



## **ORLEN przeciwko korupcji**

PKN ORLEN S.A., konsekwentnie wdraża ideę zrównoważonego rozwoju, podejmując działania na rzecz zachowania właściwych proporcji pomiędzy ekonomią, otaczającym środowiskiem oraz potrzebami ludzi. W misji Koncernu w sposób jednoznaczny zadeklarowaliśmy postępowanie zgodne z *zachowaniem zasad ładu korporacyjnego i społecznej odpowiedzialności biznesu*.

Nasze credo „*Zawsze gdy nas potrzebujesz*” potwierdza, że będąc firmą odpowiedzialną społecznie, działamy uwzględniając oczekiwania wszystkich interesariuszy.

Potwierdzeniem tego jest m.in. udział PKN ORLEN S.A. w Inicjatywie Global Compact, do której Koncern przystąpił w 2003 roku.

## **Opis projektu**

### **Udział Polskiego Koncernu Naftowego ORLEN S.A. w Inicjatywie „Partnerstwo Przeciwko Korupcji”.**

PKN ORLEN S.A., co zapisano w misji, jest firmą transparentną. Było więc rzeczą oczywistą, że przystąpił do Inicjatywy „Partnerstwo Przeciw Korupcji”. 14 lutego 2005 roku Koncern stał się 62. członkiem ruchu przeciwko korupcji i malwersacjom finansowym PACI. Dokument podpisał Prezes Zarządu w trakcie Światowego Forum Gospodarczego w Davos.

Stanowisko wobec tego problemu Koncern zaprezentował także zgłaszając swój udział w inicjatywie GLOBAL COMPACT, co oznacza wdrażanie jej zasad, z których dziesiąta mówi o przeciwdziałaniu korupcji.

## **Cele projektu**

Inicjatywa Partnerstwo Przeciw Korupcji (PACI) została zainicjowana przez czołowych Prezesów i Dyrektorów Generalnych uczestniczących w zespołach: energetycznym, inżynieryjno-budowlanym oraz wydobywczo-metalurgicznym Światowego Forum Ekonomicznego we współpracy z Transparency International i Instytutem Zarządzania w Bazylei. Swą działalność rozpoczęła na corocznym spotkaniu w Davos w styczniu 2004 roku. Założeniem Inicjatywy jest praktyczne wdrażanie w życie instrumentów do walki z korupcją.

Główne założenia przyjęte przez PACI pochodzą z zapisów Założeń Biznesowych do Walki z Malwersacjami Finansowymi organizacji Transparency International i opierają się na dwóch podstawowych działaniach: prowadzeniu polityki zero tolerancji dla malwersacji finansowych oraz korupcji oraz czynnym wdrażaniu tego programu.

Inicjatywa Partnerstwo Przeciw Korupcji stawia sobie za cel stworzenie neutralnej platformy umożliwiającej sygnatariuszom połączenie sił w walce z korupcją. Kolejne firmy - członkowie PACI - wymieniać się mogą wiedzą na temat możliwych metod walki z tym procederem.

PACI będzie nagłaśniać fakt, że największe światowe firmy czynnie angażują się w walkę z malwersacjami finansowymi.

PACI łączy ekspertów zajmujących się walką z korupcją, organizacje pozarządowe, organizacje międzynarodowe oraz przedstawicieli rządów w celu rozszerzenia i rozwinięcia sposobów walki z korupcją oraz malwersacjami finansowymi.

Od zeszłego roku PKN ORLEN S.A. aktywnie wspiera kampanię antykorupcyjną, organizowaną przez Ruch Normalne Państwo we współpracy ze Stowarzyszeniem Agencji Reklamowych, dążąc do tego, aby być wzorem do naśladowania nie tylko w aspekcie ekonomicznym, ale także pod względem odpowiedzialności społecznej i przejrzystych zasad działania. Dlatego Koncern czuje się szczególnie zobowiązany do wspierania ważnych inicjatyw społecznych w Polsce, takich jak walka z korupcją – problemem który dotyka całego społeczeństwa i jest jedną z najpoważniejszych przeszkód w budowaniu lepszego państwa. Idea przewodnia kampanii „Nie daję/nie biorę łapówek” to uświadomienie obywatelom, że osób uczciwych, które nie dają i nie biorą łapówek jest o wiele więcej niż tych nieuczciwych.

### **Lokalizacja**

Kampania miała charakter ogólnopolski. Reklamy społeczne kampanii ukazały się we wszystkich wiodących mediach w kraju: prasie, radiu i TV.

### **Rezultaty**

**W dniach 11 stycznia – 23 lutego 2007 trwała społeczna kampania medialna „Nie daję/nie biorę łapówek”. Data oficjalnego zakończenia akcji nie była przypadkowa, bowiem 23 lutego został ogłoszony „Dniem bez łapówki”.**

Na blisko 1500 stacjach paliw ORLENU, w dniu 11 stycznia pojawiły się plakaty oraz bezpłatne naklejki na samochód z logo i hasłem kampanii. Powodzenie akcji i życzliwy odbiór przez opinię publiczną, w tym klientów stacji ORLEN, przeszedł oczekiwania Koncernu i pozostałych organizatorów. Na większości stacji, zapasy naklejek zostały wyczerpane już w pierwszym tygodniu trwania akcji. Dzięki stacjom ORLEN, do kampanii antykorupcyjnej przyłączyło się 300 000 osób – tyle naklejek Koncern wyprodukował i rozdał na swoich stacjach.

Wszystkich, którzy popierają akcję „Nie daję/nie biorę łapówek” PKN ORLEN S.A., w imieniu swoim i organizatorów, zaprosił na happening wieńczący kampanię, który odbył się 23 lutego 2007 roku w Warszawie. Podczas niego, na znak sprzeciwu wobec korupcji, odbyło się palenie kopert, a każdy kto chciał spersonalizować swój udział w kampanii mógł złożyć podpis na billboardzie z hasłem „Nie daję/nie biorę łapówek”.

Podobne happeningi, konkursy i debaty, organizowane przez instytucje pozarządowe, studentów, czy urzędników odbyły się również w 50 miastach Polski.

### **Korzyści dla beneficjentów**

Jasne, uczciwe reguły współpracy.

### **Obszar działań**

Etyka.

**Czas trwania**

Stale.

**Partnerzy**

Interesariusze, społeczeństwo.

**Osoba do kontaktu**

Barbara Tęcza

**E-mail**

barbara.tecza@orlen.pl