17 kwietnia 2023 r.

Henkel Polska po raz kolejny wyróżniony za działania w obszarze CSR w Polsce

7 dobrych praktyk Henkel Polska w Raporcie FOB

**W 21. edycji prestiżowego raportu FOB „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2022. Dobre praktyki” wyróżnionych zostało 7 praktyk firmy Henkel Polska. Obok 6 praktyk realizowanych z sukcesami od wielu już lat, znalazła się w nim po raz pierwszy także nowa inicjatywa, która zapewnia wysokie standardy bezpieczeństwa w miejscu pracy. Wyróżnione praktyki realizowane są w różnorodnych obszarach, takich jak zaangażowanie w rozwój społeczności lokalnej, ochrona środowiska czy wolontariat pracowniczy.**

**Edukacja i działania lokalne**

W kategorii *Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej* twórcy raportu docenili aż 3 projekty. Pierwszy to realizowany od wielu lat [projekt edukacyjny](http://www.henkel-swiatmlodychbadaczy.pl) **Świat Młodych Badaczy**, skierowany do uczniów klas 2-4 szkół podstawowych. W 2022 roku w interaktywnych warsztatach z zakresu nauk ścisłych, które pobudzają kreatywność oraz uczą dzieci zbierania informacji, analizy i interpretacji danych, uczestniczyło 2 040 uczniów z 40 szkół z okolic Raciborza, Stąporkowa i Dzierżoniowa, gdzie Henkel ma swoje fabryki. Dodatkowo, we współpracy z Fundacją Polki Mogą Wszystko, firma przeprowadziła kilkanaście warsztatów w języku ukraińskim dla dzieci ukraińskich uchodźców w Polsce. Projekt kontynuowany jest w tym roku a [kolejna edycja ŚMB](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2023-03-27-henkel-polska-ponownie-zawita-do-szkol-z-programem-swiat-mlodych-badaczy-1812806) rozpoczęła się w marcu w Dzierżoniowie. Następne warsztaty odbędą się w Stąporkowie, Warszawie i Raciborzu.

Do tej samej kategorii zakwalifikowała się praktyka**Wiem, że warto się uczyć**– inicjatywa firmy Henkel i Fundacji Polki Mogą Wszystko, która daje szansę wyboru kierunku edukacji dzieciom z domów dziecka oraz podopiecznym rodzin zastępczych. Przyznawane w programie stypendia otrzymują dzieci z najlepszymi wynikami w nauce. Jego realizacja pomaga rozwiązywać problem nierówności w zakresie dostępu do edukacji, a otrzymana pomoc może zostać przeznaczona na dowolny edukacyjny cel, taki jak np. zakup niezbędnego sprzętu czy kursu językowego. W 2022 r. ze stypendiów o łącznej wartości 74 000 zł korzystało 28 dzieci, a od 2005 r. firma przekazała na ten cel 630 000 zł.

Kolejne wyróżnienie w tej samej kategorii zdobyła inicjatywa **Pralni społecznie odpowiedzialnych Persil**, które Henkel otworzył w Gdańsku i Wrocławiu we współpracy z Towarzystwem Pomocy im. Św. Brata Alberta i Fundacją Społecznie Bezpieczni. W pralniach swoje ubrania, koce, czy okrycia mogą uprać osoby w kryzysie bezdomności. Możliwość skorzystania z pralni i zachowania codziennej czystości wspiera osoby zagrożone społecznym wykluczeniem w ich staraniach o powrót do normalnego życia. Firma w ramach tego projektu przekazała profesjonalne pralnice i środki do prania także dwóm ośrodkom dla samotnych matek. W 2022 roku z pralni skorzystało ponad 5 000 osób i wyprano ponad 23 tony odzieży i okryć (w tym 7 ton odzieży uchodźców z Ukrainy). Praktyka ta została nagrodzona Srebrnym Spinaczem w 2021 roku w kategorii Kampania Społeczna.

**W trosce o planetę**

W kategorii *Środowisko* wyróżnienie uzyskała akcja edukacyjna **Lekcja Nieśmiecenia** realizowana z Fundacją Nasza Ziemia. To kampania, która ma na celu przekazanie uczniom szkół podstawowych praktycznej wiedzy z zakresu właściwej segregacji odpadów. W dotychczasowych dwóch edycjach kampanii wzięło udział 870 szkół, a 40 zespołów, które zwyciężyły w konkursie, wygrało dla swoich szkół systemy do praktycznej segregacji odpadów. Inicjatywa jest realizowana również w tym roku. 11 kwietnia [ruszyła III edycja](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2023-04-11-henkel-polska-i-fundacja-nasza-ziemia-po-raz-trzeci-z-lekcja-niesmiecenia-1816008), a **udział w programie szkoły mogą zgłaszać do 15 maja na stronie** [**lekcjaniesmiecenia.pl**](http://www.lekcjaniesmiecenia.pl)**.**

Do tej samej kategorii *z*akwalifikowała siękampania **#ReThinkFashion.** Maonana celu edukację społeczeństwa w obszarze odpowiedzialnej konsumpcji mody. [Inicjatywa](https://www.perwoll.pl/perwoll-rethink-fashion-strona-glowna.html) od 2019 roku zachęca Polki i Polaków, by kupowali mniej ubrań, ale lepszej jakości i przykładali większą wagę do dbania o nie. W 2022 r. w ramach kampanii odbyły się m.in. trzy pokazy mody, zamykającym eventem był pokaz kolekcji „Bloom” Macieja Zienia. Działania marki Perwoll w br. dotarły z ideą slow fashion do niemalże 165 000 czytelników Vogue, Glamour, Plejady i odbiorców YouTube, którzy mogli dowiedzieć się, jak wspierać zrównoważony rozwój w świecie mody.

**Środowisko pracy**

W kategorii *Praktyki z zakresu pracy* zostały docenione 2 inicjatywy. Pierwszą z nich jest **Program wolontariatu pracowniczego MIT**,którego uczestnicy wspierają lokalne społeczności w rozwiązywaniu ich problemów. Program realizowany jest w Henklu na świecie oraz w Polsce już od ponad 20 lat, a [w roku 2022 miał szczególny przebieg](https://www.henkel.pl/prasa-media/informacje-materialy-prasowe/2022-12-06-wolontariat-pracowniczy-henkel-polska-sila-i-skutecznosc-1787210). Od momentu wybuchu wojny na Ukrainie ponad 200 pracowników Henkel Polska zaangażowało się w różnorodne działania na rzecz ponad 60 rodzin pracowników Henkel Ukraina poszukujących bezpieczeństwa w Polsce. Wolontariusze Henkla pomagali także innym uchodźcom z Ukrainy. Na wszystkie te działania poświęcali prywatny czas oraz, za zgodą firmy, także oficjalne godziny pracy. Budżet pomocowy, który firma Henkel Polska wyasygnowała w 2022 na różnego rodzaju pomoc charytatywną dla Ukrainy i jej obywateli, sięgnął poziomu 3,7 miliona złotych. W tej kwocie zamykają się także środki przekazane wyspecjalizowanym organizacjom pomocowym w Polsce tj. Caritas i PCK.

Kolejna praktyka w tej kategorii to **Safety First** – inicjatywa, której celem jest przede wszystkim zachowanie bezpieczeństwa. Dla Henkla, który działa w branży chemicznej, jest to zagadnienie o najwyższym priorytecie. W inicjatywę tę wpisują się coroczne szkolenia dla wszystkich zainteresowanych z pierwszej pomocy medycznej, realizowane co roku w zakładzie produkcji detergentów w Raciborzu. Wprowadzenie tej praktyki jest także odpowiedzią na potrzeby pracowników, którzy po pandemii stali się bardziej świadomi zagrożeń zdrowotnych i zaczęli doceniać umiejętności udzielania pierwszej pomocy. W 2022 r. chęć udziału w tym szkoleniu zgłosiło 137 ze 164 pracowników. Uczestnicy szkolenia nabyli umiejętności na wagę życia, co poprawi bezpieczeństwo zdrowotne nie tylko pracowników, ale także ich rodzin i członków lokalnej społeczności.

*- Myślę, że co roku udowadniamy, że w Henklu społeczna odpowiedzialność niejedno ma imię, co znajduje odbicie w różnorodności praktyk, jakie realizujemy. Zrównoważony rozwój widać w naszych działaniach nie tylko na rzecz środowiska czy naszych pracowników, ale również na rzecz społeczności lokalnych. Angażowanie się w sprawy otoczenia, w którym działamy biznesowo jest nam niezwykle bliskie i naturalne. Chcemy przyczyniać się do wyrównywania szans, poprawienia dostępu do edukacji i ogólnej pomocy lokalnym społecznościom* – **powiedziała Dorota Strosznajder**, dyrektorka działu komunikacji korporacyjnej oraz pełnomocnik zarządu ds. odpowiedzialności społecznej w firmie Henkel Polska.

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” to największy polski przegląd działań firm w zakresie CSR. Najnowsza, 21. edycja, opisuje 1 705 dobrych praktyk, zgłoszonych przez 272 organizacje. Dobre praktyki zostały standardowo pogrupowane w 7 obszarów opisanych przez normę ISO 26000: zaangażowanie i rozwój społeczności lokalnej, praktyki z zakresu pracy, środowisko, prawa człowieka, zagadnienia konsumenckie, uczciwe praktyki operacyjne, a także ład organizacyjny.

Raport można pobrać: <https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-2022>

**\*\*\***

**O firmie Henkel**

Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym, jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies jest światowym liderem rynku klejów, uszczelniaczy i powłok funkcjonalnych. Dział Consumer Brands zajmuje wiodącą pozycję na wielu rynkach świata, zwłaszcza w obszarze produktów do pielęgnacji włosów oraz środków piorących i czystości. Trzy najsilniejsze marki to Loctite, Persil i Schwarzkopf. W 2022 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 22 mld euro i skorygowany zysk operacyjny w wysokości około 2,3 mld euro. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Firma posiada jasną strategię zrównoważonego rozwoju z konkretnymi celami, a idea ta ma w Henklu długą tradycję. Firma założona w 1876 zatrudnia dziś ponad 50 tysięcy pracowników na całym świecie, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i motcie: „Pioneers at heart for the good of generations”. Więcej informacji na www.henkel.com oraz [www.henkel.pl](file:///%5C%5Cdemon%5CCorporate%26amp%3BFinance%5CKlienci%5CHenkel%5CRELACJE%20Z%20MEDIAMI%5CInformacje%20prasowe%5C2020%5CIP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nab%C3%B3r%20do%20programu%5Cwww.henkel.pl).

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Zuzanna Pawlak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel.: (022) 565 66 65 tel.: +48 600 004 412

dorota.strosznajder@henkel.com zpawlak@solskipr.pl

Henkel AG & Co. KGaA