



EDUKACYJNE DZIAŁANIA BIZNESU

Lista Forum Odpowiedzialnego Biznesu

Společnie odpowiedzialne firmy pamiętają o edukacji

ZESTAWIENIE | 51 działań, w tym dziesiątka finalistów najwyżej ocenionych przez internautów, znalazło się na pierwszej w Polsce liście najbardziej znaczących edukacyjnych inicjatyw firm, którą opracowało Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

ANITA BŁASZCZAK

Inicjatywy dotyczące współpracy z placówkami edukacyjnymi bądź ukierunkowane na młodzież z tych placówek oraz projekty społeczne związane ze zdrowiem i zdrowym stylem życia (w tym zdrowym odżywianiem) – to one stanowią największą grupę, bo niemal połowę z 51 kampanii, programów i akcji edukacyjnych biznesu, jakie znalazły się na pierwszej w Polsce liście tych przedsięwzięć.

Organizatorem pionierskiego zestawienia „Edukacyjne działania biznesu. Lista najbardziej znaczących inicjatyw” jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu – najstarsza i największa organizacja pozarządowa w Polsce, która od 2000 r. w kompleksowy sposób zajmuje się koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu, czyli CSR. „Rzeczpospolita” jest partnerem medialnym listy.

Edukacyjny trend

Jak wyjaśnia Mirella Panek-Owsiańska, prezeska FOB, przygotowując projekt listy, organizatorom przyświecało kilka celów, w tym chęć pokazania skali i różnorodności

podjętych przez biznes działań w zakresie edukacji. – Edukacji kierowanej do bardzo szerokiego grona: począwszy od pracowników i współpracowników, po przedsiębiorców, uczniów lub całe społeczeństwo, jeśli weźmiemy pod

– Zależało nam również, aby za pośrednictwem listy zwrócić uwagę na ten zakres działalności firm, który często jest niezauważany, a praca ludzi stojących za tymi inicjatywami – niedoceniana – dodaje prezeska FOB.

w Polsce 2015. Dobre praktyki”. Ten trend potwierdzają również badania, które FOB przeprowadziło w ubiegłym roku, „Menedżerowie CSR”: niemal co trzeci z uczestników ankiety wskazał edukację wśród głównych problemów

projektu. O miejsce na liście ubiegało się łącznie ponad 300 inicjatyw zgłoszonych przez 115 firm. Etap weryfikacji FOB przeszło 88 proc. z nich, czyli 271 działań, które trafiły pod ocenę kapituły. 18-osobowa kapituła złożona z przedstawicieli różnych środowisk – specjalistów w różnych dziedzinach (m.in. CSR, ochronie środowiska, rynku pracy przedsiębiorczości i edukacji) – wyłoniła 51 najbardziej znaczących inicjatyw.

– Każda osoba z kapituły brała pod uwagę, czy dana inicjatywa jest istotna dla grupy docelowej lub odpowiada na ważny problem społeczny, czy jest spójna z profilem działania firmy lub jest podejmowana od wielu lat oraz czy ma dobrze dopasowane działania do rozwiązania danego problemu – wyjaśnia Mirella Panek-Owsiańska. Dziesiątkę finalistów projektu wybrali internauci w otwartym głosowaniu, w którym 5,8 tys. unikalnych użytkowników oddało łącznie ponad 17,4 tys. głosów.

Jak zaznacza Agnieszka Sierkiewicz, projekt nie był konkursem, a lista nie jest rankingiem – dlatego zarówno dziesiątka finalistów, jak i pozostali uczestnicy zestawienia są przedstawieni w kolejności alfabetycznej. – Uznaliśmy, że różnorodność inicjatyw uniemożli-

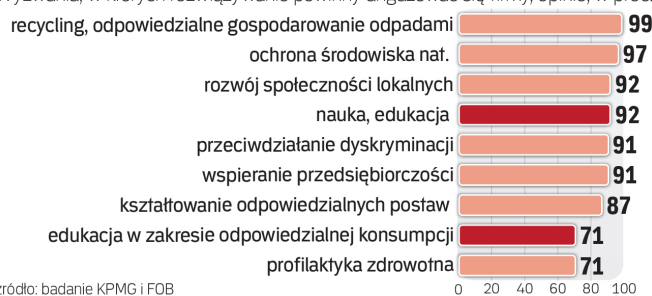
wia ich porównanie, a forma konkursu odsunęłaby na dalszy plan nasz cel podstawowy: zwrócenie uwagi na znaczenie działań edukacyjnych dla firm i ich interesariuszy w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu – wyjaśnia Mirella Panek-Owsiańska.

Podzielić się wiedzą

Z analizy tematycznej 51 najbardziej znaczących inicjatyw edukacyjnych biznesu w Polsce wynika, że obok działań ukierunkowanych na edukację młodzieży oraz kwestie zdrowia i zdrowego stylu życia firmy angażują się też w kampanie, programy czy akcje dotyczące bezpieczeństwa – w tym często bezpieczeństwa w sieci, oraz starają się edukować konsumentów – szczególnie w dziedzinie finansów.

– Przykłady zaczerpnięte z listy pokazują, że firmy coraz chętniej dzielą się wiedzą i kompetencjami – w obszarach, na których się znają. I jestem przekonana, że zarówno same firmy, jak i beneficjenci tych projektów czerpią z nich korzyści – podkreśla Mirella Panek-Owsiańska. Listę ogłoszono podczas 6. Targów CSR, które odbyły się 17 listopada br. na PGE Narodowym w Warszawie. ©

Wyzwania, w których rozwiązywanie powinny angażować się firmy, opinii, w proc.



źródło: badanie KPMG i FOB

• CORAZ WIĘCEJ FIRM DOCENIA KORZYŚCI Z INWESTYCJI W DZIAŁANIA EDUKACYJNE

uwagę programy ogólnopolskie. Edukacji szeroko rozumianej, bo skupionej m.in. na przygotowaniu młodych ludzi do wejścia na rynek pracy, na kwestiach bezpieczeństwa, w tym bardzo często pojawiającego się tematu bezpieczeństwa w sieci, profilaktyki zdrowotnej, promowaniu zdrowego stylu życia czy też zachowań proekologicznych – podkreśla Mirella Panek-Owsiańska.

Tymczasem według danych organizacji coraz więcej firm łączy projekty edukacyjne ze swoją podstawową działalnością, zwłaszcza gdy strategicznie podchodzą do CSR. Jak zwraca uwagę Agnieszka Siarkiewicz, menedżerka promocji i komunikacji FOB, temat działań edukacyjnych prowadzonych przez biznes był jednym z trendów wskazanych przez autorów raportu FOB „Odpowiedzialny biznes

społecznych, do których rozwiązania przyczynił się w ostatnich latach biznes.

Dziesiątka internautów

Mirella Panek-Owsiańska podkreśla, że liczby dotyczące zestawienia 51 najbardziej znaczących inicjatyw edukacyjnych biznesu dowodzą, że udało się osiągnąć cele przyświecające organizatorom

• OPINIE

Marzena Strzelczak

dyrektorka generalna, członkini zarządu FOB, przewodnicząca kapituły

Firmy wiedzą, że ich zaangażowanie społeczne jest równie potrzebne jak zaangażowanie ekonomiczne. Polscy respondenci badania Edelman Trust Barometr wśród priorytetów takiej aktywności najczęściej wskazują kwestie zdrowotne. Z tymi oczekiwaniami dobrze współgra edukacja prozdrowotna, popularyzacja zdrowych nawyków i stylu życia. To z jeden z najchętniej podejmowanych



weźmiemy pod uwagę rodziny, przyjaciół i znajomych, a także – paradoksalnie – nieznanym. Jak pokazują wspomniane wyżej badania, pracownicy to najbardziej wiarygodni ambasadorzy firm. Im ufamy najbardziej, nie tylko w odniesieniu do kwestii relacji pracowniczych i relacji z konsumentami, ale także – co ciekawe – w kwestiach wyników finansowych. Warto o tym pamiętać i zanim zadamy o komunikację zewnętrzną, zatroszczyć się o komunikację wewnątrz firmy, także wtedy, gdy nasz projekt kierowany jest całego społeczeństwa. ©

przez firmy tematów. Co ciekawe, wśród inicjatyw edukacyjnych zgłoszonych do listy stosunkowo niewiele jest tych dedykowanych pracownikom, choć to szczególna grupa interesariuszy. Dużo szersza niż osoby zatrudnione w firmie, jeśli



Kamil Pluskwa-Dąbrowski

Federacja Konsumentów, członek kapituły

Powszechny dostęp do informacji, śledzenie globalnych trendów, dzielenie się opiniami w mediach społecznościowych – to wszystko sprawia, że konsumenci są świadomi swoich możliwości jako uczestnicy rynku. Tę nową jakość w relacjach przedsiębiorca – konsument dostrzegają także biznes. Czasy, gdy komunikacja pomiędzy firmami a konsumentami ograniczała się do przekazu

reklamowego, minęły bezpowrotnie. Edukacja konsumentów wpisana się na dobre w strategię biznesowe. Działania edukacyjne, prowadzone odpowiedzialnie, niebędące przykrywką dla działalności marketingowej, przyczyniają się do podnosze-

nia świadomości konsumenciej i wiedzy zarówno o produkcie, jak i producencie. Rzetelna edukacja jest korzystna dla obu stron; dostarcza konsumentom wiedzy, ale również buduje ich zaufanie do firmy. Na przestrzeni lat widać zmiany w działalności edukacyjnej, obecnie firmy realizują duże projekty (często w partnerstwach), które są skierowane nie tylko do ogółu, ale i do konkretnych grup odbiorców. Nie zawsze też dotyczą stricte obszaru działalności firmy, ale starają się pokazać, jak cele społeczne wspierają cele biznesowe. ©

Jan Ruszkowski

Polska Zielona Sieć, członek kapituły

Działania edukacyjne biznesu, podobnie jak i cały CSR, przez prośrodowiskowe organizacje pozarządowe traktowane są najczęściej z dużą rezerwą. „Nie dziwi nic” – gdyż jako bardziej świadome, zielone NGO-sy są wyjątkowo wyczulone na działania pozorne, mało wartościowe lub mające na celu jedynie na tzw. greenwashing. W Polsce, niestety, takich przedsięwzięć



nadal nie brakuje. Projekty takie jak Lista pomagają naświetlać różnice pomiędzy działaniami szlachetnymi, godnymi naśladowania, a tymi pozorowanymi. Co ciekawe, najlepsze inicjatywy nie zawsze są realizowane

przez największych graczy – oprócz rozmachu bardzo ważny jest pomysł, który najczęściej można przeskalować.

Wartościowe działania edukacyjne, jeśli są spójne i zakorzenione w strategii przedsiębiorstwa, bazujące na jego know-how np. w zakresie recyklingu, energoefektywności czy wykorzystaniu odnawialnych źródeł energii, bez problemu, na szczęście, bronią się same. Dziś pozytywnie się wybijają, inspirują i wyznaczają kierunki, a jutro, dzięki mechanizmom rynkowym, staną się standardem. ©

Magdalena Rojek-Nowosielska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, członkini kapituły

Czy „pozwoić” podmiotom biznesowym angażować się w edukację? A dlaczego nie? Jeśli cel związany z działaniem edukacyjnym zostanie zrealizowany – czyli w myśl definicji edukacji rozumianej jako proces przekazywania wiedzy, będzie zmierzał do kształtowania postaw i budowania świadomości oraz przyczyniał się do rozwoju człowieka. Mogą się jednak pojawić wątpliwości, czy jednostki



biznesowe mają wystarczającą wiedzę, kompetencje i umiejętności do realizacji tak postawionego celu. Wątpić oczywiście zawsze można, ale warto pamiętać, że firma, będąc najbliższym problemom występującym w środowisku lokalnym i słuchając zgłaszanych

oczekiwań, może przypuszczać, że podejmowane inicjatywy spotkają się z dużym zainteresowaniem i trafią w sedno potrzeb społecznych. Często rozbudzenie potrzeby kształcenia się i ukierunkowanie świadomości na wagę bieżących zagrożeń cywilizacyjnych może dodatkowo zaowocować aktywną postawą obywatelską danej społeczności. Warto zatem docenić fakt realizowania inicjatyw edukacyjnych, szczególnie że podmioty biznesowe chętnie podejmują współpracę z jednostkami naukowymi, co daje się zauważyć w bogatej liście zgłoszonych działań. ©

LISTA NAJBARDZIEJ ZNACZĄCYCH INICJATYW

➔ 51 INICJATYW EDUKACYJNYCH BIZNESU

Finaliści „Listy najbardziej znaczących inicjatyw edukacyjnych”
(W kolejności alfabetycznej: nazwa inicjatywy, firma zgłaszająca):

- ➔ **Akcja edukacyjna „Energia dla seniora”** – TAURON Polska Energia SA
- ➔ **Bezpiecznie Tu i Tam** – Orange Polska
- ➔ **Kluby Sportowe Orange** – Orange Polska
- ➔ **MegaMisja** – Orange Polska, Fundacja Orange
- ➔ **„Nie robisz tego w realu? Nie rób tego w sieci!”** – mBank SA
- ➔ **Ogólnopolski Program Zdrowia Seksualnego** – Polpharma Biuro Handlowe
- ➔ **PKO Bieg Charytatywny** – PKO Bank Polski
- ➔ **Po Stronie Natury** – Żywiec Zdrój SA
- ➔ **Szkolne Kasy Oszczędności** – PKO Bank Polski
- ➔ **„Zdrowo jemy, zdrowo rośniemy”** – Fundacja NUTRICIA

Lista najbardziej znaczących inicjatyw – pozostałe projekty (kolejność alfabetyczna według nazwy inicjatywy):

- ➔ **„1000 pierwszych dni dla zdrowia”** – Fundacja Nutricia
- ➔ **ADAMED SmartUP** – Grupa Adamed
- ➔ **Akademia Wynałazców im. R. Boscha** – Robert Bosch sp. z o.o.
- ➔ **„Bezpieczna praca za granicą”** – ATERIMA MED
- ➔ **„Biznes w kobiecych rękach”** – Bank Handlowy w Warszawie SA
- ➔ **„Ciśnienie na życie”** – Polpharma
- ➔ **Cyberstrażnik** – PKO Bank Polski
- ➔ **„Czas na zdrowie”** – Fundacja Banku Ochrony Środowiska, BOŚ
- ➔ **„Głęboki oddech”** – Grupa Adamed
- ➔ **InfoKonsument.pl** – ERIF Biuro Informacji Gospodarczej SA
- ➔ **„Internet nie leczy”** – Scanmed SA
- ➔ **Junior Media** – Polska Press sp. z o.o.
- ➔ **Kierunek Bałtyk** – Grupa Lotos S.A.
- ➔ **Kolejowe ABC** – Orlen KolTrans sp. z o.o.
- ➔ **Kongres Różnorodności** – Henkel Polska sp. z o.o.

➔ AKCJA EDUKACYJNA ENERGIA DLA SENIORA – TAURON POLSKA ENERGIA

Inicjatywa edukowania klientów w wieku senioralnym powstała w odpowiedzi na potrzeby rynku. Coraz więcej bowiem spraw, które trafiają do Zespołu Rzecznika Praw Klienta działającego w Tauronie, dotyczy klientów w starszym wieku, którzy podpisali niechcianą umowę na sprzedaż energii. W tym projekcie firma Tauron Polska Energia stara się przełożyć trudny język energetyki na język, jakim jej klienci posługują się na co dzień. Celem akcji jest uświadomienie klientom: jak nie dać się oszukać przy podpisywaniu umowy sprzedażowej; jak rozmawiać z handlowcem oferującym energię (o co pytać, jakich dokumentów żądać itp.); jakie są prawa klienta na rynku energii (ten panel prowadzi ekspert – rzecznik konsumentów); co klient musi wiedzieć o rynku energii, aby być jego świadomym uczestnikiem.

➔ KLUBY SPORTOWE ORANGE – ORANGE POLSKA

Orange Polska realizuje program Kluby Sportowe Orange, który promuje aktywność fizyczną i uczy dzieci zdrowego trybu życia. W ramach współpracy z wybranymi do programu 100 klubami Orange wyposażył je w profesjonalny sprzęt sportowy i zapewnił stałą edukację ich podopiecznych. Zdecydowana większość Klubów Sportowych Orange (95 proc.) działa na terenach wiejskich i w małych miejscowościach, gdzie takie działania mają szczególne znaczenie ze względu na gorszy dostęp zarówno do infrastruktury, jak i do fachowej wiedzy. Kluby stworzone do użytku lokalnych społeczności tętnią życiem, sprzyjając rozwojowi fizycznemu dzieci i młodzieży. Co więcej, angażują również społeczności lokalne w ich stały rozwój. Pozwala to na większą integrację społeczności lokalnych.

➔ NIE ROBISZ TEGO W REALU? NIE RÓB TEGO W SIECI! – MBANK

mBank rozpoczął w sektorze bankowym kampanię społeczną o bezpieczeństwie w sieci. Kierowana jest ona do wszystkich, którym zdarza się korzystać z usług banków na komputerze i w telefonie. Ma uświadomić im, jakie zagrożenia mogą czyhać w internecie. Kampania polega na czterech spotach TV i specjalnym serwisie internetowym <https://mbank.pl/uwazniwsieci>. Ambasadorkami kampanii zostali vlogerzy, m.in. Krzysztof Gonciarz i Abstrachuje, którzy opowiadają młodym widzom o tym, co zdarza nam się robić w sieci, a czego nie robimy w realu. Na stronach kampanii bank w zwięzły sposób edukuje – wyjaśnia, co i dlaczego może być zagrożeniem w internecie oraz jak się przed tym chronić. Strona stanowi uzupełnienie prowadzonego od lat serwisu <https://mbank.pl/bezpieczenstwo>.

➔ PKO BIEG CHARYTATYWNY – PKO BANK POLSKI

Inicjatywa została przeprowadzona w 2015 r. i 2016 r. w ramach autorskiego programu „PKO Bank Polski. Biegajmy razem”. Kwestie dotyczące problemów społecznych są dla banku szczególnie ważne, dlatego też zorganizował specjalną akcją PKO Bieg Charytatywny, włączając w akt niesienia pomocy lokalne społeczności. Projekt miał przede wszystkim uświadomić biegaczom, że poprzez aktywność fizyczną można pomagać osobom potrzebującym. Istotny był też aspekt wspólnego zaangażowania, które przynosi wymierne efekty. Dodatkowo, aby pokazać, że już od najmłodszych lat warto uczyć dzieci wrażliwości społecznej, bank zorganizował w 2016 r. imprezę towarzyszącą – PKO Bieg Charytatywny Młodych. Poprzez PKO Bieg Charytatywny bank zachęca do współpracy i otwiera się na problemy lokalnej społeczności.

➔ SZKOLNE KASY OSZCZĘDNOŚCI – PKO BANK POLSKI

Dzięki ofercie programu edukacyjnego SKO dzieci zyskują szanse na zdobywanie doświadczeń oraz rozwijanie wielu nowych kompetencji przydatnych w dorosłym życiu. Możliwość oszczędzania na internetowym rachunku bankowym pozwala najmłodszym zrozumieć wartość pieniądza oraz zasady odroczonej gratyfikacji, a także dowiedzieć się, co oznaczają podstawowe pojęcia bankowe w praktyce. Uczniowie korzystający z serwisu sko.pkobp.pl poznają zasady korzystania z nowoczesnej bankowości. Poprzez udział w inicjatywach odbywających się pod patronatem SKO dzieci uczą się również przedsiębiorczości, np. uczestnicząc w akcjach zarobkowych takich jak zbiórki surowców wtórnych, kiermasze. Najmłodszy poznają także zasady współpracy w grupie, rozwijają kreatywność oraz uczestniczą w konkursach o zasięgu tak lokalnym, jak i ogólnopolskim.

➔ BEZPIECZNIE TU I TAM – ORANGE POLSKA

Kiedy dochodzi do niebezpiecznych sytuacji w internecie, od 54 proc. do nawet 68 proc. dzieci nie wie, co powinno wówczas zrobić. W odpowiedzi na ten problem powstał program „Bezpiecznie Tu i Tam” Orange Polska. W ramach programu wystartował serwis internetowy www.sieciaki.pl oraz serwis dla przedszkolaków necio.pl. Opracowane też zostały scenariusze zajęć edukacyjnych oraz komplet materiałów edukacyjnych, które dystrybuowane są wśród nauczycieli szkół w całej Polsce. Wersje elektroniczne wszystkich materiałów są dostępne online. Efektem działań tej inicjatywy jest również nowatorska, bezpłatna platforma e-learningowa zawierająca szkolenia z zasad bezpiecznego korzystania z internetu w formie interaktywnych kursów. Program w obecnej formie został uruchomiony w 2015 roku, ale obejmuje działania realizowane nieprzerwanie od 2004 roku.

➔ MEGAMISJA - ORANGE POLSKA, FUNDACJA ORANGE

MegaMisja to nowoczesny program cyfrowej edukacji w świetlicy w szkole podstawowej. Fundacja Orange odpowiada w ten sposób na realną potrzebę edukacji cyfrowej najmłodszych. Jednocześnie jest to pierwszy w Polsce program edukacyjny zaprojektowany specjalnie dla szkolnych świetlic. Program obejmuje swoim zasięgiem kilka tysięcy dzieci w całej Polsce. W świetlicach zakwalifikowanych do MegaMisji nauczyciele prowadzą 10-miesięczny cykl zajęć. Dzieci zdobywają ważne w cyfrowym świecie kompetencje, uczą się, jak kreatywnie korzystać z nowych technologii, przestrzegać netykiety i praw autorskich, jak znaleźć w sieci wiarygodne informacje, jakie treści publikować. Dowiadują się również, jak unikać niebezpieczeństw i chronić swoją prywatność w sieci.

➔ OGÓLNOPOLSKI PROGRAM ZDROWIA SEKSUALNEGO (OPZS) – POLPHARMA BIURO HANDLOWE

Polpharma od 2008 roku prowadzi działania edukacyjne w zakresie zdrowia seksualnego. OPZS poświęcony jest zdrowiu seksualnemu w każdym wieku. Program edukuje i uświadamia wpływ zaburzeń zdrowia seksualnego na wszystkie sfery życia człowieka. Obejmuje szereg działań, w tym największe w Polsce debaty nt. zdrowia seksualnego, które szeroko odbijają się w mediach. Wspólnie z profesorem Zbigniewem Izdebskim organizowano największe badania dotyczące seksualności Polaków, które dostarczą specjalistom, dziennikarzom oraz innym odbiorcom unikalne informacje na temat świadomości i zwyczajów seksualnych Polaków. W ramach OPZS prowadzone są też działania na rzecz osób niepełnosprawnych, organizowane konkursy i akcje dotyczące zdrowia seksualnego.

➔ PO STRONIE NATURY – ŻYWIEC ZDRÓJ

Celem programu jest kształtowanie postaw i świadomości ekologicznej społeczeństwa, a w szczególności zachęcanie Polaków do sadzenia drzew i ochrony środowiska naturalnego. W ramach kampanii „Po stronie natury” co roku realizowana jest akcja sadzenia drzew, konkurs grantowy (aktywizujący społeczności lokalne do podejmowania własnych inicjatyw ekologicznych poprzez przyznawanie środków na ich realizację), odnawianie szlaków turystycznych oraz wiele innych działań edukacyjnych. W ramach ostatniej edycji programu „Po stronie natury” w 2016 r. rozdawano w wybranych miastach Polski sadzonki – zachęcając do posadzenia własnego drzewa. Sadzonki wydawane były w zamian za puste opakowania PET, by dodatkowo zachęcać Polaków do segregowania odpadów.

➔ ZDROWO JEMY, ZDROWO ROŚNIEMY – FUNDACJA NUTRICIA

Celem programu jest wzrost świadomości dotyczącej roli żywienia we wczesnym okresie życia wśród pracowników żłobków i przedszkoli oraz rodziców, promowanie zrównoważonej diety oraz kształtowanie u dzieci właściwych nawyków żywieniowych. Program przygotowuje 180 dietetyków do nowej roli edukatorów żywieniowych, działających w żłobkach i przedszkolach w całej Polsce. Dzięki nim do końca 2017 r. ponad 12 tys. pracowników żłobków i przedszkoli poszerzy swoją wiedzę na temat zasad prawidłowego odżywiania niemowląt, małych dzieci i dzieci w wieku przedszkolnym. W ramach swojej działalności edukatorzy żywieniowi mają półroczny staż w żłobkach i przedszkolach. W jego trakcie przeprowadzają cykl bezpłatnych warsztatów dla personelu oraz dwukrotną analizę jadłospisu.

➔ LISTA INICJATYW

- ➔ **Mistrzowie kodowania** – Samsung Electronics Polska sp. z o.o.
- ➔ **Młody Obywatel** – Fundacja BGK
- ➔ **Moje Finanse** – Bank Handlowy w Warszawie SA
- ➔ **Movember** – Luxoff Poland sp. z o.o.
- ➔ **Nestlé needs Youth** – Nestlé Polska SA
- ➔ **Nowe Horyzonty** – T-Mobile Polska SA
- ➔ **Nowe Pokolenie Rolników** – Danone sp. z o.o.
- ➔ **Odnaleźć siebie** – Grupa Adamed
- ➔ **Pierwszy Milion** – Bank Handlowy w Warszawie SA
- ➔ **Program edukacji finansowej dla dzieci Cha-Ching** – Towarzystwo Ubezpieczeń Prudential
- ➔ **Program Orlen. Bezpieczne Drogi (Program OBD)** – PKN ORLEN SA
- ➔ **Program Rozwoju Ygreków (PRY)** – Y-Consulting
- ➔ **Przedstawienie „Najlepszy prezent”** – Grupa ENERIS / ENERIS Surowce SA
- ➔ **Przyszłość zasilana wiedzą** – PKN Orlen SA
- ➔ **Rekrutacja różnorodnościowa – „Rekrutacja na TAK”** – Job Impulse Polska (Grupa Job)
- ➔ **Salon Zdrowia Baylab** – Bayer sp. z o.o.
- ➔ **Streetworking** – PKN Orlen SA
- ➔ **Szkolenia z zasad cyberbezpieczeństwa dla przedsiębiorców** – PKO Bank Polski
- ➔ **Szkolenia i Mistrzostwa Bezpiecznej i Ekonomicznej Jazdy** – DB Schenker
- ➔ **Tesco dla Szkół** – Tesco Polska
- ➔ **To MY tworzymy Świat** – Canon Polska sp. z o.o.
- ➔ **Twój Budżet Rodzinny** – Bank Zachodni WBK SA
- ➔ **Tydzień Bezpieczeństwa** – Skanska SA
- ➔ **W drodze do pracy** – Henkel Polska sp. z o.o.
- ➔ **Wspieranie start-upów** – PKO Bank Polski
- ➔ **„Z głową – Pozbądź się wszystkiego, co nie jest Ci już potrzebne”** – Studio 102 sp. z o.o.