



Praktyki Henkla wyróżnione w raporcie FOB „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2019. Dobre praktyki”

W tegorocznym raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2019. Dobre praktyki” Forum Odpowiedzialnego Biznesu wyróżniło aż 25 praktyk firmy Henkel Polska. Poniżej znajdują się ich opisy¹:

PRAKTYKI NOWE

1. W 2019 roku Henkel Polska we współpracy z firmą BETTER zainaugurował – pod parasolem Kongresu Różnorodności – zupełnie nowy cykl kameralnych spotkań **Praktycy Różnorodności w Lepszym Świecie**. Podczas spotkań Praktyków eksperci i praktycy wymieniają się pomysłami i dobrymi praktykami, zastanawiając się, jak – mierząc się z licznymi wyzwaniem dzisiejszego rynku pracy – skutecznie tworzyć przyjazne i różnorodne organizacje. Tematyczne spotkania kierowane są do przedstawicieli biznesu, w tym menedżerów HR i specjalistów ds. CSR, ekspertów ze świata NGO, think tanków i administracji oraz dziennikarzy. Podczas trzech dotychczasowych spotkań zostały poruszone takie tematy jak mentoring, szczęście w pracy oraz wyzwania i koszty różnorodności.
2. **Rebelki** to program społeczny zainicjowany przez Henkel Polska we współpracy z platformą edukacyjną Zwolnieni z Teorii. Celem programu jest rozwijanie postaw leaderskich wśród młodych, aktywnych społecznie dziewczyn. Program kierowany jest do osób, które mają już za sobą pierwsze doświadczenia w realizacji inicjatyw społecznych. 20 uczestniczek w wieku 15-19 lat stworzyło pięć 4-osobowych zespołów. Celem każdego zespołu było opracowanie pomysłu na program społeczny, a następnie jego realizacja. Zespoły współpracowały z dedykowanymi mentorkami z Henkla. Mentorki konsultowały plany i materiały dotyczące projektu, inspirowały do podejmowania trudnych wyzwań i wspierały w budowaniu wiary we własne możliwości. Program obejmował udział w trzech zjazdach szkoleniowych, podczas których omawiane były poszczególne etapy tworzenia projektu społecznego.
3. W dniach 3-14 września 2019 r. Henkel wspólnie z firmą Carrefour przeprowadził kampanię promocyjną **„Spraw dzieciom frajdę”**. Część dochodu ze sprzedaży swoich środków do prania i czystości oraz kosmetyków w sklepach sieci Carrefour w całej Polsce Henkel postanowił przekazać Fundacji Czerwone Noski Klown w Szpitalu na kontynuację ich szpitalnego programu. W sumie darowizna wyniosła 50 000 zł.
4. Firma Henkel nawiązała **współpracę z UNICEF**, przekazując część zysku ze sprzedaży produktów marek Somat i Pril (Pur) w dziesięciu krajach Europy na rzecz rozwiązania problemu niedożywienia w najbardziej zagrożonych nim regionach świata. W Polsce akcja trwała od 1 października do 31 grudnia 2019. Od każdego sprzedanego w tym czasie produktu marek Somat i Pur firma Henkel Polska przeznaczyła 12 groszy na program walki z niedożywieniem dzieci. Zebrane w ten sposób fundusze zostaną wykorzystane na bezpośrednie dożywianie dzieci a także na działania edukacyjne dla matek i opiekunów w ośrodkach zdrowia, wprowadzanie do posiłków produktów zawierających witaminy

¹ Opisy na podstawie Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2018”, uzupełnione przez firmę Henkel Polska

i minerały, promocję karmienia piersią i żywienia uzupełniającego oraz leczenie dzieci cierpiących na skrajne niedożywienie.

5. Akcja marki Perwoll **#RethinkFashion**, której ambasadorką jest Maja Sablewska, ma na celu edukację społeczeństwa w obszarze odpowiedzialnej konsumpcji ubrań. Chodzi o zachęcenie Polek i Polaków, by kupowali mniej ubrań, ale lepszej jakości oraz troskliwiej dbali o te, które już posiadają. Kampania edukacyjna wpisuje się w strategię zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności firmy Henkel. Firma dąży do ograniczania śladu środowiskowego własnych operacji biznesowych. Ważną częścią odpowiedzialności firmy jest także skuteczna edukacja konsumencka. Na podstronie akcji www.perwoll.pl/rethinkfashion konsumenci mogą znaleźć wiele porad na temat nie tylko sposobów dbania o ubrania, lecz także samej filozofii slow fashion. Na potrzeby kampanii powstał cykl videocastów w serwisie YouTube, w których Maja Sablewska, współpracująca z marką Perwoll od 6 lat, zdradza swoją filozofię mody i życia w zgodzie z nurtem slow fashion.

PRAKTYKI DŁUGOLETNI

6. **Henkel Polska Awards** to konkurs dla pracowników organizowany po to, by wyrazić uznanie dla ich pracy oraz nagrodzić projekty, które w danym roku przyczyniły się do rozwoju firmy i jej sukcesu w Polsce. Indywidualni pracownicy i zespoły pracownicze ze wszystkich działów i lokalizacji mogą zgłaszać projekty w 5 kategoriach: pobudzenie wzrostu, przyspieszenie digitalizacji, zwiększenie sprawności, finansowanie wzrostu oraz zrównoważony rozwój, które odzwierciedlają globalne priorytety strategiczne firmy. W jury zasiadają członkowie zarządu firmy, którzy oceniają projekty i przyznają nagrody w oparciu o następujące kryteria: innowacyjność pomysłu, wpływ na biznes i skala projektu, wysiłek zespołu związany z wdrożeniem oraz doskonałe wyniki. W 2019 roku na konkurs zgłoszono blisko 60 projektów.
7. W 2018 r. firma Henkel wyznaczyła sobie **ambitne cele w dziedzinie opakowań**. Zadeklarowała, że do 2025 r. 100% opakowań jej produktów ma być zgodnych z recyklingu lub ponownego użycia. Henkel obiecał także, że w 2025 r. plastik wykorzystywany do produkcji opakowań na rynku europejskim będzie pochodził w 35% z recyklingu. Dobrym przykładem realizacji strategii jest środek piorący Persil Discs 4w1, którego opakowanie zbiorcze w 20% składa się z tworzyw pochodzących z recyklingu, a w 95% jest zgodne z recyklingu a także produkty marek Pur, Clin, Silan czy Bref z serii Pro Nature, które oferowane są w butelkach PET w 100% wykonanych z przetworzonego plastiku.
8. Henkel Polska był **opiekunem merytorycznym ścieżki edukacyjnej „Komunikacja a CSR” XV edycji Ligi Odpowiedzialnego Biznesu**. W ramach współpracy studenci – Ambasadorzy i Ambasadorzy CSR – uczestniczyli w dwudniowym zjeździe w siedzibie firmy w Polsce. Podczas spotkań przedstawiciele firmy Henkel oraz zaproszeni goście dzielili się z uczestnikami swoim doświadczeniem i wiedzą ekspercką. Studenci poszerzali swoją wiedzę z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, zapoznawali się z przykładami wdrażania strategii CSR w organizacji oraz włączania wątków CSR w działania firmy skierowane do różnych grup docelowych, a także pogłębiali wątek różnorodności.
9. Od 2018 r. firma Henkel Polska raz do roku organizuje kampanię prewencyjno-edukacyjną skupioną wokół profilaktyki chorób cywilizacyjnych pod nazwą **Tydzień Zdrowia**, która swoim zasięgiem i działaniem obejmuje wszystkich pracowników firmy w całej Polsce. W 2019 roku kampania edukacyjna „Tydzień Zdrowia” skupiała się wokół zasad zdrowego odżywiania i profilaktyki chorób układu ruchu. Pracownicy warszawskiego biura mieli między

innymi możliwość zasięgnięcia porady fizjoterapeuty i uczestniczenia w sesjach masażu. Oferta przygotowana dla pracowników zakładów produkcyjnych obejmowała porady fizjoterapeutyczne oraz możliwość uczestniczenia w podstawowych badaniach przesiewowych, monitorujących ogólny stan zdrowia.

10. Celem **Tygodnia Zrównoważonego Rozwoju** jest edukacja prośrodowiskowa pracowników oraz zwrócenie ich uwagi na konkretne wyzwania w obszarze ochrony środowiska i CSR. Podczas tegorocznej edycji została przeprowadzona kampania edukacyjna na temat zero waste i odpowiedzialnej konsumpcji. W siedzibie Henkla odbyło się spotkanie z Jagną Niedzielską, która opowiedziała o ograniczaniu ilości odpadów w kuchni. Został także zorganizowany konkurs pod hasłem Zostań ZeroWasterem oraz warsztat „Las w słoiku”, podczas którego uczestnicy wykonali piękne, zamknięte w słoiku ogrody. Każdy pracownik biura otrzymał także woskowijkę – wielorazowe opakowanie na kanapki – oraz wielorazowe woreczki na zakup warzyw i owoców. Pracownicy zakładów produkcyjnych otrzymali sadzonki roślin.
11. W 2018 r. w polskim oddziale Henkla ogłoszono oficjalny **Regulamin korzystania z elastycznych form pracy**, który stał się załącznikiem do Regulaminu Pracy. Zgodnie z tym rozporządzeniem z elastycznych rozwiązań mogą korzystać wszyscy ci pracownicy, których charakter pracy to umożliwia. Regulamin daje konkretne wskazówki przełożonym, jak w praktyce stosować proponowane rozwiązania. Dokument został oficjalnie podpisany przez zarząd firmy, który wyraził w ten sposób swoje oficjalne poparcie dla idei work-life balance i wspierających jej wdrożenie elastycznych form pracy. Ogłoszeniu Regulaminu towarzyszyła kampania informacyjna skierowana do pracowników i przełożonych.
12. **Polityka przeciwdziałania mobbingowi** ma na celu podejmowanie działań prewencyjnych, zwiększanie świadomości pracowników nt. zachowań niedozwolonych, a także eliminację mobbingu w miejscu pracy. Ramy jej działania wyznaczają: Kodeks Etyki, Normy Społeczne oraz Procedura Przeciwdziałania Mobbingowi, określająca prawa i obowiązki pracowników oraz zasady zgłaszania zachowań nieetycznych. Na mocy procedury powołano bezstronną komisję antymobbingową, składającą się z zaufanych pracowników firmy. Jej zadaniem jest przyjmowanie zgłoszeń naruszeń oraz ocena czy doszło do mobbingu. Komisja składa raport do dyrektora personalnej oraz Compliance Officer. Innym elementem polityki są szkolenia dla menedżerów, których celem jest jasne określenie zachowań dozwolonych i niezgodnych ze standardami firmy.
13. **Polityka wspierania różnorodności** jest częścią strategii biznesowej i strategii HR firmy Henkel. Jej celem jest zapewnienie wszystkim pracownikom – bez względu na narodowość, wiek i płeć – równych szans rozwoju i samorealizacji w życiu zawodowym. Polityka wspierania różnorodności realizowana jest poprzez programy dedykowane poszczególnym grupom pracowników, między innymi kobietom czy młodym pracownikom. Firma dba także o wysoką jakość kultury zarządzania, rozwijając w swoich menadżerach umiejętności pracy i kierowania różnorodnymi zespołami w oparciu o wartości, w tym wzajemny szacunek i zaufanie. Kultura różnorodności promowana jest wśród pracowników w ramach komunikacji wewnętrznej, m.in. podczas Tygodnia Różnorodności.
14. Henkel organizuje **Tydzień Różnorodności** od 2013 r. Celem inicjatywy jest promowanie wśród pracowników idei różnorodności i uczenie ich, jak skutecznie współdziałać w różnorodnych zespołach. W każdym roku wydarzenie przebiega przy aktywnym zaangażowaniu zarządu i odbywa się pod innym hasłem przewodnim. W 2019 r. pracownicy mieli okazję wziąć udział w ogólnoświatowym Henkel Diversity Challenge i przedstawić w formie zdjęcia różnorodność swojego zespołu. W biurze firmy odbyła się debata, której tematem były doświadczenia w pracy w różnych krajach i kulturach. W panelu udział wzięli

zarówno Polacy, którzy pracowali za granicą, jak i pracownicy z innych krajów, którzy aktualnie pracują w Polsce. Dyskutowano o roli różnorodności oraz takich wartościach jak otwartość, szacunek i tolerancja.

15. Celem **Programu Mentoringu** w Henkle jest rozwój umiejętności przywódczych oraz transfer wiedzy i dobrych praktyk między menedżerami reprezentującymi różne działy i funkcje firmy, w trosce o podnoszenie jakości całej organizacji oraz budowanie wspólnej kultury korporacyjnej w oparciu o wartości, tj. szacunek, odpowiedzialność, dobrą współpracę czy różnorodność. Praca w parach mentoringowych nad określonymi na początku indywidualnymi celami trwa 12 miesięcy. Korzyści z relacji mistrz-uczeń są obustronne. Uczeń zyskuje wiedzę, radę, umiejętności, mając szansę uczyć się od najlepszych w firmie. Mistrz doskonali swoje kompetencje jako lider, rozwija umiejętności komunikacyjne i coachingowe, czerpiąc wiele osobistej satysfakcji. W ciągu trzech lat w programie wzięły udział 42 pary mentoringowe.
16. **You grow** to projekt rozwojowy skierowany do najzdolniejszych, młodych pracowników firmy Henkel, którzy nie pełnią jeszcze funkcji menedżerskich, ale wyróżniają się ponadprzeciętnym zaangażowaniem i potencjałem do objęcia stanowisk kierowniczych w przyszłości. Program opiera się na czterech kluczowych elementach: indywidualnym planie rozwoju, współpracy międzydziałowej, programie szkoleniowym Mini-MBA i grach symulacyjnych. Uczestnicy mają możliwość realizowania dodatkowych, ciekawych projektów w bliskiej współpracy z przedstawicielami najwyższej kadry zarządzającej. Program stanowi doskonale narzędzie do wyróżnienia i nagrodzenia najbardziej utalentowanych pracowników, a jednocześnie w profesjonalny sposób przygotowuje ich do roli liderów w przyszłości.
17. **Make an Impact on Tomorrow (MIT)** to program wolontariatu pracowniczego w firmie Henkel, którego podstawowym celem jest pomoc w rozwiązywaniu problemów lokalnych społeczności. Każdy obecny lub emerytowany pracownik firmy może zgłosić projekt o charakterze edukacyjnym, prozdrowotnym, kulturalnym lub proekologicznym i uzyskać od firmy pomoc w jego realizacji w formie wsparcia finansowego, rzeczowego lub/i dodatkowych dni pełnopłatnego urlopu. W 2019 roku do realizacji w ramach programu w Polsce zostało zgłoszonych 161 projektów pracowniczych na rzecz lokalnych społeczności, które uzyskały od firmy wsparcie w wysokości 1,9 mln złotych.
18. W 2019 r. odbyła się 12-sta edycja programu „**Wiem, że warto się uczyć**”. Firma Henkel Polska we współpracy z Fundacją Polki Mogą Wszystko po raz kolejny przyznała stypendia naukowe wychowankom domów dziecka oraz podopiecznym rodzin zastępczych. Ich szanse edukacyjne oceniane są jako niższe, niż ich rówieśników pozostających pod stałą opieką rodziny. Dlatego też program ma na celu zmniejszanie nierówności w zakresie dostępu do edukacji. Łącznie, we wszystkich dotychczasowych edycjach projektu, wsparcie finansowe w wysokości 437 tys. zł otrzymało 325 uczniów osiągających najlepsze wyniki w nauce lub wyróżniających się innymi osiągnięciami. Dzięki niemu mogą zakupić komputery, książki, pokryć koszt kursów językowych czy innych wydatków związanych z rozwijaniem swoich zainteresowań.
19. **Shaping Futures** to międzynarodowa inicjatywa marki Schwarzkopf Professional, należącej do firmy Henkel. Jej celem jest stworzenie młodym ludziom – adeptom fryzjerstwa znajdującym się w trudnej sytuacji społeczno-materialnej – warunków do nauki zawodu pod okiem doświadczonych stylistów fryzur. W 2019 roku odbyła się 6 edycja projektu. W 2-tygodniowym kursie wzięło udział 20 uczniów klas fryzjerskich techników TEB Edukacja z całej Polski. Mieli oni okazję rozwinąć swoje umiejętności w obszarach strzyżenia, pielęgnacji, koloryzacji, stylizacji, obsługi klienta, sposobu komunikacji i przeprowadzania

konsultacji. Po zakończeniu warsztatów uczestnicy mają szansę rozwijać talent podczas staży oferowanych przez salony partnerskie Schwarzkopf Professional w Polsce.

20. **Świat Młodych Badaczy** to międzynarodowy projekt edukacyjny firmy Henkel, realizowany w Polsce od 2016 r. w formie 90-minutowych interaktywnych warsztatów dla uczniów szkół podstawowych (klas 2-4). Jego celem jest rozbudzenie zainteresowania naukami przyrodniczymi. Dzieci biorące udział w warsztatach wykonują eksperymenty badawcze, podczas których kształtują w sobie jeszcze w większym stopniu ciekawość, samodzielność, dokładność oraz myślenie analityczne. Na zakończenie zajęć otrzymują broszurę edukacyjną z propozycjami kolejnych doświadczeń do przeprowadzenia w domu. Do końca marca 2019 r. w rolę małych badaczy wcieliło się ponad 4300 dzieci z kilkudziesięciu szkół z Warszawy, Bydgoszczy, Raciborza i okolic, Piły i powiatu trzcieńskiego, Stąporkowa i powiatu koneckiego, Dzierżoniowa i okolic.
21. **„Ambasadorzy Zrównoważonego Rozwoju”** to program edukacji proekologicznej skierowany do uczniów szkół podstawowych. W ramach programu pracownicy Henkla, na zasadach wolontariatu pracowniczego, prowadzą w szkołach zajęcia, które przybliżają dzieciom ideę zrównoważonego rozwoju, kształtują w nich proekologiczne postawy oraz uczą dbania o środowisko. Podczas interaktywnych prezentacji edukatorzy pokazują jak w prosty sposób można przyczynić się do ograniczenia zużycia wody czy energii. Prelekcje znane są w szkołach jako Akademia Przyjaciół Planety. W Polsce projekt prowadzony jest od 2013 r. i wzięło w nim udział już ponad 4200 dzieci.
22. **„W drodze do pracy”** to projekt zainicjowany w 2013 i realizowany we współpracy z Fundacją „Miejsce Kobiet”. Jest skierowany do kobiet z woj. mazowieckiego, a jego celem jest pomoc długotrwale nieaktywnym zawodowo kobietom w powrocie na rynek pracy. Trwający 3 miesiące kurs obejmuje m.in. trening psychologiczny, wzmacniający pewność siebie i poczucie sprawczości, ćwiczenia z autoprezentacji, zajęcia z przedsiębiorczości. W programie zawiera się także kompletny kurs aktywizacji zawodowej „Spadochron” wspierający ich wewnętrzną motywację do zmiany. Do tej pory w 9 edycjach projektu wzięło udział 180 kobiet. Blisko 70% z nich podjęło na nowo pracę zawodową. Aktualnie trwa X, jubileuszowa edycja programu.
23. W 2019 r. Henkel wspólnie z firmą Kaufland przeprowadził IV edycję akcji dobroczynnej **„Kupujesz – Pomagasz!”**, z której część dochodu została przeznaczona na rzecz Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Każdy, kto między 22 sierpnia a 3 października kupił w jednym ze sklepów Kaufland produkty marek należących do firmy Henkel (Persil, E, K2r, Perwoll, Silan, Somat, Pur, Bref, Clin, Hattrick, Gliss Kur, Taft, Color Expert, Syoss, Got2b, Schauma, Palette, Fa, Vademecum i Denivit), przyczynił się do wsparcia podopiecznych Stowarzyszenia. W efekcie wspólnej akcji charytatywnej, zorganizowanej już trzeci raz przez obie firmy, na rzecz Stowarzyszenia i edukacji podopiecznych przekazano kwotę 60 tys. zł.
24. **Women in Leadership** to międzynarodowy program networkingu i rozwoju skierowany do kobiet zatrudnionych w Henkle. Inicjatywa, realizowana w Polsce od 2013 roku, ma na celu wspieranie rozwoju osobistego i karier zawodowych kobiet. Program jest platformą wymiany doświadczeń pomiędzy pracownicami różnych działów i funkcji. Wzmacnia to poczucie kulturowej jedności całej organizacji. Uczestniczki programu poprzez udział w spotkaniach tematycznych, warsztatach, treningach rozwijają swoje menadżerskie kompetencje. Dzięki wzajemnemu wsparciu budują pewność siebie i wzmacniają w sobie poczucie sprawczości.
25. Program **iLead** to platforma komunikacji i networkingu wszystkich przedstawicieli kadry kierowniczej Henkel Polska, dająca możliwość dyskusji o biznesie i zarządzaniu, wymiany doświadczeń i najlepszych praktyk, a także czerpania inspiracji do podejmowania

codziennych wyzwań w obszarze szeroko rozumianego kierowania zespołami. Podczas spotkań plenarnych, które odbywają się dwa razy w roku, podejmowane są takie tematy jak zarządzanie poprzez wartości, rola dialogu i informacji zwrotnej czy też rola zarządu oraz menedżerów w tworzeniu kultury organizacyjnej opartej na szacunku i otwartej komunikacji. Seminaria z kolei ukierunkowane są na doskonalenie specyficznych umiejętności komunikacyjnych i menedżerskich. Obecnie programem objętych jest ponad 100 pracowników kadry zarządzającej.