



# SPIS TREŚCI

## WPROWADZENIE / 3

### Słowo wstępne

– Bożenna Kozakiewicz, Wiceprezes Zarządu Polpharma SA / 3

### Strategia Zrównoważonego Łańcucha Dostaw w Grupie Polpharma

– wywiad z Ewą Kuźniar-Golińską, Koordynatorem Projektu / 4

### Proces wdrożenia zrównoważonego łańcucha dostaw w Grupie Polpharma / 6

### Komentarz ekspercki

– dr Agata Gruszecka-Tieśluk, Forum Odpowiedzialnego Biznesu / 8

## PRZEGLĄD DOBRYCH PRAKTYK / 9

Etyka i zarządzanie 9	Warunki zatrudnienia i prawa pracownicze 19	Bezpieczeństwo i higiena pracy 25	Bezpieczeństwo i jakość produktów oraz badania 31	Środowisko 39
Wprowadzenie do obszaru i wytyczne Kodeksu Postępowania Dostawców Grupy Polpharma / 9	Wprowadzenie do obszaru i wytyczne Kodeksu Postępowania Dostawców Grupy Polpharma / 19	Wprowadzenie do obszaru i wytyczne Kodeksu Postępowania Dostawców Grupy Polpharma / 25	Wprowadzenie do obszaru i wytyczne Kodeksu Postępowania Dostawców Grupy Polpharma / 31	Wprowadzenie do obszaru i wytyczne Kodeksu Postępowania Dostawców Grupy Polpharma / 39
Dobra praktyka Grupy Polpharma / 10	Dobra praktyka Grupy Polpharma / 20	Dobra praktyka Grupy Polpharma / 26	Dobra praktyka Grupy Polpharma / 32	Dobra praktyka Grupy Polpharma / 40
Dobre praktyki Dostawców Grupy Polpharma / 12	Dobre praktyki Dostawców Grupy Polpharma / 22	Dobre praktyki Dostawców Grupy Polpharma / 28	Dobre praktyki Dostawców Grupy Polpharma / 34	Dobre praktyki Dostawców Grupy Polpharma / 42

## ZAKOŃCZENIE / 48



## SZANOWNI PAŃSTWO,

jest mi niezmiernie miło przekazać w Państwa ręce praktyczny przewodnik poświęcony tematyce zrównoważonego łańcucha dostaw.

Zrównoważony łańcuch dostaw jest jednym z istotnych tematów społecznego zaangażowania Grupy Polpharma. Dla nas, jako firmy odpowiedzialnej społecznie, obecnej na wielu międzynarodowych rynkach, staje się on niezbędnym i integralnym elementem prowadzenia biznesu.

Będąc zarówno zleceniodawcą zakupu towarów i usług, jak też dostawcą leków i substancji farmaceutycznych dla innych podmiotów, mamy świadomość znaczenia wysokich standardów w całym łańcuchu wartości. Stale doskonalimy swoje zasady postępowania i propagujemy je wśród swoich kontrahentów.

Fundamentalne dla nas wartości i standardy zawarliśmy w Kodeksie postępowania Dostawców Grupy Polpharma. Dokument ten określa najważniejsze wymagania stawiane naszym Dostawcom w zakresie prowadzenia etycznej i uczciwej działalności, zapewnienia bezpiecznych i higienicznych warunków pracy, poszanowania praw człowieka, odpowiedzialności za jakość produktu oraz środowisko naturalne.

Strategia zrównoważonego łańcucha dostaw, której Kodeks jest integralną częścią, jest wyrazem naszej odpowiedzialności i gotowości do ciągłego podnoszenia standardów zarządzania, w tym zarządzania ryzykiem, w różnych obszarach naszej działalności. To również nasza odpowiedź na oczekiwania wyrażane wobec firm, by aktywnie promowały one i działały na rzecz poszanowania praw człowieka i środowiska naturalnego.

Niniejsza publikacja przybliży zakres opracowanego przez nas Kodeksu, będąc praktycznym wsparciem we wdrażaniu naszych oczekiwań. Przewodnik powstał przy współpracy z Dostawcami Grupy Polpharma. Cieszymy się, że nasi Dostawcy zaangażowali się w budowę zrównoważonego łańcucha dostaw i podzielili się swoimi dobrymi praktykami.

Mam nadzieję, że niniejsza publikacja stanie się dla Państwa inspiracją do podejmowania kolejnych działań na rzecz podnoszenia standardów i promowania tychże w gronie swoich dostawców.

Życząc inspirującej lektury, zachęcam Państwa do dzielenia się refleksjami i pomysłami na to, jak możemy wspólnie działać na rzecz zrównoważonego rozwoju.

**Bożenna Kozakiewicz**  
Wiceprezes Zarządu

# STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ŁAŃCUCHA DOSTAW W GRUPIE POLPHARMA

Wywiad z Ewą Kuźniar-Golińską,  
Koordynator Projektu Zrównoważony Łańcuch Dostaw w Grupie Polpharma

**Spółeczna odpowiedzialność biznesu nie jest nowym tematem w Grupie Polpharma, od lat podejmujecie działania na rzecz społeczeństwa i środowiska. Dlaczego jako firma podjęliście temat zrównoważonego łańcucha dostaw?**

— Budowanie zrównoważonego łańcucha dostaw jest jednym ze zobowiązań podjętych w ramach ogłoszonej w 2015 roku Strategii Społecznej Odpowiedzialności Grupy Polpharma.

Początkowo planowaliśmy opracowanie krótkiego dokumentu, swoistego kodeksu, który określałby nasze oczekiwania wobec Dostawców. W miarę postępu prac, obszar ten rozrastał się i nabierał na znaczeniu, dając nam impuls do tego, by stworzyć kompleksową strategię Zrównoważonego Łańcucha Dostaw, której wspomniany wyżej Kodeks jest jednym z elementów.



**Czy mogłabyś powiedzieć więcej o wypracowanej strategii? Co jeszcze składa się na strategię Zrównoważonego Łańcucha Dostaw?**

— Nasza strategia obejmuje 4 kluczowe obszary: edukacja i zaangażowanie pracowników, edukacja i zaangażowanie dostawców, wpływ i realna zmiana w łańcuchu dostaw oraz rozwiązania systemowe wspierające realizację Strategii. Filarem naszej strategii jest Kodeks postępowania Dostawców Grupy Polpharma. Chcemy współpracować z dostawcami, którzy podzielają nasze wartości i standardy. Dlatego chcemy, aby gotowość do prowadzenia biznesu zgodnie z zapisami naszego Kodeksu stanowił jeden ze wstępnych warunków podjęcia współpracy z naszą Grupą.

**Każda zmiana wiąże się z niepewnością i obawami. W jaki sposób Dostawcy zareagowali na nowe, zwiększone wymagania?**

— Zdawaliśmy sobie sprawę z tego, że wdrożenie Kodeksu bez zaangażowania Dostawców nie ma sensu. Nie chcieliśmy, by nasze standardy były Dostawcom narzucone, dlatego do prac nad kształtem Kodeksu i jego wytycznymi zaprosiliśmy naszych Dostawców, nie tylko z Polski, ale także tych z zagranicy. Od początku prac nad projektem myśleliśmy też o długoterminowych efektach, które chcemy osiągnąć: podnieść jakość zarządzania u dostawców oraz zminimalizować ryzyka w łańcuchu dostaw po naszej stronie. Bardzo ważnym aspektem było – i ciągle jest – budowanie świadomości i edukacja dostawców.

**To znaczy?**

— Zrealizowaliśmy szereg projektów edukacyjnych, poprzez które wyjaśnialiśmy dostawcom nasze oczekiwania i wspieraliśmy ich w realizacji wymagań zawartych w Kodeksie. Rozpoczęliśmy od szeroko zakrojonej komunikacji, skierowanej do wszystkich dostawców. Prezentacja Kodeksu była połączona ze zbieraniem oświadczeń od Dostawców o zapoznaniu się i przestrzeganiu wytycznych Kodeksu. Na stro-

nie internetowej Polpharmy utworzyliśmy sekcję poświęconą zrównoważonemu łańcuchowi dostaw.

W 2016 roku uruchomiliśmy specjalną platformę dla naszych Dostawców. Znajdą oni tam Kodeks Postępowania, najważniejsze informacje, słowniczek pojęć związanych z tematem, najczęściej zadawane pytania. Raz w roku organizujemy szkolenia stacjonarne dla dostawców z Polski, wkrótce planujemy uruchomienie szkoleń e-learningowych.

W przyszłości chcemy objąć Dostawców audytem pod kątem przestrzegania naszych standardów w zakresie ZŁD.

**Projekt wkrótce będzie obchodził drugą rocznicę funkcjonowania. To dobra okazja do podsumowań. Co jest największą wartością Zrównoważonego Łańcucha Dostaw?**

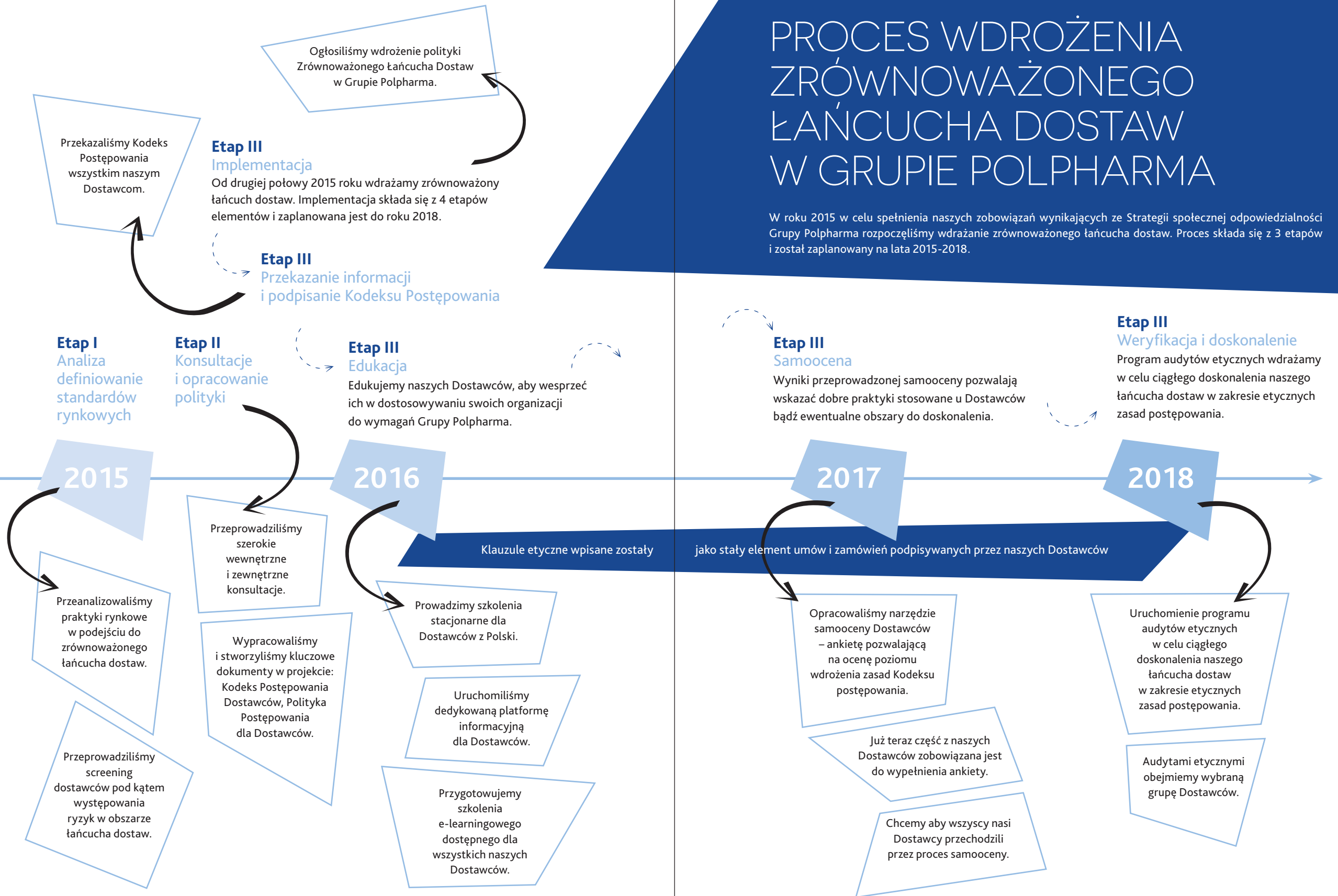
— Przede wszystkim skutecznie realizujemy nasze zobowiązanie zawarte w Strategii CSR. Podejmowane przez nas działania przełożyły się na zmianę myślenia o wadze i roli ryzyka w łańcuchu dostaw. Dodatkowo projekt ten stał się punktem wyjścia do wzmacniania relacji z dostawcami, nie tylko w kontekście jakości dostarczanych produktów i usług, ale także doskonalenia sposobu zarządzania biznesem.

Myślę, że warto podkreślić to, że podejmowane przez nas inicjatywy są również odpowiedzią na oczekiwania naszych klientów. Jeden z naszych klientów, realizując audyt etyczny, dostrzegł i docenił nasze działania, wyróżniając je na tle innych firm z regionu.

Bardzo cieszy nas to, że projekt spotkał się z bardzo dobrym przyjęciem i zainteresowaniem w naszej firmie. W prace zaangażowało się kilkanaście kluczowych osób zatrudnionych w różnych działach. Dzięki temu osiągnęliśmy efekty, których nie osiągnęlibyśmy, realizując projekt tylko w ramach Działu Zakupów.

# PROCES WDROŻENIA ZRÓWNOWAŻONEGO ŁAŃCUCHA DOSTAW W GRUPIE POLPHARMA

W roku 2015 w celu spełnienia naszych zobowiązań wynikających ze Strategii społecznej odpowiedzialności Grupy Polpharma rozpoczęliśmy wdrażanie zrównoważonego łańcucha dostaw. Proces składa się z 3 etapów i został zaplanowany na lata 2015-2018.





## KOMENTARZ EKSPERCKI

W Forum Odpowiedzialnego Biznesu już od 15 lat przyglądamy się dobrym praktykom realizowanym przez firmy z całej Polski z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Na przestrzeni tych lat widzimy nie tylko zmiany w obszarach podejmowanych działań (od tych „zewnętrznych”, ukierunkowanych na społeczność lokalną czy środowisko, do „wewnętrznych” adresowanych do pracowników i współpracowników, poprawiających jakość zarządzania i pracy), ale tych przede wszystkim rosnącą liczbę i inicjatyw z zakresu CSR (w ostatnim raporcie zgromadzonych jest ponad 800 praktyk). Oczywiście poziom realizacji idei w firmach jest nadal bardzo zróżnicowany, jednak już w wielu przypadkach możemy mówić o dużym zrozumieniu koncepcji CSR i rzeczywistym procesie wdrażania jej do modelu biznesowego. Świadczyć o tym mogą pojawiające się strategie CSR silnie powiązane ze strategiami biznesowymi (przykład Polpharmy świetnie ilustruje ten trend), ale także liczne polityki czy kodeksy postępowania, których przykłady możemy poznać również w niniejszej publikacji.

### Komunikacja – wspólne wyzwanie

W przypadku każdego podejmowanego działania, niezależnie do kogo jest adresowane, największe wyzwanie stanowi komunikacja. Zasadniczą rolą komunikacji jest docieranie do konkretnych grup docelowych z jasnym przekazem, co – w towarzyszącym nam na co dzień natłoku informacji – nie jest zadaniem łatwym.

Z drugiej zaś strony komunikacja to także powtarzający się cykl. Winna ona być wiarygodna i rzetelna, aby zachęcała do zaangażowania się, poparcia inicjatywy czy jakiejś innej formy zainteresowania. Na wiarygodności buduje się bowiem zaufanie do intencji podejmowanych działań, zaufanie do ludzi stojącymi za daną inicjatywą, a co za tym idzie do organizacji. Z kolei za wiarygodnością stoją nie słowa, lecz konsekwentnie podejmowane działania. I koło się zamyka.

Z pewnością zapoznając się z tymi praktykami warto zwrócić uwagę na spójność działań z profilem firmy (czy organizacja zna się na temacie, czy rzeczywiście może mieć realny wpływ na dany problem, czy raczej jest to tylko działanie „upiększające” jej wizerunek). Na uwagę zasługują również działania długoterminowe, konsekwentnie podejmowane i ulepszane lub też takie, które zostały sformalizowane pod postacią kodeksu, polityki czy innego dokumentu. Jest to bowiem „zobowiązanie – do odpowiedzialnego działania na rzecz przedsiębiorstwa – ale także instytucjonalna ochrona, drogowskaz wspierający w trudnych etycznie sytuacjach” (cytat zaczerpnięty z opisu inicjatywy firmy Remondis).

Zostałam poproszona o wyróżnienie tych praktyk, które moim zdaniem zasługują na szczególną uwagę. Nie było to zadanie łatwe, ponieważ są to inicjatywy, których nie sposób porównać do siebie.

**dr Agata Gruszecka-Tieśluk,**  
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

## ZARZĄDZANIE I ETYKA

Etyczne prowadzenie biznesu jest jednym z trzech filarów społecznej odpowiedzialności Grupy Polpharma. Opiera się ono na naszych wartościach: szacunku, uczciwości, odpowiedzialności, solidarności i współpracy. Zobowiązujemy się do przestrzegania najwyższych standardów działania, z uwzględnieniem potrzeb pracowników, pacjentów i uczestników sektora opieki zdrowotnej. Troszczymy się również o środowisko naturalne.

Ramy naszego działania wyznacza Kodeks Etyki Grupy Polpharma, wypracowany w 2014 roku przy zaangażowaniu blisko 2000 pracowników. Stale umacniamy naszą kulturę etyczną m.in. poprzez regularne szkolenia oraz promowanie i premiowanie zasad etycznych na co dzień.

Chcemy współpracować z dostawcami, którzy dzielą nasze wartości i zasady etyczne. Spójne standardy respektowane w ramach łańcucha dostaw stanowią gwarancję jakości i bezpieczeństwa naszych produktów, pełniąc jednocześnie ważną rolę w zrównoważonym rozwoju.

Kodeks Postępowania Dostawców Grupy Polpharma zobowiązuje naszych dostawców do prowadzenia działalności zgodnie z ogólnie przyjętymi normami etycznego biznesu, ze szczególnym uwzględnieniem następujących zasad:

- uczciwość i odpowiedzialność w działaniu,
- przeciwdziałanie korupcji we wszelkich jej przejawach,
- zapobieganie i unikanie sytuacji sprzyjających powstaniu konfliktu interesów,
- zarządzanie ryzykiem,
- zrównoważony rozwój.

# URUCHOMIENIE PROGRAMU ETYCZNEGO I WYPRACOWANIE KODEKSU ETYKI

### OPIS

**Podkreśleniem fundamentalnego znaczenia etyki dla funkcjonowania i zrównoważonego rozwoju Grupy Polpharma jest zainicjowany w 2013 roku Program Etyczny. Jego kompleksowe i efektywne działanie zapewnia pięć wzajemnie powiązanych elementów.**



Najważniejszym elementem Programu Etycznego jest Kodeks Etyki Grupy Polpharma. W jego stworzenie zaangażowało się blisko 2000 pracowników Grupy, wypełniając kwestionariusze etyczne i uczestnicząc w spotkaniach konsultacyjnych. Dzięki temu Kodeks Etyki Grupy Polpharma odzwierciedla w znacznej mierze nasze własne wartości i przekonania. Wierzymy, że będzie on powszechnie akceptowany i przestrzegany. Kodeks Etyki dotyczy każdego pracownika Grupy Polpharma, niezależnie od zajmowanego stanowiska czy pełnionej funkcji. Jest naszym wspólnym zobowiązaniem do działania w zgodzie z najwyższymi standardami w relacjach ze współpracownikami, partnerami biznesowymi, klientami i szeroko pojętym otoczeniem firmy.

W Kodeksie ujęte zostały fundamentalne dla nas zasady, takie jak poszanowanie praw człowieka, przestrzeganie zakazu zatrudniania dzieci i pracy przy- musowej, stosowanie reguł uczciwej konkurencji, w tym zapewnienie zgodności działań reklamowych i promocyjnych z obowiązującym prawem, przeciwdziałanie korupcji, konfliktom interesów oraz ochrona środowiska. Ponadto Kodeks Etyki normuje takie obszary, jak rola przełożonych w utrwalaniu pożąda-

nej kultury etycznej, relacje ze współpracownikami oraz partnerami biznesowymi, postępowanie w sytuacjach etycznie wątpliwych i zgłaszanie naruszeń.

### WYZWANIA

Tworzenie Kodeksu Etycznego w ramach szerokich konsultacji, przy tak dużym zaangażowaniu pracowników, stanowiło duże wyzwanie. W trwające ponad półtora roku prace włączyło się blisko 2000 pracowników reprezentujących różne lokalizacje Grupy Polpharma, w tym najwyższe kierownictwo firmy. Pracom nad Kodeksem towarzyszyły intensywne działania komunikacyjne i edukacyjne. Łącznie zorganizowano prawie 20 spotkań z pracownikami w Polsce i za granicą.

Wspólne prace nad Programem Etycznym zintegrowały nasz zespół wokół tych samych wartości i wzmocniły świadomość etyczną naszych pracowników. Wszyscy wiemy jak ważną rolę pełni etyka nie tylko w relacjach z pracownikami, ale także w relacjach z otoczeniem biznesowym, pacjentami, pracownikami i podmiotami ochrony zdrowia, społecznościami lokalnymi, jak również w podejściu do eksploatacji środowiska naturalnego. Program Etyczny – w tym najważniejszy jego element, czyli Kodeks Etyki Grupy Polpharma powodują, że wszyscy, niezależnie od lokalizacji i stanowiska, kierujemy się tymi samymi wartościami i podejmujemy decyzje w oparciu o podobnie rozumiane zasady i normy etyczne. Nad przestrzeganiem zasad opisanych w Kodeksie Etyki Grupy Polpharma czuwa powołany w ramach Programu Etycznego Compliance Officer.

— *W tak rozległej i zróżnicowanej strukturze przedsiębiorstwa, z jaką mamy do czynienia w Grupie Polpharma, niezwykle ważną rolę odgrywa fundament wspólnych wartości etycznych. Mimo często odmiennych tradycji, które przed laty ukształtowały poszczególne spółki oraz różnej kultury prowadzenia biznesu w krajach, w których działamy, mamy poczucie, że jest to czynnik uniwersalny, który nas spaja. System wartości etycznych ustanowiony w Kodeksie Etyki Grupy Polpharma stanowią: szacunek, uczciwość, odpowiedzialność, solidarność i współpraca. Tomasz Moys, Wiceprezes Zarządu Polpharma SA, Prezes Zarządu Polfy Warszawa SA, Członek Komitetu Sterującego ds. ustanowienia Programu Etycznego w Grupie Polpharma*

### Miejsce na notatki

Lined writing area for notes, with a pen icon at the top right.

# OCHRONA DZIECI I MŁODZIEŻY PRZED WYKORZYSTYWANIEM SEKSUALNYM W TURYSTYCE

Orbis, jako pierwsza grupa hotelowa w Polsce, włączyła się w walkę z problemem wykorzystywania seksualnego dzieci w turystyce. Akcja ma na celu podnoszenie świadomości społeczeństwa, inicjowanie oraz wdrażanie działań, które przeciwdziałają tej formie krzywdzenia małoletnich.

## OPIS

Ochrona praw dzieci jest jednym z zobowiązań firmy Orbis – lidera polskiego rynku hotelarskiego – podjętych w ramach strategii zrównoważonego rozwoju Planet 21. Zainicjowanie w 2012 roku współpracy z Komendantem Głównym Policji i Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę oraz podpisanie Kodeksu Postępowania jest odpowiedzią na narastający, wraz z rozwojem turystyki, problem wykorzystywania seksualnego dzieci i młodzieży.

Przełomowy dla polskiej branży turystycznej dokument podpisano w wyniku współpracy interdyscyplinarnej, trójstronnego zaangażowania i wspólnych perspektyw propagowania dobrych praktyk w zakresie przeciwdziałania krzywdzeniu dzieci. Jego zapisy są spójne z Kodeksem Postępowania powstałym w 1998 roku z inicjatywy międzynarodowej organizacji ECPAT – sieci organizacji pozarządowych podejmujących działania w celu wyeliminowania problemu dziecięcej prostytucji, dziecięcej pornografii i handlu dziećmi do celów komercyjnego wykorzystywania. W Polsce ECPAT reprezentuje Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę.

## WYZWANIA

Przyjęcie Kodeksu pociągało za sobą szereg działań wewnętrznych. Orbis ustanowił m.in. wewnętrzną politykę przeciwdziałania wykorzystywaniu seksualnemu dzieci i objął personel hotelowy cyklicznymi szkoleniami. Umowy z dostawcami zostały uzupełnione o klauzulę informującą o działaniach podejmowanych przeciwko turystyce seksualnej. Firma prowadzi także działania prewencyjne i edukacyjne – poprzez różnorodne narzędzia informuje turystów i edukuje o problemie. W społecznościach Orbis współpracuje z instytucjami, firmami i osobami, które stykają się z problemem w lokalnej społeczności (Policją, tak-sówkarczami, właścicielami barów, itp.).

## KORZYŚCI

Kompleksowy program pozwolił już uratować dzieciństwo kilkorgu dzieci. Równie istotne są jego długofalowe korzyści: budowanie świadomości skali bardzo negatywnego zjawiska społecznego i pokazania realnych możliwości przeciwdziałania nieszczęściu dzieci. Dobra praktyka zainicjowana przez lidera branży i realizowana przy współpracy z lo-



kalnymi partnerami ma szansę stać się standardem postępowania dla odpowiedzialnych firm hotelarsko-turystycznych, zwiększając efektywność działań edukacyjnych i prewencyjnych.

*Ochrona dzieci stanowi jedno z naszych zobowiązań w programie Planet 21 na rzecz zrównoważonego rozwoju. Jako największa sieć hotelowa w kraju i Europie Wschodniej, dajemy przykład w tworzeniu dobrych praktyk w hotelarstwie, które pomagają w zwalczaniu negatywnych zjawisk społecznych. Wspólnie z naszymi partnerami będziemy edukować i informować, aby zwiększać świadomość społeczeństwa i działać prewencyjnie na rzecz ochrony nieletnich. Gilles Clavie, Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny Grupy Orbis*

# KODEKS ETYCZNY DOSTAWCÓW LYRECO

★ WYRÓŻNIENIE FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Pasja, perfekcja, szacunek i sprawność – to wartości, na których zawsze był oparty rozwój Lyreco. Analogicznego podejścia i wysokich standardów etycznych firma oczekuje od swoich dostawców.

## OPIS

W 2004 roku firma Lyreco przystąpiła do Global Compact – inicjatywy Narodów Zjednoczonych na rzecz odpowiedzialnego biznesu, praw człowieka, praw pracowniczych, ochrony środowiska i zwalczania korupcji. Zasady Global Compact stanowią podstawę relacji firmy z dostawcami i fundament Kodeksu Etycznego dostawców. Zgodnie z jego zapisami Lyreco oczekuje od swoich dostawców, że będą prowadzić interesy w sposób zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, przestrzegając wszystkich obowiązujących przepisów prawa, w tym przepisów dotyczących zatrudnienia, praw człowieka, ochrony środowiska oraz zdrowia i bezpieczeństwa.

Preferowaną formą wyboru dostawcy Lyreco jest przetarg. Każdy dostawca, który chce uczestniczyć w składaniu ofert, musi zobowiązać się do przestrzegania podstawowych zasad Kodeksu Etycznego do-

stawców Lyreco i podpisać oficjalną deklarację. Odmawiający przestrzegania postanowień tego dokumentu nie mogą uczestniczyć w procesie wyboru.

Ponadto po zakończeniu postępowania składania ofert/przetargu zawarta umowa musi zawierać w swojej treści oświadczenie dotyczące zapoznania się z Kodeksem. Dostawa zobowiązuje się również do akceptacji zasad etycznych w nim zawartych oraz zobowiązuje się ściśle i rygorystycznie ich przestrzegać.

## NAJWIĘKSZE WYZWANIA

Firma Lyreco dołożyła starań, by wprowadzane zasady objęły wszystkich dostawców, współpracujących z każdym z departamentów spółki. W celu upowszechnienia i pełnego zrozumienia zasad postawiono na cykliczną komunikację zasad kodeksu etycznego (intranet, szkolenia), zarówno dla pracowników, jak i dostawców. W poszczególnych departamentach były prezentowane



wyniki audytów przyjęcia Kodeksu Etycznego przez dostawców oraz informacje na temat działań korygujących i zapobiegawczych.

## KORZYŚCI

Kodeks Etyczny dostawców daje firmie Lyreco pewność, że współpracujące z nią podmioty podzielają fundamentalne dla Lyreco wartości. Najwyższe standardy w ramach łańcucha dostaw przełożyły się na podniesienie konkurencyjności firmy oraz wzmocnienie wizerunku Lyreco w branży i poza nią. Kodeks pozwolił także na ulepszenie systemu zarządzania w zakresie współpracy z dostawcami.

*Tylko wdrożona zasada „wzajemności etycznej” pozwala na bardziej efektywną i dającą większe korzyści finansowe współpracę. Dotyczy to relacji pomiędzy wszystkimi uczestnikami tego „ekosystemu”, czyli przedsiębiorstwem, naszymi Klientami i dostawcami. Piotr Mirosław, Prezes Zarządu LYRECO Polska S.A.*

## Miejsce na notatki

---



---



---



---



---



---





# KODEKS POSTĘPOWANIA / CORPORATE COMPLIANCE

Międzynarodowa firma Remondis stawia na zrównoważony rozwój, priorytetowo traktując zgodność działania z wymogami etycznymi i prawnymi. Kodeks Postępowania zapewnia pracownikom zaufanie i rozwija poczucie odpowiedzialności.

## OPIS

REMONDIS jest międzynarodową firmą działającą w segmencie usług komunalnych, m.in. zarządzania odpadami. Ponad 32 tys. pracowników firmy działa na rzecz ponad 30 milionów mieszkańców w 33 krajach świata. Wychodząc z założenia, że każdy pracownik poprzez swoje działania współtworzy wizerunek firmy i kształtuje jej wpływ na otoczenie, REMONDIS przykłada szczególną wagę do kwestii *corporate compliance*, czyli zgodności działania z wymogami etycznymi i prawnymi.

Przejawem odpowiedzialnego podejścia do tego obszaru jest Kodeks Postępowania obejmujący wszystkich pracowników Remondis. Dokument w jasny i czytelny sposób przedstawia zasady i najważniejsze aspekty *corporate compliance*: uczciwą konkurencję (m.in. zakaz zabronionych porozumień kartelowych), integralność w transakcjach handlowych (bez korupcji), zapobieganie konfliktom intere-

sów, współpracę z władzami oraz bezkompromisowe przestrzeganie praw człowieka i uczciwe warunki pracy. Kodeks objaśnia ponadto konsekwencje działań niezgodnych z wytycznymi *corporate compliance* dla przedsiębiorstwa oraz zasady zgłaszania naruszeń i postępowania wobec pracowników, którzy naruszyli zasady Kodeksu.

## WYZWANIA

Działalność na wolnym rynku usług komunalnych w warunkach zaostrożonej konkurencji sprawia, że nie zawsze aspekty czysto środowiskowe (np. polityka „zero składowania” czy przechodzenie na wyższe metody zagospodarowania odpadów) przebijają się do potencjalnych klientów, kierujących się wyłączenie kryterium cenowym. Przy bardzo rozbudowanej strukturze zatrudnienia dużym wyzwaniem jest również ciągłe doskonalenie i okresowa weryfikacja przestrzegania wszystkich zasad przez poszczególnych pracowników.

## KORZYŚCI

Kodeks Postępowania i zasady *corporate compliance* zapewniły każdemu z pracowników czytelne ramy codziennego działania, wspierając ich w wyborze właściwego sposobu postępowania. To z jednej strony zobowiązanie – do odpowiedzialnego działania na rzecz dobra przedsiębiorstwa – ale także instytucjonalna ochrona, drogowskaz wspierający w trudnych etycznie sytuacjach.

*Na firmie REMONDIS, będącej liderem na rynku usług w zakresie gospodarki odpadami, ciąży w jakimś stopniu odpowiedzialność za wizerunek całej branży. Nasza strategia ukierunkowana na bycie zaufanym partnerem biznesowym dla największych firm przemysłowych w Polsce zobowiązuje nas do tego, aby, we współpracy z nimi, budować standardy dla biznesu. W związku z tym nasze praktyki podlegają bieżącej weryfikacji i ciągłemu doskonaleniu – pod wpływem zmian prawa oraz wyczerlenia na potrzeby kreowania standardów. dr Marek Gębski, Członek Zarządu*

Miejsce na notatki



# KODEKS ODPOWIEDZIALNEGO I ETYCZNEGO BIZNESU

Przyjęty Kodeks jest wyrazem postawy, której firma jest wierna od lat: swój rozwój opiera ona na społecznej odpowiedzialności, bezstronności, etyce, przestrzeganiu przepisów prawa, bezpieczeństwie pracowników oraz promocji zachowań proekologicznych.

## OPIS

Podpoznajska spółka specjalizuje się w druku i produkcji artykułów reklamowych z papieru. Poprzez stworzenie Kodeksu Odpowiedzialnego i Etycznego Biznesu chciała podkreślić, że jest organizacją dojrzałą, stabilną i godną zaufania. Kodeks zawiera sprawiedliwe, jasno określone zasady, którymi spółka kieruje się na co dzień; są one spójne z wewnętrznymi wymaganiami oraz uregulowaniami prawnymi. Realizację swoich zobowiązań wobec interesariuszy Concept opiera na bezpieczeństwie informacji i otwartości na współpracę.

Kodeks zawiera również opis podejścia firmy do zrównoważonego rozwoju, przy świadomości wpływu na rozwój społeczno-ekonomiczny swojego regionu. Firma zapisami Kodeksu potwierdziła zobowiązanie do przestrzegania przepisów podatkowych i regulacji obowiązujących w krajach, w których działa oraz uwzględniania różnic kulturowych i lokalnych uwarunkowań. Uczciwe praktyki biznesowe realizowane na trzech podstawowych płaszczy-

znach: przeciwdziałanie korupcji, uczciwa konkurencja oraz uczciwy marketing. Firma przykłada także ogromną wagę do godnych warunków pracy – w tym wynagrodzenia i godzin pracy oraz m.in. ochrony macierzyństwa i możliwości łączenia pracy z obowiązkami rodzinnymi.

## WYZWANIA

Jednym z największych wyzwań było podejście do wyboru metody przeprowadzenia i wdrożenia całego procesu. Założeniem było, aby Kodeks oraz polityka firmy były zgodne z wytycznymi International Labour Organization, United Nation of Global Compact, Social Accountability International oraz Sedex. Istotne były również uzgodnienia w zakresie prawa polskiego. Pomocne okazało się wsparcie zewnętrznych ekspertów i doradców.

## KORZYŚCI

W ocenie spółki korzyści przerosły oczekiwania związane z projektem.

Pozytywne zmiany objęły zarówno relacje wewnątrz przedsiębiorstwa, jak i kontakty zewnętrzne.

Wysoki poziom realizacji założonych celów zapewnił firmie uznanie organizacji Sedex. Prestiżowa „pieczęć” ma ogromne znaczenie w branży, w której CSR odgrywa ważną rolę. Jak podaje firma, zdarzyło się już kilkukrotnie, że to właśnie wysokie, potwierdzone standardy etyczne zdecydowały o złożeniu przez klientów zamówienia na produkcję.

*Znajdujemy się w stosunkowo nielicznej grupie producentów i dostawców branży reklamowej, którzy wytwarzają swoje produkty w Europie. Zdecydowana większość artykułów reklamowych produkowana jest w Azji, gdzie kwestia respektowania praw człowieka jest często obiektem naruszeń. Dlatego czujemy się zobowiązani do podejmowania działań i szczególnej troski w zakresie przestrzegania praw człowieka. Jest to nie tylko naturalną konsekwencją obowiązku respektowania prawa, ale również chęcią podniesienia konkurencyjności naszych wyrobów poprzez wskazanie na fakt, iż ich produkcja odbywa się w środowisku w pełni respektującym prawa człowieka i pracownika. Maciej Maćkowiak, Dyrektor ds. Handlowych*

Miejsce na notatki



## STARA MYDLARNIA

# VOICE OF CUSTOMER/ GOAL SEEKING APPROACH

Stara Mydlarnia  
www.staramydlarnia.pl

Głos konsumenta jest najważniejszy – to przekonanie skłoniło właścicieli cenionego sklepu on-line do rewolucji w systemie zarządzania relacjami z klientami. Zmiany zostały podyktowane przede wszystkim chęcią wzrostu satysfakcji klientów, ale także poprawą efektywności działania firmy oraz jej wpływu na środowisko naturalne.

### OPIS

Nowy sklep on-line i kryjący się za nim nowoczesny system składania i obsługi zamówień opiera się na zasadzie one-click. Sklep „podąża” za klientem, ucząc się jego wyborów i ułatwiając podejmowanie kolejnych decyzji. Komunikacja z klientem obejmuje także maile czy wiadomości SMS o statusie zamówienia.

Decyzja zakupowa klienta uruchamia sekwencję automatycznych działań także po stronie obsługi zamówienia: od wygenerowania polecenia płatności i historii płatności danego klienta przez zainicjowanie działań na magazynie po wysyłkę kompletu dokumentów do klienta (faktura, paragon, etc). Wdrożenie zapewnia samokontrolę na wszystkich elementach procesu obsługi, pozwala również na zaawansowaną analitykę zarządzającą (z takimi możliwościami, jak priorytetyzacja zleceń czy chronometraż pracy pracowników na magazynie).

Wiąże się także z w pełni elektronicznym obiegiem dokumentów, co eliminuje ryzyko błędów ludzkich i pozytywnie wpływa na środowisko naturalne.

W projekt zaangażowani byli pracownicy reprezentujący wszystkie obszary funkcjonalne firmy oraz jej kluczowi partnerzy (m.in. bank obsługujący płatności masowe, dostawca rozwiązania sklepu oraz operatorzy logistyczni).

### WYZWANIA

Firma położyła duży nacisk na zmianę nawyków i świadomości pracowników. Otwarta komunikacja, spotkania i szkolenia pozwoliły rozwiązać obawy związane ze zmianą. Nowe procesy zostały zmapowane, pracownicy poznali „fotografię” dnia pracy i chronometraż porównawczy. O płynne przejście zespołów do nowego systemu zadbał także liderzy zmian.

### KORZYŚCI

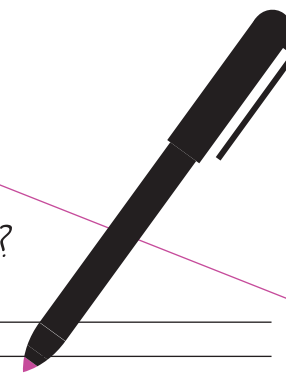
Pełna diagnoza wpływu wdrożenia jest w trakcie opracowywania, ale codzienne funkcjonowanie sklepu potwierdza, że wyjściowe założenia zostały osiągnięte: skrócił się znacząco czas kompletowania i wysyłki paczek, wyeliminowano lub skrócono zbędne operacje i przebiegi oraz błędy asortymentowe i ilościowe. Klienci są objęci wysokiej jakości komunikacją reklamacyjną i posprzedażową.

*Stara Mydlarnia to producent kosmetyków naturalnych do pielęgnacji twarzy, ciała i włosów ze starannie dobranymi składnikami, w większości pochodzenia naturalnego. Chcąc spełniać standardy dobrych praktyk, wprowadziliśmy model składania zamówień aktywizujący zlecenie magazynowe, zbieranie, pakowanie, wystawianie dokumentów, weryfikację płatności i przygotowanie spersonalizowanej przesyłki, aby maksymalnie skrócić proces od momentu wyboru i zakupu produktu do otrzymania gotowego zamówienia. Sylwia Brzuska, Właścicielka*

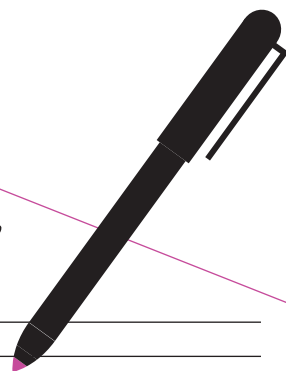
### Miejsce na notatki



Jakie działania są prowadzone w Twojej firmie?  
Jakie rozwiązania można wdrożyć?



Jakie działania są prowadzone w Twojej firmie?  
Jakie rozwiązania można wdrożyć?



## WARUNKI ZATRUDNIENIA I PRAWA PRACOWNICZE

Ludzie są naszą siłą. To fundamentalne przekonanie znajduje odzwierciedlenie w odpowiedzialnym podejściu do zarządzania kapitałem ludzkim w Grupie Polpharma. Za oczywiste uważamy przestrzeganie obowiązującego prawa, regulacji oraz norm dotyczących równego i obiektywnego traktowania pracowników. Dokładamy wszelkich starań, by Polpharma była dla naszych obecnych i potencjalnych pracowników pracodawcą z wyboru.

Tworzymy środowisko, w którym każdy pracownik jest szanowany i doceniany oraz może w pełni realizować swój potencjał. Zapewniamy przyjazne, twórcze miejsce pracy, konkurencyjne zasady wynagradzania, szerokie możliwości rozwoju zawodowego oraz kompleksowy program dodatkowych świadczeń. Ceniemy i pielęgnujemy różnorodność, upatrując w niej jedną z dźwigni zrównoważonego rozwoju.

Promując najlepsze praktyki zarządzania kapitałem ludzkim, cenimy dostawców, którzy – podobnie jak my – stawiają pracowników w centrum swojej uwagi. Warunkiem współpracy jest przestrzeganie zapisów Kodeksu, który w odniesieniu do kwestii praw pracowniczych zobowiązuje dostawców do:

- respektowania przepisów dotyczących prac dzieci i nieletnich,
- zapewnienia swobody wyboru zatrudnienia,
- przestrzegania zasad równości i przeciwdziałania dyskryminacji,
- przejrzystego uregulowania stosunku pracy, wynagrodzeń i godzin pracy,
- zapewnienia swobody zrzeszania,
- tworzenia pracownikom warunków do ciągłego doskonalenia zawodowego.

# KONKURSY I PROGRAMY MOTYWACYJNE



## OPIS

Jesteśmy przekonani, że odpowiedzialny, zrównoważony rozwój nie może być jedynie zapisem w strategii – w ciągłe doskonalenie organizacji winni być włączeni na szeroką skalę pracownicy, świadomi współodpowiedzialności za otoczenie. Zgodnie z tym założeniem, zachęcamy pracowników do inicjowania i wdrażania dobrych praktyk CSR, a nasz przejrzysty i jasny system motywacyjny nastawiony jest na premiovanie zaangażowania, innowacyjności oraz postępowania zgodnego z naszym systemem wartości.

W historię naszej firmy wpisały się organizowane od lat konkursy:

- **Nagroda Bursztynowego Galena** – najważniejsze wyróżnienie dla osób i zespołów, które osiągają znakomite wyniki, wykazują wyjątkową postawę oraz najpełniej realizują firmowe wartości;
- **Innowacyjność Roku** – konkurs na innowacje procesowe, produktowe czy organizacyjne zgłaszane przez pracowników;
- **Kaizen** – konkurs wzmacniający kulturę ciągłych, drobnych usprawnień w codziennej pracy;
- **Program Zielony Proces** – konkurs promujący inicjatywy przyjazne środowisku i wpisujące się w ideę zrównoważonego rozwoju;
- **Program Wyróżnień** – podziękowanie za ponadstandardowy wysiłek pracowników; przyznawane przez przetożonych punkty są wymieniane na atrakcyjne nagrody.

## WYZWANIA

W Grupie Polpharma funkcjonuje wiele konkursów i programów motywacyjnych, skierowanych do pracowników w różnych lokalizacjach. Przy tak dużej liczbie i skali prowadzonych inicjatyw wyzwaniem jest odpowiednie zarządzanie projektami i komunikacja z pracownikami. Z uwagi na wieloletni, cykliczny charakter konkursów i programów wkładamy dużo pracy w utrzymanie zainteresowania i zaangażowania pracowników w konkursy. Wyzwaniem jest także właściwy wybór praktyk i osób zgłaszanych do konkursów, dlatego w Grupie Polpharma funkcjonują jasno określone procedury wyboru w tym zakresie.

## KORZYŚCI

Poczucie sprawstwa i współodpowiedzialności za kierunki rozwoju naszej firmy, przy jednoczesnym nagradzaniu osób charakteryzującym się ponadprzeciętnymi wynikami i innowacyjnością, silnie wpływa na satysfakcję z pracy, zaangażowanie i lojalność. Jakościowe korzyści płynące z doceniania inicjatywy pracowników w długiej perspektywie przekładają się na wzmocnienie naszej przewagi konkurencyjnej. Istotne znaczenie mają także efekty ilościowe: organizowane konkursy przynoszą wymierne oszczędności. Przykładowo, w latach 2013-2014 korzyści z pomysłów realizowanych w latach 2013-2014 w ramach Kaizen zaowocowały ponad 1 mln oszczędności; inicjatywy wdrażane w ramach programu Zielony Proces pozwoliły zaoszczędzić prawie 7 mln zł.

**KAIZEN:  
DROBNE  
USPRAWNIENIA  
Z WIELKĄ KORZYŚCIĄ**  
(ŁĄCZNE WYNIKI Z LAT 2013-2014)

**1359**

Liczba zgłoszonych pomysłów

**972**

Liczba zaakceptowanych pomysłów

Korzyści:

**1 117 612**  
**PLN**

Wartość 8 kluczowych pomysłów

**30**



inicjatyw pracowniczych zostało zgłoszonych do Nagrody Zielony Proces, przynosząc oszczędności w wysokości prawie **7 mln zł**

Miejsce na notatki

---



---



---



---

## SEQUENCE

# POPRAWA ZARZĄDZANIA NA PODSTAWIE OPINII PRACOWNIKÓW

### ★ WYRÓŻNIENIE FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Zmiany organizacyjne nastawione na wzrost efektywności przyniosą oczekiwane efekty wtedy, gdy pracownicy nie tylko rozumieją ich sens, ale także mają możliwość współdecydowania o wyborze najbardziej optymalnych dróg dojścia do wspólnego celu. Właśnie tak działa warszawska firma Sequence.

#### OPIS

Warszawska spółka Sequence od 15 lat specjalizuje się w doradztwie i analizie danych dla sektora ochrony zdrowia. 40-osobowy zespół firmy, złożony z doświadczonych lekarzy, ekonomistów i badaczy, wspiera klientów m.in. w budowaniu strategii, zarządzaniu sprzedażą oraz rozwoju portfolio produktów i usług.

W 2014 roku Sequence zdecydowało się na usprawnienie pracy zespołów projektowych poprzez m.in. zdefiniowanie ról oraz obowiązków Kierowników i Sprzedawców. Zmiana objęła także wprowadzenie dodatkowych narzędzi, m.in. „przeładowarki” projektów, porządkującej i pozwalającej wyznaczać oraz monitorować punkty kontrolne realizacji zadań.

Rok po wdrożeniu firma postanowiła sprawdzić, czy obrany model funkcjonuje optymalnie. O głos poproszono osoby, które wiedzą o nim najlepiej – pracowników, któ-

rzy na co dzień doświadczają efektów wprowadzonej zmiany. Szczegółowe wywiady przeprowadzono z 11 pracownikami pełniącymi różne funkcje i reprezentujących różne stopnie firmowej hierarchii. Diagnoza odpowiedzi pozwoliła opracować listę kilkunastu kroków do poprawy oraz schemat realizacji usprawnień.

#### WYZWANIA

Uzyskanie pełnego obrazu efektów wprowadzonych zmian wymagało efektywnej koordynacji realizacji wywiadów na wszystkich poziomach i we wszystkich działach firmy. Udało się to osiągnąć, sięgając po metodykę sprawdzoną w realizacji projektów dla klientów – z planem działania, harmonogramem, regularnym raportowaniem.

#### KORZYŚCI

Włączenie pracowników w proces optymalizacji funkcjonowania ze-

społów projektowych przyniosło zwiększenie zaangażowania pracowników – poprzez potwierdzenie, że mają oni realny wpływ na kluczowe aspekty zarządzania firmą. Projekt pozwolił również uzyskać bogaty katalog opinii i najważniejszych problemów, z którymi zmagają się pracownicy. Sequence jest obecnie w procesie łączenia z firmą PharmaExpert Sp. z o.o. Od 1 grudnia formalnie będzie funkcjonować pod nową nazwą. Jednak informacje zebrane od pracowników będą uwzględniane przy kolejnych zmianach organizacyjnych, w tym w realizowanym właśnie połączeniu Sequence z firmą PharmaExpert.

*Zespół Sequence to ludzie dojrzały, dobrze wykształceni i kreatywni. Dlatego Zarząd zaprosił Zespół do regularnej oceny funkcjonowania firmy i proponowania zmian. Dzięki zastosowaniu opisanej praktyki Zarząd uzyskał cenny wgląd w funkcjonowanie firmy z perspektywy osób, które w praktyce realizują zmianę zarządzającą. Stefan Bogusławski, Partner Zarządzający.*

Sequence  
FUTURE EXPLAINED

## EXTEND VISION

# W ZDROWYM CIELE ZDROWY DUCH

  
**Extend Vision**  
www.wystawa.pl

Krakowska firma oferuje kompleksowe usługi zabudowy targowej, kongresowej i konferencyjnej na rynku polskim i międzynarodowym. Równie kompleksowo Extend Vision podchodzi do kwestii profilaktyki zdrowotnej oraz promocji zrównoważonej diety i aktywności fizycznej wśród swoich pracowników.

#### OPIS

Inicjatywy aktywizujące organizowane w Extend Vision spaja hasło programu: „W zdrowym ciele zdrowy duch”. Podejmowanymi działaniami firma pokazuje, że profilaktyka realnie przekłada się nie tylko na lepsze wykonywanie obowiązków zawodowych, ale – jako instrument kreowania wizerunku firmy – przyczynia się do rozwoju całej organizacji.

W ramach licznych działań prozdrowotnych Extend Vision propaguje bieganie (uczestniczy, także od strony organizacyjnej, m.in. w biegu Business Run), dofinansowuje program Multisport, wspiera pracowników grających regularnie w piłkę nożną w ramach Biznes Ligi. Popularyzuje jazdę na rowerze oraz sporty zimowe (także w formie firmowych wyjazdów). Pracownicy mają ponadto dostęp do zdrowych przekąsek

– owoców i warzyw sezonowych. Firma sponsoruje również masaże kręgosłupa. Program jest ciągle rozwijany i dostosowywany do potrzeb pracowników, z uwzględnieniem poszanowania wartości oraz różnorodności każdego z jej uczestników.

#### WYZWANIA

Największe wyzwanie to różnorodność pracowników. Kultura firmy oparta jest na otwartości i dialogu, dzięki czemu stale rodzą się nowe, ciekawe pomysły. Z wieloma inicjatywami, także prozdrowotnymi, wychodzą sami pracownicy, co umacnia ich poczucie współodpowiedzialności za działania firmy. Priorytetem jest pełna zrozumienia komunikacja oraz wzajemny szacunek.

#### KORZYŚCI

W związku z szerokim zainteresowaniem pracowników, program „W zdrowym ciele zdrowy duch” sukcesywnie ewoluuje. Przeżył się on na wydajność, efektywność pracy, pozytywne relacje międzyludzkie, poszanowanie wartości, integrację pracowników, a także wzrost ich motywacji i samooceny, przez co również ma wpływ na rozwój całej firmy.

*Mamy świadomość, że najwyższą wartością dla firmy Extend Vision są ludzie. Dlatego dbałość o pracowników jest dla Zarządu priorytetem. Poza przestrzeganiem prawa pracy, warunków i praw pracowniczych, staramy się wspólnie wypracowywać najlepsze praktyki, w tym także, w godzeniu życia zawodowego z rodzinnym. Osiągnięta równowaga jest nieoceniona w relacjach pracownicy – firma. Robert Jurczak, Prezes Zarządu*


Miejsce na notatki

---

---

---

---



Miejsce na notatki

---

---

---

---

---

---

---



# „EGZOTYCZNY” SYSTEM NAGRÓD DLA PRACOWNIKÓW

Egzotyczne wycieczki i inne atrakcyjne bonusy zarezerwowane są najczęściej dla najlepszych sprzedawców. Bytomska firma swoim unikalnym programem premiowym przekonuje, że na jakość i satysfakcję klientów składa się zaangażowanie każdego pracownika.

## OPIS

Viva Plus jest liderem na rynku długopisów reklamowych. W firmie już od kilku lat obowiązuje system premiowania pracowników w postaci zaproszeń do uczestnictwa w egzotycznych wyprawach. Każdy z pracowników ma indywidualną kartę oceny, opracowaną według kryteriów dobranych dla poszczególnych działów. Podstawą i główną ideą konkursu jest jego powszechny charakter – przy ocenie nie jest brany pod uwagę wiek, stanowisko pracy, dział, ani pełniona funkcja. Pracownicy o najlepszych wynikach, najbardziej zaangażowani w pracę oraz dbający o pozytywny wizerunek firmy w nagrodę mają do wyboru wycieczkę do jednego z wybranych miejsc. W poprzednich latach wyróżnieni pracownicy byli m.in. w Japonii, Indiach, Meksyku, Hongkongu i Chinach.

U podstaw unikalnego systemu premiowania leży przekonanie, że każda firma to system naczyń połączonych. Każdy pracownik – nie tylko działu handlowego – odpowiada

za rozwój firmy i poprawę jej wizerunku, dlatego powinien mieć równy dostęp do ponadstandardowych nagród. Viva Plus w ten sposób nie tylko cementuje zespół, pokazując, że każdy jest równie ważny, ale wysłała też mocny sygnał otoczeniu, że na zadowolenie klienta ma wpływ nie tylko serwis sprzedażowy, ale także jakość produktu, nadruku czy staranność pakowania.

## WYZWANIA

Największym wyzwaniem było stworzenie metodyki systemu premiowego, tak by na ostateczny wynik nie miały wpływu jedynie kryteria ekonomiczne (jak np. wielkość sprzedaży czy ilość przedruków), ale również postawa, elastyczność, propozycje ulepszeń czy umiejętność współpracy z innymi. System miał dawać równe szanse oraz nie eliminować z rywalizacji pracowników mniej doświadczonych, pracujących na niższych stanowiskach oraz niemających bezpośredniego kontaktu z klientem.

## KORZYŚCI

Dzięki wprowadzeniu sprawiedliwej praktyki oraz zaoferowaniu pracownikom bardzo atrakcyjnej nagrody (dla wielu uczestników była to największa przygoda życia) znacznie polepszyły się relacje w firmie. Pracownicy niższego szczebla poczuili realny wpływ swojej pracy na rozwój firmy oraz zwiększyli swoje zaangażowanie w poprawę jakości oraz przestrzeganie procedur. System ten zachęcił pracowników do współpracy na każdym szczeblu organizacji oraz miał realny wpływ na integrację całego zespołu.

*Działając w Bytomiu, jednym z najbiedniejszych miast woj. śląskiego w przeciągu zaledwie 13-stu lat staliśmy się największą polską firmą reklamową, sprzedającą do 60 krajów świata. W tym roku otrzymaliśmy Nagrodę Gospodarczą Prezydenta Miasta Bytomia – Firma Roku 2015 dla najlepszych przedsiębiorców m.in. za zrównoważony rozwój, wdrażanie innowacyjnych technologii oraz działalność charytatywną. Zbigniew Kowalczyk, Właściciel*

Miejsce na notatki



# BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY

Nie ma nic cenniejszego niż zdrowie i bezpieczeństwo. Wierność tej zasadzie w każdym obszarze funkcjonowania Grupy Polpharma wiąże się z tym, że zarządzamy obszarem BHP w znacznie szerszym ujęciu niż wynikałoby to z obowiązujących przepisów prawa.

Stale doskonalimy środowisko, narzędzia i warunki pracy. Kluczową wagę przykładamy do profilaktyki, kładąc szczególny nacisk na promocję właściwych zachowań, postaw i nawyków, tak w miejscu pracy, jak i poza nim. Wzmacniamy kulturę współodpowiedzialności każdego z nas za bezpieczeństwo, zdrowie i życie własne oraz współpracowników.

Obowiązkowym systemem szkoleń obejmujemy nie tylko naszych pracowników, ale także zespoły firm zewnętrznych, wykonujących prace na terenie naszych zakładów. Respektowanie zasad bezpieczeństwa i higieny pracy jest także jednym ze wstępnych warunków współpracy z Dostawcami.

Nasi Dostawcy w swojej działalności powinni spełniać określone prawem, branżowymi uregulowaniami oraz zapisami Kodeksu postępowania Dostawców standardy, dotyczące w szczególności:

- zapewnienia swoim pracownikom, oraz pracownikom wykonującym zadania w ich imieniu bezpiecznych i higienicznych warunków pracy,
- zarządzania procesami produkcyjnymi w sposób zgodny z obowiązującymi przepisami i normami bezpieczeństwa,
- regularnego szkolenia pracowników w zakresie bezpieczeństwa oraz możliwości wystąpienia i sposobów przeciwdziałania ewentualnym zagrożeniom.

# TYDZIEŃ BEZPIECZEŃSTWA ORAZ STOP WYPADKOM

## OPIS

**Stale doskonalimy środowisko, narzędzia i warunki pracy, tak by zapewniły pracownikom pełne bezpieczeństwo, ergonomię oraz komfort. Budujemy na co dzień świadomość współodpowiedzialności za bezpieczeństwo własne i współpracowników. Angażujemy się w cykliczne działania służące wzrostowi wiedzy na temat bezpieczeństwa i postępowania w sytuacjach zagrożenia:**

- **Europejski Tydzień Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy** – uczestniczymy w akcji od 2013 roku. W skład organizowanego w naszej firmie programu Tygodnia Bezpieczeństwa wchodzi m.in. szkolenia pierwszej pomocy przedmedycznej i pokazy służb ratowniczych podczas pozorowanego wypadku samochodowego. Wzrostowi wiedzy na temat bezpieczeństwa i zdrowia podporządkowane są także działania z zakresu komunikacji wewnętrznej (artykuły, newsletter, intranet).
- **Program Stop Wypadkom** – program służy promocji i docenieniu proaktywnej postawy pracowników w dziedzinie bezpieczeństwa. Pracownicy są zachęceni do obserwacji i zgłaszania zdarzeń potencjalnie wypadkowych. Na najbardziej aktywnych uczestników programu czekają atrakcyjne nagrody.

## WYZWANIA

Największym wrogiem bezpieczeństwa jest rutyna. Dlatego w działaniach na rzecz poprawy bezpieczeństwa największym wyzwaniem jest stałe podtrzymywanie przekonania, że to odpowiedzialna postawa w miejscu pracy jest gwarancją bezpieczeństwa nas samych oraz współpracowników. Właśnie temu wyzwaniu – unikaniu rutyny oraz wzmacniania proaktywnego podejścia – poświęcamy szczególnie dużo uwagi w komunikacji wewnętrznej.

## KORZYŚCI

Prowadzone od lat programy przynoszą wielorakie korzyści: zwiększają wiedzę o bezpieczeństwie w miejscu pracy, zwłaszcza w zakresie poczucia współodpowiedzialności za bezpieczeństwo swoje i współpracowników. Wymiernym efektem akcji Stop Wypadkom jest wyeliminowanie 1127 sytuacji i zachowań niebezpiecznych w latach 2013-2014. Zgłoszenia dotyczyły kwestii technicznych, ludzkich i organizacyjnych.

— *Bezpieczeństwo naszych pracowników jest dla nas priorytetem. Jesteśmy przekonani, że myślenie o bezpieczeństwie własnym i innych osób może być skuteczne wówczas, gdy „wejdzie nam w krew”. Przyczyniamy się do tego, promując bezpieczne zachowania nie tylko w pracy i podczas dojazdów do firmy, ale także w domu i poza nim. Budowanie tak szeroko rozumianej kultury bezpieczeństwa jest procesem długotrwałym i niełatwym, ale efekty warte są podejmowania wszelkich wysiłków. Sylwia Janowicz, Szef Departamentu Ochrony Środowiska i Bezpieczeństwa Pracy, Polpharma SA*



PROGRAM  
**STOP**  
WYPADKOM

PROGRAM STOP  
WYPADKOM  
W LICZBACH

Rok 2013

**547** wyeliminowanych zdarzeń, sytuacji i zachowań niebezpiecznych

**75%** zgłoszeń dotyczyło kwestii technicznych

**17%** zgłoszeń dotyczyło kwestii ludzkich

**8%** zgłoszeń dotyczyło kwestii organizacyjnych

Rok 2014

**580** wyeliminowanych zdarzeń, sytuacji i zachowań niebezpiecznych

**67%** zgłoszeń dotyczyło kwestii technicznych

**17%** zgłoszeń dotyczyło kwestii ludzkich

**8%** zgłoszeń dotyczyło kwestii organizacyjnych

Rok 2015

**406** wyeliminowanych zdarzeń, sytuacji i zachowań niebezpiecznych

**77%** zgłoszeń dotyczyło kwestii technicznych

**20%** zgłoszeń dotyczyło kwestii ludzkich

**3%** zgłoszeń dotyczyło kwestii organizacyjnych

**1500**

sytuacji i zachowań niebezpiecznych wyeliminowano dzięki programowi Stop Wypadkom

Miejsce na notatki

---



---



---



---



---



---



## SEPPIC (AIR LIQUIDE GROUP) LIFE SAVING RULES

Bezpieczeństwo jest dla międzynarodowej grupy Air Liquide absolutnym priorytetem. Liczne inicjatywy – w tym kodeks „12 Zasad Bezpieczeństwa” – są nastawione na wzmocnienie w zespole świadomości, że każdy z pracowników współodpowiada za bezpieczeństwo swoje i współpracowników.

### OPIS

Specjalizujący się w tworzeniu specjalistycznych surowców dla branży medycznej i kosmetycznej Seppic należy do międzynarodowej grupy Air Liquide, zatrudniającej 68 tys. pracowników na całym świecie. Już wiele lat temu firma stworzyła motto „zero wypadków”, uzupełnione później dewizą „myśl bezpiecznie, działaj bezpiecznie”. Co miesiąc w kanałach wewnętrznych pojawia się publikacja poświęconą bezpieczeństwu; organizowane są także liczne kampanie i inicjatywy edukacyjne – ich kumulacja przypada na marzec, będący tradycyjnie już „miesiącem bezpieczeństwa”. We wszystkich działaniach edukacyjno-prewencyjnych firma podkreśla znaczenie indywidualnej odpowiedzialności za bezpieczeństwo pracownika, miejsca pracy i współpracowników. To przekonanie znalazło wyraz w stworzonym i obowiązującym w całej grupie Air Liquide kodeksie „12 Zasad Bezpieczeństwa”. Dotyczą one m.in. zakazu pracy pod

wpływem alkoholu lub narkotyków, nakazu używania wymaganych środków ochrony osobistej czy zabezpieczania ładunków samochodowych. Zasady pełnią istotną rolę w sukcesywnym podnoszeniu poziomu kultury bezpieczeństwa w firmie i – w konsekwencji – przeciwdziałaniu nieszczęśliwym wypadkom. Zasady obowiązują wszystkie osoby pracujące dla grupy – zarówno pracowników samej firmy, jak i jej podwykonawców.

### WYZWANIA

Dużym wyzwaniem było nakłonienie pracowników do zmian w zachowaniu, które – na pozór – wydają się proste i oczywiste. Dlatego dużą uwagę przyłożono do tego, by pracownicy nie tylko przyswoili zasady, ale rozumieli ich sens i znaczenie, by mogły one stać się naturalnym odruchem i nawykiem. W działania edukacyjne zaangażowano nie tylko najwyższe kierownictwo, ale także pracowników liniowych – ambasadorzy poszczególnych zasad od-

powiadali za ich upowszechnienie wśród współpracowników.

### KORZYŚCI

Wprowadzenie 12 Zasad Bezpieczeństwa przyczyniło się do spadku liczby wypadków w miejscu pracy. Ważną korzyścią było także wzmocnienie kultury bezpieczeństwa – dzięki wiedzy, zaangażowaniu i większej świadomości pracowników odnośnie czynników ryzyka wpływających na poziom bezpieczeństwa oraz sposobów zapobiegania wypadkom (także poprzez właściwe codzienne nawyki w pracy).

*Bezpieczeństwo klientów i pracowników jest naszym priorytetem. Ta podstawowa wartość jest silnie zakorzeniona w naszej kulturze korporacyjnej i codziennej działalności. Bezpieczeństwo jest w centrum strategii naszej firmy i odgrywa kluczową rolę w zapewnieniu zrównoważonych wartości dla wszystkich interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych. Alexandre Fortier – Director, Germany & Eastern Europe (SEPPIC GmbH)*

Miejsce na notatki

---

---

---

---

---

## LYRECO POLSKA KLIMAT DLA BEZPIECZEŃSTWA

### ★ WYRÓŻNIENIE FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Zapewnienie bezpiecznego i higienicznego środowiska pracy jest jedną z 10 przewodnich zasad „Eko Przyszłości”, czyli strategii zrównoważonego rozwoju przyjętej przez międzynarodową firmę specjalizującą się w dostawach produktów dla biur i miejsc pracy.

### OPIS

Wdrożony w Lyreco Polska w 2015 roku „Klimat dla bezpieczeństwa” to kolejny program nastawiony na inspirowanie pracowników do poznawania i przestrzegania w codziennej pracy oraz w życiu prywatnym szeroko rozumianych zasad bezpieczeństwa w celu zapobiegania wypadkom. Istotnym elementem – i kluczem do powodzenia projektu – było zaangażowanie pracowników, jak również podwykonawców Lyreco Polska, w działania zmierzające do podnoszenia ich świadomości w obszarze bezpieczeństwa pracy i ergonomii. Program „Klimat dla bezpieczeństwa” objął m.in. publikacje materiałów edukacyjnych z zakresu bezpieczeństwa i ergonomii, pomiary warunków w środowisku pracy, szkolenia z zasad udzielania pierwszej pomocy oraz konkursy z nagrodami i inne działania na rzecz poprawy bezpieczeństwa.

Materiały edukacyjne oraz pytania konkursowe publikowane były w postaci maili, na stronach intranetowych, tablicach informacyjnych w Magazynie Centralnym oraz Regionalnych Centrach Dystrybucyjnych. Co miesiąc wśród uczestników konkursów, którzy przesyłali prawidłowe odpowiedzi, były losowane nagrody rzeczowe (torby na laptopy, przenośne pamięci, itp.).

### WYZWANIA

Akcje nastawione na długofalową zmianę nawyków wymagają ciągłego podtrzymywania motywacji i zainteresowania – dlatego Lyreco Polska postawiło na regularne przypominanie (na tablicach informacyjnych, mailowo, w intranecie oraz w wewnętrznym czasopiśmie Lyreco) o programie i towarzyszących mu konkursach. Informację o projekcie przekazywano także każdemu nowo zatrudnionemu pracownikowi.

### KORZYŚCI

Kampania przyniosła wzrost zainteresowania i świadomości pracowników zagadnieniami związanymi z bezpieczeństwem w życiu zawodowym i prywatnym. Zdobyta wiedza i nowe nawyki przelożyły się na zmniejszenie liczby wypadków przy pracy – z 11 odnotowanych w 2015 roku do 4 w 2016 roku. Potwierdzeniem wysokiej kultury bezpieczeństwa są także wyróżnienia branżowe – w listopadzie 2015 roku Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy przyznał firmie Zieloną Kartę Lidera Bezpiecznej Pracy.

*W Lyreco Polska S.A. kładziemy szczególny nacisk na człowieka i jego bezpieczeństwo w miejscu pracy i poza nim. Z tego powodu od kilku lat wprowadzamy specjalne programy ukierunkowane na ten obszar, w przekonaniu, że zdrowie i życie pracownika są najważniejsze. dr Robert Daniluk, QSS Director*

Miejsce na notatki

---

---

---

---

---



## KUEHNE + NAGEL SP. Z O.O.

# BEZPIECZEŃSTWO – DOBRE DLA CIEBIE, DOBRE DLA RODZINY, DOBRE DLA FIRMY



### ★ WYRÓŻNIENIE FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Program służy zwiększeniu świadomości pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony środowiska. Wśród wielu realizowanych inicjatyw są m.in. szkolenia realizowane w modułowej formule, która bardzo dobrze się sprawdza.

#### OPIS

Kuehne + Nagel Sp. z o.o. stawia na aktywną realizację systemu BHP poprzez zaangażowanie zespołu oraz jego ciągłe doskonalenie. Firma opracowała kalendarz akcji tematycznych QSHE (każdy miesiąc to minimum 1 akcja na rzecz ochrony zdrowia lub ochrony środowiska). Dobrym rozwiązaniem okazały się szkolenia modułowe. Rozłożenie warsztatów na kilka dni ułatwia organizację pracy, pozwala na włączenie do programu wartościowych zajęć (np. pierwszej pomocy) dla większej liczby osób; pracownicy nie są też znużeni wielogodzinnymi szkoleniami. Organizatorzy dbają o to, by warsztaty były interaktywne oraz akcentowały znaczenie zagrożeń i ryzyka zawodowego. Co więcej, by opierały się w dużej mierze na dyskusji, wymianie doświadczeń i praktycznych rozwiązań, a nie odsyłaniu uczestników do przepisów. W roku 2016 roku odbyło się w firmie wiele akcji promujących zdrowy styl życia oraz ochronę środowiska,

takie jak: Tydzień/Miesiąc BHP, 2 edycje akcji „Rowerem po zdrowie”, konkurs dla rodzin „Bezpieczne wakacje”, Dzień zdrowia, kampania „Płytką wyobraźnia” czy Dzień Bezpiecznego Kierowcy. W firmie powstał także film instruktażowy „Ergonomia podstawą bezpieczeństwa”. Firma uczestniczy także w konferencjach i warsztatach, dzieląc się swoimi dobrymi praktykami.

#### WYZWANIA

Trwały sukces akcji na rzecz bezpieczeństwa wymaga wysokiego zaangażowania pracowników i wypracowania w zespole świadomości współodpowiedzialności za bezpieczeństwo w miejscu pracy. Sporym wyzwaniem było także zapewnienie różnorodności i atrakcyjności akcji tematycznych tworzących kalendarz QSHE (Quality Health Safety Environment).

#### KORZYŚCI

Realizowane w firmie projekty na rzecz szeroko pojętego bezpieczeń-

stwa przetożyły się na spadek liczby wypadków w pracy oraz zmniejszenie absencji pracowniczych. Zwiększyła się także wykrywalność potencjalnych zagrożeń. Trwały wartością cyklicznych, atrakcyjnych w swojej formule szkoleń jest to, że zapewniają one pracownikom możliwości rozwoju, zwiększając przy tym ich zaangażowanie. Odpowiedzialne podejście do bezpieczeństwa zapewniło firmie 1. miejsce w Wielkopolsce w konkursie PIP „Organizator pracy bezpiecznej” w 2014 roku.

*Firma Kuehne + Nagel w swoich oddziałach na terenie całego kraju corocznie organizuje kilkanaście programów szkoleniowych i projektów związanych z bezpieczeństwem pracy i ochroną środowiska. Co więcej, dzielimy się tą wiedzą z innymi firmami, poprzez uczestnictwo w warsztatach i spotkaniach branżowych. Celem takich działań jest nieustanne zwiększanie świadomości pracowników w zakresie bezpieczeństwa i szerzenie dobrych praktyk. Adam Rutowski, Manager-Działu QSHE w Kuehne + Nagel Sp. z o.o.*



Miejsce na notatki

# BEZPIECZEŃSTWO I JAKOŚĆ PRODUKTÓW ORAZ BADANIA

Nie uznajemy kompromisów w kwestii jakości i bezpieczeństwa naszych produktów. Tak rozumiemy naszą odpowiedzialność za życie i zdrowie pacjentów. Realizujemy to zobowiązanie wobec społeczeństwa, przykładając najwyższą wagę do zarządzania procesami tworzenia, rozwoju i wytwarzania naszych produktów oraz bezpieczeństwa farmakoterapii.

Wszystkie nasze leki i substancje farmaceutyczne produkowane są zgodnie ze standardami Dobrej Praktyki Wytwarzania (Good Manufacturing Practice – GMP). Od wielu lat podlegamy regularnym, rygorystycznym inspekcjom amerykańskiej Agencji ds. Żywności i Leków (ang. Food and Drug Administration – FDA), kończącym się zawsze pozytywną oceną.

Zdrowie i życie pacjentów wymaga zapewnienia stałego, najwyższego poziomu bezpieczeństwa i jakości w całym cyklu życia produktów, ze szczególnym uwzględnieniem zrównoważonego łańcucha dostaw. Obliguje nas to do współpracy z tymi Dostawcami, którzy równie odpowiedzialnie i priorytetowo traktują ten obszar.

Kodeks postępowania Dostawców nakłada na Dostawców bezwzględny nakaz działania zgodnie z przepisami prawa, międzynarodowymi standardami oraz szczegółowymi wymogami zawartymi w umowie z Grupą Polpharma.

Ponadto, Dostawcy Grupy Polpharma prowadzący badania z udziałem ludzi bądź zwierząt są zobowiązani do prowadzenia ich w sposób odpowiedzialny, przestrzegając obowiązujących wymogów prawa oraz właściwych standardów etycznych.

## OPIS

Innowacyjny pomysł „okienka komunikacyjnego” jest przejawem naszej troski o to, by opakowania naszych leków zapewniały bezpieczeństwo pacjentom, a jednocześnie ułatwiały pacjentom i aptekarzom ich użytkowanie. „Okienko” to wydzielone i oznaczone graficznie miejsce na opakowaniach wybranych leków na etykietę z ceną oraz zalecenia odnośnie do przyjmowania leków. Rozwiązanie – wdrożone w odpowiedzi na wniosek aptekarzy – jest istotnym ułatwieniem dla pacjentów, którzy często gubią zapisane na luźnych kartkach wskazówki lekarza. Co więcej, wspiera w zachowaniu systematyczności stosowania leku, która ma kluczowe znaczenie dla skuteczności prowadzonej terapii.

## WYZWANIA

Byliśmy pierwszą firmą farmaceutyczną, która zdecydowała się na takie rozwiązanie, dlatego mierzyliśmy się w wyzwaniami typowymi dla procesu wdrażania innowacji, przede wszystkim zbudowania powszechnego zrozumienia dla zasadności realizowanej zmiany poprzez zestawienie spodziewanych kosztów zmiany z jej efektami, ze szczególnym uwzględnieniem tych niewymiernych, takich jak poprawa stanu zdrowia pacjentów wynikająca z większej systematyczności stosowania leku.

## KORZYŚCI

Wygodne i praktyczne rozwiązanie przypominające pacjentowi o cyklu zażywania leków zwiększa bezpieczeństwo farmakoterapii. Wspieranie pacjentów w przestrzeganiu zaleceń terapeutycznych wpisuje się w naszą misję – służenia życiu i zdrowiu pacjentów. Długofalowe działania na rzecz zwiększenia skuteczności terapii, zwłaszcza chorób przewlekłych, takie jak właśnie „okienko komunikacyjne”, wspierają efektywność działania systemu służby zdrowia w Polsce (obecnie straty z tytułu nieprzestrzegania zaleceń szacuje się na ok. 6 mld zł rocznie). Wprowadzona innowacja ułatwia także aptekarzom pracę oraz komunikację z pacjentami.

## Miejsce na notatki

---



---



---



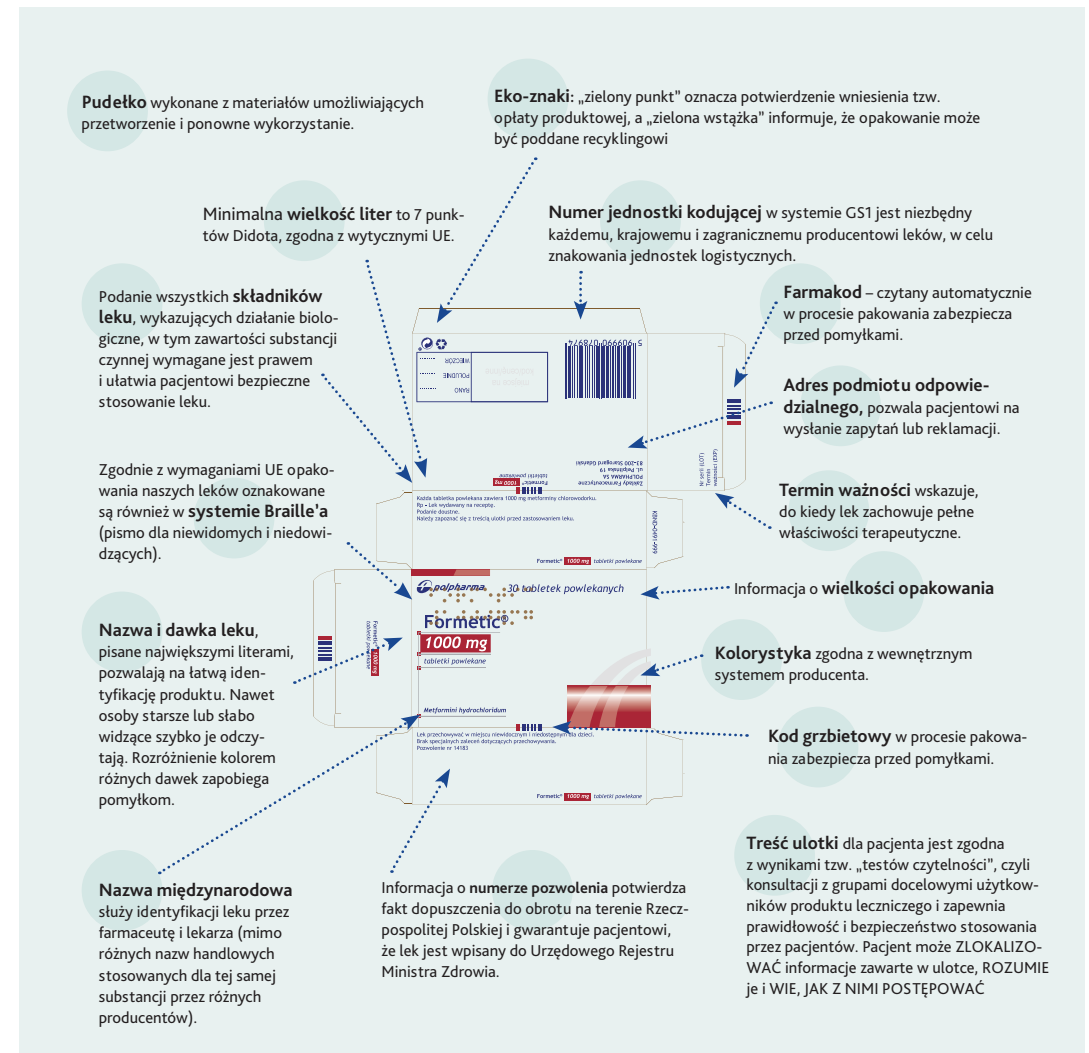
---



---



---



# LYRECO POLSKA NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI EKO PRODUKTY



Nie wszystko „eko”, co ma taką nazwę. Wychodząc naprzeciw wyzwaniu inflacji słowa „ekologiczny”, firma Lyreco wspiera swoich odbiorców w prawdziwie zrównoważonych – także pod kątem oddziaływania na środowiskowo – wyborach.

## OPIS

Projekt został zainicjowany pod wpływem obserwacji trendów rynkowych – konsumenci są wrażliwi na kwestię ekologii, dlatego coraz więcej firm określa swoje produkty jako „przyjazne dla środowiska”. To najczęściej deklaracja, niepotwierdzona żadną ekspercką opinią czy normą. Rzadkością nie są również praktyki „zielonego” mydlenia oczu (tzw. „greenwashing”), skutkujące rosnącą rezerwą klientów do eko-opisów produktów.

Lyreco Polska, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów chcących wybierać produkty autentycznie przyjazne środowisku, przygotowuje co roku mini-katalog ekologiczny. Zapewnia on możliwość całościowego zapoznania się z ogólną Strategią Zrównoważonego Rozwoju Eko Przyszłość wdrożoną

w Lyreco. Publikacja w uporządkowany sposób przedstawia zbiór informacji o wszystkich inicjatywach Lyreco w zakresie ochrony środowiska i przedstawia przyjęty w firmie schemat oceny zielonych produktów, zaakceptowany przez organizację certyfikującą SGS. Katalog zawiera także przystępne kompendium wiedzy o własnych stwierdzeniach środowiskowych i o ekologicznych certyfikatach, którymi posługują się producenci produktów.

## WYZWANIA

Największym wyzwaniem było przygotowanie niezależnej metody oceny zielonych produktów w oparciu o międzynarodowe standardy. Przyjętym kryterium „przyjazności dla środowiska” był międzynarodowy standard ISO serii 14020.

Metodyka, zaakceptowana przez niezależną międzynarodową organizację SGS, jest również zgodna z kodeksem praktyk reklamowych opisanych przez Międzynarodową Izbę Handlową (ICC). Procedurze oceny co roku poddawani są wszyscy producenci, dostarczający prawie 8 tys. produktów do katalogu Lyreco.

## KORZYŚCI

Wdrożona praktyka wzmocniła wizerunek Lyreco – jako rzetelnej, odpowiedzialnej firmy, oferującej wysokiej jakości produkty ekologiczne. W latach 2014-2015 produkty eko stanowiły ilościowo 17% zawartości katalogu; wartościowo ich udział w sprzedaży ogółem sięga 25%.

Miejsce na notatki



# FIORI WSPÓŁPRACA Z ZEWNĘTRZNĄ FIRMĄ KONTROLNĄ



Międzynarodowe kontakty branżowe zapewniły Fiori, szczecińskiej agencji reklamowej, dostęp do wiarygodnych, sprawdzonych dostawców z Dalekiego Wschodu. W trosce o najwyższą jakość firma postanowiła obciążyć kontrahentów dodatkowym, niezależnym audytem.

## OPIS

Firma Fiori należy do międzynarodowej organizacji IGC Global Promotions. Współpraca pozwoliła szczecińskiej agencji dotrzeć do nowych sprawdzonych dostawców produktów reklamowych z Dalekiego Wschodu. To cenna wiedza dla każdej firmy, które – jak Fiori – dynamicznie się rozwijają i muszą stale poszerzać bazę rzetelnych partnerów, zapewniających szerszy asortyment produktów czy też spełniających specyficzne wymagania.

Było jednak jedno „ale”: Fiori zależało na najwyższej, powtarzalnej jakości produktów. Poleceni przez członków IGC kontrahenci posiadają wprawdzie swoje wewnętrzne działy kontroli jakości, ale ich umiejscowienie w strukturze producenta sprawia, że wyniki kontroli są na ogół zgodne z polityką danej firmy. Fiori znalazło jednak wyjście z tej sytuacji: szczecińska firma zdecydowała się na współpracę z wyspecjalizowaną niezależną mię-

dzynarodową firmą zajmującą się kontrolą jakości produktów, a także przeprowadzaniem audytów firm. Współpraca pozwoliła zawęzić krąg dostawców do tych, którzy spełniają wymagania Fiori i klientów firmy w zakresie jakości samych produktów, ale także możliwości finansowych i organizacyjnych czy warunków pracy pracowników.

## WYZWANIA

Sukces projektu zależał od znalezienia firmy kontrolnej rzeczywiście niezależnej, obiektywnej i skrupulatnej – w wyborze firmy QC pomogły rekomendacje innych firm zrzeszonych w IGC. W codziennej pracy firma musi liczyć się z tym, że producenci próbują czasami podważać wyniki, nieco inaczej interpretując pewne zastrzeżenia firmy kontrolującej – przekroczenie progów jakościowych jest jednak zawsze bezwzględny wskazaniem do wykonania poprawek.

## KORZYŚCI

Projekt pozwolił firmie Fiori nawiązać długofalową współpracę z dobrze sprawdzonymi kontrahentami. Niezależna kontrola, zgodna z międzynarodowymi standardami, daje agencji reklamowej pewność, że oferuje swoim klientom produkty najwyższej jakości. Ponadto świadomość zewnętrznego nadzoru wpływa mobilizująco na producentów. W efekcie wdrożenia projektu Fiori odnotowała poprawę wskaźników jakościowych (m.in. spadek liczby reklamacji, większa terminowość dostaw).

*Fiori to firma stale się rozwijająca; nie zadowolamy się tym co już osiągnęliśmy, lecz poszukujemy wciąż nowych, lepszych rozwiązań. Nawiązanie współpracy z niezależną międzynarodową firmą kontroli jakości to kolejny krok w stronę coraz lepszego zaspokajania potrzeb naszych Klientów. Jak wskazują nasze dotychczasowe doświadczenia – krok właściwy. Zarówno jeśli chodzi o obsługę bieżących zamówień, jak i możliwość sprostania przyszłym – bardziej specyficznym – wymaganiom.*  
Andrzej Wasylko, Właściciel

Miejsce na notatki



# LEKSEEK POLSKA INFORMACJA NA WAGĘ ZŁOTA

★ WYRÓŻNIENIE FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Firma LekSeek priorytetowo traktuje działania, które poprawiają komfort pracy lekarzy i farmaceutów, przekładając się na zdrowie ich pacjentów. Firma osiąga ten cel poprzez dostarczanie najwyższej jakości informacji medycznej.

## OPIS

Warszawska firma LekSeek jest liderem systemów informacji medycznej. W jej ofercie znajduje się m.in. 50 medycznych aplikacji mobilnych, z których korzysta już ponad 84 tys. lekarzy i farmaceutów. Największą wartością firmy jest zaufanie klientów i użytkowników usług. Dlatego firma na każdym etapie pracy dokłada wszelkich starań, aby przekazywane informacje były rzetelne, kompleksowe i aktualne. Wykorzystywane dane pochodzą wyłącznie z oficjalnych i urzędowych źródeł i wszystkie przed udostępnieniem są ściśle weryfikowane.

Świadomość, że każda informacja może być tą, która zdecyduje o czymś zdrowiu, motywuje pracowników do staranności i dbałości, a przede wszystkim – do pracy zespołowej. Koleżeńskie wsparcie chętnie udzielają sobie pracownicy w ramach nie tylko jednego działu, ale całej firmy. Zasada „gramy do jednej bramki” procentuje w okresach napięcia prac, sprzyja rodze-

niu się nowych pomysłów, ułatwia wzajemną weryfikację zadań i projektów (np. testy aplikacji, nowych funkcjonalności, newsletterów, etc.). Firma podkreśla, że najlepszym dowodem na to, że stawiane sobie przez zespół cele są realizowane, są przychylne opinie środowiska medyczno-farmaceutycznego o naszych produktach oraz rosnące nimi zainteresowanie. W odpowiedzi na oczekiwania odbiorców LekSeek wprowadza do oferty kolejne rozwiązania.

## WYZWANIA

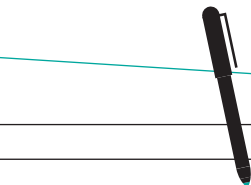
Największym wyzwaniem jest zapewnienie aktualności przekazywanych informacji. W sytuacji uzależnienia od zewnętrznych źródeł informacji zespół firmy musi stale – trzymając się terminologii medycznej – trzymać rękę na pulsie. Często ma niewiele czasu na to, by zaktualizować ofertę, by udostępniane odbiorcom treści były zgodne np. z wchodzącą w życie ustawą. Remedium na to jest praca zespołowa: w podbramkowej sytuacji

konkretnym zadaniem może zająć się więcej osób.

## KORZYŚCI

Bezwzględne przywiązanie do najwyższej jakości informacji – i podporządkowanie temu celowi organizacji pracy zespołu firmy – umocniło wizerunek LekSeek jako solidnego i wiarygodnego lidera informacji medycznej na polskim rynku. Dodatkową korzyścią jest ciągłe poszerzanie kompetencji pracowników, ich umiejętności pracy w grupie oraz w sytuacjach kryzysowych.

*Każdego dnia dostarczamy lekarzom informacji niezbędnych w codziennej praktyce. Dzięki wykorzystaniu najnowszych technologii publikujemy wiele nowych i ciekawych wiadomości ze świata medycyny oraz skutecznie docieramy do ponad 100 000 lekarzy. Wypracowane przez nas rozwiązania umożliwiają pracownikom na elastyczny czas pracy oraz chronią jednocześnie środowisko naturalne. Barbara Bosak-Zakrzewska, Specjalista ds. sprzedaży*



Miejsce na notatki

---

---

---

---

# LANDCAR KODEKS JAKOŚCI

Firma Landcar, autoryzowany dealer marki KIA, działa na rynku motoryzacyjnym już od 20 lat, traktując najwyższą jakość jako jedną ze swoich przewag konkurencyjnych. Najlepsze praktyki obsługi klienta zostały zebrane w Kodeksie Jakości.

## OPIS

Kodeks Jakości wpisuje się w podejmowane od lat przez firmę ze Starowej Góry działania na rzecz wzrostu konkurencyjności oraz podniesienia jakości usług i utrzymania trwałych relacji z klientem. Podporządkowuje wszelkie działania dobru klienta – podkreśla znaczenie ciągłego dążenia do perfekcji, przy świadomości swoich mocnych i słabych stron. Kodeks kluczowe znaczenie przypisuje także konieczności przyciągania i odpowiedniego motywowania najlepszych pracowników oraz finansowej rozwadze i stabilnemu środowisku pracy, służących tak pracownikom, jak i – pośrednio – klientom. Wdrożeniu projektu towarzyszyły wewnętrzne szkolenia. Zapoznanie się z Kodeksem Jakości jest też jednym z elementów „pakietu powitalnego” dla nowych pracowników. Poszczególne punkty Kodeksu

i stopień ich realizacji są omawiane podczas okresowych ocen. Jednym z założeń projektu było stworzenie zasad uniwersalnych, które będą miały zastosowanie we wszystkich działach firmy. Co warto podkreślić, pracownicy mają możliwość modyfikowania ujętego w Kodeksie zbioru wartości.

## WYZWANIA

Największym wyzwaniem było zintegrowanie dużej grupy ludzi i ukierunkowanie ich myśli na wspólne cele oraz wspólne metody ich osiągania. Jak podkreślają uczestnicy projektu, zbiorowa praca nad stworzeniem uniwersalnych zasad zbliżyła do siebie pracowników i umocniła ich jako zespół.

## KORZYŚCI

Wprowadzenie Kodeksu podniosło jakość obsługi klientów, co znaj-

duje potwierdzenie m.in. w wynikach badania poziomu zaufania i zadowolenia klientów. Wdrożenie praktyki przyczyniło się do wzrostu zainteresowania usługami firmy oraz nawiązania nowych, długofalowych relacji z klientami. Jasno określone cele i narzędzia do ich realizacji poprawiły komfort pracy, co przełożyło się na dodatkową poprawę komunikacji z klientami.

*Z uwagi na zmieniający się rynek i coraz większą konkurencję firmy muszą sięgać po coraz bardziej kreatywne sposoby na podnoszenie jakości swoich usług. Dlatego też firma Landcar opracowała innowacyjny program, którego celem jest utrwalenie relacji z klientem mając na uwadze również rozwój i dobro jej pracowników. Wierzę, że program ten przyniesie długofalowe korzyści dla mojej firmy i ludzi z nią związanych. Dariusz Krzewiński, Właściciel*



Miejsce na notatki

---

---

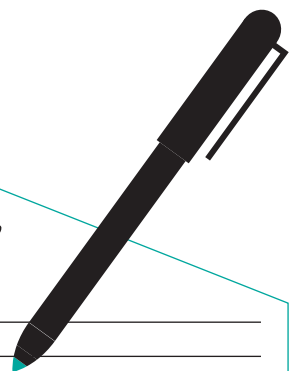
---

---

---

---

Jakie działania są prowadzone w Twojej firmie?  
Jakie rozwiązania można wdrożyć?



## ŚRODOWISKO NATURALNE

Dobrostan społeczeństwa i stan środowiska naturalnego są ze sobą nierozdzielnie związane. Dlatego przykładamy najwyższą wagę do harmonijnego rozwoju, w zgodzie z otoczeniem, z troską o jakość życia przyszłych pokoleń.

Monitorujemy, analizujemy i zarządzamy naszym wpływem na środowisko na każdym etapie łańcucha wartości. Podnosimy efektywność procesów produkcyjnych, racjonalnie gospodarujemy energią, wodą i emisjami zanieczyszczeń, dbamy o bezpieczeństwo stosowania substancji chemicznych. W ciągłym doskonaleniu nieocenioną rolę pełni zaangażowanie pracowników i zgłaszane przez nich proekologiczne inicjatywy.

Troska o środowisko naturalne wymaga szerokiego zaangażowania, tak biznesu, jak i każdego mieszkańca globu. Dlatego dbamy o upowszechnienie edukacji ekologicznej i dzielimy się swoimi dobrymi praktykami.

Równie świadomego, odpowiedzialnego podejścia do środowiska oczekujemy od naszych Dostawców. Kodeks postępowania Dostawców podkreśla znaczenie i konieczność ciągłej minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko. Warunkujemy współpracę z Dostawcami spełnieniem określonych wymogów, które obejmują:

- przepisy prawa i międzynarodowe porozumienia oraz normy dotyczące ochrony środowiska,
- zarządzanie emisjami zanieczyszczeń do środowiska,
- ochronę zasobów naturalnych.

# POLPHARMA ZIELONY PROCES



## OPIS

**Dbamy o to, by nasza działalność wiązała się z możliwie jak najmniejszym negatywnym oddziaływaniem na środowisko naturalne. Jednym z przejawów naszej wysokiej świadomości ekologicznej jest Deklaracja Zielony Proces. W jej 10 punktach zawarliśmy najważniejsze zasady ciągłej optymalizacji oraz poprawy wydajności procesów technologicznych i pomocniczych w naszej Grupie.**

Nagradzamy i wyróżniamy pracowników, którzy wykazują się szczególną odpowiedzialnością za środowisko naturalne. „Nagrody Zielonego Procesu” otrzymują osoby, których inicjatywy i pomysły pozwalają skutecznie poprawiać wydajność procesów produkcyjnych, produktów lub usług. Rocznie pracownicy zgłaszają około 15 projektów, które są oceniane według ustalonych kryteriów przez kluczowych przedstawicieli naszej firmy.

## WYZWANIA

Troska o środowisko naturalne i przeciwdziałanie zmianom klimatu to suma działań, nawet tych najmniejszych, każdego z nas. Dlatego za największe „eko-wyzwanie” uznaliśmy zbudowanie powszechnej świadomości w zakresie ochrony środowiska, co w tak dużej organizacji – zatrudniającej tylko w Polsce ponad 4 tys. osób – nie jest łatwym procesem. Realizowane działania edukacyjne skutkują nie tylko stale rosnącą liczbą zgłoszeń do konkursu o „Nagrodę Zielonego

Procesu”, ale także odpowiedzialnymi wyborami na co dzień (odnośnie do segregacji śmieci, oszczędzania wody i prądu, dojazdów do pracy rowerem, etc). Program „Zielony Proces” to także wyzwanie technologiczne – pociągające za sobą zmiany w sposobie produkcji i gospodarki surowcami. Ten jednak aspekt zarządzania zmianą – mamy bardzo dobrze opracowany.

## KORZYŚCI

Program Zielony Proces przynosi korzyści zarówno środowisku naturalnemu, jak i naszej firmie. Dzięki inicjatywom pracowników wdrożyliśmy takie rozwiązania, jak wykorzystywanie do opakowań naszych produktów tektury z makulatury, odzysk odpadów z opakowań wielomateriałowych czy eliminacja niebezpiecznych rozpuszczalników w procesie wytwarzania substancji czynnych.

W rezultacie ograniczyliśmy i oszczędziliśmy zużycie:

- rozpuszczalników o ok. 230 ton rocznie
- tektury w opakowaniach o 91,8 ton rocznie:
  - o 1564 drzew rocznie,
  - o 23 000 000 litrów wody
  - o 460 000 kWh energii elektrycznej w procesie produkcji papieru oraz
  - o emisję 18,5 ton CO<sub>2</sub> do atmosfery z tytułu niezrealizowanego transportu.

Wprowadzenie ekologicznych rozwiązań to także korzyści finansowe.

— Od wielu lat pracownicy Polpharmy angażują się w doskonalenie procesów pod kątem środowiskowym. Prośrodowiskowe projektowanie procesów stanowi fundament doskonalenia działań firmy - każdy aspekt działalności jest planowany z myślą o redukcji negatywnego oddziaływania na środowisko. Potwierdzeniem zaangażowania naszych pracowników jest rosnąca liczba „zielonych” inicjatyw. Jestem przekonany, że wdrażanie idei zrównoważonego rozwoju przyczynia się również do poprawy efektywności procesów, racjonalnego wykorzystywania zasobów naturalnych, co daje równocześnie świadomość, czym jest odpowiedzialna przedsiębiorczość. **Bogdan Maślank, Dyrektor Zakładu API, Polpharma SA**

**INICJATYWY  
ZGŁOSZONE  
DO NAGRODY  
ZIELONYCH  
PROCESÓW**



Rok 2011

**11** liczba inicjatyw

**1 263 000  
PLN**

korzyści finansowe

Rok 2012

**16** liczba inicjatyw

**1 986 000  
PLN**

korzyści finansowe

Rok 2013

**14** liczba inicjatyw

**2 613 000  
PLN**

korzyści finansowe

Rok 2014

**16** liczba inicjatyw

**4 359 000  
PLN**

korzyści finansowe

Rok 2015

**14** liczba inicjatyw

**901 200  
PLN**

korzyści finansowe

Miejsce na notatki

---



---



---



---



---



---



## TNT EXPRESS WORLDWIDE (POLAND) SEGREGATOR Z POMOCĄ DLA POTRZEBUJĄCYCH!



Segregacja odpadów to jeden z czterech stałych priorytetów środowiskowych TNT Polska. Cel na 2016 rok to 9 kg segregowanych odpadów na 1 pracownika. Dzięki odpowiedzialnemu podejściu zyskuje nie tylko środowisko naturalne – środki ze sprzedaży surowców wtórnych są przeznaczane na szlachetne cele.

### OPIS

Realizowana od 2007 roku inicjatywa „Segregator z pomocą dla potrzebujących!” łączy obszar ochrony środowiska z działalnością charytatywną. We wszystkich biurach i magazynach TNT umieszczono szereg dobrze oznakowanych pojemników na odpady segregowalne. Ich sprzedaż pozwala uzyskać pieniądze – często podwajane ze środków bieżących firmy – na wsparcie partnerskich fundacji i stowarzyszeń. Stałe partnerstwa łączą firmę ze stowarzyszeniem „Dom Rodzina Człowiek” (środki pomagają w zakupach sprzętu rehabilitacyjnego), Klubem Gaja (ratowanie koni przed ubojem) oraz fundacjami United Way, Jokot oraz Viva. Akcja „Segregator” jest wykorzystywana także jako forma wsparcia potrzebujących pracowników lub ich dzieci. W razie zidentyfikowanej, nagłej potrzeby (dotychczas były to: rehabilitacja ciężko chorego noworodka, leczenie onkologiczne żony pracownika, odtworzenie mieszkania zniszczonego podczas powodzi) uruchamiana jest akcja specjalna. Pracownicy oraz klienci są zachęceni do przekazywania TNT

odpadów segregowanych. Środki z ich sprzedaży (po korzystniejszych niż standardowo stawkach) trafiają do aktualnego beneficjenta akcji. Każdorazowo uzyskana w ten sposób kwota jest podwajana ze środków firmy i uzupełniana środkami uzyskanymi w trakcie organizacji wydarzeń towarzyszących (zbiórek pieniędzy, aukcji i kiermaszów charytatywnych, które organizowane są w wielu lokalizacjach).

### WYZWANIA

Tego typu akcje wymagają ciągłego podtrzymywania zaangażowania pracowników w akcję, tak by osiągnąć zakładany cel środowiskowy i jednocześnie wspierać na taką skalę – jak robi to TNT Polska – potrzebujących. Z tym wyzwaniem TNT Polska radzi sobie poprzez cykliczne przypomnienie o trwającej akcji, jej celach oraz korzyściach, regularną komunikację sukcesów (wymiar wsparcia, które TNT udzieliło organizacjom partnerskim i potrzebującym w ramach TNT) oraz organizację akcji i wydarzeń, podnoszących świadomość pracowników w zakresie segregacji odpadów.

### KORZYŚCI

Wśród wielorakich korzyści TNT Polska wskazuje przede wszystkim na: realizację – także dzięki powiązaniu segregacji odpadów z dobroczynnością – celów środowiskowych, wzmacnianie dumy pracowników z TNT oraz wizerunku firmy odpowiedzialnej społecznie, potwierdzanego cennymi nagrodami (m.in. Pegaza i Szczęśliwego Rumaka) oraz wyróżnieniami (szereg inicjatyw CSR firmy – w tym podejście do segregacji odpadów – znalazło się m.in. w Raporcie Odpowiedzialny Biznes w Polsce).

*Widzę głęboki sens w naszej praktyce. Powiązanie segregacji odpadów – a więc czynności, którą w natłoku zadań i obowiązków niekoniecznie traktuje się priorytetowo – z pomocą innym, sprawia, że zyskuje ona na znaczeniu. Pozwala ona skutecznie i trwale zmieniać codzienne nawyki. Nawyki, które mają wpływ na stan środowiska naturalnego i będą miały wpływ na jakość życia przyszłych pokoleń. Dorota Zielińska, Kierownik ds. Bezpieczeństwa i Zakupów*

Miejsce na notatki



## REKOPOL ORGANIZACJA ODZYSKU OPAKOWAŃ S.A.

## WERYFIKACJA RECYKLERÓW

★ WYRÓŻNIENIE FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Rekopol, jako pierwsza organizacja odzysku opakowań w Polsce, wdrożyła procedurę weryfikacji dostawców. Pewność zachowania najwyższych standardów w całym łańcuchu dostaw zapewnia firmie przewagę konkurencyjną, klientom – bezpieczeństwo, a środowisku... dużą ulgę.

### OPIS

Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań jest niekwestionowanym liderem wśród podmiotów realizujących obowiązki przedsiębiorców w zakresie odzysku i recyklingu opakowań wprowadzanych na rynek. Rekopol współpracuje z ponad 2000 klientów. Obowiązki na ich rzecz realizują firmy zbierające i przetwarzające odpady opakowaniowe, w tym operatorzy komunalni obsługujący kilka milionów mieszkańców, a finalny recykling leży w rękach największych recyklerów i eksporterów zebranych odpadów opakowaniowych. Przywiązanie do jakości, bezpieczeństwa i troski o środowisko znajduje odzwierciedlenie nie tylko we wdrożonych normach ISO 9001 i ISO 140001, ale także w inicjatywach służących ciągłemu doskonaleniu łańcucha dostaw. Procedura weryfikacji dostawców zapewnia firmie przewagę konkurencyjną – „wyśrubowane” standardy prowadzenia działalności przekładają się na najwyższy poziom bezpieczeństwa klientów i komfortu z realizacji usługi. Weryfikacja objęła ponad 50% dostawców; docelowo obejmie ona wszystkie współpracujące z Rekopolem firmy recyklingowe.

„Weryfikacja recyklera” wiąże się ze złożeniem oświadczeń o procesach prowadzonych w zakładach, spełnieniu wymogów prawnych i innych dodatkowych kryteriów w zakresie jakości, środowiska i rzetelności prowadzonej działalności. Wybrane podmioty są audytowane przez Rekopol na miejscu.

### WYZWANIA

Realizacja procedury wymagała skutecznego wyegzekwowania – przy braku bezpośrednich umów o współpracy – wymagań od dostawców II rzędu. W usprawnieniu działań pomagał bezpośredni kon-



takt, podpisanie umów o poufności oraz współpraca z dostawcą I rzędu, czyli operatorem komunalnym.

### KORZYŚCI

Rekopol zyskał gwarancję współpracy z wiarygodnymi, działającymi zgodnie z najwyższymi standardami dostawcami; wzrósł także nadzór nad efektami środowiskowymi prowadzonej działalności przez dostawców. Praktyka pozwoliła także objąć dostawców edukacją w zakresie prawidłowego potwierdzania w dokumentach recyklingu odpadów z tzw. gospodarstw domowych.

*Wdrożona u dostawców procedura „Weryfikacja recyklerów” daje nam pewność, że Rekopol współpracuje tylko z tymi firmami, które w rzetelny i udokumentowany sposób realizują procesy recyklingu odpadów opakowaniowych. Takie procedury wprowadziliśmy jako pierwsi wśród organizacji odzysku opakowań. Jakub Tyczkowski Prezes Zarządu Rekopol O.O.O. S.A.*

Miejsce na notatki



# SCANDIC POLEN EUROPEJSKI CERTYFIKAT EKOLOGICZNY ECOLABEL

„Żadna firma nie może uniknąć odpowiedzialności za środowisko oraz działania na rzecz jego ochrony” - to naczelną hasło skandynawskiej sieci hoteli Scandic. Ponad 80% obiektów sieci posiada certyfikaty ekologiczne Nordic Ecolabel lub EU Ecolabel.

## OPIS

Hotel Scandic we Wrocławiu dołączył do grona posiadaczy certyfikatu ekologicznego Ecolabel w czerwcu 2014 roku. Hotel podjął szereg inicjatyw zmniejszających zużycie energii, zużycie wody, produkcję odpadów; dużą wagę przyłożono także do promowania informacji i edukacji w zakresie ochrony środowiska. Wdrożone procedury dotyczące sposobu i organizacji pracy, rozwiązania techniczne oraz współpraca z kontrahentami kierującymi się dobrem środowiska naturalnego pozwalają hotelowi na regularny monitoring efektu działań. Hotel każdego roku wprowadza kolejne ekologiczne rozwiązania, które są weryfikowane przez inspektora Polskiego Centrum Badań i Certyfikacji – jednostki przyznającej certyfikat Ecolabel. Przykładem takich rozwiązań są m.in.: korzystanie tylko z czystej energii, kosze do segregacji śmieci nawet w pokojach Gości, brak produktów w jednorazowych opakowaniach czy redukcja wypływu wody w spluczkach. Poprzez umieszczone w pokojach

ankiety oraz informacje dotyczące ekologii goście hotelu mogą brać czynny udział we wdrażaniu nasyżych założeń (np. określając częstotliwość zmiany pościeli).

## WYZWANIA

Proces certyfikacji poprzedzony był wielomiesięcznym gromadzeniem odpowiedniej dokumentacji. Część niezbędnych dokumentów, zaświadczeń i raportów musiała być dostarczona przez dostawców zewnętrznych, którzy nie zawsze mieli dostępne odpowiednie dokumenty, dlatego niejednokrotnie opracowywali je po raz pierwszy. Wyzwaniem było także wzmocnienie świadomości pracowników i gości na temat wpływu na środowisko i konieczności podjęcia kroków w celu jego ochrony. W eko-edukacji hotel wykorzystuje regularne szkolenia, informacje i ankiety dla Gości.

## KORZYŚCI

Hotele Scandic we Wrocławiu i Gdańsku to jedyne obiekty w branży hotelarskiej w Polsce, które posiadają

**Scandic**  
WROCLAW

najbardziej restrykcyjny certyfikat ekologiczny. Dzięki temu obiekty są często pierwszym wyborem wśród firm kierujących się polityką zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska. Wprowadzone rozwiązania techniczne, pozwalające na mniejsze zużycie mediów, przekładają się na ograniczenie kosztów. Istotną jest również wartość edukacyjną projektu, która pozwala na propagowanie idei dbania o środowisko wśród pracowników, gości i partnerów sieci.

*Uzyskanie certyfikatu poprzedzone jest wdrożeniem polityki środowiskowej wraz z wnikliwym dostosowaniem produktu/usługi/obiektu do wymagań Komisji Europejskiej, zarówno na poziomie lokalnym, jak i globalnym. Dlatego też jesteśmy bardzo dumni z uzyskania najbardziej znaczącego odznaczenia – Ecolabel. Jest to szczególnie satysfakcjonujące, że jesteśmy pierwszymi hotelami sieciowymi w Polsce, które spełniły niezwykle restrykcyjne kryteria i to zaszczytne odznaczenie otrzymały.*  
**Marta Karteczka, Dyrektor Hotelu Scandic Wrocław**

Miejsce na notatki



# MEDYCINA PRAKTYCZNA NOWE EKOBIURO

medycyna praktyczna



Troska o środowisko naturalne w każdym aspekcie działalności towarzyszy firmie Medycyna Praktyczna od początku jej istnienia. Teraz, dzięki przeprowadzce do nowego, własnego biura, firma zyskała kolejne możliwości realizacji zasad pozytywnego wpływu na środowisko naturalne.

## OPIS

Medycyna Praktyczna przez ponad 20 lat wynajmowała pomieszczenia biurowe. W tym czasie mimo ograniczonych możliwości realizowała szereg projektów na rzecz ochrony środowiska, poczynając od korzystania z energooszczędnych urządzeń, poprzez odpowiedzialną gospodarkę odpadami, na ograniczeniu liczby drukowanych stron kończąc. Po wybudowaniu nowej, własnej siedziby Medycyna Praktyczna postawiła na ekologiczne rozwiązania w każdym możliwym aspekcie. Zainwestowano m.in. w energooszczędne stanowiska komputerowe i oświetlenie wewnętrzne, zastosowano wydajny system rekuperacji w układzie wentylacji/klimatyzacji obiektu, system solarnego doogrzewania ciepłej wody do celów sanitarnych oraz system odzyskiwania ciepła odpadowego pochodzącego z chłodzenia serwerowni na potrzeby ogrzewania pomieszczeń w okresie grzewczym. Zminimalizowano wytwarzanie odpadów m.in. poprzez ograniczenie

o 50% liczby zużywanych świetlówek (wykorzystywane oświetlenie jest dwukrotnie trwalsze w porównaniu z rozwiązaniami standardowymi). W firmie przestrzega się zasad racjonalnej gospodarki odpadami, a odpady niebezpieczne dla środowiska (świetłówki, tonery do drukarek, baterie, zużyty sprzęt komputerowy) przekazuje się podmiotom uprawnionym do ich utylizacji.

## WYZWANIA

Największe wyzwanie stanowiło opracowanie założeń automatyki systemów wentylacji, klimatyzacji i odzysku ciepła odpadowego i oprogramowania, tak by dostosować ich działanie do zmieniających się warunków zewnętrznych (temperatura, nasłonecznienie), z uwzględnieniem zmian dobowych (dzień/noc) i zmian związanych z poszczególnymi porami roku.

## KORZYŚCI

Zrealizowane w nowej siedzibie inwestycje przekładają się na istot-

ną oszczędność energii. Ciepło do ogrzania wody jest w całości uzyskiwane w sposób ekologiczny – dzięki wprowadzeniu systemu solarnego oraz wykorzystaniu ciepła odpadowego pochodzącego z chłodzenia serwerowni. System ten wspomaga również ogrzewanie pomieszczeń w budynku firmy. Zainstalowanie energooszczędnej sprzątu oraz oświetlenia pozwoliło na znaczną redukcję wydatków na energię elektryczną.

*Jestem dumna, że pracuję w firmie, która w trosce o środowisko nieustannie poszukuje nowych rozwiązań proekologicznych. Nasz duży budynek, serwerownia i systemy chłodzenia – mimo zastosowania proekologicznych rozwiązań – nadal wymagają znacznych ilości energii elektrycznej, szczególnie w upalne dni. Obecnie rozważamy budowę na dachu budynku instalacji fotowoltaicznej, która w odpowiednich warunkach zewnętrznych (dobre oświetlenie i nasłonecznienie) mogłaby w znaczący sposób zmniejszyć zapotrzebowanie firmy na energię elektryczną.*  
**Magdalena Liberus, Koordynator Projektów**

Miejsce na notatki










# ZAKOŃCZENIE

Dziękujemy wszystkim Dostawcom, którzy przyczynili się do powstania tej publikacji. Dzięki Państwa zaangażowaniu i chęci podzielenia się swoimi osiągnięciami stworzyliśmy pierwszy Przewodnik Dobrych Praktyk i rozpoczęliśmy promocję wspólnych wartości.

Tych z Państwa, którzy nie mieli możliwości wzięcia udziału w tworzeniu niniejszego Przewodnika zapraszamy do dzielenia się swoimi osiągnięciami za pośrednictwem platformy internetowej [www.dostawca.polpharma.pl](http://www.dostawca.polpharma.pl)



**Polpharma Biuro Handlowe Sp. z o.o.**  
Bobrowiecka 6, 00-728 Warszawa  
tel. +48 22 364 61 00

[www.polpharma.pl](http://www.polpharma.pl)  
[www.dostawca.polpharma.pl](http://www.dostawca.polpharma.pl)  
[etyka@polpharma.com](mailto:etyka@polpharma.com)

