DOBROCZYŃCA ROKU 2022

EDYCJA

KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

25

Spis treści

4 DRODZY PRZYJACIELE
6 OD FUNDATORA
8 OD AUDYTORA
10 BIZNES NA RZECZ UKRAINY
16 25 LAT W LICZBACH
18 25 LAT KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

23 KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH
- 23 O KARCIE
- 25 WSZYSTKIE STRONY KARTY – ROZMOWA
- 30 KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

35 25. EDYCJA KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”
- 36 PRZEBIEG KONKURSU
- 38 25. EDYCJA W LICZBACH
- 39 EKSPERCI
- 40 KAPITUŁA KONKURSU
- 44 FINALIŚCI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU 2022”
- 45 LAUREACI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU 2022”
  - 46 LOKALNE PARTNERSTWA
  - 48 KULTURA I EDUKACJA
  - 52 OCHRONA ŚRODOWISKA I KLIMATU
  - 54 POMOC SPOŁECZNA I CHARYTATYWNA
  - 58 ZDROWY TRYB ŻYCIA
  - 62 OTWARTOŚĆ NA RÓŻNORODNOŚĆ
  - 66 WOLONTARIAT PRACOWNICZY
  - 68 NAGRODA 25-LECIA
- 71 LISTA FIRM ZGŁOSZONYCH W 25. EDYCJI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”
- 76 LAUREACI 25 EDYCJI KONKURSU

85 PODZIĘKOWANIA
86 DARCZYŃCY I PARTNERZY
87 O AKADEMII ROZWOJU FILANTROPII W POLSCE
89 O FUNDACJI DOBRA SIEĆ

DRODZY PRZYJACIELE!

PAWEŁ ŁUKASIAK
PREZES ZARZĄDU
AKADEMIA ROZWOJU FILANTROPII W POLSCE

Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku" jest lustrem, w którym już od 25 lat przyglądamy się społecznemu zaangażowaniu biznesu i jego współpracy z organizacjami pozarządowymi.

Liczby towarzyszące Konkursowi są imponujące: to 5262 zgłoszone projekty społecznego zaangażowania biznesu i ponad 160 nagrodzonych firm w ciągu ostatniego ćwierćwiecza. To piękna karta w historii biznesu w Polsce.

To zwierciadło pokazujące nam zarówno dobre praktyki, jak i tło społeczne, na którym to zaangażowanie biznesu jest prowadzone. W ostatnich latach widzimy w nim kryzys klimatyczny, pandemię, kryzys uchodźczy wywołany napaścią Rosji na Ukrainę. Te dramatyczne okoliczności wywołały też odpowiedź po stronie biznesu i organizacji pozarządowych. Na wielką skalę wzrosło zaangażowanie w wolontariat pracowniczy, pomoc humanitarną i filantropię. Oczywiście jako organizatorzy Konkursu musimy te procesy uwzględnić: w kolejnej edycji zostanie dodana nowa kategoria, w której nagrodzimy inicjatywy na rzecz wsparcia uchodźców i pomocy Ukrainie.

Współpraca biznesu z organizacjami to nie tylko konkretna pomoc w bardzo różnych obszarach, lecz także wsparcie niezależności i wzmocnienie samych organizacji pozarządowych.

Naszym celem jest docenianie i wspieranie współpracy biznesu i organizacji. Dlatego też nieustannie pokazujemy dobre praktyki i promujemy nowe formy tej aktywności. Zależy nam na jakości tej współpracy i wykorzystaniu 25 lat doświadczenia osób i środowisk zaangażowanych w działania towarzyszące Konkursowi. Jednak nadszedł już czas, żeby oprócz dobrych praktyk promować i wpływać na standardy tej współpracy.

Podjęliśmy się tego wyzwania i z okazji 25-lecia Konkursu przedstawiamy Kartę zasad dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych. Karta jest dla nas fundamentem prezentującym podstawowe wartości i zasady dobrej współpracy tych sektorów. Będziemy się do niej odwoływać przy tworzeniu przyszłych procedur i kryteriów Konkursu. Zachęcamy również biznes i organizacje do wykorzystywania jej jako źródła przy opracowywaniu procedur i dokumentów, a także do prezentacji i promocji Karty na swoich stronach.

Wszystkim, którzy przez te lata zostali nagrodzeni i zgłoszeni do Konkursu, gratulujemy i jednocześnie dziękujemy!

To Wasze święto! Niech dzień 2 czerwca stanie się dniem dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych.

OD FUNDATORA KONKURSU

JERZY KOŹMIŃSKI

PREZES POLSKO-AMERYKAŃSKIEJ FUNDACJI WOLNOŚCI

Z okazji jubileuszu Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku" słowa szczególnego uznania kierujemy do jego organizatora – Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce. Ćwierć wieku temu, w kilka lat po wkroczeniu przez Polskę na drogę głębokich przemian demokratycznych i gospodarczych, idea społecznego zaangażowania biznesu nie była jeszcze w naszym kraju popularna. Wówczas Akademia znalazła innowacyjny sposób na promowanie wartych naśladowania przykładów społecznie użytecznych działań firm i przedsiębiorców. Od tego czasu Konkurs spopularyzował setki takich praktyk, a my z zainteresowaniem obserwowaliśmy, jak w imponującym tempie rozwijał się w Polsce społecznie odpowiedzialny biznes i jaki był jego wpływ na budowę społeczeństwa obywatelskiego. Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku" stał się nie tylko rozpoznawalną, prestiżową marką, lecz także płaszczyzną wymiany doświadczeń między Dobroczyńcami kolejnych edycji, co przyczyniało się do wyznaczania nowych trendów i popularyzacji wartościowych modeli społecznego zaangażowania.

Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności jest fundatorem Konkursu od 20 lat, a naszym szczególnym wsparciem niezmiennie otaczamy kategorię lokalną. Jest nam ona bliska ze względu na misję Fundacji, która od rozpoczęcia swojej działalności programowej w 2000 roku koncentruje się na wyzwalaniu energii społecznej w tych środowiskach, które przeżywały największe trudności w okresie transformacji – głównie na terenach wiejskich i w małych miastach.

Ze współpracy z organizacjami pozarządowymi działającymi w tych miejscowościach wiemy, jak istotną rolę odgrywa wspieranie ich ze strony biznesu. Cieszy nas, że na poziomie lokalnym coraz popularniejsze są partnerstwa firm, organizacji pozarządowych, samorządów i mediów. Takie łączenie sił, zasobów, wiedzy, umiejętności i doświadczenia niesie wiele korzyści – tworzą się silne relacje, buduje zaufanie, a efekty podejmowanych działań są trwalsze. Szczególną wagę mają działania długofalowe – stanowią one warunek niezbędny do budowania kapitału społecznego, który pozwala stawiać czoła rozmaitym wyzwaniom.

Niezwykle udanym sprawdzianem z odpowiedzialności za swoje najbliższe otoczenie było zaangażowanie firm na rzecz przeciwdziałania negatywnym skutkom pandemii. Zarówno duże, jak i małe przedsiębiorstwa ruszyły z pomocą mimo trudności, które same wówczas przeżywały. Oferowały pomoc lekarzom i szpitalom, a także uczącym się zdalnie dzieciom i młodzieży, które w tym czasie wymagały szczególnego wsparcia, zwłaszcza psychologicznego. Firmy nie zapominały również o seniorach i osobach z niepełnosprawnościami. Co istotne, nie ograniczały się tylko do pomocy finansowej, zapewniały też wsparcie pracowników-wolontariuszy, konsultacje prawne, a nawet innowacyjne rozwiązania technologiczne.

Jeszcze trudniejszy egzamin przyszło zdawać biznesowi po wybuchu wojny w Ukrainie. W obliczu katastrofy humanitarnej przedsiębiorstwa zaoferowały ukraińskim obywatelom wielowymiarową pomoc. Uruchomiono liczne zbiórki pieniężne i rzeczowe, od tamtej pory przekazywane są środki finansowe i dary, udostępniane przestrzenie biurowe dla uchodźców, zapewniana jest im bezpłatna pomoc prawna, psychologiczna i medyczna, organizowane są transporty do Ukrainy. Pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu zyskało wyjątkowy wymiar.

Pragnę serdecznie pogratulować wszystkim laureatom wartościowych pomysłów, siły i determinacji w działaniu na rzecz społecznie ważnych celów, a także wyrazić uznanie dla elastyczności w reagowaniu na nowe wyzwania. Niechaj kolejne lata przyniosą Państwu jak najwięcej satysfakcji z czynienia dobra!

OD AUDYTORA

AGNIESZKA NALEWAJKO

PARTNERKA W EY POLSKA

Szanowni Państwo!

W tym roku świętujemy jubileusz Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku", który od 25 lat buduje świadomość istoty dobroczynności i społecznej odpowiedzialności biznesu.

Jest dla mnie ogromnym zaszczytem współpracować w tym przedsięwzięciu z Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce oraz członkami Kapituły Konkursu i ekspertami zaangażowanymi w analizę i ocenę wniosków konkursowych.

Aspekty społeczne są ważnym elementem wpływającym na sposób prowadzenia działalności gospodarczej przez firmy. Nowe wymogi raportowania informacji niefinansowej wprowadzają większe oczekiwania dotyczące dbałości o klimat, środowisko naturalne, a także odpowiedzialności społecznej oraz transparentności procedur wykorzystywanych przez firmy np. przy wyborze dostawców pod kątem m.in. etyczności ich działań, zapewnienia bezpieczeństwa i standardów zatrudnienia pracowników.

Odpowiadając na pojawiające się nowe ważne aspekty w życiu społecznym, kategorie konkursowe przez lata podlegały zmianom.

Jako audytor Konkursu podjęliśmy się zadania zapewnienia przejrzystości procedur, monitorowania mechanizmów rejestracji wniosków i wyboru najlepszych z nich przez ekspertów Konkursu. Naszym przywilejem było prowadzenie i czuwanie nad prawidłowością przebiegu corocznych obrad Kapituły Konkursu.

Grupę finalistów i nominowanych we wszystkich edycjach Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku" możemy śmiało nazwać grupą liderów propagujących wdrażanie projektów z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu. W perspektywie kolejnych lat widzimy jednak, że wszystkich nas czeka jeszcze wiele pracy. Wspomnianymi liderami są w dalszym ciągu często te same organizacje i naszym wspólnym zadaniem jest zachęcenie pozostałych przedsiębiorców w kraju do myślenia o swojej firmie nie tylko z perspektywy zysku, lecz także wartości, którą może przynieść realizacja działań w odpowiedzi na potrzeby społeczne. Dorobek ostatnich 25 lat pokazuje jednak, że Polska się zmienia, wsparcie biznesu dla potrzeb społecznych się umacnia i profesjonalizuje.

Gratulujemy Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce oraz wszystkim zaangażowanym w realizację Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku" zarówno inicjatywy, konsekwencji w jej realizacji przez ostatnie 25 lat, jak i motywacji w propagowaniu idei odpowiedzialności biznesu za sprawy społecznie istotne.

Czujemy się częścią tej ważnej inicjatywy i dokładamy wszelkich starań, by nasza wiedza i doświadczenie zdobyte w biznesie służyły rzetelności procesów konkursowych i wspierały starania organizatorów Konkursu w realizacji jego założeń.

BIZNES NA RZECZ UKRAINY

MIRELLA PANEK-OWSIAŃSKA

RADA FUNDACJI SZKOŁA LIDERÓW

Kiedy 24 lutego Rosja zaatakowała Ukrainę, reakcja polskiego społeczeństwa była natychmiastowa. O działaniach pojedynczych ludzi, rodzin, organizacji pozarządowych czy samorządów napisano już dużo, ale warto wiedzieć, że także biznes zareagował szybko i sprawnie. Firmy małe, duże, polskie i międzynarodowe bardzo szybko zaczęły pomagać na skalę swoich możliwości. Nie sposób wymienić wszystkich pomocowych inicjatyw biznesowych, ale w tym artykule przyglądam się różnorodnym formom zaangażowania na rzecz Ukrainy stosowanym przez przedsiębiorstwa.

Po pierwsze – pracownicy i pracowniczki

W wielu polskich firmach już od dawna pracują obywatele i obywatelki Ukrainy, po informacji o rozpoczęciu wojny w wielu przedsiębiorstwach dostali oni dodatkowe dni urlopu i pomoc w relokacji rodziny, a także wcześniej wypłacono im pensje. Takie działania wewnętrzne związane z zapewnieniem bezpieczeństwa osobom pracującym w Polsce i ich rodzinom w Ukrainie bardzo dobrze świadczą o odpowiedzialności firm.

Sieć Biedronka podjęła decyzję o przyznaniu wszystkim pracownikom z ukraińskim obywatelstwem zatrudnionym na umowę o pracę bezzwrotnego wsparcia finansowego w wysokości 1000 złotych.

PZU z kolei udzielił wsparcia około 700 rodzinom swoich ukraińskich pracowników, zapewniając im zakwaterowanie, opiekę medyczną, wsparcie psychologów i środki do życia. DB Cargo przygotowało pakiet pomocowy dla ukraińskich pracowników i pracowniczek świadczących pracę na rzecz Grupy DB Cargo Polska – by wspierać ich rodziny i bliskich.

Wycofanie z Rosji

W obliczu wojny dla wielu konsumentów i konsumentek bardzo podstawową i oczywistą decyzją firm, a także miarą ich odpowiedzialności, powinno było być wycofanie się z rosyjskiego rynku. Większość sieci handlowych w Polsce poinformowała o wycofaniu produktów z Rosji i Białorusi. Chodzi o produkty oznaczone kodem zaczynającym się od 460–469 i 481. Badacze i badaczki z Yale School of Management przygotowali i aktualizują na bieżąco listę firm, które pozostały w Rosji, wiele z nich było zmuszonych do wyjaśnienia i skomentowania swojej decyzji.

Oddziały Auchan, Decathlona czy Leroy Merlin w Polsce spotkały ostracyzm społeczny i akcje nawołujące do bojkotowania, które znacząco wpłynęły na przychody tych przedsiębiorstw.

Zbiórki pracownicze

Kolejną formą pomocy biznesu na rzecz Ukrainy stały się zbiórki pracownicze, organizowane często oddolnie, ale ze wsparciem firmy, która często dokładała dodatkowe fundusze. W całej Polsce zbierano żywność, odzież, lekarstwa, przygotowywano konwoje i wysyłki. Do niektórych zbiórek włączano także klientów i klientki firmy.

Grupa Santander Bank Polska wraz z Fundacją Santander po raz trzeci uruchomiły akcję charytatywną Podwójna Moc Pomagania – tym razem na rzecz pomocy Ukrainie. Bank podwajał wpłaty, przeznaczając na to 1,5 miliona złotych.

W zbiórce charytatywnej wzięło udział ponad 26,5 tysiąca osób. Wspólnie zebrano ponad 4,25 miliona złotych, które zostały przekazane organizacjom koordynującym pomoc dla osób dotkniętych wojną w Ukrainie – PAH, UNICEF i PCK. Darowiznę otrzymało także miasto Przemyśl. W zbiórce uruchomionej przez ING Bank Śląski wspólnie z Fundacją ING Dzieciom – dla poszkodowanych w wyniku wojny w Ukrainie – zebrano trzy miliony złotych. Bank podwaja tę kwotę do sześciu milionów złotych.

Przekazywanie towarów i usług

Bardzo wiele firm zdecydowało się na przekazanie uchodźcom i uchodźczyniom swoich towarów i usług. Taka forma pomocy była odpowiedzią na bieżące potrzeby osób przekraczających polską granicę.

Grupa Arche postanowiła przeznaczyć na pomoc pięć milionów złotych, udostępnia tymczasowe bezpłatne miejsca noclegowe oraz zapewnia wyżywienie. Orange Polska obniżyło ceny połączeń do Ukrainy i rozdawało darmowe startery na przejściach granicznych, a także w placówkach Poczty Polskiej. T-Mobile udostępniło darmowe połączenia międzynarodowe do Ukrainy. Bank BNP Paribas wprowadził wiele ułatwień dla obywateli Ukrainy. Mogą oni otwierać konta w oddziale dużo prościej niż dotychczas. Wystarczy okazać dowód tożsamości (paszport lub tymczasowe zaświadczenie tożsamości cudzoziemca), mieć TIN (ukraiński numeru identyfikacji podatkowej) i polski numer telefonu. Bank udostępnił im również darmowe wypłaty gotówki z wszystkich bankomatów w kraju oraz darmowe wpłaty i wypłaty w oddziałach banku. Chcąc wesprzeć obywateli Ukrainy w trudnym dla nich czasie, Grupa CCC postanowiła rozszerzyć akcję Daj Swoim Butom Drugie Życie. W jej ramach firma zbiera buty, odświeża je i oddaje potrzebującym. W związku z wydarzeniami w Ukrainie całe otrzymane w danym tygodniu obuwie Grupa CCC przekazała uchodźcom. Akcja była realizowana we współpracy z firmą WoshWosh, która zajmuje się profesjonalną dezynfekcją butów. IKEA przekazała ponad 50 tysięcy produktów, które są realnym wsparciem dla ponad 36 tysięcy osób szukających schronienia w Polsce. Dr Irena Eris przekazała ponad 100 tysięcy sztuk kosmetyków przeznaczonych dla uchodźców i cały dochód z kilku dni sprzedaży online.

Wolontariat kompetencyjny

Ważnym elementem pomocy biznesu stał się wolontariat kompetencyjny. Firmy dzieliły się swoim know-how dotyczącym m.in. zarządzania projektami i ich skalowania oraz administrowania czasem swoich pracowników i pracowniczek.

Dzięki wsparciu firm Mastercard, Netguru, Orange i Deloitte udało się zwiększyć rozmiary działań Fundacji Nasz Wybór prowadzącej Dom Ukraiński w Warszawie, w tym m.in. uruchomić infolinię, przygotować bazy danych wolontariuszy i wolontariuszek czy odświeżyć strony fundraisingowe.

Darowizny dla NGO

Organizacje pozarządowe, zwłaszcza te humanitarne i pomocowe, znalazły się na pierwszej linii frontu, organizując zarówno wsparcie dla przybywających do Polski uchodźców i uchodźczyń, jak i pomoc na terenie Ukrainy. Jednak skala wyzwań wymagała nadzwyczajnych środków finansowych. Na szczęście biznes stanął na wysokości zadania i wsparł wiele organizacji hojnymi darowiznami.

ING Bank Śląski przeznaczył dodatkowe milion złotych na cztery organizacje pomagające ofiarom wojny w Ukrainie. Trafią one do: Fundacji Instytutu Matki i Dziecka, Polskiej Misji Medycznej, SOS Wioski Dziecięce i Związku Ukraińców w Polsce. Grupa Allegro przekazała milion złotych na wsparcie działań Polskiego Forum Migracyjnego, 700 tysięcy złotych dla Fundacji Ocalenie i 300 tysięcy złotych na działania Stowarzyszenia Homo Faber. Środki zostaną przeznaczone na pomoc prawną, psychologiczną i socjalną dla uchodźców z Ukrainy i posłużą do tego, by pomóc im w zorganizowaniu sobie życia na uchodźstwie w naszym kraju. Dodatkowo Allegro uruchomiło charytatywne cegiełki o wartości 10, 20, 50 i 100 złotych, by wesprzeć działania Polskiego Centrum Pomocy Międzynarodowej (PCPM) oraz Fundacji Świętego Mikołaja, ich wartość to obecnie ponad siedem milionów złotych. CD Projekt w ramach solidarności z Ukrainą przekazał milion złotych Polskiej Akcji Humanitarnej. Fundacja Lotos podjęła decyzję o przekazaniu ponad trzech milionów złotych na pomoc mieszkańcom Ukrainy. Środki trafiły m.in. do Caritasu i Polskiego Czerwonego Krzyża.

BIZNES NA RZECZ UKRAINY

Google.org, charytatywny oddział Google, w ramach zaangażowania w działania humanitarne dla Ukrainy przekazał Polskiemu Centrum Pomocy Międzynarodowej 10 milionów złotych. Środki pochodzące z bezpośrednich wpłat pracowników i pracowniczek firmy zostały dodatkowo podwojone przez Google.org, a wysokość wsparcia dalej rośnie wraz z przekazywaniem kolejnych darowizn. Grupa Jerónimo Martins przekazała pięć milionów euro, czyli około 24 milionów złotych, na rzecz organizacji pomocowych. Ta darowizna pieniężna zostanie po równo rozdzielona między pięć organizacji, które już aktywnie działają, by ratować ludność w Ukrainie, a także wspierają uchodźców po bezpiecznej stronie granicy:

- Caritas Polska,
- Polski Czerwony Krzyż,
- Polską Akcję Humanitarną,
- Polska Misję Medyczną,
- Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce w Polsce.

Zakup sprzętu i żywności dla Ukrainy

Wiele firm organizowało akcje i zbiórki sprzętu, który jest w tej chwili najbardziej potrzebny walczącej Ukrainie. Transporty żywności, leków oraz sprzętu potrzebnego wojsku były wysyłane z różnych miejsc i firm.

Grupa Amica zorganizowała zbiórkę finansową i rzeczową, z której środki przekazała zaprzyjaźnionej organizacji ze Lwowa. W ramach akcji przekazano m.in. opatrunki, leki i środki higieniczne. Fundacja Nienieodpowiedzialnych Grupy ANG kupiła dwie karetki pogotowia ratunkowego i przesłała sześć transportów pomocy humanitarnej do Kijowa. Rafał Brzoska, prezes InPost, i Omenaa Mensah wysłali do Charkowa 34 wagony środków pierwszej potrzeby. Do drugiego pod względem wielkości ukraińskiego miasta wysłano blisko 1000 palet (pół tysiąca ton) materiałów, m.in. żywności – konserw, mąki, ryżu, kaszy, mleka, a także lekarstw oraz śpiworów i kocy.

W raporcie Szlachetnej Paczki czytamy, że 72 proc. badanych odczuwa dumę z bycia Polakami w związku ze skalą pomocy udzielanej uchodźcom z Ukrainy. A ponad 70 proc. pozytywnie ocenia reakcję Polaków na przyjazd uchodźców z Ukrainy.

Wśród różnych form pomocy, którą zdaniem badanych powinni otrzymywać uchodźcy, najczęściej były wskazywane te, które wspierają ich usamodzielnienie się. To pomoc w znalezieniu pracy (63 proc. wskazań), zapewnienie opieki zdrowotnej (58 proc.), edukacji i materiałów szkolnych (49 proc.), kursów języka polskiego (49 proc.) oraz znalezienie mieszkania (37 proc.).

87 proc. z zaangażowanych do tej pory w pomoc uchodźcom planuje pomagać im tak samo albo nawet bardziej w ciągu najbliższych kilku miesięcy, 11 proc. będzie pomagało mniej, a tylko 2 proc. przestanie to robić.

Firmy działające w Polsce zareagowały na wojnę w Ukrainie błyskawicznie, wspierając rzeczowo, finansowo i kompetencyjnie ludzi i organizacje świadczące pomoc dla Ukrainy. Ale po pierwszym zrywie solidarnościowym widać, że ilość potrzeb w najbliższym czasie będzie duża, należy zatem wypracować strategie długofalowego wsparcia oraz partnerstwa biznesu z organizacjami pozarządowymi i władzami. Z pewnością będą się też zmieniać cele i formy społecznego zaangażowania firm w kontekście pomocy uchodźcom, ale różnorodne wsparcie biznesu będzie potrzebne jeszcze długo.

25 LAT W LICZBACH

STATYSTYKI 25 LAT KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”:

1. Liczba nadesłanych wniosków – łącznie **5262**.
2. Liczba nominowanych firm – około **1750**.
3. Liczba laureatów – ponad **160** nagrodzonych firm i koalicji firm, ponad **180** wręczonych statuetek.
4. Najpopularniejsze kategorie:

   „Pomoc społeczna" (na początku „Pomoc społeczna i zdrowie”) – **1213** wniosków,

   „Współpraca firmy z organizacją pozarządową” (później „Projekt społeczny”) – **1394** wnioski.

NAJWAŻNIEJSZE ZMIANY W KONKURSIE

- **2004:** Wprowadzenie kategorii „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy". Firmy mogą zgłaszać się samodzielnie.
- **2005:** Wprowadzenie głosowania internetowego. Publiczność wybiera część laureatów.
- **2007:** Wprowadzenie kategorii „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy". Organizacje pozarządowe mogą nominować firmy za działalność na rzecz społeczności lokalnej.
- **2009:** Wprowadzenie podziału firm nominowanych w kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową" pod względem wielkości: osobne nagrody dla dużych, osobne dla małych i średnich firm.
- **2009:** Wprowadzenie elektronicznego systemu przesyłania wniosków.
- **2019:** Rezygnacja z głosowania internetowego. Laureatów wybiera Kapituła.

ZMIANY W KATEGORIACH KONKURSOWYCH:

1997: „Współpraca firmy z organizacją pozarządową".

2000: „Aktywizacja społeczności lokalnej", „Ekologia", „Edukacja i oświata", „Kultura i sztuka", „Pomoc społeczna", „Rozwój demokracji i obrona praw człowieka".

2011: „Współpraca firmy z organizacją pozarządową", „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy", „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy", „Program wolontariatu pracowniczego".

2020: „Rozwój lokalny", „Fundacja korporacyjna", „Edukacja", „Pomoc społeczna", „Sport", „Zdrowie".

25 LAT KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

TOMASZ SCHIMANEK

EKSPERT AKADEMII ROZWOJU FILANTROPII W POLSCE

Jubileusz **Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku”** skłonił mnie do kilku refleksji dotyczących jego przeszłości i przyszłości. Sam fakt, że od 25 lat – mimo różnych zawirowań społecznych, politycznych i gospodarczych – Konkurs działa nieprzerwanie, świadczy nie tylko o determinacji Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce, ale przede wszystkim o użyteczności tej inicjatywy. Warto pokazywać społeczeństwu – i przy okazji nagradzać – firmy aktywne społecznie, których z roku na rok przybywa. Najlepszym tego dowodem jest fakt, że przez 25 lat do Konkursu zostało zgłoszonych ponad 1700 firm, w tym 160 takich, które zostały nagrodzone i wyróżnione.

Obyś żył w ciekawych czasach

To stare powiedzenie znakomicie pasuje do ostatniego ćwierćwiecza, które było pełne wydarzeń i zjawisk istotnych dla społeczeństwa, państwa i gospodarki. Cztery wielkie reformy, które zmieniły system ochrony zdrowia i emerytalny, wprowadziły gimnazja oraz nowe samorządy województw i powiatów (1998), wejście Polski do NATO (1999), przystąpienie do Unii Europejskiej (2004), śmierć Jana Pawła II (2005), kryzys gospodarczy (2008), katastrofa smoleńska (2010), zabójstwo Pawła Adamowicza (2019), wybory, kolejne rządy, powodzie, susze, trąby powietrzne.

Było to 25-lecie, w którym zaczęliśmy się starzeć jako społeczeństwo i doświadczyliśmy prawdziwej rewolucji cyfrowej. Ostatnie dwa lata przyniosły prawdziwą kumulację wydarzeń, których skutki będziemy odczuwać również w przyszłości, myślę o pandemii COVID-19, rosnącej inflacji i wojnie w Ukrainie.

Minione 25 lat to także wiele wciąż nierozwiązanych problemów, przede wszystkim ubóstwo i związana z nim marginalizacja społeczna oraz nowe rodzaje wykluczenia, niezależne od sytuacji materialnej, np. wykluczenie zdrowotne, cyfrowe czy energetyczne. Doszły do tego również problemy związane ze zmianami klimatycznymi czy zagrożeniami dla polskiej demokracji, jak się okazało, jeszcze bardzo kruchej. **Dzięki Konkursowi wiemy, że przedsiębiorcy nie byli obojętni na te problemy i starali się pomagać tym, których dotknęły skutki ubóstwa, pandemii, powodzi czy wojny.**

Siła w różnorodności

Konkurs nie tylko przetrwał to burzliwe ćwierćwiecze, lecz także starał się odpowiadać na zmieniające się formy zaangażowania firm w rozwiązywanie problemów społecznych. Dowodem na to są dodawane w kolejnych latach nowe kategorie konkursowe, np. „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy" czy „Program wolontariatu pracowniczego". **Zgłoszenia konkursowe pokazały, jak różnorodna może być aktywność społeczna biznesu.** Zaangażowanie firm przejawia się w różnych formach, począwszy od wsparcia finansowego i rzeczowego, przez pomoc usługową, wolontariat pracowniczy, po kompleksowe programy i strategie społecznego zaangażowania. Różne są także sfery aktywności społecznej przedsiębiorców. Co prawda przez 25 lat dominowało zaangażowanie w sferze pomocy społecznej, skierowane do ludzi w szczególnie trudnych sytuacjach życiowych, ale firmy były aktywne również w obszarze ekologii, edukacji, kultury, sztuki czy sportu. Większość wniosków zgłoszonych do Konkursu dotyczyła wspólnych działań firm i organizacji pozarządowych, dzięki czemu na podstawie 25-letnich doświadczeń została stworzona w 2022 roku **Karta zasad dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych,** której celem jest zachęcanie do współpracy firm i organizacji oraz upowszechnianie jej standardów.

25 LAT KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

Znaczenie Konkursu

Najważniejszą rolą Konkursu w ostatnim 25-leciu było popularyzowanie społecznego zaangażowania firm i współpracy na tym polu z organizacjami pozarządowymi, i to w sposób najbardziej wiarygodny, czyli przez pokazywanie przykładów takiego zaangażowania i współpracy. Samo zgłoszenie do Konkursu jest potwierdzeniem, że to, co robią firmy, jest potrzebne, i jednocześnie zachętą do dalszych działań. Przy czym najcenniejsze dla przedsiębiorców jest uznanie w oczach współpracujących z nimi organizacji i ich podopiecznych, choć oczywiście znaczenie ma także docenienie przez Kapitułę Konkursu, publiczność zgromadzoną na corocznej gali konkursowej czy przez media. Konkurs pokazuje również, że **każdy – duża międzynarodowa korporacja, średnia krajowa firma czy lokalny przedsiębiorca – może zrobić coś dobrego dla innych.** I że jest to zarówno ważne dla tych, którzy korzystają z pomocy, jak i dostarcza takiej samej satysfakcji firmom niezależnie od skali i zakresu ich zaangażowania.

Dla mnie szczególnie istotną rolą Konkursu jest **przełamywanie tradycyjnego postrzegania dobroczynności jako działalności czysto altruistycznej.** Nagrodzone firmy są przykładami tego, że wspieranie rozwiązywania problemów społecznych przez biznes może przynosić korzyści firmom i ich partnerom, czyli organizacjom pozarządowym. Dzięki społecznemu zaangażowaniu przedsiębiorstwa budują swój pozytywny wizerunek, wzmacniają relacje między pracownikami a pracodawcą, mają łatwiejszy dostęp do społeczności lokalnych. Organizacje z kolei korzystają ze wsparcia firm w realizacji swojej misji, korzystają z ich wiedzy, kompetencji i zasobów, mogą działać skuteczniej i efektywniej. To tylko przykłady korzyści, które szerzej zostały opisane we wspomnianej Karcie zasad dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych. Możliwość ich osiągania powoduje, że firmy mają dodatkową motywację do działań społecznych, a organizacje do podejmowania współpracy z biznesem. Połączenie korzyści społecznych z korzyściami dla przedsiębiorców i ich partnerów zwiększa także szanse na trwałość społecznego zaangażowania firm.

Wyzwania przyszłości

Propagowanie społecznego zaangażowania firm i ich współpracy z organizacjami pozarządowymi będzie z pewnością najważniejszą rolą Konkursu w najbliższych latach, wciąż bowiem wielu przedsiębiorców nie dostrzega jeszcze znaczenia aktywności społecznej, a wiele organizacji nie szuka partnerów w biznesie. Konkursowi będą z pewnością sprzyjać stale **rosnące oczekiwania obywateli, organizacji pozarządowych, władz lokalnych i centralnych dotyczące społecznego zaangażowania biznesu.** Przyszłość, podobnie jak minione 25-lecie, przyniesie wszystkim nam wiele wyzwań, których nie potrafimy w pełni przewidzieć, czego dowiodły pandemia i wojna w Ukrainie. Z perspektywy rozwoju społecznego zaangażowania biznesu rysuje się jednak kilka takich wyzwań, które są widoczne już dziś i z którymi będą musieli się zmierzyć przedsiębiorcy, a co za tym idzie – również organizatorzy Konkursu.

Pierwsze z tych wyzwań to **zwiększenie zaangażowania biznesu w rozwój społeczności lokalnych.** Z różnych badań opinii publicznej przeprowadzonych w ostatnich latach jasno wynika, że Polki i Polacy coraz powszechniej oczekują od biznesu angażowania się w życie społeczności lokalnych. Bycie dobrym sąsiadem, włączanie się w rozwiązywanie problemów lokalnych, a nawet bycie liderem animującym współpracę nie tylko z organizacjami pozarządowymi, lecz także z samorządami gmin czy powiatów to oczekiwania ludzi, na które firmy będą musiały odpowiedzieć w najbliższej przyszłości.

Drugie wyzwanie to przeciwdziałanie kryzysowi klimatycznemu, którego skutki odczuwamy coraz dotkliwiej. Ludzie zaczynają sobie uświadamiać ten problem i oczekują od państwa i firm skutecznych działań służących jego rozwiązaniu. **Przedsiębiorcy będą musieli aktywniej włączać się – zarówno w skali globalnej, jak i lokalnej – w przeciwdziałanie zmianom klimatycznym i zachowanie naszego dziedzictwa przyrodniczego.** Powinni jednocześnie zachęcać obywateli, samorządy i rząd do większej aktywności na rzecz klimatu i współpracować z nim w tej kwestii.

Trzecim wyzwaniem jest trwająca nieustannie (r)ewolucja cyfrowa i coraz powszechniejsze wykorzystanie nowych technologii w działalności biznesowej, społecznej, a także ogólnie w relacjach międzyludzkich. Pandemia COVID-19 i związane z nią ograniczenia znacznie przyspieszyły ten proces. **Firmy i organizacje pozarządowe powinny coraz powszechniej wykorzystywać nowe rozwiązania cyfrowe w działalności społecznej, nie zapominając przy tym o bezpośrednich relacjach międzyludzkich.**

Poważnym wyzwaniem jest z pewnością wojna w Ukrainie i jej skutki, które będą miały długofalowy i wielowymiarowy charakter. Z punktu widzenia Polski oznacza to potrzebę pomocy milionom uchodźców z Ukrainy w zaadaptowaniu się w naszym kraju, tym ważniejszą, że duża część z nich z pewnością na stałe w nim zamieszka. Przedsiębiorcy mają tu wiele do zrobienia, np. tworząc miejsca pracy dla Ukraińców. Ale to także wyzwanie związane z podtrzymaniem i zagospodarowaniem powszechnej aktywności społecznej na rzecz pomocy uchodźcom, która wydaje się powoli wygasać. **Firmy mogą same absorbować tę aktywność, np. przez rozwój programów wolontariatu pracowniczego, mogą także wspierać działania aktywizujące obywateli prowadzone przez organizacje pozarządowe.**

Rozwój społeczności lokalnych, przeciwdziałanie zmianom klimatycznym czy wsparcie osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, w tym uchodźców, to wyzwania wpisane w Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, które są zobowiązaniem przede wszystkim dla rządów, ale także dla firm i społeczeństw na całym świecie. Dzięki ich realizacji zachowamy nasz obecny świat dla następnych pokoleń. W Polsce te cele nie są jeszcze powszechnie uświadamiane, dlatego **piątym wyzwaniem stojącym w najbliższych latach przed firmami, a co za tym idzie – przed Konkursem, jest upowszechnianie Celów Zrównoważonego Rozwoju w biznesie, w sektorze pozarządowym i w całym społeczeństwie.**

KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

O KARCIE

W tym roku Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku" obchodzi swoje 25-lecie. Z tej okazji postanowiliśmy stworzyć Kartę dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych, wykorzystując dobre praktyki i doświadczenia Konkursu oraz związanych z nim osób. W ten sposób chcemy uczcić jubileusz Konkursu i wspierać rozwój biznesu i organizacji pozarządowych. Wspieranie tej współpracy jest realizacją misji Konkursu.

Karta zasad dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych to zbiór wartości i zasad, który wypracowała grupa powołana przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce. Karta składa się z preambuły określającej cele dokumentu i wartości, którymi się kieruje, listy rekomendowanych zasad współpracy oraz zestawienia korzyści ze współpracy zarówno dla biznesu, jak i organizacji pozarządowych.

W skład grupy roboczej pracującej nad Kartą weszli przedstawiciele Kapituły Konkursu: Anna Potocka-Domin, prof. Bolesław Rok, przedstawiciele ekspertów Konkursu: Jacek Wojciechowicz, Monika Chrzczonowicz, Paulina Koszewska, przedstawiciele partnerów: Magdalena Kitlas (Pracodawcy RP), Magdalena Pękacka (Forum Darczyńców), Agnieszka Siarkiewicz (Forum Odpowiedzialnego Biznesu) oraz Agnieszka Nalewajko (EY – audytor Konkursu) i Tomasz Schimanek, ekspert Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce.

Grupa robocza spotkała się pięć razy w okresie od 17 grudnia 2021 roku do 5 maja 2022 roku, ponadto pracowała nad dokumentem w wersji elektronicznej.

Karta została poddana konsultacjom, do których zostali zaproszeni drogą e-mailową eksperci Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku", członkowie Kapituły Konkursu i partnerzy Konkursu (partnerzy są reprezentowani w Kapitule), laureaci 25. edycji Konkursu, członkowie koalicji Liderzy Pro Bono, sieci Ośrodków Działaj Lokalnie, Funduszy Lokalnych, Forum Darczyńców i sieci OFOP.

W okresie 14–28 kwietnia 2022 roku mogli oni zgłaszać swoje uwagi za pomocą specjalnego formularza na dysku Google. Następnie uwagi zostały przekazane grupie roboczej pracującej nad dokumentem.

W ten sposób powstała finalna wersja Karty dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych, która została oficjalnie ogłoszona podczas gali finałowej 25. edycji Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku".

Zapraszamy do zapoznania się z Kartą poniżej, w dalszej części raportu. Można ją znaleźć także na stronie Konkursu jako dokument do pobrania: www.dobroczyncaroku.pl. Zachęcamy również do promowania dokumentu i zamieszczanie go na Państwa stronach internetowych, w mediach społecznościowych, a przede wszystkim wykorzystywania jego zapisów przy tworzeniu procedur i regulacji wewnętrznych służących konkretnej współpracy.

Zapraszamy również do zapoznania się z rozmową z członkami Kapituły Konkursu – Anną Potocką-Domin i prof. Bolesławem Rokiem, którzy uczestniczyli w pracach grupy roboczej, oraz prezesem Akademii Pawłem Łukasiakiem. Podzielili się oni z dziennikarzem Pawłem Oksanowiczem wrażeniami z procesu powstawania Karty oraz przemyśleniami na temat jej roli w przyszłości.

WSZYSTKIE STRONY KARTY – ROZMOWA

O konieczności powstania Karty zasad dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych, o tym, jakie przynosi korzyści obu stronom, a największe – społeczeństwu, a także o przyszłościowym kontekście tego dokumentu rozmawiają:

Paweł Łukasiak – prezes Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce,

Anna Potocka-Domin – wiceprezeska Business Centre Club ds. kontaktów społecznych, head of business and human rights programme UN GCNP,

Bolesław Rok – profesor Akademii Leona Koźmińskiego.

Rozmowę prowadzi **Paweł Oksanowicz**, dziennikarz.

Paweł Oksanowicz: Jakie są powody powstania Karty zasad dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych?

Paweł Łukasiak: Biznes i organizacje pozarządowe (non-governmental organizations – NGO) mogą się wspierać i współpracować tak, jak w Polsce działo się to do tej pory. Jednak mogą rozwijać współpracę na wyższym poziomie, w sposób bardziej zaawansowany. Do tego są potrzebne impulsy, wzory i takim pozytywnym przykładem o charakterze samoregulacji jest Karta. Drugim powodem jej powstania są postulaty Kapituły i ekspertów związanych z Konkursem o tytuł „Dobroczyńca Roku". Z okazji jego 25-lecia chcieliśmy podsumować to, co udało się nam stworzyć w sferze wartości i promocji dobra wspólnego, a przy okazji nadać wspomnieniom charakter pewnego fundamentu, na którym będzie można budować przez następne lata to, na czym nadal nam zależy.

Anna Potocka-Domin: Zgadza się, przez kolejne edycje Konkursu przekonaliśmy się, że potrzebujemy zbioru odniesień, by rzetelnie oceniać współpracę między firmami i NGO. To jest ważne, by mieć standard – uniwersalne narzędzie. Co więcej, nie chodzi tylko o użyteczność Karty w Konkursie. Dla biznesu i NGO będzie ona mostem, konstrukcją wzajemnego zrozumienia i porozumienia. Karta wzmocni budowę silnych sojuszy między organizacjami pozarządowymi i biznesem – na rzecz demokracji, społeczeństwa obywatelskiego i rozwoju gospodarczego.

Bolesław Rok: Zwrócę uwagę na fakt, że nastąpiło wyraźne ożywienie zaangażowania biznesu w sprawy społeczne od początku pandemii. Nie wydaje się, że będzie krótkotrwałe. Czyli potencjalnie urosła liczba możliwych partnerstw NGO – biznes. Powstanie Karty jest ważnym impulsem dla tych firm, które chcą wykazywać korporacyjne obywatelstwo. Przedstawiając Kartę jako zbiór zasad w projektowanych partnerstwach, NGO wysyłają sygnał – nasze środowisko jest dojrzałe do współpracy w różnych wymiarach, obszarach. Wypracowało standard, który pokazuje, jak wspólnie działać. W tym kontekście Karta jest kamieniem milowym na drodze samodoskonalenia się sektora organizacji pozarządowych we współpracy z biznesem.

Anna Potocka-Domin: To istotny wątek. Karta nadaje odpowiednią rangę współpracy NGO i biznesu. Pozwala też na budowanie synergii zarówno na poziomie strategicznym, jak i operacyjnym. Po prostu oprócz sfery wartości chodzi o listę praw, powinności, oczekiwań i korzyści dla obu stron. Tak potraktowana Karta staje się podręcznikiem dobrego działania.

Paweł Oksanowicz: Czy ostatnie dwa lata turbulencji, w które wpadł czarny łabędź cywilizacji, biznes wykorzystał na to, by nauczyć się większej wrażliwości społecznej i dostrzegł potencjał NGO? Jak mają się do siebie te dwa potencjały – biznesu i NGO – w waszych oczach?

Bolesław Rok: Biznes zawsze był sprawczy. Przejawia się to w tym, że gdy firma dojrzewa do zrobienia czegoś dla społeczeństwa, to przeważnie dość szybko przekłada się to na działanie. Biznes ma olbrzymi potencjał, by coś zrobić. Czy sam jest zdolny trafić w oczekiwania? Najczęściej po czasie, po zebraniu doświadczeń, okazuje się, że efekt starań plasuje się poniżej oczekiwań. Wtedy zarządzający w firmach dostrzegają partnerów z NGO, bo to one mogą spowodować, że oddziaływanie projektu społecznego będzie wielokrotnie większe niż inicjowane tylko przez biznes.

Z tego powodu Karta jest impulsem, który ma pobudzić wspólną energię. Wskazuje, że najlepszą praktyką jest współdziałanie, bo dopiero współpraca zwiększa skalę oddziaływania w myśl zasady, że skala jest istotna, a nie tylko dobre chęci.

Bolesław Rok: „Zauważam, że wraz ze wzrostem liczby NGO i firm chętnych do współpracy oba środowiska potrzebują know-how dotyczącego zaaranżowania relacji. Karta pozwala zarządzić tym obszarem. Dla biznesu Karta może być interesująca również ze względu na insight środowiska NGO".

Anna Potocka-Domin: Zgadzam się i dostrzegam, że kryzys pandemii i wojenny przyspieszył uaktywnianie biznesu w przestrzeni społecznej. Zarządy firm uświadomiły sobie odpowiedzialność i rolę społeczną, którą odgrywają marki we wszystkich sektorach gospodarki. Wydaje mi się, że doświadczenia szczególnie ostatnich miesięcy (rozmowa została przeprowadzona w maju 2022 roku – P.O.) pozwalają firmom odnaleźć po drugiej stronie – NGO – profesjonalistów, którzy zapewnią realizację misji biznesowej rozszerzonej o sprawy społeczne, w sposób strategiczny, długofalowy.

Paweł Oksanowicz: Te wyzwania to też obszar dobra wspólnego. Pozwólcie, że odwołam się właśnie do niego – do kategorii dobra wspólnego jako nadrzędnego w Karcie. Jak powinno się definiować dobro wspólne w partnerstwie?

Paweł Łukasiak: Definiowanie go powinno nastąpić tylko i wyłącznie w procesie partycypacji społecznej. Wtedy możemy skutecznie określić i podtrzymywać obywatelskie zaangażowanie w dalszych działaniach. Co więcej, większość NGO jest doskonale przygotowana do przeprowadzenia konsultacji społecznych. Weźmy promowaną przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce metodę aktywizacji społeczności lokalnych na rzecz dobra wspólnego, która doczekała się solidnej naukowej ewaluacji i walidacji pod pieczą prof. UW Anny Gizy i jej zespołu. Ale też współpracowały z nami o wiele szersze środowiska znamienitych badaczy i naukowców. Wyzwania, o których myślę, to kryzys klimatyczny, humanitarny, uchodźczy, możliwy kryzys żywnościowy. Projektowana przez zapisy Karty współpraca firm z organizacjami jest jednym ze sposobów przeciwdziałania tym kryzysom. Ich wspólne projekty na pewno przyciągną uwagę mediów, samorządów, uwagę rządzących.

Anna Potocka-Domin: „Karta wychodzi naprzeciw deficytom zrozumienia. Zdarzało się, że NGO skarżyły się, że firmy nadmiernie korzystają ze swojej nadrzędnej pozycji wobec nich. Z kolei biznes akcentował niezrozumienie swoich potrzeb przez NGO. Karta i tu może pomóc we współpracy".

Bolesław Rok: Zwróciłem już uwagę na potencjał biznesu. Firmy w swojej aktywności poznają, monitorują zmieniające się oczekiwania społeczne. Z analiz zachowań klientów wyprowadzają działania – innowacje, produkty, usługi. Co więcej, jestem przekonany, że biznes obecnie lepiej poznaje oczekiwania społeczne, włącza je w swoją działalność. Kiedyś para ekspertów, Michael E. Porter i Mark R. Kramer, nazwała biznesowe działanie na rzecz społeczności jako shared value – to coś, co budowało pozycję konkurencyjną firmy i jednocześnie tworzyło pewną wartość społeczną. Były inne koncepcje, jak choćby wartość zrównoważona czy regeneratywna lub net positive – gdy tworzy się coś powyżej wartości zrównoważonej. Wartość wspólna, dobro wspólne będzie dla nas rozwinięciem tych koncepcji i jednocześnie częścią wspólną, ale ciągle trudną do uchwycenia, jeśli w grę będzie wchodzić egoizm. I tu, w sytuacji kryzysów, których doświadczamy, o których powiedział Paweł, znacząca większość biznesu dobrze dostrzega wartość współpracy z NGO. Czyli żeby wspólnie poszukać i tworzyć efektywnie i ekonomicznie dobro wspólne.

Paweł Oksanowicz: Czy dobro wspólne może być nawet autonomiczne wobec modelu biznesowego?

Bolesław Rok: Myślę, że tu trzeba wskazać na szersze ujęcie roli biznesu w społeczeństwie. Wypada już porzucić wąskie rozumienie tworzenia wartości tylko dla akcjonariuszy. Interesariuszy biznesu jednak jest więcej. Myśląc o nich, biznes bierze na sobie odpowiedzialność publiczną, wręcz polityczną, a nawet cywilizacyjną. To zmiana paradygmatu przywództwa biznesu. I to już dzieje się na świecie.

Paweł Oksanowicz: Czy myślicie, że Karta może w jakiś sposób pomóc zarządom firm w przyjęciu na siebie roli przywództwa cywilizacyjnego?

Paweł Łukasiak: Warto pamiętać, że firmy są już postrzegane jako instytucje, które przyjmują wielką odpowiedzialność poza celami biznesowymi. Chodzi o ochronę klimatu, spójność społeczną czy wprost – są one rozliczane z zaangażowania biznesowego w Rosji. Nie wyobrażam sobie, by firma funkcjonowała niezgodnie ze standardami nie tylko biznesowymi, lecz także etycznymi, środowiskowymi. Niemożliwe też jest – z powodów operacyjnych, ekonomicznych – robienie wszystkiego w pojedynkę. Tak, współpraca na rzecz dobra wspólnego nosi znamiona przywództwa cywilizacyjnego.

Anna Potocka-Domin: I tu wracamy do zasadności powołania Karty. Biznes w kwestiach społecznych może skorzystać z wiedzy i doświadczeń NGO, a wspólnie wyciągną korzyści z jej zastosowania dla dobra wspólnego.

Paweł Łukasiak: Zachęcamy organizacje pozarządowe i firmy do stosowania Karty. Służymy pomocą, konsultingiem w szczegółach implementacji. Razem, w partnerstwie, budujemy coraz wyższy poziom kultury społecznej i biznesowej. Chciałbym, żeby każda osoba zarządzająca organizacją – pozarządową czy biznesową – poznająca Kartę, dostrzegła korzyści, które przynosi. Wtedy na pewno będzie łatwiej przekonać coraz więcej ludzi do współpracy i pobudzania wrażliwości społecznej.

KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

PREAMBUŁA

Jako organizatorzy, partnerzy, laureaci i przyjaciele Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku" z okazji jego jubileuszu zebraliśmy podstawowe wartości i zasady współpracy biznesu i organizacji pozarządowych. Opierając się na dobrych praktykach z 25 lat, czyli na ponad 170 nagrodzonych projektach, oraz doświadczeniu ekspertów i członków Kapituły Konkursu, opracowaliśmy Kartę zasad dobrej współpracy biznesu i organizacji pozarządowych.

W ciągu ostatniego ćwierćwiecza sposoby i cele współpracy zmieniały się, jednak kluczowe wartości będące fundamentem współpracy pozostają niezmienne. Są nimi: odpowiedzialność, zaufanie, partnerstwo, dobro wspólne.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ to kluczowa wartość w codziennej współpracy firm i organizacji pozarządowych. Oznacza ona dbałość o środowisko naturalne, relacje ze społecznością lokalną, a także relacje z partnerami społecznymi, oparte na poszanowaniu ich potrzeb. Firmy i organizacje mają świadomość oddziaływania na otoczenie oraz wpływu na jakość wzajemnej współpracy i realizację zobowiązań.

ZAUFANIE pozwala partnerom na podejmowanie wspólnych działań w przekonaniu, że intencje drugiej strony są dobre, oparte na uczciwości, odpowiedzialności i dbałości o dobro wspólne. Od początku relację partnerską firmy i organizacje budują na wzajemnym zaufaniu, którego pozyskaniu sprzyjają wcześniejsze doświadczenia współpracy, przejrzystość działań, regularna komunikacja i jawność motywacji.

PARTNERSTWO to podstawa takiej współpracy, w której ramach firmy i organizacje wzajemnie akceptują jasno określone zasady, obowiązujące na równi obie strony. Istotne jest wzajemne poszanowanie kompetencji pozwalające na realizację wspólnego celu oraz wspólne poszukiwanie rozwiązań. Partnerstwo ma istotne znaczenie w dzieleniu się sukcesem: informowaniu otoczenia o osiągniętych rezultatach w społecznym zaangażowaniu i dbałości o dobro wspólne.

DOBRO WSPÓLNE jest wartością, z której mogą korzystać wszyscy członkowie danej społeczności. Dlatego też dalsze istnienie dóbr wspólnych wymaga od liderów społeczności, do których należą przedstawiciele firm i organizacji pozarządowych, poczucia odpowiedzialności i współdziałania. Szczególnie teraz troska o dobra takie jak środowisko naturalne, zasoby czystej wody i powietrza może być podstawą do współpracy firm z organizacjami pozarządowymi. Współpraca nie wyklucza osiągania korzyści przez partnerów, ale nadrzędną wartością dla nich powinno być dobro wspólne.

Zgodnie z przesłaniem Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ, a w szczególności celu 17. Partnerstwa na rzecz Celów, uważamy, że kluczem do ich osiągnięcia jest wymóg partnerskiej współpracy między administracją publiczną, sektorem prywatnym i społeczeństwem obywatelskim. „Inkluzywne, międzysektorowe partnerstwa powinny być budowane w oparciu o zasady i wartości, wspólną wizję i wspólne cele, które stawiają człowieka i naszą planetę w centrum działań. Potrzebujemy takich partnerstw na szczeblu globalnym, regionalnym, krajowym i lokalnym”[1]. Naszą odpowiedzią na to wyzwanie jest Karta zasad dobrej współpracy.

Celem Karty jest przedstawienie takich zasad, które są podstawą dobrej współpracy firm i organizacji. Oczekujemy, że stosowanie Karty zasad dobrej współpracy przyczyni się do skuteczniejszego działania, efektywniejszej realizacji wspólnych celów, trafniejszego wydatkowania środków, a w konsekwencji – do pozytywnych zmian społecznych inicjowanych przez środowisko firm zaangażowanych społecznie i organizacji pozarządowych.

Karta zasad dobrej współpracy jest skierowana do organizacji pozarządowych, firm, fundacji korporacyjnych; zarówno tych, które już współpracują, jak i tych, które dopiero się do takiej współpracy przymierzają. Może stanowić również inspirację czy wskazówkę dla innych podmiotów, które podejmują się współpracy międzysektorowej.

W przypadku firm i organizacji, które już podjęły współpracę, mogą istnieć takie modele, które już spełniają poniższe zasady, oraz takie, które dzięki wprowadzeniu nowych rozwiązań będą mogły spełnić je w przyszłości.

Chcielibyśmy, aby wspólne działania były dla ich uczestników źródłem dumy i radości.

Podstawowe warunki dobrej współpracy to:

- przestrzeganie kluczowych wartości,
- wzajemny szacunek,
- słuchanie siebie nawzajem,
- wspólne rozwiązywanie problemów,
- uczciwość,
- rzetelność,
- zrównoważony rozwój,
- pomocniczość,
- przejrzystość.

[1] https://www.un.org.pl/cel17

KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

REKOMENDOWANE ZASADY DOBREJ WSPÓŁPRACY:

I. IDENTYFIKACJA WYZWAŃ

1. Firmy i organizacje są świadome wpływu, jaki wywierają na otoczenie, i biorą za to odpowiedzialność.
2. Firmy i organizacje ujawniają wzajemnie swoje motywacje do podjęcia współpracy oraz do działania na rzecz danej sprawy czy grupy odbiorców. To pomaga im w określeniu oczekiwanych rezultatów.
3. Obie strony akceptują wzajemnie różnice w funkcjonowaniu, strukturze organizacyjnej czy sposobie podejmowania decyzji każdego z podmiotów.

II. DEFINIOWANIE CELÓW I FORM PARTNERSTWA

1. Firmy i organizacje mają wspólną wizję tego, co chcą osiągnąć. Wyznaczają konkretne i możliwe do osiągnięcia cele, które są jasne i wspólne dla obu stron.
2. Podejmując wspólne działania, firmy i organizacje ustalają jasne zasady, na których będą współpracować. Najlepiej, gdy zasady te są spisane w formie umowy.
3. Partnerzy wzajemnie szanują swoje możliwości dotyczące np. zasobów finansowych, ludzkich czy ograniczeń prawnych i formalnych.
4. Firmy i organizacje, planując wspólny projekt, weryfikują dostępność i wystarczalność zasobów takich jak: środki finansowe, materiały, koszty zarządzania, personel i czas do zrealizowania założonych działań.
5. We wspólne działania są zaangażowane osoby na różnych poziomach zarządzania, zarówno po stronie firm, jak i organizacji.

III. TWORZENIE WARTOŚCI WSPÓLNEJ

1. Wspólne działania służą przede wszystkim korzyściom społecznym.
2. Działania te powinny być oparte na diagnozie potrzeb (w szczególności potrzeb odbiorców) i możliwości ich zaspokojenia.
3. Na każdym etapie współpracy partnerzy korzystają wzajemnie z wiedzy, doświadczenia i kompetencji każdego z nich.
4. W trakcie współpracy firmy i organizacje komunikują się regularnie, w sposób jasny i otwarty, szanując nawzajem swoje opinie i różnice w funkcjonowaniu.
5. Firmy przestrzegają zasad uczciwej konkurencji i nie nadużywają finansowej współpracy z organizacjami dla biznesowych korzyści.
6. Podczas realizacji partnerskiego projektu utrzymana jest niezależność obu stron.
7. Firmy i organizacje podchodzą do współpracy elastycznie i wykazują gotowość na zmiany – zarówno te zachodzące w planowanych działaniach, jak i wewnątrz własnych instytucji pod wpływem projektu.

IV. OCENA SKUTECZNOŚCI – REZULTATY I WPŁYW

1. Partnerzy wspólnie przeprowadzają ocenę skuteczności prowadzonej współpracy, a także wyznaczają kierunki możliwych zmian.
2. Partnerzy włączają przedstawicieli bezpośrednich beneficjentów w proces oceny, tak aby dążyć do określenia mierzalnego wpływu społecznego, środowiskowego i ekonomicznego danej inicjatywy.
3. Partnerzy mierzą korzyści społeczne, które są efektem wspólnych działań.
4. Zarówno firmy, jak i organizacje w sposób przejrzysty informują o korzyściach społecznych, a także innych uzyskiwanych ze współpracy.

KARTA ZASAD DOBREJ WSPÓŁPRACY BIZNESU I ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

KORZYŚCI

Współpraca między organizacjami pozarządowymi a firmami niesie z sobą wiele potencjalnych korzyści. Chcielibyśmy zwrócić uwagę na najważniejsze:

KORZYŚCI DLA FIRMY WYNIKAJĄCE ZE WSPÓŁPRACY Z ORGANIZACJĄ:	KORZYŚCI DLA ORGANIZACJI WYNIKAJĄCE ZE WSPÓŁPRACY Z FIRMĄ:
1. wzrost satysfakcji pracowników z pracy w firmie, która wspiera działania społeczne, 2. odkrywanie naturalnych liderów, 3. budowanie pozytywnych relacji z interesariuszami, 4. pozytywny i zgodny z oczekiwaniami współczesności wizerunek firmy zaangażowanej społecznie – realne działania, 5. zwiększanie potencjału do budowania lokalnych partnerstw z różnymi organizacjami, 6. wzmacnianie wpływu społecznego, 7. budowanie zaufania wśród klientów i partnerów, 8. zwiększenie zainteresowania firmą wśród potencjalnych inwestorów, 9. możliwość pozyskania nowych pracowników, 10. wzrost innowacyjności w miejscu pracy wśród pracowników, 11. łatwiejszy dostęp do społeczności lokalnych i innych interesariuszy, 12. dostęp do profesjonalnej wiedzy dotyczącej potrzeb społecznych, szczególnie lokalnych, oraz sposobów ich rozwiązywania, 13. możliwość czerpania z doświadczenia organizacji w realizacji projektów społecznych i zarządzaniu nimi, 14. wykorzystanie doświadczeń organizacji pozarządowej do angażowania pracowników firmy w projekty społeczne – wolontariat pracowniczy, 15. komunikowanie wartości wewnątrz firmy.	1. szerzenie misji organizacji, rozbudowa sieci wsparcia i popularyzacja misji organizacji, 2. wsparcie w nagłaśnianiu danego problemu społecznego, 3. inspiracja do poszukiwania możliwości rozwoju i osiągania sukcesów, 4. generowanie społecznie innowacyjnych rozwiązań, 5. wpływ na poprawę jakości podejmowanych działań przez firmy w zakresie społecznym i środowiskowym, 6. profesjonalizacja i doskonalenie własnych działań, 7. budowanie pozytywnego wizerunku organizacji wśród przedsiębiorców, 8. zwiększenie zaufania społecznego do organizacji, 9. zdobywanie nowych kompetencji i umiejętności, 10. zdobycie środków finansowych na realizację celów organizacji, 11. wsparcie w realizacji misji organizacji – zwiększenie efektywności działania, 12. dostęp do zasobów materialnych i ludzkich firmy, 13. dostęp do wiedzy i kompetencji pracowników, 14. dywersyfikacja źródeł finansowania działalności organizacji, 15. budowa pozycji organizacji na rynku partnerstw.

OBUSTRONNE KORZYŚCI DLA ORGANIZACJI I FIRM WYNIKAJĄCE ZE WZAJEMNEJ WSPÓŁPRACY

1. zwiększenie powodzenia przedsięwzięć obu stron dzięki wykorzystaniu efektu synergii,
2. wartość dodana dla społeczeństwa/społeczności lokalnej/środowiska,
3. wzajemna inspiracja i innowacyjne rozwiązania,
4. przełamywanie negatywnych stereotypów.

25. EDYCJA KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

PRZEBIEG KONKURSU

Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku" od 25 lat nagradza firmy angażujące się społecznie i wspierające organizacje pozarządowe. To największy i najstarszy tego typu konkurs w Polsce.

Od 1997 roku Konkurs:

- promuje społeczne zaangażowanie i społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw,
- wyróżnia firmy najaktywniejsze społecznie,
- umożliwia organizacjom pozarządowym publiczne podziękowanie darczyńcom i partnerom biznesowym,
- inspiruje przedsiębiorców do podejmowania działalności społecznej,
- informuje o inicjatywach i programach społecznych realizowanych przez firmy.

W tym roku Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku" obchodził jubileusz 25-lecia i odbywał się zgodnie z poniższym harmonogramem:

10 I – 10 II

Składanie wniosków – do udziału w Konkursie firmy mogły być nominowane przez współpracujące z nimi organizacje pozarządowe, które dziękowały im w ten sposób za wsparcie.

Firmy mogły też zgłaszać się same w kategorii „Wolontariat pracowniczy". W tym roku z okazji jubileuszu Konkursu została utworzona specjalna kategoria „Nagroda 25-lecia". Zgłaszali się do niej laureaci wszystkich poprzednich edycji Konkursu.

Żeby **wybór laureatów** Konkursu był jak najbardziej obiektywny, formularze zgłoszeniowe były oceniane w trzech etapach.

11 II – 23 II

Ocena formalna – w pierwszych dniach po zamknięciu naboru wniosków zgłoszenia były weryfikowane pod kątem zgodności z regulaminem Konkursu.

24 II – 10 III

Ocena ekspertów – niezależni eksperci oceniali nadesłane wnioski zgodnie z kryteriami i wskaźnikami opracowanymi przez organizatora Konkursu w porozumieniu z audytorem. Każdy wniosek analizowało dwóch ekspertów, a ostateczna nota była średnią ocen cząstkowych. Na podstawie tych ocen powstał ranking nominowanych firm, z których najwyżej punktowane trafiały pod obrady Kapituły Konkursu.

11 III – 23 III

Zbieranie potwierdzeń wniosków od nominowanych firm.

24 III – 12 IV

Ocena Kapituły Konkursu – członkowie Kapituły oceniali 48 wniosków, które otrzymały najwyższe noty od ekspertów.

21 IV

Obrady Kapituły Konkursu – jak co roku członkowie Kapituły Konkursu spotkali się, by omówić najwyżej punktowane nominacje w Konkursie. Obrady tak jak w poprzednim roku odbyły się online. Podczas obrad Kapituła wyłoniła zwycięzców w kategoriach: „Kultura i edukacja", „Ochrona środowiska i klimatu", „Pomoc społeczna i charytatywna", „Zdrowy tryb życia", „Otwartość na różnorodność", „Lokalne partnerstwa", „Wolontariat pracowniczy" i „Nagroda 25-lecia".

2 VI

Gala finałowa Konkursu – to właśnie podczas uroczystości zostali oficjalnie przedstawieni zwycięzcy jubileuszowej 25. edycji Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku". Członkowie Kapituły wręczyli statuetki laureatom, którzy mają teraz niepowtarzalną okazję, by szeroko zaprezentować swoje działania.

25. EDYCJA W LICZBACH

110 zgłoszonych wniosków

102 wnioski spełniające kryteria formalne

16 wniosków – **„Kultura i edukacja”**

6 wniosków – **„Ochrona środowiska i klimatu”**

42 wnioski – **„Pomoc społeczna i charytatywna”**

4 wnioski – **„Zdrowy tryb życia”**

7 wniosków – **„Otwartość na różnorodność”**

1 wniosek – **„Lokalne partnerstwa”**

21 wniosków – **„Wolontariat pracowniczy”**

13 wniosków – **„Nagroda 25-lecia”**

EKSPERCI

Ocena wniosków nie byłaby możliwa bez ogromnej pracy, którą wykonała grupa niezależnych ekspertów.

To oni dokonali wstępnej selekcji wniosków nominacyjnych pod kątem merytorycznym według kryteriów stworzonych we współpracy z audytorem Konkursu. Liczba punktów przyznanych przez ekspertów decydowała o tym, które wnioski trafiły pod obrady Kapituły Konkursu.

Sławomir Brzózek, ekspert niezależny
Monika Chrzczonowicz, Stowarzyszenie Klon/Jawor
Karolina Cyran-Juraszek, ekspertka niezależna
Alicja Defratyka, ekonomistka, autorka projektu ciekaweliczby.pl
Paulina Koszewska, PwC Polska
Julia Kluczyńska, Forum Darczyńców
Rafał Kowalski, Stowarzyszenie Klon/Jawor, NGO.pl
Jacek Królikowski, Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego
Monika Kulik, Orange Polska
dr Joanna Lempart, Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności
Piotr Onikki-Górski, Business Centre Club
Katarzyna Sadło, Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
dr Justyna Szumniak-Samolej, Katedra Teorii Zarządzania, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Zbigniew Wejcman, Stowarzyszenie BORIS
Anna Windorpska, ekspertka niezależna
Jacek Wojciechowicz, Polskie Koleje Państwowe SA
Anna Wróbel, ekspertka niezależna

KAPITUŁA KONKURSU

Rafał Baniak, Prezes zarządu Pracodawców RP

Absolwent Akademii Ekonomicznej w Krakowie. W latach 2002–2003 pełnił funkcję doradcy ministra pracy i polityki społecznej. W okresie 2003–2004 był radcą wiceprezesa Rady Ministrów oraz p.o. dyrektora sekretariatu wiceprezesa rady ministrów Jerzego Hausnera. Od maja 2004 do listopada 2005 zajmował stanowisko podsekretarza stanu w Ministerstwie Polityki Społecznej. W 2006 został dyrektorem w Polskiej Konfederacji Pracodawców Polskich Lewiatan, a następnie doradcą prezydenta i zastępcą dyrektora generalnego w Konfederacji Pracodawców Polskich. W grudnia 2007 objął stanowisko podsekretarza stanu w Ministerstwie Gospodarki, natomiast od grudnia 2011 objął tożsame stanowisko w Ministerstwie Skarbu Państwa. Po odejściu z rządu został wiceprezydentem wykonawczym Pracodawców RP. W październiku 2015 z ramienia tej organizacji powołany w skład Rady Dialogu Społecznego. Został też członkiem rady Fundacji Promocja Polska. W styczniu 2022 został wybrany na prezesa zarządu Pracodawców RP.

Justyna Duriasz-Bułhak – przewodnicząca zarządu Forum Darczyńców w Polsce. Od blisko 30 lat związana z sektorem pozarządowym, od 22 lat z Fundacją Wspomagania Wsi, od 2014 roku członkini zarządu tej fundacji. Koordynowała liczne projekty związane z rozwojem lokalnym na terenach wiejskich, w tym konkursy dotacyjne, programy edukacyjne dla dzieci i młodzieży oraz ogólnopolskie spotkania aktywistów działających na terenach wiejskich. Współautorka i redaktorka książki „Rzecz o dziedzictwie na wsi". Działa aktywnie w kilku stowarzyszeniach, wiceprzewodnicząca zarządu stowarzyszenia prowadzącego społeczną szkołę podstawową w Podkowie Leśnej koło Warszawy i przewodnicząca komisji rewizyjnej Stowarzyszenia Dialog Społeczny. Z wykształcenia historyczka, studiowała również socjologię i nauki polityczne w New School for Social Research w Nowym Jorku.

Jerzy Koźmiński – prezes Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności. W latach 1994–2000 ambasador RP w Waszyngtonie, jego działalność koncentrowała się na uzyskaniu przez Polskę członkostwa w NATO oraz kształtowaniu sojuszniczych stosunków między Polską a USA. Od 1989 roku – najpierw jako dyrektor generalny, a później podsekretarz stanu w Urzędzie Rady Ministrów – bliski współpracownik wicepremiera i ministra finansów Leszka Balcerowicza. W latach 1992–1993 podsekretarz stanu w URM, organizował i prowadził zespoły analityczno-doradcze dla premier Hanny Suchockiej. W okresie 1993–1994 wiceminister spraw zagranicznych. W 2004 roku przewodniczący Polskiego Komitetu Organizacyjnego Europejskiego Szczytu Gospodarczego. Od 2010 roku członek rady Polskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych. Przewodniczący jury konkursu EY Polska Przedsiębiorca Roku.

Kazimierz Krupa – ekonomista, aktywny uczestnik, komentator i analityk polskiego rynku kapitałowego od okresu schyłkowego komunizmu, przez transformację, aż po chwilę obecną. Wieloletni redaktor naczelny najważniejszych ekonomicznych tytułów prasowych, takich jak „Parkiet" i „Forbes Polska". Publicysta, autor licznych artykułów, analiz i raportów gospodarczych.

Paweł Oksanowicz – dziennikarz. Ma ponad 25-letnie doświadczenie w mediach – w prasie, radiu, telewizji i mediach internetowych. Zajmuje się ESG, zrównoważonym rozwojem. Prowadzi spotkania biznesowe na żywo i online. Obecnie w Muzo.fm (Grupa Polsat). Jest koordynatorem grupy Odpowiedzialny e-Commerce w e-Izbie. Często współpracuje z trzecim sektorem na różnych płaszczyznach. Jest wolontariuszem. Opublikował 16 książek, w tym co najmniej połowę z nich na podstawie wywiadów. Najnowsza z nich to „Technologiczne magnolie".

KAPITUŁA KONKURSU

Anna Potocka-Domin – wiceprezeska Business Centre Club ds. kontaktów społecznych, head of business and human rights programme i członkini rady programowej UN Global Compact Network Poland, wiceprezeska Fundacji Kobiety Inspirują. Od 2021 roku członkini Rady Uczelni SGH, od 2015 roku Ambasadorka Równości w Biznesie w programie MPiPS, członkini rady ekspertów ośrodka Think Tank, ekspertka BCC ds. CSR.

prof. Bolesław Rok – dyrektor Centrum Etyki Biznesu oraz Centrum Badań Przedsiębiorczości Pozytywnego Wpływu w Akademii Leona Koźmińskiego. Koordynator studiów podyplomowych „CSR. Cele Zrównoważonego Rozwoju w strategii firmy". Od kilkunastu lat prowadzi Ranking Odpowiedzialnych Firm i Start-upów Pozytywnego Wpływu. Współtwórca programu „Climate Leadership powered by UN Environment" realizowanego w ramach UNEP/GRID Warszawa. Członek rad programowych w wielu organizacjach.

Marzena Strzelczak – prezeska zarządu i dyrektorka generalna Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Od 2016 roku odpowiada także za rozwój Karty różnorodności i współpracę z platformą Diversity Charters przy Komisji Europejskiej, członkini komitetu sterującego Chapter Zero Polska, programu rozwoju kompetencji organów zarządczych i nadzorczych spółek. Ekspertka w dziedzinie zrównoważonego rozwoju, zarządzania różnorodnością, członkini jury wielu konkursów: Verba Veritatis, LGBT+, Business Awards, Gwiazdy Dobroczynności, „Pióro odpowiedzialności", „Ludzie, którzy zmieniają biznes", Raporty Zrównoważonego Rozwoju.

Maciej Witucki – od czerwca 2019 roku pełni funkcję prezydenta Konfederacji Lewiatan, a w latach 2006–2019 był wiceprezydentem organizacji. Wiceprzewodniczący, członek prezydium Rady Dialogu Społecznego. Zasiada w radzie nadzorczej Axa Polska SA. Od 2010 do 2017 roku był prezesem Francuskiej Izby Gospodarczej w Polsce (CCIFP). Jest przewodniczącym rady programowej Polskiego Forum Obywatelskiego, członkiem rady dyrektorów Atlantic Council of the United States i członkiem zarządu Fundacji Centrum im. prof. Bronisława Geremka.

Kamil Wyszkowski – przedstawiciel, dyrektor wykonawczy United Nations Global Compact Network Poland (UN GCNP). W ONZ pracuje od 2002 roku. W latach 2009–2014 dyrektor biura United Nations Development Programme (UNDP) w Polsce, od 2004 roku do dziś przedstawiciel UN GCNP (ONZ-owskiej sieci koordynującej z ramienia Narodów Zjednoczonych współpracę z biznesem, miastami, uczelniami wyższymi, administracją publiczną oraz organizacjami pozarządowymi), od 2011 roku dyrektor Centrum Transferu Wiedzy – Know How Hub (powołanego w ramach UNDP Poland, obecnie zarządzanego przez UN GCNP).

FINALIŚCI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU 2022”

LISTA FINALISTÓW 25. EDYCJI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

KULTURA I EDUKACJA
- Admind Branding and Communications
- Fundacja Orange
- Pepco Poland
- PwC
- Radio 357
- Sołtysiński Kawecki & Szlęzak – Kancelaria Radców Prawnych i Adwokatów

OCHRONA ŚRODOWISKA I KLIMATU
- Flextronics International Poland
- Jerónimo Martins Polska SA
- Operator Gazociągów Przesyłowych „Gaz-System” SA
- Provident Polska SA

OTWARTOŚĆ NA RÓŻNORODNOŚĆ
- Agencja Reklamowa Parasol
- Bank Gospodarstwa Krajowego
- Crédit Agricole Bank Polska SA
- IKEA Retail
- National Westminster Bank PLC SA Oddział w Polsce
- PwC

ZDROWY TRYB ŻYCIA
- Jerónimo Martins Polska SA
- KGHM Polska Miedź SA
- Nationale-Nederlanden
- PKN Orlen SA
- PKO Bank Polski SA
- Purella

POMOC SPOŁECZNA I CHARYTATYWNA
- Allegro.pl
- El-Inwest
- Farm Frites Poland SA
- Fundacja Biedronki
- Fundacja LPP
- Groupe SEB Polska
- GT Construction
- Inventum
- Jerónimo Martins Polska SA
- Krejzolka Karolka – Karolina Morgała

LOKALNE PARTNERSTWA
- Galeria Smaku Barbara Federowicz
- LigiHalowe.pl A. Świerzewski, B. Gendera
- Zakład Produkcyjno-Usługowo-Handlowy „Maruś”

WOLONTARIAT PRACOWNICZY
- FHU Adam-Pol Adam Jaworski
- Grupa Kęty SA
- ING Bank Śląski SA
- Provident Polska SA
- PwC

NAGRODA 25-LECIA
- Allegro.pl
- FM Logistic
- Fundacja Biedronki
- Fundacja Citi Handlowy im. Leopolda Kronenberga
- Mondi Świecie SA

LAUREACI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU 2022”

I. Kategoria: **Kultura i edukacja**
Radio 357
Fundacja Orange

II. Kategoria: **Ochrona środowiska i klimatu**
Jerónimo Martins Polska SA

III. Kategoria: **Otwartość na różnorodność**
Agencja Reklamowa Parasol
IKEA Retail

IV. Kategoria: **Zdrowy tryb życia**
Purella
Nationale-Nederlanden

V. Kategoria: **Pomoc społeczna i charytatywna**
Groupe SEB Polska
Allegro.pl

VI. Kategoria: **Lokalne partnerstwa**
Galeria Smaku Barbara Federowicz

VII. Kategoria: **Wolontariat pracowniczy**
PwC

VIII. **Nagroda 25-lecia**
Kategoria ogólnopolska: **Allegro.pl**
Kategoria lokalna: **Mondi Świecie SA**

LAUREAT: GALERIA SMAKU BARBARA FEDEROWICZ

Współpraca między Fundacją Koalicja dla Młodych z Białobrzegów a Galerią Smaku Barbary Federowicz jest nie tylko partnerstwem lokalnym, lecz także strategicznym podejściem do pomagania w regionie i przyjacielską relacją właścicielki firmy z przedstawicielami fundacji. Barbara Federowicz od 12 lat rozwija swoją działalność w Białobrzegach. Prowadzi swoją restaurację, działalność cateringową dla szkół, przedszkoli, domów pomocy społecznej. Przygotowuje również catering na imprezy okolicznościowe. W ramach współpracy z Koalicją dla Młodych firma przekazała darowiznę na minigranty dla programu „Działaj Lokalnie" 2021 i na roczne działanie programu „Wolontariat z Klementyną". Jest to jedyny program stałego wolontariatu w regionie. Wsparcie umożliwiło przygotowanie paczek żywnościowych dla potrzebujących seniorów, którym pogorszyła się sytuacja w związku z pandemią. Wolontariusze dają obecność samotnym seniorom – odwiedzają ich, dzwonią, pomagają w zakupach, codziennych czynnościach. Nie byłoby to możliwe bez wsparcia nominowanej firmy. Sama właścicielka Galerii Smaku jest lokalnym ambasadorem fundacji. Zachęciła czterech darczyńców biznesowych, którzy przekazali Koalicji darowizny powyżej 10 tysięcy złotych. Jak mówią przedstawiciele fundacji: „Współpraca otworzyła nam wiele dróg, dała możliwość budowania stabilności działań i wypracowania stałej oferty programowej – niezależnej od grantów. Współpraca wzmocniła nasz wizerunek w społeczności, zwiększyła rozpoznawalność i przyniosła więcej efektów oraz form wsparcia dla naszych beneficjentów". Firma Galeria Smaku wspiera działania innych organizacji pozarządowych czy klubów sportowych w regionie oraz wydarzenia kulturalne, imprezy charytatywne, przekazując darowizny finansowe, świadcząc bezpłatne usługi cateringowe, użyczając sprzęt, który jest własnością firmy. Jednocześnie zachęca swoich pracowników do udziału w organizacji wydarzeń dobroczynnych. W 2021 roku firma zaangażowała się m.in. w organizację festynu na leczenie trzyletniego Szymona.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Fundacja Koalicja dla Młodych

„Bo tu, gdzie żyjemy, ma być nam dobrze!" – to motto przyświecające codziennej pracy Fundacji Koalicja dla Młodych z Białobrzegów. Pracuje ona z młodymi, a także pomaga seniorom i lokalnym społecznościom. Fundacja prowadzi programy, które sprawiają, że młodzi mają lepszy start w życiu dorosłym, a także stają się bardziej zaangażowani w życie społeczne miejsca, w którym żyją. Przyznaje stypendia na rozwój i granty na realizację młodzieżowych pomysłów społecznych. Uczy młodych aktywności społecznej, prowadząc ciekawe warsztaty i stały program „Wolontariat z Klementyną". Seniorów ratuje od biedy i samotności. Oferuje im pomoc żywnościową, karty przedpłacone do sieci sklepów Biedronka oraz stałą obecność wolontariuszy. Lokalne społeczności mogą korzystać z programu „Działaj Lokalnie" i spełniać swoje marzenia o placu zabaw, zajęciach dla dzieci i seniorów, miejscach spotkań czy promowaniu lokalnej historii lub produktów regionalnych. Fundacja Koalicja dla Młodych daje bezpieczeństwo społecznikom działającym w lokalnych NGO, dlatego organizuje szkolenia i prowadzi specjalistyczne doradztwo, udostępnia im sprzęt, materiały oraz pomieszczenia fundacji.

LAUREAT: **RADIO 357**

Radio 357 wystartowało w styczniu 2021 roku. Jest finansowane przez społeczność 45 tysięcy patronów. Słuchacze tej rozgłośni niezwykle chętnie angażują się w pomoc dobroczynną. Pandemia zmusiła tysiące dzieci do nauki zdalnej. Nie wszystkie miały odpowiedni sprzęt, by uczestniczyć w lekcjach online, wiele musiało współdzielić komputery z rodzeństwem, co utrudniało im naukę. Dlatego Fundacja Świętego Mikołaja we współpracy z ekipą Radia 357 – pod przewodnictwem redaktora Kuby Strzyczkowskiego – postanowiła zebrać pieniądze na zakup komputerów dla dzieci z niezamożnych rodzin. Dzięki aukcji udało się zebrać prawie 400 tysięcy złotych, za które fundacja kupiła 159 laptopów z pełnym oprogramowaniem i wsparciem technicznym. W maju 2021 roku dziennikarze radia wystawili na Allegro własnoręcznie zrobione mydełka. Zebrano 10 400 złotych, które Fundacja Świętego Mikołaja przeznaczyła na stypendia dla dzieci z małych miejscowości w Polsce. Latem Radio 357 zorganizowało akcję, w której słuchacze sfinansowali wakacje dla 30 dzieci – podopiecznych Fundacji Szczęśliwej Drogi. Dziennikarze włączają się również czynnie w zbiórki na rzecz WOŚP. Podczas koncertu „Lista jest tylko jedna", organizowanego w październiku 2021 roku, społeczność Radia 357 wsparła Fundację Kultura Bez Barier. W grudniu 2021 roku radio zorganizowało doroczną akcję, na którą złożyły się cztery licytacje na antenie prowadzone przez Kubę Strzyczkowskiego oraz licytacje w serwisie Allegro Charytatywnie. Tym razem celem było zapewnienie pomocy psychologicznej dzieciom w Polsce i Syrii. Licytowane były rzeczy i przeżycia przekazane przez znane osoby oraz zespół Radia 357. Akcję uzupełniała zbiórka za pośrednictwem SMS-ów. Słuchacze przekazali łącznie rekordową kwotę 1 429 322 złotych. Rozgłośnia regularnie zaprasza również przedstawicieli organizacji pozarządowych i działaczy społecznych, promuje postawy prospołeczne i stara się uwrażliwiać na zagadnienia ekologii.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Fundacja Świętego Mikołaja

Fundacja Świętego Mikołaja od 20 lat pomaga dzieciom w potrzebie. Skupia się na wyrównywaniu szans edukacyjnych zdolnych uczniów z niezamożnych rodzin w ramach ogólnopolskiego programu Stypendia św. Mikołaja. Dzięki współpracy z Akademią Liderów zwiększa uczestnictwo młodzieży w działaniach społecznych, organizuje dla nich szkolenia i warsztaty, spotkania z ciekawymi ludźmi, wyjazdy i pomoc w realizacji autorskich projektów na rzecz społeczności lokalnych. W czasie pandemii fundacja dostarczała także komputery do nauki zdalnej dzieciom w trudnej sytuacji finansowej, a w tym roku uruchomiła program pomocy psychologicznej dzieciom i młodzieży w całej Polsce. Fundacja pomaga także dzieciom w Aleppo, prowadząc tam nieprzerwanie od 2018 roku świetlicę edukacyjną, w której dzieci mogą uczyć się i bawić z rówieśnikami w bezpiecznym miejscu. Od 2019 roku fundacja stale działa na rzecz pomocy dzieciom z Ukrainy. Od momentu wybuchu wojny pomaga również dzieciom, które znalazły bezpieczne schronienie w Polsce.

LAUREAT: **FUNDACJA ORANGE**

Fundacja Orange od 2005 roku dba o rozwój dzieci i młodzieży w cyfrowym świecie. W 2021 roku wsparła trzy flagowe wydarzenia edukacyjne Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę: Dzień Bezpiecznego Internetu, Digital Youth Forum i Międzynarodową Konferencję „Bezpieczeństwo dzieci i młodzieży w internecie", a także wsparła wiele działań FDDS skierowanych do nauczycieli, pedagogów, rodziców, dzieci i młodzieży. Fundacja Orange realizuje również własne programy społeczne na rzecz nowoczesnej edukacji. Wśród nich są MegaMisja i #SuperKoderzy, w których ramach uczennice i uczniowie poznają zasady bezpiecznego korzystania z internetu, podstawy programowania, robotyki i druku 3D. Fundacja szkoli także nauczycieli – jest liderem projektu Lekcja:Enter, realizowanego ze środków europejskich, dzięki któremu 15 proc. wszystkich nauczycieli w Polsce zostanie przeszkolonych z wykorzystywania narzędzi cyfrowych, TIK i aktywizujących metod nauczania. Prowadzi także program Pracownie Orange w mniejszych miejscowościach oraz FabLaby w Warszawie i Gdańsku. Inicjatywy fundacji powstają na bazie badań naukowych i konsultacji z ekspertami.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę od 1991 roku dąży do tego, by wszystkie dzieci miały bezpieczne dzieciństwo i były traktowane z poszanowaniem ich godności i podmiotowości. Zapewnia dzieciom i ich opiekunom wsparcie, profesjonalną pomoc psychologiczną i prawną. Uczy dorosłych, jak mądrze i skutecznie reagować na przemoc wobec dzieci oraz co robić, gdy podejrzewają, że dziecko jest krzywdzone. Wspiera i angażuje rodziców, by wychowywali dzieci z miłością i szacunkiem. Wpływa na polskie prawo, by jak najlepiej chroniło interes dziecka. Najważniejsze projekty fundacji przekładają się na bezpośrednią pomoc dzieciom będącym ofiarami przestępstw i wykorzystywania, zmagającym się z brakiem akceptacji lub konfliktem z najbliższym otoczeniem. Zespół FDDS specjalizuje się w budowaniu odpowiedniego środowiska dla prawidłowego rozwoju dzieci w domu, szkole czy w kontaktach z rówieśnikami. Są to m.in. Centra Pomocy Dzieciom, Centrum Dziecka i Rodziny, telefon zaufania 116 111, program Standardy Ochrony Dzieci i program Dziecko w Sieci.

OCHRONA ŚRODOWISKA I KLIMATU

LAUREAT: **JERÓNIMO MARTINS POLSKA SA**

Blisko 2,5 miliona złotych – tyle sieć sklepów Biedronka przeznaczyła w 2021 roku na ochronę żubra, rysia, wilka, morświna, jeża wschodniego i zachodniego oraz sóweczki. Pieniądze pochodziły ze sprzedaży książki „Chrońmy zagrożone gatunki" dystrybuowanej w sklepach sieci Biedronka. Publikacja powstała we współpracy z eksperckimi organizacjami przyrodniczymi. Koordynatorem działań jest Polskie Towarzystwo Ochrony Przyrody „Salamandra". Przyrodnicy pomogli dopracować treść książki i współpracowali przy produkcji serii filmów edukacyjnych pt. „Dzikie oblicza Polski". Dochód ze sprzedaży książki wsparł m.in.: programy przywracania żubrów i rysi w Polsce północno-zachodniej, działania ratujące rysie i wilki w tarapatach (np. ranne czy schwytane we wnyki) oraz identyfikację i objęcie ochroną lasów stanowiących siedliska sóweczki. Wsparcie finansowe Biedronki pozwoliło na zakup samochodu terenowego dla organizacji prowadzącej Pogotowie Żubrowe, system telemetryczny do śledzenia uwalnianych wilków i rysi oraz sprzęt do immobilizacji (czasowego usypiania) drapieżników. PTOP Salamandra zorganizowało z dotacji konkurs grantowy dla organizacji z różnych regionów Polski na przedsięwzięcia chroniące jeże. Działania będą kontynuowane do końca 2023 roku.

Oprócz tego w 2021 roku sieć sklepów Biedronka wsparła również akcję Szlachetna Paczka, Pudełko Szczęścia Caritas, kampanię edukacyjną Dobra Torba dotyczącą niemarnowania żywności prowadzoną przez Federację Polskich Banków Żywności. Firma włączyła się w Okresową Koalicję, przekazując środki higieny menstruacyjnej marki własnej sieci Biedronka. Firma jest też partnerem Stowarzyszenia Nadzieja na Mundial, które powstało, by pomóc dzieciom z domów dziecka w realizacji ich planów i marzeń. Dzięki wsparciu finansowemu Biedronki stowarzyszenie organizuje mistrzostwa świata dla dzieci z domów dziecka.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Polskie Towarzystwo Ochrony Przyrody „Salamandra”

Polskie Towarzystwo Ochrony Przyrody „Salamandra” to jedna z najaktywniejszych polskich organizacji przyrodniczych, działająca od prawie 30 lat w różnych dziedzinach dotyczących przyrody: w jej czynnej ochronie, doskonaleniu regulacji prawnych i ich przestrzeganiu, edukacji i badaniach. Jest szczególnie znana m.in. ze skutecznej ochrony nietoperzy, susłów, chomików europejskich, popielic, kulików wielkich, pustułek i wielu innych ptaków, żółwi błotnych. Wiele przedsięwzięć prowadzi we współpracy z innymi organizacjami, uczelniami, organami ochrony przyrody lub niezależnymi ekspertami. Salamandra stara się też reprezentować i bronić interesów polskiej przyrody poza granicami kraju. Należy do kilku organizacji międzynarodowych, w tym IUCN (Międzynarodowej Unii Ochrony Przyrody).

POMOC SPOŁECZNA I CHARYTATYWNA

LAUREAT: **GROUPE SEB POLSKA**

Firma Groupe SEB Polska to właściciel m.in. takich marek jak Tefal, Krups czy Rowenta. Firma oferuje Polakom mały sprzęt AGD oraz bogatą gamę akcesoriów kuchennych. Sprzęty, które znajdują się w tysiącach domów w Polsce, znalazły również swoje miejsce w mieszkaniach treningowych dla młodzieży w kryzysie bezdomności, prowadzonych przez Fundację Po Drugie. W zeszłym roku współpraca była wielowymiarowa. Groupe SEB Polska zatrudniała dwóch podopiecznych w stacjonarnych sklepach Tefal, by we wspierającym środowisku mogli zdobywać kompetencje społeczne i doświadczenie zawodowe. Firma zorganizowała weekend charytatywny na warszawskich targach śniadaniowych, a cały przychód ze sprzedaży sprzętów przekazała na wsparcie podopiecznych fundacji. W Boże Narodzenie w przestrzeniach showroomu Tefal pracownicy Groupe SEB wspólnie z podopiecznymi fundacji i Nieagencją przygotowali świąteczny obiad. Przez cały rok firma wspierała nagrodami rzeczowymi zbiórki na Patronite i Facebooku prowadzone przez fundację. W ramach akcji promocyjnej „Wręcz idealnie" 10 tysięcy złotych, pochodzących ze sprzedaży produktów marki Tefal, trafiło na konto fundacji. Obecnie Tefal współpracuje z Fundacją Po Drugie w ramach inicjatywy stworzenia domu dla młodzieży w kryzysie bezdomności i jest jednym ze sponsorów tego przedsięwzięcia. Groupe SEB Polska przekaże 40 tysięcy złotych i sprzęty do wyposażenia domu.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Fundacja Po Drugie

Fundacja Po Drugie wspiera młodzież i młodych dorosłych (18–25 lat) zagrożonych wykluczeniem społecznym lub doświadczających bezdomności. Fundacja organizuje dla młodzieży takie formy wsparcia, by ta nie musiała korzystać z pomocy noclegowni i schronisk – miejsc, w których przebywają w większości osoby po 40. roku życia. Wśród podopiecznych są byłe wychowanki i wychowankowie domów dziecka, rodzin zastępczych i placówek resocjalizacyjnych, coraz częściej do organizacji zgłasza się młodzież, która wychowywała się w rodzinie, ale jej problemy nie zostały dostrzeżone przez system – szkołę, ośrodek pomocy społecznej. Fundacja prowadzi w Warszawie mieszkania treningowe dla kobiet, mężczyzn i osób LGBT+. Młodzież może liczyć również na pomoc specjalistów: psychologa, terapeuty uzależnień, doradcy zawodowego, prawnika, a także bogatą ofertę rozwoju i aktywizacji (warsztaty, wyjścia edukacyjne, zajęcia sportowe). Fundacja rozpoczęła również realizację nowej inicjatywy – domu dla młodzieży, w którym zakwaterowanie będzie mogło uzyskać co najmniej 15 osób.

LAUREAT: **ALLEGRO.PL**

Szlachetna Paczka łączy Polaków w pomaganiu. Realizacji tej misji od czterech lat towarzyszy Allegro, które do pomagania wykorzystuje rozwiązania technologiczne, platformę Allegro Charytatywni oraz angażuje swoich pracowników jako wolontariuszy. Pod koniec 2021 roku klienci kupujący na platformie allegro.pl mogli dołączyć do akcji Szlachetny Koszyk. Wystarczyło, że do swoich zakupów dorzucali charytatywną cegiełkę. Dzięki temu Szlachetna Paczka otrzymała ponad milion złotych przekazane przez 87 tysięcy klientów. Środki wykorzystało Stowarzyszenie Wiosna na tworzenie nowych sztabów, usprawnienie rekrutacji wolontariuszy i zapewnienie im coraz lepszych szkoleń. W Allegro działają liderzy i wolontariusze Szlachetnej Paczki, którzy co roku koordynują akcję – dzięki nim w ubiegłym roku 36 rodzin otrzymało pomoc materialną, a w tworzenie paczek zaangażowało się aż 700 pracowników. Firma wspiera także promocję Szlachetnej Paczki w swoich kanałach social media i przez inne formy komunikacji. Allegro od lat promuje nie tylko działalność charytatywną, lecz także działa w obszarze edukacji technologicznej oraz wspiera inicjatywy zrównoważonego rozwoju. Firma współpracuje z wieloma organizacjami pozarządowymi i instytucjami publicznymi, m.in. z WOŚP, Polskim Funduszem Rozwoju czy Fundacją Zwolnieni z Teorii.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Stowarzyszenie Wiosna

Stowarzyszenie Wiosna to organizacja łącząca darczyńców z potrzebującymi. Jest twórcą m.in. Szlachetnej Paczki i Akademii Przyszłości. Szlachetna Paczka to jeden z największych programów społecznych w Polsce. Dzięki zaangażowaniu wolontariuszy i darczyńców co roku tysiące rodzin otrzymuje mądrą, skrojoną na miarę potrzeb pomoc. Szlachetna Paczka działa przez cały rok, by docierać do tych, którym często nie pomaga nikt inny. Jak mówią przedstawiciele stowarzyszenia: „Dajemy najbardziej potrzebującym nie tylko wsparcie materialne, lecz także obecność i uwagę drugiego człowieka oraz impuls do samodzielnego zmagania się z przeciwnościami – to często bywa dla rodzin cenniejsze niż niejedna paczka z artykułami spożywczymi czy ciepłą odzieżą na zimę. Dzięki spotkaniom z wolontariuszami potrzebujący odzyskują godność – wiedzą, że zasługują na uwagę i szacunek drugiego człowieka". W 2021 roku w program było zaangażowanych ponad 12 tysięcy wolontariuszy, którzy dotarli z pomocą do ponad 17 tysięcy rodzin. Wartość przekazanego im wsparcia to ponad 68 milionów złotych. Od pierwszej edycji Szlachetnej Paczki w 2001 roku Polacy przekazali pomoc o łącznej wartości 504 milionów złotych.

LAUREAT: **PURELLA**

Na raka piersi cierpią kobiety w różnym wieku, dlatego profilaktyka na każdym etapie życia jest kluczowa. To ona zwiększa szanse na wczesne wykrycie nowotworu, a co za tym idzie – na jego pokonanie. W ramach Różowego Października – miesiąca walki z rakiem piersi – firma Purella razem z Fundacją OnkoCafe – Razem Lepiej ogłosiły kolejną edycję akcji #ThinkPink, by wspierać kobiety z zaawansowanym rakiem piersi. Akcja polegała na szeroko zakrojonej kampanii edukacyjno-informacyjnej, której twarzą i ambasadorką została trenerka Ewa Chodakowska. Ponadto marka BeRAW po raz kolejny uruchomiła sprzedaż limitowanego, różowego batona #ThinkPink, z której 10 proc. przeznaczyła na pomoc podopiecznym Fundacji OnkoCafe – Razem Lepiej. Akcję #ThinkPink wsparły również gwiazdy i influencerki. Purella zapewniła wsparcie organizacyjne w czasie realizacji sesji zdjęciowej i wywiadu dla magazynu „Glamour" z udziałem znanych ambasadorek akcji oraz przedstawicielek i podopiecznych fundacji. Purella uruchomiła stronę purellapomaga.pl, na której można znaleźć istotne informacje o profilaktyce raka piersi. Firma przekazała na wsparcie działań Fundacji OnkoCafe – Razem Lepiej w sumie ponad 120 tysięcy złotych. Podopieczne fundacji mogą uczestniczyć w zabiegach, rehabilitacji oraz warsztatach mających na celu powrót do pełnego zdrowia. Fundacja organizuje dla nich ciekawe aktywności, wśród nich są zumba, zajęcia na basenie, konsultacje z psychoonkologiem i dietetykiem. Purella zadebiutowała na rynku spożywczym w 2016 roku. W krótkim czasie stała się jednym z liderów w branży zdrowej żywności impulsowej i superfoods. Celem firmy jest budowanie świadomości Polaków w sferze zdrowego stylu życia.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Fundacja OnkoCafe – Razem Lepiej

Wspieranie pacjentów onkologicznych i ich rodzin, profilaktyka i edukacja zdrowotna, realizacja kampanii z obszaru profilaktyki nowotworowej i promowanie zdrowego trybu życia – to główne cele działającej od 2014 roku Fundacji OnkoCafe – Razem Lepiej. Wśród kluczowych projektów fundacji znajdują się: kampania „BreastFit. Kobiecy biust. Męska sprawa", której celem jest zachęcanie do systematycznych badań i edukacja na temat profilaktyki raka piersi, „ProstaTaHistoria" – adresowana do mężczyzn cierpiących na raka prostaty, „Mundur nie zbroja", skierowana do grup zawodowych w szczególnym stopniu narażonych na czynniki ryzyka nowotworów, oraz kampania „Badaj Biust" – zwracająca uwagę aktywnych i zabieganych kobiet na rolę badania piersi. Fundacja OnkoCafe – Razem Lepiej jest jedną z najlepiej rozpoznawalnych, działających w Polsce organizacji pacjentów, a Anna Kupiecka – jej założycielka, będąca jednocześnie fundatorem i prezesem fundacji – znalazła się w prestiżowym zestawieniu „Lista 100 najbardziej wpływowych osób w polskim systemie ochrony zdrowia" publikowanym przez portal Puls Medycyny. Sama zachorowała na raka piersi w 2010 roku, a w 2012 roku na Facebooku założyła grupę wsparcia pod nazwą „Fakraczki", w której osoby dotknięte chorobą nowotworową dzielą się swoimi doświadczeniami z procesu leczenia. Onkocafe jest jednym z członków założycieli Ogólnopolskiej Federacji Onkologicznej oraz członkiem Rady Organizacji Pacjentów przy Rzeczniku Praw Pacjenta.

ZDROWY TRYB ŻYCIA

LAUREAT: **NATIONALE-NEDERLANDEN**

Nowotwory są drugą najpowszechniejszą chorobą na świecie. Co trzeci chory na raka zmaga się z depresją. W wielu regionach Polski pacjenci nie mają dostępu do psychoonkologów, a w dużych miastach czekają w długiej kolejce. Dzięki wsparciu finansowemu Nationale-Nederlanden Fundacja „Twarze depresji" od czerwca 2021 roku realizuje pierwszy w Polsce program bezpłatnej, zdalnej pomocy psychologicznej dla osób chorych na raka, ich rodzin i osób, które z powodów profilaktycznych powinny zgłosić się do onkologa. Zdalne konsultacje umożliwiają rozmowę ze specjalistą z każdego zakątka Polski. Program ruszył w ramach akcji „Rak? To nie tak!", którą Nationale-Nederlanden organizuje od dekady. Ze zdalnej pomocy do tej pory skorzystało już ponad 500 osób. Wsparcie firmy pozwoliło Fundacji „Twarze depresji" sfinansować kampanię outdoorową w stolicach polskich województw (50 billboardów i citylightów, plakaty wyświetlane w komunikacji miejskiej w Warszawie i Łodzi), zorganizowanie konferencji prasowej z udziałem gwiazd – ambasadorów kampanii – i zrealizowanie webinarów w mediach społecznościowych. Obecnie Nationale-Nederlanden i Fundacja „Twarze depresji" realizują wspólnie program wsparcia psychologicznego dla uchodźców z Ukrainy. Nationale-Nederlanden od lat wspiera również kampanię Movember Polska, zainicjowaną przez Fundację Kapitan Światełko. Akcja koncentruje się na profilaktyce nowotworowej mężczyzn i jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych kampanii realizowanych w Polsce. W dziedzinie edukacji oraz wyrównywania szans firma współpracuje przy projekcie Uniwersytet Sukcesu. Nationale-Nederlanden prowadzi również wolontariat dla swoich pracowników.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Fundacja „Twarze depresji”

Fundacja „Twarze depresji” należy do najaktywniejszych organizacji pozarządowych w dziedzinie zdrowia psychicznego. Jako pierwsza w Polsce prowadzi cztery programy bezpłatnej, zdalnej pomocy psychologicznej i psychiatrycznej: dla osób chorych na raka i ich rodzin (organizowany dzięki wsparciu Nationale-Nederlanden), a także dla dzieci i młodzieży, osób dorosłych oraz kobiet w ciąży i po porodzie. Od 28 lutego br. uruchomiła piąty program bezpłatnej, zdalnej pomocy psychologicznej i psychiatrycznej – tym razem dla obywateli Ukrainy. Również ten niezwykle znaczący dla uchodźców program realizuje dzięki wsparciu finansowemu Nationale-Nederlanden. Bardzo ważnym przedsięwzięciem fundacji jest też ogólnopolska kampania społeczna „Twarze depresji. Nie oceniam. Akceptuję”, której ambasadorami jest już ponad 50 znanych i cenionych osób. Celem kampanii jest wzrost świadomości problemu depresji, zachęcenie Polaków do jej leczenia, walka ze stereotypami oraz przekonanie odbiorców, że połączenie farmakoterapii i psychoterapii jest najskuteczniejszą drogą walki z tą chorobą. Fundacja od 2020 roku wydaje bezpłatny magazyn „Twarze Depresji” publikowany na stronie internetowej organizacji.

OTWARTOŚĆ NA RÓŻNORODNOŚĆ

LAUREAT: **AGENCJA REKLAMOWA PARASOL**

Fundacja L'Arche Wspólnota we Wrocławiu postanowiła zorganizować galę dla swoich podopiecznych i partnerów. Jej elementem był pokaz mody z udziałem 32 osób z niepełnosprawnościami. O pomoc poprosili Ewelinę Opalińską, właścicielkę Agencji Reklamowej Parasol z Wrocławia, zajmującej się głównie strategią marketingową, planowaniem i realizacją kampanii reklamowych oraz organizacją wydarzeń. Dzięki wsparciu firmy, w czasie gali odbył się nie tylko pokaz mody, lecz także licytacja prac artystycznych osób z niepełnosprawnością intelektualną oraz koncert i loteria charytatywna. Fundacja wspólnie z agencją zorganizowały również wystawę zdjęć z pokazu mody oraz prac z ceramiki oraz wikliny wykonanych m.in. przez mieszkańców wspólnoty Fundacji L'Arche. Firma zapewniła wsparcie koncepcyjne, organizacyjne i produkcyjne. Obecnie Ewelina Opalińska współpracuje z Fundacją L'Arche przy organizacji kolejnych wydarzeń.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Fundacja L'Arche

Fundacja L'Arche istnieje w Polsce od ponad 40 lat. We Wrocławiu prowadzi małe domy pomocy społecznej dla osób z niepełnosprawnością intelektualną oraz zespół mieszkań chronionych dla osób z różnymi niepełnosprawnościami. Zajmuje się działalnością edukacyjną w szkołach i przedszkolach – dzieci uczą się, jakie są niepełnosprawności oraz jak traktować osoby z niepełnosprawnościami. To, co wyróżnia L'Arche spośród innych placówek, to indywidualne wsparcie udzielane mieszkańcom. Asystenci towarzyszą mieszkańcom cały czas, część z nich mieszka wspólnie z podopiecznymi, tworząc tzw. wspólnoty. Jest ich w Polsce pięć – pod Krakowem, w Poznaniu, Warszawie, Gdyni i we Wrocławiu.

OTWARTOŚĆ NA RÓŻNORODNOŚĆ

LAUREAT: **IKEA RETAIL**

Co roku, 17 maja, przypada Międzynarodowy Dzień przeciw Homofobii, Transfobii i Bifobii. W tym dniu – w 2021 roku – ruszyła kolejna odsłona wspólnej akcji IKEA Retail i Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę. W sklepach IKEA rozpoczęto sprzedaż wielobarwnej torby Storstomma, z której dochód został przeznaczony na obsługę telefonu zaufania dla dzieci i młodzieży 116 111. Współpraca z FDDS była tym ważniejsza, że w wielu przypadkach do telefonu zgłaszają się dzieci LGBT+, które są dyskryminowane i wykluczane w swoim środowisku. Akcja umożliwiła odebranie blisko 10 tysięcy połączeń od dzieci i młodzieży. Ponadto IKEA Retail razem z Fundacją Ocalenie i FDDS realizuje program „Razem w Trosce o Dom". Pomaga on tworzyć lepszy, bezpieczny dom dla tych, którzy go nie mają bądź byli zmuszeni go opuścić. Pomoc otrzymało już ponad 1100 osób i 365 rodzin. Długoterminowym wsparciem objęto blisko 730 osób i 176 rodziny. Wsparcie mieszkaniowe otrzymało 200 osób, a z rzeczowego skorzystało około 900 osób. Pomoc żywnościowa trafiła do niemal 330 osób, a produkty higieniczne do ponad 820 potrzebujących.

ORGANIZACJA NOMINUJĄCA: Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę od ponad 30 lat chroni dzieci przed przemocą i wykorzystaniem seksualnym. Zapewnia dzieciom i ich opiekunom wsparcie, profesjonalną pomoc psychologiczną i prawną. Uczy dorosłych, jak mądrze i skutecznie reagować na przemoc wobec dzieci oraz co robić, gdy podejrzewają, że dziecko jest krzywdzone. Wspiera i angażuje rodziców, by wychowywali dzieci z miłością i szacunkiem. Wpływa na polskie prawo, by jak najlepiej chroniło interes dziecka. Najważniejsze projekty fundacji przekładają się na bezpośrednią pomoc dzieciom będącym ofiarami przestępstw i wykorzystywania, zmagającym się z brakiem akceptacji lub konfliktem z najbliższym otoczeniem. Zespół FDDS specjalizuje się w budowaniu odpowiedniego środowiska dla prawidłowego rozwoju dzieci w domu, szkole czy w kontaktach z rówieśnikami. Są to m.in. Centra Pomocy Dzieciom, Centrum Dziecka i Rodziny, telefon zaufania 116 111, program Standardy Ochrony Dzieci i program Dziecko w Sieci.

WOLONTARIAT PRACOWNICZY

LAUREAT: **PwC**

Wolontariat pracowniczy PwC skupia się na wspieraniu edukacji dzieci i młodzieży zagrożonej wykluczeniem, wspieraniu potencjału organizacji pozarządowych, działaniu na rzecz przedsiębiorczości i ekologii. W zeszłym roku 451 pracowników PwC poświęciło ponad 3100 godzin na działania społeczne. Organizowali zbiórki odzieży, przyborów szkolnych, karmy dla zwierząt, zabawek i książek, włączali się w prace remontowe, budowlane, ogrodnicze. Dzielili się wiedzą, doświadczeniem i umiejętnościami, prowadząc doradztwo, lekcje w szkołach, warsztaty dla młodzieży oraz angażując się w e-wolontariat. Wsparli aż 56 organizacji pozarządowych, przedsiębiorstw społecznych oraz 3409 potrzebujących z domów dziecka, świetlic środowiskowych, domów pomocy. Firma prowadzi coaching dla liderów społecznych, inicjatywę „Biznes kontra smog", tutoring (korepetycje) oraz współtworzy program mentoringu Akademia Biznes Class.

Głównym programem wolontariatu pracowniczego PwC w 2021 roku był program grantowy „Social Impact" realizowany na 30-lecie firmy. Pracownicy zgłosili 24 autorskie projekty wolontariackie w pięciu obszarach tematycznych, takich jak: edukacja, wsparcie NGO, ekonomia społeczna, niepełnosprawność, ekologia. W ramach swoich projektów prowadzili warsztaty dla dzieci i młodzieży na temat rozwoju osobistego, finansów, wielokulturowości i różnorodności, zorganizowali zajęcia fotograficzne, kulinarne, naukę wspinaczki dla dzieci z domów dziecka oraz dzieci z niepełnosprawnościami. Wsparli wiedzą i pracą organizacje zajmujące się m.in. wsparciem młodzieży z pieczy zastępczej i dzieci czekających na adopcję, walką z ubóstwem menstruacyjnym, wspieraniem seniorów. W czasie pandemii PwC włączyło wolontariuszy w czytanie bajek dzieciom zamkniętym w szpitalach w ramach „Bajkoterapii". Firma PwC przeznaczyła w 2021 roku na cele społeczne ponad 530 tysięcy złotych.

NAGRODA 25-LECIA

LAUREAT: **MONDI ŚWIECIE SA**

Mondi Świecie SA – należąca do Mondi – jest światowym liderem branży opakowaniowej i papierniczej. Początki współpracy spółki ze Stowarzyszeniem Wspierania Rozwoju Gospodarczego Ziemi Świeckiej „Inkubator Przedsiębiorczości" (województwo kujawsko-pomorskie) sięgają 2005 roku, gdy organizacja wzięła udział w konsultacjach dotyczących oceny wpływu firmy na lokalne otoczenie. Początkowo Mondi wspierało Inkubator Przedsiębiorczości tylko finansowo, ale już rok później współpracę poszerzono o wsparcie merytoryczne. Przedstawiciel Mondi dołączył do składu komisji grantowej programu „Działaj Lokalnie", a w 2019 roku stowarzyszenie zaprosiło firmę do oceniania prac w konkursie „Opowiedz", który jest ważną częścią programu „Działaj Lokalnie". Współpraca ma charakter stały i dzięki niej Inkubator Przedsiębiorczości przyznał już 171 grantów na prawie 700 tysięcy złotych.

Od 2011 roku Mondi realizuje własny program „Zadecydujmy wspólnie", w którym to pracownicy składają propozycje wsparcia finansowego lokalnych organizacji i instytucji. Co ciekawe, o dofinansowaniu decydują głosy oddane przez pracowników. Program wpływa pozytywnie na budowanie kapitału społecznego oraz przyczynia się do spełniania lokalnych potrzeb. Mondi Świecie nawiązało silne relacje z lokalnymi organizacjami pozarządowymi i grantobiorcami. Firma regularnie wspiera wiele różnych społecznych inicjatyw lokalnych w obszarze zdrowia, edukacji, rozwoju lokalnej infrastruktury, kultury, projektów na rzecz dzieci, młodzieży, osób starszych i niepełnosprawnych. Spółka jest zdobywcą ważnych w skali Polski nagród, takich jak Perły Polskiej Gospodarki, Orły Rzeczpospolitej, Orzeł Lider Biznesu „Wprost". Należała także do prestiżowego grona firm włączonych w Respect Index. Zrównoważony rozwój leży u podstaw strategii i stanowi integralną część działań biznesowych firmy.

NAGRODA 25-LECIA

LAUREAT: **ALLEGRO.PL**

Allegro to wiodąca platforma handlowa typu marketplace w Polsce i jednocześnie największy gracz na rynku e-commerce o europejskich korzeniach. Od początku istnienia firma podejmuje działania charytatywne i udowadnia, że technologia ma moc rozwiązywania wielu problemów społecznych. Właśnie dlatego swoją skalę i zasięg wykorzystuje nie tylko w biznesie, lecz także w pomaganiu. Najlepszym tego przykładem jest platforma Allegro Charytatywni, która umożliwia organizacjom pozarządowym zakładanie zbiórek i zbieranie pieniędzy na ważne cele charytatywne. Za korzystanie z platformy Allegro nie pobiera żadnych opłat ani prowizji, a całkowity dochód z wszystkich ofert charytatywnych jest przekazywany bezpośrednio na konto organizacji prowadzącej zbiórkę. W sumie od początku istnienia platformy skorzystało z niej ponad 1,5 tysiąca organizacji, które utworzyły ponad 5,5 tysiąca zbiórek charytatywnych. Łączna kwota, którą udało się zebrać dzięki Allegro Charytatywni do końca 2021 roku, to 113,6 miliona złotych.

LISTA FIRM ZGŁOSZONYCH W 25. EDYCJI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

KULTURA I EDUKACJA

NOMINOWANY	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
ADMIND BRANDING AND COMMUNICATIONS	STOWARZYSZENIE POMOCY SZKOLE „PIERWIOSNEK”
C&F SA	FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA
FUNDACJA BANKU MILLENNIUM	FUNDACJA VERBA
FUNDACJA CITI HANDLOWY IM. LEOPOLDA KRONENBERGA	UNIWERSYTET SWPS
FUNDACJA ORANGE	FUNDACJA DAJEMY DZIECIOM SIŁĘ
FUNDACJA PZU	STOWARZYSZENIE EMERYTÓW I RENCISTÓW „AKTYWNY SENIOR”
KGHM POLSKA MIEDŹ SA	STOWARZYSZENIE RODZIN KATOLICKICH DIECEZJI LEGNICKIEJ
LIDL POLSKA	FEDERACJA POLSKICH BANKÓW ŻYWNOŚCI
NATIONALE-NEDERLANDEN	FUNDACJA DIGITAL UNIVERSITY
PEPCO POLAND	FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA
PKN ORLEN SA	STOWARZYSZENIE EDUKACJI KULTURALNO-ARTYSTYCZNEJ I NAUKI, REJONOWE PŁOCKIE WODNE OCHOTNICZE POGOTOWIE RATUNKOWE W PŁOCKU
PWC	FUNDACJA MARKA KAMIŃSKIEGO, FUNDACJA CENTRUM EDUKACJI OBYWATELSKIEJ
RADIO 357	FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA
SOŁTYSIŃSKI KAWECKI & SZLĘZAK – KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH I ADWOKATÓW	FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

LISTA FIRM ZGŁOSZONYCH W 25. EDYCJI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

OCHRONA ŚRODOWISKA I KLIMATU

NOMINOWANY	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
DOW POLSKA	FUNDACJA JA WISŁA
FLEXTRONICS INTERNATIONAL POLAND	FUNDACJA TO I CO
JERÓNIMO MARTINS POLSKA SA	POLSKIE TOWARZYSTWO OCHRONY PRZYRODY „SALAMANDRA”
NATWEST GROUP POLAND	FUNDACJA JA WISŁA
OPERATOR GAZOCIĄGÓW PRZESYŁOWYCH „GAZ-SYSTEM” SA	FUNDACJA „ZA GÓRAMI, ZA LASAMI”
PROVIDENT POLSKA SA	FUNDACJA ROZWÓJ

OTWARTOŚĆ NA RÓŻNORODNOŚĆ

NOMINOWANY	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
AGENCJA REKLAMOWA PARASOL	FUNDACJA L’ARCHE WSPÓLNOTA WE WROCŁAWIU
BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO	STOWARZYSZENIE „JESTEŚMY TACY...”
CRÉDIT AGRICOLE BANK POLSKA SA	FUNDACJA FONIS
HUAWEI POLSKA	OLIMPIADY SPECJALNE POLSKA
IKEA RETAIL	FUNDACJA DAJEMY DZIECIOM SIŁĘ
NATIONAL WESTMINSTER BANK PLC SA ODDZIAŁ W POLSCE	STOWARZYSZENIE LAMBDA WARSZAWA
PWC	STOWARZYSZENIE PRZYJACIÓŁ INTEGRACJI

POMOC SPOŁECZNA I CHARYTATYWNA

NOMINOWANY	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
ALLEGRO.PL	STOWARZYSZENIE WIOSNA
AUCHAN POLSKA	FUNDACJA DAJEMY DZIECIOM SIŁĘ
BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO	FUNDACJA DLA SZPITALA SPECJALISTYCZNEGO ŚW. ZOFII W WARSZAWIE
BNP PARIBAS BANK POLSKA SA	STOWARZYSZENIE WIOSNA
CREDIT SUISSE (POLAND)	FUNDACJA HOSPICJUM ONKOLOGICZNE ŚW. KRZYSZTOFA
EL-INWEST	STOWARZYSZENIE RODZICÓW I OPIEKUNÓW DZIECI NIEPEŁNOSPRAWNYCH „WSPÓLNA TROSKA”
FHU EDEN ANDRZEJ KASPRZAK	FUNDACJA IM. DOKTORA PIOTRA JANASZKA „PODAJ DALEJ”
FARM FRITES POLAND SA	FUNDACJA LĘBORSKIE HOSPICJUM STACJONARNE
FINDER POLSKA	FUNDACJA IM. DOKTORA PIOTRA JANASZKA „PODAJ DALEJ”
FUNDACJA BIEDRONKI	FUNDACJA HOSPICJUM PROROKA ELIASZA, FUNDACJA IM. BRATA ALBERTA
FUNDACJA LPP	GDAŃSKA FUNDACJA INNOWACJI SPOŁECZNEJ
GROUPE SEB POLSKA	FUNDACJA PO DRUGIE
GT CONSTRUCTION	STOWARZYSZENIE RODZICÓW I PRZYJACIÓŁ OSÓB Z ZESPOŁEM DOWNA „TĘCZA”
HENKEL POLSKA	TOWARZYSTWO POMOCY IM. ŚW. BRATA ALBERTA KOŁO GDAŃSKIE
INVENTUM	FUNDACJA STAŁEGO ROZWOJU
JERÓNIMO MARTINS POLSKA SA	FEDERACJA POLSKICH BANKÓW ŻYWNOŚCI
KAUFLAND POLSKA MARKETY	FUNDACJA SERCA DLA MALUSZKA
KLIMAS	FUNDACJI OCZAMI BRATA
KREJZOLKA KAROLKA – KAROLINA MORGAŁA	STOWARZYSZENIE OTOCZKA
MEDIAKOLOR OSIECCY	STOWARZYSZENIE WOLONTARIUSZY KAPITAŁ LUDZKI
NESTLÉ POLSKA SA	FUNDACJA CHOPS
ORANGE POLSKA	FUNDACJA ITAKA – CENTRUM POSZUKIWAŃ LUDZI ZAGINIONYCH
PEPCO POLAND	FUNDACJA DAJEMY DZIECIOM SIŁĘ
PROSKER	STOWARZYSZENIE WOLONTARIUSZY KAPITAŁ LUDZKI
PROVIDENT POLSKA SA	FUNDACJA GAJUSZ, ZACZYTANI.ORG
PWC	GDAŃSKA FUNDACJA INNOWACJI SPOŁECZNEJ, FUNDACJA DAJEMY DZIECIOM SIŁĘ
SOMFY	FUNDACJA IM. DOKTORA PIOTRA JANASZKA „PODAJ DALEJ”

LISTA FIRM ZGŁOSZONYCH W 25. EDYCJI KONKURSU O TYTUŁ „DOBROCZYŃCA ROKU”

ZDROWY TRYB ŻYCIA

NOMINOWANY	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
JERÓNIMO MARTINS POLSKA SA	STOWARZYSZENIE NADZIEJA NA MUNDIAL
KGHM POLSKA MIEDŹ SA	STOWARZYSZENIE CENTRUM FORMACJI RODZINY IM. JANA PAWŁA II
NATIONALE-NEDERLANDEN	FUNDACJA „TWARZE DEPRESJI”
PKN ORLEN SA	STOWARZYSZENIE SPORTU MŁODZIEŻOWEGO WISŁA PŁOCK
PKO BANK POLSKI SA	FUNDACJA WYCHOWANIE PRZEZ SPORT
PURELLA	FUNDACJA ONKOCAFE – RAZEM LEPIEJ

LOKALNE PARTNERSTWA

NOMINOWANY	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
GALERIA SMAKU BARBARA FEDEROWICZ	FUNDACJA KOALICJA DLA MŁODYCH
LEROY MERLIN SWARZĘDZ	FUNDACJA POCZĄTEK ŚWIATA
LIGIHALOWE.PL A. ŚWIERZEWSKI, B. GENDERA	STOWARZYSZENIE ZAWSZE AKTYWNI
ZAKŁAD PRODUKCYJNO-USŁUGOWO-HANDLOWY „MARUŚ”	POLSKIE STOWARZYSZENIE LUDZI CIERPIĄCYCH NA PADACZKĘ ODDZIAŁ ŁÓDZKI W OZORKOWIE

WOLONTARIAT PRACOWNICZY

NOMINOWANY
AQUANET SA
BANK BNP PARIBAS SA
BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO
CITI HANDLOWY
DB CARGO POLSKA SA
EMT-SYSTEMS
ESAB
FHU ADAM-POL ADAM JAWORSKI
FUNDACJA BANKU MILLENNIUM
GRUPA KĘTY SA
ING BANK ŚLĄSKI SA
KGHM POLSKA MIEDŹ SA
LESAFFRE POLSKA SA
NATIONALE-NEDERLANDEN
PROVIDENT POLSKA SA
PWC
S2O0 AGENCJA MARKETINGU
URTICA
WAVIN SHARED SERVICES

NAGRODA 25-LECIA

NOMINOWANY	ORGANIZACJA NOMINUJĄCA
ALLEGRO.PL	FUNDACJA WIELKA ORKIESTRA ŚWIĄTECZNEJ POMOCY
FM LOGISTIC	FUNDACJA SAMODZIELNI ROBINSONOWIE
FUNDACJA BIEDRONKI	CARITAS POLSKA
FUNDACJA CITI HANDLOWY IM. LEOPOLDA KRONENBERGA	FUNDACJA EDUKACYJNA PERSPEKTYWY, FUNDACJA ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA WIEDZY „THINK!”
FUNDACJA LPP	FUNDACJA RODZINNY GDAŃSK
JELENIA PLAST	KARKONOSKI SEJMIK OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH
LIGIHALOWE.PL A. ŚWIERZEWSKI, B. GENDERA	STOWARZYSZENIE ZAWSZE AKTYWNI
MONDI ŚWIECIE SA	STOWARZYSZENIE WSPIERANIA ROZWOJU GOSPODARCZEGO ZIEMI ŚWIECKIEJ „INKUBATOR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI”
NATIONALE-NEDERLANDEN	FUNDACJA KAPITAN ŚWIATEŁKO
UCB PHARMA	POLSKIE STOWARZYSZENIE LUDZI CIERPIĄCYCH NA PADACZKĘ ODDZIAŁ ŁÓDZKI W OZORKOWIE
ŻYWIEC ZDRÓJ SA	CENTRUM UNEP/GRID-WARSZAWA

LAUREACI
25 EDYCJI KONKURSU

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
1	ABIMEL	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	CENTRUM TELEMARKETINGU BANCOM	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	FABRYKA PORCELANY	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	PRZEDSIĘBIORSTWO PRODUKCYJNO-HANDLOWE „KONIMPEX”	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	TADEUSZ I PIOTR CICHOŃSKI PIEKARNICTWO I CUKIERNICTWO	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
2	POLSKIE LINIE LOTNICZE LOT SA	NAJWIĘKSZY WKŁAD W REALIZACJĘ KONKRETNEGO PROJEKTU
	PRZEDSIĘBIORSTWO PRODUKCYJNO-HANDLOWO-USŁUGOWE „AXIOM”	ORYGINALNOŚĆ I INWENCJA
	RESTA SA	POROZUMIENIE I STAŁA WSPÓŁPRACA
	ZAKŁAD OPIEKI ZDROWOTNEJ MEDYCYNY PRACY	ZAANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW FIRMY
	ZAKŁAD PRODUKCJI ARTYKUŁÓW SPOŻYWCZYCH „PASOL”	NAGRODA SPECJALNA
3	BP AMOCO POLAND	EKOLOGIA
	COMMERCIAL UNION POLSKA – TOWARZYSTWO UBEZPIECZEŃ NA ŻYCIE	POMOC SPOŁECZNA I OCHRONA ZDROWIA/NAGRODA SPECJALNA
	DOBROPASZ – GRUPA ROLIMPEX	KULTURA I SZTUKA
	KONSMETAL SA	AKTYWIZACJA SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ
	MASTER FOODS POLSKA	EDUKACJA I OŚWIATA
	MICROSOFT	EDUKACJA I OŚWIATA
	PROGRAM 3 POLSKIEGO RADIA	ROZWÓJ DEMOKRACJI I OCHRONA PRAW CZŁOWIEKA

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
4	COMPUTERLAND SA	AKTYWIZACJA SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ
	KANCELARIA ADWOKACKA BARBARA PARCZEWSKA	ROZWÓJ DEMOKRACJI I OCHRONA PRAW CZŁOWIEKA
	PIEKARNIA MIROSŁAWA I STANISŁAW PARACZYŃSCY	POMOC SPOŁECZNA
	POWSZECHNY ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ NA ŻYCIE SA	NAGRODA SPECJALNA
	SPEDYCJA POLSKA SPEDPOL	EKOLOGIA
	WARSZAWSKIE ZAKŁADY FARMACEUTYCZNE POLFA	KULTURA I SZTUKA
	WYDAWNICTWO LUPUS	EDUKACJA I OŚWIATA
	TELEKOMUNIKACJA POLSKA SA	POMOC SPOŁECZNA
5	HUTA SZKŁA JAROSŁAW SA	EKOLOGIA
	NOKIA POLAND	AKTYWIZACJA SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ
	OPEL POLSKA	POMOC SPOŁECZNA
	PRZEDSIĘBIORSTWO PRODUKCYJNO-HANDLOWE „HETMAN”	EDUKACJA I OŚWIATA
	PRUCHNIEWICZ I STANISZEWSKI SPÓŁKA ADWOKACKA	ROZWÓJ DEMOKRACJI I OCHRONA PRAW CZŁOWIEKA
	SERVISCO	NAGRODA SPECJALNA
	PKO BANK POLSKI SA	KULTURA I SZTUKA
6	ERNST & YOUNG	POMOC SPOŁECZNA
	FUNDACJA WARTA	WOLONTARIAT PRACOWNICZY/KULTURA I SZTUKA/POMOC SPOŁECZNA
	GOSPODARCZY BANK SPÓŁDZIELCZY W BARLINKU	KULTURA I SZTUKA/POMOC SPOŁECZNA
	LEVI STRAUSS POLAND	EDUKACJA I OŚWIATA/WOLONTARIAT PRACOWNICZY/POMOC SPOŁECZNA
	MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO KOMUNIKACYJNE SA W KRAKOWIE	EDUKACJA I OŚWIATA
	PUDLISZKI SA	NAGRODA SPECJALNA/WOLONTARIAT PRACOWNICZY

LAUREACI 25 EDYCJI KONKURSU

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
7	BANK SPÓŁDZIELCZY W KROKOWEJ	KULTURA I SZTUKA
	FUNDACJA DOBROCZYNNOŚCI ATLAS	NAGRODA SPECJALNA
	MASTER FOODS POLSKA	EDUKACJA I OŚWIATA
	BP POLSKA	POMOC SPOŁECZNA I OCHRONA ZDROWIA
8	AGENCJA REKLAMOWA TBWA\ ODDZIAŁ TWBA\ TELESCOPE	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	AVON COSMETICS POLSKA	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	METSA TISSU SA	EKOLOGIA
	NESTLÉ POLSKA SA	POMOC SPOŁECZNA
	UNILEVER POLSKA SA	OCHRONA I PROMOCJA ZDROWIA
	TELEKOMUNIKACJA POLSKA SA	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	PKO BANK POLSKI SA ODDZIAŁ W BYDGOSZCZY	KULTURA I SZTUKA
	PKO BANK POLSKI I INTELIGO FINANCIAL SERVICES	OCHRONA I PROMOCJA ZDROWIA
	CARGILL POLSKA ODDZIAŁ BIELANY WROCŁAWSKIE	EDUKACJA I OŚWIATA
9	BANK BPH SA	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	CHMIELNIK ZDRÓJ SA	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	DANONE	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	ENERGIAPRO KONCERN ENERGETYCZNY SA	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	KOMANDOR SA	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	WHIRLPOOL POLSKA	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
10	BANK SPÓŁDZIELCZY W NIDZICY	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ (LAUREAT GŁOSOWANIA INTERNETOWEGO)
	BANK ZACHODNI WBK SA	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ (LAUREAT GŁOSOWANIA INTERNETOWEGO)/STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	FHU WITEK KAROLINA WITEK	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	FUNDACJA BANKOWA IM. LEOPOLDA KRONENBERGA PRZY CITIBANK HANDLOWY	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	MICROSOFT	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
11	BANK BGŻ	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	BANK SPÓŁDZIELCZY W TCZEWIE	LOKALNY WYMIAR SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	JW CONSTRUCTION HOLDING SA	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ (LAUREAT GŁOSOWANIA INTERNETOWEGO)
	KAWIARNIA U AKTORÓW	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ (LAUREAT GŁOSOWANIA INTERNETOWEGO)
	PRZEDSIĘBIORSTWO WIELOBRANŻOWE PRIMA	LOKALNY WYMIAR SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	WEIL, GOTSHAL & MANGES	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
	PKO BANK POLSKI I INTELIGO FINANCIAL SERVICES	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ
12	CADBURY WEDEL	KULTURA I SZTUKA
	FEEDBACK/HILL & KNOWLTON	POMOC SPOŁECZNA
	GE MONEY BANK	LOKALNY WYMIAR SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	NADLEŚNICTWO GÓRA ŚLĄSKA	EKOLOGIA
	SPÓŁDZIELNIA INWALIDÓW ZGODA	LOKALNY WYMIAR SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	CARGILL POLSKA ODDZIAŁ BIELANY WROCŁAWSKIE	ZDROWIE
	FUNDACJA ORANGE	EDUKACJA

LAUREACI 25 EDYCJI KONKURSU

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
13	CITI HANDLOWY	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	MEBLIK	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	PIEM PROJEKT	LOKALNY WYMIAR SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	BP POLSKA	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY – DUŻE FIRMY
14	ALTIX	PROGRAM WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO
	KOMPANIA PIWOWARSKA SA	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	PRYZMAT	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	PKO BANK POLSKI I INTELIGO FINANCIAL SERVICES	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ – DUŻE FIRMY
	BAŁTYCKI BANK SPÓŁDZIELCZY	LOKALNY WYMIAR SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
15	LESAFFRE POLSKA SA	LOKALNY WYMIAR SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	NUTRICIA	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	PARTNERSTWO DLA ZDROWIA	STRATEGICZNE PROGRAMY SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	ŻYWIEC ZDRÓJ SA	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ – DUŻA FIRMA
	PROGRAM 3 POLSKIEGO RADIA	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	ORANGE POLSKA	PROGRAM WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO
16	RÖBEN POLSKA	LOKALNE ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE FIRMY
	SCANMED MULTIMEDIS SA	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA FIRMY
	TEATR KAMIENICA	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ – DUŻE FIRMY
	FUNDACJA ORANGE	WSPÓŁPRACA FIRMY Z ORGANIZACJĄ POZARZĄDOWĄ – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	ORANGE POLSKA	WOLONTARIAT PRACOWNICZY
	BAŁTYCKI BANK SPÓŁDZIELCZY	LOKALNE ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE FIRMY

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
17	FUNDACJA ALLEGRO ALL FOR PLANET	NOWE TECHNOLOGIE W SPOŁECZNYM ZAANGAŻOWANIU
	NOWA ERA	PROJEKT SPOŁECZNY – DUŻE FIRMY
	SMAY	PROJEKT SPOŁECZNY – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	STOCZNIA DARŁOWO M&W	WOLONTARIAT PRACOWNICZY
	TESCO POLSKA	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA
	WODOCIĄGI I KANALIZACJA HYDROKOM	ZAANGAŻOWANIE LOKALNE
18	BAYER	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA
	DOM TOWAROWY BRACIA JABŁKOWSCY SA	PROJEKT SPOŁECZNY – MAŁE FIRMY
	PIEKARNIA RYNEK	ZAANGAŻOWANIE LOKALNE
	RADISSON BLU HOTEL KRAKÓW (UBM – HPG)	PROJEKT SPOŁECZNY – ŚREDNIE FIRMY
	SCHENKER (DB SCHENKER LOGISTICS)	WOLONTARIAT PRACOWNICZY
	T-MOBILE POLSKA SA	PROJEKT SPOŁECZNY – DUŻE FIRMY
	TRANSITION TECHNOLOGIES SA	NOWE TECHNOLOGIE W SPOŁECZNYM ZAANGAŻOWANIU
19	FUNDACJA BANKOWA IM. LEOPOLDA KRONENBERGA PRZY CITIBANK HANDLOWY	FUNDACJA KORPORACYJNA – PROJEKT SPOŁECZNY
	GRUPA ALLEGRO	NOWE TECHNOLOGIE W SPOŁECZNYM ZAANGAŻOWANIU
	KALTER	PROJEKT SPOŁECZNY – ŚREDNIE FIRMY
	MONDELEZ EUROPE SERVICES ODDZIAŁ W POLSCE	PROJEKT SPOŁECZNY – DUŻE FIRMY
	OGÓLNOPOLSKIE CENTRUM MEDYCZNE	PROJEKT SPOŁECZNY – MAŁE FIRMY
	PKN ORLEN SA	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA – DUŻE FIRMY
	TIKKURILA POLSKA SA	ZAANGAŻOWANIE LOKALNE
	TOTALIZATOR SPORTOWY	WOLONTARIAT PRACOWNICZY
	VOTUM SA	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	ZEFIR TOMASZ SZESZYCKI	ZAANGAŻOWANIE LOKALNE

LAUREACI 25 EDYCJI KONKURSU

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
20	MARS POLSKA	ZAANGAŻOWANIE LOKALNE
	AGENCJA INTERAKTYWNA SUKCESFIRMY.PL	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	DB SCHENKER	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA – DUŻE FIRMY
	FUNDACJA GRUPY ADAMED	FUNDACJA KORPORACYJNA – PROJEKT SPOŁECZNY
	STANPOL – SKLEP PSZCZELARSKI WARSZAWA	PROJEKT SPOŁECZNY – MAŁE FIRMY
	CARREFOUR POLSKA	PROJEKT SPOŁECZNY – DUŻE FIRMY
	DELIA COSMETICS	PROJEKT SPOŁECZNY – ŚREDNIE FIRMY
	BANK HANDLOWY W WARSZAWIE SA (CITI HANDLOWY)	NOWE TECHNOLOGIE W SPOŁECZNYM ZAANGAŻOWANIU/WOLONTARIAT PRACOWNICZY
21	KAREDENT – KAMIL CHORĄŻY SŁAWOMIR ŁAWICKI	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	ZAKŁAD FOTOGRAFICZNY U JARKA – JAROSŁAW DEKA	ZAANGAŻOWANIE LOKALNE
	TESCO	STRATEGIA SPOŁECZNEGO ZAANGAŻOWANIA – DUŻE FIRMY
	FUNDACJA ORANGE	PROJEKT SPOŁECZNY FUNDACJI KORPORACYJNEJ
	ANTOJA	PROJEKT SPOŁECZNY – MAŁE FIRMY
	JELENIA PLAST JENS KRÖGER	PROJEKT SPOŁECZNY – ŚREDNIE FIRMY
	SAMSUNG ELECTRONICS POLSKA	PROJEKT SPOŁECZNY – DUŻE FIRMY
	ENERIS SUROWCE SA	INNOWACJE DLA SPOŁECZNOŚCI
	ESSILOR POLONIA (GRUPA ESSILOR)	WOLONTARIAT PRACOWNICZY

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
22	ZAKŁAD FOTOGRAFICZNY U JARKA – JAROSŁAW DEKA	ROZWÓJ LOKALNY
	FUNDACJA PKO BANKU POLSKIEGO „DOBRO PROCENTUJE”	FUNDACJA KORPORACYJNA
	MAGOVOX	EDUKACJA – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	BUDIMEX SA	EDUKACJA – DUŻE FIRMY
	ETTEPLAN POLAND	EKOLOGIA – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	UCB PHARMA	ZDROWIE – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	AUCHAN POLSKA	ZDROWIE – DUŻE FIRMY
	KWADRAT MULTIMEDIA – KATARZYNA I PAWEŁ PUZON	POMOC SPOŁECZNA – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	JERÓNIMO MARTINS POLSKA SA	POMOC SPOŁECZNA – DUŻE FIRMY
	LIGIHALOWE.PL A. ŚWIERZEWSKI, B. GENDERA	SPORT – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	POWSZECHNY ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ NA ŻYCIE SA	SPORT – DUŻE FIRMY
23	MONDI ŚWIECIE SA	ROZWÓJ LOKALNY
	FUNDACJA LPP	FUNDACJA KORPORACYJNA
	LITTLE FROG	EDUKACJA – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	NATIONALE-NEDERLANDEN	EDUKACJA – DUŻE FIRMY
	PWC POLSKA	EKOLOGIA – DUŻE FIRMY
	WENA – BIURO RACHUNKOWE MARIA JAŚKIEWICZ-MARCINIAK	POMOC SPOŁECZNA – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	FM LOGISTIC	POMOC SPOŁECZNA – DUŻE FIRMY
	LIGIHALOWE.PL A. ŚWIERZEWSKI, B. GENDERA	SPORT – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	CITI W POLSCE	SPORT – DUŻE FIRMY
	PROVALLIANCE POLAND	ZDROWIE – MAŁE I ŚREDNIE FIRMY
	NATIONALE-NEDERLANDEN	ZDROWIE – DUŻE FIRMY

LAUREACI 25 EDYCJI KONKURSU

EDYCJA NR	LAUREACI	KATEGORIA
24	LENOVO TECHNOLOGY BV ODDZIAŁ W POLSCE	EDUKACJA
	FUNDACJA PKO BANKU POLSKIEGO	EDUKACJA
	STU ERGO HESTIA SA	EKOLOGIA
	STUDIO REKLAMY VALDEX – BARBARA ZIORA, WALDEMAR SOSIN	ROZWÓJ LOKALNY
	MICHAŁ SZAFRAŃSKI, „JAK OSZCZĘDZAĆ PIENIĄDZE”	POMOC SPOŁECZNA
	FUNDACJA BIEDRONKI	POMOC SPOŁECZNA
	LIGIHALOWE.PL A. ŚWIERZEWSKI, B. GENDERA	SPORT
	FUNDACJA 4F POMAGA	SPORT
	ALTAIR EAST	ZDROWIE
	NATIONALE-NEDERLANDEN	ZDROWIE
	POLIGRAFIA – PROMOCJA – REKLAMA STUDIO K2 KRZYSZTOF RAUHUT	WALKA ZE SKUTKAMI PANDEMII COVID-19 – OBSZAR LOKALNY
	ALLEGRO.PL	WALKA ZE SKUTKAMI PANDEMII COVID-19 – OBSZAR OGÓLNOPOLSKI
	#POMAGAMYSZPITALOM FUNDACJA URTICA DZIECIOM	WALKA ZE SKUTKAMI PANDEMII COVID-19 – KOALICJA FIRM
25	RADIO 357	KULTURA I EDUKACJA
	FUNDACJA ORANGE	KULTURA I EDUKACJA
	JERÓNIMO MARTINS POLSKA SA	OCHRONA ŚRODOWISKA I KLIMATU
	AGENCJA REKLAMOWA PARASOL	OTWARTOŚĆ NA RÓŻNORODNOŚĆ
	IKEA RETAIL	OTWARTOŚĆ NA RÓŻNORODNOŚĆ
	GROUPE SEB POLSKA	POMOC SPOŁECZNA I CHARYTATYWNA
	ALLEGRO.PL	POMOC SPOŁECZNA I CHARYTATYWNA
	PURELLA	ZDROWY TRYB ŻYCIA
	NATIONALE-NEDERLANDEN	ZDROWY TRYB ŻYCIA
	GALERIA SMAKU BARBARA FEDEROWICZ	LOKALNE PARTNERSTWA
	PWC	WOLONTARIAT PRACOWNICZY
	ALLEGRO.PL	NAGRODA 25-LECIA
	MONDI ŚWIECIE SA	NAGRODA 25-LECIA

PODZIĘKOWANIA

W tym roku po raz kolejny mogliśmy liczyć na nieocenione wsparcie wielu instytucji i osób, za co z całego serca dziękujemy!

Wyrażamy ogromną wdzięczność dla fundatora Konkursu, Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, która od wielu lat towarzyszy nam w promowaniu idei społecznego zaangażowania firm. Ogromne podziękowania składamy audytorowi procedur konkursowych, firmie EY, która dba o prawidłowy przebieg Konkursu. Szczególne dziękujemy Agnieszce Nalewajko i Agnieszce Palce, a także Agnieszce Maleszewskiej i Annie Siemińskiej-Żuławskiej.

Dziękujemy wszystkim partnerom wspierającym Konkurs, którzy w znakomitej większości są z nami od wielu lat: Business Centre Club, Forum Darczyńców, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Global Compact Network Poland, Konfederacji Lewiatan, Pracodawcom Rzeczypospolitej Polskiej.

Podziękowania należą się również naszym partnerom branżowym, do których w tym roku należą: Marketing przy Kawie, NGO.pl, Nowy Marketing, OdpowiedzialnyBiznes.pl, publicrelations.pl, niepelnosprawni.pl, portalspozywczy.pl.

Z całego serca dziękujemy wszystkim członkom Kapituły Konkursu i ekspertom za ich dobrowolnie poświęcony czas i wiedzę oraz rzetelną pracę przy ocenie wniosków nominacyjnych.

Serdeczne podziękowania składamy wszystkim, którzy byli zaangażowani w przygotowanie gali finałowej Konkursu, a szczególnie partnerom gali: hotelowi Sofitel Victoria Warsaw za udostępnienie nam swoich wnętrz i firmie Queen Media za techniczne przygotowanie wydarzenia. Dziękujemy także Fundacji Koalicja Sprawiedliwego Handlu – Fairtrade Polska za wsparcie wydarzenia produktami ze znakiem fairtrade. Podziękowania należą się również Grzegorzowi Nawrockiemu za poprowadzenie wydarzenia i Ani Karwan z zespołem za uświetnienie go występem artystycznym.

Gorące podziękowania dla zespołu wolontariuszy, którzy pomagali podczas realizacji Konkursu. Dziękujemy także za współpracę: Konradowi Grajnerowi, Markowi Czarnowskiemu z firmy Encode, Danielowi Kusikowi i Dominikowi Wodzowi.

To dzięki wszystkim tym osobom i instytucjom Konkurs o tytuł „Dobroczyńca Roku" jest wyjątkowy.

Zarząd Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce i zespół Konkursu o tytuł „Dobroczyńca Roku".

DARCZYŃCY I PARTNERZY

ORGANIZATOR

AKADEMIA ROZWOJU FILANTROPII W POLSCE

FUNDATOR

Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności

AUDYTOR PROCEDUR KONKURSOWYCH

EY Building a better working world

PARTNERZY GALI

SOFITEL WARSAW VICTORIA

QUEEN MEDIA

PARTNER WSPIERAJĄCY GALĘ

FAIRTRADE POLSKA

PARTNERZY WSPIERAJĄCY

FORUM DARCZYŃCÓW

LEWIATAN

Business Centre Club

FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej

UN GLOBAL COMPACT Network Poland

PARTNERZY BRANŻOWI

ngo.pl

ODPOWIEDZIALNY BIZNES.PL

MARKETING przy kawie

NowyMarketing

niepełnosprawni.pl

PR PUBLICRELATIONS.PL

PORTALSPOZYWCZY.PL

O AKADEMII ROZWOJU FILANTROPII W POLSCE

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

Prowadzimy działania w następujących obszarach programowych:

- rozwój społeczności lokalnych,
- programy stypendialne,
- społeczne zaangażowanie biznesu,
- fundusze wieczyste.

Działania Akademii są skierowane przede wszystkim do organizacji pozarządowych, grup obywatelskich i przedsiębiorców. Adresatami programów są też samorządy, media i opinia publiczna.

Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce to wyjątkowe miejsce, w którym dzieją się rzeczy nieprzeciętne. Staramy się inspirować i pomagać działać w bardzo różnym zakresie. Mamy w swoim dorobku programy i kampanie będące markami społecznymi. Wspieramy lokalne społeczności, nagradzamy firmy zaangażowane społecznie, wyzwalamy w ludziach chęć pomagania. Nowoczesna filantropia to nie rozdawanie pieniędzy czy prezentowanie gotowych rozwiązań. To inspirowanie do działania i zmiany postaw życiowych. Właśnie taki świat pomagamy budować. Wierzymy, że dzięki rozwojowi nowoczesnej filantropii możemy powoli tworzyć świat, w którym ludzie ufają i pomagają sobie nawzajem, potrafią dzielić się z innymi i wspólnie rozwiązywać problemy. Akademia wraz z partnerami zmienia świat na lepsze.

Jako jedyna organizacja w Polsce Akademia jest członkiem sieci Transnational Giving Europe.

O AKADEMII ROZWOJU FILANTROPII W POLSCE

Nasze zasady:

Otwartość – jesteśmy otwarci na dialog i współpracę, wymianę idei, poszukiwanie rozwiązań.

Partnerstwo – budujemy koalicje, pracujemy za pośrednictwem sieci opartych na wspólnych celach i wartościach.

Innowacyjność – poszukujemy nierutynowych metod działania, wkraczamy na nowe obszary.

Rzetelność i przejrzystość działań – dbamy o jak najlepsze wykorzystanie powierzonych nam środków, o wysoką jakość rezultatów, monitoring i ewaluację.

Wszechstronne wsparcie – udzielamy pomocy finansowej, szkoleniowej, doradczej, wydajemy publikacje, prowadzimy społeczne kampanie, zabiegamy o wprowadzenie systemowych rozwiązań i dobrych praktyk w obszarach naszych działań.

Nieuzależnianie od pomocy – uczymy samodzielności, nasza pomoc to wspieranie aktywności i zaradności organizacji i obywateli.

Zarząd stowarzyszenia:

Paweł Łukasiak – prezes zarządu

Tomasz Bruski – członek zarządu

Elżbieta Łebkowska – członek zarządu

Komisja rewizyjna:

Aleksander Galos – radca prawny, partner,
szef praktyki Energetyka i Infrastruktura w Kochański & Partners

Witold Salwach – doktor ekonomii w dziedzinie nauk o zarządzaniu,
ekspert we wdrażaniu programów doskonałości operacyjnej

Joanna Staręga-Piasek – dyrektor Centrum Rozwoju Służb Społecznych

Członkowie stowarzyszenia:

Rafał Antczak, Tomasz Bruski, Aleksander Galos, Piotr Gliński, Michał Kott, Grzegorz Lindenberg, Marta Łazarowicz, Elżbieta Łebkowska, Paweł Łukasiak, Małgorzata Mazur-Łukasiak, Iwona Olkowicz, Ryszard Praszkier, Witold Salwach, Tomasz Schimanek, Agata Stafiej-Bartosik, Joanna Staręga-Piasek, Jerzy Szmagalski

O FUNDACJI DOBRA SIEĆ

Fundację Dobra Sieć (FDS) założyła w maju 2009 roku Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce. Początki FDS to dwa zasadnicze programy: Moje Stypendium i E-wolontariat, które z czasem dały początek wielu innym naszym działaniom. Najważniejszym naszym celem jest rozwój wiedzy o stypendiach i e-wolontariacie oraz promocja nowych technologii jako narzędzia wzmocnienia społeczeństwa obywatelskiego i zaangażowania społecznego w Polsce.

Fundacja Dobra Sieć od 2014 roku ma status organizacji pożytku publicznego, prowadzi także odpłatną działalność pożytku publicznego.

Jesteśmy liderem i prekursorem w:

- gromadzeniu wiedzy o programach stypendialnych, badaniu systemu stypendialnego w Polsce i ewaluacji programów stypendialnych,
- promowaniu e-wolontariatu,
- badaniu kompetencji miękkich rozwijanych w trakcie wolontariatu.

We wszystkich tych obszarach wyznaczamy nowe trendy i popularyzujemy wysokie standardy.

Głównymi celami statutowymi Fundacji są: rozwój i upowszechnianie wiedzy o stypendiach oraz promocja i organizacja wolontariatu. **Działania prowadzimy głównie w skali ogólnopolskiej,** ale angażujemy się też w inicjatywy w skali regionalnej (m.in. szkolenia i spotkania) i europejskiej (np. udział w charakterze partnera w projektach międzynarodowych).

Od początku istnienia Fundacja w sposób ciągły i systematyczny realizuje dwa główne programy: Moje Stypendium i E-wolontariat.

Misją programu Moje Stypendium jest promowanie stypendiów, konkursów i staży jako cennych narzędzi wspierających rozwój obywateli.

Misją programu E-wolontariat jest przełamywanie negatywnego stereotypu internetu i upowszechnianie wiedzy o wykorzystaniu nowoczesnych technologii jako narzędzia społecznego zaangażowania wśród NGO i wolontariuszy.

Fundacja od lat aktywnie działa w Europejskim Centrum Wolontariatu (European Volunteer Centre – CEV), Szerokim Porozumieniu na rzecz Umiejętności Cyfrowych i koalicji Dojrzałość w Sieci.

Opracowanie:
Katarzyna Kunert, Magdalena Spadarzewska, Emilia Dmochowska

Projekt graficzny i skład:
Konrad Grajner

Redakcja i korekta:
Dominik Wódz

Warszawa, czerwiec 2022

Niniejsza publikacja została sfinansowana
ze środków Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności.

25

www.dobroczyncaroku.pl