



Liderzy filantropii 2010

O Konkursie

CELE KONKURSU

Celem konkursu jest promocja społecznego zaangażowania firm i prowadzenia działań społecznych w sposób przejrzysty i odpowiedzialny. Nagradzamy firmy, które przeznaczają najwięcej (relatywnie i bezwzględnie) środków finansowych na cele społeczne. Konkurs umożliwia też pokazanie wymiaru finansowego zaangażowania firm w skali roku i porównanie go z latami ubiegłymi.

KATEGORIE KONKURSOWE

Zwycięzcy konkursu „Liderzy Filantropii 2010” zostali wyłonieni w dwóch kategoriach:

- firma, która przekazała w minionym roku na cele społeczne największy odsetek swoich dochodów przed opodatkowaniem
- firma, która przekazała w minionym roku najwięcej środków na cele społeczne.

Dzięki dwóm kategoriom konkursowym, w prestiżowym gronie Liderów Filantropii znalazły się zarówno firmy duże, jak i małe i średnie przedsiębiorstwa.

ZASADY UCZESTNICTWA

W konkursie mogła wziąć udział każda spółka zarejestrowana na terenie Rzeczypospolitej Polskiej. Podstawą uczestnictwa w konkursie było wypełnienie i odesłanie organizatorowi ankiety, która dostępna była na stronie internetowej www.forumdarczynow.pl, a także wysłana została do spółek notowanych na GPW i największych firm w Polsce (wg. rankingu Rzeczypospolitej). Ankieta zawierała 9 pytań dotyczących społecznego zaangażowania i wyników finansowych firmy. Do ankiety należało dołączyć rachunek wyników spółki wraz z opinią audytora i listę darowizn finansowych przekazanych przez spółkę w minionym roku finansowym. Na etapie weryfikacji danych z ankiet uczestnicy dostarczyli dokumenty poświadczające przekazanie darowizn, m.in. kopie przelewów bankowych, umów z beneficjentami lub deklaracji podatkowych CIT.

METODOLOGIA KONKURSU

Pod uwagę wzięte zostały darowizny finansowe przekazane z budżetu firmy na cele społeczne w minionym roku finansowym. Zgodnie z regulaminem konkursu udział procentowy obliczany był w oparciu o kwoty zysku przed opodatkowaniem podane w sprawozdaniach finansowych firm (zysk brutto). Rzetelność procesu wyłonienia laureatów konkursu poświadczyla firma PricewaterhouseCoopers.

UCZESTNICY KONKURSU

W konkursie wzięło udział 25 firm. Tradycyjnie branżą dominującą wśród uczestników konkursu jest

finansowa. Jednak przewaga liczebności firm z sektora finansowego nie jest już tak duża jak w poprzednich edycjach konkursu. Może to świadczyć o pewnych redukcjach budżetów na działalność społeczną w niektórych firmach z sektora finansowego, związanych ze spowolnieniem gospodarczym w 2009 roku, w efekcie czego firmy te nie zdecydowały się na udział w konkursie. Branże licznie reprezentowane w konkursie to chemiczna i energetyczna. Sześćdziesiąt procent uczestników konkursu to firmy działające na skalę międzynarodową. Większość - 76% - to duże przedsiębiorstwa zatrudniające ponad tysiąc pracowników.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE UCZESTNIKÓW KONKURSU

11 z 25 firm biorących udział w konkursie założyło fundacje. Z deklaracji zawartych w ankietach konkursowych wynika, że 15 firm prowadzi działania społeczne o zasięgu ogólnopolskim, pozostałe 10 koncentruje swoje zaangażowanie w regionie, w którym ma siedzibę. Obszar działań społecznych uczestników konkursu jest bardzo szeroki – od ochrony zdrowia i pomocy społecznej, poprzez edukację, naukę i kulturę, po inwestycje w lokalną infrastrukturę typu szpitale czy budowa dróg. Szerokie jest też spektrum odbiorców pomocy płynącej ze strony firm: od indywidualnych beneficjentów, poprzez organizacje pozarządowe, podmioty kościelne, instytucje samorządowe i placówki publiczne.

SKALA FINANSOWA

Łączna kwota darowizn przekazanych przez firmy biorące udział w konkursie wyniosła 49 373 809 zł (w ubiegłorocznej edycji - 81 160 370 zł). Z czego łączna kwota darowizn przekazanych przez firmy z pierwszej dziesiątki w kategorii „firma, która w minionym roku przekazała najwięcej środków na cele społeczne” to 42 916 495 zł. W 2009 roku było to 69 176 629 zł, czyli nastąpił spadek o ponad 26 mln. Jednak zdecydowanie pozytywnie zaskakują wyniki kategorii procentowej: średni udział darowizn w dochodach firmy przed opodatkowaniem w pierwszej dziesiątce kategorii procentowej w tegorocznej edycji wyniósł 2,1%, podczas gdy w roku ubiegłym było to 2,6%. Jeśli jednak wyłączymy z tej statystyki wynik firmy, która zajęła pierwsze miejsce (w zeszłym roku rekordowe 18%, w tym 5,5%) to widzimy, że średnia znacząco wzrosła: z 0,4% do 1,7%! W stosunku do zasobów, którymi dysponowały, firmy przekazały znacznie więcej. Możemy więc stwierdzić, że egzamin z filantropii w czasach kryzysu wypadł pozytywnie.

Liderzy filantropii 2010

Kategoria I – firmy, które przekazały najwięcej środków na cele społeczne

Firma	Branża	Kwota darowizn finansowych (w zł)
1 Procter and Gamble DS Polska Sp. z o.o.	FMCG	8 442 345
2 Telekomunikacja Polska S.A.	telekomunikacyjna	8 260 976
3 KGHM Polska Miedź S.A.	metalurgiczna	6 000 000
4 Polski Koncern Naftowy ORLEN S.A.	chemiczna	5 590 000
5 Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A.	finansowa	3 592 635
6 Polskie Górnictwo Naftowe i Gazownictwo S.A.	energetyczna	2 886 620
7 BRE Bank S.A.	finansowa	2 750 000
8 Grupa Atlas	chemiczna	1 857 366
9 Lubelski Węgiel „Bogdanka” S.A.	chemiczna	1 841 758
10 Danone Sp. z o.o.	spożywcza	1 694 793

Kategoria II – firmy, które przekazały na cele społeczne największy % swoich dochodów

Firma	Branża	Kwota darowizn finansowych (w zł)	Udział darowizn w wysokości dochodów firmy przed opodatkowaniem (w %)
1 DSA Financial Group S.A.	finansowa	646 800	5,53
2 Powiślański Bank Spółdzielczy w Kwidzynie	finansowa	140 550	3,01
3 VIVE Textile Recycling Sp. z o.o.	handlowa, produkcyjna	144 000	2,79
4 BRE Bank S.A.	finansowa	2 750 000	2,78
5 Grupa Atlas	chemiczna	1 857 366	2,08
6 Danone	spożywcza	1 694 793	1,17
7 EnergiaPro S.A.	energetyczna	652 000	1,08
8 Dom Maklerski IDM S.A.	finansowa	251 320	0,95
9 PP „Porty Lotnicze”	usługowa	690 724	0,89
10 Lubelski Węgiel „Bogdanka” S.A.	energetyczna	1 841 758	0,77

- Forum Darczyńców od czterech lat nagradza zaangażowane społecznie firmy i zachęca kolejnych przedsiębiorców do prowadzenia odpowiedzialnego biznesu. Wyniki tegorocznej edycji konkursu „Liderzy Filantropii” pokazują, że firmy konsekwentnie prowadziły działania filantropijne w roku 2009, gdy światowy kryzys finansowy dotknął Polską gospodarkę. Cieszymy się, że firmy zdały egzamin z filantropii w tym trudnym okresie. – powiedziała Maria Zaguła-Holzer, Prezes Zarządu Forum Darczyńców w Polsce.

Wiarygodność i zaufanie

Wiarygodność jest jednym z najistotniejszych elementów w biznesie. Wypowiedzi, informacje, raporty muszą posiadać określoną jakość. W przypadku przedsiębiorstw zaangażowanych społecznie, które na co dzień realizują założenia strategii zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu, pozycjonowanie firmy jako godnej zaufania jest szczególnie istotne.

Ranking Liderzy Filantropii od początku funkcjonowania pokazuje obraz filantropii czołowych przedsiębiorstw działających na terenie Polski. Jednym z istotnych elementów zapewniających Rankingowi wiarygodność jest przeprowadzana corocznie niezależna weryfikacja. Główną przesłanką przeprowadzania procedur badawczych jest zapewnienie obiektywnej i niezależnej oceny danych będących podstawą do tworzenia rankingu.

Jakie elementy zwiększają zatem zaufanie do komunikowanych informacji?

Jednym z najistotniejszych elementów stanowi transparentność procesu ustalania Rankingu. Począwszy od przejrzystych reguł przyjmowania zgłoszeń od firm, poprzez kalkulacje będące podstawą ustalania zwycięzców poszczególnych kategorii, po jasną komunikację z uczestnikami konkursu oraz otoczeniem zewnętrznym. Dzięki temu jasne są zasady i procedury konkursu, co jest doceniane przez firmy zaangażowane społecznie.

Kolejnym z elementów jest niezależna weryfikacja. Reputacja i doświadczenie firmy przeprowadzającej badanie może wpłynąć pozytywnie na wiarygodność rankingu. Na te dwa elementy składa się wiele mniejszych elementów, które są nieodłącznie powiązane ze sobą. Normy etyczne realizowane w wypełnianiu codziennych obowiązków przez pracowników firmy wybranej do przeprowadzania badania gwarantują dyskrecję, poufność oraz wysoki standard współpracy.

Wypracowane na przestrzeni wielu lat procedury badawcze, dostosowywane na bieżąco do zmian prawnych oraz doświadczenie ludzi, dają silne podstawy do przeprowadzenia procesu weryfikacji w sposób efektywny, minimalizujący ryzyka projektowe.

Kolejnym elementem jest wiedza i kompetencje zespołu pracującego zarówno przy przygotowaniu Rankingu jak i zespołu przeprowadzającego badanie. Specyfika zagadnień sprawia, iż należy precyzyjnie dobrać zespół tak, by w jego skład włączać zarówno audytorów finansowych mających szeroką wiedzę z obszaru rachunkowości oraz specjalistów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Dzięki takiemu ustrukturyzowaniu zespołu projektowego uzyskuje się synergę ze współpracy ekspertów, których wiedza i umiejętności uzupełniają się. Pozwala to na przeprowadzenie zarówno ustalania Rankingu, jak i weryfikacji w sposób kompetentny, budzący zaufanie.

Zaufanie do prezentowanych danych może zatem zostać zwiększone z jednej strony przez transparentność całego procesu konkursowego jak i przez weryfikację przeprowadzoną przez niezależną firmę, działającą w oparciu o wysokie standardy etyczne. Współpraca z wiarygodnym partnerem zmniejsza ryzyko związane z odrzuceniem danych przez rynek, a wzmacnia pozytywne nastawienie otoczenia do przedstawianych informacji.

Ranking Liderzy Filantropii posiada ugruntowaną pozycję na rynku polskim w promocji standardów zaangażowania społecznego firm. Wierzę, że objęcie konkursu niezależną weryfikacją zwiększa zaufanie przedsiębiorstw do niego. Mam nadzieję, że będzie to jeden z powodów, dla których Ranking będzie przyciągał nowe przedsiębiorstwa do zaprezentowania się wśród liderów filantropii w Polsce.

Aleksandra Turek

Zespół ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu

PricewaterhouseCoopers

Uczestnicy konkursu

ATLAS

Atlas od początku swojej działalności był firmą wrażliwą na to, co dzieje się wokół. W 1996 roku powołano do życia Fundację Dobroczynności Atlas. Pomaga ona osobom chorym, dzieciom z niezamożnych, borykającym się z wieloma problemami środowisk. Wartość tej pomocy, do października 2010 r., wyniosła ponad 44,5 mln zł. Za ideę budowy hospicjum w Sopocie i jej sfinansowanie Fundacja otrzymała tytuł „Dobroczyńca Roku” i Nagrodę Specjalną od Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce. W Łodzi działa Atlas Sztuki – niekomercyjna galeria, która w ciągu ośmiu lat zyskała miano jednego z najbardziej interesujących miejsc wystawienniczych w kraju.

AZOTY TARNÓW

Azoty Tarnów, jako firma społecznie odpowiedzialna, są jednym z 16 uczestników indeksu RESPECT, zrzeszającego polskie spółki giełdowe najbardziej odpowiedzialnie społecznie. Są nie tylko największym pracodawcą w regionie, ale też firmą bardzo zaangażowaną w działania i inicjatywy na rzecz lokalnej społeczności. Od dziesięcioleci mają ogromny wkład w rozwój kultury, edukacji i sportu. Są uznanym partnerem wielu znaczących wydarzeń kulturalnych, naukowych i gospodarczych. Wszelkiego rodzaju działania prospołeczne prowadzą w oparciu o opracowaną w 2007 roku i realizowaną na co dzień własną strategię w ww. zakresie.

BRE BANK

BRE Bank, lider raportowania społecznego wśród instytucji finansowych w Polsce, angażuje się w liczne działania o charakterze edukacyjnym. Kieruje je zarówno dla przedsiębiorców, kobiet przedsiębiorczych, jak również do młodzieży za pośrednictwem Fundacji BRE Banku, która jest najstarszą fundacją korporacyjną w polskim środowisku bankowym. Fundacja BRE funduje stypendia i nagrody dla laureatów konkursów, w tym od 5 lat laureatów najbardziej innowacyjnego Konkursu na Biznesplan organizowanego przez Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości. Realizuje też program wolontariatu, dzięki któremu pracownicy BRE zarażają pasjami, dzielą się wiedzą i organizują czas podopiecznym wybranych przez siebie organizacji dobroczynnych.

COMARCH

Comarch sponsoruje najstarszy klub sportowy Cracovia (grającą w Ekstraklasie drużynę piłki nożnej Cracovię oraz wielokrotnego mistrza Polski, drużynę hokejową) oraz Szkołę Mistrzostwa Sportowego. W związku z ekspansją na rynku niemieckim Comarch jest także głównym sponsorem drużyny Bundesligi TSV 1860 Monachium tzw. „Monachijskie Lwy”. Pracownicy firmy są zaangażowani w akcje prospołeczne i wsparli już m. in. podopiecznych Fundacji AGAPE, wychowanków ośrodka opiekuńczego w Gliwicach, Domu Dziecka im. Janusza Korczaka w Lublinie oraz Schronisko dla Bezdomnych Zwierząt „Promyk” w Gdańsku.

DANONE

Firma jest liderem w branży świeżych produktów mlecznych. Jej misją jest bycie najbardziej zaufaną, odpowiedzialną i podnoszącą wartość życia marką żywnościową, wybieraną przez konsumentów każdego dnia. Firma wiąże sukces biznesowy z odpowiedzialnością za wpływ firmy na otoczenie. Danone od 2003 roku walczy z problemem niedożywienia dzieci w Polsce poprzez Program „Podziel się Posiłkiem”, w ramach którego do potrzebujących dzieci trafiło 10 mln posiłków oraz „Partnerstwo dla Zdrowia” (innowacyjny produkt społeczny „Mleczny Start”). Jest zwycięzcą IV Rankingu Odpowiedzialnych Firm w Polsce (kwiecień 2010).

DM IDMSA

Dom Maklerski IDMSA od lat prowadzi szeroki zakres działań z obszaru Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, wspierając ważne cele społeczne pomocą finansową, merytoryczną i organizacyjną. Broker wspomaga organizacje charytatywne opiekujące się osobami niepełnosprawnymi oraz dziećmi potrzebującymi pomocy, m.in. Fundację im. Brata Alberta, której przekazuje stałą kwotę z każdego zlecenia maklerskiego, Stowarzyszenie „U Siemachy”, czy Fundację Dzieciom „Zdążyć z pomocą”. DM IDMSA był także Partnerem Aukcji Sztuki na Rzecz Dzieci Autystycznych i Upośledzonych „Inne Spojrzenie”. Angażuje się w projekty poświęcone ochronie dziedzictwa i pamięci historycznej, wspiera także młodych ludzi w edukacji oraz realizacji innowacyjnych pomysłów biznesowych. W 2009 r. DM IDMSA przeznaczył na cele społecznie użyteczne ponad 250 tys. zł.

DSA FINANCIAL GROUP

W DSA Financial Group S.A. ponad chęć osiągnięcia krótkofalowych zysków przedkładane jest tworzenie długookresowych wartości. Fundacja Votum pomaga poszkodowanym w wypadkach, ich bliskim, szczególnie dzieciom. Ważne jest organizowanie Ogólnopolskiej Akcji Krew, czyli zbierek krwi połączonych z popularyzowaniem krwiodawstwa. Wieloletnie sponsorowanie Klubu Szachowego Polonia Wrocław, którego zawodnikami są mistrzowie i mistrzyni Polski i Europy, to sposób na wspieranie młodych talentów oraz propagowanie właściwego królewskiej grze strategicznego myślenia. Drużyna kolarzy górskich MTB Votum Team Wrocław promuje zdrowy, aktywny styl życia i popularyzuje zasady rywalizacji fair play. Współfinansowanie budowy Domu dla Rodzin w Czmońcu to z kolei działanie prorodzinne. DSA - Pomnażamy wartości.

ENERGIAPRO

Od kilku lat EnergiaPro stara się być obecna w życiu mieszkańców regionu. Stale podejmuje ona inicjatywy mające na celu rozwój i edukację najmłodszych. W 2010 roku po raz szósty zorganizowaliśmy akcję Domy Pozytywnej Energii skierowaną do domów dziecka z Dolnego Śląska i Opolszczyzny - kolejnych 10 zwycięskich domów otrzymało od EnergiaPro czek

na 50 000 zł. Kontynuowaliśmy także nasz program stypendialny – 10 wychowanków domów dziecka otrzymało od nas po 10 000 zł, które mogą przeznaczyć na rozwój swoich zainteresowań i umiejętności. Przygotowaliśmy także Konkurs Filmowy skierowany do domów dziecka będących dotychczasowymi laureatami akcji, dzięki któremu dzieci uczestniczyły w tygodniowych warsztatach filmowych oraz miały możliwość nakręcenia filmu według własnego scenariusza pod okiem specjalistów z TVP. Od lat EnergiaPro wspiera kampanię edukacyjną „Bezpieczniej z prądem” organizowaną przez Polskie Towarzystwo Przesyłu i Rozdziału Energii Elektrycznej, a pracownicy spółki odwiedzają szkoły podstawowe i gimnazja, aby zapoznać najmłodszych z zasadami bezpiecznego użytkowania urządzeń elektrycznych.

KGHM POLSKA MIEDŹ

Biznes społecznie odpowiedzialny realizowany jest w KGHM Polska Miedź S.A. poprzez działania dobroczynne i sponsorin-gowe. Skoncentrowane są one szczególnie na rozwój regionu, w którym firma działa i budowanie obustronnie korzystnych relacji z otoczeniem społecznym Spółki. Działalność dobroczynną KGHM prowadzi Fundacja Polska Miedź, która wspomaga inicjatywy w obszarze instytucjonalnym oraz udziela darowizn osobom fizycznym. W ciągu blisko ośmiu lat działalności, Fundacja przekazała ponad 44 miliony zł w ramach wsparcia projektów instytucjonalnych oraz 26 milionów zł pomocy finansowej osobom fizycznym.

KOMPANIA PIWOWARSKA

Dla Kompanii Piwowskiej działania CSR są spójną koncepcją zarządzania, realizowaną przez wszystkich pracowników firmy. Wyzaczyliśmy sobie 10 priorytetów zrównoważonego rozwoju, świadczących o odpowiedzialnym podejściu do otoczenia. Wśród nich znajdują się zobowiązania w zakresie promowania odpowiedzialnego spożycia alkoholu, dbałości o środowisko naturalne, oszczędność wody oraz zmniejszenie ilości odpadów, zużycia energii i emisji dwutlenku węgla. Priorytetowo traktujemy także kwestię poszanowania praw człowieka i dbałość o społeczność, wśród których działamy oraz współpracę z partnerami w całym łańcuchu dostaw. Wśród najważniejszych programów realizowanych przez Kompanię Piwowską znajdziemy: „Sprawdź promile” – program pozwalający zainstalować alkomat w telefonie komórkowym, „Warto być za” – inicjatywa polegająca na pomocy potrzebującym, czy „Ekipę nie tylko od święta” czyli świetnie zorganizowany wolontariat pracowniczy.

LUBELSKI WĘGIEL „BOGDANKA”

Spółka Lubelski Węgiel „Bogdanka” S.A. w swojej działalności, poza wypracowaniem korzystnych wyników ekonomicznych, jest zainteresowana tworzeniem wartości, które integrują wspólnoty społeczne. Przejawem tego jest między innymi wspieranie lokalnych inicjatyw społecznych, których celem jest rozwój sfery kulturalnej, naukowej, oświatowej, zdrowotnej, budowy infrastruktury gminnej. Spółka jest także sponsorem działalności sportowej oraz kulturalnej. W roku 2009 Spółka przekazała na darowizny zarówno środki pieniężne jak i rzeczowe na łączną kwotę 2.223.111,15 zł.

PGNiG

Spoleczne zaangażowanie GK PGNiG sięga czasów Ignacego Łukasiewicza, pioniera górnictwa naftowego w Polsce i na świecie. To wartość ciągle żywa, obecna w codzienności biznesowej Spółek GK. W 2009 r. Zarząd PGNiG SA przyjął Strategię CSR, która wyznacza kierunki działań tak, by harmonijnie łączyć cele biznesowe z celami środowiskowymi i społecznymi. Spółki PGNiG mocno angażują się w różne działania charytatywne, wspierają edukację, naukę, rozwój społeczności lokalnych, współpracują z organizacjami pozarządowymi w zakresie popularyzacji ekologii i sportu oraz sprawują mecenat nad wydarzeniami kulturalnymi.

PKN ORLEN

PKN Orlen budując strategiczne podejście do kwestii zaangażowania społecznego, kieruje się kluczowymi wartościami. Są nimi konsekwencja w dążeniu do celu, umiejętność współpracy, uczciwość, profesjonalizm, odpowiedzialność i przedsiębiorczość. Odpowiadamy na potrzeby otoczenia, dążąc do powiązania realizowanych zadań społecznych ze strategią rozwoju PKN ORLEN. W centrum naszego zainteresowania są ludzie. Działania z obszaru odpowiedzialnego biznesu mają na celu jak najlepsze spełnienie ich potrzeb i oczekiwań. Spektrum działań jest szerokie: od dobroczynności, poprzez partnerstwa międzysektorowe, wspieranie sportu i kultury, po rozwiązywanie ważnych problemów społecznych.

PKO BANK POLSKI

PKO Bank Polski – Blisko Ciebie to filozofia działania instytucji, która od 90 lat wspiera polską kulturę, sport oraz liczne przedsięwzięcia na rzecz społeczności lokalnych. Najnowsze inicjatywy to m.in. objęcie mecenatem konserwacji obrazu „Bitwa pod Grunwaldem”, patronat nad XX Biegiem Powstania Warszawskiego, pomoc na rzecz powodzian oraz Bankowa Akcja Honorowego Krwiodawstwa. Strategicznym mechanizmem realizacji działalności społecznej staje się Fundacja PKO Banku Polskiego, wspierająca dobroczynność poprzez promowanie wolontariatu pracowniczego oraz współfinansowanie projektów charytatywnych.

POLPHARMA

Polpharma kieruje się w swych działaniach mottem „Ludzie pomagają Ludziom”. Firma dba o jakość swoich produktów i bezpieczeństwo ich stosowania. Prowadzi programy edukacyjne, których celem jest dzielenie się wiedzą o zdrowiu i popularyzacja zasad profilaktyki zdrowotnej. Poprzez Fundację na Rzecz Wspierania Rozwoju Polskiej Farmacji i Medycyny finansuje wartościowe projekty naukowe. Działa w organizacjach branży farmaceutycznej, współtworząc standardy postępowania, w tym kodeks farmaceutycznej etyki marketingowej. Angażuje się także w liczne projekty charytatywne, kulturalne i sportowe.

POWIŚLAŃSKI BANK SPÓŁDZIELCZY W KWIDZYNIE

Powiślański Bank Spółdzielczy w Kwidzynie to instytucja poważnie zaangażowana we współpracę z lokalną społecznością. W swej działalności nie skupia się wyłącznie na świadczeniu usług bankowych, ale chętnie reaguje na potrzeby swojej „małej Ojczyzny”. W ramach działalności filantropijnej Bank od wielu lat

wspiera m.in. lokalne szkoły, kluby sportowe, parafie. Pomaga Ochotniczym Strażom Pożarnym i Kołom Gospodyń Wiejskich, wspierając i promując tym samym rozwój oraz kulturę lokalną. Wśród darowizn priorytetem Banku jest pomoc Fundacjom Misericordia oraz Dobro Chorego, działającym na rzecz osób niepełnosprawnych i chorych. Do kalendarza, na stałe, wpisał się również czynny udział Banku w finałach Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.

PP PORTY LOTNICZE

Przedsiębiorstwo Państwowe „Porty Lotnicze” jako firma odpowiedzialna prowadzi działania na rzecz społeczności lokalnych, pozostających w strefie bezpośredniego oddziaływania lotniska. PPL koncentruje się głównie na wspieraniu rozwoju warszawskiej dzielnicy Włochy. W 2009 r. dzięki współpracy PPL z Urzędem Dzielnicy Włochy zostały oddane do użytku dwa ogólnodostępne place zabaw dla dzieci. W 2010 r. firma ufundowała wyposażenie sali koncertowej dla uczniów szkoły muzycznej we Włochach. PPL zaangażował się w akcję „Powódź. Pomagamy!”, wspierając odbudowę trzech mazowieckich szkół zniszczonych podczas majowej powodzi.

PROCTER & GAMBLE

Odpowiedzialność społeczna jest integralną częścią działalności P&G. Swoje zaangażowanie w poprawę jakości życia konsumentów firma wyraża zarówno poprzez dostarczanie najwyższej jakości produktów i usług, jak również poprzez wiele programów odpowiedzialności społecznej. Są one realizowane we wszystkich krajach, w oparciu o globalną strategię „P&G. Żyj, poznawaj, rozwijaj się” („P&G Live, Learn and Thrive”), która ma na celu wszechstronną pomoc dzieciom najbardziej potrzebującym. W Polsce program ten realizowany jest m.in. dzięki partnerstwu z Fundacją Nasza Ziemia. Łączy on pomoc dzieciom w potrzebie z edukacją ekologiczną, przyczyniając się do poprawy jakości życia i wielostronnego rozwoju młodych ludzi, przynosząc realne korzyści dla środowiska naturalnego. Inne programy odpowiedzialności społecznej realizowane w Polsce to współpraca z UNICEF: akcja „1 paczka = 1 szczeniaka” prowadzona w 20 krajach, odniosła ogromny sukces także w Polsce. Największym programem marketingu społecznie zaangażowanego P&G jest „Podaruj Dzieciom Słońce”, realizowany we współpracy z Fundacją Polsat. Przez 12 edycji zebrano ponad 52 mln złotych.

RWE

Zaangażowanie społeczne RWE Polska ma długie tradycje. Szeroki zakres charytatywnych działań firmy skłonił Zarząd do podjęcia decyzji o utworzeniu Fundacji RWE w Polsce, dzięki której dotychczasowe wsparcie lokalnej społeczności zyskało bardziej strategiczny charakter. Fundacja RWE w Polsce istnieje od 2005 roku, realizując autorskie programy społeczne: Bezpieczna Energia RWE, Orliki RWE, program stypendialny i wolontariat pracowniczy.

TELEKOMUNIKACJA POLSKA

Działania społeczne Grupy TP realizowane są przede wszystkim poprzez fundację korporacyjną. Fundacja Orange, która działa już prawie 5 lat, aktywnie uczestniczy w życiu

społecznym, prowadząc autorskie programy lub wspierając działania organizacji pozarządowych w zakresie edukacji dzieci i młodzieży, ochrony zdrowia, krzewienia kultury, pielęgnowania i ochrony dziedzictwa narodowego. We wszystkie działania Fundacji angażują się wolontariusze Grupy TP. Głównymi programami Fundacji Orange są: „Akademia Orange”, „Dźwięki Marzeń”, „Edukacja z Internetem”, „Szkoła bez przemocy” oraz „Telefon do Mamy”.

TESCO

Tesco - lider handlu detalicznego i jeden z największych pracodawców w Polsce. Od lat wspiera szkoły w ramach „Tesco dla Szkół” (www.tescodlaszkol.pl). Firma aktywnie angażuje się w pomoc charytatywną i wsparcie rodzinnych domów dziecka. W 2009 roku Tesco przekazało Fundacji Pomocy Dzieciom Happy Kids 1 milion złotych – dzięki tym funduszom powstał nowy Rodzinny Dom Dziecka w Łodzi. Do 2012 roku w ramach tej współpracy mają powstać 4 kolejne takie placówki.

TOYOTA MOTOR MANUFACTURING POLAND (TMMP)

Fabryka Toyoty w Wałbrzychu dostarcza silniki i skrzynie biegów do modeli samochodów produkowanych w Europie, a także w Afryce. W naszych działaniach zewnętrznych kierujemy się zasadami biznesu, który bierze na siebie odpowiedzialność za skutki prowadzonej działalności. Stąd nasze zaangażowanie w projekty z zakresu ochrony środowiska oraz bezpieczeństwa na drogach. Drugą grupę priorytetów, którymi są obecnie ochrona zdrowia i pomoc społeczna, określamy na podstawie wyników badań prowadzonych wśród mieszkańców regionu wałbrzyskiego. Szczególną wagę staramy się przykładać również do edukacji technicznej.

VIVE TEXTILE RECYCLING

Vive Textile Recycling Sp. z o.o. wspiera Fundację Vive Serce Dzieciom, która realizując projekty, uczy kreatywności i przedsiębiorczości. Wspiera również działania promujące sport. Dzieciom i młodzieży pokazuje, że w każdym wieku można pomagać drugiemu człowiekowi. Przez 6 lat Fundacja wychowała 200 wolontariuszy. Od trzech lat są oni jednocześnie stypendystami Fundacji. Pomagają udzielając korepetycji - w bieżącym roku szkolnym także przez Internet w ramach projektu „E-wolontariat naukowy”. Fundacja nastawiona jest na pozyskiwanie środków z projektów rządowych, samorządowych, strukturalnych. Pozwalają one pomóc ponad 1500 młodym ludziom w roku.

ZAK

Społeczna odpowiedzialność biznesu wpisana jest w strategię ZAK S.A. W 2009 r. wprowadzono w spółce Kodeks Etyczny, który określa zasady postępowania dla pracowników i partnerów handlowych. ZAK S.A. dba o najwyższą jakość produktów, poziom obsługi klienta, ale też o stan oddziaływania na środowisko naturalne, bezpieczne warunki pracy, ochronę zdrowia pracowników. ZAK wspiera istotne dla lokalnej społeczności obszary aktywności jak kultura, sport, szkolnictwo.

Kontakt:

Magdalena Pękacka
Koordynator konkursu Liderzy Filantropii
Forum Darczyńców w Polsce
ul. Sapieżyńska 10a, 00-215 Warszawa
Telefon: +48 22 536 00 45
E-mail: magdap@forumdarczyncow.pl

Organizator konkursu:



Patronat honorowy konkursu:



Audyt procedur konkursowych:



Patroni medialni:

