

**Praktyki Henkla wyróżnione w raporcie FOB
„Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2017”**

W tegorocznym raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2017” Forum Odpowiedzialnego Biznesu wyróżniło aż 19 praktyk realizowanych przez firmę Henkel Polska. Poniżej znajdują się ich opisy[[1]](#footnote-1):

**KATEGORIA: Prawa człowieka**

1. Firma Henkel **posiada politykę antymobbingową**, która służy podejmowaniu działań prewencyjnych, zwiększaniu świadomości pracowników i przełożonych nt. zachowań niedozwolonych, a także eliminacji wszelkich zachowań o charakterze mobbingowym w miejscu pracy. Ramy działania dla polityki antymobbingowej wyznaczają: Kodeks Etyki, normy społeczne oraz procedura antymobbingowa. Procedura, której treść na stałe jest dostępna na firmowym intranecie, określa prawa i obowiązki pracowników oraz zasady zgłaszania zachowań noszących znamiona mobbingu. Takie zgłoszenia można przekazać, wysyłając wiadomość na dedykowany adres e-mailowy. Na mocy procedury powołana została także Komisja antymobbingowa, która przyjmuje zgłoszenia naruszeń, ustala fakty i ocenia, czy doszło do mobbingu. Wśród stałych członków komisji znaleźli się wieloletni pracownicy firmy, cieszący się powszechnym uznaniem i zaufaniem. Wszyscy pracownicy zostali poinformowani o wejściu w życie procedury, a jej treść dostępna jest stale w intranecie. Dodatkowo menedżerowie firmy obywają obowiązkowe szkolenia nt. zachowań noszących znamiona mobbingu, niedopuszczalnych w pracy.
2. **Polityka wspierania różnorodności** Henkla ma na celu zapewnienie wszystkim pracownikom równych szans rozwoju i samorealizacji, co przekłada się na ich zaangażowanie i jakość organizacji. Założeniom strategicznym polityki towarzyszą konkretne programy wykonawcze i cele numeryczne. Działania realizowane są poprzez projekty dotyczące trzech aspektów różnorodności: narodowości, wieku i płci. Narodowość to programy dla menedżerów i rozwój kariery na rynkach zagranicznych, wiek – program mentoringowy i wspieranie karier młodych pracowników, kobiety – programy networkingowe i rozwijanie działań z zakresu work-life balance. Ważnym elementów polityki jest także świadome wzmacnianie kultury różnorodności w firmie, mające na celu budowanie relacji współpracy wolnych od uprzedzeń i opartych na wzajemnym szacunku.
3. Henkel Polska od 2013 roku organizuje **Tydzień Różnorodności**, promując wśród pracowników ideę różnorodności i ucząc ich, jak skutecznie współdziałać w różnorodnych zespołach. Edycja 2017 miała charakter jubileuszowy – różnorodność jest strategicznym elementem polityki zarządzania personelem w Henklu od dziesięciu lat. Przeprowadzono warsztaty w formacie World Cafe, dyskutując o wybranych aspektach zarządzania różnorodnością, takich jak: kariery kobiet, szanse młodych na rynku pracy i work-life balance.

**KATEGORIA: Praktyki z zakresu pracy**

1. Od 2017 roku w Henkel Polska realizowany jest **„Program mentoringowy”**, skierowany do kadry menedżerskiej wszystkich stopni. Jego celem jest rozwój umiejętności przywódczych oraz transfer wiedzy i dobrych praktyk pomię- dzy menedżerami reprezentującymi różne działy i funkcje firmy oraz budowanie wspólnej kultury korporacyjnej w oparciu o takie wartości, jak: szacunek, odpowiedzialność, dobra współpraca czy różnorodność. Odbywa się to w oparciu o relację mentor–mentee i pracę – przez dziewięć miesięcy – w parach mentoringowych nad określonymi na początku indywidualnymi celami. Korzyści z relacji mistrz-uczeń odnoszą obydwie strony. 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 pierwszej edycji „Programu mentoringu” wzięło udział 11 par mentor–mentee.
2. Celem programu **„iLead”** jest stworzenie platformy komunikacyjnej dla wszystkich liderów Henkel Polska, oferującej możliwość wymiany najlepszych praktyk i doświadczeń w obszarach szeroko rozumianego zarządzania zespołami i komunikacji. Program realizowany jest poprzez spotkania plenarne i seminaria. Spotkania plenarne, które odbywają się dwa razy w roku, służą wspólnemu wypracowywaniu strategii i standardów zarządzania zespołami, wzmacnianiu wspólnej kultury korporacyjnej oraz budowie wewnętrznej sieci kontaktów. Seminaria z kolei ukierunkowane są na doskonalenie specyficznych umiejętności komunikacyjnych i menedżerskich, koniecznych w efektywnym wypełnianiu roli lidera, i odbywają się w grupach warsztatowych. Obecnie programem objętych jest 116 pracowników.
3. **„You grow”** to projekt skierowany do najzdolniejszych młodych pracowników firmy Henkel Polska, którzy nie pełnią jeszcze funkcji menedżerskich, ale wyróżniają się zaangażowaniem i potencjałem do objęcia stanowisk kierowniczych w przyszłości. Program opiera się na czterech kluczowych elementach: indywidualnym planie rozwoju, współpracy między działowej, programie szkoleniowym Mini-MBA i grach symulacyjnych. Uczestnicy mają możliwość realizowania dodatkowych, ciekawych projektów w bliskiej współpracy z przedstawicielami najwyższej kadry zarządzającej. Program stanowi doskonałe narzędzie do wyróżnienia i nagrodzenia najbardziej utalentowanych pracowników, a jednocześnie w profesjonalny sposób przygotowuje ich do roli liderów w przyszłości.
4. Za pośrednictwem ogólnoświatowego programu **wolontariatu pracowniczego „Make Impact on Tomorrow”** („MIT”) Henkel wspiera lokalne społeczności. Każdy obecny lub emerytowany pracownik firmy może zgłosić projekt o charakterze edukacyjnym, prozdrowotnym, kulturalnym lub pro-ekologicznym i uzyskać od firmy pomoc w jego realizacji w formie wsparcia finansowego, rzeczowego lub/i dodatkowych dni pełnopłatnego urlopu. Program jest realizowany nieprzerwanie od blisko 20 lat. W 2017 roku w ramach programu w Polsce zostało zrealizowanych 79 projektów pracowniczych na rzecz lokalnych społeczności. Projekty te uzyskały od firmy wsparcie w wysokości ponad 1 miliona złotych.

**KATEGORIA: Środowisko**

1. **Eko Odkrywcy** to edukacyjny konkurs grantowy firmy Henkel Polska skierowany do dzieci z całego kraju. Polega on na opracowaniu autorskiego, niepublikowanego wcześniej pomysłu na projekt badawczy, który pozwala badać oraz wyjaśniać prawa zachodzące w przyrodzie i jednocześnie jest związany z ochroną środowiska. Jury wybiera trzy zespoły, które otrzymują grant na realizację zaplanowanego projektu. Projekty poddawane są także głosowaniu internautów, a zwycięskiemu zespołowi przyznawana jest nagroda specjalna na Wyprawę Badawczą lub aranżację „Zielonej klasy”. Do ostatniej edycji programu zgłosiły się 172 zespoły z całej Polski.

**KATEGORIA: Uczciwe praktyki operacyjne**

1. Organizowany od 2013 roku **Kongres Różnorodności** to konferencja zrzeszająca grono specjalistów i praktyków (w tym przedstawicieli biznesu, NGO, świata nauki i mediów) wokół zagadnienia zarządzania różnorodnością. Czwarty Kongres, który odbył się w 2017 roku pod hasłem „O tolerancji”, zgromadził ponad 300-osobową publiczność. Po raz pierwszy tematyka wydarzenia wykraczała poza świat biznesu, poruszając zagadnienia z zakresu urbanistyki, a także języka mediów i internetu w kontekście wspierania postaw otwartości na różnorodność. Zaprezentowano również wyniki badania pt. „Obecność tolerancji dla różnorodności w społeczeństwie polskim 2017 roku”. Organizatorami wydarzenia są Henkel Polska oraz platforma BE.NAVIGATOR.
2. **Wspierając odpowiedzialne i zrównoważone praktyki wzdłuż łańcucha dostaw**, Henkel Polska – w ramach inicjatywy Together for Sustainability – przeprowadza audyty dostawców w obszarze zarządzania, środowiska, zdrowia i bezpieczeństwa, praw pracowniczych i praw człowieka oraz ładu korporacyjnego. Kryteria oceny są zunifikowane ze standardami UN Global Compact. Dostawcy są zobowiązani przechodzić proces oceny raz na trzy lata. Uzyskana przez dostawcę pozytywna ocena jest respektowana przez wszystkie firmy zrzeszone w inicjatywie. W Polsce proces oceny ukończyło 26 dostawców Henkla.

**KATEGORIA: Zagadnienia konsumenckie**

1. **„Razem odpowiedzialni”** to akcja, w której Auchan Polska i Henkel Polska wspólnie podjęli się edukacji konsumentów w zakresie zrównoważonego rozwoju i ekonomii cyrkularnej. Kampania informacyjna miała miejsce na jesieni 2017 w 30 największych hipermarketach Auchan. Jednocześnie w ramach projektu uruchomiony został serwis internetowy www.razemodpowiedzialni.pl, który dostarcza wiedzy o zasadach odpowiedzialnej konsumpcji. Zasady podzielone są na obszary: w domu, w łazience, w kuchni, na zakupach,
w podróży, w czasie świąt. Na stronie dostępny jest również kalkulator dozowania proszku do prania oraz kalkulator pozwalający określić wpływ każdego człowieka na środowisko na podstawie jego stylu życia.

**KATEGORIA: Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej**

1. Henkel Polska i Fundacja „Przyjaciółka” po raz dziesiąty przyznały stypendia naukowe uczniom będącym wychowankami domów dziecka w ramach **programu „Wiem, że warto się uczyć”.** Celem programu jest wyrównywanie szans dzieci z placówek opiekuńczych poprzez niwelowanie różnic w dostępie do edukacji. We wszystkich dotychczasowych edycjach wsparcie wysokości 385 tys. zł otrzymało ponad 300 uczniów, osiągających najlepsze wyniki w nauce lub wyróżniających się innymi osiągnięciami.
2. **CSR Masters** to konkurs na najlepsze projekty społeczne, zainicjowany przez firmę Henkel Polska w 2016 roku, adresowany do studentów uczelni wyższych. W konkursie biorą udział 2–4-osobowe zespoły, które zgłaszają swoje pomysły na projekty na rzecz lokalnych społeczności o charakterze edukacyjnym, społecznym, ekologicznym czy kulturalnym. Spośród nadesłanych zgłoszeń jury wybiera 10 najciekawszych projektów, które wchodzą do finału. O tym, które trzy projekty zdobędą finansowanie w formie grantów o wartości 5 tys. zł każdy, decydują internauci. Dodatkową nagrodą dla zwycięskich drużyn jest zaproszenie na spotkanie z przedstawicielami zarządu firmy.
3. **Shaping Futures** to międzynarodowa inicjatywa marki Schwarzkopf Professional, należącej do firmy Henkel. Jej celem jest zwiększanie szans młodych osób na rynku pracy poprzez oferowanie im kształcenia w kierunku zawodu stylista fryzur. Projekt realizowany jest w Polsce nieprzerwanie od 2014 roku. W 2017 podopieczni Fundacji TEB wzięli udział w intensywnym 2-tygodniowym kursie, podczas którego poznawali i rozwijali różnorodne techniki fryzjerskie oraz umiejętności komunikacyjne i interpersonalne. Po zakończeniu szkolenia dwoje najlepszych uczestników otrzymało stypendium edukacyjne oraz wsparcie w zdobyciu stażu w jednym z partnerskich salonów fryzjerskich Schwarzkopf Professional. W ubiegłych latach beneficjentami inicjatywy byli również podopieczni Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce.
4. **„Świat Młodych Badaczy”** to międzynarodowy projekt edukacyjny firmy Henkel Polska, w Polsce realizowany od 2016 roku. Jego celem jest zaszczepianie w uczniach szkół podstawowych (klas 2–4) zainteresowania nauką oraz przedmiotami ścisłymi. Podczas interaktywnych warsztatów dzieci pod okiem wykwalifikowanych edukatorów samodzielnie wykonują proste eksperymenty naukowe, są zachęcane do zadawania pytań i poszukiwania właściwych odpowiedzi. Na zakończenie zajęć otrzymują broszurę edukacyjną z propozycjami kolejnych doświadczeń do przeprowadzenia w domu. Do końca 2017 roku w warsztatach udział wzięło ponad 1,5 tys. dzieci z kilkudziesięciu szkół z Warszawy, Bydgoszczy, Raciborza, Piły oraz mniejszych miejscowości.
5. **„Ambasadorzy Zrównoważonego Rozwoju”** to globalna inicjatywa edukacyjna firmy Henkel, której głównym celem jest zwiększanie świadomości ekologicznej oraz szerzenie idei zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnej konsumpcji wśród dzieci ze szkół podstawowych poprzez warsztaty prowadzone przez pracowników firmy w zaprzyjaźnionych szkołach. W projekt, prowadzony od 2013 roku, włączyło się do tej pory ponad 70 pracowników Henkel Polska, a zajęciach wzięło udział 3,2 tys. uczniów z różnych miast Polski.
6. **„W drodze do pracy”** to projekt zainicjowany przez firmę Henkel Polska, realizowany we współpracy z Fundacją Miejsce Kobiet, który skierowany jest do kobiet z województwa mazowieckiego pozostających przez minimum rok bez pracy. Jego celem jest pomoc kobietom w nabyciu umiejętności wspierających ich powrót na rynek pracy. Trwający trzy miesiące kurs obejmuje m.in. trening psychologiczny, ćwiczenia z autoprezentacji, zajęcia z przedsiębiorczości, konkretne szkolenia zawodowe oraz kurs aktywizacji zawodowej „Spadochron”. Do tej pory w siedmiu edycjach projektu wzięło udział 140 kobiet. Połowa z nich wróciła z powodzeniem na rynek pracy.
7. Firmy Henkel Polska i Carrefour zdecydowały się przeprowadzić akcję dobroczynną na rzecz Fundacji Czerwone Noski Klown w Szpitalu, która wspiera dzieci przebywające w szpitalach w całej Polsce. Szpitalne oddziały pediatryczne regularnie odwiedzają artyści przebrani za klaunów i odgrywają radosne przedstawienia, które pozwalają dzieciom zapomnieć o chorobie i szpitalu. Akcja **„Dziecięca radość w twoich rękach”** trwała od 23 sierpnia do 4 września 2017 roku. Każdy konsument, który w tym czasie kupił w hipermarketach Carrefour dowolne produkty marek należących do firmy Henkel, przyczynił się do wsparcia Fundacji. W wyniku akcji na rzecz Fundacji przekazano 50 tys. zł, które umożliwią kontynuowanie zajęć terapii śmiechem w 2018 roku
w szpitalach dziecięcych w Polsce, w tym w Warszawie (Centrum Zdrowia Dziecka), Wrocławiu, Krakowie, Poznaniu i Łodzi.
8. Firma Henkel Polska działa na rzecz Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce, które zajmuje się pomocą dzieciom opuszczonym, osieroconym oraz zagrożonym utratą opieki rodziców. Ważnym aspektem tych działań jest przygotowanie podopiecznych Stowarzyszenia do dorosłego życia poprzez stałą troskę o ich wychowanie i edukację. W 2017 roku Henkel wspólnie z firmą Kaufland przeprowadził II edycję akcji dobroczynnej **„Kupujesz – pomagasz!”,** z której dochód został przeznaczony na rzecz Stowarzyszenia. Każdy, kto między 24 września a 4 października kupił w jednym ze sklepów Kaufland produkty marek należących do firmy Henkel, przyczynił się do wsparcia jej podopiecznych. Dzięki akcji Stowarzyszenie otrzymało darowiznę w wysokości 55 tys. zł. Zebrane środki zostały przeznaczone na zajęcia wyrównawcze i dodatkowe dla potrzebujących podopiecznych tej organizacji.
1. Opisy na podstawie Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2017”, uzupełnione przez firmę Henkel [↑](#footnote-ref-1)