



Warszawa, 13 maja 2005r.

Informacja prasowa

Spółeczna odpowiedzialność biznesu – przykład Przedsiębiorstwa Prima S.A.

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu (Corporate Social Responsibility - CSR) jest czymś więcej niż działalnością charytatywną, na której korzystają tylko obdarowani. CSR oznacza, że firma osiąga zyski, jednocześnie uwzględniając w swych działaniach kwestie społeczne. Jednym z przykładów CSR-u jest program charytatywny Przedsiębiorstwa Prima S.A. na rzecz dzieci z dwóch wielkopolskich Domów Dziecka, realizowany od trzech lat i wyróżniający się osobistym zaangażowaniem pracowników firmy.

CSR w teorii i w praktyce

Spółeczna odpowiedzialność biznesu oznacza zaspokojenie potrzeb klientów przy uwzględnieniu oczekiwań pozostałych stron: pracowników, dostawców czy lokalnej społeczności. Dzięki CSR firma buduje pozytywne i trwałe relacje zarówno z partnerami społecznymi, jak i z biznesowymi, zarówno z otoczeniem zewnętrznym, jak i wewnętrznym. CSR gwarantuje lojalność klienta, podnosi wiarygodność firmy w oczach jej współpracowników, partnerów handlowych i władz lokalnych. Angażowanie się w działalność społeczną służy nie tylko budowaniu wizerunku firmy czy lepszym relacjom ze społecznością lokalną, ale także może dawać pracownikom poczucie spełnienia obywatelskiego obowiązku.

CSR narodziło się w społecznościach liberalnych ekonomicznie, w których rozpowszechnione są wzorce bezinteresownej pomocy - alternatywy dla niedostatecznego zaangażowania państwa i działań wolnego rynku.

CSR na polskim podwórku

Z raportu „[Postawy wobec społecznej odpowiedzialności biznesu](#)” (badania Ipsos-Demoskop, 2003 r., www.ipsos.pl/3_2_009a.pdf), wynika, że polscy konsumenci rzadko wiedzą, co tak naprawdę oznacza społeczna odpowiedzialność biznesu. Respondenci oceniają firmy przez pryzmat ceny ich produktów i sposób traktowania pracowników. Za zagadnienia o drugorzędym znaczeniu uznali: etyczne i odpowiedzialne postępowanie firm, ich zaangażowanie w działalność społeczną i charytatywną czy postępowanie w stosunku do środowiska naturalnego. Dlatego jednym z wyzwań dla przedsiębiorstw - szczególnie tych odpowiedzialnych za strategie komunikacyjne i wizerunek firm - jest edukowanie społeczeństwa na temat ogólnego funkcjonowania firm i społecznie odpowiedzialnych wyborów, jakich dokonują one na różnych płaszczyznach działania. Przykłady podmiotów działających na polskim rynku w sposób odpowiedzialny istnieją i ich liczba wzrasta, ponieważ rośnie świadomość przedsiębiorców na temat korzyści z otworzenia się na potrzeby innych.

Spółecznie odpowiedzialna Prima S.A.

Przykładem społecznie odpowiedzialnej firmy jest Prima S.A. - przedsiębiorstwo, które od 2002 roku realizuje projekt „*Wszystkie dzieci są nasze*” (All our children). Jego głównym celem jest niesienie szeroko rozumianej pomocy dzieciom z dwóch wielkopolskich domów dziecka - w Kijaszkowie i Szamocinie - poprzez edukację, rozrywkę oraz organizację wydarzeń sportowych.



Projekt „*Wszystkie dzieci są nasze*” jest realizowany w ramach programu korporacyjnego „*Promowanie ludzkich dokonań*” (Promoting People’s Performance) koncernu Sara Lee/DE, w skład którego wchodzi Prima S.A. Istniejący od 1998 roku program PPP ma zachęcać wszystkich pracowników koncernu do aktywnego włączania się w życie społeczności lokalnych. Pracownicy mogą wyjść z dowolną inicjatywą niesienia pomocy osobom potrzebującym. Projekty zgłoszone do rocznego konkursu PPP są oceniane przez specjalną komisję.



W zeszłym roku za najlepszy uznano polski projekt - „*Wszystkie dzieci są nasze*”. W jego ramach dzieci przy pomocy pracowników Primy oraz partnerów akcji – Fundacji „Lepsze Jutro”, klubu piłkarskiego Lech Poznań i agencji reklamowych: Nova Group i Expansja – przygotowały własną interaktywną stronę www.domydziecka.pl. Nagrodę pieniężną pracownicy Primy S.A. przeznaczyci na kontynuację programu.

Przy realizacji kolejnej edycji projektu charytatywnego wolontariusze wzbogacili element edukacyjny, tak aby spełniał indywidualne potrzeby dzieci, angażując je w jak największą ilość treningów, warsztatów i wycieczek. Celem było poszerzenie horyzontów dzieci i rozwój ich praktycznych umiejętności. Program objął cykl szkoleń dla wychowanków domów dziecka z zakresu dziennikarstwa, socjologii i informatyki, min. zorganizowano wizytę w Pentorze, a także kurs pisanie CV i listów motywacyjnych. Wolontariusze przygotowali również szeroki wachlarz zajęć dla dzieci, który miał im unaocznić, jak wiele możliwości jest dla nich dostępnych i w ten sposób zachęcić do wykorzystywania umiejętności zdobytych na szkoleniach. Ta część programu objęła m.in. wizyty w teatrze, kinie, zoo, palmiarni, na pływalni, lodowisku, czy na boisku sportowym Lecha Poznań, ale także zwiedzanie np. Katedry Poznańskiej i Muzeum Archidiecezjalnego.

„Chcieliśmy, aby dzieci mogły nabyć te umiejętności, które zazwyczaj przekazują rodzice poprzez wychowanie i własny przykład - mówi Tomasz Szymczak, dyrektor generalny Primy S.A. - Dlatego nie poprzestawaliśmy na poprawie warunków materialnych, ale skoncentrowaliśmy się na rozwijaniu umiejętności i horyzontów myślowych dzieci”. Poza działalnością edukacyjną, kulturową i rozrywkową pracownicy Primy organizowali zbiórki - przed sezonem szkolnym - artykułów i przyborów szkolnych, przed Świątami Bożego Narodzenia – prezentów dla wychowanków Domów Dziecka.



„Cieszymy się, że nasza firma w tak oryginalny sposób wspiera dzieci z domów dziecka. To nie rozdawnictwo prezentów czy smakołyków, ale prawdziwe, przyjacielskie partnerstwo w rozwiązywaniu problemów, które tym dzieciom stworzyło życie. Ta nowa formuła społecznej odpowiedzialności biznesu sprawdza się w kolejnym już roku realizacji naszego programu”
- **podsumowuje program Tomasz Szymczak.**

Przedsiębiorstwo PRIMA S.A. – producent i dystrybutor kawy mielonej i rozpuszczalnej z Poznania. Od 2002r. wchodzi w skład Sara Lee / Douwe Egberts, jednej z trzech największych firm kawowych na świecie. Obecnie firma dostarcza na polski rynek ok. 15.000 ton kawy rocznie oferując zarówno kawę mieloną jak i rozpuszczalną.

Katalog marek Prima: kawy mielone – *Impresja, Impresja, Rumba, Bezkofeina*, kawy rozpuszczalne – *Finezja, Arabika, Rumba i Śniadaniowa*.

Kontakt prasowy:

Anna Olkowicz, Maria Morawska, *Pegasus Public Relations*, ul. Szańcowa 66, 01-458 Warszawa, tel. (22) 877 22 18, e-mail: a.olkowicz@pegasus.pl, m.morawska@pegasus.pl