

WSPÓLNY RAPORT WPŁYWU POLSKICH B CORPÓW



Wizje, wyzwania i dobre praktyki
polskich organizacji z certyfikatem B Corp

Certified



Corporation



LUCAS HUNTER

Head of Markets Development
w B Lab Europe

KILKA SŁÓW OD LUCASA HUNTERA

Drogi Czytelniku, Droga Czytelniczko,

na początku chcielibyśmy bardzo podziękować polskiej społeczności B Corp, której zaangażowanie umożliwiło powstanie tego raportu. Każdy wkład był nieoceniony, od pierwotnej wizji tego projektu do realizacji, zbierając informacje, dodając swoją ekspertyzę i kształtując strukturę. Dziś ta społeczność wciąż rozwija się dzięki tej pracy. Jestem naprawdę zaszczycony współpracą z taką pasjonującą grupą osób, które są prawdziwymi pośrednikami zmiany.

Ruch B Corp to dziś globalna rzeczywistość, jednocząca firmy z różnych branż i krajów we wspólnej misji budowania sprawiedliwej, inkluzywnej i regeneracyjnej gospodarki. W marcu 2025 roku liczba organizacji na całym świecie, które uzyskały certyfikację wyniosła prawie 10 000, udowadniając, że przedsiębiorstwa mogą jednocześnie stawiać na zysk i cel. Firmy te reprezentują ponad 160 branż, w ponad 100 krajach, z niemal milionem pracowników. Bez wątpienia jest to globalna grupa, która pokazuje, że biznes może być siłą dobra.

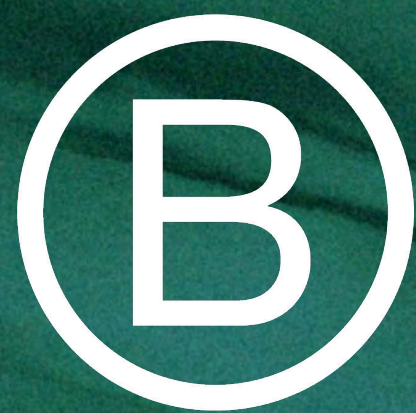
B Corpy rozumieją, że dzisiejsze globalne wyzwania wymagają wspólnych działań. Ten raport odzwierciedla jedną z kluczowych wartości naszego ruchu – wzajemną zależność – pokazując, że współpraca, a nie konkurencja, jest kluczem do prawdziwej zmiany. W erze, w której zrównoważony rozwój jest często kwestionowany, firmy te oferują wyraźną odpowiedź. Dzięki wdrożeniu zasad zrównoważonego rozwoju w swoje działania udowadniają, że etyczne praktyki biznesowe i sukces ekonomiczny mogą iść w parze.

W B Lab Europe jesteśmy zobowiązani do rozszerzania zasięgu ruchu B Corp, zapewniając aktualność i dostęp do narzędzi i certyfikacji dla firm na całym kontynencie. Polska jest jednym z rozwijających się rynków B Corp, bezpośrednio wspieranym przez zespół B Lab Europe ds. rozwoju rynków, który gwarantuje wsparcie w zakresie certyfikacji i zaangażowania społeczności. Wraz ze wzrostem zainteresowania ruchem B Corp w Polsce i poza nią, nadal wspieramy tworzenie różnorodnej i inkluzywnej sieci firm zorientowanych na zrównoważony rozwój.

Przykłady przedstawione w tym raporcie pokazują organizacje, które nie tylko mówią o zmianie, ale również podejmują konkretne działania. Mierzą i zarządzają wpływem swoich biznesów, nieustannie doskonaląc się, aby realizować rzeczywisty postęp.

Razem, jako globalny ruch, zmieniamy biznes na lepsze. Dołącz do nas, aby odkryć, jak B Corpy wytyczają drogę.

Certified



Corporation



WOJCIECH
BAGIŃSKI

Członek Rady Dyrektorów
B Lab Global, Współzałożyciel
ruchu B Corp w Polsce

KILKA SŁÓW OD WOJCIECHA BAGIŃSKIEGO

Drodzy Przyjaciele,

czuję się zaszczycony, mogąc zaprosić Was do lektury raportu, w którym znajdziecie opisy wyjątkowych B Corpów z Polski.

Ruch B Corp przeszedł niezwykłą drogę na całym świecie. Od momentu powstania B Lab w 2006 roku nasz ruch rozwija się w imponującym tempie. Założyła go trójka przyjaciół ze Stanford – Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan i Andrew Kassoya. Ich celem było udowodnienie, że firmy nie muszą istnieć wyłącznie dla zysku finansowego i że mogą – a nawet powinny – być siłą czyniącą dobro, wywierającą pozytywny wpływ na świat. Od zaledwie kilku pionierskich przedsięwzięć w USA, ruch rozwinął się do niemal 10 000 certyfikowanych B Corpów na całym świecie.

Certyfikacja to jednak tylko część tej historii. B Lab i ruch B Corp podjęły również szeroko zakrojone działania na rzecz zmian prawnych, doprowadzając do przyjęcia nowego typu spółki tzw. Benefit Corporation w takich krajach jak Włochy, Kolumbia, Francja, Hiszpania, Peru, Rwanda, Urugwaj, Ekwador, Kolumbia Brytyjska w Kanadzie oraz w 44 stanach USA. Obecnie, Unia Europejska i inne wiodące jurysdykcje uchwalając prawo korzystają z przykładu B Corpów, pokazując, że przejście na bardziej zrównoważoną gospodarkę jest możliwe. Wiele innych firm, mimo braku certyfikacji, wprowadziło do swoich dokumentów korporacyjnych klauzule dotyczące celu spółki, wzorując się na wymogu prawnym B Lab.

Ten sukces zawdzięczamy przede wszystkim zaangażowaniu firm i ludzi, którzy – mimo wielu głosów sceptycznych – pokazali, że cel firmy XXI wieku to coś więcej niż jedynie suma interesów ich udziałowców i że interesariusze, w szerokim rozumieniu, są równie ważnym elementem sukcesu biznesowego. Czuję się wyróżniony, że wielu z tych pionierów mogę nazywać swoimi przyjaciółmi. Ci z Polski, których znajdziecie w tym raporcie, odegrali kluczową rolę w tworzeniu polskiej społeczności B Corp.

Nasza historia to opowieść o wytrwałości i współpracy pomimo przeciwności. Koncept B Corp w Polsce wprowadzony został ok. 2013 roku i na początku spotkał się z niewielkim odzewem. Rozpędu nabraliśmy w 2018 roku i rozpoczęliśmy certyfikacje w typowo polskim stylu: z rozmachem i ambicją. Podczas gdy reszta świata certyfikowała głównie małe i średnie firmy, my zaczęliśmy od certyfikacji i zmiany statutu spółki giełdowej. Udowodniliśmy, że firmy giełdowe, skoncentrowane dotąd głównie na finansach, mogą włączyć się w ewolucję systemu. To otworzyło drzwi dla firm średniej wielkości i dużych korporacji międzynarodowych. Dziś mamy w Polsce 12 certyfikowanych B Corpów, a kolejne są w drodze. Szczególne podziękowania kieruję do współtwórcy naszej społeczności Pawła Nizińskiego (założyciela B Corpu Better), którego wkład i rola w jej aktywizację w Polsce były nieocenione.

Choć B Corpów w Polsce jest mniej niż w niektórych krajach Europy, siła i wpływ naszej społeczności są ogromne. Polska ma najwyższy poziom rozpoznawalności marki B w Europie, a certyfikowane firmy nieustannie doskonalą swoje modele biznesowe i wpływ społeczny. To firmy inspirujące, będące w awangardzie zrównoważonego biznesu w regionie i w całej Europie.

Mając na uwadze tę historię, przyszłość ruchu B Corp w Polsce rysuje się obiecująco. Nie mogę się doczekać, by zobaczyć i doświadczyć, jak będzie się ona rozwijać w kolejnej dekadzie. Wszyscy jesteśmy częścią pokolenia Gen B i jestem pewien, że dołączą do nas kolejne firmy – zainspirowane i zachęcane tym raportem. Jestem ciekaw, jakie innowacyjne modele biznesowe z pozytywnym wpływem stworzą B Corpy w przyszłości.

Dziękuję, że mogę razem z Wami uczestniczyć w tej podróży!

Certified



Corporation



PAWEŁ
NIZIŃSKI

Współprezes Zarządu
BETTER, współzałożyciel
ruchu B Corp w Polsce

KILKA SŁÓW OD PAWŁA NIZIŃSKIEGO

Drodzy Change-makerzy i Change-makerki,

jest mi niezmiernie miło dodać kilka słów do tej publikacji, tuż obok inspirujących historii polskich B Corpów. Miałem zaszczyt być świadkiem narodzin tego ruchu w naszym kraju, początków podróży, która na nowo definiuje sukces w biznesie, udowadniając, że zysk, cel i zrównoważony rozwój mogą iść w parze. Otwierając de facto polski rynek na B Corpy trafiliśmy z Wojtkiem Bagińskim na dobry grunt. Z jednej strony w postaci zdecydowanej na certyfikację wielkiej spółki giełdowej, z drugiej, środowiska klientów BETTER oraz całego ekosystemu zorientowanego na zrównoważony rozwój. Dodatkowo, łącząc kompetencje prawnicze Wojtka, które szybko zostały zauważone w B Lab i zaowocowały powstaniem Interdependence Coalition oraz wspieraniem B Lab Global, z naszymi networkami i budowaniem społeczności wokół wartości B Corp, dość szybko zaznaczyliśmy polską obecność w społeczności europejskich B Corpów. Każdy kolejny polski B Corp dokładał się do budowania tej nowej wyspy w archipelagu polskiego sustainability. Mielśmy też od początku i mamy nadal wspaniałych sojuszników. W środowisku akademickim (ALK i nieoceniony Profesor Bolesław Rok), w trzecim sektorze (np. FOB, UNEP/GRID, Ashoka, Stocznia, środowisko NOW Partners), ale przede wszystkim w gronie liderów, dla których pomysł, by używać zasobów biznesu również jako siły naprawczej dla świata, okazał się atrakcyjnym i pociągnął do wspólnej pracy. Dzięki temu tak szybko trafiliśmy do wielu. Wielkie Wam za to podziękowania!

Nasza społeczność polskich B Corpów jest zróżnicowana, co dobrze widać w świetnie zebranych tutaj przez Admind Branding & Communications materiale. Od małych przedsiębiorstw po duże korporacje. Jej prawdziwa siła leży jednak w naszej zdolności do łączenia sił, inspirowania się nawzajem, dzielenia się wiedzą i oferowania wsparcia. Jestem pod wielkim wrażeniem zebranych tutaj historii, pozytywnego wpływu jaki jest ich efektem, a to tylko po trzy przykłady na każdą firmę! Za każdą z dobrych praktyk stoją zaangażowani, autentyczni liderzy i liderki, ludzie, którzy mocno bronią wartości, w które wierzą. Jestem dumny mogąc pracować w takim otoczeniu.

Co więcej, budujemy ten ruch nie tylko jako liderzy biznesu, ale jako społeczność przyjaciół. Warto to podkreślić, bo to dodaje tej krótkiej jeszcze historii, większego znaczenia. Budowanie sprawiedliwego, regeneratywnego i inkluzywnego systemu wymaga czasu i dobrych ludzi wokół, bo prawdziwe zmiany zachodzą, gdy działamy razem.

B Corpy podważają status quo i udowadniają, że biznes może być katalizatorem pozytywnego wpływu. Ale wiemy, że przed nami jeszcze długa droga i bywa trudno. Tym bardziej warto zatrzymać się i ucieszyć tym pierwszym krokiem, jaki razem wykonaliśmy.



B CORP W LICZBACH

Ruch B Corp szybko się rozwija, na nowo definiując sposób, w jaki firmy mierzą sukces. Certyfikat reprezentuje globalną społeczność firm, które równoważą rozwój z odpowiedzialnością społeczną i środowiskową. Oto kilka kluczowych liczb, które podkreślają skalę tego wpływu.

9,500

B Corpów na całym świecie

Każdego roku coraz więcej firm dołącza do ruchu B Corp, tworząc globalną sieć firm **zaangażowanych w odpowiedzialność, przejrzystość i ciągłe doskonalenie**.

>2,000

certyfikowanych organizacji w Europie

B Corp to już nie tylko globalny trend – coraz więcej europejskich firm wkracza na ścieżkę budowania odpowiedzialnych, zorientowanych na przyszłość przedsiębiorstw.

160

reprezentowanych branż

Od technologii i finansów po żywność i handel detaliczny, firmy B Corp udowadniają, że odpowiedzialne praktyki biznesowe mogą rozwijać się w każdym sektorze.

1

wspólny cel

Niezależnie od wielkości i branży, wszystkie firmy B Corp mają jedną misję: wykorzystywać biznes jako siłę napędową dobrej zmiany.

B CORPY NADAJĄ KIERUNEK

Konsumenci, pracownicy i inwestorzy domagają się więcej od biznesów, a B Corpy to spełniają. Firmy te stoją na czele pozytywnych zmian, pracując dziś na rzecz lepszego jutra.

CZYM JEST B CORP?

Certyfikat B Corp™ weryfikuje, czy firma spełnia standardy B Lab w zakresie dokonań środowiskowych i społecznych, odpowiedzialności i rzetelności w całej swojej działalności. Globalna społeczność B Corp tworzą razem firmy z różnych sektorów i wielkości. W Europie certyfikowane B Corpy stanowią rosnącą siłę ekonomiczną, a tylko w ubiegłym roku społeczność ta powiększyła się o 26%. Co więcej: zrównoważenie zysku i celu okazuje się zwycięską strategią w dzisiejszej gospodarce. Ostatnie badania pokazują, że B Corpy konsekwentnie przewyższają "zwykłe firmy" pod względem przychodów i wzrostu zatrudnienia. Organizacja stojąca za certyfikacją B Corp, B Lab, konsekwentnie podnosi poprzeczkę, rozwijając standardy dla firm, z którymi mogą się mierzyć swój rozwój.



Niemal jeden na czterech Europejczyków poznaje obecnie certyfikowane firmy B Corp.² Świadomość istnienia firm zorientowanych zrównoważonym rozwojem rośnie, ale rosną także oczekiwania wobec nich. Konsumenci nie chcą tylko etykiet — chcą realnych wyników. Przeprowadzone przez B Lab, Europejskie Badania na temat Świadomości Marki B Corp w 2024 ujawniają zmiany w praktykach, które kształtują przyszłość biznesu. 57% europejskich konsumentów twierdzi, że zrównoważony rozwój wpływa na ich decyzje zakupowe, a 53% zgadza się, że certyfikaty zrównoważonego rozwoju pomagają im w dokonywaniu wyborów. Osoby zaznajomione z B Corpem są jeszcze bardziej skłonne do priorytetowego traktowania praktyk biznesowych opartych na wpływie przy wyborze miejsca zakupu lub pracy.

Aby jeszcze bardziej zwiększyć świadomość zbiorowego wpływu firm, prawie 10 000 B Corpów na całym świecie obchodzi Miesiąc B Corp (B Corp Month) każdego roku w marcu. W 2025 r. kampania pokazuje rozwój "Generacji B" — nowego pokolenia firm i ekspertów, którzy są pionierami pozytywnych zmian.



RUCH B CORP W POLSCE

Z 12 polskimi B Corpami i ponad 200 B Corpami prowadzącymi działalność w Polsce oraz rosnącym zainteresowaniem na certyfikację B Corp, Polska jest uważana za wschodzący rynek B Corpów, prowadzony przez pionierskie firmy, które rzucają wyzwanie zwykłemu biznesowi. Platforma B Community łączy myślących przyszłościowo przedsiębiorców i liderów biznesu z innymi B Corpami z całej Europy, ułatwiając znaczącą współpracę ponad granicami. W przyszłości B Lab będzie nadal rozwijać swoje usługi, produkty i wsparcie, aby sprostać rosnącemu zainteresowaniu i zapotrzebowaniu na zrównoważone zarządzanie przez firmy w Polsce i poza nią. Odkryj wszystkie B Corpy w Polsce!

¹ B Lab Europe, 2024, European B Corp's Financial Resilience (excl. UK).

² B Lab Europe, 2025, European Brand Awareness Study (excl. UK).



Abris

FUNDUSZ PRIVATE EQUITY

ABRIS-CAPITAL.COM



ROBERT SROKA

Head of ESG

Dr hab. Robert Sroka jest Partnerem w funduszu Abris Capital, a także członkiem Katedry Przedsiębiorczości i Etyki w Biznesie Akademii Leona Koźmińskiego. Członek zarządu Sustainable Investment Forum Poland (POLSIF). Zasiada w Radzie CET – Centrum Etyki Technologii oraz ESG Committee Invest Europe. Najważniejsze artykuły i wypowiedzi Roberta można znaleźć na www.robertsroka.pl

NASZA WIZJA

“*Budowanie spółek, które nie tylko są najlepsze na świecie, ale również najlepsze dla świata jest możliwe, o ile będzie zakorzenione w modelach biznesowych, strategii i etycznym ładzie korporacyjnym. Fundusze private equity są tymi podmiotami na rynku, które posiadają skuteczne narzędzia pozwalające na zrównoważoną transformację biznesów. B Corp jest takim trochę „sparing partnerem”, z którym możemy sprawdzić, czy obraliśmy właściwe cele, mamy dobrej jakości narzędzia i czy odpowiednio je wykorzystujemy.*”



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Abris inwestując 1.3 mld dolarów w Europie Centralnej, głównie w Polsce, został większościowym właścicielem ponad 30 spółek, do których dokupił ponad 60 mniejszych firm zatrudniających ponad 20 tysięcy pracowników. Ten wpływ zobowiązuje i niesie ze sobą odpowiedzialność wyrażającą się w decyzjach dotyczących rozwoju i codziennego funkcjonowania spółek portfelowych. Przejawem tej odpowiedzialności jest Polityka Odpowiedzianego Inwestowania oraz ambicja bycia inicjatorem zrównoważonej transformacji biznesów. B Corp to przede wszystkim potwierdzenie jakości realizacji polityki odpowiedzialnego inwestowania, ale też zobowiązanie do dalszego budowania wartości WARTOŚCIOWYCH – w pełnym tego słowa znaczeniu – spółek.

1

Edukacja

Zrównoważony rozwój jest zagadnieniem szerokim oraz wymagającym pod kątem ilości wiedzy, standardów, narzędzi, zależności. Wielu menedżerów i pracowników uczy się rozumienia wyzwań, jakie stoją przed biznesem w dobie kryzysu klimatycznego, innowacyjnych technologii, nowych generacji i oczekiwań społecznych. Budowanie świadomości tych zmian oraz wiedzy pozwalającej na radzenie sobie z nimi, stanowi fundamentalne wyzwanie. Edukacja jest często niedoceniana w organizacjach, ale bez niej trudno jest budować odpowiedzialne firmy. W Abris odpowiedzią na to wyzwanie było powołanie ESG Academy, w ramach której prowadziliśmy edukację zespołu inwestycyjnego oraz spółek portfelowych.

2

Narzędzia

Brak, słaba jakość albo wysoka cena narzędzi pozwalających na zrównoważoną transformację głównie spółek średnich i mniejszych. Przykładem mogą być kalkulatory do liczenia śladu węglowego. Bez odpowiedniego policzenia emisji, identyfikacji głównych ich źródeł nie możliwe jest wyznaczenie celów redukcyjnych i mierzenie progresu. Odpowiadając na to wyzwanie fundusz opracował kalkulator do liczenia śladu węglowego, który przekazał spółkom portfelowym. W ten sposób spółki portfelowe zostały wyposażone w odpowiednie narzędzie, obniżone zostały koszty oraz zagwarantowana została jakość i spójność danych.

3

Brak dostępnych technologii

Transformacja modeli biznesowych na zrównoważone wiąże się często ze zmianami w zakresie procesu oferowania usług czy zastosowana innowacyjnych rozwiązań w produkcji. Obecne ograniczenia technologiczne uniemożliwiają dokonanie istotnych zmian chociażby poprzez brak dostępu do zielonej stali, czy komponentów mogących podlegać recyklingowi. W wielu przypadkach brakuje również rozwiązań, które pozwoliłyby na zmniejszenie zużycia energii w produkcji. To wyzwanie jest również szansą na prowadzenie prac badawczo-rozwojowych i wypracowanie zrównoważonych innowacji budujących konkurencyjność spółek.



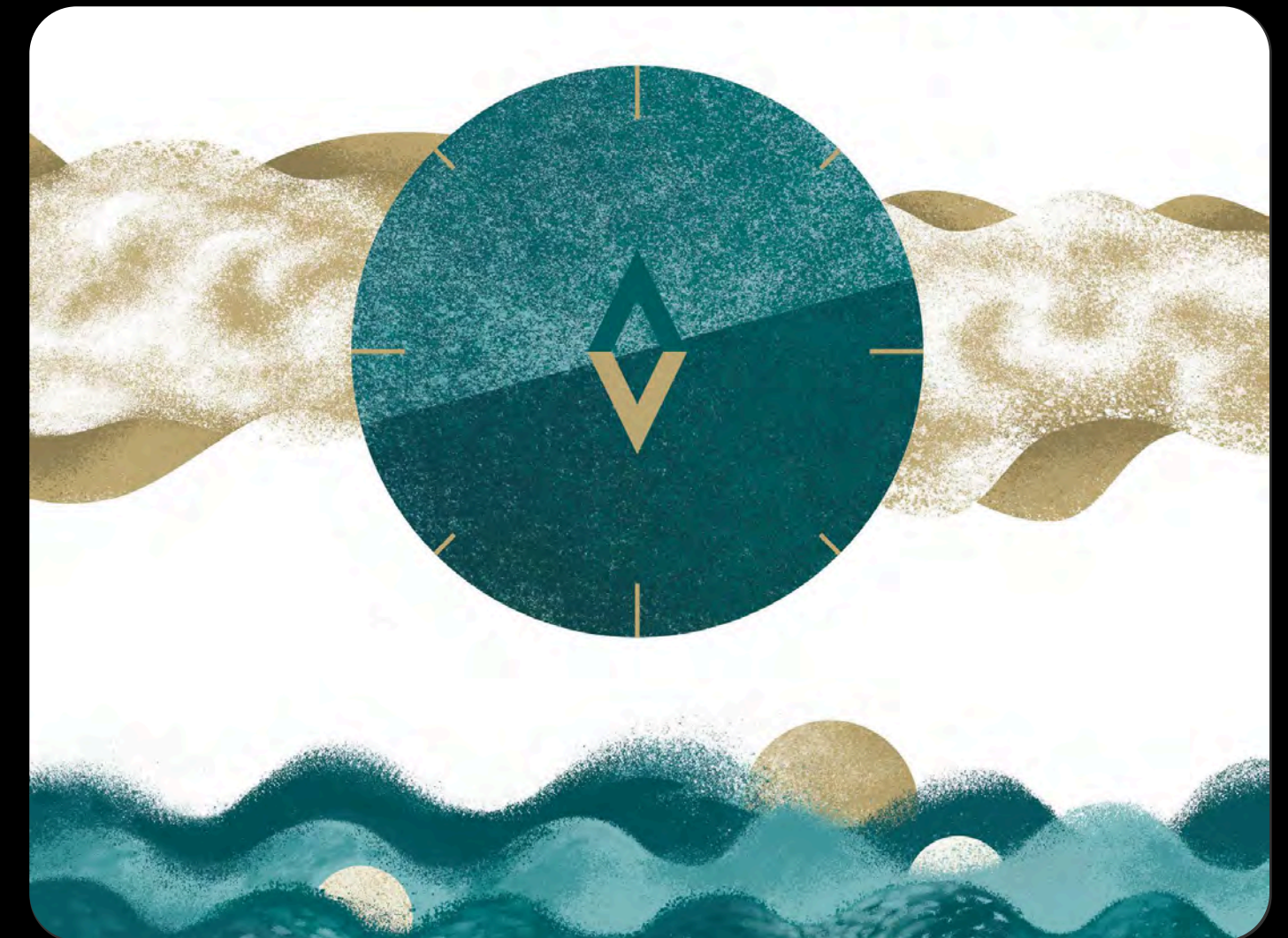
Polityka Odpowiedzialnego Inwestowania i proces inwestycyjny

Jeśli działania zrównoważonego rozwoju mają być skuteczne, muszą być elementem modelu biznesowego. W funduszach inwestycyjnych model biznesowy to polityka inwestycyjna, czyli zdefiniowane warunki w jakie podmioty i w jaki sposób fundusz inwestuje kapitał. W Abris wyrazem wdrożenia zrównoważonego rozwoju jest Polityka Odpowiedzialnego Inwestowania zawierająca nasze zobowiązania do uwzględnienia ESG w całym procesie inwestycyjnym oraz przedstawiająca, jak czynniki zrównoważonego rozwoju są uwzględniane na każdym etapie procesu inwestycyjnego.



Model Ładu Korporacyjnego

Sprawczość, efektywność i rozliczalność działań w zakresie zrównoważonego rozwoju zaczyna się od ładu korporacyjnego. W Abris wdrożony został Model Ładu Korporacyjnego zapewniający, że fundusz i spółki portfelowe działają w sposób przejrzysty i odpowiedzialny, realizując cele zrównoważonego rozwoju. W Modelu zostały zdefiniowane takie elementy jak odpowiednia struktura Rady Nadzorczej i Zarządu, mechanizmy kontroli, czy standardy w zakresie przeciwdziałania korupcji, HR, cyber-bezpieczeństwa.



ESG Universe – strategia ESG

ESG Universe to strategii ESG, w której określamy ambitne, ale konkretne cele, do których dążymy oraz niezbędny ekwipunek, który pozwoli nam te cele osiągnąć. Robimy to w oparciu o trzy filary i poprzez poszczególne inicjatywy flagowe. Te trzy filary to: 1. Zaczynanie od siebie i bycie przykładem, w szczególności dla spółek portfelowych; 2. ESG w całym procesie inwestycyjnym, 3. Rozwijanie wiedzy, standardów i dobrych praktyk w branży private equity. Projekty flagowe ESG to w zakresie zmian klimatu – Manifest Klimatyczny, w zakresie podejście do różnorodności – Abris DEI CODE, w governance to m.in. ESG Scoring – aplikacja do rozwoju i pomiaru zrównoważonego rozwoju zawierająca ponad 600 mierników.

Admind Branding & Communications

AGENCJA BRANDINGOWO-KOMUNIKACYJNA WSPIERAJĄCA FIRMY W TRANSFORMACJI

[ADMINDAGENCY.COM](https://admindagency.com)



ALICJA MIŁUĆSKA

eMBA, Head of Sustainability in Brand Communication and Partnerships

Posiada ponad 20-letnie doświadczenie w budowaniu i zarządzaniu marką oraz w komunikacji marketingowej. Specjalizuje się w projektowaniu procesów komunikacyjnych wspierających transformację marek w odpowiedzi na potrzeby biznesowe i w kierunku zrównoważonego rozwoju. Zajmuje się tworzeniem przejrzystej i skutecznej komunikacji, oraz wdrażaniem odpowiedzialnych praktyk biznesowych.



NASZA WIZJA

“ *Branding to nie dekoracja – to strategia. Pomagamy firmom mówić o ich wartościach tak, by klienci w nie wierzyli, a rynek traktował je poważnie. Bo w biznesie liczą się fakty, nie puste obietnice. Autentyczność, transparentność i konsekwencja stanowią fundament silnej marki. Działania na rzecz ludzi i środowiska stają się jej kapitałem – pod warunkiem, że są komunikowane w sposób przemyślany i wiarygodny.*

Każda transformacja wymaga odwagi. To, jak organizacja komunikuje swoją drogę, kształtuje jej wiarygodność, wzmacnia relacje z interesariuszami i definiuje jej pozycję na rynku.

Niezależnie od tego, czy firma wdraża strategię ESG, przechodzi fuzję czy redefiniuje swój model biznesowy, kluczowe jest spójne podejście do komunikacji. W Admind pomagamy projektować ją strategicznie, dbając o ciągłość i wiarygodność marki w czasach zmian.

Dobrze zaprojektowana komunikacja nie tylko odzwierciedla transformację, ale ją napędza – budując markę odporną na przyszłe wyzwania.

CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Dla Admind certyfikat B Corp to odzwierciedlenie wizji naszych założycieli: kreowanie pozytywnego wpływu poprzez branding.

Naszą misją jest umożliwianie markom autentycznego budowania relacji w stale zmieniającym się świecie. Wspieramy firmy w procesach transformacji – od zmian modelu biznesowego i dostosowywania się do dynamicznego rynku, przez fuzje i przejęcia, po wdrażanie strategii ESG. W takich momentach ważne jest przemyślane definiowanie marki i komunikacja, które nadadzą zmianom spójny kierunek, budując zaufanie rynku i wzmacniając długoterminową wartość firmy.

Certyfikat dla Admind to także zobowiązanie do dążenia do najwyższych standardów etyki biznesowej i transparentności oraz podejmowania decyzji strategicznych także w oparciu o czynniki społeczne, zarządcze i środowiskowe.

B Corp to dla nas także wyraz zaangażowania w ciągłą edukację i zwiększanie świadomości na temat wpływu biznesu na ludzi, planetę i przyszłość świata – zarówno wśród naszych pracowników, partnerów i klientów, jak i w całym środowisku biznesowym.

1

Zmniejszanie kosztów środowiskowych w codziennych działaniach

Dążymy do tego, by zrównoważony rozwój był nie tylko częścią strategii naszych klientów, ale także fundamentem naszej własnej działalności. Wyzwanie polega na wdrażaniu tych zasad na każdym etapie – od strategii komunikacyjnych po wybór narzędzi i partnerów.

Pracując w ramach globalnego zespołu, liczymy się z częstymi podróżami międzynarodowymi, staramy się jednak, by większość naszych spotkań z współpracownikami i klientami odbywała się online. Wierzymy, że zmniejszanie kosztów środowiskowych to nie tylko nasza odpowiedzialność, ale i szansa na wdrażanie dobrych praktyk w całej branży kreatywnej.

2

Rozwój technologiczny i AI vs. ślad węglowy

Stale eksplorujemy nowe technologie, w tym sztuczną inteligencję, aby usprawniać procesy i dostarczać innowacyjne rozwiązania brandingowe. Mamy jednak świadomość wysokiego kosztu środowiskowego wykorzystywanych do tego celu narzędzi.

Dlatego dążymy do równowagi między innowacją, a odpowiedzialnością. Wybieramy rozwiązania w sposób przemyślany analizując ich rzeczywistą wartość i wpływ. Szacujemy korzyści względem kosztów, by wdrażać technologie, które nie tylko usprawniają pracę, ale są zgodne z naszymi wartościami zrównoważonego rozwoju.

3

Współpraca z klientami i partnerami, w zgodzie z naszymi wartościami

Wierzymy, że branding i projektowanie powinny służyć pozytywnej zmianie. Dlatego jednym z naszych wyzwań jest konsekwentne podejmowanie współpracy z firmami, które dzielą nasze wartości.

Wymaga to odwagi w rezygnacji z niektórych projektów, zwłaszcza gdy dostrzegamy, że deklaracje o zrównoważonym rozwoju nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistych działaniach. Jednocześnie pozwala nam to budować długoterminowe, wartościowe relacje i mieć realny wpływ na biznes.



Partnerstwa z organizacjami pozarządowymi

Podejmujemy współpracę z organizacjami pozarządowymi oferując im nasze kompetencje w zakresie branding, projektowania, strategii i promocji wzmacniając ich siłę sprawczą do działań na rzecz zmiany społecznej i ochrony środowiska. Przykładem jest nasze wieloletnie partnerstwo z FilmOnem – festiwalem filmów osób z niepełnosprawnościami, czy Tech To The Rescue – fundacją łączącą NGO'sy z firmami technologicznymi. Ostatnio we współpracy ze Stowarzyszeniem Mudita i marką Mustela zaprojektowaliśmy i przygotowaliśmy do druku Powitalnik – przewodnik dla rodziców dzieci z diagnozą, którego premiera przewidziana jest na czerwiec 2025 roku.



Debaty o roli branding i designu

Angażujemy się w działania, których celem jest wzmocnienie roli branding i designu w kształtowaniu postaw społecznych i gospodarczych. Przykładem jest inicjowanie debaty o conscious branding. Dyskutujemy o tym w mediach, podczas wystąpień publicznych i webinarów, promując branding jako narzędzie realnej zmiany.

Organizujemy także autorskie wydarzenia takie jak Plakaton – maraton projektowania plakatów, w odpowiedzi na największe problemy współczesnego świata.



Działania z obszaru edukacji i podnoszenia świadomości

Admind od lat angażuje się w działania edukacyjne w obszarze zrównoważonego biznesu, dobrych praktyk w zakresie pozytywnego wpływu społecznego i środowiskowego, a także aktywnie zabiera głos przeciwko praktykom greenwashingowym w komunikacji.

Skupiamy się na podnoszeniu świadomości naszych klientów oferując usługi wspierające procesy transformacji firm. Kluczowe jest dla nas budowanie marek, które będą silne i trwałe w długiej perspektywie. A w tym kontekście nie da się myśleć o przyszłości biznesu bez uwzględnienia zrównoważonego rozwoju.

ANG Odpowiedzialne Finanse

FIRMA POŚREDNICTWA FINANSOWO-UBEZPIECZENIOWEGO

[ANGFINANSE.PL](https://angfinanse.pl)



ARTUR NOWAK- GOCŁAWSKI

Współzałożyciel i prezes ANG
Odpowiedzialne Finanse S.A.
oraz Fundacji Nienieodpowiedzialni

Zwolennik strategii biznesowych
opartych o idee służebnego
przywództwa, zrównoważonego
rozwoju, zaangażowania
społecznego i budowy wartości
wspólnej. Finalista nagrody im.
Jana Rodowicza „Anody”
Muzeum Powstania
Warszawskiego za działalność
społeczną. Laureat pierwszej
edycji nagrody Forum
Odpowiedzialnego Biznesu
“Człowiek, który zmienia biznes”.

NASZA WIZJA

“*Chcemy dostarczać ludziom usługi finansowe, których potrzebują, które rozumieją, za godziwą cenę i na które ich stać. Tworzymy środowisko pracy oparte na odpowiedzialności, współwłasności i współstanowieniu. Odbudowujemy zaufanie do branży finansowej, na pierwszym miejscu stawiając dobro klienta. Rozwijamy się w sposób zrównoważony, pamiętając o naszym wpływie na ludzi i środowisko.*

Budujemy organizację, która systematycznie rośnie pod kątem przychodów i zatrudnienia, tworząc biznes efektywny długoterminowo, trwały i pożyteczny. Niezwykle ważne jest dla nas budowanie kapitału etycznego, który rozumiemy jako gotowość firmy i jej społeczności do zaangażowania w imię przyjętych wartości.

Człowiek jest najważniejszym źródłem wartości naszej firmy. Chcielibyśmy, aby nasze współpracowniczki i współpracownicy identyfikowali się z misją, wizją i wartościami naszej organizacji, traktując pracę jak służbę i jako źródło rozwoju osobistego, spełnienia zawodowego i radości.

Z różnorodności czerpiemy siłę – jesteśmy otwarci na każdego człowieka bez względu na płeć, wiek czy pochodzenie.



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

ANG jest częścią B Corp od 2020 r. Dołączyliśmy do tej społeczności w przekonaniu, że dobrze być częścią inicjatywy, dla której biznes to coś więcej niż budowanie wartości ekonomicznej. Od początku istnienia ANG, od 2010 roku, uważamy, że warto tworzyć biznes taki, który służy społeczeństwu, jest siłą napędową zmian na lepsze.

Jako B Corp przede wszystkim chcemy pokazywać, że można zarabiać i jednocześnie czynić dobro oraz zwiększać swój pozytywny wpływ na otoczenie. Model działania ANG, najpierw w formule spółdzielni, dziś jako spółki pracowniczej, generuje wartość dla wszystkich interesariuszy.

Biznes ma ogromny wpływ na całe swoje otoczenie, na świat. Może go uczynić wspaniałym lub go niszczyć – wybór dla BCorpów powinien być oczywisty. Dziś, kiedy obserwujemy jak największe firmy odwracają się od wartości i zasad etycznych, szczególnie warto podkreślić swoją przynależność do takich społeczności jak B Corp. Dla nas w ANG odpowiedzialność i służebna rola wobec klientów zawsze była i będzie ważniejsza niż maksymalizacja zysku.

1

Odpowiedzialna sprzedaż w obliczu rozwoju AI

Nieuczciwe praktyki w sprzedaży usług finansowych, skutkują dziś brakiem zaufania do branży. Obecnie, gdy następuje szybka cyfryzacja tych usług, jako uczestnicy rynku finansowego musimy kłaść jeszcze większy nacisk na to, aby odpowiedzialnie i etycznie korzystać z możliwości jakie dają technologie i algorytmy. Kluczowe jest zabezpieczenie danych klientów oraz jasna i zrozumiała komunikacja produktów finansowych. Szczególnie ważne jest uświadamianie klientów o ryzykach i zagrożeniach takich jak agresywna, nieetyczna sprzedaż, generowanie fałszywych transakcji, deepfake'ów czy wyludzanie danych finansowych. Aby zminimalizować te zagrożenia firmy z sektora finansowego muszą inwestować w transparentność, bezpieczeństwo i etyczne wdrażanie rozwiązań AI.

2

Firma jako dobry obywatel

Firmy odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu społeczeństwa, dlatego ich zaangażowanie w sprawy wspólne jest niezwykle istotne. Z tego powodu nie powinny działać tylko i wyłącznie jako podmioty gospodarcze nastawione na maksymalizację zysku, ale także jako uczestnicy życia społecznego, ze swoimi prawami, ale i obowiązkami oraz służebną rolą wobec społeczeństwa. Jako biznes powinniśmy zatem reagować wtedy, kiedy dzieje się niesprawiedliwość i gdy łamane są prawa człowieka. Wysokie standardy działalności biznesowej takie jak respektowanie praw człowieka, budowanie różnorodnego środowiska pracy i kultury włączającej, zasad etycznych postrzegamy dziś jako jedno z największych wyzwań.

3

Edukacja finansowa

Brak wiedzy finansowej i niska edukacja w tym obszarze to wyzwanie z jakim mierzymy się w Polsce od lat. Polki i Polacy nie znają podstawowych zasad budżetowania, nie rozumieją mechanizmów kredytowych i nie planują finansowej przyszłości. Do tego dochodzi ogromna skala oszustw finansowych w sieci; fałszywe inwestycje, phishing i wyludzanie danych są dziś realnym zagrożeniem dla każdego z nas. Wyzwaniem jest również szybki rozwój cyfrowych usług finansowych takich jak np. płatności odroczone (BNPL), które mogą prowadzić do nadmiernego zadłużania, utraty kontroli nad budżetem i wysokich kosztów odsetek. Konieczne są zmiany w programach nauczania, szeroka edukacja w mediach, ale przede wszystkim większa odpowiedzialność instytucji finansowych wobec klientów, o co apelujemy jako ANG od lat.



Koncepcja spółki pracowniczej

Firma ANG powstała w 2010 roku w formule spółdzielni, kierując się zasadami współwłasności, współdecydowania i partycypacji. Stała się tym samym atrakcyjnym miejscem pracy dla ekspertów i ekspertek kredytowo-ubezpieczeniowych, dla których kooperacja i dobro wspólne stały się równie ważne jak bieżące dochody. W 2019 r. społeczność ANG podjęła wspólną decyzję o przekształceniu w spółkę pracowniczą. Obecnie większościowy pakiet własnościowy ANG (ponad 50%) jest w rękach Współpracowniczek i Współpracowników ANG, co wciąż jest unikalnym rozwiązaniem w branży finansowej.



Program Antymisselingowy

Wyeliminowanie missellingu tj. nieetycznej sprzedaży produktów i usług finansowych mieliśmy “wypisane na sztandarach” od początku naszego istnienia. W ANG działa Komisja Etyki, która monitoruje przestrzeganie Kodeksu Etyki. Uważnie dobieramy produkty finansowe do naszej oferty. Pomaga w tym Komisja Produktowa. Jej zadaniem jest analiza każdego produktu przed wprowadzeniem do oferty. W ANG nie ma planów sprzedażowych; oferujemy klientom to, czego naprawdę potrzebują i co najlepiej odpowiada ich możliwościom i potrzebom. Jesteśmy także sygnatariuszem Deklaracji Odpowiedzialnej Sprzedaży.



Obrona praw człowieka i pomoc humanitarna

ANG jest instytucją macierzystą Fundacji Nienieodpowiedzialni. Od ponad 10 lat wspólnie zachęcamy do dyskusji nt. odpowiedzialności branży finansowej i jej służebnej roli wobec klientów oraz promujemy zasady odpowiedzialnego biznesu. Od 2021 r. niesiemy także pomoc humanitarną. Jesteśmy aktywną organizacją pomocową na terenie Podlasia, gdzie trwa kryzys na granicy polsko-białoruskiej. Gdy wybuchła wojna w Ukrainie zaangażowaliśmy się niosąc pomoc i w Polsce i w Ukrainie. Włączyliśmy się też w pomoc ofiarom powodzi we wrześniu 2024 r.

Benefit Systems

TWÓRCA BENEFITÓW POZAPŁACOWYCH
WSPIERAJĄCYCH DOBROSTAN PRACOWNIKÓW

WWW.BENEFITSYSTEMS.PL



DR TOMASZ PÓŁGRABSKI

Head of ESG and Public
Affairs w Benefit Systems

Pełni również funkcję Prezesa Fundacji MultiSport. Specjalizuje się w zrównoważonym rozwoju i certyfikacji B Corp. Wykładowca Szkoły Głównej Handlowej oraz Akademii Nauk Stosowanych Ateneum w Gdańsku.

NASZA WIZJA

“ W Benefit Systems wierzymy, że rozwój naszej firmy jest nierozdzielnie związany z wartościami ESG, które stanowią fundament odpowiedzialnego biznesu. Dążymy do długofalowego sukcesu, nie tylko poprzez generowanie zysków, ale przede wszystkim poprzez tworzenie wartości dodanej dla społeczeństwa. Nasze doświadczenia pokazują, że taki kierunek przynosi korzyści na każdym poziomie – ekonomicznym, społecznym i ekologicznym. Model biznesowy Benefit Systems został zakwalifikowany jako Impact Business Model. Jako jedna z nielicznych firm w Polsce wpisaliśmy wartości ESG do statutu naszej organizacji. Jesteśmy także pierwszą spółką giełdową w Europie Środkowo-Wschodniej wyróżnioną certyfikatem B Corp. Chcemy wciąż rozwijać się zgodnie z ideą odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonej przyszłości oraz inspirować inne organizacje do podejmowania działań zgodnych z tą filozofią.



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Certyfikat B Corp jest dla Benefit Systems niezależnym potwierdzeniem naszego zaangażowania w odpowiedzialne i zrównoważone prowadzenie biznesu. Proces certyfikacji to nie tylko obiektywna ocena, ale także narzędzie edukacyjne, które pomaga nam analizować wpływ naszej działalności na pracowników, klientów, społeczność i środowisko. Daje nam również cenną możliwość identyfikacji obszarów, w których możemy poczynić jeszcze większe postępy. Przynależność do globalnej społeczności B Corp umożliwia nam również wymianę doświadczeń i wdrażanie najlepszych praktyk, wspierając nas w ciągłym doskonaleniu procesów biznesowych i tworzonych rozwiązań zgodnie z wartościami odpowiedzialnej firmy. Idea B Corp doskonale wpisuje się w nasze długofalowe cele rozwoju i sposób prowadzenia biznesu, który może i powinien zmieniać świat na lepsze.

1

Złożona i różnorodna struktura Grupy Kapitałowej Benefit Systems a unifikacja procedur

Benefit Systems działa w ramach międzynarodowej i zróżnicowanej struktury organizacyjnej, co stanowi wyzwanie we wdrażaniu jednolitych regulacji wewnętrznych oraz wyznaczania spójnych celów ESG i monitorowania skonsolidowanych wyników w raportach ESG całej Grupy Kapitałowej. Różne modele operacyjne w poszczególnych spółkach wymagają dopasowanego podejścia, co wiąże się z wyzwaniami w zakresie harmonizacji działań i monitorowania efektów. W Benefit Systems każdego dnia dbamy o zachowanie balansu między standaryzacją procesów a elastycznością działań, co pozwala nam skutecznie reagować na zmieniające się potrzeby i wyzwania.

2

Mnogość audytów i wymogów regulacyjnych

Jako spółka giełdowa jesteśmy zobowiązani do przestrzegania wysokich standardów w obszarze zrównoważonego rozwoju, co związane jest z dynamicznie zmieniającymi się wymaganiami formalno-prawnymi. Poddając się dobrowolnemu audytowi w ramach certyfikacji B Corp, wyznaczamy najwyższe standardy dla rynku w zakresie odpowiedzialnego prowadzenia biznesu. Wiąże się to z ogromnym wysiłkiem całych zespołów w organizacji, wymaga dostarczania szczegółowych danych oraz konieczności koordynacji wielu procesów. Jednocześnie stanowią one cenne narzędzie do optymalizacji i doskonalenia naszych działań w obszarze ESG.

3

Wciąż niska świadomość wśród społeczeństwa i mniejszych przedsiębiorstw w temacie zrównoważonego rozwoju

Zrównoważony rozwój niestety wciąż jest wyzwaniem dla wielu mniejszych oraz średnich firm, co niewątpliwie utrudnia budowanie bardziej odpowiedzialnego łańcucha dostaw i współpracę w oparciu o wysokie standardy. Niewystarczająca świadomość oraz brak wewnętrznych zasobów sprawiają, że niektóre firmy postrzegają te inicjatywy głównie jako koszt, a nie inwestycję. Kluczowe jest edukowanie rynku oraz wspieranie partnerów w transformacji na bardziej zrównoważone modele biznesowe.

Raport MultiSport Index 2024: Sportkrastynacja Jak (nie) ćwiczą Polacy?



Kampania edukacyjna „Sportkrastynacja”

Ideą flagowego produktu Benefit Systems – programu MultiSport – jest aktywizacja społeczeństwa i wsparcie w prowadzeniu zdrowego stylu życia. Ta filozofia przekłada się również na działania edukacyjne – takie jak kampania „Sportkrastynacja”, oparta na raporcie „MultiSport Index 2024”. Projekt skupia się na powszechnym problemie odkładania aktywności fizycznej na później. Łącząc wyniki badań i porady ekspertów, projekt inspirowe do zmiany nawyków.



Wielowymiarowe wspieranie dobrostanu

Benefit Systems oferuje ekosystem produktów: MultiLife, MultiSport i MyBenefit, kompleksowo wspierający dobrostan pracowników. Firma wdrożyła także narzędzie analityczne Wellbeing Score, które pomaga w zmierzeniu poziomu dobrostanu w ujęciu indywidualnym i ogólnofirmowym, rozpoznaniu potrzeb i wdrożeniu odpowiednich działań zmierzających do poprawy wellbeingu. Aby budować społeczną świadomość na temat znaczenia dobrostanu w codziennym życiu, narzędzie w formule indywidualnej zostało udostępnione bezpłatnie.



Działalność fundacji MultiSport

Fundacja MultiSport angażuje różne grupy społeczne w regularną aktywność fizyczną, przeciwdziałając negatywnym skutkom hipokinezy. Flagowy program Aktywne Szkoły MultiSport zachęca dzieci i młodzież do aktywności poprzez organizację profesjonalnych zajęć sportowych w naszych klubach fitness. Z kolei inicjatywa „Senior w dobrej formie” wspiera aktywność ruchową pokolenia silversów, dbając o ich sprawność i integrację społeczną. Działania Fundacji łączy jeden cel – poprawa jakości życia poprzez ruch i budowanie prozdrowotnych nawyków na każdym etapie życia.



PAWEŁ NIZIŃSKI

Joint CEO of BETTER,
Co-founder ruchu B Corp
w Polsce

Ekspert w strategicznym zarządzaniu zrównoważonymi markami z ponad 30-letnim doświadczeniem w branży komunikacji marketingowej i sustainability. 2019–2024 BLab Country Partner PL, Partner w NOW Partners, laureat Pióra Odpowiedzialnego Biznesu FOB, ambasador For Good Leaders, współzałożyciel Fundacji DEIA

Better

STRATEGICZNE DORADZTWO W SUSTAINABILITY

B-BETTER.PL

NASZA WIZJA

“*Im bardziej przychodzi nam żyć w turbulentnych czasach, tym klarowniejsze stają się nasze wybory. Idee przyświecające ruchowi B Corp przywracają zakorzeniony w humanistycznych wartościach wymiar działalności biznesowej. Można być dobrym dla planety, fair wobec innych, i jednocześnie prowadzić skuteczny i odnoszący sukcesy biznes. Obecne wyzwania to szansa stojąca przed ruchem B Corp, by po raz kolejny to udowodnić. Dlatego musimy się skupić na integralności naszego podejścia do INRTERDEPENDENCE, mądrze i empatycznie angażować naszych interesariuszy, pilnować standardów sustainability, szanując prawo drugiego człowieka do odmiennej, własnej perspektywy. Żyjemy w czasach „pomiędzy”, kiedy współobecne są rozmaite paradygmaty gospodarcze i społeczne. To od liderów ruchu B Corp zależy, czy wartości jakie ten ruch połączyły będą atrakcyjne dla innych i staną się powszechne. To niezwykła odpowiedzialność. I zaszczyt być częścią tego rosnącego globalnego ruchu ludzi angażujących zasoby biznesu dla wspólnego dobra.*”

CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Wejście do Ruchu B Corp było dla nas naturalnym krokiem – od lat współtworzyliśmy środowisko wspierające sustainability jako Goodbrand. Propozycja Marcello Palazziego, inicjatora BLabEU, by zająć się wprowadzaniem tego ruchu do Polski przyszła jako zaszczyt, ale też jako wyzwanie. B Corp dla nas to zaangażowanie dla wspólnego dobra, odpowiedzialność za przyszłe pokolenia i planetę, za ekosystem naszych interesariuszy. To transformacja biznesu, naszego i firm dla których pracujemy. Dzięki B Corp okazało się, że nasz model biznesowy jest Impact Business Model, a wspieranie liderów w wiedzy o sustainability, koegzystencji biznesu i lokalnych społeczności, DEI, dokłada się do impaktu szerszej globalnej społeczności. B Corp to wspólnota wokół Deklaracji współzależności, moralnego zobowiązania do wspierania się nawzajem w regeneracji tego co odziedziczyliśmy po poprzednikach. Jesteśmy za siebie nawzajem odpowiedzialni, troszcząc się o wartość, jaką tworzymy dla świata teraz i tego, w jakim będą żyły następne pokolenia. To zobowiązanie, by to co potrafimy robić dobrze, dla dobra ludzi i planety, służyło innym, nie tylko nam, by dawało pozytywny wpływ. Oraz radość jak czasami to wychodzi.



1

Niestabilność regulacyjna w obszarze sustainability

Przy jednoczesnej niskiej kompetencji budowania przewagi konkurencyjnej opartej o działania na rzecz zrównoważonego rozwoju może wpływać spowalniająco na procesy transformacji biznesu. Wyzwaniem będzie to jak zapobiegać wyhamowaniu ESG przy jednoczesnej niezbędnej reindustrializacji EU, niezbędnemu wzrostowi innowacyjności technologicznej i konkurencyjności firm. Jak zapobiec krótkoterminowości w myśleniu o budowaniu biznesu w obecnych niestabilnych, również geopolitycznych, warunkach.

2

Ekosystem współpracy firm zmieniających świat na lepsze

Jak go powiększać i wzmacniać atrakcyjność ambitnych standardów ruchu B Corp. Jak trzymać kurs na bardziej inkluzywny i sprawiedliwy regeneratywny system dla wszystkich wobec silnych impulsów promujących dotychczasowy paradygmat “business as usual”. Jak utrzymać charakter B Corp – ruchu społecznego a jednocześnie organizacji przyznającej certyfikaty i wprowadzającej najwyższe standardy zrównoważonego rozwoju. Jak skierować rewolucję technologiczną w stronę wspierania zrównoważonego i bardziej regeneratywnego systemu dostępnego dla wszystkich.

3

Jak upowszechniać zrozumienie globalnej współzależności - INTERDEPENDENCE

Pomimo narastających tendencji populistycznych, separatystycznych i lokalnego egoizmu idee ruchu B Corp powinny być atrakcyjne w mainstream. Jak utrzymać holistyczny wymiar tego podejścia. Jak przekonać firmy do wzięcia odpowiedzialności nie tylko za E – czyli emisje CO2, ale za wszystkie obszary oddziaływania firmy na otoczenie. Jak przekonać, że współpraca ze wszystkimi interesariuszami zapewnia długowieczność prowadzenia biznesu. Jak przekonać obojętnych i oponentów, że albo wszyscy wyjdziemy z multikryzysu, albo nikt.

DOBRE PRAKTYKI

Better



Warsaw B Corp Summit (2020–2023, cztery edycje)

Spotkania integrujące powstające od zera niemalże środowisko polskich B Corp, przestrzeń inspiracji, wymiany doświadczeń, animacja wydarzeń pomiędzy Summitami, wsparcie rodzącego się ruchu i nagłaśnianie jego filozofii prowadzenia biznesu wszelkimi możliwymi kanałami.



„Powiedz Cześć Różnorodności – człowieka nie da się opisać jednym słowem”

Ogólnopolska OOH kampania DiversityEquityInclusion, lato 2023, odpowiedź edukacyjna na gwałtowną zmianę polskiego społeczeństwa z homogenicznego na multikulturowe m.in. w efekcie agresji Rosji na Ukrainę i ogromnej fali migracji osób z doświadczeniem uchodźczym.



BETTER DeepDive

Integracja środowiska polskich B Corpów oraz firm „B Corp inspired” w oparciu o dzielenie się wiedzą, upowszechnianie wysokich standardów sustainability. 2 razy w roku organizujemy sesje poświęcone zgłębieniu najbardziej istotnych i aktualnych tematów i wyzwań, przed jakimi stają firmy prowadzące swoją transformację w kierunku ESG. Gromadzimy wybitne osobowości, ekspertki i ekspertów z Polski i EU, znakomitą aktywną i wymagającą publiczność, po każdym wydarzeniu publikujemy i rozpowszechniamy darmowy whitepaper z podsumowaniem idei obecnych na spotkaniu, użytecznych w codziennej praktyce biznesowej.

Danone w Polsce

PRODUCENT ŻYWNOŚCI I NAPOJÓW

[DANONE.PL](https://danone.pl)



PAWEŁ PIĄTEK

Dyrektor Generalny Grupy
DANONE w Polsce

Paweł Piątek – od 2021 roku dyrektor generalny w grupie spółek DANONE, z którymi związany jest od 18 lat. Posiada blisko 30-letnie doświadczenie zawodowe w sektorze FMCG.

NASZA WIZJA

“ Droga Pozytywnego Wpływu DANONE to strategia zrównoważonego rozwoju, w której zdrowie konsumentów, natura oraz pracownicy i społeczności lokalne są osią naszych działań. Nowe, często przełomowe, inicjatywy i partnerstwa, na których będziemy się w najbliższych latach koncentrować, są dowodem na nieustające zaangażowanie w wykorzystywanie siły biznesu do czynienia dobra:

- program DAN-Agri: przeznaczenie 10 mln złotych na wsparcie finansowe i merytoryczne dla polskiego rolnictwa jako odpowiedź na wyzwania społeczne i środowiskowe w tym sektorze;
- zobowiązanie wodne oraz program Kropla do Kropli, skupione na retencji wody oraz odtwarzaniu zasobów wodnych poprzez renaturyzację mokradeł we współpracy ze środowiskiem naukowym;
- rozwój portfolio żywieniowego dla specjalnych potrzeb pacjentów – otwarcie nowego wydziału produkcyjnego żywienia dojelitowego w Opolu, z 230 mln nakładu inwestycyjnego.

Wierzmy, że zrównoważony rozwój to nie tylko obowiązek, ale także szansa na tworzenie wartości dla interesariuszy i kreowanie lepszej przyszłości dla konsumentów i pacjentów w Polsce.

CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Grupę spółek DANONE tworzą: Danone (świeże produkty mleczne i pochodzenia roślinnego), Nutricia Polska i Nutricia Zakłady Produkcyjne (żywność dla niemowląt, małych dzieci i żywienie medyczne), Żywiec-Zdrój (woda i napoje), a także Nutrimed i Promedica (usługi domowego żywienia dojelitowego). Wszystkie spółki łączy misja niesienia zdrowia poprzez żywność tak wielu ludziom, jak to możliwe oraz realizacja podwójnego zobowiązania na rzecz zrównoważonego rozwoju gospodarczego i społecznego, ogłoszonego już 50 lat temu.

Zobowiązanie do globalnej certyfikacji DANONE jako B Corp do 2025 roku było naturalnym rozwinięciem tego projektu i poświadczeniem naszych wartości. B Corp jest dowodem, że organizacja prowadzi działalność w sposób spełniający wysokie standardy społeczne i środowiskowe, przejrzystości i odpowiedzialności. Co szczególnie istotne dziś, wykracza poza standardy ESG, wdrażając unikalną koncepcję modeli biznesowych o pozytywnym wpływie na interesariuszy. W grupie DANONE w Polsce posiadamy trzy takie modele: dbamy zarówno o naturę (sprzedaż produktów Alpro o niskim śladzie środowiskowym), jak i pacjentów (sprzedaż żywienia medycznego i świadczenia usług opieki domowej).



1

Uświadomienie biznesu, że zrównoważony rozwój dotyczy wszystkich obszarów działania firmy

Wprowadzenie zasad i standardów zrównoważonego rozwoju wymaga zmiany myślenia i działania na wszystkich poziomach organizacji. Zrównoważony rozwój to nie tylko strategia przedsiębiorstwa czy inicjatywy w wybranym obszarze, ale całościowe podejście dotyczące produkcji, zakupów, relacji z dostawcami, zarządzania ludźmi po relacje z interesariuszami. Kluczowe jest, aby wszyscy pracownicy byli świadomi i zaangażowani w te działania. B Corp to świetne narzędzie umożliwiające przegląd standardów i ciągłe doskonalenie.

2

Opłacalność wdrożenia standardów B Corpowych

Wydatki dot. zrównoważonego rozwoju mogą początkowo wydawać się kosztowne. Istotne jest określenie wartości biznesowej generowanej przez wdrożenie standardów i inicjatyw z ww. zakresu. Dzięki temu organizacja może jasno określić jakie są korzyści z wyższych kosztów operacyjnych czy poniesienia wydatków inwestycyjnych. Firmy, które zainwestują z myślą o konkretnych celach, będą lepiej przygotowane na przykład - na przyszłe ryzyka klimatyczne czy zmiany rynkowe.

3

Transparentność komunikacji

Firmy prześcigają się w raportach, deklaracjach i kampaniach, co sprawia, że trudno wyróżnić autentyczne działania. Internauci są coraz bardziej świadomi i krytyczni wobec komunikacji firm na temat ESG. W tym kontekście – działania przedsiębiorstw powinny być autentyczne i transparentne, poddawać się zewnętrznym weryfikacjom. W przeciwnym razie mogą one stracić zaufanie klientów i interesariuszy. Kluczowe jest, aby działania i ich efekty były mierzalne, istotne w skali całego biznesu i wywierające istotny wpływ na otoczenie, a ich komunikacja opierała się na faktach i konkretnych osiągnięciach.

DOBRE PRAKTYKI



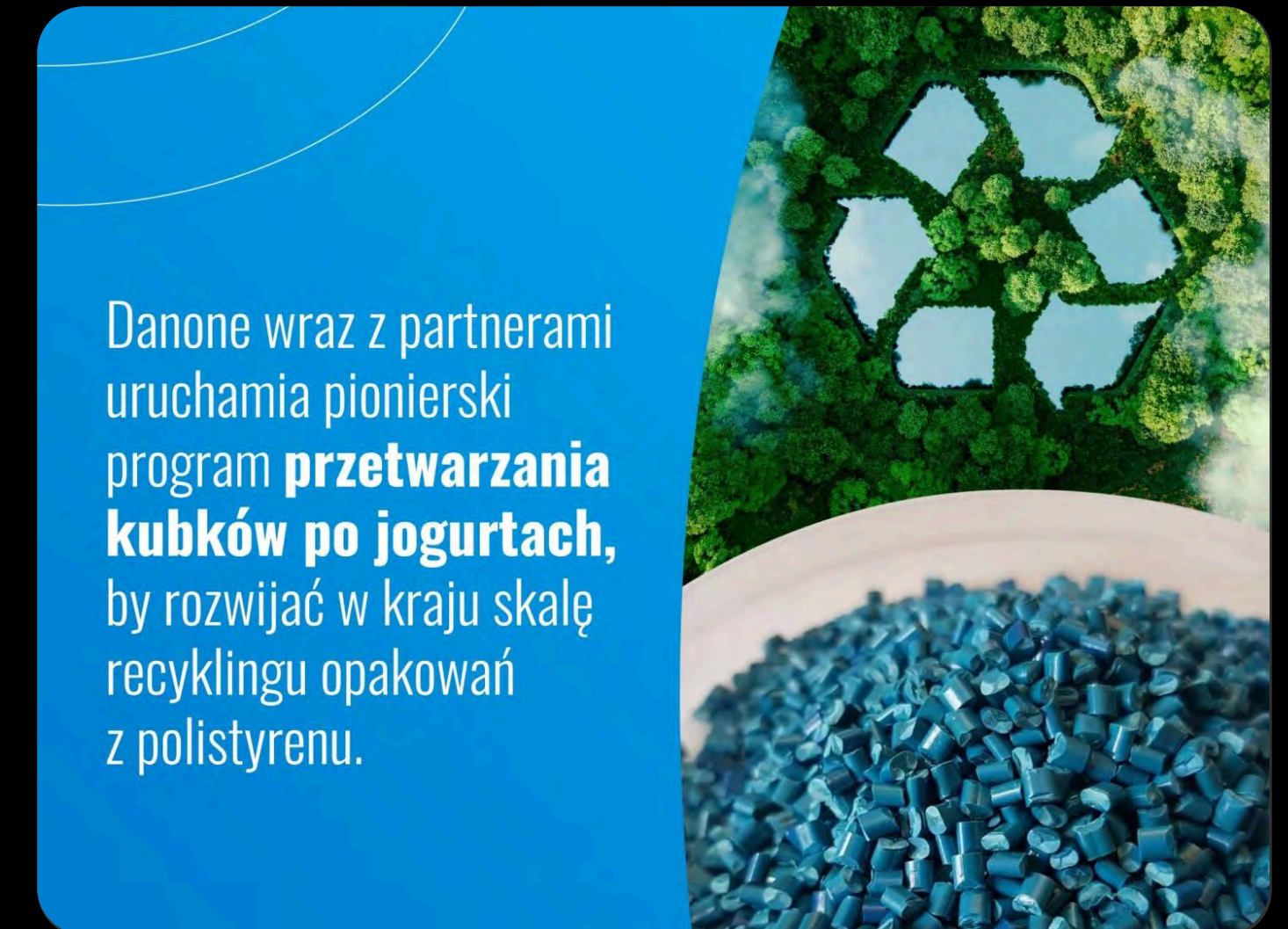
Spółeczny Pakt dla Polskiego Rolnictwa, cele SBTi i zobowiązanie metanowe

Danone od lat wspiera rozwój polskich rolników (głównie dostawców mleka), promując praktyki z zakresu rolnictwa regeneratywnego. W 2024 r. Danone – we współpracy z Polskim Klubem Ekologicznym – zainicjował Społeczny Pakt dla Polskiego Rolnictwa, łączący rolników, niezależnych ekspertów, firmy komercyjne i decydentów. Ma on na celu wypracowanie wspólnej wizji rozwoju rolnictwa i transformacji sektora spożywczego. DANONE globalnie zobowiązał się również do realizacji celów Science Based Targets initiative (SBTi) zgodnych z trajektorią 1.5 stopnia oraz redukcji emisji metanu o 30% do 2030 r. Także w Polsce dążymy do tego celu.



Think Tank "Żywność dla Przyszłości" powstały z inicjatywy grupy spółek DANONE

Think Tank "Żywność dla Przyszłości" to interdyscyplinarna platforma badawczo-eksperymentalna, która łączy obszar zdrowia, odpowiedniego żywienia i ochrony środowiska. Jego inicjatorom zależało na połączeniu i korzystaniu z różnorodnych perspektyw oraz wpływaniu na kształt debaty publicznej – co jemy, jak jemy i jaki ma to wpływ na system żywnościowy. W ramach prac Think Tanku powstał raport "Talerz Przyszłości", który obrazuje wpływ wyborów żywieniowych Polaków na zdrowie społeczeństwa i kondycję planety – teraz i w perspektywie kolejnych pokoleń.



Projekt pilotażowy recyklingu kubeczków polistyrenowych z REKOPOL i DP Recykling

DANONE, we współpracy z organizacją odzysku opakowań REKOPOL i recyklerem - DP Recykling, uruchomił pierwszy w Polsce program recyklingu zużytych opakowań polistyrenowych (PS) z gospodarstw domowych. Program ten wykorzystuje innowacyjną technologię dekontaminacji opracowaną przez naukowców z Politechniki Śląskiej, która pozwala na przetwarzanie polistyrenu na kolejne zastosowania. Dzięki partnerstwom międzysektorowym, DANONE przyczynia się do inicjatyw zamykających obieg opakowań i promowania nowatorskich, zrównoważonych rozwiązań.

DOBRE PRAKTYKI

ŻYWIEC ZDRÓJ
S.A.



Woda – sesje dialogowe ze społecznościami lokalnymi

Spółka Żywiec-Zdrój, należąca do grupy spółek DANONE, prowadzi regularne sesje dialogu społecznego w lokalizacjach, w których prowadzi działalność. Przykładem jest dialog społeczny w gminie Jeleśnia, który trwał ponad dwa lata i zaowocował powołaniem Funduszu Wodnego na lata 2021-2026. Fundusz ten, na który przeznaczono budżet w wysokości 2 mln zł, wspiera realizację zadań związanych z upowszechnieniem dostępu mieszkańców do publicznej sieci wodociągowej.



Zaangażowanie Żywiec-Zdrój w Lokalne Inicjatywy Społeczne (LIS)

Żywiec-Zdrój aktywizuje mieszkańców gmin Jeleśnia, Radziechowy-Wieprz, Węgierska Górka oraz Mirosławiec do działania na rzecz dobra wspólnego poprzez program LIS, który wspiera projekty z zakresu ekologii, bezpieczeństwa, zdrowia i dziedzictwa kulturowego. Dzięki programowi – w ciągu jego trwania od 2018 – w regionie odkryto wielu liderów, którzy realizują innowacyjne pomysły na rzecz lokalnych społeczności.



Żywiec Zdrój współtworzy system kaucyjny na opakowania w Polsce

Spółka Żywiec-Zdrój prowadziła działania rzecznicze na rzecz przyjęcia ustawy wdrażającej system kaucyjny na opakowania po napojach w Polsce. Była to część „zobowiązania plastikowego” w ramach którego spółka sfinansowała zbiórkę i przekazanie do recyklingu równowartości całości plastiku wprowadzonego przez firmę na rynek w danym roku w latach 2020-2022. W 2024 r. spółka wraz z innymi podmiotami utworzyła operatora systemu KAUCJA.PL. Ponadto, Żywiec-Zdrój dąży do zwiększenia udziału materiałów pochodzących z recyklingu (rPET) w swoich opakowaniach, co przyczynia się do redukcji zużycia pierwotnych tworzyw sztucznych i zwracania materiału do obiegu.

DOBRE PRAKTYKI



Model biznesowy o pozytywnym wpływie na dobrostan pacjentów

Nutricia Polska oraz spółki powiązane oferują produkty żywienia medycznego oraz usługi żywienia dojelitowego w warunkach domowych, co zostało uznane przez B Lab w certyfikacji jako unikalny model biznesowy o pozytywnym wpływie społecznym. Dostarcza preparaty odżywcze dla pacjentów niedożywionych lub zagrożonych niedożywieniem, a także sprzęt do podaży żywienia dojelitowego i usługi domowego żywienia dojelitowego, które łącznie odpowiadały za 14.5% przychodów z całego portfolio grupy spółek DANONE w Polsce za rok 2023.



Zmiana statutu spółek - wdrożenie stakeholder governance

W 2024 r. Nutricia Polska i Nutricia Zakłady Produkcyjne wpisały do umów spółek, że ich celem jest dążenie do długofalowego rozwoju biznesowego przez prowadzenie działań w sposób zgodny z czynnikami ESG. Na mocy tej zmiany, Zarządy spółek muszą brać pod uwagę kwestie ESG w podejmowaniu decyzji. Ponadto, do umów wpisano klauzulę wdrażającą „stakeholder governance” – ład korporacyjny, który na równi z celami biznesowymi traktuje interesy nie tylko inwestorów, ale także klientów, pracowników, dostawców, społeczności i środowiska. Dla obu spółek, zmiana ta była przypieczętowaniem dotychczasowych działań w obszarze społecznym.



Działania Fundacji Nutricia

Fundacja Nutricia została powołana w 1996 roku. Jej misją jest edukacja o roli żywienia na różnych etapach życia człowieka. Działania kierowane są do rodziców, pacjentów oraz ich bliskich, przedstawicieli środowiska medycznego, instytucji publicznych i organizacji pozarządowych. Swoją misję Fundacja realizuje poprzez 3 obszary strategiczne: edukację żywieniową w 1000 pierwszych dni, rolę żywienia w chorobie, zmiany systemowe i strategiczne partnerstwa.



KACPER KOSSOWSKI

Współzałożyciel EcoBean, CVO

Specjalista w dziedzinie przedsiębiorczości, posiadający kwalifikacje w zakresie sprzedaży, zarządzania i planowania strategicznego. Entuzjasta tworzenia innowacyjnych rozwiązań dla zrównoważonego rozwoju. Związany z rynkiem kawy od ponad 20 lat, zdobył doświadczenie zarówno w branży HoReCa, jak i produkcji kawy. Wcześniej pełnił funkcję Prezesa Zarządu w Julius Meinl Polska.

NASZA WIZJA

“EcoBean nie mogło nie być częścią B Corp. Od początku wiedzieliśmy, że to miejsce dla nas – odzwierciedla wszystko, czym się kierujemy. Chcemy być w światowej czołówce i pokazać, że innowacje, rentowność i troska o planetę mogą iść w parze. Naszym celem jest uczynienie przetwarzania fusów kawowych rynkowym standardem, tak by ich marnowanie stało się nieopłacalne – nie tylko środowiskowo, ale i biznesowo.

Przed nami kluczowy etap – zamknięcie rundy finansowania i budowa linii demonstracyjnej, a następnie rozwój sieci biorafinerii na świecie, szczególnie tam, gdzie produkuje się kawę instant. Ten rok jest również pod znakiem intensywnego testowania naszych surowców w branży kosmetycznej i żywieniowej, aby dopracować ich właściwości i dostosować je do potrzeb przyszłych partnerów.

Dołączyliśmy do B Corp, by potwierdzić nasz impactowy model biznesowy i współtworzyć nowy standard dla firm. Wierzimy, że odpowiedzialny biznes to jedyna droga naprzód – taki, który nie tylko reaguje na zmiany, ale aktywnie je kształtuje.



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Przyszłość biznesu to innowacja oparta na szacunku dla zasobów. Tradycyjne modele, nastawione na krótkoterminowy zysk, nie dostrzegają rosnącego wpływu zmiany klimatu na stabilność firm. Ekstremalne zjawiska pogodowe, zaburzenia łańcuchów dostaw czy drożące surowce to realne wyzwania, które redefiniują reguły gry. Firmy, które rozumieją, że ich rozwój jest nierozdzielnie związany z kondycją planety, nie tylko przetrwają, ale zyskają przewagę.

W EcoBean nie tylko dostosowujemy się do tej rzeczywistości – my ją kształtujemy. Wykorzystujemy gospodarkę cyrkularną jako fundament innowacji, przekształcając fusy kawowe w wartościowe surowce dla różnych branż. Tworzymy przyszłość, w której odpady stają się zasobami, a biznes nie tylko działa w zgodzie z ekosystemem, ale czerpie z tego realne korzyści.

Bycie częścią społeczności B Corp to dla nas coś więcej niż certyfikat – to zobowiązanie, by pokazywać, że nowoczesne firmy mogą budować trwałą wartość, wykorzystując otaczający nas świat mądrzej.

1

Finansowanie innowacji na rzecz zrównoważonego rozwoju

W kontekście rosnącej dyskusji o konkurencyjności europejskiej gospodarki, pozyskanie finansowania na innowacyjne projekty wciąż pozostaje wyzwaniem. Kluczowe jest większe zrozumienie nowych technologii oraz akceptacja ryzyka inwestycyjnego przy uwzględnieniu wysokiego potencjału zwrotu. Bez silnego wsparcia dla innowacji nie uda się skutecznie napędzać gospodarki i budować jej przewagi.

2

Otwartość na wdrażanie zrównoważonych rozwiązań

Choć świadomość rośnie, tempo zmian jest zbyt wolne. Firmy często wybierają krótkoterminowe zyski, zamiast dostrzegać długoterminowe ryzyka. B Corpy są przykładem, że budowanie zrównoważonego modelu biznesowego to skuteczna droga do długofalowego sukcesu. Kluczowe jest edukowanie liderów i dostrzeganie szans w gospodarce obiegu zamkniętego, zwłaszcza w dynamicznie zmieniającym się świecie pełnym nieprzewidywalnych wyzwań.

3

Zrozumienie - Cyrkularność jako bardziej efektywny model biznesowy

Wciąż pokutuje przekonanie, że gospodarka o obiegu zamkniętym (GOZ) to jedynie sposób na redukcję odpadów. Tymczasem GOZ to przede wszystkim efektywne zarządzanie surowcami i optymalizacja procesów biznesowych, co prowadzi do poprawy wydajności operacyjnej i zwiększenia rentowności. Kluczowe jest, aby firmy postrzegały GOZ jako strategię biznesową, a nie wyłącznie ekologiczną konieczność, gdyż takie podejście może stać się źródłem realnej przewagi konkurencyjnej.



Budowanie dochodowego biznesu poprzez waloryzację odpadów

EcoBean powstało z przekonania, że innowacja zaczyna się tam, gdzie inni widzą problem. Fusy po kawie, które wytwórcy kawy rozpuszczalnej traktują jako odpad, dzięki naszej technologii mogą zostać w pełni zwaloryzowane na pięć pełnowartościowych surowców. W efekcie stanowią nowe źródło dochodu dla branży, sięgające 8–9 tys. euro za tonę fusów. Nasz model biznesowy nie tylko ogranicza ilość odpadów, ale także zmniejsza zapotrzebowanie na surowce pierwotne, wspierając zrównoważony rozwój.



Niski ślad węglowy jako przewaga konkurencyjna

Nie chodzi tylko o to, co robimy, ale jak to robimy. Oprócz wykorzystywania surowca odpadowego, budujemy nasze procesy w sposób, który minimalizuje ślad węglowy finalnych produktów. Stosujemy zamknięty obieg wody i chemikaliów, odnawialne źródła energii, ciepło odpadowe oraz logistykę współdzieloną. To podejście nie tylko zmniejsza wpływ na środowisko, ale także wzmacnia odporność naszego modelu biznesowego na globalne wyzwania – od rosnących kosztów energii po zakłócenia w łańcuchach dostaw.



Strategiczne partnerstwa

Przekształcanie odpadów w zasoby wymaga współpracy na wielu poziomach. Dlatego nawiązujemy strategiczne partnerstwa z firmami z branży kawowej, organizacjami promującymi gospodarkę cyrkularną i inicjatywami klimatycznymi. Wspólnie budujemy nowy standard – taki, w którym biznes nie tylko dostosowuje się do wyzwań środowiskowych, ale aktywnie kształtuje przyszłość, w której zrównoważony rozwój i ekonomiczna efektywność idą w parze.



KARINA SUDENYTE

Założycielka i Dyrektor
Marketingu (CMO)

Liderka w dziedzinie
zrównoważonego rozwoju
i marketingu w Flawsome!
Wyróżniona jako Forbes 30
Under 30 Europe – Social
Entrepreneurs (2020), jest
pasjonatką innowacji, które
inspirują konsumentów do
świadomych wyborów bez
kompromisów.
Współprzewodnicząca
B Local Wales.

Flawsome!

MARKA NAPOJÓW, KTÓRA ROBI TO LEPIEJ – BEZ MARNOWANIA

[FLAWSOMEDRINKS.COM](https://flawsomedrinks.com)

NASZA WIZJA

“ *Bycie B Corp to dla nas nie odznaka, to sposób myślenia. Chodzi o podejmowanie trudnych decyzji, które prowadzą do prawdziwej zmiany. Nie twierdzimy, że znamy wszystkie odpowiedzi, ale wiemy jedno, biznes powinien być mierzony czymś więcej niż tylko zyskiem. Prawdziwy sukces? Udowodnienie, że zrównoważony rozwój to nie wyrzeczenie – to przyszłość.*

Skala marnowania żywności jest zatrważająca. Szacuje się, że aż jedna trzecia całej produkowanej żywności na świecie trafia do kosza. To nie tylko straty ekonomiczne czy problem bezpieczeństwa żywnościowego, ale to bezpośredni czynnik napędzający zmiany klimatyczne.

W Flawsome! od początku naszej działalności jesteśmy zaangażowani w ograniczanie negatywnego wpływu systemów żywnościowych na środowisko oraz wywieranie pozytywnego wpływu na klimat. Nasza misja zaczyna się od zrównoważonego modelu łańcucha dostaw, opartego na przekształcaniu nadwyżkowych i uszkodzonych owoców w pyszne, naturalne soki. Z każdą butelką ratujemy co najmniej trzy owoce, które w innym przypadku zostałyby zmarnowane.



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Flawsome! uzyskał certyfikat B Corp w 2021 roku udowadniając, że biznes może być siłą napędową pozytywnych zmian i skutecznie mierzyć się wyzwaniami naszych czasów. Od momentu otrzymania certyfikatu uratowaliśmy ponad 63 miliony sztuk nadwyżkowych i nieperfekcyjnych owoców, zapobiegliśmy emisji 1775 ton CO₂ i zapewniliśmy rolnikom uczciwe wynagrodzenie za ich plony. Nadając sens ich ciężkiej pracy, pomagamy ograniczać marnotrawstwo, odzyskiwać dochody i z dumą doceniać „niedoskonałe” owoce, bo natura nie jest perfekcyjna, a my też nie chcemy, żeby taka była.

Nasze zaangażowanie wykracza poza sam biznes. Działamy, by wprowadzać zmiany, ograniczać marnotrawstwo żywności i sprawiać, by zrównoważony wybór stał się naturalnym wyborem. Nie prowadzimy firmy po to, by być najlepszymi na świecie – chcemy być najlepszymi dla świata.

1

Logistyka i zarządzanie śladem węglowym

Wraz z rozwojem firm emisja CO₂, zużycie energii oraz ogólny wpływ na środowisko znacząco rosną. Globalne łańcuchy dostaw często wymagają transportu na duże odległości, chłodzenia (dla produktów łatwo psujących się) oraz wysokoenergetycznych procesów produkcyjnych, co zwiększa ślad węglowy. Dodatkowo, ostatni etap dostawy (tzw. last-mile delivery) stanowi jedno z największych wyzwań zrównoważonego transportu, ponieważ wymaga częstych, małoskalowych przewozów, co jeszcze bardziej zwiększa emisję gazów cieplarnianych.

2

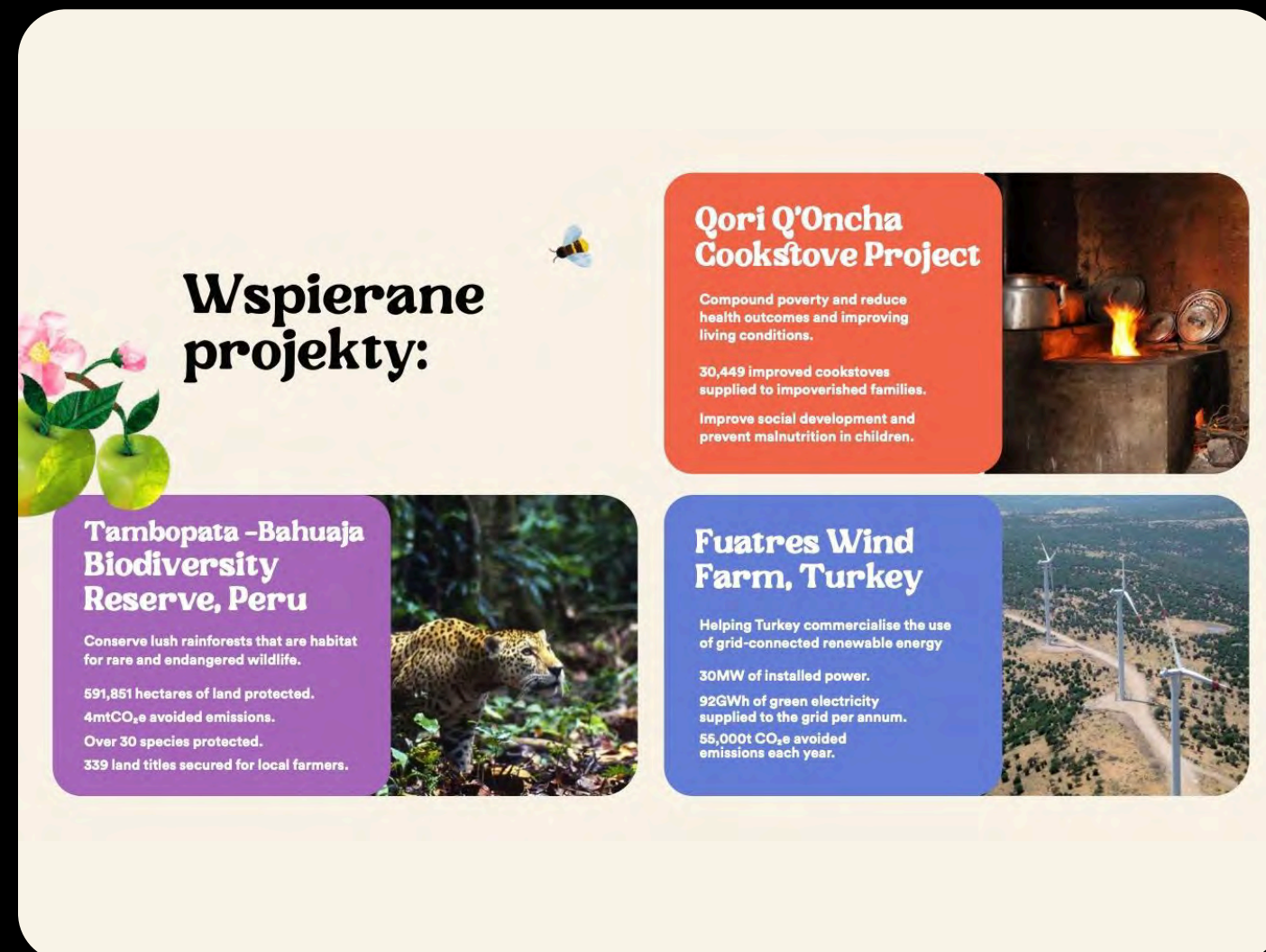
Innowacje produktowe i gospodarka o obiegu zamkniętym

Prawdziwie zrównoważony rozwój wymaga przejścia od liniowego modelu „weź–wyprodukuj–wyrzucić” do gospodarki o obiegu zamkniętym, gdzie ilość odpadów jest minimalizowana, a produkty są projektowane z myślą o ponownym użyciu, naprawie lub recyklingu. Wdrożenie takich rozwiązań wymaga jednak znacznych inwestycji w badania i rozwój (R&D), restrukturyzacji łańcucha dostaw i pozyskania nowych surowców. Dodatkowo adaptacja produktów cyrkularnych przez konsumentów może przebiegać wolno, jeśli nie zostanie uwzględniona kwestia wygody użytkowania.

3

Ryzyko greenwashingu i przejrzystość

Wraz z rosnącą popularnością zrównoważonego rozwoju, wiele firm przesadza lub błędnie przedstawia swój wpływ, co prowadzi do zarzutów o greenwashing. Konsumenty, inwestorzy i organy regulacyjne są coraz bardziej wymagający, oczekują popartych dowodami deklaracji na temat zrównoważonego rozwoju. Brak przejrzystości może skutkować utratą zaufania, konsekwencjami prawnymi i szkodą dla reputacji marki.



Logistyka i zarządzanie śladem węglowym

Naszym celem jest zmniejszenie emisji CO₂ o 50% do 2026 roku. Aktywnie pracujemy nad redukcją tej pochodzącej z łańcucha dostaw. W 2021 roku wsparliśmy trzy kluczowe projekty kompensacji emisji, aby zrównoważyć nasz dotychczasowy ślad węglowy. Zainwestowaliśmy w ochronę bioróżnorodności i tropikalnych lasów deszczowych, budowę farm wiatrowych oraz poprawę warunków gotowania dla rodzin w Peru. Dodatkowo wdrożyliśmy transport intermodalny, wykorzystując pociągi i energię elektryczną zamiast gazu na większości tras. Dzięki temu możemy skutecznie optymalizować logistykę pod kątem zrównoważonego rozwoju.



Innowacje produktowe i gospodarka o obiegu zamkniętym

Zamiast jedynie czerpać z natury, postanowiliśmy odejść od modelu gospodarki liniowej i wytwarzać nasze napoje w sposób cyrkularny oraz zrównoważony. Zarówno „niedoskonałe” owoce, które ratujemy, jak i szklane butelki, w które je rozlewamy, są dowodem na to, że troszczymy się o planetę. Do 2027 roku planujemy, aby wszystkie nasze produkty w butelkach posiadały biodegradowalne etykiety. Przeprowadzamy oceny cyklu życia (Life Cycle Assessment, LCA) dla wszystkich naszych produktów, dzięki czemu możemy skutecznie optymalizować nasz łańcuch dostaw.



Ryzyko greenwashingu i przejrzystość

Deklaracje oparte na danych: Wykorzystujemy oceny cyklu życia (LCA), certyfikacje stron trzecich (np. B Corp, FSC, Carbon Trust, Fair Trade) oraz raportowanie w zakresie zrównoważonego rozwoju (np. GRI, SASB, TCFD).

Coroczne raporty wpływu: Publikujemy przejrzyste raporty zawierające szczegółowe informacje o redukcji emisji CO₂, redukcji odpadów i etycznym pozyskiwaniu surowców. Unikanie niejasnej terminologii: Zamiast ogólnikowych określeń, stosujemy konkretne deklaracje, takie jak: „Redukcja odpadów plastikowych o 50%”, „100% kompostowalne w ciągu 90 dni”, „Produkowane w 80% z odnawialnej energii”.



JEAN-PAUL BERTHOMÉ

Prezes Laboratoires
Expanscience

Jean-Paul Berthomé jest prezesem Laboratoires Expanscience, rodzinnej firmy założonej w 1950 roku przez jego ojca, Paula Berthomé, i farmaceutę Claude'a Guillona. Pod jego kierownictwem firma uzyskała certyfikat B Corp w 2018 roku.

Laboratoires Expanscience

FIRMA FARMACEUTYCZNA I DERMOKOSMETYCZNA

[EXPANSCIENCE.COM/PL](https://expanscience.com/pl)



NASZA WIZJA

“ Od lat łączymy wydajność ekonomiczną z zaangażowaniem społecznym i środowiskowym. Jako firma certyfikowana B Corp dążymy do tego, by nasz model biznesowy był regeneratywny. Chcemy być firmą, która nie tylko minimalizuje swój ślad ekologiczny, ale wręcz działa na rzecz planety. Bycie B Corp oznacza dla nas zobowiązanie do nieustannego doskonalenia się i działania na rzecz wspólnego dobra. Wierzymy, że kolektywne działanie jest kluczowe w obliczu największych globalnych wyzwań, takich jak osiągnięcie neutralności węglowej, walka z utratą bioróżnorodności i dążenie do zero waste.

CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Dla Expanscience certyfikat B Corp to nie tylko wyróżnienie, ale przede wszystkim zobowiązanie do prowadzenia biznesu w sposób zrównoważony i odpowiedzialny. Jako pierwsza firma farmaceutyczna i dermo-kosmetyczna na świecie z certyfikatem B Corp (2018), Expanscience łączy wydajność ekonomiczną z zaangażowaniem społecznym i ekologicznym. W ramach nowej strategii impACT, firma dąży do modelu regeneratywnego, który nie tylko ogranicza ślad ekologiczny, ale aktywnie przyczynia się do ochrony planety. Certyfikat B Corp to dowód na to, że w Expanscience zrównoważony rozwój to nie cel, lecz fundament działalności.

1

Integracja zrównoważonych praktyk w całym łańcuchu wartości

Certyfikacja B Corp wymaga spełnienia wysokich standardów w zakresie społecznej i środowiskowej odpowiedzialności na każdym etapie działalności – od pozyskiwania surowców po końcowy produkt. Expanscience musiało dostosować swoje praktyki, aby zapewnić zgodność wszystkich dostawców z zasadami etycznej produkcji, odpowiedzialnego rolnictwa i redukcji śladu węglowego. Wymagało to wprowadzenia dodatkowych audytów i przejrzystych procedur monitorowania dostaw.

2

Zmniejszenie wpływu na środowisko

Expanscience już wcześniej prowadziło działania proekologiczne, ale uzyskanie certyfikatu B Corp wymagało dalszego ograniczenia śladu środowiskowego. Kluczowe wyzwania obejmowały redukcję emisji CO₂, wdrożenie bardziej zrównoważonych procesów produkcyjnych, a także optymalizację opakowań poprzez zwiększenie ich recyklingowalności i ograniczenie plastiku jednorazowego użytku.

3

Zobowiązanie do długoterminowego modelu zrównoważonego rozwoju

B Corp to nie jednorazowa certyfikacja, ale długoterminowe zobowiązanie do ciągłej poprawy. Expanscience musiało nie tylko spełnić wymagania w momencie certyfikacji, ale również zobowiązać się do regularnej ewaluacji postępów i wdrażania nowych inicjatyw. W tym celu firma opracowała strategię impACT, która określa ścieżkę działań do 2030 i 2040 roku, uwzględniając dalsze ograniczanie emisji, regenerację ekosystemów i rozwój odpowiedzialnych produktów. W wyniku ciągłych starań, Expanscience osiągnęło o 10 punktów lepszy wynik podczas recertyfikacji B Corp w 2022 roku.



Upcycling składników aktywnych w kosmetykach Mustela

Mustela wdraża filozofię upcyclingu pozyskując składniki aktywne do przemysłu kosmetycznego. Awokado stosowane w produktach Mustela pochodzi właśnie z upcyclingu, co oznacza, że w procesie produkcji wykorzystuje się części owocu, które normalnie zostałyby uznane za odpady w przemyśle spożywczym. Zamiast marnować pestki czy miąższ niespełniający norm sprzedażowych, Mustela przetwarza je na cenne składniki aktywne, takie jak Avocado Perseose®, który wspiera barierę ochronną skóry niemowląt. Dzięki temu minimalizuje się odpady i optymalnie wykorzystuje naturalne zasoby.



Kampania #MniejZnaczyWięcej

W ramach kampanii #MniejZnaczyWięcej marka edukuje konsumentów w zakresie zrównoważonej konsumpcji i wyboru ekologicznych alternatyw. W 2022 kluczowym krokiem było podjęcie decyzji o całkowitym zaprzestaniu sprzedaży chusteczek Mustela do 2027 roku, co jest istotnym krokiem w minimalizacji negatywnego wpływu firmy na środowisko. Mustela promuje również minimalistyczne podejście do pielęgnacji, zachęcając rodziców do świadomego wyboru produktów wielofunkcyjnych o prostym i naturalnym składzie.



Wspieranie rodzicielstwa

Expanscience angażuje się w projekty wspierające rodzicielstwo i zdrowy rozwój dzieci. Mustela organizuje programy edukacyjne dla rodziców oraz personelu medycznego promujące świadomą pielęgnację i troskę o kobietę w ciąży oraz zdrowie niemowląt. Marka zobowiązała się do wsparcia lokalnych inicjatyw społecznych w każdym kraju swojej działalności. Przykładowo w Polsce firma współpracuje z Fundacją Rodzić Po Ludzku, aby wspólnie zwiększać świadomość praw kobiet w ciąży i po porodzie i wspólnie poprawiać jakość opieki nad pacjentkami na polskich oddziałach położniczych.



JACEK KOTOWSKI

Managing Founder

Od 15 lat związany z branżą kawy specjalty, twórca i lider największej polskiej palarni kawy specjalty. Pod jego kierownictwem firma LaCava osiągnęła ponad 15 milionów złotych rocznego przychodu i stała się miejscem pracy dla zespołu ponad 25 pasjonatów kawy. Swoją drogę w biznesie rozpoczął w 2009 roku – bez doświadczenia, kapitału czy wspólników, ale z ogromną determinacją do skalowania firmy. Pomimo początkowych trudności, dzięki wytrwałości i pasji, zbudował lidera rynku kawy specjalty w Polsce.

LaCava

LACAVA.PL

NASZA WIZJA

“ *Poprzez exceptional specialty coffee chcemy inspirować ludzi do odkrywania swojego potencjału, do tworzenia i do przekraczania własnych granic. Każdy element naszej marki ma być bodźcem do działania i przeżywania życia w bardziej niezwykły sposób, jednocześnie dbając o zrównoważony rozwój i pozytywny wpływ na środowisko i społeczność.* ”



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

LaCava jako część społeczności B Corp reprezentuje nowe podejście do biznesu kawowego, gdzie etyczne pozyskiwanie surowców i zrównoważony rozwój są fundamentem działalności. Certyfikat B Corp odzwierciedla nasze wartości związane z transparentnym łańcuchem dostaw i odpowiedzialnym podejściem do produkcji kawy specjalty. Poprzez edukację rynku i budowanie świadomości konsumentów, promujemy kulturę świadomej konsumpcji kawy, wspierając jednocześnie sprawiedliwy handel i ekologiczne praktyki w branży kawowej.

1

Równoważenie jakości premium z dostępnością cenową

Utrzymanie wysokich standardów etycznego pozyskiwania surowców przy jednoczesnym zachowaniu konkurencyjnych cen dla konsumentów.

2

Edukacja rynku

Przekonanie konsumentów do wartości kawy specjalty i znaczenia certyfikacji B Corp w kontekście odpowiedzialnej konsumpcji.

3

Skalowalność zrównoważonych praktyk

Rozwijanie biznesu przy zachowaniu wysokich standardów środowiskowych i społecznych w całym łańcuchu dostaw.

DOBRE PRAKTYKI

LaCava



Transparentny łańcuch dostaw

Wdrożyliśmy system pełnej identyfikowalności ziaren kawy od farmiera do konsumenta, włączając dokumentację warunków uprawy i cen skupu, co gwarantuje sprawiedliwe wynagrodzenie dla producentów.



Program edukacyjny dla konsumentów

Prowadzimy regularne warsztaty i szkolenia SCA (Specialty Coffee Association), dzieląc się wiedzą o zrównoważonej produkcji kawy i jej wpływie na środowisko oraz społeczności lokalne.



Ekologiczne wykorzystanie odpadów poprodukcyjnych

Wdrożyliśmy program współpracy z lokalnym rolnikiem, który wykorzystuje łuski kawowe jako naturalny nawóz azotowy na polach uprawnych, tworząc obieg zamknięty i redukując ilość odpadów.



KAROLINA DŁUGOSZ

Liderka ds. Zrównoważonego
Rozwoju

Jako liderka ds.
zrównoważonego rozwoju
w Netguru, Karolina jest
odpowiedzialna za
zrównoważony rozwój
firmy zgodnie z zasadami
B Corporation, których
celem jest wykorzystanie
biznesu jako siły napędowej
dobra. Pełni również rolę
Head of Speak Up i jest
ambasadorką
różnorodności.

Netguru

POLSKA FIRMA TECHNOLOGICZNA
SPECJALIZUJĄCA SIĘ WE WDROŻENIACH AI.

WWW.NETGURU.COM

NASZA WIZJA

“Dzisiejszy świat globalnych łańcuchów dostaw, częstego
przerzucania odpowiedzialności na klienta lub dostawcę, wymaga
od nas dostrzeżenia naszego wpływu i wzięcia odpowiedzialności za
nasze decyzje. Dlatego tak bardzo doceniam Deklarację
Współzależności B Corporation.

Netguru, jako dostawca softwaru, wspiera dostęp ludzi na całym świecie
do finansów, zakupów, edukacji czy zdrowia. Naszą odpowiedzialnością
jest tworzyć software tam, gdzie ma on pozytywny wpływ na świat
i ludzi. W końcu nasza wizja to zrównoważony cyfrowy świat, w którym
każdy może w pełni zrealizować swój potencjał. Naszym zadaniem jest
reagowanie, gdy ten cel jest odwrotny. Podpisanie Deklaracji B Corp po
osiągnięciu certyfikacji, a także dopisanie do statutu firmy klauzuli
o udziale interesariuszy w procesie podejmowania decyzji, umocniło
nasze fundamenty (czyli G z ESG).

B Corp i kwestionariusz B Impact Assessment to świetne narzędzie
w rękach osoby zajmującej się zrównoważonym rozwojem firmy.
Pomaga zadać sobie właściwe pytania, zobaczyć działalność firmy
z kilku perspektyw, a także, odważać się zmieniać!



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Jesteśmy firmą, która tworzy software. Nasze produkty
cyfrowe pomagają innym działać efektywniej i mądrzej.
Wierzymy w zrównoważony cyfrowy świat, w którym każdy
może w pełni wykorzystać swój potencjał. Certyfikat B Corp
pomaga nam zachować wysokie standardy zarządzania,
zatrudniania, wpływu na ludzi i środowisko, relacji
z otoczeniem. Dzięki B Corp weryfikujemy nasze praktyki,
szukamy projektów cyfrowych z pozytywnym wpływem
na świat, doradzamy klientom, jak mądrze i skutecznie
cyfryzować usługi, dzielimy się wiedzą, w tym tą
wewnętrzną, dotyczącą transparentności i pracy zdalnej.

1

Komisja Etyki do spraw projektów

W Netguru, odkąd podpisaliśmy Deklarację o Współzależności B Corporation, działa grupa opiniująca w przypadku wątpliwości etycznych dotyczących współpracy z wybranymi klientami i rekomendująca decyzję CEO. W wyniku jej działania w 2023 Netguru nie podjęło współpracy przy 2 projektach cyfrowych (z 5 zgłoszonych do oceny Komisji), których wpływ na szeroko rozumiane społeczeństwo i środowisko oceniono jako negatywny. Ocena wpływu, współzależności i odpowiedzialności w globalnym łańcuchu wartości jest bardzo trudna. Jednocześnie to właśnie projekty cyfrowe, które realizujemy dla klientów z całego świata na co dzień, to najistotniejszy wpływ Netguru.

2

Stabilna działalność usług pro bono

Równolegle do projektów komercyjnych Netguru angażuje się, we współpracy z Fundacją Tech To The Rescue, w projekty cyfrowe na rzecz organizacji non profit z całego świata, które rozwiązują najbardziej palące problemy środowiskowe i społeczne. Luka cyfrowa między rozwiniętymi biznesami, a organizacjami działającymi u podstaw ruchów i zmian społecznych jest ogromna. Praca pro bono (lub low bono, czyli po kosztach) na rzecz tych organizacji wymaga sprawnego delegowania pracowników między zadaniami płatnymi, a bezpłatnymi. To duże wyzwanie w okresie zmniejszonej liczby pracowników i braku tzw. ławki rezerwowych programistów_ek.

3

Reprezentacja kobiet i luka płacowa

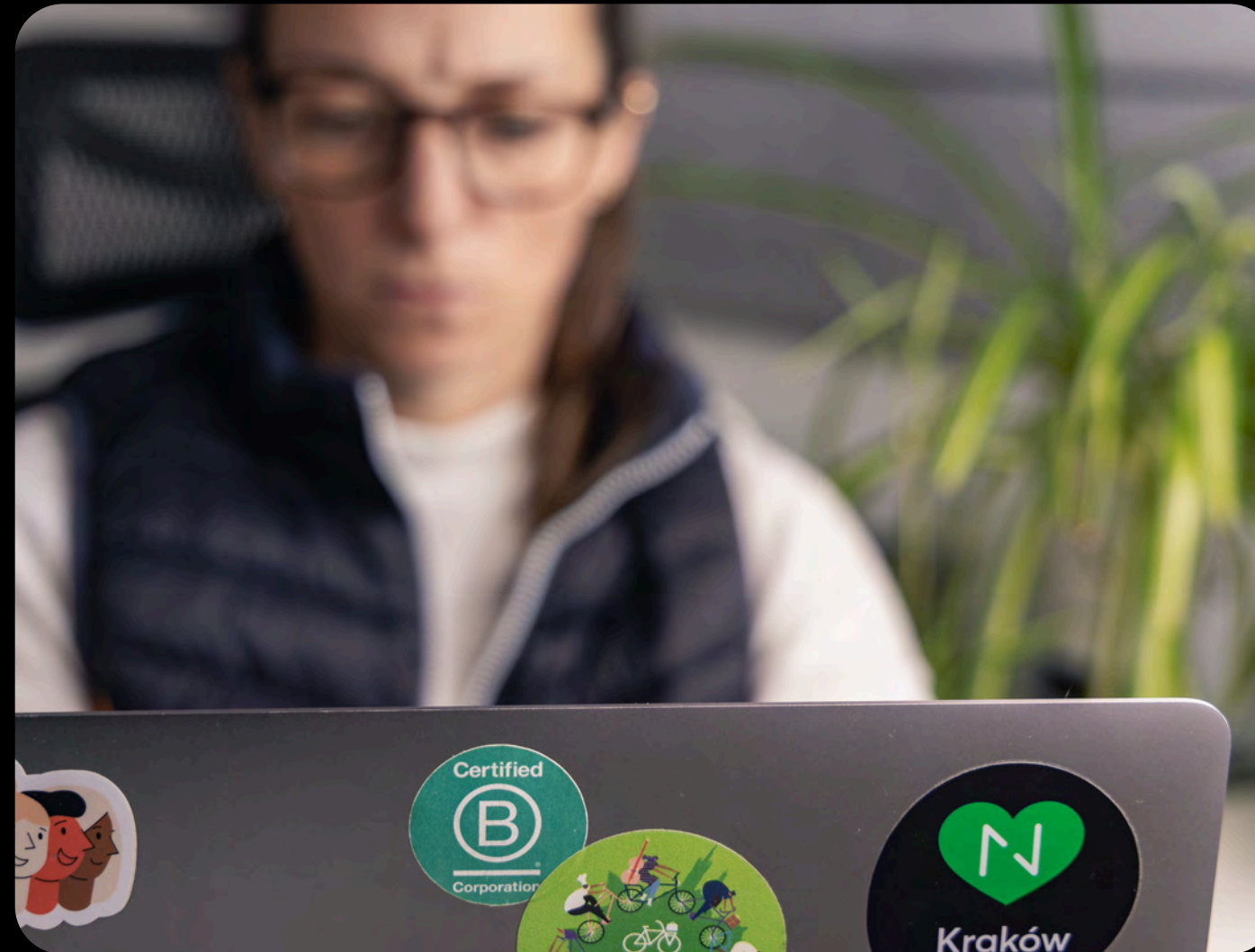
Kobiety stanowią 40% osób pracujących dla Netguru, 52% kobiet jest na stanowiskach managerskich, ponad 40% w głównym zespole zarządzającym (Core Leadership). Jednocześnie wśród ról technicznych kobiety stanowią już jedynie 30%. Stanowiska techniczne (programiści, eksperci, AI & ML, engineering leadzi, designerzy) to najlepiej płatne stanowiska w sektorze IT i najczęściej zajmowane przez mężczyzn, podczas gdy kobiety są częściej reprezentowane w rolach wspierających (administracja, HR, finanse). Surowa luka płacowa zawsze wychodzi u nas znacząca, a obliczenie skorygowanej luki płacowej bywa trudne ze względu na niewystarczającą reprezentację kobiet na niektórych stanowiskach.

DOBRE PRAKTYKI



Transparentne widełki wynagrodzeń

Przejrzystość zawsze była częścią DNA Netguru. Od ponad dekady standardem firmy jest dla nas podawanie przedziałów wynagrodzeń we wszystkich naszych ofertach pracy.



Praca całkowicie zdalna

W Netguru oferujemy pracę zdalną dla zdecydowanej większości stanowisk. Praca zdalna (nie hybrydowa) otwiera ogromne możliwości zatrudniania lepiej wykwalifikowanych osób dostępnych w różnych lokalizacjach. Netguru od lat buduje konsekwentnie kulturę organizacyjną, w której praca zdalna jest nie tylko widoczna, ale wspierana odpowiednimi narzędziami, rytuałami pracy, czy elastycznymi benefitami.



Komisja Etyki do spraw projektów

To grupa opiniująca w przypadku wątpliwości etycznych dotyczących współpracy z wybranymi klientami i rekomendująca decyzję CEO. Działa w oparciu o Declaration of Interdependence B Corp, zobowiązanie do przestrzegania 10 zasad UNGC i wizję Netguru. To realne zaangażowanie interesariuszy w proces podejmowania decyzji. Każda osoba w Netguru może wnieść wątpliwość etyczną dotyczącą realizowanego przez firmę projektu i podać ją ocenie Ethic Committee. Dzięki temu tematy trudne i niejednoznaczne są omawiane, a decyzje podejmowane w stosunku do nich są jawne i obecne.

Opella.



ŁUKASZ MARYNOWSKI

Dyrektor Krajowy Opella
w Polsce

Lider z 20-letnim doświadczeniem w sektorze ochrony zdrowia. Jako Country Head Opella w Polsce dostosowuje organizację do wyzwań przyszłości, łącząc innowacje z odpowiedzialnym biznesem. Wspólnie z zaangażowanym zespołem i markami z misją dąży do zdrowszej przyszłości, współpracując z profesjonalistami w zakresie ochrony zdrowia i klientami by promować dostęp do samoopieki.

Opella

FIRMA OFERUJĄCA LEKI BEZ RECEPTY,
WITAMINY, MINERAŁY I SUPLEMENTY DIETY

[OPELLA.COM](https://opella.com)

NASZA WIZJA

“ Wierzymy w wartość samodzielnego dbania o zdrowie i jego rolę w budowaniu zdrowszego społeczeństwa oraz planety. Dlatego chcemy sprawić, aby samoopieka była tak prosta jak być powinna zawsze stawiając potrzeby konsumenta na pierwszym miejscu, z nauką jako naszym fundamentem. Jesteśmy dumnym producentem docenianych w Polsce marek, takich jak Essentiale®, No-Spa® czy Mucosolvan®.

Opella traktuje biznes jako siłę napędową pozytywnych zmian. Wdrażamy zrównoważony rozwój we wszystkich obszarach naszej działalności, aby skutecznie odpowiadać na globalne wyzwania – od zmian klimatu, poprzez nierówny dostęp do możliwości dbania o swoje zdrowie czy presję wywieraną na systemy opieki zdrowotnej. Dzięki temu tworzymy rozwiązania dostosowane do wyzwań przyszłości i spełniamy naszą obietnicę wobec konsumentów.



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Dołączenie do grona B Corp jest ważnym krokiem, który odzwierciedla nasze zaangażowanie w tworzenie bardziej zrównoważonej i odpowiedzialnej samoopieki w obszarze zdrowia. Ta certyfikacja to więcej niż oficjalne potwierdzenie naszych działań, to przede wszystkim symbol naszej determinacji w prowadzeniu etycznego biznesu, dbałości o środowisko oraz zaangażowania w życie społeczności. Każda decyzja, którą podejmujemy – od dbałości o jakość naszych produktów po sposób, w jaki wspieramy pracowników i lokalne społeczności – wynika z naszej misji wywierania pozytywnego wpływu.

Jako wiodąca firma OTC w Europie Środkowo-Wschodniej z zaangażowaniem promujemy odpowiedzialne dbanie o zdrowie i inicjujemy zmiany. Naszym celem jest nie tylko dostarczanie wysokiej jakości produktów, ale także inspirowanie innych firm w regionie do podejmowania działań dla dobra społeczeństwa i planety.

1

Zrównoważony łańcuch wartości

W Opella jesteśmy świadomi, że zarządzanie emisjami Scope 3 jest poważnym wyzwaniem dla całej branży, i jesteśmy zaangażowani w wprowadzanie zmian w obecnych standardach. Integrujemy zasady ekoprojektowania na każdym etapie, od rozwoju produktu po ciągłe doskonalenie. Aktywnie zmniejszamy nasz ślad węglowy poprzez minimalizowanie wykorzystania surowców pierwotnych, ponowne użycie materiałów oraz zastępowanie surowców o wysokiej emisji dwutlenku węgla bardziej zrównoważonymi alternatywami. Współpracujemy z partnerami, prowadzimy szkolenia i dążymy do systemowych zmian.

2

Opakowania

Ważnym dla nas obszarem jest praca nad tworzeniem bardziej zrównoważonych opakowań dla leków. Jednym z przykładów jest próba zminimalizowania użycia papieru poprzez zastąpienie drukowanej ulotki przylekowej ulotką digitalową dostępną poprzez kod QR. Z uwagi na wymogi regulacyjne charakterystyczne dla branży, w której działamy, zmiany te wiążą się z prowadzeniem ciągłego dialogu z lokalnymi instytucjami regulacyjnymi, tak aby wspólnie znaleźć najlepszy sposób na wprowadzenie rozwiązań, które są bezpieczne dla pacjenta, a jednocześnie minimalizują nasz wpływ na środowisko.

3

Odpowiedzialna samoopieka i samoleczenie

Podczas gdy leki i opieka medyczna są niezbędne, dbanie o zdrowie zaczyna się w domu. Dane pokazują, że wiele osób cierpi zamiast leczyć dolegliwości zdrowotne, którym można zapobiec. Skomplikowane i niejasne informacje na temat samoleczenia sprawiają, że nie wszyscy czują się pewnie w dbaniu o własne zdrowie.

Konsumenci potrzebują odpowiednich narzędzi do podejmowania świadomych decyzji zdrowotnych. Dlatego, poza oferowaniem produktów opartych na nauce, koncentrujemy się na edukacji i profilaktyce, pomagając aktywnie dbać o swoje zdrowie.

DOBRE PRAKTYKI

Opella



Odpowiedzialność środowiskowa

W Europie Środkowo-Wschodniej konsekwentnie wdrażamy rozwiązania mające na celu redukcję naszego śladu węglowego. Nasze zakłady produkcyjne w Polsce i na Węgrzech od 2020 roku zasilane są energią elektryczną pochodzącą w 100% ze źródeł odnawialnych, a w latach 2019–2023 udało nam się zredukować emisję gazów cieplarnianych o co najmniej 73%. Optymalizujemy również nasz łańcuch dostaw, ograniczając ślad węglowy związany z logistyką.



Zdrowie społeczeństwa – edukacja i profilaktyka

Naszą misją jest wspieranie konsumentów w dbaniu o zdrowie poprzez dostarczanie opartych na nauce leków bez recepty i suplementów diety, a także poprzez działania edukacyjne i profilaktyczne. Na całym świecie prowadzimy kampanie edukacyjne dotyczące profilaktyki, świadomości zdrowotnej, diagnozy oraz odpowiedzialnego stosowania leków. Przykładem jest kampania „Prowadź się zdrowo”, w ramach której w 16 miastach w Polsce zorganizowaliśmy bezpłatne badania wątroby.



Inkluzywność i dobrostan pracowników

Nasze zaangażowanie w budowanie zdrowszego społeczeństwa zaczyna się wewnątrz organizacji, dlatego tworzymy środowisko pracy, które sprzyja integracji, dobrostanowi i różnorodności. Ponad 50% menedżerów w CEE to kobiety. Oferujemy także 14-tygodniowy urlop rodzicielski, dostępny dla wszystkich pracowników, bez względu na płeć, uzupełniając ustawowe urlopy, jeśli są one krótsze lub bezpłatny. Pracownicy mogą też korzystać z dodatkowego płatnego urlopu na wolontariat, aby wspierać lokalne społeczności.



EWELINA SASIN

Założycielka TerGo

Seryjna przedsiębiorczyni, założycielka agencji brandingowo-marketingowej Ewesa, ekspertka programu Climate Leadership. Mentorka w zakresie zielonej transformacji biznesu i ESG.

NASZA WIZJA

“*Trudno zachować obojętność na raporty o klimacie na Ziemi. Jako seryjna przedsiębiorczyni chciałam zmienić coś więcej, niż tylko własne otoczenie – dlatego powstało TerGo. Przede wszystkim porównując sytuację z naszych początków, widzę ogromną zmianę w zakresie edukacji i cieszę się, że dołożyliśmy się do zwiększenia świadomości o zmianie klimatu.*

Nasze plany na przyszłość wciąż koncentrują się na dekarbonizacji. Bierzemy udział w unijnym programie Baltic Beat, który aktywnie wspomaga tworzenie spółdzielni energetycznych. Dzięki temu ograniczamy emisje i budujemy odporność i niezależność wspólnot. To jeden z czołowych projektów, jakie aktualnie realizujemy, łącząc siły z uczelniami z regionu nadbałtyckiego.

Dzięki przynależności do rodziny B Corp możemy działać skuteczniej i szybciej. B Corp poświadcza, że jesteśmy godni zaufania i otwiera nam wiele drzwi. Mam ogromną nadzieję, że grono B Corpów w Polsce będzie się powiększać z każdym rokiem – dla dobra planety i przyszłych pokoleń.



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Uzyskanie certyfikacji B Corp było w naszym przypadku naturalną kolejną rzeczą. TerGo powstało jako startup mający na celu ograniczanie zmian klimatu poprzez efektywną dekarbonizację. Od samego początku działaliśmy tak, aby minimalizować nasz wpływ na środowisko oraz umożliwiać innym organizacjom redukcję emisji i zmianę modelu biznesowego na bardziej zrównoważony.

Zależało nam na tym, aby poprzez zewnętrzny system certyfikacyjny potwierdzić naszą wiarygodność. Dzięki naszemu modelowi biznesowemu uzyskaliśmy bardzo wysoki wynik ewaluacji B Corp, co zapewniło nam dodatkowe potwierdzenie tego, że działamy zgodnie z najwyższymi standardami.

1

Przejście przez proces certyfikacji

Proces certyfikacji był niezwykle złożony i czasochłonny. Jako firma licząca emisje od samego początku działalności mieliśmy nieco ułatwione zadanie, ponieważ np. dane dotyczące naszych emisji mieliśmy już zebrane i skatalogowane. Co więcej, firma została założona przez kobiety, seryjne przedsiębiorczynie rozwijające już w przeszłości biznesy pozytywnego wpływu. Z tego powodu już w naszym DNA wpisanych było wiele działań nakierowanych na inkluzywność i różnorodność.

Nasz wysoki wynik ewaluacji B Corp to nie tylko kwestie środowiskowe – w sekcjach związanych z klientami, zarządzaniem, pracownikami i społecznością również zostaliśmy ocenieni bardzo dobrze.

2

Edukacja

Kiedy rozpoczęliśmy działalność w Polsce, okazało się, że bardzo niewiele osób zna definicję gazów cieplarnianych oraz rozumie proces zmiany klimatu. W związku z tym jako firma zajmująca się dekarbonizacją mierzyliśmy się ze sporym wyzwaniem związanym z niskim poziomem edukacji. Musieliśmy z jednej strony w jak najprostszymi słowami wytłumaczyć zmiany zachodzące na Ziemi i konieczność włączenia się biznesów w przeciwdziałanie tym zmianom, a z drugiej: przekonać menedżerów, że to właśnie ich firma zyska, jeśli zmieni model rozwoju na zrównoważony.

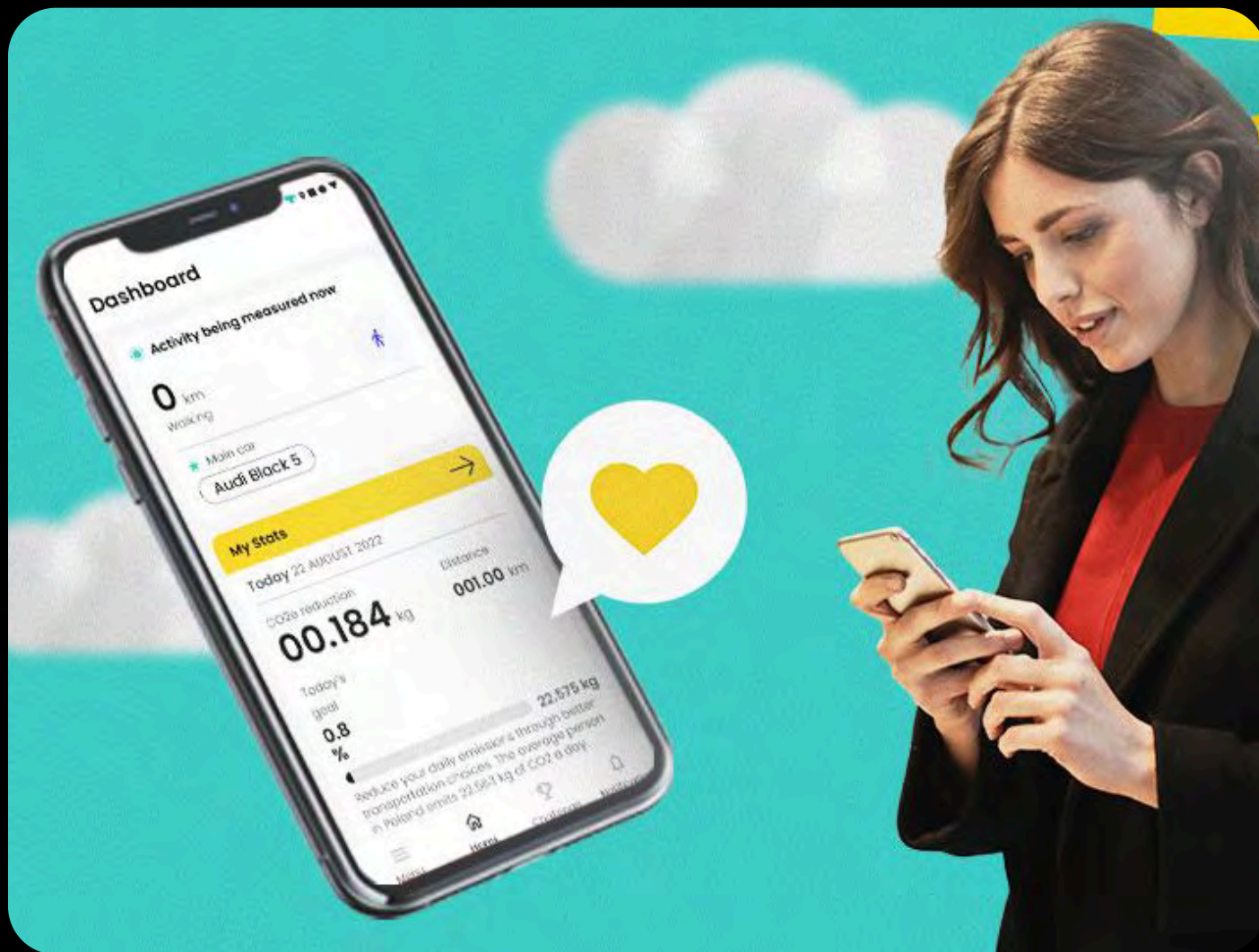
W momencie pisania tego tekstu wiele zmieniło się w krajobrazie legislacyjnym i coraz więcej firm zgłasza się do nas, ponieważ potrzebuje wyników dotyczących emisji oraz strategii redukcyjnej z uwagi na wymogi prawne. Początki jako B Corpu działającego w obszarze ochrony klimatu były jednak niezwykle trudne.

3

Zbieranie danych

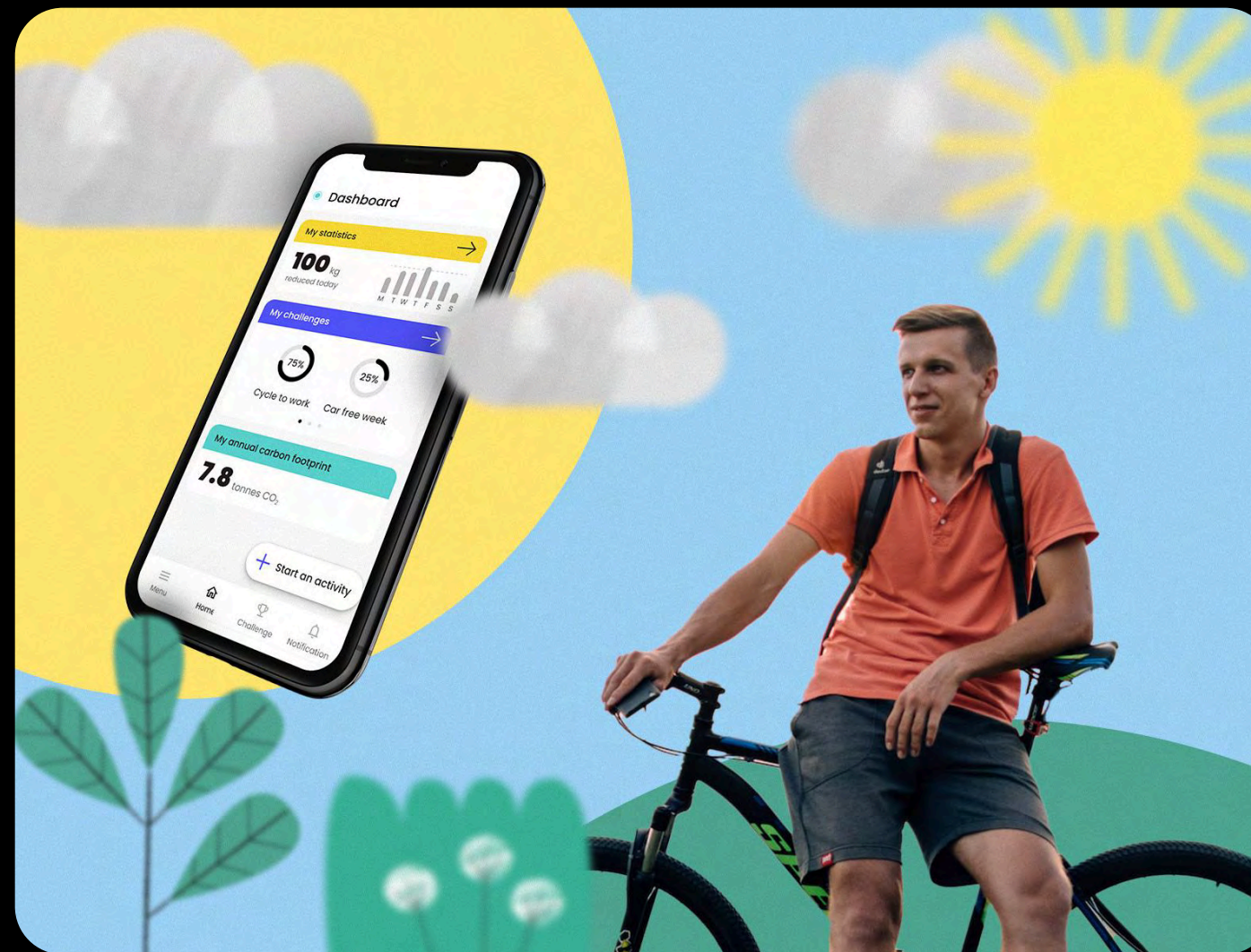
Kolejne wyzwanie związane z prowadzeniem biznesu pozytywnego wpływu w obszarze środowiskowym jest częściowo powiązane z poprzednim punktem. Wśród naszych klientów mamy zarówno organizacje i biznesy, które mają dekarbonizację w DNA jak i te, które liczą emisje z uwagi na zmieniające się prawo czy prośby od kontrahentów. W momencie, w którym firma zgłasza się do nas z chęcią liczenia emisji okazuje się, że to tylko połowa sukcesu. Przed zespołem firmy otwiera się wówczas konieczność zbierania danych do obliczeń: faktur za paliwo, ogrzewanie, energię, zakupy itp. Z naszego doświadczenia wynika, że proces zbierania danych do raportu stanowi ogromne wyzwanie, ponieważ zazwyczaj wymaga zaangażowania wielu osób w zbieranie i katalogowanie odpowiednich informacji. Jest to wyzwanie także dla nas, z którym na szczęście radzimy sobie coraz lepiej, między innymi zmieniając sposób komunikacji.

DOBRE PRAKTYKI



Tergoscope

Zaawansowane oprogramowanie webowe do obliczania emisji w zakresach 1, 2 i wybranych kategoriach zakresu 3, które jest zgodne z międzynarodowymi standardami i regulacjami. Tergoscope umożliwia użytkownikom samodzielne generowanie raportów emisji oraz prognozowanie redukcji emisji. Dzięki Tergoscope możemy wyeliminować konieczność korzystania z rozproszonych dokumentów Excel do obliczania naszych emisji.



TERbit

Unikatowa aplikacja automatycznie monitorująca emisje związane z transportem w firmach. Aplikacja na podstawie opatentowanych algorytmów i metodologii oblicza w czasie rzeczywistym ślad węglowy przejazdów pracowników i partnerów w łańcuchu wartości. Dzięki korzystaniu z aplikacji TERbit na bieżąco śledzimy, ile gazów cieplarnianych emitujemy oraz ile oszczędzamy, np. korzystając z roweru czy komunikacji miejskiej zamiast samochodów.



Offsetting kredytami węglowymi najwyższej jakości

Jako firma bazująca na usługach online możemy bardzo ograniczyć emisje wynikające z transportu, zużycia energii i innych źródeł, które w przypadku konwencjonalnych biznesów przyczyniają się do największych emisji. Mimo stosunkowo niewielkiego śladu węglowego kompensujemy to, czego nie udało nam się uniknąć, za pomocą wysokiej jakości kredytów węglowych. Dzięki temu co roku działamy jako firma neutralna pod względem emisji gazów cieplarnianych.

Velvet CARE

PRODUCENT PAPIEROWYCH WYROBÓW HIGIENICZNYCH

WWW.VELVETCARE.COM



ALEKSANDRA JANKOWSKA

Dyrektor Personalna

Związana z firmą od 6 lat. Przekonanie, że ludzie są najważniejszą wartością i kluczem do sukcesu każdej organizacji pozwala jej optymalizować działania w zakresie zarządzania potencjałem. Jej zaangażowanie w projekty strategiczne przyczyniło się do rozwoju firmy i transformacji systemu zarządzania rozwojem pracowników. Od października 2023 r. pełni funkcję Członka Zarządu.

NASZA WIZJA

“ Wierzymy, że różnorodność to siła, a inkluzywne środowisko pracy sprzyja innowacjom i lepszej współpracy. W naszym zakładzie produkcyjnym w Kluczach zatrudniamy 850-osobowy różnorodny zespół reprezentujący aż 4 pokolenia rynku pracy. Nasi pracownicy to osoby o różnych umiejętnościach i doświadczeniu, co stanowi o sile naszej organizacji. Rozwijamy się i uczymy różnych kultur, zrozumienia i otwartości na różne punkty widzenia i podejścia, co jest szczególnie istotne przy włączaniu do rodziny VC spółek z innych krajów / lokalizacji. Chcemy by w Velvet CARE każdy miał równe szanse na rozwój i czuł się częścią jednego, zgranego zespołu. Nasze spojrzenie jest spójne z wartościami reprezentowanymi przez B Corp. DEI to dla nas nie tylko wartości, ale fundament trwałego i odpowiedzialnego biznesu.



CZYM DLA NAS JEST B CORP?

Dla Velvet CARE certyfikat B Corp to drogowskaz dobrych i niezbędnych zmian. To także zobowiązanie do prowadzenia biznesu w sposób zrównoważony, etyczny - z korzyścią dla ludzi oraz planety. Jako część globalnej społeczności B Corp udowadniamy, że biznes może być siłą napędową pozytywnych zmian – i jesteśmy dumni, że możemy mieć w tym swój udział jako Grupa Velvet CARE.

B Corp to również potwierdzenie naszych codziennych działań i decyzji. Dbamy o zrównoważoną produkcję, odpowiedzialne zarządzanie zasobami oraz tworzenie wartości nie tylko dla naszych klientów, ale i dla społeczności oraz środowiska.

1

Natłok regulacji prawnych

Dynamicznie rosnąca liczba regulacji prawnych dotyczących zrównoważonego rozwoju stanowi jedno z kluczowych wyzwań dla wielu firm. Skomplikowany język aktów prawnych, szybkie tempo zmian oraz wysokie koszty dostosowania prowadzą do chaosu informacyjnego. Wiele regulacji jest trudnych do interpretacji, co utrudnia ich wdrożenie zarówno wewnątrz organizacji, jak i we współpracy z partnerami biznesowymi.

2

Potrzeba partnerskiej współpracy w dążeniu do zrównoważonego rozwoju

Chcąc być zrównoważoną organizacją potrzebujemy partnerów, którzy mają podobne podejście i dzielą te same wartości. Członkostwo w społeczności B Corp inspirowane do działania i daje przestrzeń do wymiany doświadczeń. Realizacja założonych celów zrównoważonego rozwoju – dla całego rynku, a także dla poszczególnych jego uczestników jest możliwa tylko wtedy, gdy firmy działają wspólnie.

3

Ograniczony dostęp do zrównoważonych surowców

Dostęp do zrównoważonych surowców staje się coraz większym wyzwaniem dla firm. Wzrost kosztów, ograniczona dostępność, ryzyko zakłóceń w łańcuchach dostaw, a także potencjalny greenwashing odnośnie deklaracji środowiskowych utrudniają realizację strategii zrównoważonego rozwoju. Rozwój ruchu B Corp pomaga we wzroście świadomości tych kwestii w organizacjach. Dzięki współpracy w społeczności coraz więcej firm może zmieniać i ulepszać swoje praktyki biznesowe, aby wspólnie działać dla dobra planety.



Karta Różnorodności

fot. Alicja Szulc dla Forum Odpowiedzialnego Biznesu

W 2024 roku zostaliśmy Sygnatariuszami Karty Różnorodności - inicjatywy wspierającej różnorodność, równość i inkluzywność w miejscu pracy, koordynowanej przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu pod egidą Komisji Europejskiej. Przystąpienie do Karty Różnorodności było dla nas przypieczętowaniem dotychczasowych działań z zakresu DEI i zobowiązaniem do wdrażania kolejnych. Jako Sygnatariusze mamy możliwość uczestniczenia w regularnych spotkaniach branżowych, wymiany dobrych praktyk oraz dzielenia się naszymi doświadczeniami z innymi pracodawcami.



Współpraca z Instytutem Zdrowia Mentalnego

Wraz ze Starostwem Powiatowym w Olkuszu objęliśmy patronatem Program „Mów Do Mnie – #TokTuMi”. Jego celem jest zwrócenie uwagi na znaczenie zdrowia psychicznego młodzieży oraz konieczność podejmowania działań profilaktycznych w tym obszarze. Kluczowym elementem programu jest dostarczanie rzetelnej wiedzy, skierowanej zarówno do uczniów, jak i ich otoczenia. Wierzimy, że otwarta rozmowa o zdrowiu psychicznym może realnie wpłynąć na młodych ludzi.



Edukacja ekologiczna – Velvet. Piątka dla Natury

To ogólnopolski program ekologiczny kierowany do dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym. Zgłoszone do programu placówki otrzymują gotowe do wykorzystania scenariusze lekcji o tematyce ekologicznej, które są zgodne z obowiązującą podstawą programową. Inicjatywa zawiera też elementy grywalizacji - zachęcając dzieci do zaangażowania i wykorzystania w praktyce zdobytej wiedzy. W tegorocznej edycji tematem przewodnim jest bioróżnorodność - ważny aspekt działań na rzecz ochrony środowiska.

PARTNERZY RAPORTU



“ *B Corp to nie tylko certyfikat, ale przede wszystkim zobowiązanie firm do prowadzenia biznesu w sposób odpowiedzialny, uwzględniający interesy społeczne i środowiskowe. Przedsiębiorstwa, poddając się certyfikacji, podkreślają swoje zaangażowanie na rzecz zrównoważonego rozwoju, łącząc je z dbałością o konkurencyjność. Raport poświęcony tej tematyce ułatwia wymianę dobrych praktyk oraz wzajemną motywację do ambitnych działań i budowania zaufania interesariuszy.*

KAROLINA ADAMSKA-WOŹNIAK

Dyrektorka Zarządzająca, Forum Odpowiedzialnego Biznesu

[ODPOWIEDZIALNYBIZNES.PL](https://odpowiedzialnybiznes.pl)



“ *W obliczu dynamicznych zmian prawnych dotyczących zrównoważonego rozwoju i ESG, bez wątpienia warto być B Corpem – firmą, która ma wysokie standardy wpisane w DNA i postępuje zgodnie z nimi, niezależnie od chwiejnego otoczenia regulacyjnego. Celem B Corpów jest nie tylko zysk, ale także wywieranie istotnego pozytywnego wpływu na środowisko i społeczeństwo. Raport o B Corp świetnie pokazuje, jak certyfikowane firmy realizują te wartości w praktyce.*

KRZYSZTOF GÓŹDŹ

Partner, Impactiv.Law

[IMPACTIV.LAW](https://impactiv.law)



OSOBNO JESTEŚMY B CORPAMI™. RAZEM JESTEŚMY GEN B.

Niniejsza publikacja została przygotowana aby zaprezentować wybrane działania, wyzwania i osiągnięcia polskich firm, które uzyskały certyfikat B Corp. Kilka organizacji uwzględnionych w raporcie certyfikowana jest zagranicą, jednak większa część ich działalności prowadzona jest na terenie Polski.

Celem publikacji jest pokazanie wpływu certyfikacji na zrównoważony rozwój biznesu. Informacje i przykłady ilustrują wybrane działania organizacji, świadczące o ich zaangażowaniu w zrównoważony rozwój. Każda z firm jest niezależnie odpowiedzialna za dobór treści.

WWW.BCORPORATION.EU

Abris

EXPANSCIENCE®
LABORATOIRES

Admind_

FLAW!
SOME!

ANG
| odpowiedzialne
finanse

LACAVA
SPECIALTY COFFEE ROASTERY

Benefit
Systems

netguru

better
BUSINESS — TRANSFORMATION

Opella.

DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

tergo

ecobean
COFFEE WASTE REINVENTED

VelvetCARE

Certified



®

Corporation

Admind BRANDING AND
COMMUNICATIONS

Niniejszy raport został opracowany i zaprojektowany przez Admind, polską agencję brandingowo-komunikacyjną, posiadającą certyfikat B Corp.

Współpracując z organizacjami na całym świecie, przekształcamy marki, uwzględniając różnorodne konteksty: od zrównoważonego rozwoju, przez potrzeby biznesowe, aż po fuzje i przejęcia firm. Nasze podejście integruje strategiczne planowanie z odpowiedzialnym brandingiem, co pozwala tworzyć autentyczne i świadome marki, które są w pełni dostosowane do współczesnych wyzwań i oczekiwań.