

WYZWANIA ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU BRANŻY ENERGETYCZNEJ

## Odpowiedzialna energia

Polska 2050 – jak rozwijać się  
w sposób zrównoważony?

Budowanie kapitału społecznego  
przez sektor energetyczny:  
**skuteczne metody i narzędzia**

Zmiany w energetyce na świecie  
a wyzwania CSR w firmach



- **Dobre praktyki polskich firm energetycznych: wartości i etyka w praktyce • ład korporacyjny • ochrona środowiska • nauka i edukacja • wsparcie otoczenia firmy • dialog społeczny**

Partner merytoryczny:





## DIALOG



Firma, która chce w sposób wiarygodny realizować politykę odpowiedzialnego biznesu, powinna bardzo uważnie wsłuchiwać się w potrzeby i oczekiwania otoczenia.

Nie wystarczy jednak określić swojej grupy odbiorców i dostarczać jej odpowiednich komunikatów.

# ENERGIA

Realizacja wyznaczonych priorytetów nie uda się, jeśli pomiędzy firmą a jej interesariuszami nie będzie chęci prowadzenia dialogu.

# W stronę współpracy i dzielenia się doświadczeniami

## Rekomendacje THINKTANK

1] Polski sektor energetyczny w ciągu ostatnich kilku lat bardzo szybko rozwinął ciekawe i zaawansowane projekty z zakresu zrównoważonego rozwoju. Biorąc pod uwagę szczególną rolę sektora energetycznego w gospodarce oraz strategiczne znaczenie działających w tym obszarze przedsiębiorstw.

Przegląd działań firm funkcjonujących w ramach projektu *Odpowiedzialna energia* wskazuje na **różnorodne, interesujące strategicznie podejścia**. Każde z nich może być źródłem inspiracji, nie tylko dla firm z branży.

2] Perspektywa zmian i wyzwania rozwojowe, przed jakimi stoi sektor, skłaniają do stałego zadawania pytania, jak najlepiej dostosować działania firmy do trendów i potrzeb społecznych. W otoczeniu firm energetycznych – ze względu na trendy globalne i konsumenckie – może dojść w najbliższym czasie do różnych zmian. **Strategie CSR powinny więc nie tyle nadążać za sytuacją, ile ją wyprzedzać, identyfikując te trendy**. W tym kontekście kluczowe znaczenie ma dialog (który będzie istotny np. w przypadku łupków czy energii atomowej).

3] Działania CSR firm energetycznych przyczyniają się do tworzenia „wspólnej wartości” oraz do rozwiązywania istotnych problemów społecznych, np. użytkowników wykluczonych. Biorąc pod uwagę strategiczne znaczenie sektora energetycznego oraz zbieżność celów firm i polityk publicznych w różnych zakresach (oszczędzanie energii, zachowania proekologiczne, odbiorcy wykluczeni), warto zastanowić się, czy niektóre z działań CSR nie powinny być realizowane wspólnie, **w ramach szerszych porozumień i koalicji, w tym pomiędzy firmami a sektorem rządowym**. Pozwalałoby to na zmaksymalizowanie efektów przy mniejszych kosztach.

3

## SEKcja I: WYZWANIA

### W STRONĘ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

- Polski biznes, podobnie jak gospodarki na całym świecie, musi zmodyfikować swoje podejście do zrównoważonego rozwoju – przekonują ekspertki PwC **Irena Pichola** i **Aleksandra Stanek-Kowalczyk**.
- O priorytetach społecznej odpowiedzialności biznesu firm energetycznych w Polsce piszą **Irena Pichola** i **Magdalena Dembińska**.
- Polskie firmy energetyczne powinny postawić na dialog i zwiększać swoją reputację jako wiarygodnych inwestorów – tłumaczy **Daria Kulczycka** i **Agata Staniewska** z PKPP Lewiatan.

## SEKcja II: NAJLEPSZE PRAKTYKI

19

### ODPOWIEDZIALNOŚĆ FIRM ENERGETYCZNYCH

- O odpowiedzialności wpływającej z długoletniej tradycji piszą eksperci PGNiG SA. • Od edukacji do współpracy międzynarodowej – szeroki wachlarz działań CSR w Grupie LOTOS S.A. • Jakość życia jako priorytet prospołecznych działań organizacji w Fortum. • Rozsądna dystrybucja funduszy, przejrzystość i zaangażowanie pracowników w ENERGA SA.
- Poszanowanie jednostki, odpowiedzialność za środowisko, efektywność, zaangażowanie na rzecz solidarności społecznej, uczciwość jako kluczowe elementy odpowiedzialności społecznej Grupy EDF. • CSR to inwestycja, która w długim okresie przynosi wymierne rezultaty zarówno organizacji, jak i społeczeństwu – przekonuje PKN ORLEN. • Kompleksowy charakter programów edukacyjnych – specjalność społecznej odpowiedzialności biznesu Grupy Kapitałowej ENEA SA. • Troska o ochronę środowiska i angażowanie się w debatę o bezpieczeństwie energetycznym w GAZ-SYSTEM S.A.

## THINKTANK

ul. Mińska 25, 03-808 Warszawa  
tel. 22 628 20 04, 22 628 04 10, faks 22 628 04 12  
e-mail: [biuro@mttp.pl](mailto:biuro@mttp.pl); [biuro@thinktankmagazine.pl](mailto:biuro@thinktankmagazine.pl)

Partner zarządzający: **dr Małgorzata Bonikowska**  
[mbonikowska@mttp.pl](mailto:mbonikowska@mttp.pl)

Partner zarządzający: **Paweł Rabiej**  
[prabiej@mttp.pl](mailto:prabiej@mttp.pl)

Koncepcja redakcyjna raportu:

**Paweł Rabiej**  
[prabiej@mttp.pl](mailto:prabiej@mttp.pl)

**Tomasz Bienkowski**  
[tbienkowski@mttp.pl](mailto:tbienkowski@mttp.pl)

Dyrektor projektów:

**Michał Smagowicz**, [msmagowicz@mttp.pl](mailto:msmagowicz@mttp.pl)

Koordynator wydawnictw:

**Anna Chyckowska**, [achyckowska@mttp.pl](mailto:achyckowska@mttp.pl)

Dyrektor artystyczny publikacji:

**Katarzyna Zbytńska**, [kzbytńska@mttp.pl](mailto:kzbytńska@mttp.pl)

Grafik: **Monika Chylińska**, [mchylinska@mttp.pl](mailto:mchylinska@mttp.pl)

Koordynator publikacji badawczych:

**Kazimierz Żurek**, [kzurek@mttp.pl](mailto:kzurek@mttp.pl)

Koordynator eventów:

**Paweł Kozak**, [pkozak@mttp.pl](mailto:pkozak@mttp.pl)

Koordynator publikacji multimedialnych:

**Rafał Szyc**, [rszyc@mttp.pl](mailto:rszyc@mttp.pl)

Biurowo Reklamy i Fundraisingu THINKTANK

Dyrektor: **Marcin Dąbrowski**

[mdabrowski@mttp.pl](mailto:mdabrowski@mttp.pl), tel. kom. 608 638 258

Menedżer ds. rozwoju biznesu: **Urszula Borzym**

[uborzym@mttp.pl](mailto:uborzym@mttp.pl), tel. kom. 608 639 956

Specjalista ds. sprzedaży: **Renata Ert-Eberdt**

[reberdt@mttp.pl](mailto:reberdt@mttp.pl), tel. kom. 608 360 063

Zakup prenumeraty magazynu THINKTANK i publikacji

**Justyna Budzyńska-Wasiak**, [jbudzyńska@mttp.pl](mailto:jbudzyńska@mttp.pl)

tel. 22 628 20 04, tel. kom. 608 593 632

Wydarzenia i spotkania THINKTANK

**Karolina Stepien**, [kstepien@mttp.pl](mailto:kstepien@mttp.pl)

tel. 22 201 99 30, tel. kom. 600 330 348

THINKTANK Sp. z o.o.

KRS 0000325641, NIP 701-01-83-649, REGON 141839360

Zarząd: **Paweł Rabiej** (prezes),

**dr Małgorzata Bonikowska** (członek zarządu),

**Paweł Rafał Kaczanowski** (członek zarządu)

ISBN: 978-83-63460-04-4

Partnerzy  
strategiczni:





## W STRONĘ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

**Zrównoważony rozwój** w Polsce:

perspektywa 2050 • **Kluczowe czynniki**

sukcesu • **Kapitał społeczny**: czemu służy?

• **Obszary dobrych praktyk** w Polsce

• **Globalne wyzwania** sektora

energetycznego • **Trendy w CSR**

firm energetycznych na świecie



Polski biznes, podobnie jak gospodarki na całym świecie, również musi myśleć o zrównoważonym rozwoju. W najbliższych dziesięcioleciach temat ten stanie się szczególnie istotny dla sektora energetycznego, nie tylko ze względu na wyczerpujące się zasoby naturalne przy rosnącym popycie na energię, ale też przez wzgląd na konieczność współpracy i dialogu przedstawicieli sektora energetycznego z interesariuszami.

## • GŁÓWNA MYŚL

- 
- 
- 
- **\_1 Nowy raport firmy PwC dowodzi,**
- że na zrównoważony rozwój naszej
- gospodarki wpłyną przede wszystkim poziomy
- edukacji, myślenie innowacyjne i zdolność
- do współpracy.
- 
- **\_2 Rozwój sektora energetycznego** jest z kolei
- szczególnie uzależniony od budowania
- w społeczeństwie kapitału społecznego.

**W lutym 2010 r.** Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD) opublikowała dokument *Vision 2050. The new agenda for business*. Wyróżniono w nim dziewięć kluczowych obszarów (ludzie i wartości, rozwój społeczny, gospodarka, rolnictwo, lasy, energia, budynki, mobilność, zasoby), a w każdym z nich wskazano działania, jakie muszą zostać podjęte, aby w 2050 r. „9 mld ludzi żyło godnie, mądrze korzystając z ograniczonych zasobów naszej planety”.

Uznaliśmy, że dużą wartością będzie przygotowanie podobnego dokumentu w Polsce. Proces opracowania krajowej *Wizji zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050* rozpoczęliśmy w marcu 2011 r. Ministerstwo Gospodarki oraz Forum Odpowiedzialnego Biznesu objęły tę inicjatywę patronatem honorowym, natomiast liderem projektu została firma doradcza PwC. Celem opracowania *Wizji zrównoważonego rozwoju...* było:

- uzupełnienie wypracowanych rządowych dokumentów strategicznych o silny głos i perspektywę biznesu;
- zainicjowanie dialogu i współpracy sektora biznesowego, publicznego i pozarządowego na rzecz zrównoważonego rozwoju Polski;
- wskazanie przedstawicielom biznesu wyzwań oraz szans rynkowych, które powinny być brane pod uwagę przy tworzeniu planów strategicznego rozwoju ich organizacji.

Podczas konferencji *Odpowiedzialna energia 2011* odbyliśmy szczegółowe konsultacje i dyskusje różnych środowisk wokół wybranych zagadnień. Skoncentrowaliśmy się na czterech obszarach: etyce w biznesie, dialogu z interesariuszami, niewystarczającej ilości zasobów naturalnych oraz przyszłości edukacji. Efekty tych prac zostały uwzględnione w całościowym raporcie ([www.pwc.pl/wizja2050](http://www.pwc.pl/wizja2050)), który obecnie jest w ostatniej fazie konsultacji.

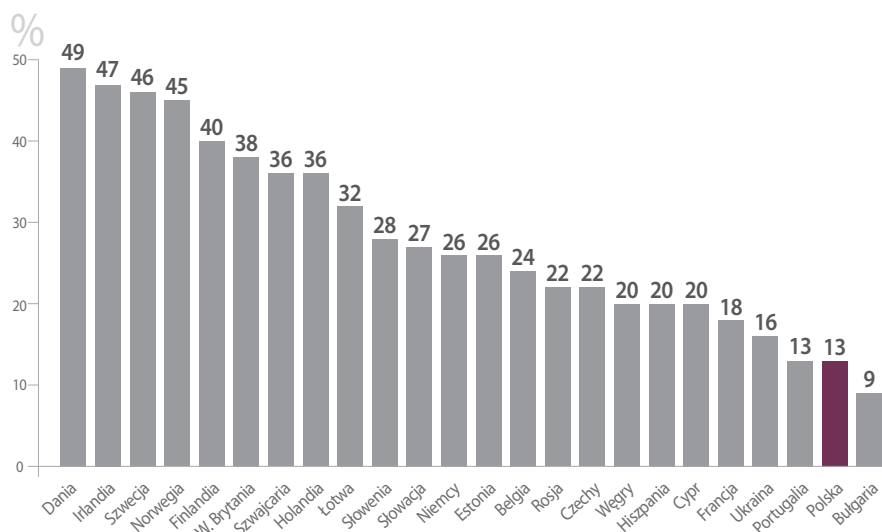
## KLUCZOWE CZYNNIKI SUKCESU

W toku prac nad dokumentem wyłoniliśmy **trzy kluczowe elementy**, które powinny służyć za filtr dla wszelkich działań podejmowanych w tych obszarach.

- 1 **Edukacja.** Znaczenie edukacji podkreślano na każdym spotkaniu konsultacyjnym. Według przedstawicieli biznesu edukacja odpowiadająca na wyzwania i potrzeby rynku jest niezbędna do osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju. Kluczowe wyzwania związane z edukacją to: sposób nauczania, tematyka, współpraca pomiędzy środowiskiem naukowym a biznesem, nauka przez całe życie. Na te aspekty należy zwracać uwagę

### Kapitał społeczny w krajach Europy

Odsetek osób w wieku 16 i więcej lat uważających, że ludzie najczęściej starają się być pomocni



Źródło: Bridging and Bonding Social Capital: which is more prevalent in Europe?  
Claire Wallace, Florian Pichler, „European Journal of Social Security” 2007

zarówno w perspektywie edukacji formalnej (prowadzonej przez szkoły i uczelnie), jak i nieformalnej (organizowanej przez rozmaite instytucje bądź same przedsiębiorstwa).

**2 Innowacyjność.** Postawa proinnowacyjna, rozumiana jako gotowość do „przekształcenia istniejących możliwości w nowe idee i wprowadzenie ich do praktycznego zastosowania”<sup>1</sup>, powinna stanowić odzwierciedlenie wszelkich decyzji biznesowych. Przedstawiciele biznesu podkreślali, że należy odejść od podejmowania decyzji wyłącznie przez pryzmat efektywności kosztowej na rzecz zwiększania innowacyjności, która jest kluczem do długoterminowego sukcesu. Innowacyjne myślenie i zarządzanie pozwala nie tylko sprawnie odpowiadać na zmiany w otoczeniu, ale także – dzięki poszukiwaniu nowych możliwości działania – wyprzedzać je.

**3 Współpraca.** Cel, jakim jest zrównoważony rozwój, jest wspólnym celem biznesu oraz wszystkich innych aktorów życia gospodarczego. Dlatego też do jego realizacji niezbędne jest wspólne podejmowanie decyzji i działań. Nie ma możliwości osiągnięcia zrównoważonego rozwoju bez współpracy i związanego z nią efektu synergii. Współpraca rozumiana jako współdecydowanie o pewnych działaniach oraz współodpowiedzialność za ich realizację.

### NAJWAŻNIEJSZE OBSZARY

Wyróżnione zostały także kluczowe obszary priorytetowe z perspektywy zrównoważonego rozwoju polskiego biznesu i to one stały się osią raportu. Obszary te to: **kapitał społeczny, kapitał ludzki, infrastruktura, zasoby naturalne, energia oraz jakość państwa i instytucji.** Każdy z podrozdziałów rozpoczyna się diagnozą sytuacji i określeniem najważniejszych wyzwań dla Polski z punktu widzenia polskiego biznesu. Następnie staraliśmy się przewidzieć konsekwencje zaniechania lub niepodjęcia właściwych działań zmierzających w kierunku zrównoważonego rozwoju (*business as usual*). Podkreślamy



także możliwości rozwoju dla biznesu i opisujemy przykładowe szanse umożliwiające zdobycie przewagi konkurencyjnej. W każdym podrozdziale staramy się wytyczyć ścieżkę dojścia do zrównoważonego rozwoju w danym obszarze tematycznym i wskazujemy na niezbędne działania sektora prywatnego oraz innych interesariuszy. Na podstawie wyników sesji konsultacyjnych pokazujemy rolę, jaką biznes widzi dla siebie w procesie realizacji celów *Wizji zrównoważonego rozwoju...*, a także podajemy przykłady konkretnych działań, które mogą zostać zrealizowane w firmach. Ponadto przedstawiamy oczekiwania, jakie przedstawiciele biznesu formułują wobec innych interesariuszy (administracji, organizacji pozarządowych, instytucji edukacyjnych itp.).

**Poniżej na przykładzie jednego obszaru – kapitału społecznego – zaprezentujemy wybrane wnioski, które są bardzo istotne z perspektywy sektora energetycznego.**

#### KAPITAŁ SPOŁECZNY

Zdaniem socjologów kapitał ten stanowi istotę społeczeństwa obywatelskiego. Obejmuje normy społeczne i wartości umożliwiające członkom społeczeństwa skuteczne współdziałanie, zaufanie obywateli do siebie nawzajem i do instytucji publicznych. Z wielu badań wynika, że poziom kapitału społecznego jest silnie skorelowany z dobrobytem materialnym, poziomem cywilizacyjnym i innymi miarami jakości życia. Prof. Janusz Czapirski podczas konferencji *Odpowiedzialna energia 2011* skonkludował, iż wysoki poziom kapitału społecznego prowadzi do obniżenia kosztów transakcyjnych, ułatwia negocjacje, wpływa na skrócenie procesów inwestycyjnych, zmniejszenie korupcji, zwiększenie rzetelności kontrahentów, prowadzi do długoterminowych inwestycji i dyfuzji wiedzy, ograniczenia nadużyć dobra wspólnego, solidarności międzygrupowej, rozwoju trzeciego sektora i społecznej kontroli działania władz<sup>2</sup>.

#### A. WYZWANIA DLA BIZNESU FIRM SEKTORA ENERGETYCZNEGO

##### 1 Dialog pomaga zarządzać ryzykiem i zrealizować na czas inwestycje w ramach budżetu

W przypadku sektora energetycznego niski kapitał społeczny może być ogromną barierą przy prowadzeniu inwestycji, gdzie brak poparcia i zrozumienia społecznego może prowadzić do konfliktów i blokady kluczowych inwestycji związanych z bezpieczeństwem energetycznym kraju (np. budowa Terminalu LNG, elektrowni atomowej czy zrozumienie dla wydobycia gazu z łupków).

#### UDZIAŁ BIZNESU W BUDOWANIU ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

#### JAKA JEST ROLA BIZNESU?

- tworzenie i wdrażanie narzędzi dialogu z otoczeniem,
- stymulowanie rozwoju kapitału społecznego we własnych organizacjach poprzez sposób organizacji pracy, stawianie odpowiednich wymagań pracownikom, budowanie atmosfery opartej na pożądanach wartościach,
- promowanie i nagradzanie postaw opartych na etyce i przejrzystości w biznesie,
- kształtowanie odpowiedzialnych postaw wśród konsumentów poprzez prospołeczne produkty i usługi,
- zapraszanie do współpracy i realizowania wspólnych działań i projektów z innymi podmiotami sektora prywatnego, instytucjami i organizacjami z innych sektorów, a także lokalnymi władzami,
- dążenie do poprawy transparentności, np. w zakresie aspektów środowiskowych, społecznych i z obszaru ładu korporacyjnego.

# 74%

Taki odsetek społeczeństwa polskiego w sierpniu 2011 r. był zwolennikiem wydobywania gazu łupkowego. Zaufanie do tej formy energii jest wyższe w dużych miastach. Debata na temat eksploatacji gazu z tzw. łupków pokazuje, jak istotny jest dla sektora energetycznego poziom kapitału społecznego – bez niego żadne inwestycje się nie powiodą.

Źródło: Sondaż CBOS, 18–24 sierpnia 2011 r.

## CZEGO POTRZEBUJE BIZNES W KREOWANIU ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU?

- tworzenia i wdrażania narzędzi dialogu z otoczeniem,
- mechanizmów stymulujących współpracę między podmiotami gospodarczymi i kooperację międzysektorową,
- standardów służących poprawie dostępu do informacji na temat ekonomicznych, społecznych i środowiskowych aspektów działalności przedsiębiorstw,
- przyjęcia długookresowego horyzontu działania przez partnerów, sprzyjającego długoterminowej i stabilnej współpracy z biznesem,
- uczenia postaw sprzyjających współpracy już od najwcześniejszych etapów edukacji,
- rozwiązań systemowych ukierunkowanych na promowanie dobrych praktyk biznesowych w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu,
- wspierania rozwoju przedsiębiorczości oraz innowacji społecznych ukierunkowanych na realizację wspólnych celów społeczności lokalnych.

## 2 Dialog wpływa na innowacyjność i rozwój biznesu. Pomaga usłyszeć interesariuszy, ich pomysły i rozwiązania; współpraca pomaga wykorzystać efekt synergii

W Polsce efektywnej współpracy brakuje w różnych wymiarach – na poziomie sektorów, wewnątrz firm i lokalnych społeczności. Choć rząd stara się to zmieniać, tworząc ramy prawne, np. do współpracy instytucji administracji publicznej z organizacjami pozarządowymi, to w tej materii wciąż wiele pozostaje do zrobienia.

Jednocześnie wysoki kapitał społeczny sprzyja również prowadzeniu dialogu z otoczeniem będącego punktem wyjścia do budowania przez biznes wspólnej wartości społeczno-ekonomicznej<sup>3</sup>. Umiejętnie prowadzony dialog pomaga równoważyć różne ogniskujące się wokół organizacji przeciwstawne interesy oraz w pełni wykorzystać potencjał rozwoju. Współcześni menedżerowie zwykle rozumieją potrzebę prowadzenia dyskusji z partnerami mającymi bezpośredni wpływ na strategię, takimi jak właściciele, kredytodawcy czy regulatorzy. Wyzwaniem jest identyfikowanie i włączenie do dialogu kolejnych, ważnych, choć nieoczywistych, grup interesariuszy.

## B. SZANSE DLA BIZNESU. CO DAJE WYSOKI KAPITAŁ SPOŁECZNY?

1 **Transfer wiedzy i pomysłów.** Dobrym przykładem jest inicjatywa, która zaistniała podczas konferencji *Odpowiedzialna energia 2011*, w myśl której firmy na co dzień ze sobą konkurujące podpisały deklarację przestrzegania wspólnych zasad i dzieliły się dobrymi praktykami oraz wnioskami o wyzwaniach w ich wdrażaniu. To wciąż rzadkość na polskim rynku.

2 **Rozwój nowych produktów i usług.** Zaufanie społeczne jest podstawą współpracy i stwarza atmosferę do wypracowywania pomysłów na nowe produkty i usługi bądź sposoby wykorzystania istniejącej oferty. Ogólnie rzecz biorąc, współpraca oraz szeroki dialog z interesariuszami sprzyjają wytworzeniu dóbr i usług

odpowiadających na realne potrzeby konsumentów – na otwartym rynku energii natomiast umiejętność wsłuchania się w wymogi klientów skutkuje dostosowaniem oferty i taryf do ich zapotrzebowania. Taka otwartość na potrzeby konsumenta da więc spółkom szansę wyróżnienia się na rynku.

**3 Niższe koszty funkcjonowania i obniżenie ryzyka działalności gospodarczej.** Socjologowie dowodzą, że kapitał społeczny prowadzi do obniżenia kosztów transakcyjnych, skrócenia i ułatwienia negocjacji, usprawnienia procesów inwestycyjnych. Teraz przed sektorem ogromne inwestycje w projekty, które obciążone są dużym ryzykiem braku akceptacji społecznej – edukacja, otwartość i dialog wokół tematów energii atomowej czy gazu z łupków mogą przełamać wiele barier i obaw.

Aby polska gospodarka mogła rozwijać się dzięki kapitałowi społecznemu, konieczne jest **stworzenie rozwiązań i mechanizmów umożliwiających dialog i stymulujących współpracę na różnych płaszczyznach.** Zadanie to spoczywa na różnych instytucjach i organizacjach, a powinno być inspirowane przez państwo, zarówno w ramach systemu edukacji, jak i w zakresie działań rynkowych. Wykreowane wspólnie rozwiązania powinny zacząć funkcjonować wewnątrz sektora biznesowego i w ramach całego rynku. ●

**Irena Pichola:** lider zespołu ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu, PwC.  
e-mail: irena.pichola@pl.pwc.com

**Aleksandra Stanek-Kowalczyk:** ekspert w zespole ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu PwC.  
e-mail: aleksandra.stanek-kowalczyk@pl.pwc.com

1 Ewa Okoń-Horodyńska, *Polityka innowacyjna UE* (wykłady), wykład 1.

2 Janusz Czapiński, *Kapitał społeczny*, w: Janusz Czapiński, Tomasz Panek, *Diagnoza społeczna 2009*, Znak 2010.

3 Według koncepcji Michaela Portera i Marka Kramera poprzez rozwiązywanie najbardziej palących problemów społecznych możliwe jest tworzenie istotnej wartości dla biznesu w długim okresie.

## PRZYKŁADOWE DZIAŁANIA SEKTORA PRYWATNEGO NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

### CO MOŻE ROBIĆ BIZNES?

- uwzględnianie doświadczenia społecznego (działalność w organizacjach pozarządowych, wolontariat) w kryteriach oceny kandydatów do pracy,
- promowanie pracy zespołowej oraz etyki i odpowiedzialności w firmie,
- uwzględnianie etyki w kryteriach okresowych ocen pracowników,
- realizacja projektów na rzecz lokalnych społeczności wspólnie z organizacjami społecznymi, podmiotami ekonomii społecznej oraz samorządami,
- opracowywanie strategii zaangażowania społecznego firmy w dialog z organizacjami społecznymi,
- opracowywanie programów dzielenia się wiedzą z rynkiem na rzecz budowy wspólnego kapitału społecznego,
- rozwijanie i doskonalenie systemu raportowania, aspektów środowiskowych, społecznych i z obszaru ładu korporacyjnego,
- wypracowywanie, a następnie upublicznianie wewnętrznych norm i kodeksów postępowania w odniesieniu do kluczowych grup interesariuszy,
- zachęcanie pracowników do angażowania się w wolontariat pracowniczy i umożliwianie im tego,
- wspieranie procesów samoregulacji branżowych.



# Spółecznie odpowiedzialni.

## Priorytety polskich firm energetycznych w zakresie CSR

Praktyki społecznej odpowiedzialności sektora energetycznego w Polsce  
to coraz częściej długofalowe strategie wpisane we wszystkie obszary działalności firm.

---

TEKST > IRENA PICHOLA, MAGDALENA DEMBIŃSKA



## GŁÓWNA MYŚL

- \_1 **Przed sektorem energetycznym** w Polsce stoi wiele wyzwań – od umiejętnej komunikacji w obliczu silnej presji społecznej związanej z ochroną środowiska aż po troskę o bezpieczeństwo produktów i pracowników.
- \_2 **Odpowiedzią** na wiele tych wyzwań mogą być praktyki odpowiedzialnego biznesu, takie jak transparentność, poszanowanie praw odbiorców czy dialog z interesariuszami.

**Rok 2012** został ogłoszony przez generalnego sekretarza Narodów Zjednoczonych rokiem zrównoważonej energii dla wszystkich (*Sustainable energy for all*)<sup>1</sup>. Czy zaangażowanie firm w obszarze zrównoważonego rozwoju w różnych rejonach świata znajduje swoje odzwierciedlenie na polskim rynku?

### GLOBALNE WYZWANIA SEKTORA ENERGETYCZNEGO

Przedstawiciele branży energetycznej powinni sprostac kilku wyzwaniom. Z jednej strony, podobnie jak przedstawiciele innych firm, muszą bronić się przed skutkami kryzysu ekonomicznego i borykać się z niełatwymi regulacjami, m.in. w zakresie zmian klimatycznych, a z drugiej – powinni liczyć się z oczekiwaniami wysuwanymi przez różne grupy interesariuszy. Wśród wielu globalnych wyzwań branży energetycznej w kontekście zrównoważonego rozwoju warto wskazać przede wszystkim:

**1 Rosnące zapotrzebowanie na energię przy jednoczesnym spadku dostępności zasobów naturalnych.** Jedną z podstawowych odpowiedzialności branży jest zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego, co – biorąc pod uwagę coraz mniejszą ilość zasobów nieodnawialnych (węgiel, ropa naftowa i gaz ziemny) – może stać się jeszcze trudniejszym zadaniem. Jak wynika z raportu *Top Ten Global Energy Trends in 2011*, światowe zapotrzebowanie na energię w roku 2010 wzrosło o 5 proc. w stosunku do roku poprzedniego. W kolejnych latach przewidywane jest zwiększenie popytu na nią zwłaszcza z uwagi na wzrost populacji i dynamiczny rozwój gospodarczy krajów rozwijających się.

**2 Silna presja społeczna i polityczna związana z minimalizacją negatywnego wpływu na środowisko.** Działalność branży paliwowej i energetycznej w tym zakresie jest szczególnie kontrolowana i regulowana. W związku z tym ochrona środowiska awansuje do rangi celów biznesowych. Wytwarzanie energii elektrycznej i ciepła wchodzi w okres transformacji w związku z przesunięciem inwestycji w kierunku technologii niskoemisyjnych, m.in. w celu minimalizacji „ślada węglowego” (ang. *carbon footprint*). Minimalizacja jest lub może być realizowana poprzez dywersyfikację źródeł energii, rozszerzenie łańcucha wartości o odnawialne źródła energii, implementację technologii niskoemisyjnych oraz poprawę efektywności wykorzystania surowców.

**3 Zmiany demograficzne. Spadek liczby wykwalifikowanych pracowników oraz zmiana profilu klienta.** Starzejące się społeczeństwo oznacza zmniejszenie liczby pracowników z odpowiednim wykształceniem i kwalifikacjami oraz postępujące tempo przechodzenia na emeryturę doświadczonych pracowników. Wiąże się to z coraz większym nakładem sił organizacji na wykształcenie nowych pracowników, a także na zatrzymanie wartościowej wiedzy w organizacji.

## Rok 2012 może być dobrym momentem na uporządkowanie działań i planów w postaci strategii zrównoważonego rozwoju.

Starzejące się społeczeństwo to także starzejący się klienci, a ci mają inne potrzeby i oczekiwania w stosunku do firm. Taki stan rzeczy wyznacza zatem firmom nowe wyzwania w zakresie podejścia do obsługi konsumenta.

4 **Troska o bezpieczeństwo pracowników i produktów.** Z branżą energetyczną i paliwową bardzo silnie związane jest podwyższone ryzyko narażenia pracowników na utratę życia i zdrowia. Ma to związek nie tylko z technologiami i pracami przez nich wykonywanymi, ale także z miejscem ich pracy (np. regiony narażone na ataki terrorystyczne). Odpowiedzialność pracodawcy za zapewnienie bezpiecznego miejsca pracy jest w tym przypadku znacznie większa.

### NA CZYM KONCENTRUJĄ SIĘ FIRMY W POLSCE?

Wyzwania i oczekiwania ze strony interesariuszy wobec firm energetycznych operujących na polskim rynku korespondują z trendami obserwowanymi na arenie międzynarodowej. Jak wynika z *Badania świadomości Społecznej Odpowiedzialności Biznesu* w Polsce interesariusze identyfikują trzy główne kwestie, na których powinny skoncentrować się firmy z branży energetycznej i paliwowej. Za „ważne” i „zdecydowanie ważne” ankietowani uznali:

- troskę o środowisko naturalne (81 proc.),
- dbanie o bezpieczeństwo pracy pracowników (81 proc.),
- zapewnienie bezpieczeństwa dostaw energii (80 proc.).

# 80%

Taki odsetek firm energetycznych na świecie publikuje regularnie kompleksowe raporty CSR-owe.

Źródło: [www.odpowiedzialna-energia.pl](http://www.odpowiedzialna-energia.pl)

Kolejną ważną kwestią jest wzmocnienie pozycji klienta i koncentracja wysiłków na poprawie jego obsługi i komunikacji z nim. Jak wynika z definicji terminu „społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw” promowanej przez Urząd Regulacji Energetyki, „rzetelność wobec klientów oraz w kontaktach z pozostałymi interesariuszami” powinna być dla branży priorytetem w zakresie odpowiedzialnego biznesu. W kontekście polskiego stanu prawnego jest to zagadnienie pośrednio związane z przygotowaniem przedsiębiorstw energetycznych na uwolnienie rynku energii i sprostanie nowym wyzwaniom w tym zakresie. W obszarze obsługi klienta konieczne jest przygotowanie firmy do zarządzania relacjami z odbiorcami wrażliwymi społecznie<sup>2</sup>.

### PRIORYTETY CSR BRANŻY ENERGETYCZNEJ

Działania CSR realizowane przez firmy energetyczne w Polsce w znacznym stopniu odpowiadają na te oczekiwania. Branża energetyczna na przestrzeni ostatnich czterech lat poczyniła widoczne postępy. Przykładowo PGNiG SA wraz z PwC od trzech lat realizuje wydarzenie *Odpowiedzialna energia*<sup>3</sup>, które stanowi platformę do wymiany wiedzy i doświadczeń w zakresie CSR. Aż 20 firm zdecydowało się podpisać *Deklarację na rzecz zrównoważonego rozwoju w branży energetycznej*, co zarówno stanowi dodatkową mobilizację do działań w tym zakresie, jak i wyznacza priorytety tych przedsięwzięć. Jakie aspekty w niej się znalazły?

● **Przejrzystość działania i efektywne zarządzanie** (zasada nr 1), do którego odnosi się pierwsza zasada deklaracji, stanowi motywację do wdrażania kodeksów etycznych oraz innych regulacji wewnętrznych dotyczących również kwestii CSR. Jako przykład warto wskazać zarówno kodeks etyczny, jak i program CSR dla Operatora Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM S.A. – te dokumenty wyznaczają reguły funkcjonowania organizacji w duchu zrównoważonego rozwoju.

● Kwestie **bezpieczeństwa i higieny pracy** (zasada nr 2) są już oczywiście standardem, jednak wyzwaniem nadal jest uświadamianie pracownikom, jak bardzo istotne jest zapobieganie wypadkom i odpowiednie zachowanie na stanowisku pracy. W tym zakresie bardzo wiele działań podejmuje m.in. Fortum Power and Heat m.in. poprzez program *Nagroda bezpieczeństwa*, która ma zachęcić pracowników do indywidualnej troski

o bezpieczeństwo. Jest przyznawana co roku zespołowi oraz osobie za doskonałe osiągnięcia w obszarze bezpieczeństwa pracy.

● **Poszanowanie praw odbiorców** (zasada nr 3) to wiodący priorytet odpowiadający na wyzwania zrównoważonego rozwoju. Waga tego tematu wzrasta zwłaszcza w kontekście planowanego uwolnienia cen energii. Idąc za przykładem praktyk międzynarodowych oraz Urzędu Regulacji Energetyki, szczególną wagę przedsiębiorstwa przywiązują do informowania o prawach klienta, ułatwiania dostępu do informacji na stronie internetowej, dotrzymywania terminów. W tym kontekście coraz ważniejszy staje się problem odbiorców wrażliwych społecznie. Pomoc dla tej grupy osób realizowana m.in. przez EDF czy Vattenfall jest prowadzona w ramach współpracy z ośrodkami pomocy społecznej i polega na proponowaniu bardziej dogodnych warunków i terminów spłaty, umarzeniu odsetek czy też rozkładaniu płatności na raty. Niestety, w Polsce nadal brakuje kompleksowych programów w tym zakresie zawierających nie tylko element wsparcia finansowego, ale także działania edukacyjne, budujące zaangażowanie czy wspierające przedsięwzięcia inwestycyjne.

● Branża energetyczna rozpoczyna także coraz efektywniej podejmować **dialog z interesariuszami** (zasada nr 4). Działania w tym zakresie widoczne są zwłaszcza w procesie realizacji inwestycji (PSE Operator, PGNiG), co w kontekście ambitnych planów inwestycyjnych wielu firm wydaje się jednym z najważniejszych obszarów działań w najbliższych latach. Ponadto dialog jest istotnym elementem w konsultacji w procesie legislacyjnym czy też w prowadzonych działaniach zaangażowania społecznego (ENEA).

● **Promocja energooszczędnych rozwiązań, czystych technologii oraz troska o środowisko** (zasada nr 6 i 7) to pole, na którym firmy na polskim rynku podejmują najwięcej działań. Popularność odnawialnych źródeł energii, rozbudzana z powodu zastraszających się regulacji na szczelbu Unii Europejskiej, w tym strategii *Europa 20/20/20*, z roku na rok wzrasta. W ostatnim czasie firmy energetyczne operujące na polskim rynku włączają do swojej oferty „ekologiczne taryfy”, jak np. taryfa Eko Premium firmy Tauron. Jest to rozwiązanie, które wynika z konieczności rozszerzania portfolio źródeł energii o źródła odnawialne i równocześnie jest wyjściem naprzeciw oczekiwaniom klienta. Kolejnym przykładem może być przedsięwzięcie firmy ENERGA – SmartEco – które umożliwia klientom korzystanie z licznych rozwiązań, np. ułatwia podłączenie przydomowych elektrowni wiatrowych do sieci

dystrybucyjnej, co zwiększa zainteresowanie odnawialnymi źródłami energii. W tym kontekście z coraz większym zainteresowaniem firmy przyglądają się wszelkim certyfikatom, które mogą potwierdzić, że oferowana przez nie energia jest wyprodukowana ze źródeł odnawialnych. Kolejnym obszarem troski o środowisko naturalne jest zmniejszenie wartości emisji gazów cieplarnianych. W tym celu wiele firm stara się poza dywersyfikacją źródeł energii optymalizować procesy technologiczne. Jak przewiduje *Raport Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*, potrzeby inwestycyjne w Polsce sięgają od 160 do 200 mld zł do roku 2030. Jednak poza działaniami w zakresie modernizacji i rozwoju technologii przedsiębiorstwa starają się kreować prawidłowe postawy klientów w zakresie oszczędzania energii. Niemal każda firma edukuje swoich klientów poprzez strony internetowe, kalkulatory zużycia energii oraz emisji dwutlenku węgla czy też poradniki (RWE, Vattenfall czy ENERGA).

Podsumowując, warto podkreślić raz jeszcze, że branża energetyczna ma niezwykle duże doświadczenie w zakresie zrównoważonego rozwoju. Z pewnością rok 2012 upływaający pod hasłem „Zrównoważona energia dla wszystkich” może być dobrym momentem przede wszystkim na uporządkowanie działań i planów w postaci strategii zrównoważonego rozwoju, które nadal są wyjątkiem, a nie regułą na polskim rynku. ●

.....  
**Irena Pichola:** lider zespołu ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu, PwC.  
**e-mail:** irena.pichola@pl.pwc.com

.....  
**Magdalena Dembińska:** ekspert w zespole ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu.  
**e-mail:** magdalena.dembinska@pl.pwc.com

1 <http://www.sustainableenergyforall.org> (dostęp 06.03.2012).

2 Odbiorca wrażliwy społecznie to osoba podlegająca ochronie w odniesieniu do jej stosunków ze sprzedawcami energii. Będą to zwłaszcza odbiorcy, którzy mają kłopoty z terminowym opłacaniem rachunku za energię czy gaz, co wynika z ich sytuacji społeczno-ekonomicznej. Są to takie grupy odbiorców, jak np. emeryci i renciści, bezrobotni, niepełnosprawni, przewlekle chorzy, osoby o niskich dochodach, rodziny wielodzietne, osoby samotnie wychowujące dzieci.

3 <http://www.odpowiedzialna-energia.pl/oenergia> (dostęp 06.03.2012).



# Odpowiedzialność sektora energetycznego. Podążając za globalnymi trendami

Perspektywa dużych inwestycji w polską energetykę oznacza, że działające w tej branży przedsiębiorstwa powinny pogłębić sztukę dialogu i zwiększać swoją reputację jako wiarygodnych inwestorów.

---

TEKST > DARIA KULCZYCKA, AGATA STANIEWSKA





Światowe standardy CSR dla firm energetycznych kładą duży nacisk na kwestie środowiskowe, zwłaszcza na ograniczanie emisji gazów cieplarnianych i informowanie społeczeństwa o postępach w realizacji tych działań.



#### DIALOGU NIGDY ZA MAŁO

Świadomość społeczna ma ogromny i stale rosnący wpływ na rozwój sektora energetyki. Inwestorzy powinni brać ją pod uwagę na etapie planowania, realizacji i eksploatacji inwestycji.

Naszym zdaniem drogą do osiągnięcia konsensusu biznesu ze społeczeństwem, w tym ze społecznościami lokalnymi, które zwykle są najbardziej zainteresowane potencjalnymi inwestycjami, jest **przejrzyste działanie inwestora oraz otwarty dialog z interesariuszami**.

W PKPP Lewiatan staramy się aktywnie promować ideę biznesu, który jest społecznie

odpowiedzialny. Poza konferencjami, seminariami i warsztatami koncentrujemy uwagę na wypracowywaniu narzędzi do zarządzania sferą CSR w sposób biznesowy. Wraz z firmą Deloitte i NSZZ „Solidarność” zrealizowaliśmy w latach 2009–2011 przy wsparciu środków unijnych projekt, w ramach którego powstał unikatowy Model Rozwoju Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstwa (dostępny na [www.odpowiedzialnafirma.pl](http://www.odpowiedzialnafirma.pl)). Pomaga on wdrożyć ideę CSR we wszystkich obszarach biznesowych firmy i uzyskiwać dzięki temu przewagę konkurencyjną na rynku. Jest narzędziem strategicznego, a nie tylko wizerunkowego podejścia do CSR, nadaje się do stosowania w firmach energetycznych i po jego wnikliwej analizie przez zespół menedżerski może być realizowany bez wsparcia zewnętrznych doradców.

Obecnie pracujemy m.in. nad stworzeniem modeli dialogu z podstawowymi grupami interesariuszy przedsiębiorstwa: pracownikami, klientami i otoczeniem społecznym. Wychodzimy z założenia, że dialog z nimi musi poprzedzać praktyczną realizację idei społecznej odpowiedzialności w każdym z obszarów biznesowych firmy. Ważnym zadaniem tego projektu jest też praktyczne wsparcie współpracy przedsiębiorstw z przedstawicielami sektora pozarządowego.

Współpracując z międzynarodowymi firmami energetycznymi należącymi do Lewiatana, obserwujemy ich duże zaangażowanie we wszystkie aspekty idei społecznej odpowiedzialności. Wiele z nich wzorcowo realizuje dobre praktyki CSR, w tym adresowane do swoich społeczności lokalnych.

**Jednak przy rysującej się perspektywie dużych inwestycji w nowe bloki energetyczne i wyborze lokalizacji na te inwestycje, branża energetyczna powinna pogłębić sztukę dialogu i zwiększać swoją reputację jako odpowiedzialny inwestor.** Dlatego też warto podążać za światowymi trendami CSR i stosować międzynarodowe standardy odpowiedzialnego biznesu określone dla energetyki.

### ŚWIATOWE STANDARDY CSR W ENERGETYCE

Europejskie koncerny energetyczne identyfikują się z ideą społecznie odpowiedzialnego biznesu i są jej aktywnym promotorem na świecie. W 2004 r. europejska branża energetyczna – pracodawcy (Euroelectric) oraz związki zawodowe (EMCEF i EPSU) – uznała CSR jako narzędzie bardzo istotne dla prowadzenia biznesu energetycznego w sposób zrównoważony. We wspólnym stanowisku Euroelectric, EMCEF i EPSU wskazują na międzynarodowe standardy oraz normy określone w badaniu ECOTEC<sup>1</sup> jako te, które powinny kształtować podstawy strategii CSR firm energetycznych.

Światowe standardy CSR dla firm energetycznych kładą duży nacisk zwłaszcza na kwestie środowiskowe, w szczególności na ograniczanie emisji gazów cieplarnianych (najlepiej poprzez zmniejszenie zużycia paliw kopalnych i zastępowania ich odnawialnymi źródłami energii) i informowanie społeczeństwa o postępach w realizacji tych działań. Odpowiedzialne firmy energetyczne powinny również mieć systemy kontroli zanieczyszczeń i odpadów oraz stosować wskaźniki określające wpływ zakładu na bioróżnorodność ekosystemu.

## ODPOWIEDZIALNOŚĆ W FIRMIE RWE

Koncern RWE zdefiniował 10 kluczowych obszarów działania, które wyznaczyły dalszy odpowiedzialny i zrównoważony rozwój spółki. Są to: ochrona klimatu, efektywność energetyczna, innowacja, bezpieczeństwo dostaw, zaopatrzenie, kształtowanie cen, adaptacja do zmian demograficznych, warunki pracy, ochrona klimatu i dialog ze społecznościami lokalnymi. Podobnie jak cele biznesowe zostały one opisane za pomocą współczynników KPI (*key performance indicators*). **Dzięki temu realizacja celów społecznych jest poddawana takiej samej kontroli jak np. kwestie finansowe.** Mierzalne podejście do odpowiedzialnego gospodarowania przynosi realne efekty, nie tylko w postaci stabilnego i niezagrażonego wzrostu.

CSR:  
PRZYKŁADY  
IMPORTOWANE  
DO POLSKI

# 20%

Taki odsetek swoich reaktorów atomowych wyłączyła czasowo Japonia po katastrofie w Fukushima. Ta awaria w japońskiej elektrowni jądrowej spowodowała wiele pytań, np. czy instalacje atomowe na całym świecie spełniają wymogi bezpieczeństwa i czy państwa eksploatujące energię jądrową ponoszą wystarczającą odpowiedzialność społeczną za ewentualną szkodę jądrową.

---

## Strategiczne podejście do CSR może przynieść wymierne korzyści biznesowe i tym samym zwiększać wartość firmy.

Ogólnie firmy powinny dążyć do ograniczenia oddziaływania na środowisko, bazując na trzech dobrze znanych zasadach: zapobiegać powstawaniu szkód w środowisku; ograniczać zakres powstawania szkód do źródła; płacić za korzystanie ze środowiska (czyli zasada „zanieczyszczający płaci”). Dbałość o środowisko w istniejących inwestycjach może być bardzo ważnym elementem przetargowym przy rozmowach z interesariuszami w lokalizacjach, gdzie planowane są nowe inwestycje. Jednak bez należytego zaangażowania w kwestie społeczne firmy energetyczne nie będą w stanie stworzyć wizerunku firmy etycznej i zrównoważonej, a bez tego trudno im będzie utrzymać przewagę konkurencyjną.

Globalne trendy dotyczące CSR w energetyce nie różnią się w zasadzie od trendów dotyczących odpowiedzialnego biznesu w innych branżach. Kluczowe obszary działań to m.in. angażowanie pracowników w życie firmy, dialog wewnętrzny, zapewnianie możliwości rozwoju pracowników, dbałość o zdrowie i bezpieczeństwo pracowników oraz społeczności lokalnych, angażowanie się w życie społeczności, prowadzenie dialogu społecznego czy przestrzeganie praw człowieka. **To, co wyróżnia CSR w energetyce, to troska o odbiorcę wrażliwego, dla którego energia jest zbyt droga.** Wiele firm energetycznych stara się stworzyć narzędzia, które takich odbiorców chronią.

Odpowiedzialny społecznie biznes energetyczny dąży do zrównoważonego wzrostu ekonomicznego przez inwestycje w poprawę infrastruktury energetycznej, rozwój nowych technologii, zapewnienie stabilnej dostawy energii w krótkim i długim okresie, zarządzania popytem, efektywne i transparentne prowadzenie działalności.

**Nie ma wątpliwości, że firmy chcące zbudować kompleksowe strategie CSR zintegrowane ze strategią biznesową stają w obliczu zarządzania wielką zmianą.** Jednak jest to proces zależny wyłącznie od chęci i zaangażowania samej firmy, a szczególnie jej kierownictwa. Np. w RWE 25 proc. premii członków zarządu zależy od trzech indeksów: satysfakcji pracowników, lojalności klientów i indeksu CSR. To efekt świadomości, że strategiczne podejście do CSR może przynieść wymierne korzyści biznesowe, zwiększać wartość firmy przez poprawę reputacji i skutkować większą otwartością społeczeństwa na nowe inwestycje firmy, większą lojalnością i kreatywnością pracowników oraz większą satysfakcją klientów. ●

---

**Daria Kulczycka:** dyrektor Departamentu Energii i Ochrony Klimatu PKPP Lewiatan.  
e-mail: dkulczycka@pkpplewiatan.pl

---

**Agata Staniewska:** ekspert w Departamencie Energii i Ochrony Klimatu.  
e-mail: astaniewska@pkpplewiatan.pl

<sup>1</sup> ECOTEC (Describing developments In the European electricity sector: Drivers for change: Corporate Social Responsibility) – raport dla partnerów Euroelectric, EPSU i EMCEF, 2007.



## ODPOWIEDZIALNOŚĆ FIRM ENERGETYCZNYCH

**Etyka w kulturze** organizacyjnej

• **Transparentność i efektywność**

w zarządzaniu • **Zrównoważony rozwój**

przedsiębiorstw • **Wolontariat pracowniczy**

i dobroczynność • **Edukacja pracowników**

oraz otoczenia • **Działania na rzecz**

środowiska lokalnego • **Dialog społeczny**

• **Projekty próśrodowiskowe** • **Debata**

**na forum** krajowym i międzynarodowym

# Odpowiedzialny biznes – tradycja zobowiązuje

Spółeczna odpowiedzialność biznesu wpisana w strategię biznesową przedsiębiorstwa przyczynia się do jego wzrostu, służy bliższemu i dalszemu otoczeniu firmy. Aby ją w pełni wykorzystać, dobrze jest oprzeć się na sprawdzonych praktykach oraz wciąż aktualnych wzorach postępowania.

TEKST >

PGNiG SA

praktyka

**PGNiG SA** jest liderem rynku gazu, jednym z najbardziej dochodowych podmiotów i zarazem największych pracodawców w Polsce. Działalność spółki obejmuje poszukiwania i eksploatację gazu ziemnego i ropy naftowej oraz import, magazynowanie, obrót oraz dystrybucję paliw gazowych i płynnych.

PGNiG SA wchodzi w skład Grupy Kapitałowej (GK) jako podmiot dominujący wraz z kilkudziesięcioma spółkami o profilu produkcyjnym i usługowym. Od roku 2005 PGNiG SA jest notowane na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, będąc uczestnikiem indeksu WIG20, a od listopada 2009 r. również RESPECT Index (giełdowy indeks spółek odpowiedzialnych społecznie).

## MISJA I WARTOŚCI

Misją PGNiG SA jest zapewnienie niezawodnych oraz bezpiecznych dostaw czystej i przyjaznej dla środowiska naturalnego energii. Działając w interesie akcjonariuszy oraz klientów, chce być wiarygodnym oraz

transparentnym partnerem, realizującym rozwój i wzrost wartości firmy w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Nie oznacza to bynajmniej rezygnacji z dbałości o wyniki finansowe firmy; przeciwnie – PGNiG trwa w przekonaniu, że odpowiedzialny biznes może pomagać w osiągnięciu celów biznesowych.

Firma ta jako pierwsza w branży paliwowo-energetycznej stworzyła kompleksową strategię zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu obejmującą cały łańcuch wartości Grupy Kapitałowej. **Działalność, jaką PGNiG prowadzi poprzez swoje oddziały i spółki, w naturalny sposób definiuje priorytety zaangażowania CSR. Wpływa to na wybór aktywności – firma działa na rzecz środowiska naturalnego, społeczności lokalnych i pracowników.** Obszary te są szczególnie ważne dla branży, w której PGNiG działa, a zobowiązania i standardy z nimi związane są dużo wyższe i bardziej restrykcyjne niż np. w branży finansowej.

Warto dodać, że w sektorze paliwowo-energetycznym odpowiedzialność społeczna biznesu ma bardzo bogate tradycje, sięgające połowy XIX w. W tym okresie Ignacy Łukasiewicz, pionier przemysłu naftowego, znany m.in. z uruchomienia pierwszej na świecie kopalni ropy naftowej, podejmował się bezinteresownej pomocy na rzecz innych. W swoim zaangażowaniu daleko wykraczał poza dogmaty tamtych lat, działał



## GŁÓWNA MYŚL

– **Działalność biznesowa prowadzona w sposób odpowiedzialny i efektywny**, wychodząca naprzeciw oczekiwaniom różnych grup interesariuszy, powinna wynikać z głębokiego zrozumienia wartości działań z zakresu CSR.

na rzecz pracowników i otoczenia, wspierał rozwój opieki społecznej, szkolnictwa, a także szerzej – rodzącego się przemysłu i powstających firm.

Powołana w 2004 r. Fundacja PGNiG SA, zainspirowana dokonaniem Ignacego Łukasiewicza, z zaszczytem przyjęła jego patronat. Podmioty wchodzące w skład GK PGNiG zawsze pamiętały o stworzonej przez Łukasiewicza tradycji i podejmowały różnorodne działania dobroczynne. W tym sensie zrozumienie dla społecznej odpowiedzialności jako swego rodzaju kontrybucji biznesu na rzecz otoczenia – społecznego, ekonomicznego czy wreszcie środowiska naturalnego – było od lat wpisane w działalność PGNiG.

## STRATEGIA CSR

W 2008 r., a więc wraz z ogłoszeniem nowej strategii biznesowej, Grupa Kapitałowa PGNiG, kierując się dobrym przykładem dużych koncernów paliwowo-energetycznych i głębokim przekonaniem o wartości działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, postanowiła przygotować i wdrożyć kompleksową strategię zrównoważonego rozwoju. W jej tworzenie zostali zaangażowani pracownicy wszystkich obszarów merytorycznych spółek grupy. Oficjalne ogłoszenie strategii zrównoważonego rozwoju nastąpiło w lipcu 2009 r., a pierwszy raport społeczny GK PGNiG ukazał się kilka miesięcy później.

Strategia CSR w GK PGNiG stara się łączyć etyczne i ekologiczne aspekty z efektywnością biznesową, czerpać z najlepszych dotychczasowych praktyk PGNiG w tym zakresie, w szczególności w obszarze proekologii.

**Najwyższe priorytety otrzymały kwestie takie jak: troska o klienta, poszukiwanie nowych możliwości rozwoju biznesu, tworzenie bezpiecznego i przyjaznego miejsca pracy, dialog i współpraca z partnerami społecznymi i biznesowymi oraz społecznościami lokalnymi, a także poszanowanie środowiska naturalnego, efektywna komunikacja i marketing.**

Na bazie tych priorytetów spółki GK wypracowały własne strategie zrównoważonego rozwoju, uwzględniły przy tym własną specyfikę biznesową i lokalne potrzeby. W każdym z sześciu kluczowych obszarów strategii zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu spółki GK starają się łączyć cele biznesowe oraz zobowiązania i aspiracje wynikające z przynależności PGNiG do Global Compact i Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Od ponad dwóch lat prowadzone są prace nad uporządkowaniem celów i zobowiązań firmy oraz ich standaryzacją na podstawie określonych wartości, takich jak dialog z interesariuszami firmy, racjonalna gospodarka zasobami itd. Jednocześnie strategia CSR jest dostosowywana do zaktualizowanej strategii biznesowej GK. Docelowo strategia CSR ma być komplementarna do strategii biznesowej i wspierać realizację celów tej ostatniej.

# 75%

Taka część jednostek Grupy Kapitałowej PGNiG dysponuje systemami zarządzania środowiskowego (SZŚ). Służą one dobrowolnemu ograniczeniu negatywnego wpływu na środowisko i potwierdzają, że jednostki działają zgodnie z obowiązującymi normami prawa.

Źródło: PGNiG; raport społeczny 2010

deklaracji na rzecz zrównoważonego rozwoju w branży energetycznej w Polsce, którą sygnowało już 20 czołowych firm.

**PGNiG chętnie angażuje się w przedsięwzięcia podejmowane przez partnerów takich jak: Forum Odpowiedzialnego Biznesu, ONZ – program Global Compact czy Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie, organizator RESPECT Index. Ważnym przedsięwzięciem jest dla PGNiG także projekt Koalicja na rzecz odpowiedzialnego biznesu.**

Wszystkie te projekty są wartościowe dla PGNiG, nie tylko bowiem pokazują kierunki rozwoju CSR w Polsce, ale także dostarczają wiedzę i narzędzia potrzebne do jak najpełniejszego zrozumienia idei odpowiedzialnego biznesu, skutecznego wdrażania jej w działalności biznesowej oraz popularyzacji wśród innych podmiotów.

## WSPÓLDZIELENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Każda branża ma swoją specyfikę i dobra strategia odpowiedzialnego biznesu powinna te właściwości uwzględniać, jeśli chce wyjść poza ramy działań wyłącznie filantropijnych. Dużą wartością inspirującą do działania jest współpraca branżowa w zakresie prowadzenia odpowiedzialnego biznesu, która przynosi pożytek zarówno firmom, jak i ich otoczeniu, a także umożliwia tworzenie dobrych standardów. Stąd m.in. organizacja konferencji *Odpowiedzialna energia* poświęconej kwestiom zrównoważonego rozwoju oraz utworzenie

## KLUCZOWE PROGRAMY I DZIAŁANIA CSR

Spośród obszarów strategii odpowiedzialnego biznesu jednym z najistotniejszych jest *Program etyczny* PGNiG. Wynika to z przekonania, że biznes staje się odpowiedzialny przede wszystkim dzięki ludziom kultywującym określone wartości. W maju 2011 r. w PGNiG rozpoczął działalność pełnomocnik ds. etyki, a od sierpnia tego samego roku wdrażany jest program etyczny, nad którym prace trwały kilka lat.

Misja PGNiG dotycząca kształtowania rynku w sposób odpowiedzialny biznesowo to także cel kilku innych przedsięwzięć. Należą do nich m.in. współpraca z Ligą Odpowiedzialnego Biznesu, wspomniana już *Koalicja na rzecz odpowiedzialnego*



Główne wyzwania branży energetycznej w Europie są wyznaczone z jednej strony przez kurczące się zasoby bogactw naturalnych oraz potrzebę ograniczenia emisji CO<sub>2</sub>, z drugiej zaś przez konieczność zachowania konkurencyjności gospodarki. Firmy działające w sposób zrównoważony starają się godzić pozorne sprzeczności między działaniem odpowiedzialnym społecznie a maksymalizacją zysku, tworzą strategie ambitne biznesowo i zarazem atrakcyjne społecznie. Jest to możliwe dzięki dobremu rozpoznaniu specyfiki otoczenia społecznego, ekonomicznego oraz środowiska naturalnego, w których działają przedsiębiorstwa opierające się na dialogu z interesariuszami firm. Takie właśnie podejście – odpowiedzialne i racjonalne, bazujące na zrozumieniu potrzeb interesariuszy – jest konieczne, by Europa mogła sprostać wyzwaniom, którym będzie podlegała w niedalekiej przyszłości. Instytucje unijne, dążąc do zmniejszenia emisji CO<sub>2</sub> czy rozwiązując dylematy związane z nowymi technologiami, powinny pamiętać przede wszystkim o dwóch kwestiach: o tym, że dostęp do energii to obecnie jedno z podstawowych praw człowieka, oraz o tym, że warunkiem przetrwania przedsiębiorstw jest zapewnienie ich konkurencyjności. Tak by wypracowane rozwiązania, polityki i strategie odpowiadały na potrzeby otoczenia i łączyły piękne wizje z rzeczywistością.

Marek Karabuła, wiceprezes zarządu ds. górnictwa naftowego PGNiG SA





biznesu, konferencja *Odpowiedzialna energia*, a także Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza wspierająca działania z zakresu edukacji, ekologii oraz ochrony zdrowia.

**Jeśli chodzi o tak ważny dla PGNiG filar, jakim jest dbałość o środowisko naturalne, to w praktyce za tym hasłem kryją się przynajmniej cztery główne grupy działań skoncentrowane wokół wdrożenia systemów zarządzania środowiskowego, edukacji ekologicznej i odpowiedzialnych inwestycji.** W każdej z grup można wymienić wiele aktywności, które składają się na realizację celów przyjętych w tym obszarze.

Osobnym, dużym nurtem działań dotyczących zarówno kwestii środowiskowych, jak i społeczności lokalnych oraz działań rynkowych PGNiG staje się temat wydobywania gazu z łupków. Wiedząc o toczącej się w Parlamencie Europejskim debacie na temat ograniczenia poszukiwań gazu niekonwencjonalnego, PGNiG stworzyło stronę [www.plomiennadziei.eu](http://www.plomiennadziei.eu). Witryna przedstawia apel do europosłów o niepodejmowanie działań zmierzających do wstrzymania poszukiwań i wydobywania gazu niekonwencjonalnego, pod którym w ciągu zaledwie kilku dni podpisało się ponad 20 tys. Polaków.

Z kolei realizując w 2011 r. inny cel strategiczny, czyli dbałość o klientów, PGNiG uruchomił system elektronicznej obsługi reklamacji, skarg i wniosków o nazwie Logito. Aplikacja ta zwiększa efektywność procesu obiegu dokumentów, usprawnia

raportowanie oraz przetwarzanie i analizę danych. W połowie roku 2011 pilotażowo wdrożono e-pasaż PGNiG – serwis ekspercko-sprzedażowy w formie portalu internetowego. To pierwsze w PGNiG tak zaawansowane narzędzie informatyczne do kompleksowej obsługi klienta indywidualnego, które odpowiada oczekiwaniom zgłaszanym przez klientów firmy.

Istotne znaczenie mają działania służące współpracy koordynatorów ds. CSR, których jest ponad 50 w GK PGNiG. Kilka razy w roku spotykają się oni na warsztatach poświęconych cyklicznie powracającym tematami, takim jak przygotowanie raportu społecznego czy wdrażanie programu etyki. Poruszane są także inne istotne w danym czasie zagadnienia, np. rozwiązania dla klientów wrażliwych społecznie czy aktualizacja strategii CSR. Współpraca i wymiana doświadczeń w ramach GK PGNiG pomagają też w przygotowaniu materiałów do udziału PGNiG w kolejnych edycjach RESPECT Index, w którym spółka znajduje się od początku jego istnienia. ●

# Realizacja celów firmy – odpowiedzialnie

Długofalowa strategia w zakresie polityki społecznej jest nie tylko źródłem przewagi konkurencyjnej Grupy Kapitałowej LOTOS, ale również uzupełnieniem i wsparciem strategii biznesowej. Wynika to z przekonania, że osiągnięcie celów biznesowych nie byłoby możliwe bez uwzględnienia celów społecznych i środowiskowych.

TEKST >

Grupa LOTOS S.A.

cele

## Grupa LOTOS

jest pionowo zintegrowanym koncernem naftowym, drugim co do wielkości w Polsce, jednym z najbardziej efektywnych i bezpiecznych w Europie Środkowo-Wschodniej. Jako jedyna polska firma – poprzez spółkę zależną LOTOS Petrobaltic – prowadzi działalność poszukiwawczo-wydobywczą na Bałtyku. Grupa LOTOS poza wydobyciem i przerozem ropy naftowej zajmuje się sprzedażą wysokiej jakości produktów naftowych. Pod marką LOTOS działa ogólnopolska sieć stacji paliw. W Grupie Kapitałowej LOTOS pracuje 5 tys. pracowników. Firma jest największym pracodawcą na Pomorzu; liczy się także pod tym względem w południowych regionach kraju, gdzie prowadzą działalność spółki grupy kapitałowej.

## PRIORYTET – ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Rozwój koncernu odbywa się z poszanowaniem idei zrównoważonego rozwoju; firma wpisała w swą strategię dążenie do stałego ograniczania negatywnego oddziaływania na

środowisko naturalne przy jednoczesnym docenieniu kapitału intelektualnego i doświadczenia pracowników. Zaangażowanie Grupy LOTOS w CSR zaowocowało uwzględnieniem spółki w 2009 r. w RESPECT Index skupiającym spółki wyróżniające się najwyższymi standardami odpowiedzialnego zarządzania na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. LOTOS dzięki konsekwentnemu uwzględnianiu zrównoważonego rozwoju w swojej strategii został zaliczony do tego prestiżowego rankingu także w latach 2010–2012.

**Grupa LOTOS – jako koncern o międzynarodowej skali działania reprezentujący branżę istotnie oddziałującą na otoczenie – stara się prowadzić działalność w sposób łączący ekonomię z etyką i ekologią działania.** Wyzwanie to realizowane jest z uwzględnieniem kluczowych interesariuszy, wśród których znajdują się pracownicy, otoczenie rynkowe, otoczenie społeczne oraz środowisko naturalne.

Zobowiązania firmy dotyczą sfery odpowiedzialności wobec społeczeństwa i środowiska naturalnego poprzez dostarczanie produktów w taki sposób, aby nie dopuścić do degradacji kapitału przyrodniczego i społecznego. Odpowiedzialność biznesowa za produkt wobec państwa, rynku, partnerów, klientów i pracowników została wpisana w strategię zarządzania koncernem, która nakierowana jest na wzrost jego wartości, a poprzez to na przyniesienie wymiernych korzyści społecznych i biznesowych.

## • GŁÓWNA MYŚL

– **Strategia żadnego poważnego przedsiębiorstwa** nie może obyć się bez implementacji zasady społecznej odpowiedzialności. Dla Grupy LOTOS CSR to metoda na efektywną i zrównoważoną realizację celów biznesowych.

## WARTOŚCI I CELE SPOŁECZNE

Społeczny, środowiskowy i biznesowy wymiar odpowiedzialnego podejścia Grupy LOTOS ma swoje uzasadnienie w systemie wartości kluczowych dla polityki społecznej koncernu, tj. **czystości, otwartości, innowacyjności i odpowiedzialności**. Każdy z wymienionych elementów stanowi odpowiedź firmy na najistotniejsze potrzeby, problemy i wyzwania zidentyfikowane w jej otoczeniu.

Grupa LOTOS konsekwentnie realizuje swoje cele biznesowe z uwzględnieniem istotnych celów społecznych. **Działalność prospołeczna realizowana jest w dwóch kluczowych obszarach – ochrony środowiska i ekologii oraz społecznym.**

## CHROŃMY ŚRODOWISKO

**Zgodnie ze strategią społecznej odpowiedzialności Grupa LOTOS wspiera inicjatywy proekologiczne, czyli szeroko rozumiane działania związane z funkcjonowaniem przyrody.** Spółka prowadzi inicjatywy mające na celu m.in. podwyższenie świadomości i wrażliwości na zagadnienia związane z ochroną środowiska i ekologię. Koncern współpracuje m.in. z Fundacją Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego i Stacją Morską Instytutu Oceanografii Uniwersytetu Gdańskiego w Helu. Działania mają ochronić bioróżnorodność Morza Bałtyckiego oraz pomóc w zahamowaniu procesu wymierania najbardziej zagrożonych gatunków morza, przede wszystkim morświna. Współpraca, poza działaniami skierowanymi na ochronę konkretnych gatunków, obejmuje edukację i propagowanie wiedzy na temat

różnorodności biologicznej Bałtyku oraz informowanie o sposobach ochrony gatunków zagrożonych. Współpraca firmy z partnerami zaowocowała m.in. realizacją projektu *Poznajmy i chrońmy bioróżnorodność Morza Bałtyckiego* upowszechniającego wiedzę na temat ochrony zasobów naturalnych i problematyki żyjących w tym akwenie ssaków morskich oraz kampanią informacyjno-edukacyjną pt. *Natura pod kilem* promującą ochronę obszarów Natura 2000.

Grupa LOTOS od lat współpracuje z instytucjami proekologicznymi. Należy do nich fundacja Agencja Regionalnego Monitoringu Atmosfery Aglomeracji Gdańskiej. Celem wspólnych działań jest rozwój, utrzymanie i doskonalenie monitoringu regionalnego w aglomeracji gdańskiej. Efektem staje się doskonalenie systemu informacji o jakości powietrza i określanie wpływu źródeł emisji na stan zanieczyszczenia.

## EDUKACJA I WSPÓŁPRACA Z OŚRODKAMI AKADEMICKIMI

Grupa LOTOS wspiera także przedsięwzięcia społeczne ukierunkowane na wyrównywanie szans dzieci i młodzieży z rodzin o obniżonym potencjale ekonomicznym. Wskutek



Dla branży energetycznej coraz większym wyzwaniem w nadchodzących latach będą z pewnością rosące wymagania środowiskowe. LOTOS spełnia wszelkie wymogi w zakresie emisji CO<sub>2</sub>, gdyż stosuje najwyższą jakość technologii wykorzystywanych do przerobu ropy i produkcji paliw. Jednak wymogi, szczególnie w przypadku dwutlenku węgla, będą z pewnością zaostrzane. Dlatego m.in. koncern już pracuje wspólnie z polskimi uczelniami nad projektem dotyczącym składowania dwutlenku węgla w wyczerpanych złożach ropy pod dnem Bałtyku. Jesteśmy w tę działalność zaangażowani także jako uczestnik CEEP – organizacji non profit, która zrzesza podmioty gospodarcze, naukowo-badawcze oraz inne organizacje aktywne w sektorze energii w regionie Europy Centralnej. Obecnie finansujemy wykonanie studium w zakresie innowacyjnych rozwiązań dla składowania i wykorzystania CO<sub>2</sub>. Trzeba pamiętać także o tym, że wzrasta zapotrzebowanie na energię. Przeznacza się coraz więcej środków na badania nad nowymi technologiami i – jestem o tym przekonany – w niedługiej perspektywie zobaczymy tego efekty w postaci wielu nowatorskich rozwiązań. Największym wyzwaniem staje się jednak rezygnacja z dążenia do osiągania celów pojedynczych firm na rzecz wzmocnienia tych sfer działalności, które są nakierowane na dobro wspólne. Zwiększa to znaczenie partnerstwa i współpracy. Mamy coraz większe możliwości wymiany informacji, budowania konstruktywnych wizji, odpowiedzialnego tworzenia lepszej przyszłości, której nieodłącznym elementem jest postęp technologiczny, w tym również w zakresie energii czy przeciwdziałania zmianom klimatycznym. Musimy je mądrze wykorzystywać.

Paweł Olechnowicz, prezes zarządu Grupy LOTOS S.A.

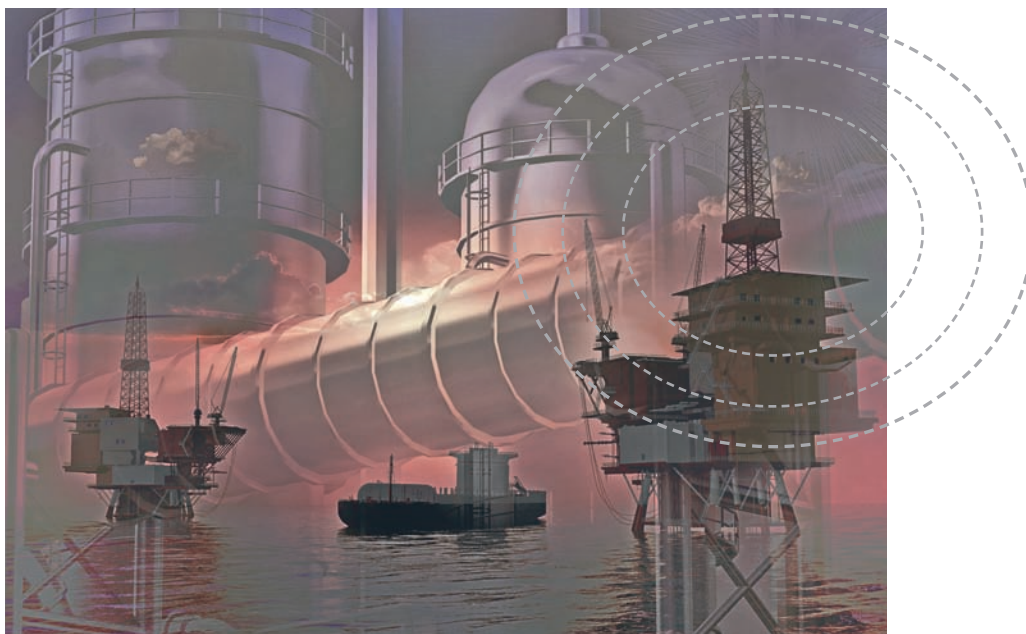
# 526,7 mln

Tyle złotych wydała Grupa LOTOS w latach 2006–2011 na inwestycje proekologiczne.

braku możliwości wsparcia wszystkich, którzy zwracają się o pomoc do spółki, zostały określone kluczowe priorytety polityki dobroczynnej, na których Grupa LOTOS skupia swoje działania, aby ta pomoc była efektywna. Z myślą o najbliższym otoczeniu spółka angażuje się w działania w zakresie wyrównywania różnic społecznych dzieci pokrzywdzonych przez los. Pomoc jest realizowana zwłaszcza

poprzez organizację wypoczynku w sezonie zimowym i letnim oraz wsparcie materialne dla najzdolniejszych uczniów w formie comiesięcznych stypendiów. W ramach współpracy ze szkołami średnimi Grupa LOTOS funduje stypendia dla uczniów kształcących się w zawodach chemicznych, którzy osiągają najlepsze wyniki w nauce i wykazują się aktywnością na rzecz swoich szkół.

**Szczególne miejsce zajmuje również współpraca z wyższymi uczelniami i instytucjami naukowymi, dzięki której koncern przyczynia się do powstania pomostu między przemysłem a środowiskiem naukowym.** Od 2004 r. Grupa LOTOS współpracuje z Politechniką Gdańską – uczelnią, która uczestniczy w budowaniu gospodarki bazującej na wiedzy. Współpraca przynosi wymierne korzyści również koncernowi, który pracuje w obszarze wysoko zaawansowanych technologii. W ramach współpracy spółka m.in. funduje stypendia naukowe oraz umożliwia odbycie praktyk zawodowych w rafinerii.



## WSPÓŁPRACA MIĘDZYNARODOWA

Ważnym elementem wspierania procesów integracji sektora energii w Europie Centralnej prowadzonych w ramach wspólnej polityki UE jest powołana w czerwcu 2010 r. organizacja Central Europe Energy Partners – CEEP. To pierwsze branżowe stowarzyszenie o charakterze non profit reprezentujące interesy sektora energii Europy Centralnej w Unii Europejskiej. Członkami założycielami organizacji – poza Grupą LOTOS S.A. – są: Polskie Forum Akademicko-Gospodarcze, Grupa ENERGA SA, Jastrzębska Spółka Węglowa SA oraz Kulczyk Investments SA. Zaledwie w ciągu roku od rozpoczęcia działalności stowarzyszenie niemalże potroiło liczbę swoich członków i prowadzi dalsze rozmowy z kolejnymi potencjalnymi członkami z Republiki Czeskiej, Słowacji, Węgier, Rumunii, Bułgarii, Litwy i Estonii. W ramach swoich prac CEEP zajmuje się problematyką dotyczącą nośników energii, takich jak węgiel, gaz, ropa naftowa i paliwa odnawialne, energia jądrowa, a także interkonektorami, mostami energetycznymi, emisjami gazów cieplarnianych, możliwościami strategicznego

magazynowania ropy naftowej oraz paliw. Ważne jest również to, że CEEP ma charakter otwarty, a jego członkami zostają podmioty gospodarcze, naukowo-badawcze oraz inne organizacje z Europy Centralnej działające w szeroko rozumianym sektorze energii, którym zależy na reprezentacji swoich interesów w instytucjach Unii Europejskiej.

Skala wyzwań, przed jakimi stoi branża energetyczna, wymaga podejmowania wielu działań wykraczających poza prospołeczne zaangażowanie na rzecz poprawy jakości życia w otoczeniu przedsiębiorstw. Kluczowym wyzwaniem w przypadku Grupy LOTOS staje się stosowanie innowacyjnych rozwiązań, które ograniczają skutki oddziaływania prowadzonej działalności na środowisko naturalne, a także przyczyniają się do ocalenia naturalnych ekosystemów regionu. ●

# Nowy wymiar energetyki

Aby odnieść trwały sukces biznesowy w branży energetycznej, warto postawić na odpowiedzialny, zrównoważony rozwój przy zachowaniu wysokich standardów etycznych.

ROZWÓJ  
TEKST > Fortum

**Fortum** to nordycki koncern energetyczny, którego inwestycje są ulokowane m.in. w Finlandii, Szwecji, krajach bałtyckich, a także w Polsce. Zrównoważony rozwój jest integralną częścią strategii i wizji firmy, co przekłada się na prowadzenie odpowiedzialnej polityki społecznej oraz środowiskowej.

O zaangażowaniu Fortum w działalność promującą zrównoważony i odpowiedzialny rozwój świadczą liczne przedsięwzięcia mające na celu budowanie mocnych relacji – zarówno z pracownikami, jak i z lokalnymi społecznościami – wszędzie tam, gdzie koncern prowadzi swoją działalność. Dzięki temu wdrażane przez Fortum inicjatywy mają szansę sprostać potrzebom i oczekiwaniom lokalnych społeczności.

Aby poznać skuteczność swoich działań, Fortum regularnie przeprowadza wśród pracowników, klientów B2B i B2C, a także przedstawicieli lokalnych społeczności **badania świadomości marki Fortum**. Efektem tej analizy jest ocena poszczególnych aspektów działalności firmy i uzyskanie wiedzy dotyczącej możliwości dalszego rozwoju w obszarach, które w opinii ankietowanych wymagają ulepszeń. Dodatkowo Fortum należy do organizacji krajowych i międzynarodowych, takich jak np. World Business

Council for Sustainable Development (WBCSD). Pozwala to firmie – zwłaszcza w zmieniających się warunkach społecznych, gospodarczych i środowiskowych – na nieustanne pogłębianie jej wiedzy w dziedzinie zrównoważonego rozwoju.

## JAKOŚĆ ŻYCIA JAKO PRIORYTET

„Nasza energia podnosi jakość życia obecnych i przyszłych pokoleń” – to główne przesłanie Fortum, które zobowiązuje koncern do podejmowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju. Dlatego też **realizowane przedsięwzięcia koncentrują się na młodych ludziach, ochronie środowiska i lokalnych społecznościach**. W ramach tych działań Fortum organizuje w Polsce – tak jak wcześniej w Szwecji oraz Finlandii – **projekty edukacyjne adresowane do młodzieży szkolnej i akademickiej**. Głównym celem tych działań jest nawiązanie dialogu z uczestnikami projektu, który przybliży im tematykę efektywnego wykorzystania energii oraz problemów i wyzwań związanych z ochroną środowiska. Jest to współpraca o charakterze dwustronnym. Wnioski, które padają podczas takich rozmów, stanowią dla Fortum bardzo istotną inspirację przy planowaniu strategii działań w obszarze społecznej odpowiedzialności.

## EDUKACJA – OFERTA DLA PRZYSZŁYCH POKOLEŃ

W ramach współpracy ze środowiskiem naukowym **Fortum wspiera wyższe uczelnie techniczne w badaniach nad technologicznymi rozwiązaniami przyjaznymi środowisku**.



## • GŁÓWNA MYŚL

### – Fortum chce być rozpoznawane na rynku jako spółka odpowiedzialna, dostarczająca klientom energię

wyprodukowaną dzięki ekologicznym rozwiązaniom. Ambicją koncernu jest również współtworzenie społeczeństwa dbającego o niską emisję zanieczyszczeń do środowiska.

Na tym polu koncern współpracuje m.in. z Politechniką Wrocławską i Częstochowską, gdzie otwarto już pierwsze przewody doktorskie pod patronatem Fortum.

**Firma wraz z organizacjami społecznymi realizuje projekty edukacyjne dla młodych ludzi.** Przykładami takiej kooperacji może być udział Fortum w warsztatach ekologicznych realizowanych przez Ruch Inicjatyw Społeczno-Ekologicznych „Przytulnia” czy akcja sadzenia drzew w podczęstochowskim nadleśnictwie Koszęcin. Tego typu przedsięwzięcia stanowią tylko część działań realizowanych w ramach szerszego **programu Fortum dla Ziemi, który łączy akcje promujące efektywność energetyczną, ochronę środowiska i zrównoważony rozwój.** Ponadto Fortum udzielił wsparcia znanemu działaczowi ekologicznemu Dominikowi Dobrowolskiemu w czasie jego wypraw rowerowych *Cycling Recycling* w 2010 r. i *Stop CO<sub>2</sub> – Rusz się* w 2011 r. Zaangażowanie Fortum w inicjatywy ekologa Dominika Dobrowolskiego jest wyrazem aktywnego wspierania przez firmę „czystych” form transportu, w tym transportu rowerowego. Firma jest też inicjatorem i fundatorem stacji rowerowej we Wrocławiu oraz miejsc postojowych na rowery w Częstochowie.

## INNE DZIAŁANIA

### REALIZOWANE PRZEZ FORTUM:

● **Pomoc powodziom.** W czerwcu 2010 r. Fortum podarowało wsi Juliszew-Sady w gminie Słubice 30 profesjonalnych osuszaczy budowlanych. Umożliwiło to osuszenie w ciągu wakacji niemal wszystkich budynków w sołectwie, które było

najbardziej dotknięte powodzią w całej gminie Słubice. Następnie osuszacze przekazano gminie Gąbin, natomiast druga połowa trafiła do innych sołectw w gminie Słubice. Do akcji włączyła się także firma energetyczna sprzedająca energię elektryczną mieszkańcom gminy Słubice, która wypłaciła ekwiwalent rachunków za energię zużytą przy osuszaniu budynków.

Dzięki szybkiej reakcji i dobrej współpracy władz lokalnych z kierownictwem firm energetycznych, w tym Fortum, wspólnie wypracowano projekt najsukcesywniejszej i najbardziej potrzebnej w tamtym momencie pomocy. Dzięki tej inicjatywie wiele rodzin z obszarów dotkniętych żywiołem uratowało przed zniszczeniem swoje domy.

### ● **Roadmap – droga do przyszłości bez CO<sub>2</sub>.**

W 2010 r. firma Fortum rozpoczęła prace nad dokumentem *Roadmap* opracowanym przez międzynarodowy zespół pracowników firmy o nazwie Climate Changes network. Celem zespołu było stworzenie planu działań oraz inwestycji, dzięki którym firma będzie w stanie skutecznie obniżyć emisję CO<sub>2</sub>. Mapa obejmuje wszystkie kraje, w których firma prowadzi działalność, a zawarte w niej wytyczne



Wzrost populacji oraz ogólny rozwój gospodarczy doprowadzą do wzrostu popytu na energię. Zaspokojenie tego popytu wiąże się z wielkimi wyzwaniami środowiskowymi, technicznymi i ekonomicznymi. W tych wyzwaniach staramy się widzieć przede wszystkim szansę. Redukcji emisji CO<sub>2</sub> nie traktujemy więc jako ograniczenia – widzimy w niej szansę na rozwój innowacyjnych technologii, które umożliwią przyszłym pokoleniom życie w czystym środowisku i dostęp do surowców.

Mikael Lemström, prezes Fortum Power and Heat Polska

# 530 mln zł

Tyle kosztowało uruchomienie przez Fortum nowoczesnej elektrociepłowni w Częstochowie. W zakładzie spalanych będzie ok. 100 tys. ton biomasy rocznie, co odpowiada pod względem ograniczenia emisji CO<sub>2</sub> „zdjęciu z rynku” ok. 50 tys. ton węgla kamiennego.

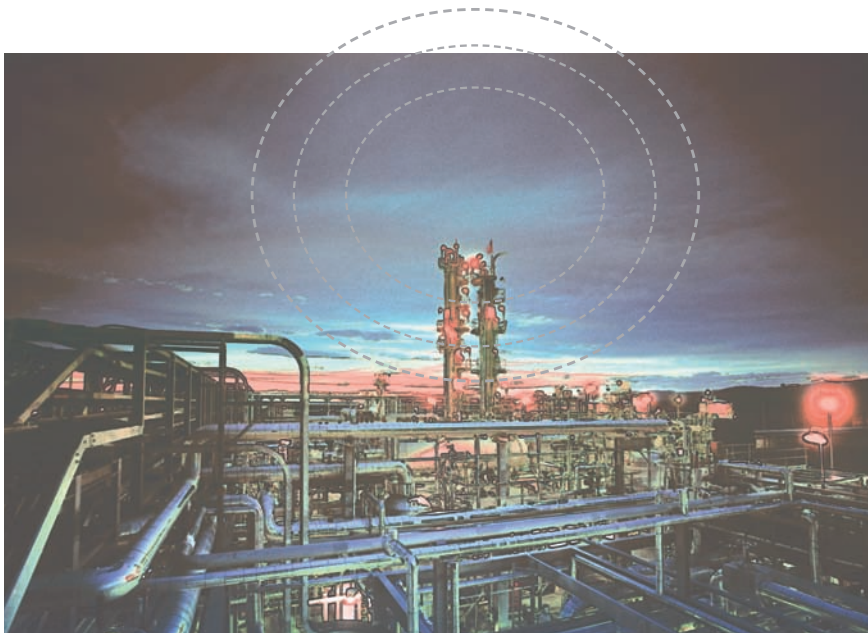
Źródło: [http://www.fortum.pl/o\\_fortum/aktualnosci/fortum\\_otwiera\\_najnowocześniejsza\\_elektrocieplovnie\\_w\\_polsce/](http://www.fortum.pl/o_fortum/aktualnosci/fortum_otwiera_najnowocześniejsza_elektrocieplovnie_w_polsce/);  
obliczenia własne THINKTANK

sięgają roku 2050. Realizacja celów wyznaczonych w ramach *Roadmap* ma spowodować w bliższej perspektywie ograniczenie emisji CO<sub>2</sub> z własnej produkcji, a w dłuższej – doprowadzić do produkcji energii całkowicie wolnej od emisji dwutlenku węgla. Informacje na temat wielkości emisji, a tym samym realizacji celów są publikowane w ogólnodostępnych raportach rocznych.

● **Odnowione wartości Fortum.** W 2011 r. Fortum odnowiło swoje główne wartości. Ponad 3,5 tys. pracowników Fortum – także w Polsce – wzięło udział w ankiecie, w której zostali zapytani o poglądy na temat działalności przedsiębiorstwa, a także o wartości, którymi się kierują w swojej pracy na co dzień, oraz o ich znaczenie dla powodzenia Fortum. Na podstawie przeprowadzonego badania przygotowywany jest nowy kodeks etyczny uwzględniający wyodrębnione podczas badania wartości, takie jak odpowiedzialność, kreatywność, szacunek i uczciwość. Wartości te tworzą podstawę działalności Fortum w szerszym kontekście. Odnoszą się zarówno do relacji wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Ze względu na to, że na ich temat wypowiedzieli się pracownicy firmy, opisują one autentyczny sposób myślenia charakteryzujący Fortum.

● **Wprowadzenie na polskie drogi zeroemisyjnych aut elektrycznych Mitsubishi i-MiEV.** Fortum, dążąc do zahamowania emisji CO<sub>2</sub> generowanego przez ruch uliczny, w lutym 2011 r. wprowadziło na polskie drogi cztery zeroemisyjne auta elektryczne Mitsubishi i-MiEV. Dwa z nich pomagają w pracy straży miejskiej w Częstochowie i we Wrocławiu, a dwa pozostałe zasilają flotę Fortum. Obdarowane miasta oprócz tego, że są obszarami działalności operacyjnej Fortum, same podejmują inicjatywy w trosce o zdrowie mieszkańców i lokalne środowisko. W związku z tym bezemisyjne auta doskonale wpisują się w ich odpowiedzialną politykę prośrodowiskową.





Z punktu widzenia realizacji idei zrównoważonego rozwoju najważniejszym wydarzeniem w skali całego kraju było uruchomienie w 2010 r. **nowoczesnej elektrociepłowni w Częstochowie**. Zakład, będący jedną z najnowocześniejszych elektrociepłowni w tej części Europy, produkuje energię ciepłą (120 MW) i elektryczną (64 MW) w skojarzeniu, korzystając przy tym w blisko 30 proc. z biomasy, której udział będzie stopniowo zwiększany. Nowoczesna wysokosprawną technologią z użyciem biomasy przyczynia się do redukcji emisji CO<sub>2</sub> oraz innych szkodliwych gazów, co jest zgodne z misją korporacji zakładającą, że Fortum będzie w przyszłości bezemisyjnym przedsiębiorstwem energetycznym.

Elektrociepłownia Fortum stanowi główne źródło zasilające miejską sieć ciepłowniczą. Zapewnia Częstochowie i jej okolicom bezpieczeństwo energetyczne, tworzy możliwość przyłączenia do sieci i dostarczania ciepła do gospodarstw domowych. Fortum współpracuje z władzami samorządowymi na rzecz redukcji tzw. niskiej emisji i zachęca mieszkańców do likwidowania własnych kotłowni oraz przyłączenia się do sieci ciepłowniczej.

**W planach firmy są kolejne znaczące przedsięwzięcia – budowa nowych elektrociepłowni we Wrocławiu i w Zabrze.**

Jako koncern działający w wielu krajach Europy Fortum staje przed wyzwaniem współczesnej cywilizacji, a strategia i misja

koncernu bazują na kompleksowej analizie globalnych trendów.

Działania Fortum – prowadzone w ramach branży energetycznej, a także w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu – zostały docenione w międzynarodowych rankingach. **Fortum zostało uznane za najlepsze przedsiębiorstwo użyteczności publicznej oraz najlepiej ocenione wśród firm z krajów nordyckich za przejrzystość w informowaniu o wpływie firmy na zmiany klimatu w Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) w 2011 r.** Doceniono również zaangażowanie firmy w obszarze działań społecznych, a przede wszystkim osiągnięcia Fortum jako najlepszej firmy energetycznej w kategorii bezpieczeństwa w miejscu pracy, zarządzania relacjami z klientem, a także efektywnego wykorzystywania zasobów. Dodatkowo już dziewiąty raz z rzędu Fortum znalazło się wśród spółek Dow Jones Sustainability Index (DJSI), czyli w indeksie największych na świecie firm działających na rzecz zrównoważonego rozwoju. ●

# Sztuka pomagania w trudnych czasach

Dobre i szybkie kierowanie funduszy tam, gdzie są one najbardziej potrzebne, a ponadto zaangażowanie pracowników oraz przejrzystość działania to recepta na skuteczną pomoc charytatywną w dzisiejszej złożonej rzeczywistości.

TEKST >

ENERGA SA

pomoc

**Kryzys** gospodarczy, który uderzył w Polskę w 2008 r., mocno zachwiał sytuacją krajowych przedsiębiorstw i spowodował liczne bankructwa oraz przejęcia. W efekcie wielu ludzi zostało objętych zwolnieniami, wzrosło bezrobocie, a nierzadko całe rodziny znalazły się w trudnej sytuacji materialnej. Liczba potrzebujących zaczęła także rosnąć na skutek klęsk żywiołowych, które nawiedziły w ostatnich latach Polskę. Jednocześnie firmy prowadzące działalność charytatywną zaczęły oszczędzać z powodu spowolnienia gospodarczego i w konsekwencji wydawać mniej pieniędzy na cele prospołeczne. Dlatego tym ważniejsze stają się inicjatywy stabilnych firm, które pomoc potrzebującym na stałe wpisały w swoją strategię.

Wraz z przyjęciem strategii rozwoju na lata 2009–2015 Grupa ENERGA uporządkowała swoje działania komunikacyjne, marketingowe i sponsoringowe – we wszystkich tych kwestiach postawiła na wartości, które koncentrują się wokół trzech obszarów:

1 **Człowiek** – jako najwyższa wartość, któremu podporządkowane są wszelkie działania zapewniające komfort życia i pracy.

2 **Środowisko** – troska o otaczające nas środowisko naturalne poprzez edukację ekologiczną oraz proekologiczne działania i inwestycje.

3 **ENERGA** – jako grupa kapitałowa bazująca na rzetelności, stabilności, wiedzy, doświadczeniu, otwartości, transparentności, innowacyjności.

Z myślą o tak prowadzonej polityce komunikacyjnej powstał program *ENERGA dla Ciebie*, który uporządkował działania grupy z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu.

## ENERGA DLA CIEBIE

Program jest wyrazem zaangażowania spółki w ważne inicjatywy społeczności lokalnej. Promuje działania skupione wokół pojęć: człowiek, radość życia, edukacja, środowisko, ekologia, bezpieczeństwo, przyszłość dzieci. Składa się on z kilku projektów:

● **Olimpijska ENERGA** – projekt nastawiony na rozwój młodego pokolenia sportowców. Jego celem jest promowanie sportowej aktywności wśród młodego pokolenia, kształtowanie pozytywnych postaw życiowych, wychowanie w duchu fair play. Program popularyzuje zdrowy tryb życia, uczciwą rywalizację oraz systematyczną i wytrwałą pracę. Dzięki temu młodzi sportowcy mogą realizować swoje pasje, brać udział



## GLÓWNA MYŚL

– **Optymalizacja wydatków w zakresie CSR sprzyja zarówno osiągnięciu celów biznesowych**, jak i realizacji przedsięwzięć prospołecznych. Dlatego też proces ten powinien uzupełniać podstawowe działania firmy skoncentrowane wokół kluczowych inwestycji oraz projektów wynikających ze strategii rozwoju.

w profesjonalnie zorganizowanych rozgrywkach. Dotychczas w ramach projektu zostały zrealizowane trzy duże ogólnopolskie programy: lekkoatletyczny, koszykówki i siatkówki, w których udział wzięło ponad 200 tys. dzieci i młodzieży.

● **ENERGA Edukacja** to z kolei działania koncentrujące się na podnoszeniu świadomości bezpiecznego korzystania z urządzeń elektrycznych, promowaniu racjonalnego użytkowania energii elektrycznej oraz kształtowaniu postaw proekologicznych. W tym celu ENERGA uruchomiła ogólnopolski program edukacyjny *Planeta Energii*, w którym tylko w ciągu ostatniego roku wzięło udział prawie 30 tys. dzieci z kilkuset szkół z całej Polski. Akcji towarzyszyło interaktywne miasteczko Planety Energii, które w 2011 r. odwiedziło dziesięć miast. Zostały także wydane materiały edukacyjne – m.in. książeczka *W krainie prądu elektrycznego* – oraz stworzono serwis [www.planetaenergii.pl](http://www.planetaenergii.pl).

Akcje edukacyjne to mocny filar działalności ENERGI. Spotykają się one z dużym zainteresowaniem ze strony nauczycieli i samych dzieci.

Wielkim powodzeniem w ubiegłych latach cieszyła się zorganizowana przez ENERGE objazdowa *Akademia Jarzenia*. Na lekcjach uczniowie mogli dowiedzieć się, gdzie powstaje prąd i do czego służy, poznawali zasady bezpiecznego i racjonalnego korzystania z energii elektrycznej oraz udzielania pierwszej pomocy.

● **Fundacja ENERGA** została powołana w 2009 r., kiedy to Grupa ENERGA uznała za jeden ze swoich celów możliwie najlepsze wykorzystanie funduszy na wsparcie potrzebujących. Fundacja po dwóch latach działania uzyskała status organizacji pożytku publicznego. Niezwykle zaangażowanie większości załogi firmy zaowocowało wyborem najważniejszych celów działania fundacji, a przeznaczone przez Grupę ENERGA fundusze sprawiają, że z sukcesami można te cele realizować.

Fundacja pomaga najbardziej potrzebującym, chorym, skrzywdzonym przez los, współpracuje z instytucjami pozarządowymi. Realizuje działania w zakresie wspierania osób – głównie dzieci – chorych, niepełnosprawnych i poszkodowanych przez nadzwyczajne zdarzenia losowe.

Największą inicjatywą fundacji jest program *Pomagaj z ENERGA*, który co roku z powodzeniem angażuje 10 tys. pracowników. Jego celem jest pomoc lokalnym organizacjom pożytku publicznego oraz integracja pracowników Grupy ENERGA wokół wspólnej idei – pomagania innym.



Jako jedna z największych firm na Pomorzu i w kraju czujemy się odpowiedzialni za środowisko, w którym działamy. Mówiąc „środowisko”, mam na myśli wiele obszarów, dla których wspólnym mianownikiem jest misja spółki: „Zapewniamy komfort życia i pracy”. Staramy się też pomagać osobom najbardziej potrzebującym. Codziennie do fundacji wpływają sygnały, że gdzieś, czasem bardzo blisko nas, są ludzie, którym zawalił się cały ich dotychczasowy świat. Podajemy im pomocną dłoń, by mogli zacząć ten świat odbudowywać. Staramy się wskazać właściwą drogę, która pozwoli im odkryć na nowo cel i radość życia.

Mirosław Bieliński, prezes ENERGA SA

# 300 tys.

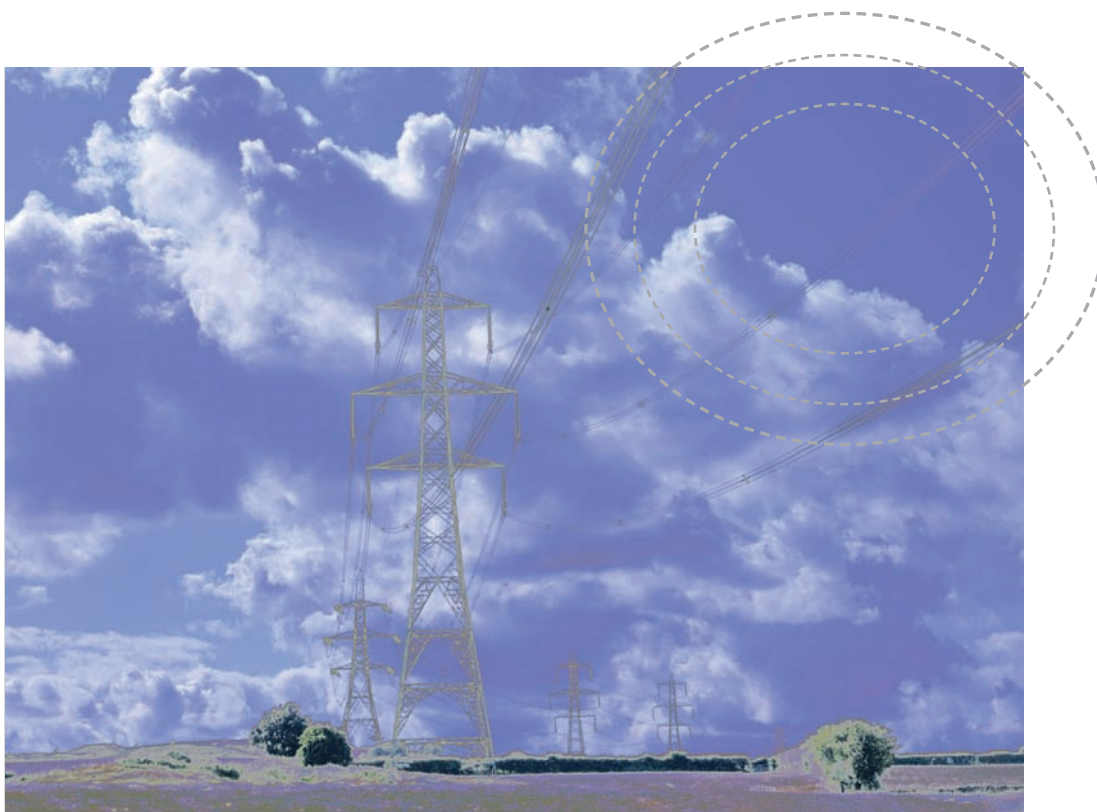
Mniej więcej tyle dzieci i młodzieży z całej Polski wzięło dotychczas udział w projekcie *ENERGA dla Ciebie*. Niezwykła popularność tego programu wśród młodych sprawiła, że władze Grupy ENERGA podjęły decyzję o jego kontynuowaniu.

Co roku na podstawie wskazań i rekomendacji pracowników sto organizacji pożytku publicznego otrzymuje pomoc na realizowane przez nie cele charytatywne. Do tej pory przekazano im 2,5 mln zł.

Fundacja otwarta jest również na pomoc pracownikom Grupy ENERGA oraz ich bliskim. Wspiera ich w chorobie i trudnych życiowych sytuacjach. Wspomaga także placówki medyczne oraz hospicja, które borykają się z brakiem funduszy na zakup niezbędnego sprzętu medycznego dla swoich pacjentów.

Formy pomocy niesionej przez fundację są najróżniejsze i zależą od potrzeb – od stypendiów dla dzieci, które straciły bliskich, przez zakup sprzętu medycznego, po zajęcia hipoterapii. Fundacja organizuje też pomoc doraźną. W trakcie powodzi 2010 r. pracownicy ENERGI sami się zgłaszali i pomagali potrzebującym, odwiedzali miejsca objęte kataklizmem i samodzielnie rozpoznawali potrzeby ofiar powodzi. Fundacja wspierała gminy i służby ratunkowe, kupując potrzebny sprzęt i przeznaczając środki np. na rekultywację zalanych pól. Pomogła zrozpaczonej rodzinie, które straciły dorobek całego życia. Ponad 1,5 mln zł udzielonej wówczas pomocy okazało się sporym wsparciem dla lokalnych społeczności.

Mimo że podstawą działania fundacji są pieniądze otrzymane z Grupy ENERGA, nie jest to jedyny sposób pozyskiwania funduszy na pomoc. Np. współpraca z zespołem Raz, Dwa, Trzy przy nagraniu albumu *20 lat* pozwoliła pozyskać z jego sprzedaży 55 tys. zł na leczenie i rehabilitację dzieci oraz stypendia dla młodzieży.



● **ENERGA Mecenat** – celem projektu jest wspieranie przedsięwzięć kulturalnych – od tych spektakularnych aż po mniejsze, lecz ważne dla lokalnych środowisk. Jako mecenas ENERGA wspiera stowarzyszenia i muzea, spektakle teatralne, festiwale i koncerty, takie jak jubileuszowy występ zespołu Raz, Dwa, Trzy. Spółka jest też strategicznym partnerem Polskiej Filharmonii Bałtyckiej im. Fryderyka Chopina w Gdańsku.

#### OCHRONA ŚRODOWISKA – ENERGA DLA PRZYRODY

**Jako największy dostawca energii zielonej grupa nie tylko inwestuje w odnawialne źródła wytwarzania energii czy w przyjazne dla środowiska technologie, ale także realizuje projekty służące ochronie przyrody, jak choćby program ochrony bociana białego.** W ciągu ostatnich lat ENERGA zamontowała już ponad 7,5 tys. platform pod bocianie gniazda.

Na konstrukcjach zainstalowanych na terenie działania spółki gniazduje co najmniej 15 tys. ptaków, czyli ok. 14 proc. populacji przylatujących do Polski bocianów. Energetycy zaangażowali się też w obrączkowanie tych ptaków. W ramach prowadzonego od dwóch lat projektu założyli obrączki już ponad 2 tys. bocianów. Projekt realizowany z Polskim Towarzystwem Przyjaciół Przyrody „pro Natura” pozwoli śledzić trasy migracji i losy tych ptaków. Razem z „pro Naturą” ENERGA stworzyła również Fundusz dla Przyrody – pierwszą w Polsce wspólną inicjatywę organizacji społecznej i firmy w celu realizacji projektów z zakresu ochrony wybranych gatunków zwierząt i roślin. ●

# Energetyka przyjazna środowisku naturalnemu

Za względu na specyfikę branży energetycznej zrównoważony rozwój powinien być osią strategii biznesowej firmy. Poszanowanie jednostki, odpowiedzialność za środowisko, efektywność, zaangażowanie na rzecz solidarności społecznej, uczciwość – to wartości, które nigdy nie tracą na znaczeniu.

TEKST >

Grupa EDF

wartości

## Grupa EDF

to największy inwestor zagraniczny w sektorze energetycznym – ma w Polsce 10-procentowy udział w produkcji energii elektrycznej i 15-procentowy w rynku ciepła sieciowego. Grupa jest obecna na polskim rynku od ponad dekady i jest głównym akcjonariuszem wielu polskich firm tego sektora. W ubiegłym roku EDF Polska zdobył tytuły: Lider Społecznej Odpowiedzialności – Dobra Firma 2011 oraz Dobry Pracodawca 2011.

### BIZNES SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY

Standardy CSR w Grupie EDF zostały wypracowane w ramach międzynarodowego zespołu, a ich główne założenia znajdują odzwierciedlenie w dokumencie *Porozumienie o społecznej odpowiedzialności koncernu EDF*, który określa stosunki pomiędzy spółkami a pracownikami, a także między klientami, podwykonawcami, samorządami, społecznościami lokalnymi, instytucjami publicznymi i organizacjami pozarządowymi. Zgodnie z zawartymi w dokumencie ustaleniami

EDF angażuje się w zrównoważony rozwój i dialog społeczny, uwzględnia jednocześnie różnice kulturowe, społeczne i ekonomiczne. Wszystkie spółki Grupy EDF są zaangażowane w działania z zakresu CSR w swoich regionach i przywiązują ogromną wagę do działania w sposób w pełni transparentny.

### OCHRONA ŚRODOWISKA

Dbłość o ochronę środowiska i zapobieganie zmianom klimatycznym to dla Grupy EDF priorytet. Jest to również jeden z elementów zrównoważonego rozwoju, na który kładzie ona nacisk w *Porozumieniu o społecznej odpowiedzialności*.

EDF może pochwalić się jednym z najniższych poziomów emisji gazów cieplarnianych dzięki produkcji energii elektrycznej w elektrowniach jądrowych i wodnych we Francji. W ramach działań CSR Grupa EDF w Polsce zajmuje się w dużej mierze kwestiami ochrony klimatu i różnorodności biologicznej, promowaniem efektywności energetycznej oraz uwrażliwianiem pracowników w kwestiach środowiskowych. W ciągu ostatnich lat przeprowadziła inwestycje w polskich spółkach, dzięki czemu zostały one przystosowane do współspalania biomasy z węglem. Np. w 2010 r. do produkcji energii wykorzystano ponad 900 tys. ton biomasy – obniżono tym samym wielkość emisji CO<sub>2</sub> o ponad 1,3 mln ton.



## GLÓWNA MYŚL

- **Zaangażowanie spółki-córki w zrównoważony rozwój** i dialog społeczny powinno odpowiadać specyfice lokalnej i bazować na uniwersalnych zasadach wyznaczonych przez koncern, czyli spółkę-matkę.

W 2009 r. firma EDF Polska wraz z innymi przedsiębiorstwami polskiej branży energetycznej podpisały deklarację w sprawie zrównoważonego rozwoju. Wydarzenie to zapoczątkowało cykl corocznych spotkań oraz inicjatyw pod wspólną nazwą *Odpowiedzialna energia*. Sygnatariusze zobowiązali się w ten sposób do zredukowania i zminimalizowania wpływu produkcji na środowisko.

### POLITYKA PERSONALNA

W EDF przyjęto zasadę, że firma może osiągnąć etap dojrzałego zaangażowania w działalność CSR, pod warunkiem że włączy w działania pracowników, bo to od ich poczucia odpowiedzialności i zaangażowania zależy sukces firmy. **Dla spółki ludzie są zarówno najcenniejszym kapitałem, jak i partnerem.** EDF kieruje się takimi zasadami jak poszanowanie jednostki i uczciwość, a polityka personalna nakierowana jest na promocję i wewnętrzny awans pracowników. Sprzyja to mobilności zatrudnionych wewnątrz firmy, otwiera ścieżkę awansu, co jest szczególnie istotne w odniesieniu do funkcjonowania spółek grupy na terenie całej Polski. Dodatkowo firma oferuje atrakcyjny system motywacyjny.

Spółka dużo uwagi poświęca komunikacji wewnętrznej – zachęca pracowników do aktywnego uczestnictwa w życiu firmy. EDF wdraża spójne narzędzia komunikacji w ramach grupy oraz dba o zapewnienie komunikacji bezpośredniej pomiędzy menedżerami a pracownikami. Kładzie również nacisk na dialog z partnerami społecznymi, bo chce, by był

on konstruktywny i nakierowany na zaangażowanie w doskonalenie warunków pracy.

**Grupa EDF w Polsce wspiera inicjatywy społeczne i sportowe**, jest m.in. głównym sponsorem Polskiego Związku Towarzystw Wioślarskich, jak również partnerem zrównoważonego rozwoju na igrzyskach olimpijskich w Londynie w 2012 r. Co roku we współpracy z Beskidzkim Zrzeszeniem Sportowo-Rehabilitacyjnym „Start” z Bielska-Białej EDF organizuje Międzynarodowe Mistrzostwa Polski w Narciarstwie Alpejskim EDF CUP oraz Integracyjne Mistrzostwa Polski w Kolarstwie Szosowym EDF TOUR.

Poszczególne spółki Grupy EDF wspierają programy społeczne, ale też profilaktyczno-zdrowotne, udzielają wsparcia placówkom oświatowym oraz instytucjom. Elektrownia **Rybnik** powołała fundację społeczną, dotuje także Śląskie Centrum Chorób Serca. Elektrociepłownię **Wybrzeże** od lat wspierają lekkoatletyczny Memoriał Józefa Żyłewicza, w jego ramach sponsorując organizację zawodów dla sportowców niepełnosprawnych. Realizują również program *Przemysł – Ekologia – Kultura* aktywizujący młodzież niepełnosprawną oraz *Program pomocy*

# 900 tys. ton

Tyle biomasy zostało spalone w 2010 r. przez EDF Polska. Przełożyło się to na obniżenie wielkości emisji CO<sub>2</sub> o ponad 1,3 mln ton i pozytywnie wpłynęło na polską gospodarkę, środowisko naturalne oraz umożliwiło realizację zobowiązań rządowych w tym zakresie.

Źródło: [polska.edf.com/edf-w-polsce/nasza-dzialalnosc-45766.html](http://polska.edf.com/edf-w-polsce/nasza-dzialalnosc-45766.html)

*najuboższym klientom.* Elektrociepłownia Kraków, wspólnie z dystrybutorem ciepła MPEC, prowadzi akcję wspierania najbardziej potrzebujących mieszkańców miasta. Zespół Elektrociepłowni Wrocławskich „Kogeneracja” współorganizuje i sponsoruje Międzynarodowy Turniej Tenisa na Wózkach we Wrocławiu oraz ma ponad 10-letnią tradycję patronatu energetycznego nad Młodzieżowym Ośrodkiem Socjoterapii. Elektrociepłownia Zielona Góra wraz z władzami miasta prowadzi program pomocy społecznej, z którego skorzystały najuboższe rodziny, a Toruńska Energetyka Cergia wspiera rozwój fizyczny osób niepełnosprawnych. ●



Standardy CSR w Grupie EDF zostały wypracowane w ramach międzynarodowego, wielokulturowego zespołu. Zostały one zapisane w *Porozumieniu o społecznej odpowiedzialności koncernu EDF* i dotyczą stosunków między poszczególnymi spółkami a ich pracownikami, jak również kontaktów z klientami, podwykonawcami i dostawcami, samorządami i ogólnie ze społeczeństwem. *Porozumienie o społecznej odpowiedzialności koncernu EDF* to zaangażowanie grupy w ideę zrównoważonego rozwoju i działania sprzyjające rozwojowi dialogu społecznego na skalę międzynarodową. Ma ono charakter woluntarystyczny, w pragmatyczny sposób uwzględnia różnice kulturowe, społeczne i ekonomiczne, wyznacza zaangażowanie w uniwersalne zasady wspólne dla całej Grupy EDF. Wyzwaniem jest chęć pogodzenia tożsamości grupy z lokalnymi uwarunkowaniami. EDF kładzie szczególny nacisk na transparentność, a także na wymianę dobrych praktyk oraz otwartą komunikację z pracownikami. Działania EDF są odpowiedzią na najważniejsze współczesne wyzwania społeczno-ekonomiczne. W obszarze ochrony środowiska grupa stara się przeciwdziałać zmianom klimatycznym poprzez ciągłe zmniejszanie poziomu emisji CO<sub>2</sub>, np. spalając biomasę. Dużą wagę przykłada się w grupie także do kwestii ochrony różnorodności biologicznej. Z kolei w obszarze społecznym koncentracja wysiłków dotyczy ułatwiania dostępu do energii i zacieśniania więzi z lokalnymi społecznościami. Firma może osiągnąć etap dojrzałego zaangażowania CSR pod warunkiem włączenia w te działania swoich pracowników. Ludzie są najcenniejszym kapitałem firmy, dlatego też w naszych działaniach kierujemy się zasadami takimi jak: poszanowanie jednostki, uczciwość i zaangażowanie na rzecz solidarności społecznej.

Philippe Castanet, prezes zarządu EDF Polska





## WSPÓŁPRACA



Społeczna odpowiedzialność biznesu powinna być immanentną częścią strategii każdej firmy energetycznej, zarówno w kwestii realizacji celów biznesowych, jak i ze względu na szczególną powinność firm energetycznych wynikającą ze specyfiki branży.

# ENERGIA

Firmy energetyczne powinny współpracować ze sobą, by dzielić się wiedzą oraz zebranymi doświadczeniami i promować najlepsze praktyki CSR.

# CSR jako inwestycja w lepszą przyszłość

Wpisanie społecznej odpowiedzialności biznesu w strategię firmy umożliwia pogodzenie celów ekonomicznych z interesem społecznym. Prowadzenie działań CSR powinno być traktowane jako inwestycja, która w długim okresie przyniesie wymierne rezultaty zarówno organizacji, jak i społeczeństwu.

TEKST >

PKN ORLEN

wsparcie

**PKN ORLEN** to jedna z największych korporacji przemysłu naftowego w Europie Środkowo-Wschodniej – jest zaliczana do pierwszej dziesiątki na świecie w kategorii Refining & Marketing według rankingi Top 250 Global Energy Company.

Koncern zajmuje się przerobem ropy naftowej na benzyny, olej napędowy, olej opałowy, paliwo lotnicze, tworzywa sztuczne i wyroby petrochemiczne. Spółka zarządza siedmioma rafineriami znajdującymi się w Polsce, Czechach i na Litwie. Zintegrowany kompleks rafineryjno-petrochemiczny w Płocku zaliczany jest do najnowocześniejszych i najefektywniejszych tego typu obiektów w Europie. Nasze rafinerie przerabiają łącznie ponad 30 mln ton ropy naftowej rocznie.

Firma dysponuje największą w Europie Centralnej siecią stacji paliw liczącą ponad 2,6 tys. obiektów zlokalizowanych w Polsce, Niemczech, Czechach i na Litwie. Zapleczem sieci detalicznej ORLENU jest efektywna infrastruktura logistyczna składająca się z naziemnych i podziemnych baz magazynowych oraz sieci rurociągów dalekosiężnych.

Dzięki przemyślanym i konsekwentnie prowadzonym działaniom optymalizacyjnym oraz inwestycyjnym PKN ORLEN skutecznie realizuje przyjętą strategię rozwoju. Obejmuje ona m.in. budowę nowych segmentów biznesowych i przekształcenie firmy w zintegrowany koncern paliwowo-energetyczny posiadający zdywersyfikowany portfel aktywów.

**PKN ORLEN dokłada wszelkich starań, aby działania biznesowe prowadzone w ramach grupy kapitałowej pozostawały w zgodzie z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu oraz ładu korporacyjnego.** Koncern od wielu lat dobrowolnie i z zaangażowaniem wdraża konkretne projekty na rzecz różnych grup interesariuszy. Dotyczą one m.in. ochrony środowiska naturalnego, utrzymywania dobrych, sąsiedzkich relacji ze społecznościami lokalnymi, zaangażowania w kulturę, sport i edukację, prowadzenia i wspierania przedsięwzięć na rzecz poprawy jakości życia, ochrony zdrowia i bezpieczeństwa. Towarzyszy temu otwarta, transparentna komunikacja adresowana do wszystkich grup interesariuszy, bazująca na rzetelnych i sprawdzonych informacjach.

**Strategia zrównoważonego rozwoju spółki sprawia, że CSR stał się naturalnym elementem prowadzonych działań biznesowych. Wszystkie działania koncernu uwzględniają długookresowy wpływ na interesariuszy i otaczające środowisko.** Planując kolejne przedsięwzięcia gospodarcze, koncern



# 3,77 mln

Tyle Fundacja ORLEN – DAR SERCA przeznaczyła w 2011 r. na działalność charytatywną oraz instytucje wyższej użyteczności publicznej. Pieniądze wydatkowano m.in. na wsparcie rodzinnych domów dziecka, programy stypendialne, działania na rzecz społeczności lokalnych.

Źródło: Sprawozdanie z działalności Fundacji ORLEN – DAR SERCA za 2011 r.

## ● Ochrona środowiska

**PKN ORLEN podejmuje wiele inwestycji ograniczających wpływ działalności zakładu produkcyjnego na poszczególne komponenty środowiska.** W 2010 r. została wybudowana nowoczesna instalacja Hydroodsierczania Oleju Napędowego VII (HON VII), która będzie wytwarzać bardziej ekologiczne oleje napędowe. Nowe produkty charakteryzuje niższa zawartość siarki, co skutkuje mniejszą emisją SO<sub>2</sub>.

Od 1997 r. PKN ORLEN uczestniczy w programie *Responsible Care (Odpowiedzialność i troska)*, w ramach którego realizuje różnorodne działania. Dużą popularnością cieszy się konkurs *Złap zającą*, którego celem jest m.in. rozwijanie świadomości i wrażliwości

ekologicznej pracowników. Służy temu także proces wdrażania systemu selektywnej zbiórki odpadów komunalnych bezpośrednio z miejsca ich powstawania.

Od 2000 r. koncern współpracuje z Radą Programu Restytucji Sokoła Wędrownego w Polsce. Jej celem jest odbudowanie krajowej populacji sokoła wędrownego na drodze osiedlania ptaków w dogodnym dla nich środowisku. Jest to jeden z wielu tego typu programów realizowanych w Polsce.

## ● Firma jako odpowiedzialny obywatel

**PKN ORLEN czyni wiele, aby być niezawodnym partnerem, dobrym sąsiadem oraz cenionym członkiem społeczności.**

Na szczególną uwagę zasługują dwie organizacje działające na rzecz społeczności lokalnych – Fundacja „Fundusz Grantowy dla Płocka” oraz Stowarzyszenie „Fundusz Grantowy Dobrego Sąsiedztwa dla Ostrowa Wielkopolskiego”. Współpraca w tym obszarze trwa w przypadku Płocka od 2002 r., a w przypadku Ostrowa Wielkopolskiego od 2004 r. Zaangażowanie PKN ORLEN wykracza w tym projekcie poza ramy działalności dobroczynnej z uwagi na połączenie aktywności i wkładu finansowego samorządów lokalnych ze wsparciem koncernu. Projekty te bazują na metodologii Programu Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (ang. UNDP) w zakresie strategii zrównoważonego rozwoju. Ich zadaniem jest poszerzenie i umocnienie współpracy pomiędzy sektorem publicznym i prywatnym w sposób służący jednocześnie ekonomicznej konkurencyjności i sprawiedliwości społecznej. Dotychczasowa praktyka pokazała, że działania te przyczyniają się do tworzenia partnerskich relacji



PKN ORLEN konsekwentnie dąży do realizacji celów strategicznych. Zdobyliśmy mocną pozycję w segmencie rafineryjnym i detalicznym w Europie Środkowo-Wschodniej. Obecnie koncentrujemy wysiłki na budowie nowych segmentów – produkcji energii elektrycznej oraz *upstream*.

Wyraźna obecność celów CSR w strategii PKN ORLEN wskazuje, jak poważnie je traktujemy. Budujemy markę otwartą na dialog, o wysokim standardzie obsługi i jakości usług – markę, która odpowiada na potrzeby naszych interesariuszy.

Jacek Krawiec, prezes PKN ORLEN



z lokalną społecznością oraz służą budowaniu pozytywnego wizerunku koncernu. Wspierają także rozwój trzeciego sektora, gdyż to właśnie lokalne organizacje pozarządowe są beneficjentami grantów wspomnianych wyżej fundacji.

**PKN ORLEN, działając zgodnie z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu, włącza się w liczne inicjatywy i przedsięwzięcia, m.in. na rzecz poprawy bezpieczeństwa.** Jedną z nich jest program *ORLEN. Bezpieczne drogi*. Ma on na celu edukowanie w dziedzinie bezpieczeństwa ruchu drogowego, dostarczanie narzędzi pomocnych w zdobywaniu wiedzy oraz prezentowanie dobrych praktyk.

Koncern aktywnie wspiera również młodzież uzdolnioną sportowo. Jest uczestnikiem ważnych inicjatyw kulturalnych. Wspiera także nowe trendy, będąc m.in. propagatorem idei sprawiedliwego handlu.

#### ● **Dobroczynność**

**Doświadczenia zbierane na przestrzeni lat pozwoliły spółce na wypracowanie jasnych i precyzyjnych zasad udzielania**

**wsparcia. Określone zostały priorytety polityki dobroczynności.** Są nimi ochrona życia i zdrowia oraz edukacja i wychowanie. Z tego względu dominującą grupę beneficjentów stanowią jednostki straży pożarnych, placówki medyczne oraz wnioskodawcy działający w obszarze edukacji.

**PKN ORLEN prowadzi takie działania samodzielnie oraz za pośrednictwem korporacyjnej Fundacji ORLEN – DAR SERCA** będącej organizacją pożytku publicznego, powołanej w celu realizowania społecznej misji fundatora. Jej sztandarowym programem jest opieka nad kilkuset rodzinnymi domami dziecka w całej Polsce. Coraz większego rozmachu nabierają również programy stypendialne. Obecnie prowadzone są już cztery. ●

# Energia w kontakcie z naturą

Programy edukacyjne ENEA mają kompleksowy charakter. Są skierowane do odbiorców zewnętrznych oraz samych pracowników firmy, którzy uczą się, jak na co dzień dbać o środowisko naturalne.

TEKST > ENEA SA

nauka

**Grupa Kapitałowa ENEA** należy do grona największych w Polsce koncernów energetycznych. Podstawą jej działania jest handel energią elektryczną, jej dystrybucja i wytwarzanie. Tym ostatnim zajmuje się przede wszystkim elektrownia Kozienice, największa w kraju elektrownia opalana węglem kamiennym. Grupa pozyskuje również energię z elektrowni wodnych i elektrowni biogazowej oraz z farmy wiatrowej. Usługi dystrybucyjne świadczy ENEA Operator, który zarządza siecią oplatającą blisko 20 proc. powierzchni kraju i zaopatruje w energię mieszkańców północno-zachodniej Polski. Handel energią pozostaje domeną ENEA SA, która jako pierwsza spośród spółek branży energetycznej zadebiutowała na Giełdzie Papierów Wartościowych w listopadzie 2008 r. Grupa dostarcza energię do 2,4 mln klientów indywidualnych i przemysłowych.

Może się wydawać, że skoro firma wyposaża użytkowników w tak niezbędne dobro, jakim jest energia, niewiele musi robić dla konsumentów i swego otoczenia. Nic bardziej mylnego. Bez względu na specyfikę i charakter działania troska o otoczenie firmy powinna

stanować fundament zarządzania organizacją. Ogromna grupa odbiorców oznacza dużą za nich odpowiedzialność.

## JAKIE SĄ OCZEKIWANIA ŚRODOWISKA LOKALNEGO?

W jednej z pierwszych odsłon kampanii reklamowej ENEA ambasador marki Michał Żebrowski przekonywał, iż to, co robimy dziś, będzie miało wpływ na to, co stanie się jutro. To stwierdzenie stanowi sedno tego, jak ENEA rozumie i realizuje społeczną odpowiedzialność biznesu. Zarządzanie zgodnie z zasadami CSR to przyjęcie odpowiedzialności za skutki działań i decyzji, a poprzez swe funkcjonowanie – przyczynianie się do ogólnospołecznego rozwoju. W praktyce oznacza to uwzględnienie oczekiwań otoczenia, czyli racjonalne zarządzanie zasobami i zwiększanie wartości firmy w perspektywie trwałego, zrównoważonego rozwoju.

**Zagadnieniami, które obecnie zalicza się do praktyk społecznej odpowiedzialności biznesu, Grupa ENEA zajmowała się na długo, zanim ten termin wszedł do słownika polskiego biznesu.** ENEA SA jest firmą powiązaną historycznie z Wielkopolską i zawsze była aktywnym członkiem społeczności, w której wyrosła. Zwiększająca się skala działań wymogła jednak bardziej systemowe myślenie o planowaniu i wdrażaniu praktyk odpowiedzialnego biznesu. Dlatego w 2010 r. przyjęto *Strategię społecznej odpowiedzialności biznesu Grupy*



## GŁÓWNA MYŚL

— **Edukacyjne działania prośrodowiskowe firmy ENEA SA są kierowane zarówno do pracowników, jak i do jej otoczenia.** Przedsiębiorstwu udało się stworzyć społeczność, która na co dzień aktywnie wdraża w życie postawy oszczędzania energii i korzystania z jej tzw. czystych źródeł.

Kapitałowej ENEA SA, która jest w pełni zintegrowana ze strategią korporacyjną grupy. Budowa firmy odpowiedzialnej społecznie jest bowiem częścią tej strategii.

### TRZY OBSZARY ODPOWIEDZIALNOŚCI

Społeczna odpowiedzialność biznesu Grupy Kapitałowej ENEA SA skupia się na trzech kluczowych obszarach: **miejsce pracy, społeczność i środowisko naturalne**. Wokół nich zostały sformułowane strategiczne cele, którymi są zrównoważone zarządzanie kapitałem ludzkim (rozwój kompetencji pracowników, przepływ wiedzy i komunikacja), dialog z interesariuszami (relacje z klientami, działania społeczne podejmowane na rzecz społeczności lokalnych) oraz promowanie rozwiązań i zachowań prośrodowiskowych (edukacja, zmniejszanie negatywnego wpływu ENEA na środowisko).

### UCZYMY PRACOWNIKÓW

Działamy w specyficznej branży, która wywiera ogromny wpływ na środowisko naturalne. Jesteśmy tego świadomi, dlatego część naszego działania stanowi edukacja ekologiczna. Mimo powracającej tendencji eko obserwujemy niskie zainteresowanie Polaków tą kwestią. Brakuje akcji i pomysłów inspirujących do aktywnej postawy, zarówno dzieci, młodzież, jak i dorosłych.

Aby być wiarygodnym edukatorem, **firma rozpoczęła działania od siebie**, wypracowując i wcielając w życie politykę środowiskową. Jej istotnym elementem jest zmniejszenie negatywnego wpływu ENEA na środowisko naturalne. W skali makro są to inwestycje w technologie sprzyjające środowisku naturalnemu i spełniające rygorystyczne normy ochrony środowiska (np. wysokosprawne instalacje odsiarczania spalin na terenie elektrowni Kozienice zmniejszające emisję spalin). W skali mikro to edukacja. Wewnątrz firmy wdrażanie polityki środowiskowej zostało wsparte programem zwiększającym poziom świadomości i wiedzy ekologicznej pracowników. Firma rozpoczęła segregację odpadów w biurach, w eksploatowanych pomieszczeniach pojawiły się tzw. ekowlepkki przypominające o gaszeniu zbędnego oświetlenia, wyłączaniu sprzętu biurowego na koniec dnia, zachęcające do oszczędnego gospodarowania wodą. Te drobne działania, wymagające zmiany dotychczasowych nawyków i wypracowania nowych odruchów, są kluczowym elementem procesu zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko – poziomu zużycia energii i wody.



Energia jest jednym z czynników warunkujących rozwój. Nowocześnie zarządzana firma nastawiona jest na coś więcej niż tylko generowanie zysków. Inspirujemy do działań na rzecz ochrony środowiska, uczymy, jak racjonalnie korzystać z energii – działajmy na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Maciej Owczarek, prezes zarządu ENEA SA

# 10 tys.

Tyłu fanów w Facebooku miał w lutym 2012 r. promujący postawy proekologiczne profil *W kontakcie z naturą*.

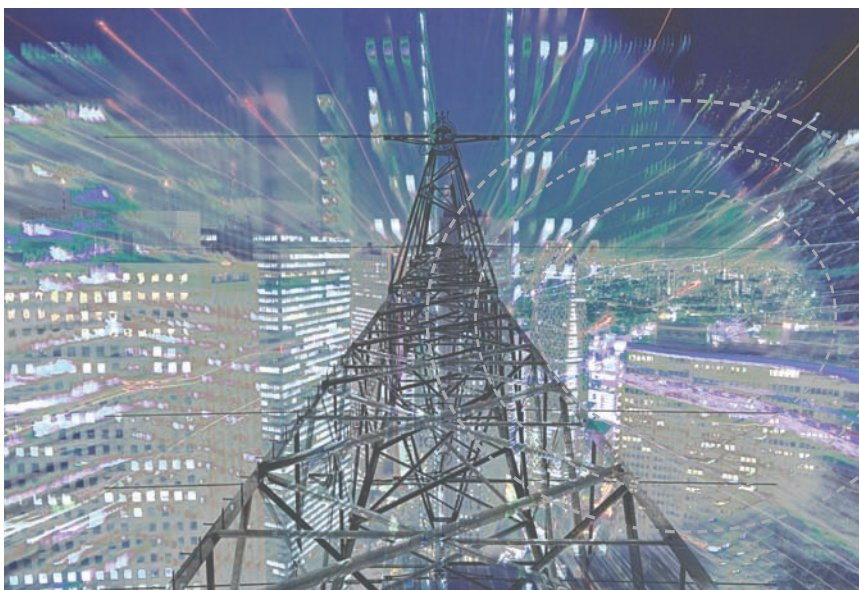
## EDUKUJEMY OTOCZENIE: W KONTAKCIE Z NATURĄ

Chcąc promować aktywne zachowania prośrodowiskowe na zewnątrz, ENEA realizuje autorski projekt *W kontakcie z naturą*. Inicjuje on i promuje działania na rzecz środowiska wśród szerokiego i zróżnicowanego grona interesariuszy ENEA, a jego celem jest zwiększanie świadomości ekologicznej poprzez dostarczanie praktycznej wiedzy, ale też motywowanie do działań i ekologicznych inicjatyw.

Najważniejszym elementem projektu jest portal [www.wkontakcieznatura.pl](http://www.wkontakcieznatura.pl) z bazą wiedzy, kalkulatorem zużycia energii i emisji CO<sub>2</sub>, kwizami i poradami ekspertów oraz cyklicznym konkursem na najciekawsze inicjatywy ekologiczne. Uczestnicy konkursu (osoby indywidualne, szkoły, fundacje i stowarzyszenia, firmy) opisują na blogach swoje ekodziałania. Jury i internauci wybierają najciekawsze z nich i nagradzają je. Akcja obecna jest również w Facebooku. Inicjatywa zawdzięcza swój sukces kompleksowemu podejściu do tematu edukacji ekologicznej i włączeniu w proces edukacji wielu czynników niezbędnych do zmiany postaw w życiu codziennym. Jest to przekazywanie wiedzy poprzez zachęcanie do jej praktycznego wykorzystania, wzmacnianie pozytywnego nastawienia do tematu dzięki budowaniu wokół niego zaangażowanej społeczności oraz akcentowanie i nagradzanie działań i aktywności na polu ekologii. Przedsięwzięcie ma charakter niekomercyjny; uczestnictwo w nim jest bezpłatne.

**Projekt *W kontakcie z naturą* wyróżnia na rynku jego długoletność i kompleksowość.** Pierwsza edycja konkursu zakończyła się w grudniu 2011 r., kolejna zostanie ogłoszona w marcu 2012 r. Poprzez zaangażowanie szerokiego grona





odbiorców – nie tylko obecnych klientów firmy – udało się zbudować wokół tematyki ekologii zaangażowaną społeczność, która przede wszystkim aktywnie działa i na tym skupia swoją energię. W ten sposób zostały zidentyfikowane, a w wielu przypadkach wzmocnione dotychczasowe relacje z interesariuszami. Idea projektu i jego cele są spójne z pozostałymi działaniami firmy w zakresie CSR i wynikają bezpośrednio z realizowanej strategii i polityki zarządzania. **Dzięki interaktywnej formule i wykorzystywaniu nowoczesnych technologii komunikacyjnych uatrakcyjniamy edukację ekologiczną, zwłaszcza edukację szkolną.** Informacje zwrotne od uczestników konkursu oraz użytkowników portalu i strony w Facebooku służą do dalszego rozwijania ciekawej formuły naszych działań. ENEA będzie kontynuowała rozwój serwisu [www.wkontakcieznatura.pl](http://www.wkontakcieznatura.pl) – ma zamiar wzbogacać jego treści, w dalszym ciągu promować i nagradzać aktywne postawy na rzecz ochrony środowiska.

#### DIALOG I SPÓJNOŚĆ DZIAŁAŃ FIRMY

Organizacja, która chce wiarygodnie realizować politykę odpowiedzialnego biznesu, powinna wsłuchiwać się w potrzeby i oczekiwania swojego otoczenia. Nie wystarczy zdefiniować

grupy odbiorców. **Realizacja wyznaczonych celów i priorytetów nie zakończy się sukcesem, jeśli pomiędzy firmą a jej interesariuszami nie będzie chęci do dialogu.**

O powodzeniu podejmowanych działań decyduje wiele czynników; najważniejsze z nich to spójność polityki firmy i działań z zakresu CSR. Działania powinny wywodzić się bowiem głównie ze strategii firmy. Co może być źródłem inspiracji? Przede wszystkim najbliższe otoczenie przedsiębiorstwa, grupy odbiorców, którym działalność biznesowa firmy jest najbliższa. Najczęściej samo życie podpowiada, na jakich działaniach warto skupić uwagę i w którym kierunku powinna zmierzać polityka odpowiedzialnego biznesu. Warto wyznaczyć sobie kilka głównych celów i na ich realizacji skupić działania. Mnogość priorytetów nie sprzyja przecież ich rzetelnemu wypełnianiu. ●

# Od wartości po międzynarodową debatę

Odpowiedzialność spółki GAZ-SYSTEM S.A. odzwierciedla się zarówno w dbaniu o ochronę środowiska, realizacji inwestycji strategicznych we współpracy ze społecznościami lokalnymi, jak i w angażowaniu się w debatę o bezpieczeństwie energetycznym.

TEKST > GAZ-SYSTEM S.A.

dialog

**Podstawę** działalności GAZ-SYSTEM S.A. stanowi równowaga pomiędzy sukcesem ekonomicznym, ochroną środowiska i odpowiedzialnością społeczną. Realizacja zasad zrównoważonego rozwoju na stałe została wpisana w założenia strategii spółki, a zasady te są trwałym elementem kultury korporacyjnej.

Głównym zadaniem spółki jest zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego kraju oraz integracja systemów przesyłowych w Europie ze szczególnym uwzględnieniem priorytetów, takich jak: ochrona środowiska, rozwój i realizacja inwestycji strategicznych przy współpracy ze społecznościami lokalnymi.

Tak zdefiniowane kierunki strategiczne zorientowane są na realizację działań z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju. Zgodnie z tymi regułami **spółka zapewnia bezpieczeństwo funkcjonowania systemu przesyłowego jako elementu europejskiej sieci gazociągów**. Tworzy warunki do rozwoju zliberalizowanego rynku gazu ziemnego w Polsce mające na celu wzrost zużycia gazu ziemnego jako paliwa ekologicznego. Działa

na rzecz zapewnienia skutecznej i długoterminowej poprawy efektywności operacyjnej i organizacyjnej spółki oraz budowania jej pozycji jako istotnego uczestnika rynku gazu ziemnego w Unii Europejskiej, szczególnie w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

## WARTOŚCI – FUNDAMENT FIRMY

W spółce został wdrożony kodeks etyczny, który definiuje zasady etycznego postępowania oraz podkreśla kluczową rolę wartości wyznaczających sposób działania i podejmowania decyzji w spółce. Są nimi: odpowiedzialność, zaangażowanie, profesjonalizm, praca zespołowa oraz szacunek. Wdrożenie tego dokumentu w GAZ-SYSTEM S.A. świadczy także o budowaniu pożądanej kultury organizacyjnej.

Według przeprowadzonego przez firmę Aon Hewitt badania *Najlepsi pracodawcy 2011* aż 71 proc. pracowników twierdzi, że wartości spółki są zgodne z tymi, którymi kierują się w życiu prywatnym, a wizerunek firmy jako pracodawcy jest spójny z ich doświadczeniem z pracy w GAZ-SYSTEM S.A. Firma z wyraźnie określonym systemem wartości i zdefiniowanymi standardami postępowania staje się bardziej przewidywalna i wiarygodna zarówno dla klientów, inwestorów, partnerów biznesowych, jak i dla swoich pracowników.

## • GŁÓWNA MYŚL

– **Odpowiedzialność spółki GAZ-SYSTEM S.A. za otoczenie wpływa z wartości, które firma wyznaje.** Na ich kanwie przedsiębiorstwo buduje spektrum aktywności, zaczynając od edukacji młodego pokolenia, a kończąc na kreowaniu międzynarodowej debaty.

Określenie standardów etycznych oraz ich przestrzeganie pozwala budować spójną kulturę organizacyjną i markę firmy.

### PRACOWNIK NA PIERWSZYM MIEJSCU

Najważniejszym elementem funkcjonowania i rozwoju GAZ-SYSTEM S.A. są ludzie pracujący w spółce, dbający o niezawodne funkcjonowanie systemu przesyłowego. To dzięki ich wiedzy, pracy zespołowej oraz wysokim kompetencjom możliwy jest ciągły rozwój organizacji, stawianie nowych wyzwań i aktywny wpływ na rozwój rynku gazu ziemnego w Polsce i Europie. To zaufanie i dobre opinie pracowników o firmie pozwoliły GAZ-SYSTEM S.A. na zajęcie pierwszego miejsca w kategorii duże firmy w badaniu *Najlepsi pracodawcy 2011* w Europie Środkowo-Wschodniej oraz drugiego miejsca w Polsce. Zarządzanie kapitałem ludzkim odbywa się poprzez tworzenie możliwości rozwoju zawodowego, mobilności wewnętrznej oraz zagwarantowanie szerokiego pakietu socjalnego.

### TROSKA O ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Od lipca 2009 r. GAZ-SYSTEM S.A. jest członkiem Inicjatywy Sekretarza Generalnego ONZ, stosuje jej zasady oraz deklaruje poszanowanie dziesięciu zasad z zakresu przestrzegania praw człowieka, stosunków pracy, ochrony środowiska oraz przeciwdziałania korupcji. GAZ-SYSTEM S.A. kładzie duży nacisk na prewencyjne podejście do środowiska naturalnego, podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej oraz stosowanie

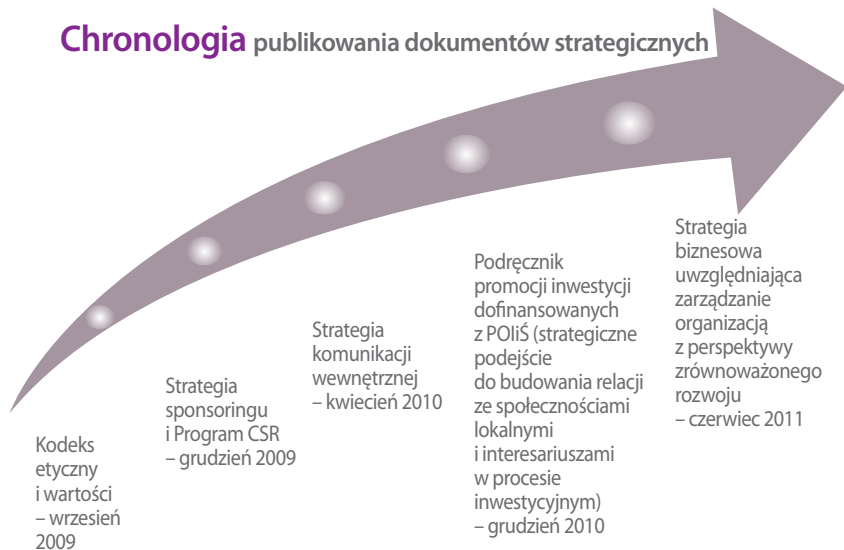
i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii.

Ponieważ GAZ-SYSTEM S.A. stosuje odpowiedzialne społecznie praktyki, podpisał *Deklarację w sprawie zrównoważonego rozwoju w branży energetycznej w Polsce*. Dokument ten poza bezpieczeństwem energetycznym wskazuje inne elementy, do których spółka przywiązuje szczególną wagę. Należą do nich: troska o środowisko naturalne, wdrażanie efektywnych rozwiązań energetycznych oraz uwzględnianie głosu społeczności lokalnych w procesie realizacji inwestycji.

W ramach ośmiu punktów deklaracji GAZ-SYSTEM S.A. realizuje już siedem inicjatyw w zakresie:

- **przejrzystości działania i efektywnego zarządzania,**
- **bezpieczeństwa i higieny pracy,**
- **angażowania interesariuszy i troski o otoczenie,**
- **partnerskiego traktowania klientów, dostawców i podwykonawców,**
- **promocji energooszczędnych rozwiązań, czystych technologii,**
- **ekologicznych źródeł energii, współpracy branżowej i dzielenia się wiedzą.**

## Chronologia publikowania dokumentów strategicznych



### SZEROKI DIALOG SPOŁECZNY

Prowadzone przez spółkę inwestycje w zakresie rozbudowy systemu przesyłowego, służące dywersyfikacji dostaw gazu ziemnego oraz bezpieczeństwu energetycznemu kraju, wzmacniają poczucie odpowiedzialności GAZ-SYSTEM S.A. za mieszkańców regionów oraz wykorzystywane zasoby naturalne. Spółka dokłada starań, aby podejmowane działania były w pełni rozumiane i akceptowane, realizowane z poszanowaniem środowiska oraz stwarzały szansę na to, by dany region stał się znaczącym beneficjentem wdrażanych projektów.

Realizując powyższe założenia, GAZ-SYSTEM S.A. był pomysłodawcą spotkań regionalnych (w Szczecinie, Gdańsku, Poznaniu oraz we Wrocławiu), w których uczestniczyli przedstawiciele władz lokalnych, organów administracji państwowej i samorządu terytorialnego. Taka praktyka była prowadzona m.in. podczas prezentacji strategicznej inwestycji, jaką jest budowa gazociągu Świnoujście

– Szczecin i tłoczni gazu w Goleniowie. Przyjęty został także *Plan komunikacji dla projektu*, który zakłada zwiększenie wiedzy o prowadzonej inwestycji, rzetelne, kompleksowe i aktualne informowanie o postępach w realizacji jej poszczególnych etapów, otwartość komunikacyjną, uświadomienie interesariuszom zewnętrznym korzyści wynikających z realizacji inwestycji oraz zbudowanie wizerunku inwestycji jako elementu zrównoważonego rozwoju regionu.

Obecnie spotkania regionalne są kontynuowane. W 2011 r. odbyły się dyskusje w gminach, gdzie realizowane są inwestycje strategiczne GAZ-SYSTEM S.A. Spółka prowadzi szeroką akcję informacyjną dotyczącą budowy gazociągów dofinansowanych ze środków unijnych, w tym z Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko. Działania informacyjne prowadzone są zgodnie z obowiązującym w spółce *Podręcznikiem działań promocyjno-informacyjnych przy inwestycjach dofinansowanych z Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko*.

### KSZTAŁCIMY MŁODE POKOLENIA

Spółka angażuje się też w działania edukacyjne. Przekazuje m.in. wybranym pierwszoklasistom wyprawki szkolne. Najmłodsi uczniowie otrzymują plecaki, piórniki z pełnym wyposażeniem oraz pomoce szkolne.

Beneficjentem działań jest też szkolnictwo wyższe, m.in. Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie. Pierwsza inicjatywa, w której GAZ-SYSTEM S.A. uczestniczy, to uruchomienie dla studentów AGH laboratorium numerycznego logistyki i zarządzania sieciami przesyłowymi dzięki zaawansowanym symulatorom przepływu gazu w sieciach. Studenci, ucząc się, korzystają z praktycznych narzędzi, które GAZ-SYSTEM S.A. wykorzystuje na co dzień – stosują specjalistyczne oprogramowanie, które umożliwia obliczanie wszystkich procesów zachodzących w systemach gazociągów przesyłowych.

Dzięki zaangażowaniu GAZ-SYSTEM S.A. możliwe było także wyposażenie pracowni w nową wersję oprogramowania SIMONE, które pozwoli śledzić pracę sieci gazowej studentom Wydziału Wiertnictwa, Nafty i Gazu oraz Wydziału Energetyki i Paliw.

## DLA LUDZI, DLA NATURY

Spółka włącza się też w inicjatywy budujące wiedzę społeczeństwa o ochronie środowiska. Jest organizatorem konkursu grantowego *Fundusz Naturalnej Energii*. Głównym założeniem konkursu jest kształtowanie świadomości ekologicznej wśród dzieci i młodzieży oraz wykształcanie w nich postaw przyjaznych otoczeniu naturalnemu. Pierwsza edycja *Funduszu Naturalnej Energii* odbyła się w województwie zachodniopomorskim. Wzięły w niej udział gminy i szkoły województwa zachodniopomorskiego. Pięć najlepszych pomysłów na ochronę środowiska naturalnego zostało nagrodzonych grantami finansowymi o łącznej wartości 50 tys. zł. Uroczystość wręczenia nagród odbyła się 9 maja 2011 r. w siedzibie Zachodniopomorskiego Urzędu Wojewódzkiego w Szczecinie.

Wśród zwycięskich projektów znalazły się:

- *Grupy patrolowe*, Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Nowogardzie
- *Wyleczmy kasztanowce*, Zespół Szkół w Lubianie
- *Ścieżka dydaktyczna*, Szkoła Podstawowa w Czaplunku
- *Świat czeka na eko-człowieka*, Szkoła Podstawowa im. Janusza Korczaka w Gostomi
- *Żyj energicznie, lecz ekonomicznie*, Szkoła Podstawowa nr 2 im. prof. dr. Władysława Szafera w Wapnicy.

Szczegółowy raport z I edycji konkursu grantowego znajduje się na [www.gazsystemdlanatury.pl](http://www.gazsystemdlanatury.pl). Kolejna edycja konkursu grantowego *Fundusz Naturalnej Energii* została ogłoszona w listopadzie 2011 r. i swoim zasięgiem obejmie województwa

zachodniopomorskie, pomorskie oraz dolnośląskie.

## SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

GAZ-SYSTEM S.A. podejmuje również działania propagujące odpowiedzialność biznesu. Przykładem może być dołączana do dokumentów przetargowych *Instrukcja dla podwykonawców*, której celem jest opisanie zasad postępowania w zakresie wywierania wpływu na środowisko oraz bezpieczeństwo i higienę pracy przez podwykonawców podczas realizacji zadań na rzecz GAZ-SYSTEM S.A.

Spółka we współpracy z członkami unijnej organizacji Gas Infrastructure Europe zainicjowała powstanie portalu GasNaturally dedykowanego promocji gazu ziemnego jako bezpiecznego i ekologicznego źródła energii.

## Pięć kierunków rozwoju strategicznego GAZ-SYSTEM S.A.



### BEZPIECZEŃSTWO

Zapewnienie bezpieczeństwa funkcjonowania systemu przesyłowego jako elementu europejskiej sieci gazociągów



### ROZWÓJ RYNKU

Stworzenie optymalnych warunków do rozwoju zliberalizowanego rynku gazu ziemnego w Polsce, mające na celu wzrost zużycia gazu ziemnego jako paliwa ekologicznego



### SKUTECZNE ZARZĄDZANIE

Zapewnienie skutecznej i długoterminowej poprawy efektywności operacyjnej i organizacyjnej spółki



### EUROPEJSKI PARTNER

Budowa pozycji spółki jako istotnego uczestnika rynku gazu ziemnego w Unii Europejskiej, szczególnie w regionie Europy Środkowo-Wschodniej



### ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Zarządzanie spółką z perspektywy zrównoważonego rozwoju



Dążenie spółki do osiągnięcia zrównoważonego rozwoju ma charakter długofalowy i skupia się na wszystkich płaszczyznach jej działalności, co odzwierciedla się w praktykach biznesowych.

Jan Chadam, prezes zarządu GAZ-SYSTEM S.A.

Platforma GasNaturally jest odpowiedzią na apel Komisji Europejskiej o przeprowadzenie kompleksowej debaty na temat rozwiązań, które przyczynią się do zapewnienia bezpiecznych dostaw energii przy jednoczesnym osiągnięciu docelowej redukcji emisji CO<sub>2</sub>.

Celem działania portalu jest propagowanie gazu ziemnego jako najczystszej z paliw węglowodorowych oraz dostępnego, bezpiecznego i niezawodnego źródła energii. Portal ma również za zadanie pokazać, że gaz ziemny umożliwi szybszą transformację europejskiej gospodarki w kierunku niskoemisyjnego systemu energetycznego cechującego się wysokim poziomem wydajności, konkurencyjności i akceptacji wśród konsumentów i przedsiębiorstw energetycznych.

Jednym z kluczowych elementów inicjatywy GasNaturally jest kampania *Gas Week 2012*, na którą składać się będzie tygodniowy program publicznych debat i wystaw odbywających się w Brukseli. *Gas Week 2012* będzie okazją do wymiany poglądów i uzyskania informacji dotyczących wkładu gazu ziemnego w ochronę środowiska naturalnego, zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego i konkurencyjności w Europie.

Dodatkowo GAZ-SYSTEM S.A. jest oficjalnym partnerem w programie *Natural Gas STAR*. Jest to dobrowolny program promujący wdrażanie sprawdzonych i opłacalnych technologii ograniczających emisję metanu zainicjowany przez amerykańską Agencję ds. Ochrony Środowiska EPA (Environmental Protection Agency), która zachęca do współpracy firmy z sektora ropy naftowej i gazu ziemnego. Przedstawiciel GAZ-SYSTEM S.A. jako reprezentant Polski bierze również udział w pracach Global Methane Initiative, inicjatywy działającej na rzecz ograniczenia emisji metanu.

#### **Spółka aktywnie angażuje się w inicjatywy podejmowane na forum europejskim, które mają wpływ na kształtowanie europejskiej polityki w zakresie dotyczącym gazu ziemnego.**

Dąży do zapewnienia bezpieczeństwa funkcjonowania krajowego systemu przesyłowego jako elementu europejskiej sieci przesyłowej, stworzenia optymalnych warunków do rozwoju zliberalizowanego rynku gazu ziemnego w Polsce, zapewnienia długoterminowej poprawy efektywności operacyjnej oraz organizacyjnej spółki.

# 45

Tyle spotkań odbyło się w 2011 r. w gminach, w których prowadzone są inwestycje GAZ-SYSTEM S.A.

# ZMIANA



Myśląc o energetyce, musimy patrzeć w przyszłość. Wciąż napotykamy problem starzejących się elektrowni, przestarzałych i niedoinwestowanych sieci energetycznych. Konieczne będą inwestycje na ogromną skalę, które będą decydowały o kształcie sektora w najbliższych dziesięcioleciach. Czeka nas wielkie zmiany.

# ENERGIA

„Nie musisz się zmieniać. Przetrwanie nie jest obowiązkowe”

W.E. Deming

# *PwC Twój zaufany doradca w sektorze energetycznym*



**pwc**

**Kontakt:**



**Irena Pichola**  
Dyrektor  
tel. +48 502 184 587  
irena.pichola@pl.pwc.com



**Magdalena Dembińska**  
Starszy Konsultant  
tel. +48 519 507 232  
magdalena.dembinska@pl.pwc.com

Zespół PwC ds. zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu.

Od wdrażania strategii we współpracy z zarządami po dialog w gminach i społecznościach lokalnych. Wspieramy spółki energetyczne w integracji ich celów biznesowych ze zobowiązaniami społecznymi i środowiskowymi.