



Praktyki Henkla wyróżnione w raporcie FOB „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2018”

W tegorocznym raporcie „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2018” Forum Odpowiedzialnego Biznesu wyróżniło aż 25 praktyk firmy Henkel Polska. Poniżej znajdują się ich opisy¹:

PRAKTYKI NOWE

1. **Henkel Polska Awards** to konkurs dla pracowników firmy, który organizowany jest, by wyrazić uznanie dla ich pracy oraz nagrodzić projekty, które w danym roku kalendarzowym wniosły największy wkład w rozwój firmy i jej sukces w Polsce. Indywidualni pracownicy i zespoły pracownicze ze wszystkich działów biznesowych oraz lokalizacji firmy w Polsce mogą zgłaszać projekty w pięciu kategoriach, które odzwierciedlają globalne priorytety strategiczne firmy: pobudzanie wzrostu, przyspieszenie digitalizacji, zwiększenie sprawności, finansowanie wzrostu oraz zrównoważony rozwój. W jury konkursowym 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 gali finałowej konkursu uczestniczą wszyscy pracownicy firmy.
2. W 2018 r. Henkel wyznaczył sobie nowe cele wspierające gospodarkę o obiegu zamkniętym: **do 2025 r. 100% opakowań produktów firmy ma być zdatnych do recyklingu, ponownego użycia lub kompostowania**. Ponadto firma chce, aby do 2025 r. plastikowe opakowania produktów oferowanych w Europie były w 35% wytwarzane z plastikowych odpadów. By to osiągnąć, Henkel zobowiązał się w produkcji opakowań do systematycznego zwiększania ilości plastiku pochodzącego z recyklingu, a także surowców odnawialnych (np. karton, papier). Firma będzie również projektować inteligentne opakowania, które pozwolą na wykorzystanie odnawialnych lub pochodzących z recyklingu materiałów o zróżnicowanych właściwościach, a także zawierać umowy partnerskie, wspierające wdrażanie skutecznych systemów segregacji i recyklingu odpadów. W Polsce firma już zaczęła wypełniać te zobowiązania: w 2018 r. na rynek weszła nowa marka kosmetyków Nature Box, której butelki w 25% wytwarza się z odpadów plastikowych. Również opakowania kleju Ceresit są w 100% zdatne do recyklingu.
3. **Henkel Polska był opiekunem merytorycznym ścieżki edukacyjnej „Komunikacja a CSR” XIV edycji Ligi Odpowiedzialnego Biznesu**. W ramach współpracy studenci – Ambasadorzy CSR – uczestniczyli w dwudniowym zjeździe w siedzibie firmy w Polsce. Podczas spotkań pracownicy Henkla dzielili się z uczestnikami swoim doświadczeniem i wiedzą ekspercką. Studenci zapoznali się z działaniami firmy w obszarze CSR i zrównoważonego rozwoju, dowiedzieli się jak budować przewagę konkurencyjną i reputację wdrażając strategię CSR oraz jak wykorzystać tę koncepcję w budowaniu relacji z partnerami biznesowymi. Ponadto poszerzyli swoją wiedzę na temat ujmowania zagadnienia

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

różnorodności w komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej, a także zaznajomili się z kwestią CSR w działaniach Employer Branding. Dwudniowe warsztaty zwińczyła sesja dialogu i wymiany doświadczeń pomiędzy tegorocznymi Ambasadorami CSR a ich starszymi kolegami z ubiegłorocznej edycji Ligii Odpowiedzialnego Biznesu.

4. Pracownicy firmy biorący udział w akcji **Tydzień Zdrowia**, zarówno w warszawskiej siedzibie głównej jak i wszystkich zakładach produkcyjnych, mogli wykonać pomiar podstawowych parametrów określających stan zdrowia, zasięgnąć porad i konsultacji rehabilitantów, skorzystać z masażu pleców, a także dowiedzieć się, jak dbać o serce czy zapobiegać chorobom układu krążenia oraz nowotworom. Aby zapewnić udział jak największej liczby pracowników, zarówno biurowych jak i fizycznych, Dział Komunikacji przeprowadził intensywną kampanię informacyjną w wewnętrznych kanałach komunikacji we wszystkich lokalizacjach firmy.
5. **Tydzień Zrównoważonego Rozwoju** to wieloletnia praktyka firmy Henkel, której celem jest edukacja prośrodowiskowa pracowników oraz zwrócenie ich uwagi na konkretne wyzwania w obszarze ochrony środowiska i społecznej odpowiedzialności biznesu. Tematem wiodącym ostatniej edycji były odpady plastikowe i problem zaśmiecenia nimi oceanów. Częścią inicjatywy była także akcja upcyclingowa – pracownicy zaangażowali się w zbiórkę opakowań z plastiku, które posłużyły do zbudowania artystycznych instalacji. Pod hasłami uważnej konsumpcji i drugiego życia przedmiotów przeprowadzona została również zbiórka ubrań, gier, książek i zabawek, którymi pracownicy następnie się wymieniali. Część przedmiotów została przekazana osobom potrzebującym. Innym wątkiem Tygodnia była 5. edycja inicjatywy „Chodźmy pomagać”. 75-ciu pracowników wyposażonych w krokomiery przez 3 dni liczyło kroki – od ich liczby zależała wielkość darowizny przekazanej przez firmę na rzecz warszawskiego Stowarzyszenia „Otwarte Drzwi”.
6. W dniach 4-17 września 2018 r. Henkel wspólnie z firmą Carrefour po raz czwarty przeprowadził akcję **„Pomóż dzieciom spełniać marzenia”**. Część dochodu ze sprzedaży produktów marek Henkla, takich jak: Persil, E, Perwoll, K2r, Silan, Somat, Pur, Bref, Clin, Schwarzkopf, Syoss, Nature Box, Taft, get2b, Gliss Kur, Schauma, Fa, Palette, Pure Color czy Color Expert została przekazana na rzecz Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. W sumie darowizna wyniosła 50 000 zł.
7. W 2018 r. w polskim oddziale Henkla ogłoszono oficjalny **regulamin korzystania z elastycznych form pracy**. Do tego czasu możliwość pracy zdalnej czy elastyczne godziny pracy były praktykami znanymi i stosowanymi w firmie, jednak nieregulowanymi korporacyjnymi standardami. Aby zapewnić wszystkim pracownikom firmy w Polsce równy i sprawiedliwy dostęp do tych rozwiązań, podążając tym samym za wymogami rynku pracy, firma zdecydowała się nadać formalne ramy zasadom korzystania z nich w formie osobnego Regulaminu, 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. Dedykowani pracownicy działu HR prowadzili dla zainteresowanych warsztatowe spotkania, tłumacząc i objaśniając nowe zasady oraz adresując wszystkie ewentualne wątpliwości.

PRAKTYKI WIELOLETNIE

8. 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 ma za zadanie przyjmowanie zgłoszeń naruszeń, ustalanie faktów i ocenianie, 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 na stałe w intranecie. Dodatkowo menedżerowie firmy odbywają obowiązkowe szkolenia nt. niedopuszczalnych w pracy zachowań noszących znamiona mobbingu.
9. **Polityka wspierania różnorodności** Henkla ma na celu zapewnienie wszystkim pracownikom równych szans rozwoju i samorealizacji, co przekłada się na ich zaangażowanie i rozwój organizacji. Założeniami strategicznymi 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 elementem polityki jest także świadome wzmacnianie kultury różnorodności w firmie, mające na celu budowanie relacji współpracy wolnych od uprzedzeń i opartych na wzajemnym szacunku. Kultura różnorodności promowana jest także wśród pracowników w ramach komunikacji wewnętrznej, m.in. podczas Tygodnia Różnorodności.
10. Henkel Polska od 2013 r. organizuje **Tydzień Różnorodności**, promując wśród pracowników ideę różnorodności i ucząc ich, jak skutecznie współdziałać w różnorodnych zespołach. W każdym roku wydarzenie przebiega przy aktywnym zaangażowaniu zarządu i odbywa się pod innym hasłem przewodnim. W 2018 r. było to Let's Talk Agility. W warszawskiej centrali zorganizowano warsztaty Diversity & Inclusion Gaming, których główną atrakcją była gra planszowa stymulująca uczestników do podjęcia dyskusji o nietrywialnych wyzwaniach różnorodności w życiu społeczeństw i organizacji. W fabryce w Dzierżonowie zaś zainicjowano zamianę ról – pracownicy biurowi poznali tajniki procesu pakowania, a pracownicy linii produkcyjnej wcielili się w rolę ich mentorów.
11. Od 2017 r. w Henkel Polska realizowany jest **Program Mentoringowy**, w który zaangażowana jest kadra menedżerska wszystkich stopni. Jego celem jest rozwój umiejętności przywódczych oraz transfer wiedzy i dobrych praktyk pomiędzy 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, poradę, umiejętności, mając szansę uczyć się od najlepszych w firmie. Mistrz doskonali swoje kompetencje jako lider, rozwija umiejętności komunikacyjne i coachingowe, czerpiąc wiele osobistej

satysfakcji z udziału w tym programie. W ciągu dwóch lat w programie wzięło udział 30 par mentoringowych.

12. 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 115 pracowników kadry zarządzającej.
13. **You grow** to projekt rozwojowy skierowany do najzdolniejszych pracowników firmy Henkel Polska, 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 doskonałe narzędzie do wyróżnienia i nagrodzenia najbardziej utalentowanych pracowników, a jednocześnie w profesjonalny sposób przygotowuje ich do roli liderów w przyszłości.
14. Za pośrednictwem ogólnoswiatowego programu **wolontariatu pracowniczego Make an Impact on Tomorrow** (MIT) Henkel wspiera lokalne społeczności w rozwiązywaniu ich problemów. 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. Program jest realizowany nieprzerwanie od blisko 20 lat. W 2018 roku w ramach programu w Polsce zostały zrealizowane 144 projekty pracownicze na rzecz lokalnych społeczności. Projekty te uzyskały od firmy wsparcie w wysokości 1,76 mln złotych.
15. **Eko Odkrywczy** to edukacyjny konkurs grantowy firmy Henkel Polska skierowany do dzieci i młodzieży z placówek edukacyjnych 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”. Projekt jest od 2013 r. organizowany przez markę Persil, firmę Rossmann oraz Fundację Nasza Ziemia.
16. Organizowany od 2013 r. **Kongres Różnorodności** to konferencja skupiająca grono specjalistów i praktyków (w tym przedstawicieli biznesu, NGO, świata nauki i mediów) wokół zagadnienia zarządzania różnorodnością. Co roku temat przewodni wydarzenia jest inny, nawiązujący do aktualnych trendów i tematów poruszanych w debacie publicznej. W 2018 r., w ramach 5. edycji, Kongres Różnorodności wraz z Forum Odpowiedzialnego Biznesu współorganizował Konferencję „100 lat praw wyborczych kobiet. Praca, rodzina, rozwój – perspektywa równych szans”. Wydarzenie

w całości poświęcone było sytuacji kobiet w Polsce, zarówno w ujęciu historycznym, teraźniejszym, jak i perspektyw na przyszłość. Firma Henkel była patronem tytularnym Konferencji.

17. **Wspierając odpowiedzialne i zrównoważone praktyki wzdłuż łańcucha dostaw**, Henkel Polska przeprowadza – w ramach inicjatywy Together for Sustainability – 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 pozytywnie przeszło 31 dostawców Henkla.
18. 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 o łącznej wartości 437 tys. zł otrzymało ponad 321 uczniów, osiągających najlepsze wyniki w nauce lub wyróżniających się innymi osiągnięciami.
19. **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 wchodzi do finału. O tym, które trzy projekty zdobędą finansowanie w formie grantów o wartości 5 tys. zł każdy, decydują internauci. Dodatkową nagrodą dla zwyciężskich drużyn jest zaproszenie na spotkanie z przedstawicielami zarządu firmy.
20. **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 stylisty fryzur. Projekt realizowany jest w Polsce nieprzerwanie od 2014 roku. W 2018 r. 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 warsztatów uczestnicy otrzymali możliwość odbycia stażu w jednym z partnerskich salonów fryzjerskich Schwarzkopf Professional w Polsce.
21. **Świat Młodych Badaczy** to międzynarodowy projekt edukacyjny firmy Henkel Polska, w Polsce realizowany od 2016 r. 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 marca 2019 r. w warsztatach udział wzięło prawie 3 tys. dzieci z kilkudziesięciu szkół z Warszawy, Bydgoszczy, Raciborza i okolic, Piły i powiatu trzcianieckiego, Stąporkowa i powiatu koneckiego oraz Dzierżoniowa i okolic.
22. **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. W Polsce projekt

realizowany jest od 2013 r. W warsztatach prowadzonych na zasadzie wolontariatu pracowniczego przez pracowników firmy wzięło udział już ponad 4100 dzieci.

23. **„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 8 edycjach projektu wzięło udział 160 kobiet. Blisko 70% z nich wróciło z powodzeniem na rynek pracy. W 2019 roku rozpoczęła się 9. edycja programu.
24. W 2018 r. Henkel Polska wspólnie z firmą Kaufland przeprowadził III edycję akcji dobroczynnej **„Kupujesz – Pomagasz!”**, z której część dochodu została przeznaczona na rzecz Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce. Każdy, kto podczas trwania akcji, kupił w jednym ze sklepów Kaufland produkty marek należących do firmy Henkel (Persil, E, K2r, Perwoll, Silan, Somat, Pur, Bref, Clin, Hatrick, 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 po raz trzeci przez obie firmy na rzecz Stowarzyszenia i edukacji podopiecznych przekazano kwotę 50 000 zł.
25. **Women in Leadership** to międzynarodowy program networkingu i rozwoju skierowany do kobiet zatrudnionych w Henklu. Inicjatywa, realizowana w Polsce od 2013 r., ma na celu wspieranie rozwoju osobistego i karier zawodowych kobiet. Program jest także platformą wymiany doświadczeń pomiędzy pracownicami różnych działów i funkcji, wzmacniając poczucie kulturowej jedności całej organizacji. Uczestniczki programu poprzez udział w spotkaniach tematycznych, warsztatach, treningach rozwijają swoje menadżerskie umiejętności, a dzięki wzajemnemu wsparciu budują pewność siebie i wzmacniają w sobie poczucie sprawczości.