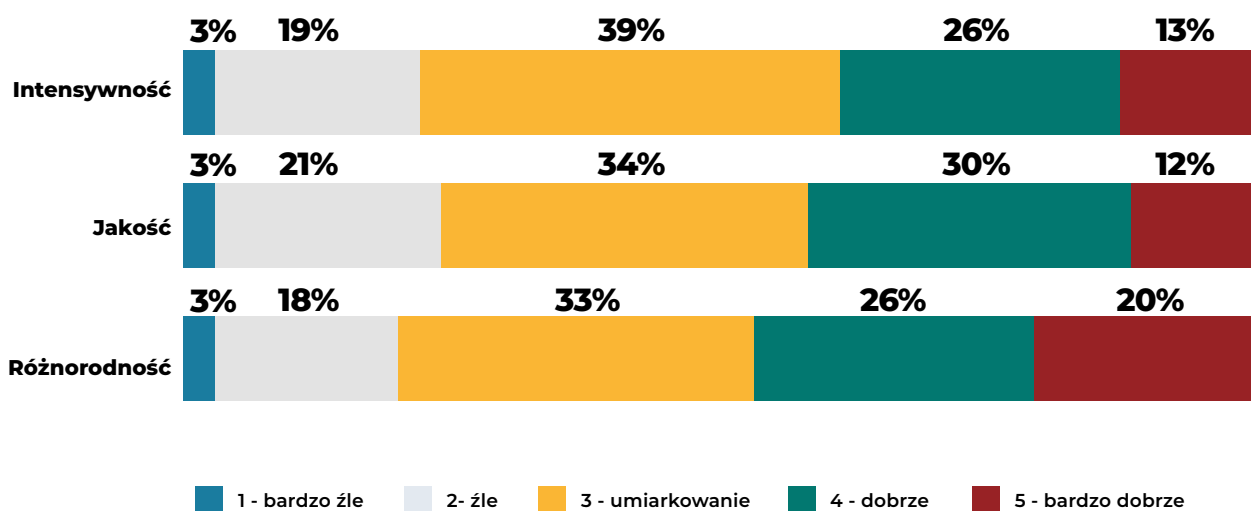


Ocenię poddano również trzy aspekty działań firm z aglomeracji wrocławskiej w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu – ich intensywność, jakość i różnorodność. Choć w każdym z aspektów dominuje ocena umiarkowana, to najlepsze oceny dobre i bardzo dobre otrzymuje różnorodność działań (46% ocen dobrych i bardzo dobrych). Jakość działań uzyskała 42% ocen dobrych i bardzo dobrych. Najmniejszy odsetek dobrych ocen otrzymała intensywność działań.

**Jak ocenia Pan/Pani potrzebę wdrażania przez biznes działań CSR (w skali gdzie 1 - absolutnie niepotrzebne, 5 - bardzo potrzebne)?**



**Jak ocenia Pan/Pani działania firm z Wrocławia i regionu w zakresie CSR pod kątem ich intensywności, jakości i różnorodności, w skali, gdzie 1 - to bardzo źle, 5- bardzo dobrze?**



**Oceny aktywności wrocławskiego środowiska biznesowego w zakresie CSR są zróżnicowane. Świadczą one o konieczności ich intensyfikacji lub lepszego pokazywania ich światu.**

# Komentarz



**Maciej Potocki,  
Prezes Wrocławskiego Parku Technologicznego**

## **Wyniki badania „Odpowiedzialni za przyszłość” wskazują pozytywne tendencje w zakresie odpowiedzialności społecznej wrocławskiego biznesu.**

Większość firm prowadzi lub planuje rozpoczęcie działań z nią związanych. Warto jednak zwrócić uwagę na to, jak są one postrzegane. Najlepiej doceniana jest różnorodność działań (46% ocen dobrych i bardzo dobrych), co sugeruje, że firmy aktywnie angażują się w różne aspekty odpowiedzialności społecznej, nie ograniczając się do jednego rodzaju działalności. Warto jednak skupić się na intensyfikacji i jakości działań, oraz odpowiednim pokazywaniu ich światu, tak by były dobrze oceniane - może to wpłynąć pozytywnie na ogólny wizerunek wrocławskiego biznesu i szerzenie dobrych praktyk z zakresu CSR czy ESG.

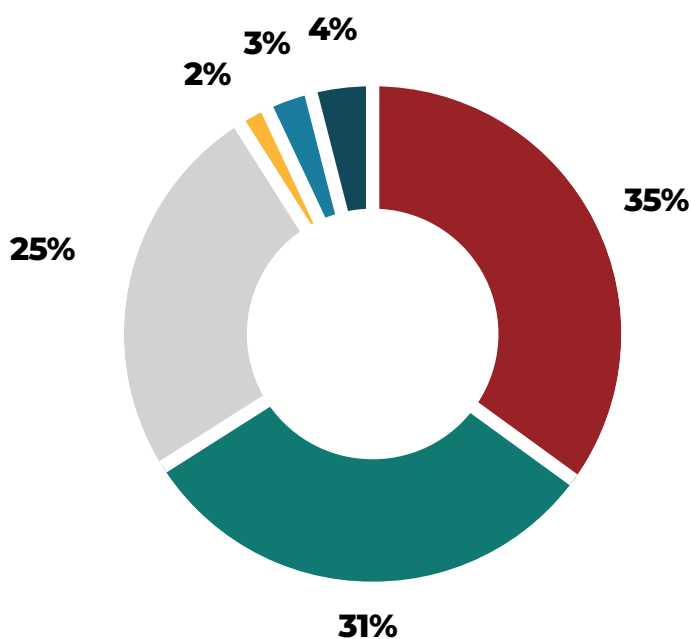
---

## DUŻE FIRMY MUSZĄ WIĘCEJ?

Większość badanych (35%) stwierdziła, że wielkość firmy może mieć pewien wpływ na poziom zaangażowania jej w projekty CSR, ale nie jest to jedyny czynnik decydujący o jej aktywności. Ze stwierdzeniem, że duże firmy powinny realizować więcej działań CSR zgodziło się 31% badanych. Może się to wiązać z przekonaniem, że duże przedsiębiorstwa dysponują większymi zasobami, co teoretycznie umożliwia im prowadzenie bardziej obszernych i skutecznych działań CSR. Jedna czwarta ankietowanych odpowiedziała z kolei, że wielkość firmy powinna mieć silny wpływ na poziom zaangażowania w projekty CSR. Jedynie 2% badanych stwierdziło, że wielkość firmy nie powinna mieć wpływu na poziom zaangażowania w projekty CSR.

Warto dodać, że największy odsetek badanych, reprezentujących duże firmy, zgodził się ze stwierdzeniem, że wielkość firmy może mieć pewien wpływ na poziom zaangażowania w projekty CSR, ale nie jest to jedyny czynnik decydujący. Odsetek odpowiedzi badanych z mikro i małych firm, był największy w przypadku określenia, że to duże firmy powinny realizować więcej działań CSR, a średnich przedsiębiorstw dla określenia, że wielkość firmy powinna mieć silny wpływ na poziom zaangażowania w projekty CSR.

### Czy Pana/Pani zdaniem wielkość firmy powinna wpływać na poziom jej zaangażowania w projekty CSR?



- Wielkość firmy może mieć pewien wpływ na poziom zaangażowania w projekty CSR, ale nie jest to jedyny czynnik decydujący
- Duże firmy powinny realizować więcej działań CSR
- Tak, wielkość firmy powinna mieć silny wpływ na poziom zaangażowania w projekty CSR
- Nie, wielkość firmy nie powinna mieć wpływu na poziom zaangażowania w projekty CSR
- Nie mam zdania na ten temat/nie wiem
- Małe i mikrofirmy nie są zobowiązane do zajmowania się CSR

# Komentarz



**Michał Łuczak,  
Prezes Dolnośląskiej Izby Gospodarczej**

## **Dla wrocławskich firm odpowiedzialność społeczna jest tematem ważnym, a podejście do niej jest tak różnorodne, jak przedsiębiorcze środowisko miasta.**

Chociaż wielkość firmy ma pewne znaczenie w kontekście CSR, to trzeba podkreślić, że nie jest jedynym czynnikiem decydującym o tym, czy powinna ona podejmować aktywności związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu. Świadczy to o głębszym zrozumieniu specyfiki odpowiedzialności społecznej - nie tylko jako domeny dużych firm, ale jako sfery ważnej dla każdego przedsiębiorcy. Potwierdza to nasze doświadczenie zebrane wśród firm członkowskich Dolnośląskiej Izby Gospodarczej. Działania korporacji często mogą być bardziej spektakularne i mieć większy zasięg. Wynika to z większych zasobów finansowych i infrastruktury, które pozwalają na bardziej rozbudowane inicjatywy. Jednak wiele mikro, małych i średnich firm realizując swoje cele biznesowe, rozumie swoją rolę społeczną. Angażują się w akcje, które uwzględniają szeroko rozumiany interes społeczny, zrównoważony rozwój, aspekty środowiskowe itd. Grupa interesariuszy takich działań jest szersza niż najbliższe otoczenie firmy. Część tych inicjatyw to inicjatywy oddolne, pochodzące od pracowników. Warto zauważyć, że społeczna odpowiedzialność biznesu niezależnie od wielkości podmiotu, stanowi coraz częściej ważny element strategii biznesowej firmy.

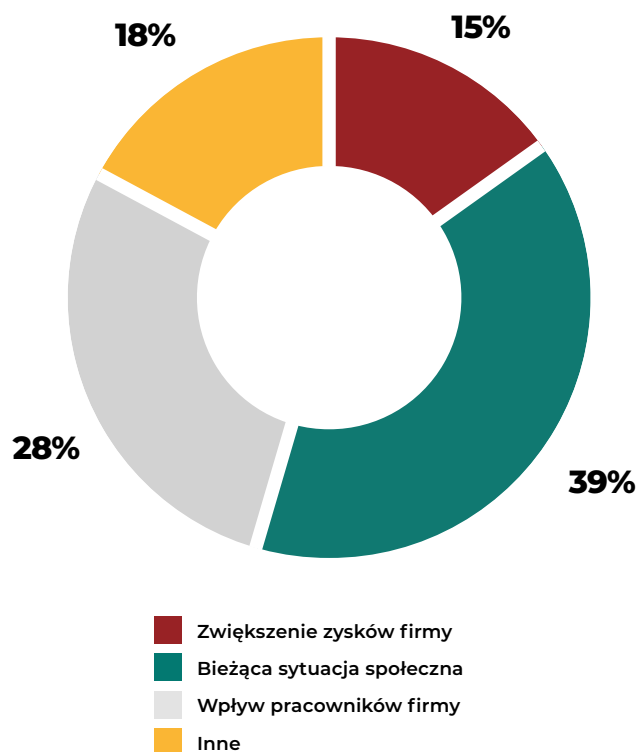
# Jak działają firmy odpowiedzialnie społecznie?



Sposób działania firm, które deklarują, że wdrażają działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu (45% badanych), charakteryzuje trendy panujące we wrocławskim ekosystemie biznesowym odnośnie CSR, ESG i zrównoważonego rozwoju.

Analizę działalności z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu warto zacząć do przyjrzenia się motywacjom firm, które towarzyszyły im przy podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu działań z zakresu CSR. Czynniki, które najczęściej miały znaczenie dla firm są bieżąca sytuacja społeczna (39%) oraz wpływ, jaki na przedsiębiorstwo wywierają jego pracownicy (28%).

## □ Jakie czynniki wpłynęły na wprowadzenie działań społecznych w Pana/Pani firmie?



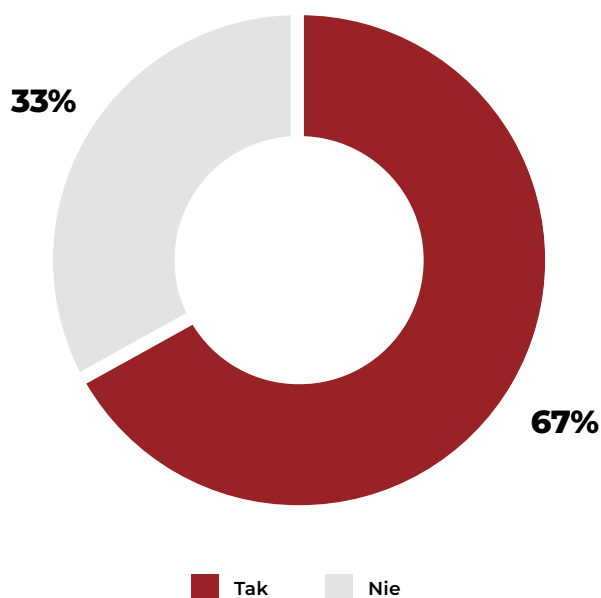
## NIE WSZYSCY MÓWIĄ O SWOJEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI

Znacząca większość firm wdrażających działania z zakresu CSR (67%) określa się w swojej oficjalnej komunikacji jako firma odpowiedzialna społecznie, a 71% z nich to duże firmy. Trzeba jednak odnotować, że aż 1/3 firm prowadzących działania społeczne pomija ten fakt w swoich działaniach komunikacyjnych, a 45% z nich to firmy z sektora MŚP.

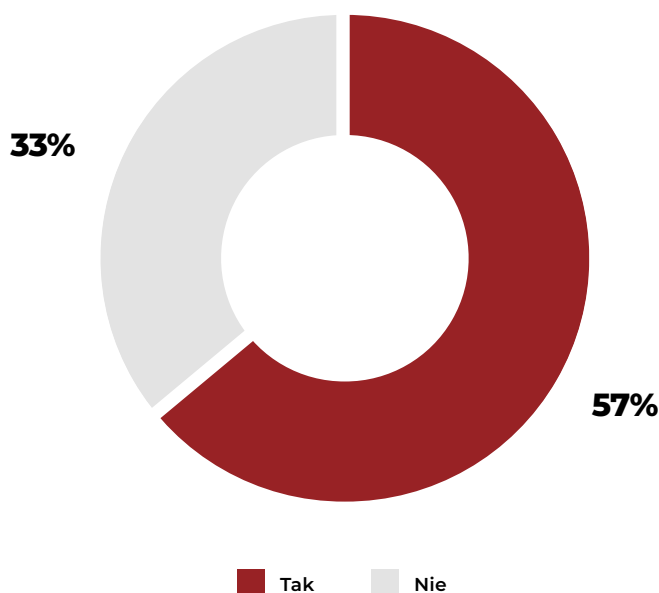
Ponad połowa (57%) analizowanych w tej części raportu firm posiada własny program lub politykę CSR. Warto dodać, że 89% z nich w swojej komunikacji podkreśla rolę działań firmy z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Dodatkowo, aż 68% z nich to duże przedsiębiorstwa.

Tylko w 1/3 analizowanych w tej części raportu przedsiębiorstw wdraża normę PN-ISO 26000, czyli „Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności” (ang. „Guidance on social responsibility”). Wszystkie są dużymi firmami i określają się jako korporacje.

### ■ Czy Pana/Pani firma w oficjalnej komunikacji określa się jako firma odpowiedzialna społecznie?

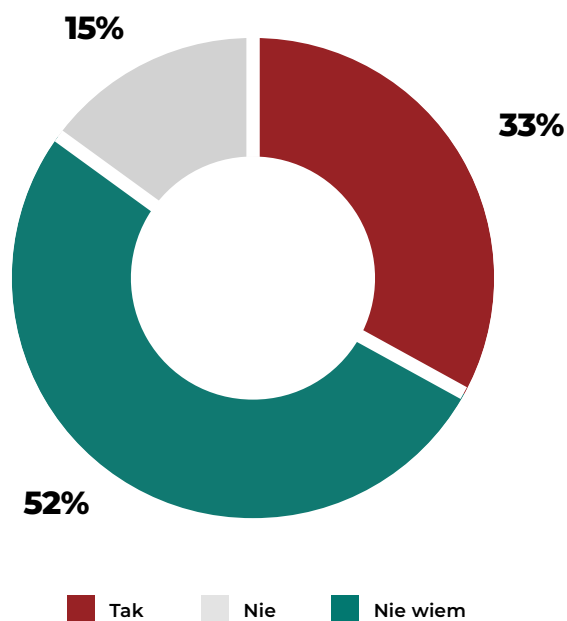


### ■ Czy Pana/Pani firma posiada własny program/politykę CSR?



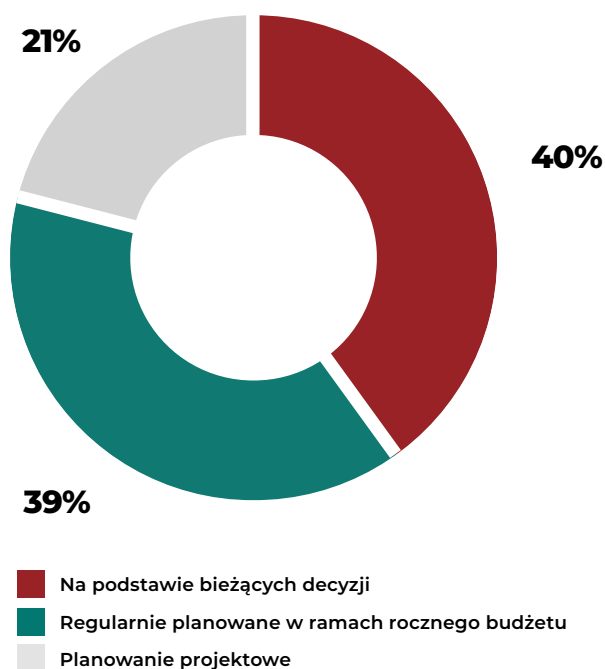


**■ Czy w Pana/Pani firmie jest wdrażana norma PN-ISO 26000, czyli „Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności” (ang. „Guidance on social responsibility”)?**



Sposób budżetowania projektów z zakresu odpowiedzialności społecznej świadczy o tym, czy firmy w zorganizowany sposób podchodzą do planowania projektów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. W przypadku 40% firm realizujących projekty CSR decyzje podejmowane są na bieżąco. Warto dodać, że 83% z nich realizuje działania m.in. w obszarze jakim jest odpowiadanie na bieżące wyzwania współczesności (np. pandemia, wojna w Ukrainie), co może warunkować sposób podejmowania decyzji budżetowych. 60% analizowanych w tej części raportu firm podejmuje decyzje budżetowe dotyczące realizacji działań CSR w sposób planowany z wyprzedzeniem – projektowo 21%, a w ramach rocznego budżetu 39%.

**■ Jaki jest sposób budżetowania działań CSR w Pana/Pani firmie?**



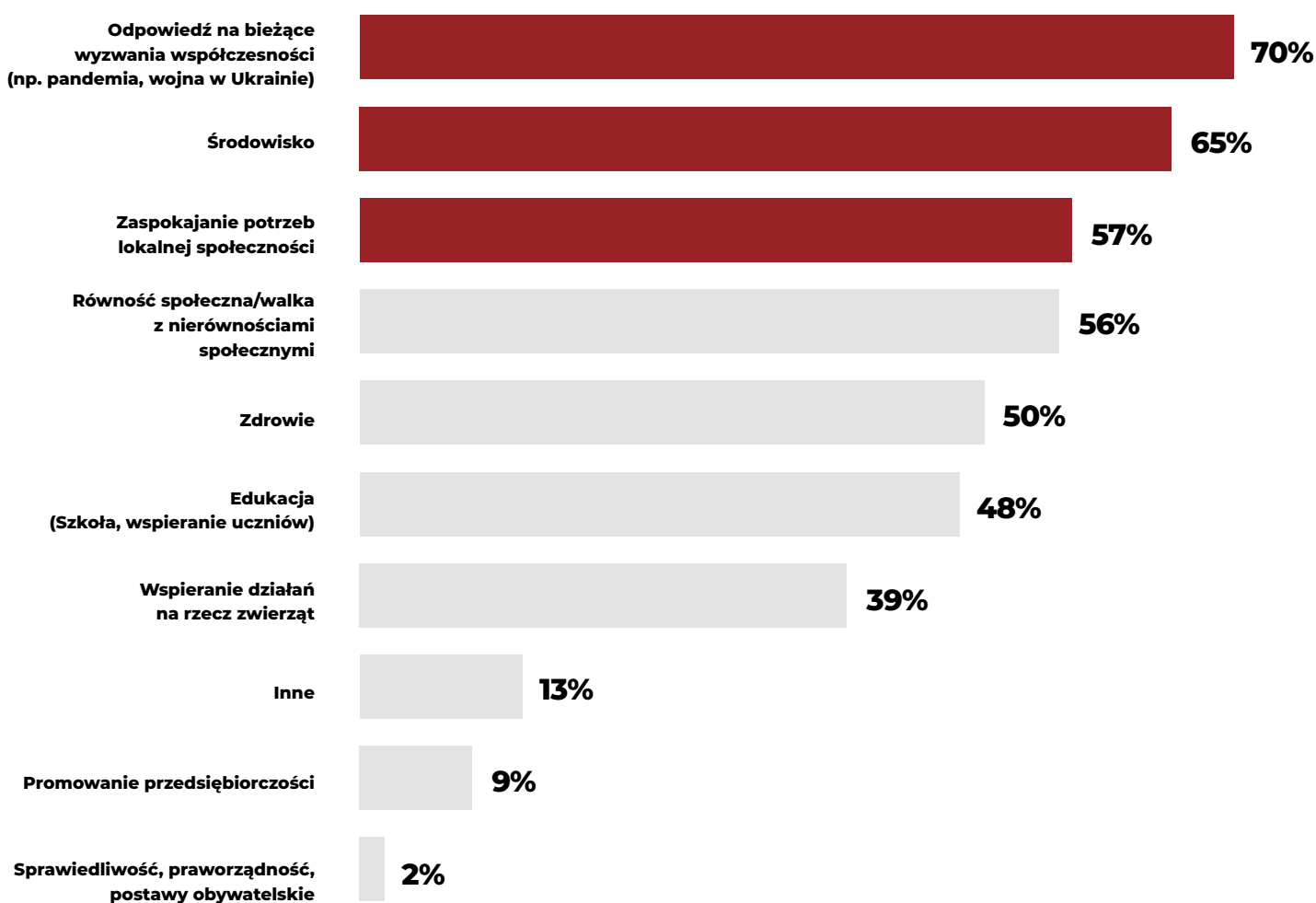
## BEIŻĄCE WYZWANIA I ŚRODOWISKO

93% badanych firm, które podejmują działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu wskazało na więcej niż jeden obszar, w którym realizuje swoje aktywności. Najczęściej wymieniane są obszary takie jak:

- odpowiadanie na bieżące wyzwania współczesności np. pandemia, wojna w Ukrainie – wskazane przez 70% badanych firm, które realizują działania CSR;
- środowisko - wskazane przez 65% analizowanych tu firm;
- zaspokajanie potrzeb lokalnej społeczności – wskazane przez 57% przedsiębiorstw, które realizują działania CSR.

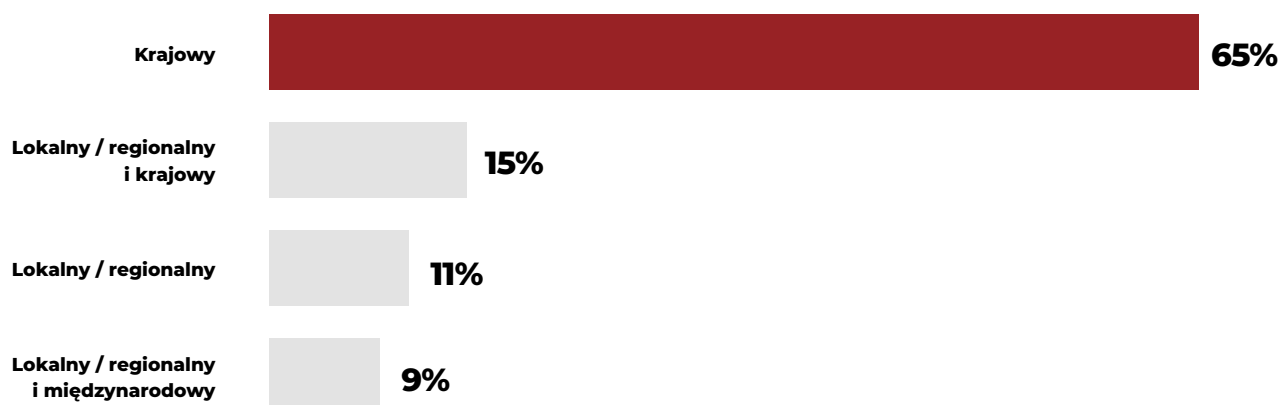
Wysoki odsetek wskazań uzyskały też obszary takie jak zaspokajanie potrzeb lokalnej społeczności (57%) oraz równość społeczna/walka z nierównościami społecznymi. Najmniej popularnym obszarem jest promowanie przedsiębiorczości (wskazane przez 9% analizowanych badanych).

### ■ Jakiego obszaru dotyczą działania związane z odpowiedzialnością społeczną w Pana/Pani firmie?



Zdecydowana większość badanych firm, która realizuje działania społeczne, realizuje je na skalę krajową - łącznie 80% firm, w tym 65% na skalę krajową, 15% na skalę krajową i lokalną (działania w skali kraju, ale też osobne działania dedykowane lokalnemu rynkowi).

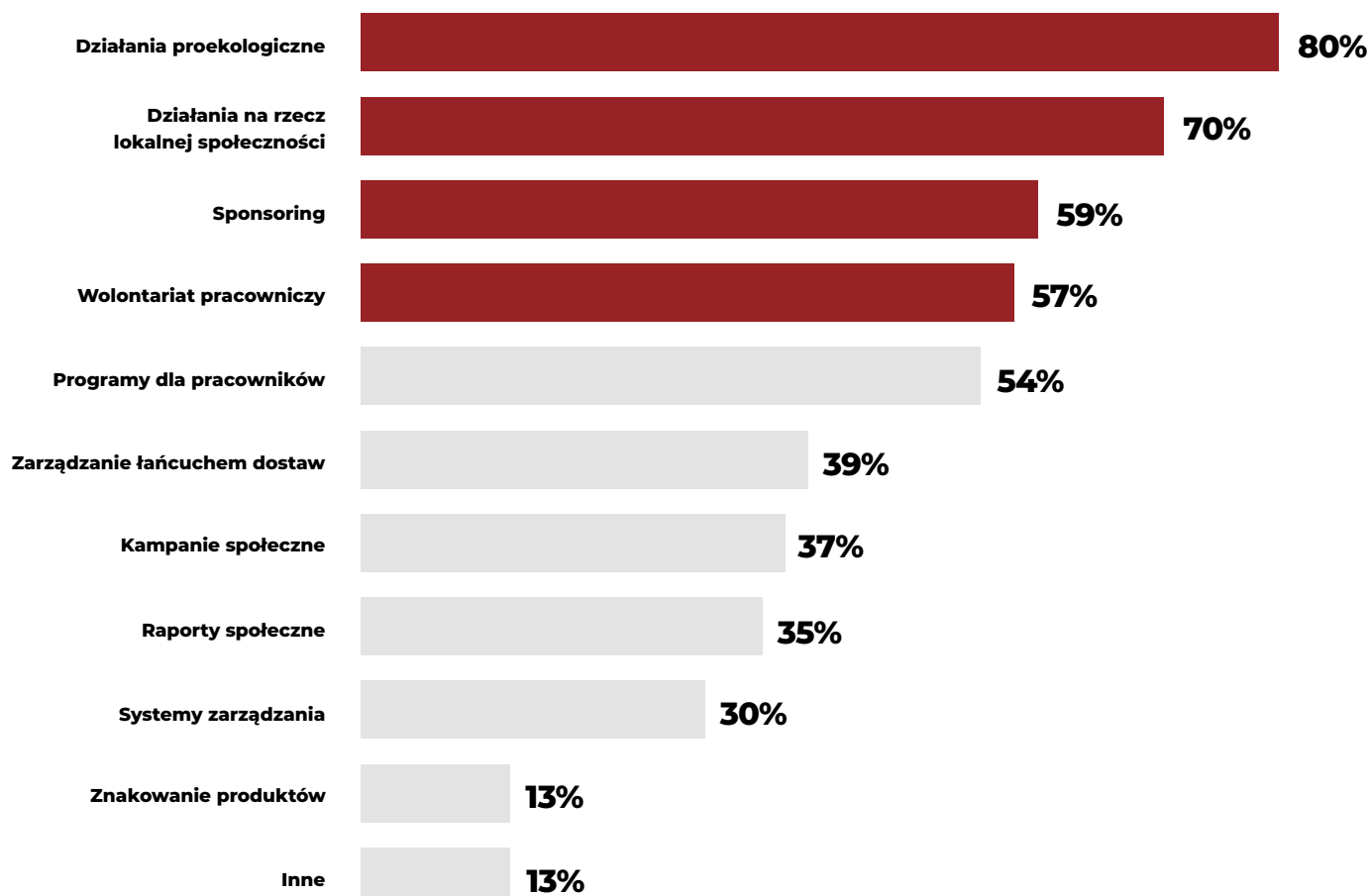
## □ Jaki jest zasięg podejmowanych przez Pana/Pani firmę działań społecznych?



Badane firmy wskazały również, jaki charakter mają najczęściej działania społeczne podejmowane przez przedsiębiorstwa prowadzące działania CSR. Najczęściej wdrażane są:

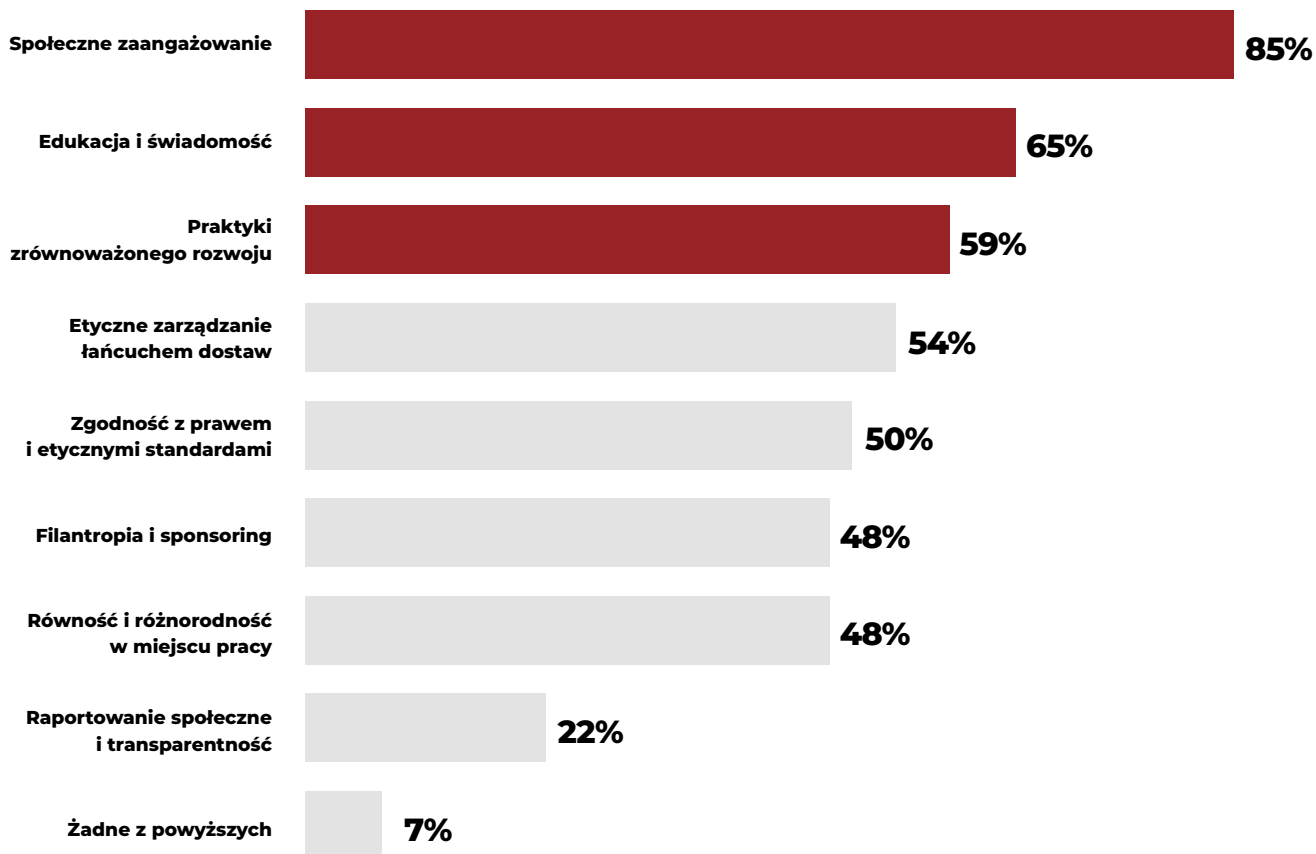
- działania proekologiczne (80% firm realizujących działania CSR),
- działania na rzecz lokalnej społeczności (70% firm realizujących działania CSR),
- sponsoring (59% firm realizujących działania CSR),
- wolontariat pracowniczy (57% firm realizujących działania CSR).

## □ Jaki charakter mają działania społeczne najczęściej podejmowane przez Pana/Pani firmę?



Firmy, które stawiają głównie na działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu mają najczęściej formę społecznego zaangażowania (85%), edukacji i zwiększania świadomości (65%) oraz praktyk związanych ze zrównoważonym rozwojem (59%).

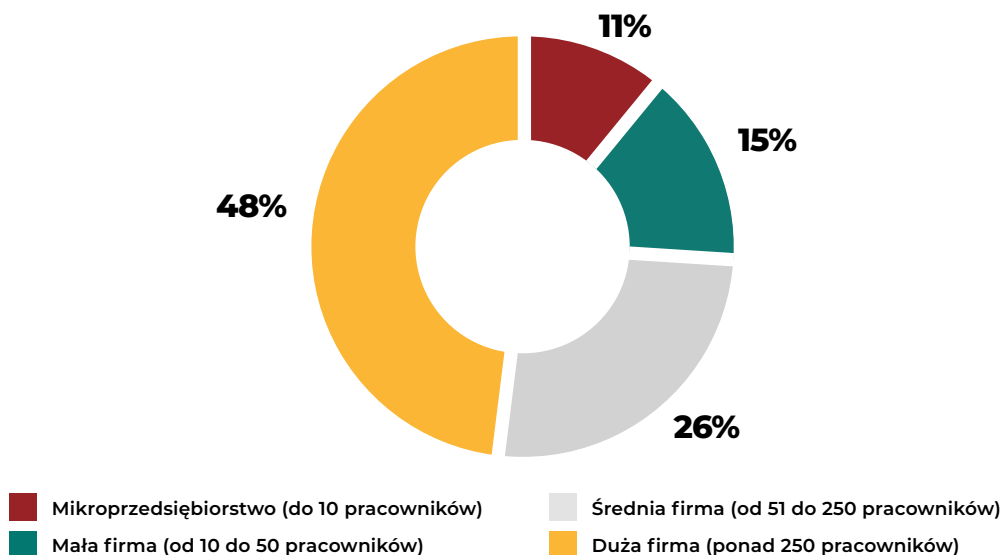
### W jakich obszarach CSR działa Pana/Pani firma?



### O KIM MOWA?

Badane firmy, które prowadzą działania społeczne to w większości duże firmy (48%). Ponad ¼ z nich to firmy średnie. Mikro i małe przedsiębiorstwa to 26% analizowanych w tej części raportu firm.

### Jaka jest wielkość Pana/Pani firmy? | Struktura odpowiedzi firm, które prowadzą działania CSR



Prezentowane w rozdziale statystyki dotyczą firm, które prowadzą działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu.

# Komentarz



**Agnieszka Pałys,  
Dyrektor ds. Prawnych i Organizacyjnych WPT,  
Prezes Fundacji Pro Mathematica**

## **Czas, by postawić na know-how i inspiracje**

Wrocławskie firmy, które realizują działania z zakresu społecznej odpowiedzialności, choć bezsprzecznie wykonują niezwykle wartościową pracę, powinny jeszcze bardziej otworzyć się na komunikowanie o swojej działalności, tak by lokalne środowisko biznesowe wzajemnie się inspirowało i dzieliło dobrymi praktykami. Z pewnością pomocne mogą w tym być inicjatywy takie jak CSR WroClub, który zrzesza kadrę wrocławskich przedsiębiorstw odpowiedzialną za CSR, ESG i zrównoważony rozwój. Obecnie działania CSR są najbardziej regularne i ustrukturyzowane w przypadku dużych firm. Firmy z sektora MŚP, choć aktywne w tym obszarze, powinny zwrócić uwagę na to, jak zoptymalizować swoje działania. Warto również zwrócić uwagę, na fakt, że to nie zasoby materialne i czasowe, ale sytuacja społeczna oraz wpływ pracowników są motywatorem dla biznesu do podejmowania działań związanych z odpowiedzialnością społeczną. Wskazuje to na otwartość biznesu na potrzeby otoczenia, w którym funkcjonuje firma.

---

# Dlaczego firmy nie są aktywne w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu?

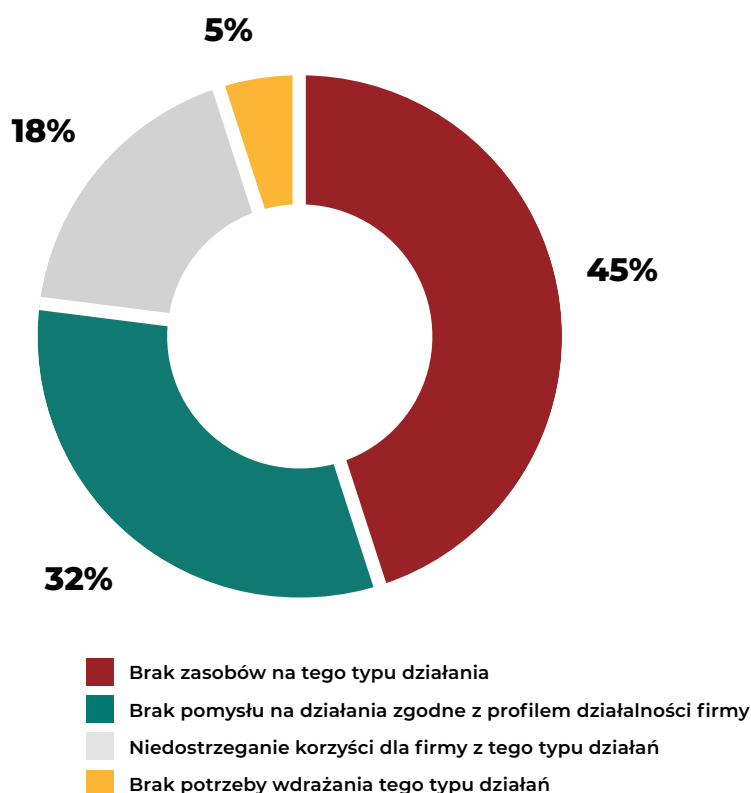


Ważnym aspektem analizy działalności wrocławskich firm w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, jest sprawdzenie motywacji przedsiębiorstw, które nie wdrażają działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu/CSR/ESG i obecnie nie planują ich wdrażania. Takie stanowisko zadeklarowało 22% badanych.

## NIE CHODZI TYLKO O BRAK ZASOBÓW

Brak zasobów na działania związane z odpowiedzialnością społeczną, choć jest dominującym powodem braku ich wdrażania przez ankietowane firmy (45%), nie jest jedyną statystyką, na którą warto zwrócić uwagę. Prawie 1/3 badanych (32%) wskazała, że powodem jest brak pomysłu na działania zgodne z profilem działalności firmy, a niemal 1/5 stwierdziła, że nie dostrzega korzyści, jakie mogą przynieść one przedsiębiorstwom.

**Co jest głównym powodem braku działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu w Pana/Pani firmie?**



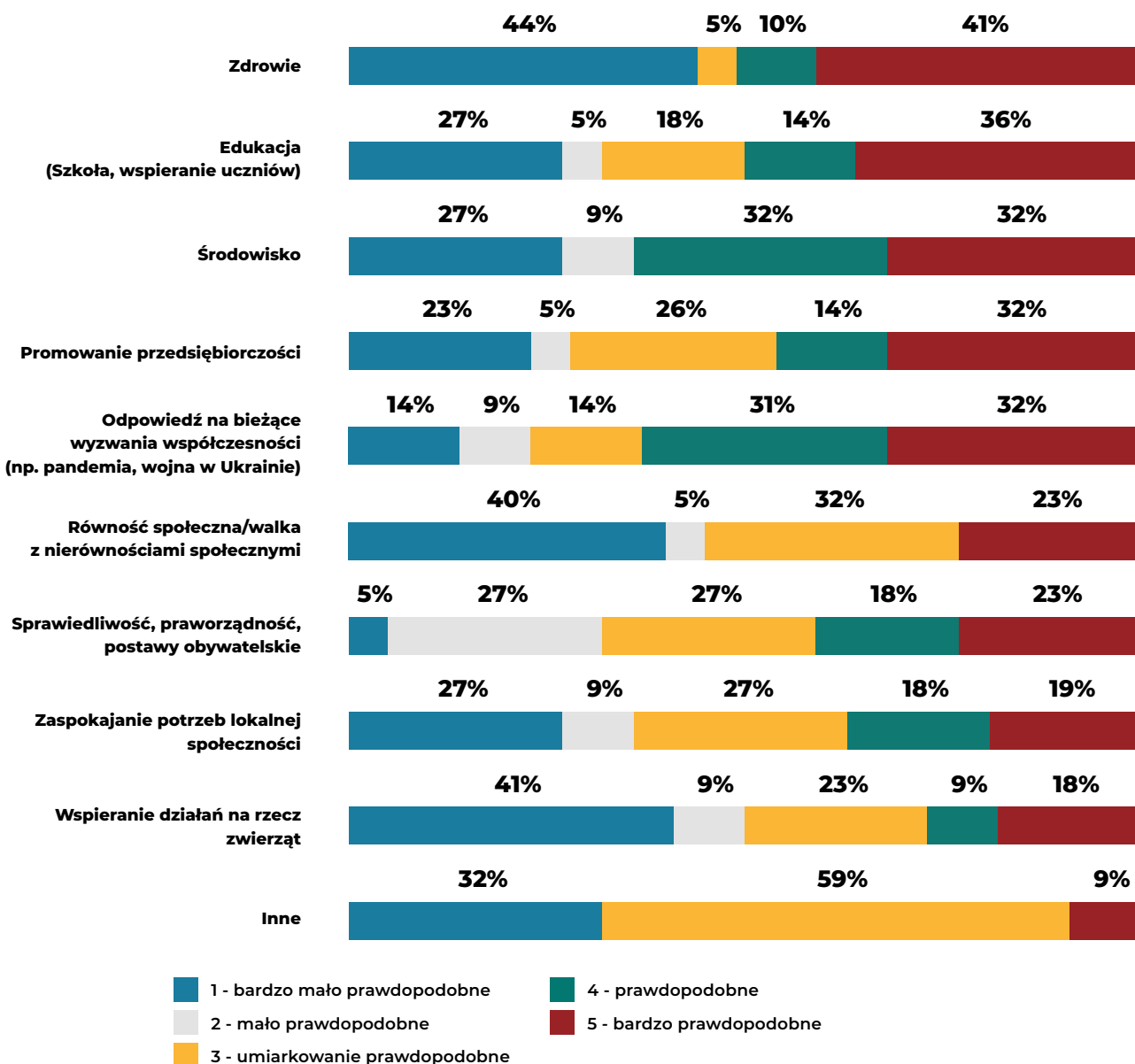
## A JEŚLI JEDNAK DZIAŁANIE TO...?

Mimo braku działań z zakresu CSR, a nawet braku planu na ich rozpoczęcie, badane firmy określiły, jakich obszarów prawdopodobnie by one dotyczyły, gdyby ich przedsiębiorstwa zdecydowały się na wdrożenie aktywności związanych z odpowiedzialnością społeczną.

Największą popularnością, którą określamy tu największe sumaryczne odsetki ocen 4 i 5 w skali, gdzie 1 to bardzo mało prawdopodobne, 5 bardzo prawdopodobne, cieszą się obszary takie jak:

- środowisko – 64%;
- odpowiedź na bieżące wyzwania współczesności (np. pandemia, wojna w Ukrainie) – 63%;
- zdrowie – 51% ;
- edukacja – 50%;
- promowanie przedsiębiorczości – 46%.

**Jeśli Pana/Pani firma miałaby rozpocząć działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, to z jakim prawdopodobieństwem dotyczyłyby one danego obszaru (w skali, gdzie 1 - bardzo mało prawdopodobne, 5 - bardzo prawdopodobne)?**



Obszarami z najmniejszym prawdopodobieństwem wdrażania aktywności CSR ich dotyczących (suma ocen 1 i 2), przez analizowane w tej części raportu firmy są:

- wspieranie działań na rzecz zwierząt – 30%;
- równość społeczna/walka z nierównościami społecznymi – 45%;
- zdrowie – 44%;
- zaspokajanie potrzeb lokalnej społeczności – 36%;
- środowisko – 36%.

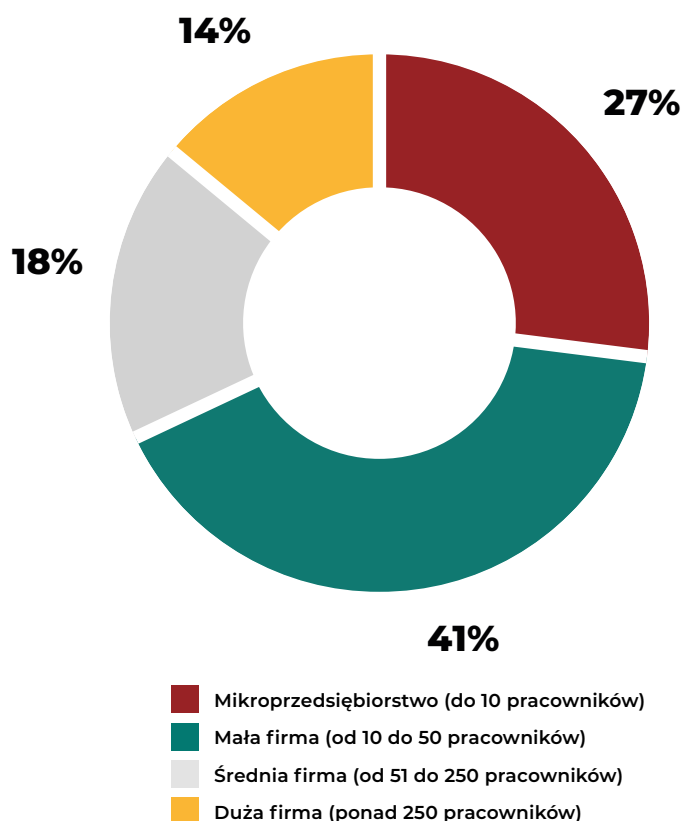
Zdrowie i środowisko to obszary najbardziej polaryzujące w opinii ankietowanych firm, które nie prowadzą i aktualnie nie prowadzą działań CSR.

Najwięcej umiarkowanych odpowiedzi (ocena 3 w analizowanej skali) dotyczy kategorii inne, przypisanej działaniom związanymi z obszarami innymi niż analizowane działania.

## O KIM MOWA?

Badane firmy, które nie prowadzą działań CSR i ich nie planują to w większości mikroprzedsiębiorstwa i małe firmy. Firmy średnie i duże stanowią znacząco mniejsze odsetki.

### ■ Jaka jest wielkość Pana Pani firmy? | Struktura odpowiedzi firm, które nie prowadzą i nie planują prowadzenia działań CSR



Prezentowane w rozdziale statystyki dotyczą firm, które obecnie nie prowadzą działań CSR i nie planują ich rozpoczęcia.



# Komentarz



**Marta Bodys,  
Insight**

## **Choć działań brak, to szanse na nie są spore**

Mimo, że jedna piąta analizowanych w ramach badania firm nie podejmuje i nie planuje wdrażania działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, to poglądy tej grupy napawają nadzieją na zmianę tej sytuacji. Choć głównym powodem braku działań jest brak zasobów, które można na nie przeznaczyć, to aż 50% z nich przejawia potencjał do zmiany postawy. Mowa tu oczywiście o przedsiębiorstwach, które nie mają pomysłu na działania zgodne z profilem działalności firmy oraz nie dostrzegają korzyści dla firmy z tego typu działań. Dzielenie się dobrymi praktykami, pokazywanie korzyści i obowiązków płynących z działań CSR, czy ESG, oferowanie gotowych programów CSR przygotowywanych np. przez III sektor, w który mogą zaangażować się firmy, to przykłady działań, które mogą zmienić ich postawę i zachęcić je do wzięcia odpowiedzialności za przyszłość na dowolną, nawet małą skalę. W promowaniu działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, warto też podkreślać, że zasoby na nią przeznaczane nie muszą oznaczać finansów. To również know-how, czy codziennie wdrażane procedury działań zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju.

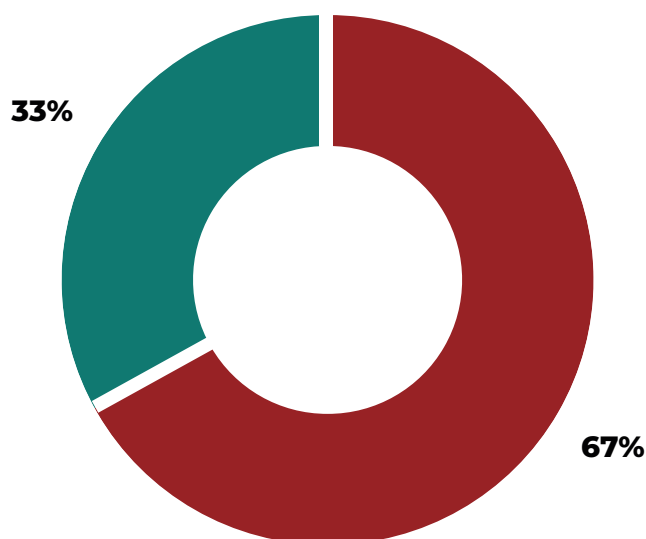
# Dlaczego firmy przestają prowadzić działania CSR?



**15% badanych firm zadeklarowało, że w przeszłości prowadziło działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, jednak już ich nie kontynuuje. Jakie były powody zaprzestania tego typu działań?**

Firmy, które zrezygnowały z prowadzenia projektów związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu podają dwie przyczyny. Są nimi brak pomysłu na dalszą formę działań (dla 67% firm) oraz niedostrzeżenie korzyści z tego typu działań (33% firm). Trzeba podkreślić, że żadna z badanych firm nie wskazała jako powodu wstrzymania działań CSR braku posiadania zasobów na nie (tak finansowych jak i czasowych) lub nieodczuwania potrzeby dalszego wdrażania tego typu działań.

**Co jest głównym powodem braku działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu w Pana/Pani firmie?**



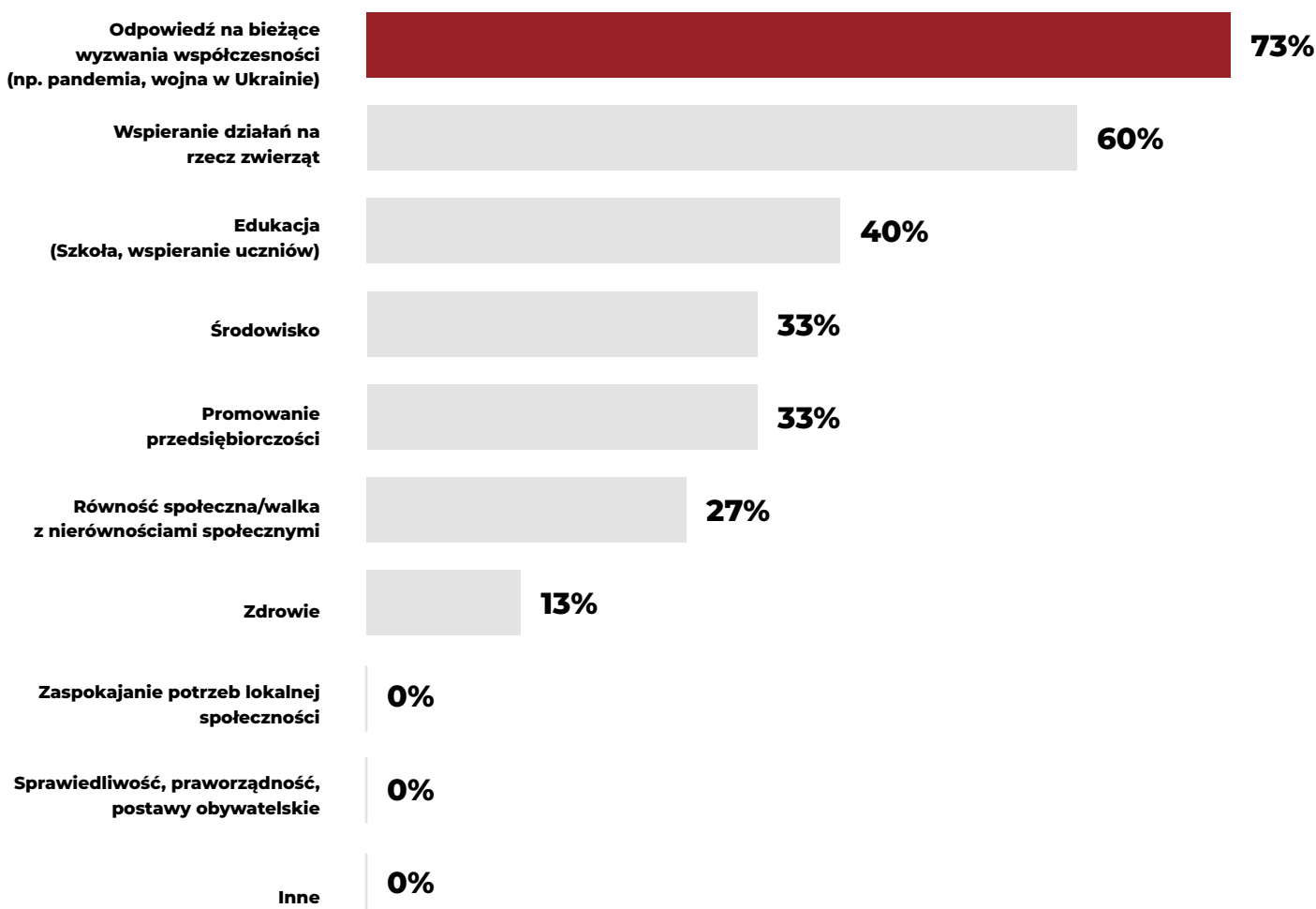
- Brak pomysłu na dalszą formę działań
- Niedostrzeżenie korzyści dla firmy z tego typu działań
- Brak zasobów na tego typu działania
- Brak potrzeby dalszego wdrażania tego typu działań
- Inne

Z prowadzenia projektów związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu rezygnowały firmy, których aktywności dotyczyły głównie obszarów takich jak:

- odpowiedź na bieżące wyzwania (73%);
- wspieranie działań na rzecz zwierząt (60%);
- edukacja (40%).

Warto dodać, że wszystkie firmy, które jako przyczynę rezygnacji z działań CSR wskazały niedostrzeganie korzyści dla firm z tego typu działań, realizowały działania w obszarze określonym jako odpowiedź na bieżące wyzwania współczesności (np. pandemia, wojna w Ukrainie). Może to wskazywać na fakt, że działania społeczne podejmowane przez biznes pod wpływem zewnętrznego impulsu, mają szybko wyczerpującą się formułę i poza akcydentalnymi akcjami nie przeradzają się w długofalowe projekty. Zaprzestanie działań przez brak pomysłu na ich kontynuację w przypadku edukacji, czy wspierania działań na rzecz zwierząt, świadczy o potrzebie dostarczania biznesowi inspiracji, a nawet gotowych do wdrażania rozwiązań.

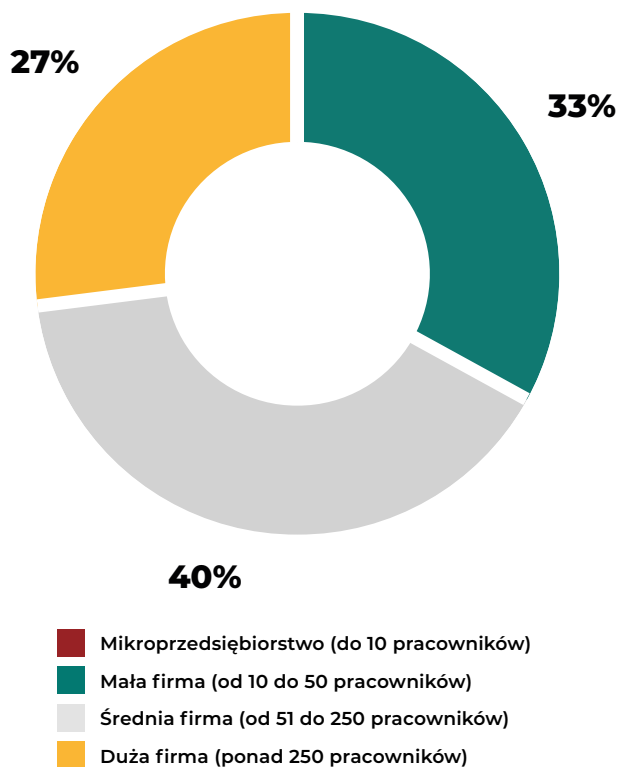
### ■ Jakiego obszaru dotyczyły działania CSR prowadzone przez Pana/Pani firmę?



## O KIM MOWA?

Badane firmy, które prowadziły działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, to głównie firmy o średniej wielkości, choć ich odsetek jest zbliżony do firm dużych (27%) i małych (33%).

### ■ Jaka jest wielkość Pana Pani firmy? | Struktura odpowiedzi firm, które w przeszłości prowadziły działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu



**Powody podawane jako przyczyna rezygnacji z prowadzenia działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu dają nadzieję, że firmy powrócą do nich w przyszłości.**

# Komentarz



**Paweł Korzeniowski,  
Wiceprezes Wrocławskiego Parku Technologicznego**

## **O czym świadczą motywacje firm do rezygnacji z działań CSR?**

Motywacje firm do rezygnowania z działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu pokazują, że musimy zintensyfikować edukację biznesu na temat korzyści płynących z działań CSR/ESG, wdrażania aktywności związanych ze zrównoważonym rozwojem. Fakt, że zdecydowana większość firm zrezygnowała ze swoich projektów CSR przez brak pomysłu na ich dalszą formę, jest dowodem, że konieczne jest upowszechnianie dobrych praktyk, szerzenie inspiracji, a nawet przygotowywanie gotowych do zaadaptowania programów, inicjatyw, pomysłów. Pole do popisu mogą mieć tu NGO czy różnego typu inicjatywy społeczne, szczególnie te związane z edukacją, czy wspieraniem działań na rzecz zwierząt.

---

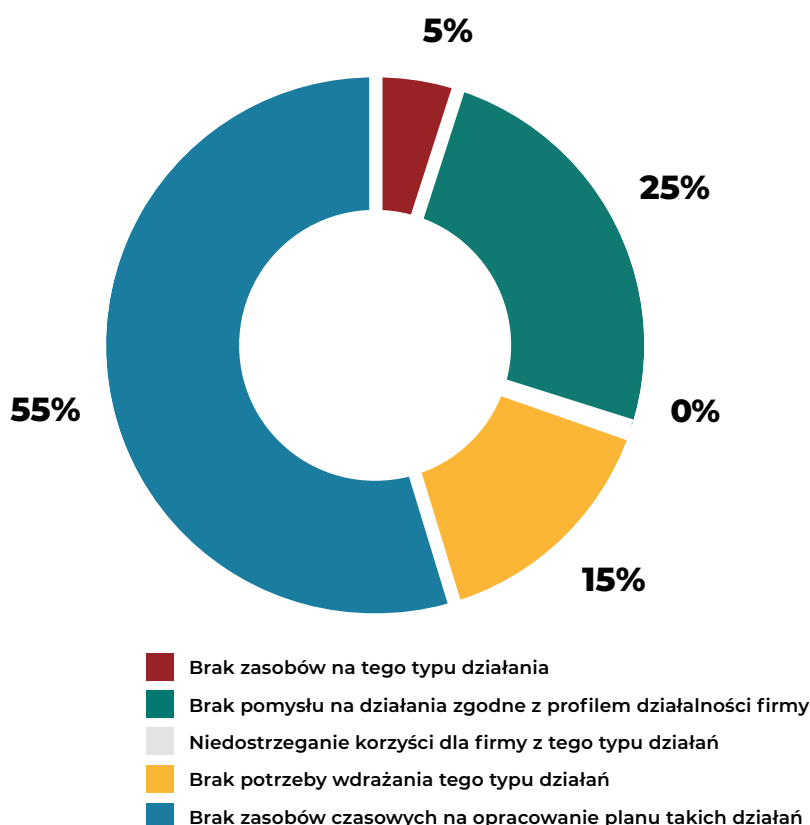
# Jaka jest motywacja do rozpoczęcia działań związanych z odpowiedzialnością społeczną biznesu?



Szczególnie ważne dla zrozumienia motywacji wrocławskich firm w angażowanie się w działania związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, jest prześledzenie sposobu działania firm, które rozpoczynają aktywność w tym obszarze.

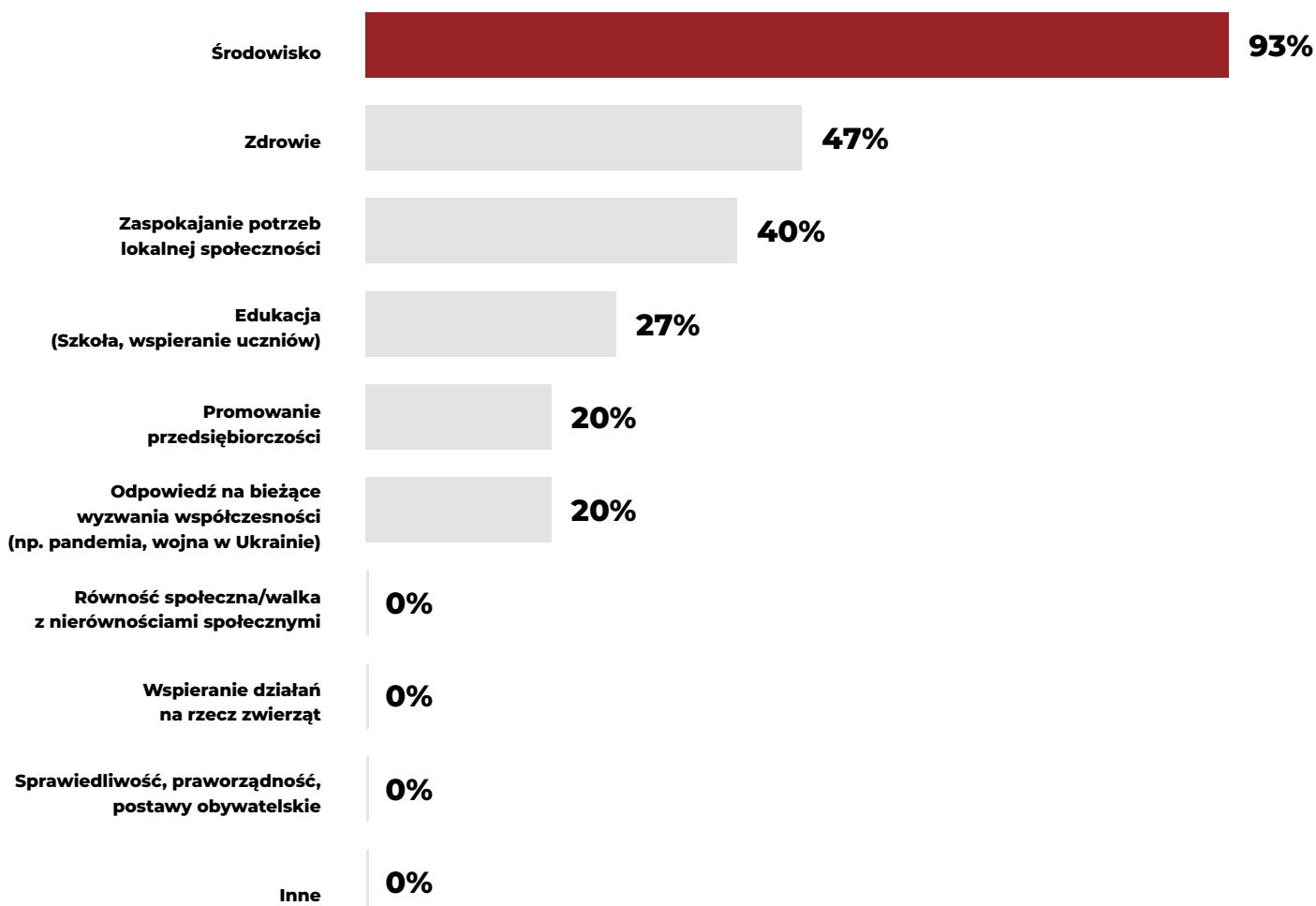
21% badanych zadeklarowało, że reprezentowane przez nich firmy nie prowadziły do tej pory działań CSR, ale planują ich rozpoczęcie. Dominującym powodem braku ich wdrażania był do tej pory czas – aż 55% ankietowanych wskazało, że główną barierą w rozpoczęciu działań był brak zasobów czasowych na opracowanie planu takich działań. Znaczącą barierą okazał się również brak pomysłu na działania zgodne z profilem działalności firmy. Kwestie braku zasobów innych niż czasowe, były ważne tylko dla 5% badanych. Warto też zaznaczyć, że potrzebę wdrażania tego typu działań, dotychczas nie dostrzegało tylko 15% ankietowanych.

**Co było głównym powodem braku działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w Pana/ Pani firmie?**



Planowane przez badane firmy działania z zakresu CSR, w zdecydowanej większości będą dotyczyć kwestii związanych z ochroną środowiska (93%). Najczęściej będą się one łączyć z tematem zdrowia (30% analizowanych tu badanych) oraz zaspokajaniem potrzeb lokalnej społeczności (15%). Niemal połowa analizowanych w tej części raportu firm zadeklarowała, że ich planowane działania CSR będą dotyczyć zdrowia, a 40%, że obejmą one obszar zaspokajania potrzeb lokalnej społeczności. Edukacja będzie tematem działań niemal 1/3 (27%) przedsiębiorstw.

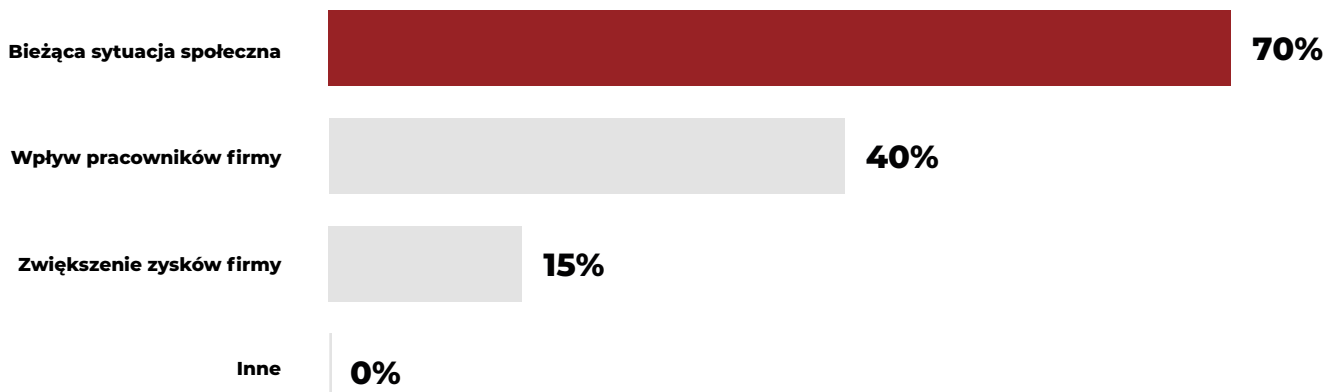
**■ Jakiego obszaru będą dotyczyć planowane działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w Pana/Pani firmie?**



**Pozytywne motywacje do rozpoczęcia działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu mają duże znaczenie w kontekście zakresu obszarów, których będą dotyczyć.**

Warto też zwrócić uwagę na to, jakie czynniki wpłynęły na decyzję firmy o rozpoczęciu realizacji działań z zakresu odpowiedzialności społecznej. Aspekt finansowy ma tu małe znaczenie (wpłynął na zaledwie 15% firm). Główną rolę odgrywa bieżąca sytuacja społeczna, wpływająca na 70% firm. Ważny jest również wpływ pracowników, istotny dla 40% analizowanych w tej części raportu firm.

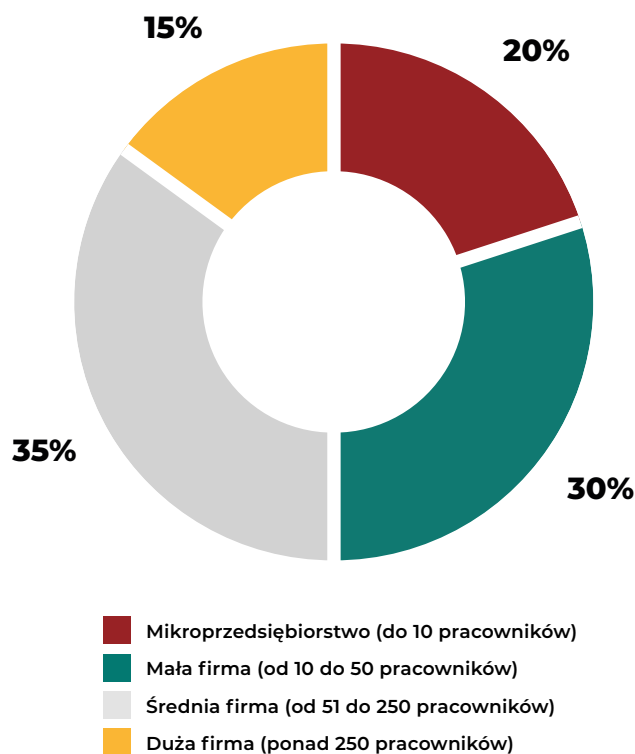
### ☐ Jakie czynniki wpłynęły na wprowadzenie działań społecznych w Pana/Pani firmie?



### ○ KIM MOWA?

Badane firmy, które nie prowadzą działań CSR, ale je planują to bardzo zróżnicowana grupa, w której największe odsetki stanowią średnie firmy (35%) i małe firmy (30%).

### ☐ Jaka jest wielkość Pana/Pani firmy? | Struktura odpowiedzi firm, które nie prowadziły działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, ale planują ich rozpoczęcie



Przedstawione w rozdziale statystyki dotyczą firm, które nie prowadziły działań CSR, ale planują ich rozpoczęcie.



# Komentarz



**Konrad Kucharski,**  
**Insight**

## Motywacje mają znaczenie dla biznesu?

Żadna z firm nie funkcjonuje w próżni. Otaczający je ekosystem wpływa na ich działalność, również w kwestii społecznej odpowiedzialności biznesu. Ważne jest to, by reagując na bodźce zewnętrzne planowały one swoje działania w taki sposób, by ich działania nie były jedynie reklamowymi hasłami, tylko akcjami przynoszącymi realne zyski. Należy na to zwrócić uwagę szczególnie w kontekście deklaracji przedsiębiorstw o planach zajęcia się kwestiami związanymi z ochroną środowiska, tak by unikać i zwalczać zjawisko greenwashingu.

Szczególnego podkreślenia wymaga rola pracowników firm w przekonywaniu zatrudniających ich organizacji do aktywności. To dowód, że idee odpowiedzialności za przyszłość i zrównoważonego rozwoju trzeba upowszechniać szeroko, pokazując metody, dzięki którym każdy z nas może realnie oddziaływać na otoczenie. Wystarczy działać.

---

# Biznes i edukacja



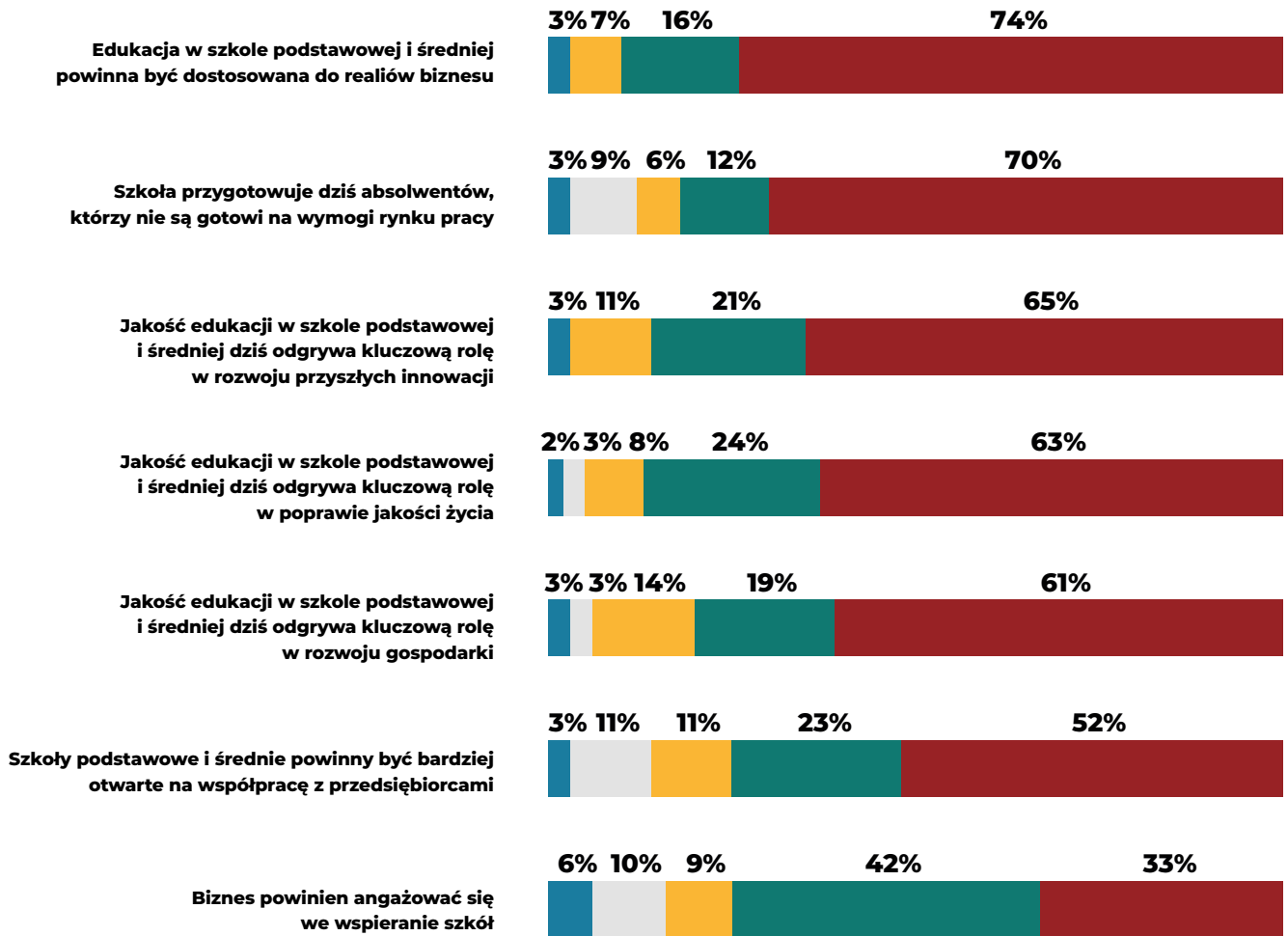
**Czy biznes powinien wziąć odpowiedzialność za kształt polskiej edukacji? Odpowiedzi na to dostarczyła druga część badania ankietowego „Odpowiedzialni za przyszłość”.**

Analiza postaw przedstawicieli wrocławskiego środowiska biznesowego nie pozostawia wątpliwości. Zdecydowana większość z nich zgadza się ze stwierdzeniami potwierdzającymi że edukacja ma ogromny wpływ na gospodarkę, społeczeństwo i nasze życie oraz fakt, że szkoła nie przygotowuje dzieci i młodzieży do realiów rynku pracy i biznesu:

- Aż 82% zgadza (w tym 70% zdecydowanie) ze stwierdzeniem, że szkoła przygotowuje dziś absolwentów, którzy nie są gotowi na realia panujące na rynku pracy, co koresponduje z faktem, że 90% badanych uważa, że edukacja w szkołach podstawowych i średnich musi zostać dostosowana do biznesowych realiów, które rządzą rynkiem.
- Większość badanych zgadza się również z tym że szkoły podstawowe i średnie powinny być bardziej otwarte na współpracę z przedsiębiorcami (75%, w tym 52% zdecydowanie). Ten sam odsetek badanych potwierdza również, że biznes powinien angażować się we wspieranie szkół, jednak proporcja odpowiedzi zgadzam się (42%), a zdecydowanie się zgadzam (33%) jest odwrotna, co pokazuje tendencję środowiska biznesowego do dostrzegania problematycznych obszarów we współpracy edukacja - biznes po stronie szkół.
- Przedstawiciele wrocławskiego środowiska biznesowego zdecydowanie potwierdzają też, że jakość edukacji w szkole podstawowej i średniej dziś odgrywa kluczową rolę w rozwoju przyszłych innowacji (86% badanych zgadza się ze stwierdzeniem), jakości życia (87% ankietowanych się z tym zgadza) oraz gospodarki (potwierdza to 80% badanych).

**Edukacja jest obszarem zainteresowań środowiska biznesowego. Dostrzega ono jego problemy i rozumie obszary, które muszą ulec poprawie w polskich szkołach.**

**W jakim stopniu w oparciu o własne doświadczenia, zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: (w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza zdecydowanie nie zgadzam się, 5 zdecydowanie zgadam się)**



■ 1 - zdecydowanie się nie zgadzam      ■ 4 - raczej się zgadzam  
■ 2 - raczej nie zgadzam się      ■ 5 - zdecydowanie się zgadzam  
■ 3 - nie mam zdania

## **SZKOŁA MUSI PRZYGOTOWYWAĆ UCZNIÓW NA PRZYSZŁOŚĆ**

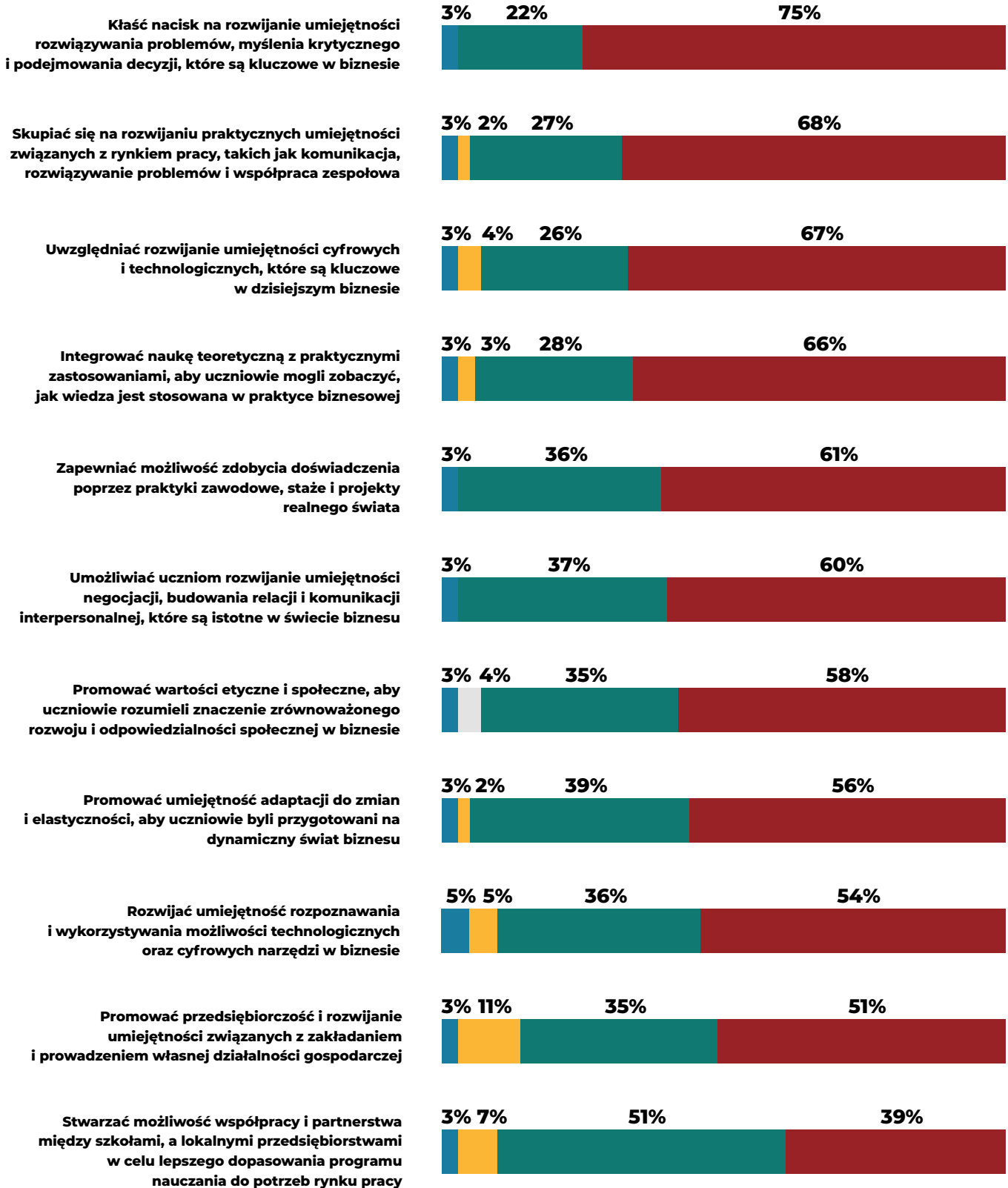
Przedstawiciele wrocławskiego środowiska biznesowego zdecydowanie zgadzają się z koniecznością prowadzenia edukacji w sposób, który przygotowuje uczniów do rozwoju w warunkach konkurencyjności, zmienności i umiejętności adaptacji, bez których nie funkcjonuje dziś biznes.

Oto kluczowe wnioski z analizy:

- 95% badanych uważa, że szkoła powinna skupiać się na rozwijaniu praktycznych umiejętności związanych z rynkiem pracy, takich jak komunikacja, rozwiązywanie problemów i współpraca zespołowa.
- 97% badanych uważa, że szkoła powinna zapewniać możliwość zdobycia doświadczenia poprzez praktyki zawodowe, staże i projekty biznesowego świata, a 94% z nich zgadza się z tym, że szkoła powinna integrować naukę teoretyczną z praktycznymi zastosowaniami, aby uczniowie mogli zobaczyć, jak wiedza jest stosowana w praktyce biznesowej.
- Przedstawiciele środowiska biznesowego zgadzają się z tym, że edukacja musi uwzględniać rozwijanie umiejętności cyfrowych i technologicznych, które są kluczowe w dzisiejszym biznesie (93% badanych), promować przedsiębiorczość i rozwijanie umiejętności związanych z zakładaniem i prowadzeniem własnej działalności gospodarczej (86% ankietowanych) oraz promować umiejętność adaptacji do zmian i elastyczności, aby uczniowie byli przygotowani na dynamiczny świat biznesu (95% ankietowanych).
- Środowisko edukacyjne, w opinii 90% badanych powinno stwarzać możliwość współpracy i partnerstwa między szkołami, a lokalnymi przedsiębiorstwami w celu lepszego dopasowania programu nauczania do potrzeb rynku pracy.
- Ankietowani zgadzają się również ze stwierdzeniami, że szkoła musi rozwijać umiejętność rozpoznawania i wykorzystywania możliwości technologicznych oraz cyfrowych narzędzi w biznesie (93%), kłaść nacisk na rozwijanie umiejętności rozwiązywania problemów, myślenia krytycznego i podejmowania decyzji, które są kluczowe w biznesie (97%), promować wartości etyczne i społeczne, aby uczniowie rozumieli znaczenie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności społecznej w biznesie (93%) oraz umożliwiać uczniom rozwijanie umiejętności negocjacji, budowania relacji i komunikacji interpersonalnej, które są istotne w świecie biznesu (97%).

**Biznes zna znaczenie edukacji. Jego relacja ze szkołami musi być dwustronna, jednak aby to osiągnąć, środowisko edukacyjne musi wykazać się otwartością.**

**W jakim stopniu w oparciu o własne doświadczenia, zgadza się Pan/Pani z podanymi stwierdzeniami, że szkoła powinna...(w skali, gdzie 1 - zdecydowanie się nie zgadzam, 5 – zdecydowanie się zgadzam)?**



# Komentarz



**Agnieszka Pałys,  
Dyrektor ds. Prawnych i Organizacyjnych WPT,  
Prezes Fundacji Pro Mathematica**

## **Biznes musi i chce zaangażować się w kształtowanie i zmianę polskiej edukacji.**

Przedstawiciele biznesu niemal jednogłośnie twierdzą, że polskie szkoły trzeba dostosować do wymogów współczesnego świata i konkurencyjnego rynku pracy. Deklarują chęć do podjęcia takich działań. To dobry trend szczególnie w kontekście tego, że edukacja, choć w czołówce, to nie jest głównym priorytetem projektów CSR czy ESG. Do współpracy potrzeba jednak również zaangażowania szkół.

Przedsiębiorstwa powinny aktywnie angażować się we wspieranie edukacji, a szkoły powinny otworzyć się na współpracę. Takie zaangażowanie obu stron, to gwarancja rozwoju przyszłości dobrej dla nas wszystkich. Choć jest jeszcze wiele do zrobienia, to trendy, jakie pokazuje badanie potwierdzają, że mamy wspólną szansę na rozwój. Wykorzystajmy to!

---

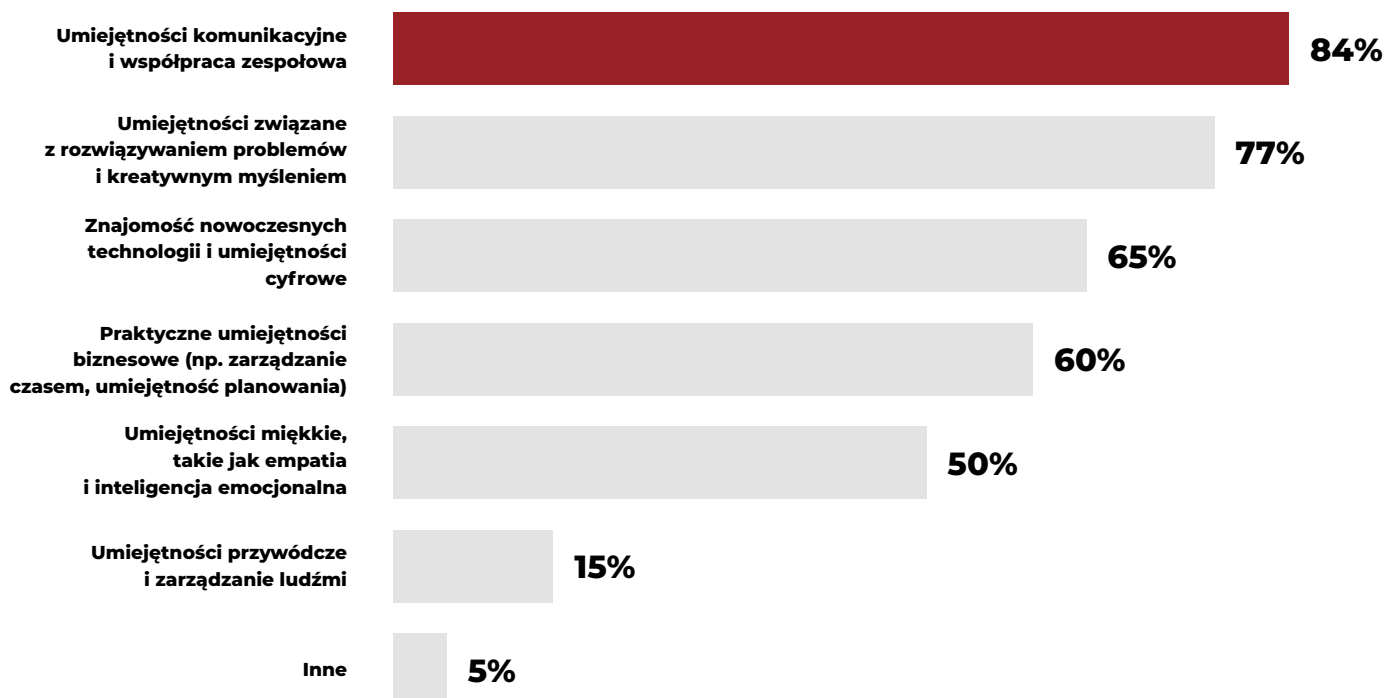
## JAKICH UMIEJĘTNOŚCI POTRZEBUJE BIZNES?

Przedstawiciele wrocławskiego środowiska biznesowego stwierdzili, że bazując na ich doświadczeniach w ramach programu nauczania w szkołach podstawowych i średnich powinno się priorytetowo rozwijać przede wszystkim umiejętności takie jak:

- umiejętności komunikacyjne i współpraca zespołowa, wskazane przez 84% ankietowanych,
- umiejętności związane z rozwiązywaniem problemów i kreatywnym myśleniem, wskazane przez 77% badanych,
- znajomość nowoczesnych technologii i umiejętności cyfrowe, wskazane przez 65% ankietowanych,
- praktyczne umiejętności biznesowe (np. zarządzanie czasem, umiejętność planowania), wskazane przez 60% badanych.

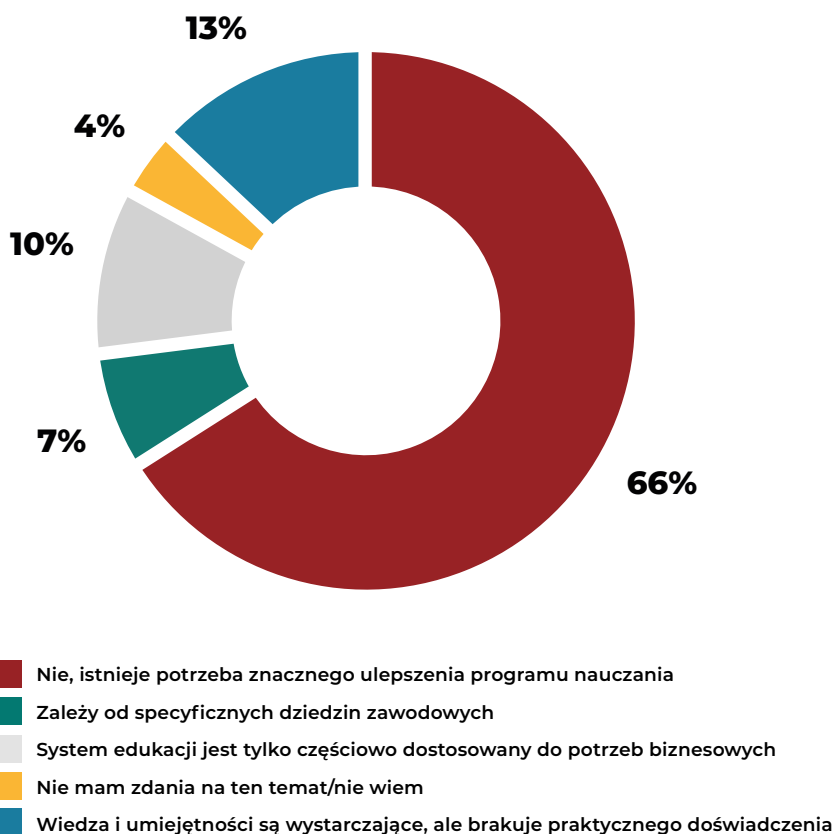
W ich ocenie są to umiejętności, które będą ważne dla przyszłych pracowników ich firm, będących obecnie na etapie edukacji podstawowej i średniej.

### **□** Rozwój jakich umiejętności powinien być z perspektywy Pana/Pani firmy priorytetowy w programie nauczania w szkołach podstawowych i średnich dla przyszłych pracowników?



Z przytoczonymi wyżej danymi koreluje ogólna ocena systemu edukacji publicznej na poziomie podstawowym i średnim. Zdecydowana większość badanych (66%) zgadza się ze stwierdzeniem, że istnieje potrzeba znacznego ulepszenia programu nauczania w szkołach. Ankietowani wskazują też na konieczność wyposażania uczniów w praktyczne doświadczenia.

□ Czy bazując na doświadczeniach Pana/Pani firmy, uważa Pan/Pani, że system edukacji publicznej na poziomie podstawowym i średnim w Polsce zapewnia wystarczającą wiedzę i umiejętności potrzebne w dzisiejszym świecie biznesu?



**Biznes dostrzega konieczność dokonania systemowych zmian w szkołach, po to by wyposażały one uczniów w wiedzę i umiejętności potrzebne np. na rynku pracy.**



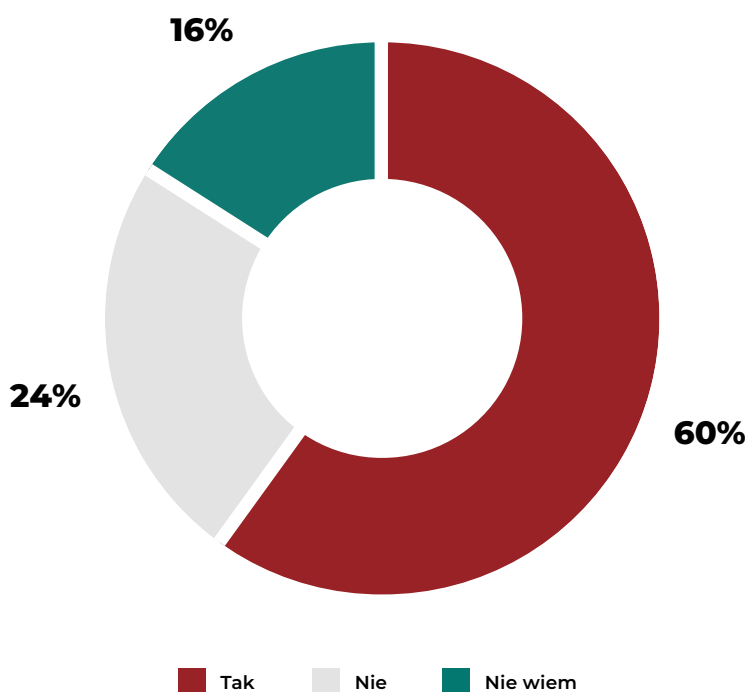
## CZY BIZNES POWINIEN BRAĆ ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRZYSZŁOŚĆ?

Środowisko biznesowe nie tylko uważa, że polska edukacja wymaga zmian. Zdecydowana większość jego przedstawicieli (60%) uważa też, że biznes powinien wziąć odpowiedzialność za kształt polskiej edukacji i zaangażować się w jej rozwój.

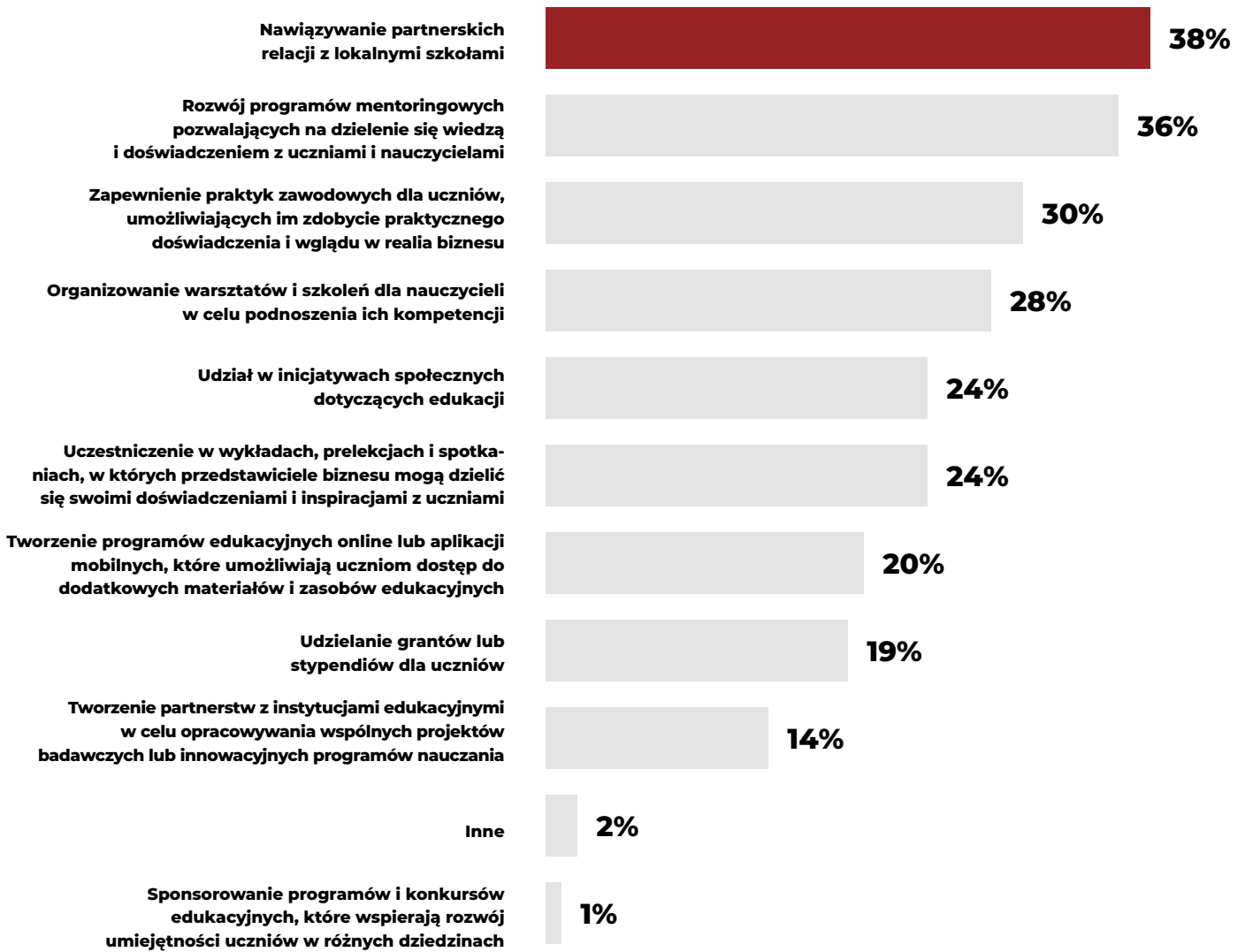
Według badanych działania biznesu powinny mieć formę przede wszystkim:

- nawiązywania partnerskich relacji z lokalnymi szkołami (38% ankietowanych);
- rozwoju programów mentoringowych pozwalających na dzielenie się wiedzą i doświadczeniem z uczniami i nauczycielami (36% badanych);
- zapewnienia praktyk zawodowych dla uczniów, umożliwiających im zdobycie praktycznego doświadczenia i wglądu w realia biznesu (30% ankietowanych);
- organizowania warsztatów i szkoleń dla nauczycieli w celu podnoszenia ich kompetencji (28% badanych);
- udziału w inicjatywach społecznych dotyczących edukacji (24% ankietowanych);
- uczestniczenia w wykładach, prelekcjach i spotkaniach, w których przedstawiciele biznesu mogą dzielić się swoimi doświadczeniami i inspiracjami z uczniami (24% badanych).

### Czy Pana/Pani zdaniem biznes powinien wziąć odpowiedzialność za kształt polskiej edukacji i zaangażować się w jej rozwój?



**☐ Jakie działania Pana/Pani zdaniem powinien podejmować biznes w obszarze wspierania szkół i rozwoju edukacji?**



**Biznes ma wizję na to jak angażować się w edukację. Ważne jest partnerskie podejście i wykorzystywanie know how. Współpraca biznesu i edukacji nie musi być związana tylko ze sponsoringiem.**

# Komentarz



**Katarzyna Wolniak,  
Koordynator Projektujemy przyszłość. Edukacja,  
Wrocławski Park Technologiczny**

## **Biznes i edukację łączy naprawdę wiele.**

Obecna sytuacja na rynku pracy i trendy związane z technologiami sprawiają, że to kompetencje takie jak: komunikacja, współpraca zespołowa, umiejętności związane z rozwiązywaniem problemów, z myśleniem krytycznym, znajomość nowoczesnych technologii oraz praktyczne umiejętności biznesowe są obszarami, które według biznesu powinny rozwijać szkoły. Ważne jest jednak nie tylko to, że badanie rzuca światło na kluczowe umiejętności, które powinny być rozwijane w systemie edukacji, ale również, że podkreśla rolę biznesu w kształtowaniu przyszłości edukacji. Angażowanie się biznesu w rozwój edukacji nie jest już kwestią wyboru, ale koniecznością, która przyniesie korzyści zarówno uczniom, jak i biznesowi, zapewniając im potencjał rozwoju w przyszłości.

---



**Część II**

# **Rozmowy o odpowiedzialności za przyszłość**





# Samorząd jest szczególnie odpowiedzialny za przyszłość

Rozmowa z Jakubem Mazurem, Wiceprezydentem Wrocławia

**Czy CSR, ESG i zrównoważony rozwój to obszary zarezerwowane tylko dla biznesu? Jak swoją rolę w kreowaniu odpowiedzialnego podejścia do przyszłości powinien określać samorząd terytorialny? Jak rozwijać miasto w zrównoważony sposób? Rozmawiamy o tym z Jakubem Mazurem, Wiceprezydentem Wrocławia.**

## **Czy społeczna odpowiedzialność za przyszłość dotyczy również samorządów?**

**Jakub Mazur, Wiceprezydent Wrocławia:**

Samorząd jest zobligowany do działań na rzecz lokalnej społeczności, ale w jego pracy nie powinno chodzić o to, żeby wypełnić minimum zobowiązań wynikających z ustaw. Odpowiedzialność za przyszłość, którą określamy przez pryzmat działań z zakresu CSR, ESG czy zrównoważonego rozwoju to nie tylko domena biznesu. Dotyczy

ona również samorządów, które, szczególnie w ostatnich, pełnych wyzwań latach, pokazały, jak ważna jest ich rola w reagowaniu na kryzysy społeczne, gospodarcze i polityczne. Oczywiście, podstawową rolą samorządu, sensem jego istnienia jest świadczenie różnego typu usług dla mieszkańców. Jednak, tak jak w biznesie, czy innych dziedzinach życia, do zapewnienia prawdziwego rozwoju nie wystarczy jedynie wypełnianie podstawowo przypisanych nam obowiązków.



Konieczna jest wizja, proaktywna podstawa, szerokie spojrzenie na to, co tu i teraz, ale też na to, jaki świat budujemy dla przyszłych pokoleń.

### **Dla miasta i otaczającej go aglomeracji musi mieć to ogromne znaczenie.**

Dokładnie. Odpowiedzialność za przyszłość społeczeństwa musi być integralną częścią strategii rozwoju miasta, czy regionu, tak by zapewnić mu trwałą, zrównoważony rozwój. O potrzebie brania na siebie odpowiedzialności za przyszłość i rozwój społeczny trzeba głośno mówić, szczególnie w kontekście miasta i aglomeracji liczącej ponad milion mieszkańców. We Wrocławiu zdajemy sobie z tego sprawę, a zrównoważony rozwój determinuje kształt naszych działań.

### **W jakich obszarach samorząd może realizować idee związane ze społeczną odpowiedzialnością?**

Miasto to ogromny i niezwykle złożony ekosystem. Działania związane z odpowiedzialnością społeczną, które długofalowo będą gwarantować nam lepszą przyszłość, możemy realizować, i realizujemy, inwestując m.in. w edukację, kulturę, sport, zdrowie. Ogromną rolę odgrywają tu działania takie jak rozwój ekologicznego transportu, ochrona terenów zielonych, poprawa

jakości powietrza. Od lat inwestujemy w tych strategicznych obszarach.

Pod koniec sierpnia 2023 roku dotarł do Wrocławia pierwszy z trzynastu zakupionych przez MPK Wrocław autobusów elektrycznych Mercedes-Benz eCitaro. Pojazd od września regularnie kursuje na linii K. Pracujemy nad wdrożeniem w przyszłości w naszej flocie również autobusów wodorowych. To duże plany. Konsekwentnie zazieleniamy Wrocław – blisko 1000 nowych nasadzeń wzdłuż ulicy Legnickiej i Lotniczej, rewolucja na placu Nowy Targ, czy zielone torowiska. Warto wspomnieć dobrze wszystkim znany program KAWKA Plus, który od wielu lat wspiera mieszkańców i mieszkanki Wrocławia w procesie wymiany pieców na ekologiczne źródło ciepła. To są konkretne działania.

### **Jaką rolę dla rozwoju miasta odgrywa edukacja?**

Dobra edukacja, to dobra przyszłość. We Wrocławiu inwestujemy w nowoczesne placówki edukacyjne, programy wsparcia dla dzieci i młodzieży, edukację ekologiczną i obywatelską. Dzięki temu chcemy, aby każde dziecko miało dobry start w przyszłość, równe szanse i możliwości rozwijania swoich talentów. Współpracujemy



również z różnymi instytucjami i organizacjami pozarządowymi, aby uatrakcyjnić i zróżnicować ofertę edukacyjną. Wrocław promuje również inicjatywy mające na celu budowę edukacji przyszłości, wśród których jest Projektujemy przyszłość. Edukacja, szczególnie ważne działanie realizowane przez nasz Wrocławski Park Technologiczny, tworzące bazę do oddolnej, trwałej zmiany polskich szkół na lepsze. Ważne jest również dzielenie się wiedzą, dobrymi praktykami – we Wrocławiu robimy to lokalnie, ale też międzynarodowo np. poprzez członkostwo w METREX – europejskiej sieci metropolii i regionów.

### **Co jest gwarantem sukcesu tych działań?**

Myślę, że ogromną rolę odgrywa tu otwartość na dialog i współpracę z mieszkańcami. Musi ona być fundamentem polityki budowy miasta rozwijającego się w sposób zrównoważony. Wsłuchujemy się w głos mieszkańców. Regularnie organizujemy konsultacje społeczne, spotkania z mieszkańcami, dzięki którym każdy może wyrazić swoje zdanie i wpłynąć na decyzje dotyczące miasta. Wspieramy partycypację obywatelską m.in. przez realizowanie Wrocławskiego Budżetu Obywatelskiego czy kooperację z Radami Osiedli.

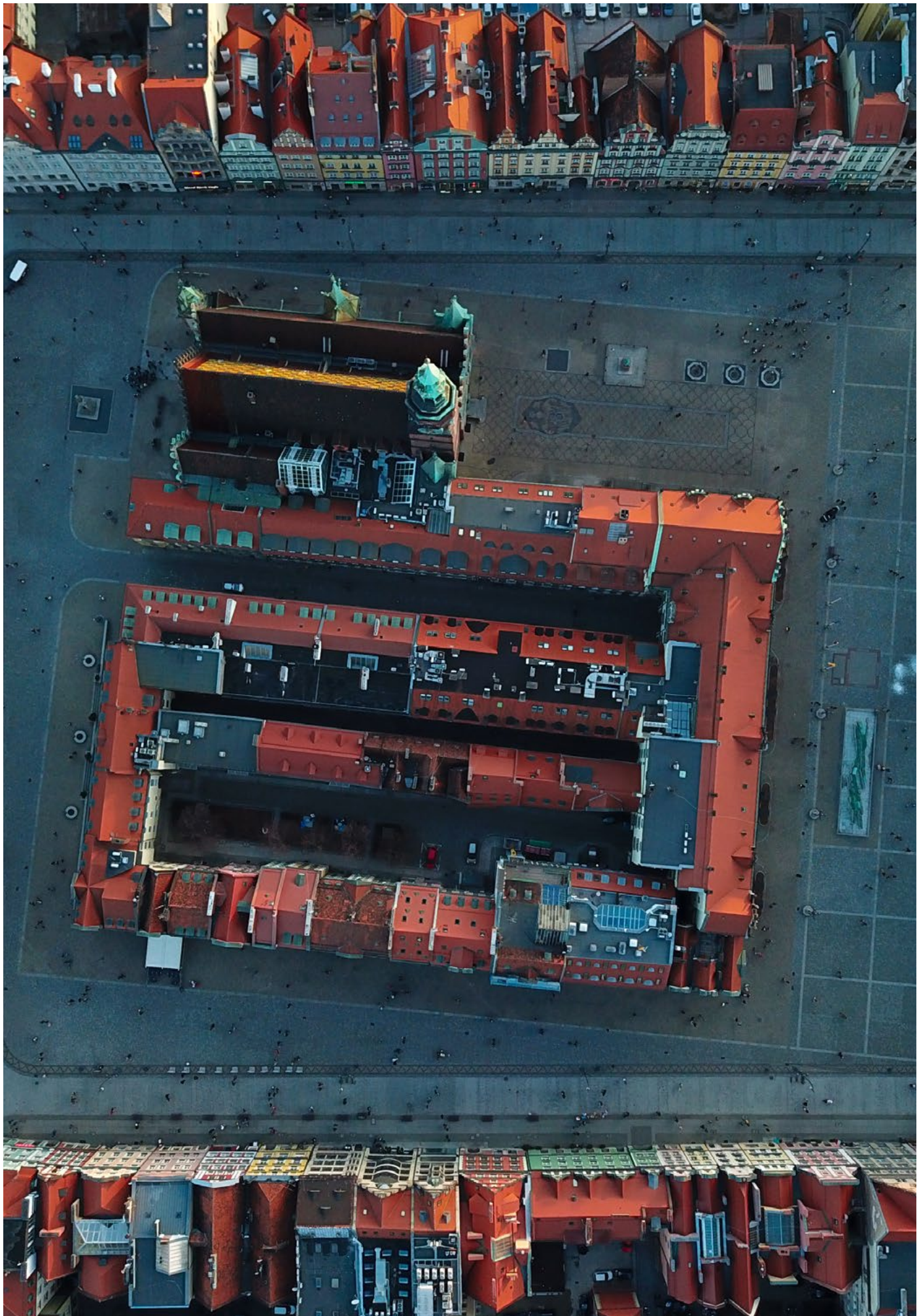
### **Jak w kontekście społecznej odpowiedzialności miast powinna być kreowana współpraca z biznesem?**

We Wrocławiu kompleksowo wspieramy biznes. Działamy w skali mikro, realizując np. kampanie takie jak Bez mikro nie ma makro, jak i makro przyciągając wielomilionowe inwestycje. Dobry rozwój biznesu we Wrocławiu to ogólny rozwój miasta, lepsza przyszłość dla naszych mieszkańców, dlatego szczególną wagę przykładamy do stymulowania jego rozwoju. Wiemy też, że każde przedsiębiorstwo, zarówno duża korporacja międzynarodowa, jak i mała firma rodzina, wpływa na otoczenie, w którym funkcjonuje. Chcemy zachęcać je do brania za to odpowiedzialności. Współpracujemy z biznesem i doceniamy jego działania m.in. przez przyznawanie Nagrody Prezydenta Wrocławia - Biznes Odpowiedzialny Społecznie. Współpraca samorządu i biznesu w zakresie rozwoju miasta i regionu, jest kluczowym elementem do rozwoju naszych społeczności. Wszyscy musimy podjąć wyzwanie i wziąć na siebie odpowiedzialność za przyszłość.

**Rozmawiała Marta Bodys, Insight**











# Czas na zmianę, a nie zmienianie edukacji. Również przez biznes

Rozmowa z **Maciejem Potockim, Prezesem Wrocławskiego Parku Technologicznego**

**Biznes powinien wziąć na siebie odpowiedzialność za to jak będzie wyglądać edukacja. O tym dlaczego jest to przykład postawy odpowiedzialnej za przyszłość i tym, jak Wrocławski Park Technologiczny ją wdraża opowiada Maciej Potocki, Prezes Wrocławskiego Parku Technologicznego.**

## **Skąd wziął się impuls do rozpoczęcia inicjatywy Projektujemy przyszłość. Edukacja?**

**Maciej Potocki, Prezes WPT:** Edukacja jest najważniejszym filarem naszego społeczeństwa. W szkole spędzamy ogromną część naszego życia. Nasze dzieci spędzają w niej większość swoich dni. W szkole spotykają rówieśników, starszych i młodszych kolegów, poznają nauczycieli, rozmawiają z różnymi ludźmi. Szkoła generuje

prawdopodobnie najwięcej impulsów związanych z rozwojem młodego człowieka. W jakiej jest ona kondycji? Czy jest w formie umożliwiającej jej dobre zajęcie się nami i naszymi dziećmi? Na co przekładamy to, co jest w szkole, nie tylko w podręcznikach, przekazywane? Rozważania na ten temat, połączone z analizą tego, co się dzieje w biznesie, zaowocowały inicjatywą Projektujemy przyszłość. Edukacja.

## **Jak temat edukacji połączyć się z biznesem?**

W WPT mierzymy się z wieloma wyzwaniem towarzyszącymi współczesnemu biznesowi. Jednym z nich jest generowanie innowacji i innowacyjnych pomysłów. Zaczęliśmy zastanawiać się nad tym, jak to jest, że we Wrocławiu, mieście silnie akademickim, w którym kształci się ponad 120 tys. studentów, działa armia pracowników naukowych, nie powstaje jeszcze więcej start-upów, innowacyjnych firm podbijających światowe rynki? Statystycznie rzecz biorąc, powinno być ich tak dużo, że zabrakło by dla nich miejsca w mieście! Zaczęliśmy szukać powodu. Chcieliśmy wiedzieć, dlaczego mimo zasobów i wsparcia, młodzi ludzie boją się podejmować biznesowe ryzyko? Dlaczego nie tworzą oni mających intelektualny potencjał zespołów? Problem okazał się głębszy niż jakość kształcenia wyższego. Zaczęliśmy szukać dalej – wszystko okazało się być związane z edukacją.

### **Dlaczego?**

Sposób funkcjonowania edukacji wyznacza to, jakimi jesteśmy ludźmi. Oczywiście nawet przy złym systemie pojawią się wyjątkowe jednostki. Ale czy na tym powinno to polegać? Czy nie lepiej by całe nasze społeczeństwo było kształcone z wizją, przygotowane na wyzwania przyszłości? Zdając sobie sprawę z wagi i złożoności tego tematu, chcemy jako WPT przestać się tylko przyglądać. W końcu jesteśmy miejscem, w którym bardzo często niekonwencjonalnie podchodzimy do różnych problemów i wyzwań. Możemy to robić dzięki naszemu różnorodnemu doświadczeniu.

### **Edukacją trzeba zająć się tu i teraz?**

Tak, trzeba ją zmienić, a nie stale zmieniać. Nie wyklucza to oczywiście stałego jej rozwoju. Jeżeli nie zajmiemy się tematem edukacji na poważnie i nie zrobimy realnych kroków do przodu, to w przyszłości miejsca takiej jak WPT, parki technologiczne czy naukowe, inkubatory przedsiębiorczości mogą być zbędne. Mówiąc wprost – walczyliśmy o przyszłość, o nasz rozwój. O to, żebyśmy wykonywali nie tylko odtwórcze prace, ale też kreowali innowacje. Jeśli nie zajmiemy się edukacją, to stracimy wiele okazji i możliwości w każdej dziedzinie naszego życia. Postanowiliśmy

powiedzieć głośno i wyraźnie, że edukacja jest najważniejszym filarem naszego społeczeństwa i przyszłości. Osobom, które uważają, że temat edukacji ich nie dotyczy, ponieważ ich dzieci są już dorosłe, albo nie mają w planach ich posiadania, przypomnę, że dzisiejsi dziesięciolatkowie już za kilkanaście lat mogą zostać lekarzami, którzy będą się nami opiekować, mechanikami, którzy będą naprawiać nasze samochody, architektami, którzy będą projektować otaczającą nas rzeczywistość, czy może politykami, którzy będą decydować o jakości naszego życia na emeryturze. Dlatego edukacja młodych ludzi jest ważna dla wszystkich!

### **Jaki jest więc pierwszy krok?**

Główne zadanie, jakie przed sobą w tej chwili stawiamy, to obudzenie w społeczeństwie świadomości tego, że bez dobrej edukacji nie będzie dobrej jakości życia w przyszłości. Mam wrażenie, że edukacja w Polsce została zostawiona sama sobie, że jest jakby osobnym działem gospodarczo-społecznym, który musi sobie jakoś sam radzić. Stała się problemem finansowym i organizacyjnym. Osoby, które się nią zajmują – nauczyciele, dyrektorzy szkół, samorządowcy, którzy walczą o swoje szkoły, zostali sami. Nie może być na to społecznej zgody. Jeśli potraktujemy edukację, jako najważniejszy, bazowy element rozwoju naszego społeczeństwa to zbudujemy społeczeństwo oparte o wysoką jakość życia. Edukacja nie może być samotna. Powinniśmy pomagać i budzić odwagę nauczycieli, dyrektorów i NGO-ów oraz wciągnąć w ten proces osoby i podmioty z innych obszarów życia społecznego. Wkładamy dziś dużo pracy w to, żeby tak się stało. Chcę też podkreślić, że jako WPT działamy pro bono – nie zamierzamy zakładać szkół, nie będziemy się zajmować procesem edukacyjnym. Uważamy, że zajęcie się edukacją to społeczna kwestia być albo nie być. W WPT zajmujemy się projektowaniem przyszłości. Podejmujemy więc rękawicę. Inicjatywa „Projektujemy przyszłość. Edukacja” to nasz sposób na pokazanie, że już czas przestać unikać tematu edukacji. Musi sobie to wziąć do serca każdy z nas. Działajmy i róbmy to wspólnie.

**Rozmawiała Katarzyna Wolniak, WPT**



# Wzięcie w swoje ręce odpowiedzialności za przyszłość opłaca się nam wszystkim

Rozmowa z dr Katarzyną Kulig-Moskwą, ekspertką w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi i społecznej odpowiedzialności biznesu

Jaką rolę CSR i ESG odgrywają i będą odgrywać w przyszłości dla biznesu? Czy to obszary, które dotyczą każdej firmy, czy może tylko dużych przedsiębiorstw. I jak łączy się z nimi edukacja?

Rozmawiamy o tym z dr Katarzyną Kulig-Moskwą, ekspertką w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi i społecznej odpowiedzialności biznesu.

## Czy biznesowi opłaca się brać odpowiedzialność za społeczeństwo i przyszłość?

**dr Katarzyna Kulig-Moskwa:** Oczywiście! Wzięcie w swoje ręce odpowiedzialności za przyszłość opłaca się nam wszystkim - jest to element, który nas łączy i powinien być motorem napędowym naszych działań. Biznesowi zdecydowanie się to opłaca i to

z wielu powodów. Jeśli spojrzymy na tzw. twarde przyczyny, takie jak aspekty finansowe czy zmieniające się regulacje prawne, widzimy, że firmy nie mają już innego wyboru. Przystosowanie się do regulacji, różnego typu wymogów Unii Europejskiej, jest koniecznością. Przykładowo zmiany klimatyczne wpływają na łańcuchy dostaw. Brak odpowiedniego podejścia do nich w przedsię-



biorstwie może skutkować stratami i hamować wzrost czy zmniejszać generowany zysk. Jeszcze niedawno tzw. odpowiedzialność biznesu była opcją, teraz jej brak jest rozpatrywany jako ryzyko. W różnych branżach może to wyglądać nieco inaczej, ale nie spełnienie obowiązkowych regulacji dotyczących szeroko rozumianego zrównoważonego rozwoju, wiąże się z konsekwencjami, takimi jak kary finansowe. Interesariusze środowiska biznesowego, szczególnie młodsze pokolenia klientów, coraz bardziej naciskają na firmy, by nie były obojętne i uwzględniały odpowiedzialność w każdym aspekcie działalności. Wyzwania współczesności sprawiają, że w strategii każdej firmy powinny być uwzględnione kwestie ESG i zrównoważony rozwój. Nie ma już innej drogi.

### **CSR, ESG, zrównoważony rozwój – czy w centrum uwagi wszystkich tych rodzajów działań stoi ta sama idea?**

Niezależnie od tego, którym terminem się posługujemy, powinniśmy mówić o wartościach, które on za sobą niesie. W swojej istocie mają one jeden cel i to od niego powinniśmy zaczynać. Rozgraniczenie różnego typu działań ma znaczenie, gdy rozmawiamy np. o standardach ESG. Niepokojące jest jednak ryzyko wpadnięcia w pułapkę greenwashingu. Możemy się nauczyć wszystkich pojęć związanych z CSR czy ESG, poznać wskaźniki i standardy, ale jeśli zgubimy sens tego wszystkiego, to całe nasze działanie straci na wartości. Wdrożenie wskaźników to jedno, ale zrozumienie ich głębszego sensu i celu to podstawa.

Kluczem, niezależnie od tego czy mówimy o CSR czy o ESG, jest zrozumienie zrównoważonego rozwoju. To filozofia i wartość, której musimy się trzymać. Rzeczywiście, istnieje różnica między tym, jak dawniej postrzegaliśmy społeczną odpowiedzialność, a tym co teraz mamy na myśli, gdy mówimy o ESG. Ale bez względu na perspektywę – biznesu czy ludzkości jako całości – musimy pamiętać o wartościach i rozumieć, dlaczego to robimy. Musimy przede wszystkim zrozumieć, dlaczego podejmujemy pewne działania. To powinna być ich główna siła napędowa.

### **Jak przedsiębiorcy powinni rozumieć różnicę pomiędzy CSR a ESG?**

CSR jest częściej postrzegany przez pryzmat aspektów społecznych. Jego zakres jest dość dowolny, w organizacjach często umiejscawiano go w działach PR lub marketingu. ESG wprowadza zupełnie nowe podejście i jest umiejscowiony w bardziej konkretnych obszarach działalności. Tutaj kluczową rolę odgrywają wskaźniki, finansowa istotność oraz wpływ i ryzyko. To już nie jest dowolna działalność – wszystko musi być zgodne z kierunkiem biznesowym, odnosić się do ryzyka i być mierzalne wskaźnikami. Ponadto, raportowanie w zakresie ESG staje się obowiązkowe. Aktualnie wdrażane są w życie nowe standardy, które weszły w życie 31 lipca (m.in. regulacje ESRS), która wprowadza obowiązek raportowania, wkrótce obowiązujący nawet dla małych i średnich przedsiębiorstw. Chociaż CSR nie był w pełni dowolny – patrząc na definicję społecznej odpowiedzialności biznesu, np. według ISO26000, gdzie odpowiedzialność jest szeroko zdefiniowana, nie tylko przez aspekty społeczne, ale także środowiskowe, operacyjne i dotyczące dostawców. W praktyce biznesowej CSR często sprowadzał się do pewnych dodatkowych inicjatyw i nie był tak głęboko osadzony w obszarze ryzyka, finansów czy wskaźników, jak to jest w przypadku ESG. To główna różnica między CSR a ESG.

### **Czy CSR traci na aktualności?**

Nie. Oczywiście, widać wyraźnie, że ESG zyskuje na znaczeniu i będzie dominować w dyskusjach. Jeśli jednak ktoś postrzega firmę pod kątem jej odpowiedzialności społecznej, dotyczy to aspektu „S” w ESG. Istotne jest, by postrzegać biznes jako podmiot odpowiedzialny za środowisko, prawa człowieka i inne elementy ekosystemu. ESG może się kojarzyć głównie z działaniami proekologicznymi. Wynika to z tego, że dotychczas w kontekście zrównoważonego rozwoju w biznesie i społecznej odpowiedzialności skupialiśmy się głównie na aspekcie środowiskowym, czyli „E”. Jednak jestem przekonana, że w najbliższych latach aspekt „S” nabierze większego znaczenia. W dobie postępu technologicz-

nego, w tym rozwoju sztucznej inteligencji, staniemy przed nowymi wyzwaniami. W kontekście zmian po pandemii, obserwując takie trendy jak przemiany w podejściu do pracy czy zachowania nowego pokolenia, aspekt „S” będzie zyskiwać na wartości.

### **Jak z CSR, ESG i zrównoważonym rozwojem wiąże się odpowiedzialność biznesu za wspieranie edukacji?**

Wsparcie dla edukacji mieści się w aspekcie „S” ESG. Chodzi tu jednak nie o edukację w zakresie kompetencji pracowników, ale o wsparcie na poziomie podstawowym. Myślę, że wraz z rozwojem ESG w firmach, będą w nich powstawać dedykowane struktury odpowiadające za ten obszar, co już się zaczyna dziać, ważnym elementem tych działań będzie kwestia wpływu i odpowiedzialności.

Uważam, że nie ma lepszego narzędzia wpływu niż edukacja. Wierzę mocno, że edukacja to fundament rozwoju. Mam nadzieję, że w miarę realizacji celów ESG przez firmy, będą one coraz bardziej angażować się w edukację na różnych poziomach, dostrzegając wpływ jaki mogą na nią wywrzeć. Dla mnie to oczywiste. Gdy struktury odpowiedzialne za ESG będą się rozwijać i integrować z biznesem, firmy lepiej zrozumieją swoją rolę również przez pryzmat wsparcia dla edukacji.

### **Czy skala odpowiedzialności społecznej, dbałości o zrównoważony rozwój jest różna dla firm o różnej skali działania? Czy na dużych firmach ciąży więcej odpowiedzialności niż na mikroprzedsiębiorstwach?**

Każdy biznes, niezależnie od jego skali, ma swoją odpowiedzialność i wpływ na środowisko. Nawet małe firmy nie mogą pozwalać sobie na negatywne oddziaływanie na lokalną społeczność czy środowisko. Rzucanie odpadów do rzek czy inne nieetyczne postępowanie jest niedopuszczalne. Każda firma musi zdefiniować dla siebie, co to znaczy „odpowiedzialność”. Również w aspektach społecznych i ekologicznych.

Odpowiedzialność dotyczy wszystkich, nie tylko dużych firm. Edukacja w tej dziedzinie jest kluczowa i powinniśmy zacząć postrzegać ją jako szansę, nie tylko obowiązek. Zrównoważony rozwój przynosi zmiany, które mogą być trudne, ale też dają nowe możliwości. Gospodarka obiegu zamkniętego to tylko jedno z wielu nowych podejść, które możemy przyjąć. Potrzebujemy nowego myślenia i edukacji.

Pamiętam reakcje małych przedsiębiorców na moje wykłady o społecznej odpowiedzialności biznesu. Było dużo sceptycyzmu. Wraz z upływem czasu rynek pracy się zmienił, a lojalność pracowników okazała się kluczem do sukcesu. Edukacja jest fundamentem nowego sposobu myślenia, ale także patrzenia na zmiany jako na szansę, nie tylko jako na obowiązki czy zagrożenia.

### **Jak, w kontekście zrównoważonego rozwoju, powinna wyglądać dziś edukacja?**

Kluczowe jest uwzględnienie edukacji na każdym etapie życia. Mając córkę w podstawówce i drugą po liceum, a także pracując ze studentami, dostrzegam różnorodność potrzeb edukacyjnych. Już w przedszkolu warto wprowadzać podstawowe elementy, takie jak segregacja śmieci. Na etapie podstawówki i dalszych etapów edukacji ważne jest, by wprowadzać programy zorientowane na zrównoważony rozwój. Choćby tworzenie przedmiotów o tej tematyce na studiach to tylko początek. W rzeczywistości, zrównoważony rozwój powinien być uwzględniany we wszystkich dziedzinach nauki. Przykładowo, moja córka w podstawówce brała udział w projekcie, gdzie uczniowie poznawali różne aspekty zrównoważonego rozwoju, jak moda związana z odzyskiem czy problematyka wysypisk na Atakmie. Żyjemy w świecie konsumpcyjnym, gdzie często zapominamy o tym, co dzieje się „za kulisami” naszych codziennych wyborów. Dlatego edukacja powinna dostarczać takiej wiedzy młodemu pokoleniu w sposób dostosowany do ich możliwości poznawczych. Warto jednak pamiętać, by nie przytłaczać młodzieży pesymistyczną narracją, lecz skupić się na tym, co mogą

zrobić na co dzień. W edukacji warto podkreślać ich zdolność do wprowadzania zmian, na przykład poprzez codzienne nawyki czy świadome wybory konsumenckie.

Jestem wielką zwolenniczką mentoringu i podejścia interdyscyplinarnego. Uważam, że wychodzenie poza tradycyjne schematy uczenia daje ogromne możliwości rozwoju. Sektor biznesowy, organizacje pozarządowe oraz edukacja tworzą doskonałą kombinację do tworzenia efektywnych programów, które mogą mieć wpływ na edukację i budowę lepszej przyszłości dla nas wszystkich.

### **Jak wygląda rozwój CSR i ESG we wrocławskim środowisku biznesowym?**

Niezwykle cenną inicjatywą w Wrocławiu jest działający od lat CSR WroClub. To miejsce, gdzie ludzie zajmujący się CSR, ESG i zrównoważonym rozwojem regularnie się spotykają, po to, by dzielić się wiedzą, inspirować się i rozwiązywać konkretne problemy. Liczba jego członków stale

rośnie. Poza tym na WSB Merito powstały studia podyplomowe, które zainspirowały się dyskusjami prowadzonymi w ramach tego klubu. Choć nazwa studiów się zmienia – najpierw były skupione na CSR, a teraz na zrównoważonym rozwoju i ESG – to widać, że jest wielu ludzi we Wrocławiu, dla których te tematy są ważne. Gdy się spotykamy, często mówimy o edukacji. Wiem, że firmy podejmują inicjatywy skierowane do szkół. Niestety, dostanie się do nich nie zawsze jest proste, ponieważ często są one postrzegane jako zbędne lub, co gorsza, polityczne, co jest zupełnie niezrozumiałe. Uważam, że wszyscy potrzebujemy większej świadomości dotyczącej zrównoważonego, społecznego rozwoju i tego, że wszyscy jesteśmy odpowiedzialni za przyszłość.

**Rozmawiała Marta Bodys, Insight**





**Część III**

# **Odpowiedzialni za przyszłość**





# Kampania #mniejplastiku – ekologiczne zaangażowanie Credit Agricole

**Ponad 100 kg plastiku zużywa rocznie każdy Europejczyk. Zużyte odpady lądują głównie na wysypiskach, zaśmiecają lasy, rzeki, morza i oceany. Można zmniejszyć tę ilość, jeśli damy plastikowi drugie, a nawet... trzecie życie. Bank Credit Agricole pokazuje, że działanie na tym polu może przynieść dobre efekty dla naszego wspólnego dobra.**

Świat tonie w plastikowych odpadach, a z roku na rok jest ich coraz więcej. Z raportu „The New Plastics Economy” przedstawionego w 2016 r. na Światowym Forum Ekonomicznym wynika, że co minutę do mórz i oceanów trafia blisko 20 ton plastikowych odpadów. Sama tylko Unia Europejska produkuje rocznie ponad 25 milionów ton odpadów z tworzyw sztucznych. Zaledwie 30 proc. z nich poddawanych jest recydingowi, reszta na zawsze pozostanie w środowisku w pierwotnej postaci. Dużo gorzej jest w krajach rozwijających się. Jeśli nie powstrzymamy tej fali, to w 2050 r. w morzach będzie pływać więcej plastiku niż ryb.

Świadomość tego ogromnego zagrożenia dla życia na Ziemi, jakie stanowi zużyty plastik, sprawiła, że Grupa Credit Agricole podjęła wyzwanie ograniczenia ilości wytwarzanych odpadów. W 2019 r. Grupa przyjęła globalną strategię, której jednym z filarów był Social Project, skupiony na ograniczaniu negatywnego wpływu na środowisko. Podobne założenia znalazły się w strategii biznesowej Credit Agricole Bank Polska.

- Jako firma prowadząca działalność na skalę globalną czujemy głęboką odpowiedzialność za stan środowiska, w którym wszyscy żyjemy i chcemy, żeby nasze dzieci i wnuki mogły cieszyć się czystą

planetą. Jako część jednej z największych instytucji finansowych na świecie mamy w tym obszarze sporo możliwości i chcemy je wykorzystać dla naszego wspólnego dobra – wyjaśnia Jędrzej Marciniak, wiceprezes Credit Agricole Bank Polska.

## PLASTIKOWA ODYSEJA

W 2019 r. Grupa Credit Agricole, a wraz z nią polska spółka, zaangażowały się w organizację międzynarodowego projektu „Plastic Odyssey”. W ramach tego przedsięwzięcia w rejs dookoła świata wyruszył specjalny statek-laboratorium, którego załoga uczy lokalne społeczności w Afryce, Ameryce i Azji, jak przetwarzać plastikowe odpady w przedmioty wielorazowego użytku. Celem projektu jest również wspieranie rozwoju start-upów specjalizujących się w recyklingu i upcyclingu.

Polskim nawiązaniem do inicjatywy „Plastic Odyssey” jest kampania edukacyjna #mniejplastiku, zainicjowana w styczniu 2020 r. przez Credit Agricole Bank Polska wspólnie ze spółką leasingową EFL oraz z ekologiem i podróżnikiem Dominikiem Dobrowolskim.

- Kampania skierowana jest do pracowników banku i naszych klientów. Chcemy wpływać na zmianę świadomości i postaw związanych z plastikiem, tak abyśmy wspólnie naszymi świadomymi decyzjami przyczyniali się do wytwarzania mniejszej ilości plastikowych śmieci – wyjaśnia Przemysław Przybylski, główny koordynator kampanii.

## MNIEJ PLASTIKU W GÓRACH I RZEKACH

Główną osią kampanii #mniejplastiku są akcje społeczne organizowane w różnych częściach Polski. Pod parasolem kampanii organizowane zostały trzy odyseje: Bałtycka, Górska i Wiślana, w ramach których wolontariusze sprząтали plaże, leśne i górskie szlaki oraz brzegi królowej polskich rzek. Dodatkowo, bank zorganizował także dwie edycje „Akcji Czysta Odra” oraz jedną edycję „Akcji Czysta Wisła”.

- Łącznie przez trzy lata pokonaliśmy 2 467 km: pieszo, rowerem, kajakiem, na rollkach. Posprzątaaliśmy plaże od Świnoujścia do Piasków na Mierzei Wiślanej, góry od Bieszczadów po Sudety i Wisłę od źródeł na Baraniej Górze do Mikoszewa oraz Odrę od granicy z Czechami po Zalew Szczeciński. Odbiliśmy 358 spotkań z mieszkańcami, samorządowcami i dziennikarzami. W naszych akcjach i spotkaniach wzięło udział ponad 30 tys. wolontariuszy. Razem zebraliśmy ponad 16,5 tys. worków śmieci (ok. 160 ton). I to nie jest nasze ostatnie słowo, bo kampania #mniejplastiku będzie trwała nadal – podsumowuje Przemysław Przybylski.

Wszystkim ekologicznym odysejom towarzyszyły intensywne działania edukacyjne. Bank zorganizował 15 lekcji w szkołach, kilkanaście pogadań dla turystów i lokalnych mieszkańców oraz cztery webinary. Ponadto bank objął patronatem program edukacyjny „Stop plastik” zorganizowany przez Fundację Ekorozwoju, a także program



„Mniej znaczy więcej” zainicjowany przez Polskie Stowarzyszenie Zero Waste. Do programu zaangażowało się ponad 6 tys. uczniów ze 130 szkół w całej Polsce.

Dodatkowo w ponad 50 miastach w całej Polsce można było obejrzeć plenerową wystawę „Plastikowa Odyseja” z artystycznymi zdjęciami śmieci zebranych na bałtyckich plażach i radami jak zmniejszać zużycie plastiku w codziennym życiu. Uzupełnieniem działań realizowanych w terenie jest portal informacyjny [mniejplastiku.pl](http://mniejplastiku.pl) oraz edukacyjny podcast #mniejplastiku, którego gośćmi są eksperci i aktywiści ekologiczni, a także wolontariusze i uczestnicy akcji organizowanych przez bank.

## LEŚNA MUZYKA I WINYLE Z ODPADÓW

Najbardziej efektownym i efektywnym elementem kampanii #mniejplastiku jest współpraca banku z Dawidem Podsiadło – najpopularniejszym polskim wykonawcą muzyki pop. Na przełomie lat 2020/21 Credit Agricole był partnerem trasy koncertowej Dawida Podsiadło pod tytułem „Leśna Muzyka”. Trasa obejmowała 57 koncertów w 16 miastach. Oprócz dostarczania muzycznych wrażeń, miała też zwrócić uwagę na problem szkodliwości jednorazowego plastiku. Elementy scenografii koncertów powstały z plastikowych

odpadów zebranych w górach Beskidu Żywieckiego i na plażach w okolicach Trójmiasta. Dodatkowo w hallu każdej sali koncertowej prezentowana była edukacyjna instalacja, przypominająca o problemie zaśmiecania środowiska i podpowiadająca sposoby na jego rozwiązanie.

Po zakończeniu trasy, dzięki wspólnej inicjatywie Dawida Podsiadło i Credit Agricole, plastikowe elementy scenografii koncertowej dostały „trzecie życie” i zostały przetworzone na... płyty gramofonowe. Na każdej z płyt umieszczona została inna piosenka Dawida Podsiadło, w wyjątkowej koncertowej wersji z trasy „Leśna Muzyka”. Płyty wystawione na aukcji licytowali fani Dawida z Polski i zagranicy. Sprzedaż przyniosła blisko 100 tys. zł, które przekazane zostały dla Polskiego Stowarzyszenia Zero Waste na rzecz promocji bezodpadowego stylu życia. - Dzięki popularności licytacji, zwróciliśmy uwagę dużej grupy odbiorców na nadmiar plastiku w środowisku i konieczność jego ponownego wykorzystywania. I na tym właśnie polega przesłanie kampanii #mniejplastiku: każdy z nas może codziennie robić w swoim domu coś dobrego dla środowiska. Wystarczy tylko tego chcieć – wyjaśnia Przemysław Przybylski.

- Jako firma prowadząca działalność na skalę globalną czujemy głęboką odpowiedzialność za stan
- środowiska, w którym wszyscy żyjemy i chcemy, żeby nasze dzieci i wnuki mogły cieszyć się czystą
- planetą. Jako część jednej z największych instytucji finansowych na świecie mamy w tym obszarze sporo możliwości i chcemy je wykorzystać dla naszego wspólnego dobra.

**Jędrzej Marciniak,  
wiceprezes zarządu  
Credit Agricole Bank Polska**







# IT Girls rEvolution Academy pomaga młodym kobietom wejść w świat IT - na przykładzie Capgemini Polska

**IT Girls rEvolution Academy (w skrócie ITGrA) to projekt edukacyjny skierowany do uczennic szkół średnich. Jest bezpośrednią odpowiedzią na nierówności, jakie obserwujemy na kierunkach informatycznych uczelni wyższych - niespełna 20% osób studiujących na kierunkach informatycznych stanowią kobiety<sup>1</sup>.**

- Chcemy odczarować wciąż żywe mity o pracy w IT i pokazać naszym uczestniczkom, że ta branża jest dla wszystkich, bez względu na płeć – mówi liderka projektu Magda Rucińska, Senior Project Manager w Capgemini Polska.

ITGrA, powstała w 2019 z inicjatywy sieci pracowniczej Women@Capgemini, uzyskując dofinansowanie na działania społeczne w ramach programu grantowego Capgemini Polska „Inwestujemy w dobre pomysły”. Właśnie ruszyła piąta edycja tego wydarzenia, realizowana w tym roku jako jeden z flagowych projektów CSR w naszej firmie.

- Kiedy związałam się z Community Women@Capgemini, której jednym z zadań jest wyrównywanie szans rozwoju kobiet i mężczyzn, zauważyłam, że mniejsza liczba kobiet wybierających techniczną ścieżkę rozwoju przekłada się bezpośrednio na dysproporcje w zatrudnieniu. Postanowiłam stworzyć projekt, w którym wolontariuszki i wolontariusze z Capgemini Polska podzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem oraz zachęcą dziewczyny do wejścia w branżę IT – wyjaśnia Magda Rucińska.

## **WSPIERAMY ODDOLNE INICJATYWY CAPGEMINERSÓW**

Od 2012 wspieramy i rozwijamy wolontariat pracowniczy, finansując projekty pracownicze.

- Za pośrednictwem grantów mamy realny wpływ na lokalne społeczności, a liderzy i liderki rozwijają w sobie wiele kompetencji – tak o korzyściach wolontariatu mówi Ewa Krupka, Junior CSR Manager w Capgemini Polska. W trakcie 12 lat istnienia programu przeprowadzono ponad 140 projektów, przeciwdziałających wykluczeniu cyfrowemu, promujących działania na rzecz integracji i różnorodności oraz chroniących środowisko naturalne. Ich założenia wpisują się w strategię firmy oraz cele zrównoważonego rozwoju ONZ.

## **DOBRO PĄCZKUJE, ALE TRZEBA UMIEJĘTNIE JE PROWADZIĆ**

ITGrA wystartowała jako inicjatywa lokalna. W 2020 przekonaliśmy się, że mimo pandemii jesteśmy w stanie kontynuować nasze działania, a nawet zwiększyć ich zasięg terytorialny. Dzięki sesjom zdalnym mogliśmy zaprosić do udziału szkoły zarówno ze Śląska, jak i z Małopolski. W 2021 dołączyły do nas kolejne województwa: wielkopolskie i dolnośląskie. Rok później ponownie rozszerzyliśmy zasięg o województwa lubelskie i opolskie - i tym sposobem zbudowaliśmy projekt ogólnopolski.

Na Dolnym Śląsku ITGrA działa od 3 lat. W 2021 zaprosiliśmy do udziału 16 osób z III LO im. Adama Mickiewicza we Wrocławiu; w 2022 - 8 osób z tej samej szkoły oraz 8 osób z II LO w Lubinie. W tegorocznej edycji skupiliśmy się na małych miejscowościach – będziemy działać we współpracy z Powiatowym Zespołem Szkół nr 3 w Sobótce oraz Noworudzką Szkołą Techniczną.

Mimo zaangażowania wielu osób, zarządzanie tak dużym zespołem i różnorodnymi zadaniami nie jest łatwe.

- Były momenty trudne, często pracowaliśmy nad projektem do nocy – przyznaje Magda Rucińska i dodaje, że to co udało się osiągnąć

przeszło jej najśmielsze oczekiwania - Składając wnioski, wyobrażałam sobie finał projektu zorganizowany na dużej, pięknej auli z udziałem wielu zaproszonych osób. Te marzenia się ziściły i myślę, że to był jeden z największych zawodowych sukcesów – podsumowuje Magda Rucińska.

## **CO OFERUJEMY UCZESTNICZKOM?**

ITGrA jako projekt edukacyjny przekazuje wiedzę z różnych obszarów IT, m.in. sztucznej inteligencji, Microsoft Low Code Platforms, UX Design, zarządzania projektem, testowania i infrastruktury w IT. W 2022 dostarczyliśmy w sumie ponad 180 godzin szkoleniowych w trybie hybrydowym. Dla naszych 102 uczestniczek zorganizowaliśmy jeden dzień warsztatów w biurach Capgemini w Katowicach, Krakowie, Lublinie, Wrocławiu i w Poznaniu.

- Pokazanie dziewczynom świata IT od środka odczarowuje mit programisty pracującego w ciemnym garażu, mającego za towarzystwo jedynie cztery monitory. A tymczasem nasze biura są kolorowe, znajdują się w nich strefy do pracy grupowej, indywidualnej, odpoczynku. Mamy nowoczesne rozwiązania techniczne, które podnoszą komfort pracy. Wizyta w biurze to też spotkanie wolontariuszy i wolontariuszek „twarzą w twarz” z uczestniczkami projektu. Budujemy wtedy relacje na linii mentorzy-uczestnicy – mówi Magda Rucińska.

W tym roku przy realizacji projektu już po raz drugi wspiera nas Microsoft Polska. Dzięki bezpłatnej licencji do środowiska Microsoft Sharepoint, organizacja projektu przebiega w wyodrębnionym środowisku, co pozwala nam na dużo większą swobodę w działaniu i dzieleniu się wiedzą.

Czterodniowa Akademia to pierwszy etap projektu. Potem uczestniczki przygotowują się do finałowego konkursu IT Diamonds. W 8-osobowych zespołach mają stworzyć zadane funkcjonalności we wcześniej przygotowanej aplikacji. Jurorzy i jurorki oceniają aspekty techniczne i umiejętności prezentacyjne, a trzy zwycięskie zespoły otrzymują tytuł laureata oraz atrakcyjne nagrody rzeczowe.

## W PROJEKCIE ZYSKUJĄ WSZYSCY

Kiedy zaczęliśmy projekt w 2019, zaangażowanych było około 10 osób; dzisiaj lista wolontariuszy i wolontariuszek jest dziesięciokrotnie dłuższa. O powody, dla których ponad 100 osób decyduje się wesprzeć inicjatywę, zapytaliśmy w ankiecie. Najczęściej wskazywano na chęć działania na rzecz rozwoju kobiet w branży IT. Inną motywacją jest pasja do dzielenia się wiedzą, chęć sprawdzenia się w roli trenerskiej, a także rozszerzenia sieci kontaktów i podnoszenia własnych kompetencji. ITGrA jest odpowiedzią na wszystkie te potrzeby.

- Dzięki naszemu zaangażowaniu pomagamy nie tylko innym, ale i nam samym – Magda Rucińska z przekonaniem podkreśla walory zaangażowania pracowniczego - W ten sposób realizujemy działania zgodne z naszymi osobistymi przekonaniami, a jeśli są one spójne z wartościami firmy, jesteśmy w sytuacji, gdy wygrywają wszyscy.

- Biuro Capgemini we Wrocławiu działa od 2004, skąd wspieramy międzynarodowych klientów z różnych branż od motoryzacyjnej, logistycznej, przez chemiczną, rozrywkową, sektory publiczne, aż do finansowej. Tu tworzymy, projektujemy, testujemy i rozwijamy oprogramowania, aplikacje, systemy oraz narzędzia.

Działania z zakresu CSR opieramy na trzech strategicznych filarach: włączeniu cyfrowemu, wspieraniu różnorodności oraz działaniu na rzecz środowiska. Capgeminersi chętnie angażują się w rozmaite działania prospołeczne – dobrym przykładem są projekty realizowane od 12 lat w ramach Programu Grantowego „Inwestujemy w dobre pomysły”. Liderzy i liderki prowadzą projekty społeczne dzięki dofinansowaniu z firmy. Niektóre z nich, jak np. ITGrA, wchodzą na stałe w portfolio programów CSR naszej firmy.

**Ewa Krupka,  
Junior CSR Manager,  
Capgemini Polska**







# Odpowiedzialność społeczna to odpowiedzialność za przyszłość

Działalność społeczna, w tym dzielenie się wiedzą, jest wpisane w DNA Banku BNP Paribas i Fundacji BNP Paribas. W ramach realizacji działań związanych z odpowiedzialnością społeczną, bank i fundacja tworzą autorskie programy i wspierają projekty, których celem jest wyrównywanie nierówności w dostępie do wysokiej jakości edukacji, wspieranie młodych w rozwoju potencjału, ale także w uzupełnianiu wiedzy o ważne współcześnie tematy.

## MISJA EDUKACJA

Projekt Misja Edukacja jest realizowany w Banku BNP Paribas od 2020 r. Stanowi parasol dla działań i inicjatyw partnerskich z zakresu edukacji, a jego celem jest podnoszenie wiedzy społeczeństwa z dziedziny finansów, ekologii, bezpieczeństwa, przedsiębiorczości czy psychologii. W ramach projektu zorganizowano m.in. webinarium z zakresu cyberbezpieczeństwa i zakupów w sieci, wzmacniające kompetencje cyfrowe wśród seniorów oraz bezpłatne warsztaty z diagnozy talentów i mocnych stron skierowane do

najmłodszych. W ramach akcji pracownicy Banku BNP Paribas prowadzą również lekcje edukacji finansowej dla dzieci, młodzieży i seniorów. Dotychczasowa liczba uczestników lekcji to aż 12 579! Materiały do lekcji zawierają prezentacje multimedialne, scenariusze lekcji i karty pracy. Przygotowane są również w języku ukraińskim.

## CEL: DOBRA JAKOŚĆ EDUKACJI

Misja Kieszonkowe to kolejny projekt Banku BNP Paribas z zakresu edukacji finansowej. Projekt kontrybuuje do celów ONZ kluczowych z perspektywy strategii ESG Banku. Misja Kieszon-



kowe to autorska i pierwsza w Polsce kampania edukacji finansowej przedstawiająca kieszonkowe jako praktyczne narzędzie wprowadzania dzieci w świat samodzielnych finansów. Powstała w ramach niej strona [www.misjakieszonkowe.pl](http://www.misjakieszonkowe.pl). W ramach Misji powołano Kapitułę Ekspertów, złożoną z interdyscyplinarnych ekspertów/praktyków, którzy tematykę kieszonkowego pokazują z wielu perspektyw - pedagogiki, edukacji społecznej, etyki czy psychologii (m.in. dziennikarza finansowego Macieja Samcika czy prezeskę Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę, Monikę Sajkowską). Dodatkowo prowadzony jest program edukacyjny w szkołach w klasach I-III i IV-VI, wyróżniający się na tle podobnych projektów holistycznym podejściem do finansów z naciskiem na praktykę i uczenie otwartego, wrażliwego rozmawiania o pieniądzu.

Edukacją finansową Misja Kieszonkowe objęła 51 500 uczennic i uczniów szkół podstawowych w całej Polsce. W projekt zaangażowało się 1 724 nauczycielek i nauczycieli. Efekty kampanii potwierdziło badanie ankietowe, prowadzone przed i po programie, które potwierdziło, że zaproponowana edukacja finansowa była skuteczna. Dzieci udzieliły średnio o 43% więcej prawidłowych odpowiedzi po lekcjach. W przypadku najtrudniejszych pytań po lekcjach uczennice i uczniowie udzielali nawet o 70% więcej prawidłowych odpowiedzi.

## **INICJATYWY WSPIERAJĄCE ROLE KOBIEC W SPOŁECZEŃSTWIE**

Bank realizuje również projekt „Gdzie są nasze Patronki?” kierowany do szkół (a w ostatniej edycji również do przedszkoli), które nie mają nadanego jeszcze żadnego patrona, promując tym samym nadawanie szkołom imion wybitnych kobiet. Łącznie w dwóch edycjach wzięło udział i nadało imiona patronek 30 szkół. Wśród patronek znalazły się m.in. Wanda Rutkiewicz, Agnieszka Holland, Maria Montessori czy Irena Sendlerowa. Innym projektem wspierającym była kampania „Dlaczego nie ma kobiet na banknotach?”, która miała na celu zwrócenie uwagi na rosnącą rolę kobiet w społeczeństwie.

## **PRACOWNICY BANKU EDUKUJĄ**

Bankowcy dla Edukacji Finansowej Dzieci i Młodzieży BAKCYL to program koordynowany przez Warszawski Instytut Bankowości, a realizowany przez koalicję 150 banków, które choć na co dzień ze sobą konkurują, w BAKCYL-u łączą swoje siły, aby przybliżyć uczniom i uczennicom praktyczną wiedzę finansową. Bank BNP Paribas uczestniczy w programie od jego powstania w 2013 roku. Pracownicy z sektora bankowego wcielają się w rolę nauczycieli-wolontariuszy, którzy przygotowują młodych ludzi do zarządzania swoimi pieniędzmi teraz i w przyszłości. Zadaniem wolontariusza jest przeprowadzenie min. 4 lekcji edukacji finansowej w ciągu roku. W szkołach podstawowych wolontariusze prowadzili lekcję m.in. o tematyce - „Twoje pieniądze” i „Od oszczędzania do inwestowania, a w szkołach ponadpodstawowych - „Rynek finansowy – zaufanie w biznesie”, „Moje finanse – myślę przedsiębiorczo”, „Mądre inwestowanie”.

W sumie od początku programu odbyło się 1 600 lekcji dla blisko 35 000 uczestników.

## **EDUKACJA NIE TYLKO DLA DZIECI I MŁODZIEŻY**

Bank wspierając działania z zakresu edukacji nie zapomina również o seniorach. We współpracy z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej przygotował „Przewodnik po bankowości internetowej GOonline dla początkujących”. Materiał powstał na bazie badań fokusowych przeprowadzonych na grupie respondentów z grupy wiekowej 55+. Dzięki wielopoziomowej współpracy z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej przeprowadzono także cykl webinarów na specjalnej platformie [www.abcsenior.com](http://www.abcsenior.com). Wśród omawianych tematów były m.in. te związane z pierwszym logowaniem do bankowości internetowej, bezpieczeństwa w sieci oraz omawiające różne formy oszczędzania.

## **PROJEKTY FUNDACJI BNP PARIBAS**

Misją Fundacji BNP Paribas jest zmienianie świata na taki, w którym jest mniej nierówności i w którym możemy być spokojni o przyszłość

naszej planety. Mówiąc o projektach wspierających edukację nie można nie wspomnieć programu „Klasa”, czyli autorskim programie stypendialno-rozwojowego Fundacji BNP Paribas dla aspirujących absolwentek i absolwentów szkół podstawowych, którzy chcą kontynuować naukę w dobrych liceach w większych miastach, a dla których byłoby to niemożliwe bez wsparcia finansowego. Program istnieje od 2003 roku. W tym czasie ze wsparcia skorzystało blisko 900 stypendystek i stypendystów z ponad 525 miejscowości w Polsce, a Bank BNP Paribas przekazał na jego funkcjonowanie ponad 28 milionów złotych. Osoby uczestniczące w programie uczą się w liceach partnerskich w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Gdyni, Szczecinie i Białymstoku. Oprócz wsparcia finansowego w trakcie nauki w liceum i na I roku studiów, mogą liczyć na pomoc fundacji w rozwijaniu swoich pasji i zaangażowania społecznego. Nad uczestnikami czuwa kadra pedagogów, która pomaga młodzieży m.in. w odnalezieniu się w nowym środowisku. W 2023 roku program „Klasa” przeszedł przegląd strategiczny, z którego wnioski zostaną uwzględnione w kolejnych, planowanych działaniach edukacyjnych Fundacji BNP Paribas.

Fundacja BNP Paribas angażuje się również we wsparcie edukacji dzieci i młodzieży z doświadczeniem uchodźczym i migracyjnym. „Wiedza do potęgi!” to program tutorsko-stypendialny Fundacji Ocalenie, prowadzony w partnerstwie strategicznym z Fundacją BNP Paribas, który już od 5 lat wspiera młode osoby z doświadczeniem uchodźczym i migracyjnym w zdobywaniu wiedzy i umiejętności oraz pomaga funkcjonować w realiach polskiej szkoły. Uczestnikami programu są młode osoby w wieku 9-19 lat, uczące się w Warszawie, które ze względu na swoje doświadczenie i barierę językową mają trudności w nauce, co może również wpływać na obniżenie ich samooceny. W roku szkolnym 2023/24 wsparciem tutorskim zostało objętych aż 100 osób.

Fundacja BNP Paribas w 2023 roku została również partnerem strategicznym projektu „Dom Spokojnej Młodości”. Projekt zainicjowany przez Fundację OFF school ma za zadanie wspierać

uczniów w uzupełnieniu wiedzy o nieobecne w programach szkolnych, a ważne dla młodych ludzi zagadnienia. Ta inicjatywa opiera się na platformie edukacyjnej ze scenariuszami lekcji, które zostały przygotowane przez organizacje i osoby eksperckie w odpowiedzi na potrzeby zgłaszane przez młodzież. Uczennice i uczniowie mogą bezpłatnie pobierać materiały edukacyjne na stronie projektu, a następnie sami - jako agentki i agenci zmian - przeprowadzać zajęcia np. na godzinie wychowawczej lub podczas innych zajęć. Na platformie znajduje się też zakładka dla pedagogów i rodziców, którzy chcieliby wspierać młodzież w realizacji lekcji.

## **BANK ZIELONYCH ZMIAN**

W kwietniu 2019 r. Bank BNP Paribas zainaugurował program Bank Zielonych Zmian, którego ważną częścią jest kampania edukacyjna skierowana do pracowników i ich najbliższych. W każdej edycji, pracownicy banku otrzymują dawkę ekologicznej wiedzy – wskazówki i gotowe rozwiązania pomagające żyć w zgodzie z naszą planetą, poznają przyczyny i skutki zmiany klimatu oraz sposoby, by im przeciwdziałać. Poziom wiedzy pracownicy mogą regularnie sprawdzać w ramach quizów tematycznych. Na ekoekspertów czekają przyjazne środowisku gadżety pomagające wprowadzać w życie zasady zero waste. Bank zachęca również pracowników do podejmowania ekowyzwań i dzielenia się swoimi pomysłami i osiągnięciami. Tym samym utrwała ekopostawy wśród pracowników. W ramach kampanii powstała także specjalna strona w wewnętrznym intranecie – skarbnica wiedzy o ekologii dla pracowników BNP Paribas Bank Polska S.A. Znajdują się tam praktyczne poradniki, informacje o segregacji odpadów, kolorowanki o tematyce ekologicznej dla najmłodszych oraz – dzięki współpracy z organizatorami BNP Paribas Green Film Festival – baza filmów opowiadających o wpływie działalności człowieka na środowisko, zmianach klimatu i sposobach im przeciwdziałania. W ramach programu odbywają się spotkania inspiracyjne i warsztaty oraz webinary. Wiedzą z pracownikami banku dzielili się uznani eksperci, m.in. Franck Courchamp

– twórca filmu dokumentalnego „Oddzielny gatunek” oraz Marcin Popkiewicz – fizyk jądrowy, klimatolog, autor książki „Nauka o klimacie” oraz eksperci UNEP/GRID-Warszawa.

## **SUSTAINABILITY COMMUNITY**

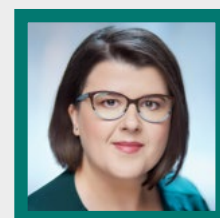
Skupiając się w swojej działalności na kwestiach ESG oraz chcąc efektywniej realizować misję zrównoważonego rozwoju, w 2020 r. Bank BNP Paribas decyzją Zarządu powołał Radę ds. Zrównoważonego Rozwoju. Decyzją Rady ds. Zrównoważonego Rozwoju (Sustainability Council) oraz Zarządu, spośród pracowników banku wyłoniono ponad 150 osób, które sprawują funkcję Sustainability Officerów w organizacji i tym samym są częścią społeczności, której rolą jest kształtowanie i wdrażanie działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. W maju 2022 r. Członkowie Susta-

inability Community wzięli udział w pierwszej edycji 6-miesięcznego programu szkoleniowego „Akademia ESG Banku BNP Paribas”, trwa właśnie jego druga edycja. Program składa się z pięciu modułów, skupionych wokół kluczowych aspektów zrównoważonego rozwoju. Zostanie zakończony testem, pozwalającym na zdobycie certyfikatu. Celem programu jest wyposażenie Sustainability Community w wiedzę i kompetencje oraz narzędzia do realizowania kluczowych zobowiązań banku z zakresu zrównoważonego rozwoju, zawartych w strategii GOBeyond na lata 2022-2025, integrującej cele biznesowe z działaniami ESG.

■ Nie ma lepszego sposobu na długoterminowe zadbanie o swoje otoczenie, w tym otoczenie biznesowe, niż inwestycje w przyszłość poprzez edukację. Dzięki dostępnej i rosnącej wiedzy oraz doświadczeniu całe społeczeństwo będzie w stanie lepiej stawiać czoła wyzwaniom przyszłości. Fundacja BNP Paribas, jak i Bank BNP Paribas, od lat aktywnie angażują się w edukację i wspieranie rozwoju młodych ludzi. Dzięki takim programom jak „Klasa” czy „Wiedza do potęgi” możemy mieć realny wpływ na wyrównywanie nierówności społecznych, a także dawać dostęp do wiedzy i ekspertów, tam gdzie tego najbardziej brakuje.

Wierzimy, że włączając w nasze działania wszystkich, bez wyjątku, mamy ogromny potencjał do zmieniania świata na lepszy.

**Joanna Gajda-Wróblewska**  
prezeska Zarządu Fundacji BNP Paribas  
oraz dyrektorka Biura Zaangażowania Społecznego Banku BNP Paribas



**BNP PARIBAS**



**FUNDACJA  
BNP PARIBAS**



# Odpowiedzialność za przyszłość, to też odpowiedzialne projektowanie produktów, usług i technologii

Firma Viessmann od początku swojego funkcjonowania w Polsce, działa na rzecz przyszłych pokoleń angażując się w projekty, które mają na celu poprawę stanu środowiska naturalnego oraz efektywność energetyczną w naszych domach. Viessmann aktywnie edukuje i poszerza świadomość w najróżniejszych aspektach związanych z OZE, ochroną środowiska oraz zdrowym stylem życia.

## DLA KLIMATU

Klimat to temat, który napędza działalność firmy Viessmann od pokoleń. Dbą ona o niego m.in. poprzez tworzenie produktów pozwalających każdemu reagować na zmiany klimatyczne. Skupia się też na konkretnych rozwiązaniach dla osiągnięcia ochrony klimatu oraz zrównoważonego rozwoju poprzez dekarbonizację, wykorzystanie energii odnawialnej i większą efektywność energetyczną.

## ZMIANA ZACZYNA SIĘ W DOMU KAŻDEGO Z NAS

Viessmann każdego z nas zachęca do zarządzania zużyciem energii. Rozwiązaniem jakie oferuje firma jest Viessmann Energy Management - systemu zarządzania energią w domach jednorodzinnych, który autonomicznie monitoruje, kontroluje i optymalizuje przepływy energii elektrycznej, tak aby zminimalizować koszty, jednocześnie uwzględniając oczekiwania użytkownika dotyczące komfortu termicznego, ekologii czy wygody użytkowania samochodu elektrycznego.

Viessmann Energy Management daje wgląd w przepływy energii w domu w czasie rzeczywistym w aplikacji ViCare dostępnej na smartfonie lub tablecie. Jego użytkownicy mogą następnie monitorować zużycie energii, a Viessmann Energy Management efektywnie steruje komponentami w celu zapewnienia optymalnego działania.

## KLIMAT DLA PRZYSZŁOŚCI

Podejście firmy Viessmann do zrównoważonego rozwoju przejawia się w jednym z głównych celów jej działalności, jakim jest współtworzenie przestrzeni życiowej dla przyszłych pokoleń. Jako firma rodzinna z ponad 106-letnią historią, Viessmann pokazuje, jak wprowadzać innowacje, ewoluować i dostosowywać się do zmieniającej się rzeczywistości klimatycznej.

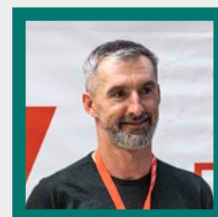
W swojej działalności globalnej i lokalnej (w Centrum R&D we Wrocławiu) firma podąża za nowymi technologiami i wspiera te już istniejące. Tworzy technologie i usługi pozwalające na realizację założeń zrównoważonego rozwoju w skali mikro, w jednorodzinnych domach, jak i makro, w większych obiektach.

Firma bierze odpowiedzialność za przyszłość kompleksowo. Efektem tego są nie tylko produkty pozwalające na dbałość o klimat, ale też działania wspierające edukację ekologiczną i promocję ochrony środowiska.

Działaniem wpisującym się w realizację strategii inteligentnego zarządzania energią w domu był organizowany przez Viessmann R&D Centrum hackathon GO Green - Energy Efficiency Solutions, którego celem było wypracowanie innowacyjnych rozwiązań w zakresie oprogramowania służącego lepszemu zarządzaniu i wykorzystaniu energii odnawialnej w gospodarstwach domowych. Uczestnicy tego kreatywnego wyzwania zmierzali się m.in z tematem zarządzania energią za pomocą nowych aplikacji, jakie opracowywali podczas tego wydarzenia. Takie spotkanie daje szansę stworzenia i rozwoju własnego, cyfrowego konceptu ekologicznych zmian z wyraźnym naciskiem na efektywność energetyczną oraz możliwość współpracy z Viessmann R&D Center - poznania firmy, jej wartości oraz możliwości jakie daje.

- W Centrum R&D Viessmann we Wrocławiu pracujemy nad oprogramowaniem i elektroniką urządzeń tworzących klimat domów ludzi na całym świecie. Cieszymy się, że możemy tworzyć produkty,
- które są obecne w naszym codziennym życiu i realnie wspierają optymalizację zużycia energii. Łączymy nasze dążenie do tworzenia lepszej przyszłości dla naszej planety. W naszym Centrum R&D pracujemy nad kreowaniem przestrzeni życiowej dla przyszłych pokoleń (Living Space for Generations to Come), skupiamy się na ekologii i zrównoważonym rozwoju. To nie jest tylko pusty slogan, ale coś, co jest dla nas naprawdę ważne od początku. Zawsze zwracaliśmy uwagę na to, ile CO<sub>2</sub> nasze produkty emitują do atmosfery, jak są energooszczędne i ekologiczne.

**Tomasz Wroński,**  
**Head of Research&Development Center**  
**w Viessmann**







# Chodźmy razem do szkoły! Jak partnerzy biznesowi pomogli podarować 346 uśmiechów

**Edukacyjna fundacja Ogólnopolski Operator Oświaty stworzyła we Wrocławiu i Gdańsku wyjątkowe szkoły dla dzieci, uciekających przed wojną z Ukrainy. Szkoły, które... poszły do uczniów. Dzięki wsparciu i zaangażowaniu partnerów biznesowych, projekt okazał się sukcesem. Choć początkowo zderzył się z poważnymi przeciwnościami.**

Klasy przygotowawcze powstały w polskim systemie oświaty w roku szkolnym 2022/2023. Ich celem było, żeby ukraińskie dzieci, które uciekły przed wojną do Polski, miały możliwość kontynuacji nauki, kontaktów i integracji z rówieśnikami, mogły szybko nauczyć się języka, żeby wyrównać im szanse edukacyjne przed dołączeniem do polskiego systemu oświaty.

Fundacja edukacyjna Ogólnopolski Operator Oświaty, największa w Polsce niezależna organizacja prowadząca publiczne przedszkola i szkoły, wsparcie dla ukraińskich dzieci organizowała w swoich placówkach już od pierwszych tygodni

konfliktu w Ukrainie w 2022 roku. Kiedy pojawiła się możliwość uruchomienia wsparcia, w postaci klas przygotowawczych, fundacja OOO natychmiast z niej skorzystała.

Fundacja postanowiła zapewnić dobre warunki do nauki, integracji i rozwojowej zabawy dla 280 dzieci. Na mocy porozumienia z władzami Wrocławia i Gdańska we wrześniu 2022 roku ruszyły klasy przygotowawcze:

- **przy ul. Ofiar Oświęcimskich we Wrocławiu** w Domu Ukraińskim, prowadzonym przez Fundację Zobacz Mnie,

- **przy ul. Śrubowej we Wrocławiu**

w biurowcu udostępnionym przez firmę NOKIA,

- **przy ul. Suchej w Gdańsku**

w nowej siedzibie Szkoły Podstawowej Hevelius.

Zajęcia prowadzili nauczyciele szkoły Leonardo z Wrocławia i Hevelius z Gdańska, wspierani przez nauczycielki z Ukrainy. Dzieci przez cały rok szkolny mocno pracowały na lekcjach polskiego oraz pozostałych przedmiotów szkolnych. Zostały też objęte profesjonalną opieką psychologiczną i pedagogiczną. Tak, żeby po roku pójść już do klasycznych szkół, razem ze swoimi koleżankami i kolegami z Polski.

Młodzi poeci, sportowcy, utalentowani plastycy. W klasach przygotowawczych uczyły się dzieci, które marzą o rozwijaniu pasji, talentów i zainteresowań, którym wspólnie mogliśmy podarować możliwość spełnienia tych marzeń.

## **ZAPOTRZEBOWANIE SZKÓŁ, KTÓRE POSZŁY DO UCZNIĄ**

Klasy przygotowawcze, prowadzone przez fundację OOO były wyjątkowe pod wieloma względami. Jednym z nich był fakt, że tym razem to szkoła poszła do ucznia. We Wrocławiu, na potrzeby prowadzenia zajęć, zaadaptowane zostały przestrzenie zlokalizowane możliwie jak najbliżej miejsc, w których mieszkali dzieci z rodzicami. Szybko okazało się to wyzwaniem: trzeba było nowe przestrzenie doposażyć i zaadaptować na potrzeby nauki.

Tak narodził się fundraisingowy program Chodźmy Razem Do Szkoły. Ruszył w lipcu 2022 roku, a jego celem było przede wszystkim doposażenie powstających klas i udostępnionych przestrzeni przez pozyskanie środków lub wsparcia rzeczowego:

- pomocy dydaktycznych do prowadzenia zajęć,
- artykułów biurowych,
- wyposażenia pracowni informatycznych,
- dodatkowych mebli do klas i świetlic,
- wyposażenia świetlic,
- wyprawek plastycznych.

Do realizacji początkowo zaangażowane zostały narzędzia i mechanizmy wspierające fundraising indywidualny. Uruchomienie celowej zbiórki na Zrzutce, skarbonki na Facebooku, dedykowany cel w zakupowej aplikacji dobroczynnej FaniMani.pl, charytatywne aukcje na Allegro, landing page z przyciskami do darowizn czy punkty przyjmowania darów rzeczowych – możliwości wspierania programu fundacja uruchomiła wiele.

Jednak, pomimo szeroko zakrojonej akcji informacyjnej, w którą chętnie angażowały się media lokalne, regionalne i ogólnopolskie, odzew okazał się... znikomy. Indywidualni darczyńcy woleli angażować się w zapewnianie uchodźcom podstawowych potrzeb życiowych, do których temat szkoły jeszcze nie należał. Dodatkowo, pojawiły się już pierwsze sygnały nakręcającej się spirali hejtu, fake newsów i niechęci, które coraz skuteczniej zniechęcały do wspierania programu. Zbliżał się październik. Trzeba było zmienić strategię.

## **WAŻNE WSPARCIE PARTNERÓW BIZNESOWYCH**

Z pomocą przyszli partnerzy biznesowi. Zaangażowane firmy, które rozumiały wagę sytuacji i potrzeb edukacji dzieci z Ukrainy. Biznesowe doświadczenie pozwalało im patrzeć dalej, mieć szersze horyzonty. To dzięki współpracy i zaangażowaniu biznesowych partnerów program Chodźmy Razem Do Szkoły mógł wystartować z nową energią i wspólnie, krok po kroku mogliśmy osiągać zamierzone cele.

- Dzięki wsparciu firmy NOKIA, dzieci już wcześniej miały do dyspozycji komfortowe, nowoczesnie wyposażone przestrzenie biurowca przy ul. Śrubowej we Wrocławiu. Pracownicy NOKII zaangażowali się dodatkowo i ufundowali dzieciom wyprawki plastyczne na cały rok szkolny.
- Finansowe wsparcie Fundacji BOŚ pozwoliło całościowo wyposażać dwie świetlice w oddziałach przygotowawczych we Wrocławiu w gry, zabawki, klocki, zestawy rekreacyjnych mebli i wszystko, co w dobrze wyposażonej świetlicy jest potrzebne.

- Kulczyk Foundation przekazała grant z programu „Cześć, Dziewczyno!”, dzięki któremu fundacja OOO doposażyła klasy w meble, pomoce dydaktyczne, kreatywne akcesoria do zajęć plastycznych oraz pracownię informatyczną. Dziewczynki z klas przygotowawczych otrzymały dodatkowo wsparcie z programu Okresowa Koalicja.
- Firma KW Trade, właściciel marek biurowych Amos i Fiorello ufundowała dla dzieci z klas przygotowawczych w Gdańsku wyprawki plastyczne, do wykorzystania podczas nauki i zajęć świetlicowych.
- Firma Grycan sfinansowała zakup materiałów i pomocy dydaktycznych dla dzieci z klas przygotowawczych we Wrocławiu, a uczniowie dostali również zaproszenie na lody.
- Marcin Jędrusiński i Stowarzyszenie WROactiv oraz firma Prezentmarzeń przekazały fanty do zlicytowania na Charytatywni Allegro. Dochód przeznaczony był na wyprawki dla dzieci rozpoczynających naukę w klasach przygotowawczych we Wrocławiu.
- Firma - darczyńca, która pragnie zachować anonimowość, ufundowała 20 nowoczesnych laptopów do pracowni informatycznej dla dzieci z klas przygotowawczych w Domu Ukraińskim we Wrocławiu.

Współpraca i zaangażowanie partnerów pomogło zrealizować wszystkie cele, zaplanowane na pierwszy rok funkcjonowania klas przygotowawczych. Fundacja Ogólnopolski Operator Oświaty regularnie informowała i relacjonowała przebieg programu. Dzieci z klas przygotowawczych i ich rodzice zapraszali partnerów na okolicznościowe wydarzenia lub po prostu na wizyty w placówkach, żeby na własne oczy mogli przekonać się, jak ważna jest niesiona przez nich pomoc i wsparcie oraz otrzymać cały ogrom wdzięczności i radości, jakie podczas takich wizyt i spotkań wyrażali mali uczniowie.

## **DOBRA WSPÓŁPRACA DAJE DOBRE EFEKTY**

Pierwszy rok działania klas przygotowawczych i programu Chodźmy Razem Do Szkoły okazał się sukcesem. Na kilku płaszczyznach i w wielu wymiarach:

- **Fundraisingowym.** Poziom pozyskanego wsparcia sięgnął 414 552,03 zł.

- 217 153,19 zł wsparcia finansowego
- 58 983,84 zł wsparcia rzeczowego
- 138 415 zł wsparcia grantowego

**To prawie 137% zakładanego pierwotnie budżetu programu, szacowanego na 302 960 zł.**





### •Komunikacyjnym i wizerunkowym.

Za pośrednictwem lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich mediów fundacja dotarła z informacją o klasach przygotowawczych i programie Chodźmy Razem Do Szkoły do 1 982 092 odbiorców. Publikacje i relacje pojawiły się w telewizji, radiu, prasie i portalach internetowych. Było ich łącznie 122 o wartości AVE 289 326 zł (dane za NEWSPOINT).

Materiały promujące projekt (w tym również udział Partnerów) dotarły dodatkowo do ponad 330 tysięcy odbiorców w mediach społecznościowych.

Jednak najważniejszym efektem jest to, jak dzięki wspólnemu przedsięwzięciu, koordynacji działań i zaangażowaniu ogromnej rzeszy ludzi: nauczycieli, pracowników szkół, fundacji i darczyńców, klasy przygotowawcze pomogły dzieciom z Ukrainy odnaleźć się w nowej, tak dla nich trudnej sytuacji.

•W ciągu roku szkolnego 2022/2023 w klasach przygotowawczych, prowadzonych we Wrocławiu i Gdańsku przez fundację Ogólnopolski

Operator Oświaty uczyło się łącznie 346 dzieci z Ukrainy.

- We Wrocławiu, korzystając ze zdobytych doświadczeń, w roku szkolnym 2023/2024 działać będzie Ukraińskie Centrum Edukacji dla kilkuset dzieci.
- Na bazie doświadczeń z Wrocławia i Gdańska fundacja utworzyła w Łodzi centrum Przystań Ukraina. Rozpoczęło działalność latem 2023 roku.
- W Gdańsku program okazał się tak skuteczną formą integracji, że wszystkie dzieci z klas przygotowawczych w roku szkolnym 2023/2024 uczą się już w polskiej szkole.
- Fundacja Ogólnopolski Operator Oświaty zdecydowała też, że program Chodźmy Razem do Szkoły będzie kontynuowany i rozbudowywany w nowym roku szkolnym. Zapraszamy do współpracy!

■ Program Chodźmy Razem Do Szkoły udowodnił, jak wiele dobrego można osiągnąć, kiedy przyświeca nam wspólny cel i zrozumienie jego wagi oraz znaczenia w długiej perspektywie. Bardzo nas cieszy, że partnerzy biznesowi dostrzegli, docenili i wsparli nasz program, że coraz chętniej angażują się w projekty wspierające edukację i rozwój dzieci.

Dobra edukacja i dobrostan dzieci to misja społeczna, którą warto realizować wspólnie. W tym obszarze potrzeby są ogromne, możliwości współpracy – nieograniczone, a efekty i korzyści z dobrych programów, projektów i pomysłów czerpać będziemy w przyszłości wszyscy.

**Kaja Reszke**  
dyrektor Działu Komunikacji i Fundraisingu  
fundacja Ogólnopolski Operator Oświaty





# Taki Tydzień, że OOO! Siedem dni nowatorskiej współpracy CSR

**Kto powiedział, że Black Friday, Cyber Monday i Giving Tuesday mają być tylko raz w roku? A gdyby zrobić je latem? Czy bez obniżania cen można dać klientom w gratisie poczucie, że robią coś ważnego i potrzebnego? Fundacja edukacyjna Ogólnopolski Operator Oświaty i Centrum elektrotechniki dla profesjonalistów TIM.pl testowali w sierpniu 2023 roku nowatorską formułę współpracy biznesu z OPP.**

W sierpniu 2023 roku, fundacja OOO wspólnie z wrocławską firmą TIM S.A., właścicielem internetowej platformy zakupowej TIM.pl, zorganizowały pierwszą edycję Taki Tydzień, że OOO! To akcja społeczna, której celem było dotarcie w nowatorski sposób do nowej grupy odbiorców z informacją o rosnącej skali problemów logopedycznych, z którymi borykają się dzieci w przedszkolach i szkołach podstawowych. Fundacja OOO i TIM S.A. wspólnie zwracali uwagę na wagę opieki logopedycznej i zapraszali do wspierania prowadzonego przez fundację OOO

programu wyposażania gabinetów logopedycznych: Logopeda w każdej szkole i przedszkolu.

TIM S.A. zadeklarował także przekazanie na realizację programu 5 zł od każdej lampki biurkowej RIO marki GTV, sprzedanej w trakcie „Tygodnia”.

## REALIZACJA

Taki Tydzień, że OOO! trwał od 21 do 27 sierpnia 2023. Powstał dedykowany projektowi, przygotowany wspólnie i brandowany landing page w internetowej domenie fundacji. Strona prezentowała cel i założenia współpracy CSR-owej:

- podawała dane na temat skali potrzeb logopedycznych w polskich szkołach i przedszkolach;
- promowała program Logopeda w każdej szkole i przedszkolu;
- prezentowała troskę Partnera TIM S.A. o potrzeby dzieci i zaangażowanie w niesienie im wsparcia;
- informowała odwiedzających o sposobach wsparcia programu, między innymi poprzez zakup produktów, biorących udział w projekcie Taki Tydzień, że OOO!
- do landing page kierowały graficzne banery na stronie głównej fundacji oraz link w menu.
- na landing page prezentowane były produkty, których zakup wspierał program fundacji.
- kliknięcie powodowało przejście do odpowiedniej karty produktu w sklepie internetowym TIM.pl.
- zamówienie i procedura płatności realizowana była w całości po stronie TIM.pl.

TIM S.A. uruchomił także własny landing page z informacją o wspólnym projekcie oraz rozesłał mailing do wszystkich klientów, którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie komunikacji marketingowej. Do udziału i wsparcia gabinetów logopedycznych zachęcał także baner promocyjny na stronie głównej TIM.pl, a na kartach „tygodniowych” produktów na tydzień pojawił się baner informacyjny z hasłami CTA.

## PROMOCJA

Skoordynowane działania promocyjne prowadzone były:

- za pomocą komunikatów prasowych;
- organicznie na Facebooku, Instagramie i LinkedIn;
- w postaci kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych.

Efekty skumulowanych w krótkim oknie czasowym działań okazały się bardzo obiecujące:

- Fundacja OOO i TIM S.A. dotarły z informacją o trwającym projekcie do 641 208 odbiorców

(skumulowane dane Newspoint, Meta, Google i systemów mailingowych);

- w mediach ukazało się 36 publikacji o łącznym zasięgu 313 780 odbiorców i ekwiwalencie reklamowym 47 324 zł (za Newspoint);

- zasięg w mediach społecznościowych wyniósł 304 258 odbiorców (za Meta Business Suite).

## EFEKTY

Pionierski projekt współpracy fundacji Ogólnopolski Operator Oświaty i TIM S.A. miał głównie charakter komunikacyjny i wizerunkowy, był też okazją do zebrania wniosków i wypracowania mechanizmów fundraisingowych. W obu obszarach Taki Tydzień, że OOO! potwierdził potencjał. Jego efekty to:

- dotarcie w niekonwencjonalnej formule z informacją o ważnym problemie społecznym do nowej grupy docelowej: klientów znanego e-commerce;
- budowanie świadomości programu Logopeda w każdej szkole i przedszkolu oraz marki fundacji Ogólnopolski Operator Oświaty wśród klientów TIM S.A. i sklepu TIM.pl;
- wzmacnianie świadomości marki TIM u podopiecznych i partnerów fundacji OOO, wzmacnianie pozytywnego wizerunku TIM S.A. jako społecznie zaangażowanego biznesu z sercem;
- promocja nowatorskich modeli współpracy biznesu i przedstawicieli NGO;
- narzędzie dla partnera, do wsparcia sprzedaży produktów, biorących udział w projekcie.

Projekt pozwolił też zebrać dużo cennych wskazówek do wykorzystania przy kolejnych edycjach. Najbliższa planowana jest z okazji tegorocznego Black Friday, w dniach 24 listopada – 1 grudnia 2023.





# O kształtowaniu świadomego, ekologicznego podejścia do świata, czyli o MPWiK Wrocław

Branża wodociągowo-kanalizacyjna jest silnie związana ze środowiskiem i jego kondycją. Bardzo ważne jest, aby firmy z tego sektora kierowały się w swoich codziennych działaniach odpowiedzialnością za społeczeństwo i uświadamiały, że nic nie jest dane raz na zawsze. Te założenia od dawna spełnia Miejskie Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji we Wrocławiu. To nie tylko nowoczesne zakłady produkujące wodę i oczyszczające ścieki. To także firma, która jest zaangażowana społecznie i od lat stawia na zrównoważony rozwój. Spółka czuje się odpowiedzialna za budowanie przyszłości dla kolejnych pokoleń. W efekcie opracowuje i wprowadza nowoczesne strategie czy rozwiązania technologiczne, a także zajmuje się ekologiczną edukacją społeczeństwa. Inicjatywy wrocławskich wodociągów to swoisty katalog dobrych praktyk.

## WSZYSTKO O WODZIE W JEDNYM MIEJSCU – HYDROPOLIS

Miejskie Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji we Wrocławiu w stu procentach realizuje wpisana w statut firmy misję edukacyjną – najbardziej spektakularnym jej przejawem jest działalność Centrum Edukacji Ekologicznej Hydropolis. To unikatowe w skali Europy przedsięwzięcie, łączące walory edukacyjne z nowoczesną formą wystawienniczą, które już na stałe znalazło się na liście najciekawszych atrakcji nie

tylko Wrocławia, ale też Polski. To właśnie tu, w za-  
bytkowym zbiorniku wody czystej o powierzchni 4,6 tys. m<sup>2</sup> z XIX wieku, znajduje się wystawa podzielona na dziewięć stref tematycznych. Każda z nich przedstawia wodę z innej, fascynującej perspektywy. Hydropolis nie tylko uczy, ale też w atrakcyjny i nowoczesny sposób popularyzuje wiedzę o środowisku i ekologii. Służą temu projekcje filmowe, repliki i modele, interaktywne instalacje, a także bogate w informacje ekrany dotykowe. Obecnie centrum wiedzy o wodzie jest częścią prestiżowego Dolnośląskiego Szlaku

Zabytków Techniki. Dzieci, młodzież, dorośli – wszyscy znajdują tutaj coś dla siebie i z pewnością wyjdą z Hydropolis z solidną dawką wiedzy o życiodajnej substancji, a także refleksją, że woda do picia staje się towarem deficytowym.

## #PIJKRANÓWKĘ

Od lat MPWiK Wrocław prowadzi kampanię społeczną #PijKranówkę. Przy jej okazji powstała strona [www.pijkranowke.pl](http://www.pijkranowke.pl), na której znajdują się podstawowe informacje na temat wrocławskiej kranówki oraz fakty i mity dotyczące wody dostarczanej przez wodociągi. Akcja zachęca mieszkańców stolicy Dolnego Śląska i aglomeracji do wybierania wody kranowej, podkreślając, że jest ona zdrowa, pełna minerałów i zdecydowanie tańsza niż woda butelkowana. Kampania #PijKranówkę jest realizowana na miejskich piknikach, koncertach, wydarzeniach sportowych – wszędzie tam pojawia się beczkowóz lub bar wodny, z którego darmowo można napić się kranówki.

Dopełnieniem promocji picia wody z kranu jest udostępnianie przez MPWiK źródeł ulicznych w miejscach najczęściej odwiedzanych przez wrocławian oraz turystów. Urządzenia wyposażono w dodatkowe poidelka umieszczone na różnych wysokościach, dzięki czemu mogą z nich korzystać osoby z niepełnosprawnościami, dzieci oraz zwierzęta.

W kampanię #PijKranówkę włączyli się również wrocławscy sportowcy, którzy stali się ambasadorami kranówki i zachęcają do jej picia. Produkowana przez MPWiK woda jest także oficjalną wodą wielu wydarzeń sportowych, kulturalnych, osiedlowych pikników, festynów i koncertów w stolicy Dolnego Śląska.

## AKADEMIA H<sub>2</sub>O

Jesienią 2022 roku z siedmioma tysiącami drugoklasistów z wrocławskich podstawówek wystartowała Akademia H<sub>2</sub>O. Specjaliści z MPWiK przygotowali autorskie scenariusze zajęć dla ośmiolatek, dotyczące m.in. oszczędzania wody, zmian klimatycznych, deszczu i retencji. Pozwalają one prowadzić naukę o wodzie równoległe z nauką czytania, pisania i liczenia, a każdy mały student uczy się z własnego zeszytu ćwiczeń – w wersji polskiej, angielskiej lub ukraińskiej. Tym samym Wrocław stał się pierwszym miastem w Polsce z priorytetową edukacją o wodzie, ekologii i środowisku. Ogromny sukces projektu zaowocował współpracą z innymi samorządami, które także postanowiły wprowadzić program w placówkach na terenach swoich gmin.

## Z KORZYŚCIĄ DLA PLANETY I PRZYSZŁYCH POKOLEŃ

MPWiK Wrocław nie zapomina też o najmłodszych – podopiecznych wrocławskich przedszkoli



i uczniach klas pierwszych szkół podstawowych. To właśnie z myślą o nich powstała Akademia Przyjaciół Wody – autorski projekt Spółki, który zwraca uwagę na problem zmniejszających się zasobów wody słodkiej na świecie oraz pokazuje, jak zmieniać codzienne nawyki, by dbać o przyrodę.

Wrocławskie wodociągi od lat prowadzą też kampanię #SzanujWodę, która podpowiada, jak gospodarować tą życiodajną substancją w odpowiedzialny sposób.

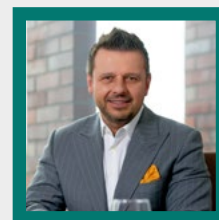
Spółka celebrowała również takie uroczystości jak Światowy Dzień Wody czy Międzynarodowy Dzień Ziemi. Te „święta” przeznaczają na edukację ekologiczną mieszkańców Wrocławia oraz szerzenie wiedzy i świadomości ekologicznej wśród pracowników.

Najnowszy projekt MPWiK we Wrocławiu to podcast „Woda na młyn”. Audycja poświęcona jest w dużej mierze rozmowom o każdym aspekcie najcenniejszej cząsteczki na świecie – cząsteczki wody. Rozmówcami autorów podcastu są praktycy szeroko rozumianej troski

o środowisko – naukowcy, społecznicy, aktywiści, pracownicy wodociągów, którzy swoimi działaniami wskazują, jak zadbać o nasze najbliższe otoczenie. Podcast „Woda na młyn” został umieszczony na platformie Spotify.

MPWiK nie tylko zachęca do picia wody kranowej i jej racjonalnego używania, ale też uświadamia, jak we właściwy sposób korzystać z kanalizacji – co nie powinno trafiać do toalet, zlewów i ulicznych studzienek. Pracownicy MPWiK od kilku lat regularnie przypominają o założeniach kampanii „Nie zapychaj! Pomyśl!” i pokazują w ten sposób, że każdy użytkownik sieci może mieć wpływ na zmniejszenie liczby awarii rurociągów kanalizacyjnych, jeśli tylko będzie miał wiedzę.

■ Zależy nam na kształtowaniu świadomego, ekologicznego podejścia do świata. Wiemy, że to, co robimy tu i teraz, będzie miało odzwierciedlenie dopiero za kilkadziesiąt lat, dlatego im szybciej zaczniemy, tym lepiej. Uczymy pozytywnych postaw wobec środowiska, a w szczególności wobec wody. Robimy to dla wnuków naszych wnuków. I zdaje się, że całkiem nieźle nam to wychodzi, co potwierdzają wyróżnienia, które MPWiK regularnie otrzymuje ze względu na ponadstandardowe zaangażowanie w działania społeczne i proekologiczne. To m.in. tytuł Lidera Społecznej Odpowiedzialności w latach 2020 i 2021 oraz nagroda EKO Symbol 2022. To pokazuje, że idziemy w dobrym kierunku – mówi Marcin Garcarz, wiceprezes MPWiK Wrocław.



**Marcin Garcarz**  
wiceprezes MPWiK Wrocław





# EmpowerU – darmowy kurs dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym

**EmpowerU to program edukacyjny prowadzony przez firmę SoftServe. Celem projektu jest ułatwienie osobom, które często borykają się z wykluczeniem i dyskryminacją, rozwoju zawodowego.**

Szkolenie „Podstawy testowania QC” zostało stworzone z myślą o osobach zagrożonych wykluczeniem społecznym. Kurs realizowany jest online, a zajęcia odbywają się dwa razy w tygodniu, w godzinach popołudniowych.

– W kursie uczestniczą osoby, które mają chęć do nauki i są w stanie wygospodarować na nią czas. Wiedza z zakresu IT nie jest wymagana. Podczas szkolenia osoby biorące w nim udział są pod opieką doświadczonych mentorów i menterek, którzy wprowadzają ich w świat testowania. Dodatkowo, po ukończeniu kursu nasi specjaliści HR pomagają stworzyć CV i podpowiadają, jak szukać zatrudnienia w branży IT – mówi Michalina Gołąb, Senior Communication and CSR Specialist w SoftServe.

Podczas kursu uczestnicy i uczestniczki uczą się rozróżniać rodzaje testowania oprogramowania, analizować typowe żądania, znajdować i opisywać najczęściej występujące defekty w oprogramowaniu, tworzyć i wykonywać scenariusze testowe. Poznają również ogólną architekturę nowoczesnych aplikacji oraz bazy danych i sieci, a także HTML. Elementem zajęć jest także tworzenie zapytań do bazy danych w języku SQL oraz zapoznawanie się z podstawowymi zasadami szyfrowania danych i pracy z wirtualizacją. Uczestnicy i uczestniczki mają szansę rozwinąć również swoje kompetencje miękkie, jak np. umiejętności komunikacyjne.



# IT bierze odpowiedzialność za przyszłość - Platforma Open Tech od SoftServe

**SoftServe to międzynarodowa firma IT specjalizująca się w dostarczaniu innowacyjnych rozwiązań dla biznesu. Rozwija oprogramowanie dla dużych, znanych marek tj. Logitech, IBM, Deutsche Bank, Atlasian i wielu innych.**

SoftServe to założona w 1993 roku międzynarodowa firma IT, z siedzibami głównymi w Austin w USA oraz we Lwowie w Ukrainie. Swoją działalność w Polsce rozpoczęła w 2014 roku, otwierając biuro we Wrocławiu, gdzie obecnie pracuje ponad 1600 osób, a zespół wciąż rośnie! SoftServe to więcej niż technologia. To firma tworzona przez utalentowanych profesjonalistów, zmotywowanych do ciągłego rozwoju, którzy korzystając z szerokiej wiedzy specjalistycznej i najnowszych rozwiązań technologicznych chcą pomagać innym.

Firma prowadzi działania na terenie całej Polski, a jej szeregi zasilają specjaliści w takich obsza-

rach, jak Big Data, Internet of Things (IoT), security and experience design, Core Engineering, Quality Engineering, e-commerce, Enterprise Digital, DevOps czy core software development. SoftServe działa na rynkach europejskim, amerykańskim i azjatyckim, wykorzystując przy tym większość języków programowania.

## **ZAANGAŻOWANIE W ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ**

Firma od początku swojej działalności stawia mocny nacisk na działania związane z CSR. Dbą o zrównoważony rozwój swoich biur, a pracownicy często angażują się w różnego rodzaju inicjatywy wspierające obszary ESG.



Jedną z ważniejszych inicjatyw firmy w obszarze CSR, jest stworzona w 2020 roku autorska platforma crowdsourcingowa – Open Tech. Angażuje ona pracowników w projekty technologiczne, które dotyczą istotnych spraw społecznych. Poprzez platformę firma łączy fundacje i organizacje pozarządowe ze specjalistami, którzy w ramach wolontariatu przygotowują rozwiązania technologiczne, odpowiadające na problemy tych podmiotów. Może to być strona internetowa, aplikacja czy platforma.

Celem Open Tech jest wspieranie fundacji poprzez dostarczanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych, które są odpowiedzią na realne potrzeby instytucji.

## JAK TO DZIAŁA?

Podmioty, które korzystają z pomocy Open Tech, to organizacje pozarządowe, które same zgłaszają się do projektu lub są rekomendowane przez pracowników SoftServe. Gdy wiadomo już, czego będzie dotyczyć podjęta współpraca, na firmowej stronie Open Tech pojawiają się szczegóły, a pracownicy mogą zgłosić chęć udziału.

Wiele organizacji pozarządowych nie prowadzi stron internetowych, gdyż koszty ich zaprojek-

towania i utrzymania są dla nich zbyt wysokie. Dlatego też, dzięki inicjatywie, Open Tech, SoftServe mogło wspierać fundacje, które dostały możliwość rozszerzenia swojej działalności także w trybie online.

Dzięki działalności OpenTech w SoftServe, globalnie udało się zrealizować już ponad 25 projektów pro bono i stworzyć rozwiązania cyfrowe wspierające, m.in. organizacje pożytku publicznego, działające na rzecz opieki zdrowotnej, edukacji, osób potrzebujących czy środowiska.

W Polsce aktualnie realizowane są dwa projekty – strony internetowe dla fundacji Ładne Historie oraz fundacji Pracuję i Wychowuję. Jednym z przedsięwzięć zrealizowanych we współpracy z Open Tech, jest rządowa strona internetowa dla imigrantów z Ukrainy – pomagamukrainie.gov.pl. Open Tech to świetna okazja dla pracowników firmy do tego, aby zrobić coś znaczącego dla świata. Projekty dają także im możliwość rozwoju w nowej dziedzinie technologii, która różni się od ich codziennej pracy oraz na zdobywanie nowych umiejętności i doświadczeń.

- Społeczna odpowiedzialność biznesu powinna być kluczowym elementem strategii każdej firmy.
- Działania z zakresu CSR nie tylko mają pozytywny wpływ na ważne sprawy społeczne, ale także
- mają znaczenie w kontekście przywiązania pracowników do firmy. Zauważalnie poprawia się ich satysfakcja z pracy w miejscu, które jest odpowiedzialne społecznie, a tym samym zachęca ich do pozostania w firmie na dłużej. Dodatkowo, osoba, która myśli o zmianie pracy, może być bardziej zainteresowana firmą, która kieruje się misją CSR.

**Michalina Gołąb,**  
Senior Communication and  
CSR Specialist





Badanie „Odpowiedzialni za przyszłość” zostało przeprowadzone w okresie lipiec-sierpień 2023 roku, wśród przedstawicieli środowiska biznesowego działających na terenie aglomeracji wrocławskiej za pomocą kwestionariusza ankiety wypełnianego przy użyciu techniki CAWI (Computer-Assisted Web Interview). Ankietowani udzielali odpowiedzi anonimowo, a ich przynależność do analizowanej grupy była weryfikowana za pomocą analizy ich odpowiedzi na pytania kontrolne. W badaniu wzięły udział 103 firmy.

Wiecej informacji na

**[www.odpowiedzialnizaprzyszosc.pl](http://www.odpowiedzialnizaprzyszosc.pl)**

