

RAPORT

w zakresie postępów we wdrażaniu zasad

Programu ONZ Global Compact:

Communication on Progress – COP

styczeń - grudzień 2016

CEO STATEMENT OF CONTINUING SUPPORT FOR THE UN GLOBAL COMPACT

I am pleased to confirm that in 2015 BrandLab Sp. z o.o. still supports the Ten Principles of the United Nations Global Compact in the areas of Human Rights, Labour, Environment and Anti-Corruption.

In this annual Communication on Progress, we describe our actions to continually improve the integration of the Global Compact and its principles into our business strategy, culture and daily operations. We also commit to share this information with our stakeholders using our primary channels of communication.

Sincerely yours,

Agnieszka Różycka

Managing Partner

Spis Treści

Działania kontynuowane od 2013 roku.....	4
Kim jesteśmy?.....	4
10 zasad Global Compact w działalności Firmy	5
1. Zespół naszą wartością.....	5
2. Środowisko naturalne.....	6
3. Przeciwdziałanie korupcji	7

Działania kontynuowane od 2013 roku

BrandLab funkcjonuje na bardzo konkurencyjnym rynku usług doradczych z zakresu komunikacji. Na rynku działa kilka dużych graczy oraz bardzo wielu mniejszych, konkurujących ze sobą głównie ceną.

Wprowadzenie 10 zasad Global Compact jest jednym z elementów wyróżniających Agencję na tle konkurencji. Wdrożenie Kodeksu Postępowania, zaangażowanie pracowników Agencji w działalność non-profit i wsparcie organizacji NGO przyczynia się istotnie do rozwoju firmy a także stanowi jej przewagę konkurencyjną.

Kim jesteśmy?

BrandLab jest firmą doradztwa komunikacyjnego założoną w 2009 roku przez Huberta Archicińskiego i Agnieszkę Różycką, wieloletnich praktyków z zakresu komunikacji marketingowej i Public Relations. Partnerzy BrandLab od ponad 13 lat skutecznie realizują kampanie komunikacyjne dla polskich i międzynarodowych firm, zarówno z zakresu PR korporacyjnego i produktowego, jak i Public Affairs oraz Marketingu. BrandLab oferuje swoim klientom doradztwo strategiczne w planowaniu i realizacji działań budujących reputację firm i ich marek. Doradcy firmy są autorami strategii komunikacyjnych realizowanych dla przedstawicieli wielu branż m.in. energetycznej, telekomunikacyjnej, IT, farmaceutycznej, sportowej, Real Estate, FMCG.



10 zasad Global Compact w działalności Firmy

1. Zespół naszą wartością

Zasada 1. Popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową

Zasada 2. Eliminacja wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę

Zasada 3. Poszanowanie wolności stowarzyszania się.

Zasada 4. Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej.

Zasada 5. Zniesienie pracy dzieci.

Zasada 6. Efektywne przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia.

BrandLab dokłada wszelkich starań, by stać się najlepszym, pożądanym pracodawcą. Ludzie są dla nas bardzo ważni, to oni stanowią o sile Agencji i jej sukcesie. W 2016 roku zatrudnialiśmy 12 pracowników zatrudnionych na pełen etat.

Agencja wspiera i przestrzega prawa człowieka zawarte w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka i wszystkich międzynarodowo przyjętych standardów w zakresie ochrony i obrony praw człowieka. Wyznajemy politykę zero tolerancji zarówno dla handlu ludźmi, jak i innych naruszeń praw człowieka. W BrandLab wierzymy, że wszyscy pracownicy mają prawo do indywidualnej wolności, równości zatrudnienia oraz prawa do wypowiedzi i opinii. Dlatego zostały wdrożone procedury, które mają zagwarantować, że nasze środowisko pracy przestrzega tych praw.

W BrandLab nie ma związków zawodowych. Specyfika wykonywanej pracy nie niesie ze sobą ryzyka chorób czy wypadków z nią związanych, niemniej wszyscy nasi pracownicy przechodzą wymagane przez prawo wstępne i okresowe szkolenia BHP.

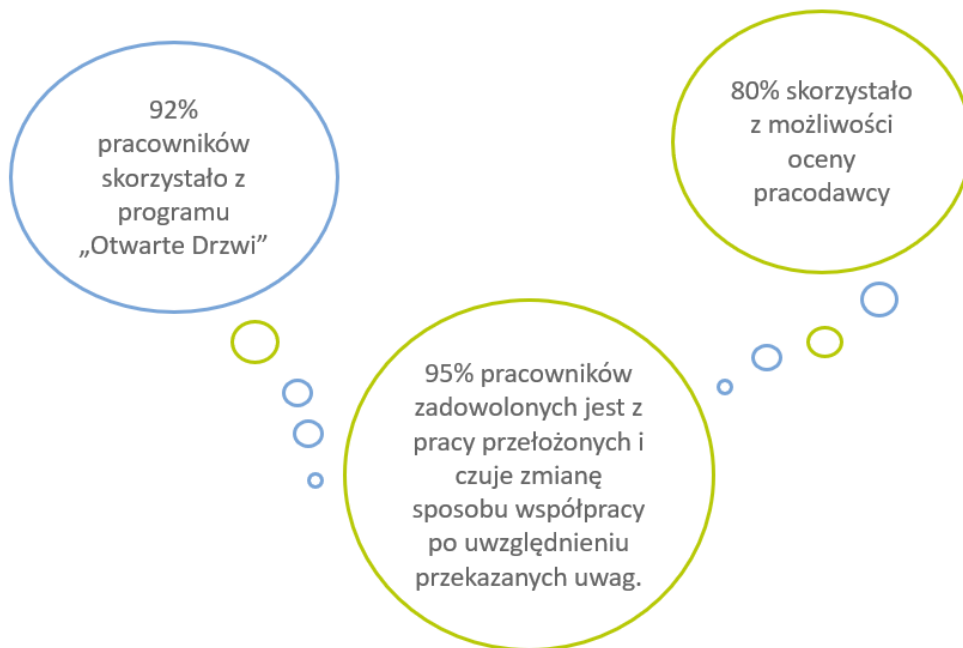
Każdy pracownik ma ustalany rozsądny harmonogram pracy dostosowany do jego umiejętności oraz zakresu obowiązków.

REALIZACJA

W 2016 roku kontynuowaliśmy program „Otwartych Drzwi”, który ma za zadanie nawiązanie dialogu na linii pracownik – Zarząd. Kultura korporacyjna firmy nastawiona jest na dialog i otwartość ze strony zarządzających. Dlatego też w ramach rozszerzyliśmy program o dodatkową formę komunikacji z pracownikami. Raz w roku, każdy pracownik ma okazję ocenić funkcjonowanie firmy oraz pracę kadry menedżerskiej i zarządu, wypełniając anonimową ankietę.

Firma zachęca swoich pracowników do ciągłego kształcenia się i podnoszenia swoich kwalifikacji. Dlatego też osoby kontynuujące naukę na uczelniach wyższych mogą liczyć na pomoc pracodawcy.

EFEKTY



2. Środowisko naturalne

Zasada 7. Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego.

Zasada 8. Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej.

Zasada 9. Stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii.

W BrandLab zawsze zachęcamy do odpowiedzialnego korzystania z energii oraz zasobów naturalnych wewnątrz firmy.

Spółka jest przede wszystkim firmą usługową, dlatego też nasz wpływ na środowisko ogranicza się do obszaru zaopatrzenia w materiały biurowe oraz codziennego korzystania z energii elektrycznej.

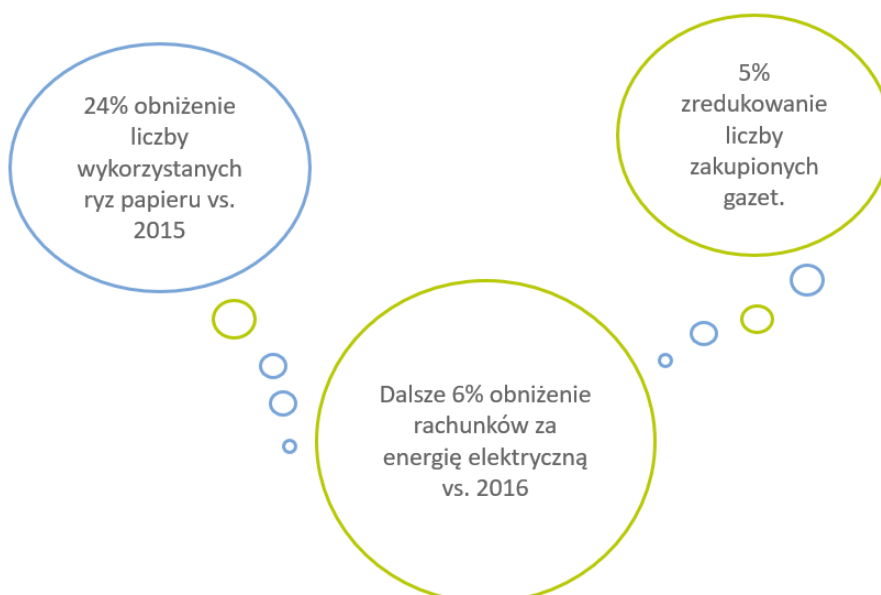
REALIZACJA

W ramach wdrożonego programu wewnętrznego dotyczącego ochrony środowiska BrandLab przeprowadził następujące działania:

- Wymiana sprzętu drukującego na nowocześniejszy, energooszczędny
- Zredukowanie wersji papierowej dokumentów zarówno dla Klientów, jak i dziennikarzy. Zachęcamy do maksymalnego zredukowania papierowych wersji i korzystania z wersji elektronicznych.
- Rezygnacja z użycia plastikowych naczyń – w firmowej kuchni nie używamy papierowych kubeczków ani talerzy.
- W firmie wprowadzono również segregację śmieci oraz recycling wykorzystanego papieru do drukowania.

- Wykup większej liczby prenumerat gazet online.

EFEKTY



3. Przeciwdziałanie korupcji

Zasada 10. Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu.

Jedną z podstawowych wartości przestrzeganych przez BrandLab jest stosowanie przejrzystych praktyk biznesowych. Firma nigdy nie zaproponowała, ani nie otrzymała żadnych łapówek lub innych niestosownych korzyści. Firma w pełni zgadza się z zapisami Kodeksów Etyki Zawodowej przygotowanymi przez Związek Firm Public Relations oraz Polskie Stowarzyszenie Public Relations. Każde zachowanie pracownika, które narusza kodeks postępowania w zakresie etyki lub też przepisy prawa jest zabronione.

REALIZACJA

W ramach wdrożonego Kodeksu Postępowania został dodany zapis o przeciwdziałaniu korupcji i wytyczne obowiązujące w związku z etyką postępowania oraz przeciwdziałaniu korupcji. Każdy z pracowników przeszedł wewnętrzne szkolenie z rozpoznawania działań korupcyjnych oraz przeciwdziałaniu korupcji wdrożonych w firmie. Każdy z pracowników ma obowiązek oraz możliwość zgłoszenia jakiegokolwiek próby korupcji w ramach programu „Otwarte drzwi”.

Pomiar efektów

Jesteśmy przekonani, że nasi pracownicy będą dokonywać dobrej oceny przy podejmowaniu decyzji etycznych we wszystkich kontaktach wewnętrznych i zewnętrznych.

W 2016 roku nie zgłoszono do Zarządu BrandLab żadnych prób korupcji pracowników lub współpracowników Spółki.