5 LAT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU BRANDLAB

Raport odpowiedzialności społecznej, środowiskowej i ekonomicznej

BrandLab

Warszawa, październik 2018 r.

Od Partnerów:

Szanowni Państwo,

minęło 5 lat od momentu naszego przystąpienia do programu UN Global Compact, a tym samym realizacji dziesięciu zasad UN GC. U podstaw naszej decyzji stało kilka czynników, z których najważniejsze to: dbałość o środowisko naturalne i społeczne, w którym funkcjonujemy, zmniejszenie ryzyka prowadzenia działalności oraz zwiększenie innowacyjności firmy. Jesteśmy dumni z faktu, że BrandLab jest jedyną polską firmą doradztwa komunikacyjnego wspierającą UN Global Compact. Wierzymy, że nasze wieloletnie zaangażowanie w działania UN Global Compact pozwoli nam na zdobycie przewagi konkurencyjnej na rosnącym rynku firm odpowiedzialnych.

W ciągu 9 lat istnienia zrealizowaliśmy średnioterminowe cele, które postawiliśmy przed sobą zakładając firmę. BrandLab jest dziś średniej wielkości firmą doradztwa komunikacyjnego, która dzięki solidnemu zapleczu, doświadczeniu i know-how z powodzeniem konkuruje z liderami branży doradztwa komunikacyjnego w Polsce. Naszą siłą są wartości, jakimi kierujemy się w codziennym działaniu: jakość, uczciwość i efektywność. Całą swoją energię skupiamy na naszych klientach, specyfice ich funkcjonowania i stojących przed nimi wyzwaniach, również w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

W BrandLab spotykają się kompetencje i doświadczenia zdobywane w pracy dla przedstawicieli różnych sektorów gospodarki. W połączeniu ze skutecznością i codziennym zaangażowaniem wszystkich konsultantów firmy wspieramy realizację celów wizerunkowych i biznesowych naszych klientów. Jednym z kluczowych zasobów organizacji są nasi pracownicy. Dzięki odpowiedzialności społecznej, pomimo wymagającego rynku, jesteśmy atrakcyjnym pracodawcą, który przyciąga i utrzymuje w organizacji talenty, minimalizując retencję.

Nasza odpowiedzialność przejawia się również w podejściu do budowania zespołów klienckich. Na czele każdego zespołu zawsze stoi doradca z ponad 10-letnim doświadczeniem w profesjonalnym doradztwie komunikacyjnym. To model doceniany przez naszych klientów, stanowiący jeden z wyróżników BrandLab. Miarą sukcesu jest bowiem dla nas niezmiennie długofalowa, wieloletnia współpraca z naszymi klientami – polskimi oraz międzynarodowymi organizacjami i markami oraz wspólne osiąganie założonych celów. Przejawem odpowiedzialności jest także nasze podejście do budowania relacji z mediami. Stawiamy na oparte o zaufanie, wartościowe partnerstwo, którego celem jest pomoc i wsparcie dziennikarzy w ich niełatwej pracy.

W 2018 roku rozbudowujemy naszą ofertę o doradztwo w zakresie implementacji CSR do strategii biznesowych firm. Chcemy wspierać firmy i organizacje w ich dążeniu do stabilnego i zrównoważonego rozwoju z uwzględnieniem odpowiedzialności społecznej i środowiskowej. Wierzymy, że w ten sposób zwiększymy także nasz pozytywny wpływ na otoczenie, zaś profesjonalne doradztwo z zakresu implementacji CSR do strategii biznesowych firm będzie stanowiło istotny filar działalności biznesowej BrandLab.

Nasze decyzje biznesowe uwzględniają zaangażowanie społeczne naszych klientów – chętnie angażujemy się w inicjatywy promujące społeczną odpowiedzialność przez firmy wspierające inicjatywę UN Global Compact, promujące realizację celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ czy podejmujące trud raportowania pozafinansowego. Współpracując z firmami społecznie odpowiedzialnymi, działającymi w branżach szczególnie wrażliwych, mających wpływa na jakość życia i zdrowie społeczeństwa, a także na środowisko naturalne – zyskujemy unikalne doświadczenia pracy z liderami zrównoważonego rozwoju, współuczestnicząc w realizowanych działaniach.

Potwierdzamy swoje nieustające poparcie dla inicjatywy UN Global Compact (UNGC). Pozostajemy zaangażowani w odpowiedzialne, zrównoważone praktyki biznesowe, które pomagają chronić zasoby naturalne i społeczne oraz pozytywnie wpływają na jakość życia społeczeństwa jako całości. Niezmiennie czujemy się zobowiązani do przestrzegania i promowania dziesięciu zasad Global Compact w odniesieniu do praw człowieka, praw pracowniczych, środowiska i przeciwdziałaniu korupcji, w długoterminowej perspektywie.

Partnerzy

Agnieszka Różycka Barbara Wasyl Hubert Archiciński

O BrandLab

BrandLab jest firmą doradztwa komunikacyjnego założoną w czerwcu 2009 roku przez Huberta Archicińskiego i Agnieszkę Różycką, wieloletnich praktyków z zakresu komunikacji marketingowej i Public Relations, którzy od 18 lat skutecznie realizują kampanie komunikacyjne dla polskich i międzynarodowych firm.

Oferujemy Klientom wysokiej jakości usługę świadczoną przez konsultantów z wieloletnim doświadczeniem w pracy przy projektach komunikacyjnych i marketingowych. Ogromnie cieszy nas to, że model oparty o doświadczenia, know-how i bliską, codzienną współpracę z liderami organizacji i kluczowymi konsultantami jest doceniany przez naszych klientów, którzy korzystają z doradztwa i wsparcia komunikacyjnego BrandLab długofalowo. Średni czas trwania kontraktów to 6 lat.

Dla klientów pełnimy rolę równorzędnego partnera biznesowego, oferując oprócz media relations, kompleksowe strategiczne doradztwo komunikacyjne. Nasze doświadczenie pozwala nam na projektowanie strategii firm i marek w zakresie komunikacji zewnętrznej, wewnętrznej czy kryzysowej. W dobie coraz szerszego wdrażania przez firmy strategii CSR, wskazujemy klientom, w jaki sposób przełożyć odpowiedzialność społeczną, środowiskową i ekonomiczną na kapitał wizerunkowy. Stale monitorujemy rozwijające się technologie i zmiany w sposobach komunikacji z grupami docelowymi, by efektywnie je adaptować i włączać do programów realizowanych dla naszych klientów.

Partnerstwo jest jedną z podstawowych wartości dla naszej firmy. Partnerstwo z klientami, ale również z dziennikarzami. W dzisiejszym dynamicznie zmieniającym się otoczeniu doskonale znamy, rozumiemy i szanujemy codzienną pracę dziennikarzy. Dlatego współpracę opieramy przede wszystkim na zrozumieniu potrzeb zarówno dziennikarzy, jak i rynku mediów oraz rzetelności, by móc stanowić dla nich realne wsparcie. Nasza współpraca i relacje z dziennikarzami są transparentne, oparte na etyce i najwyższych standardach zawodu doradcy ds. komunikacji.

Nasze DNA

Dzięki specyfice funkcjonowania (doświadczenie zespołów, jakość, efektywność), rekomendacjom, oraz działalności zgodnie ze zrównoważonym rozwojem świadczymy kompleksowe, wysokiej jakości, efektywne usługi doradztwa komunikacyjnego.

Wyróżnia nas sposób budowania zespołów klienckich, na których czele stoi zawsze doradca z ponad 10-letnim doświadczeniem w profesjonalnych usługach Public Relations. Stawiamy na długofalowe partnerstwo z klientami i dziennikarzami.
Do działania napędzają nas efekty i sukces biznesowy naszych partnerów. Wierzymy, że oferowane przez BrandLab doradztwo przyczynia się do realizacji celów wizerunkowych, biznesowych oraz społecznych naszych klientów, a partnerstwo z dziennikarzami przynosi obopólne korzyści.

Nasze doświadczenie i zaangażowanie w budowę odpowiedzialnego biznesu chcemy przekształcić w szansę biznesową dla naszej organizacji. Dzięki rozwijaniu praktyki CSR i włączeniu do oferty BrandLab doradztwa w zakresie implementacji strategii CSR pomagamy naszym klientom budować ich odpowiedzialność społeczną, środowiskową i ekonomiczną.

BrandLab jest firmą doradztwa komunikacyjnego, która skupia w sobie najlepsze cechy lokalnych firm i dużych, sieciowych podmiotów. Elastyczność, bliską współpracę z klientem i szybkość reakcji łączymy z know-how i doświadczeniami wynikającymi z pracy z największymi polskimi i międzynarodowymi firmami. Kilkanaście lat pracy dla dużych i mniejszych agencji Public Relations oraz po stronie klientów miały decydujący wpływ na obecny kształt firmy oraz model współpracy, który proponujemy. To tysiące godzin spędzonych na rozmowach z dziennikarzami, ekspertami i współpracownikami pozwoliły nam wypracować indywidualny charakter organizacji oraz najwyższy poziom obsługi projektów.

Hubert Archiciński, Partner Zarządzający BrandLab

Co oferujemy:

Jesteśmy ekspertami z zakresu komunikacji korporacyjnej, produktowej i wewnętrznej. Nasze doradztwo bardzo dobrze sprawdza się w przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowych, a social media nie mają przed nami tajemnic. Dobieramy odpowiednie przekazy i kanały komunikacji dopasowane do poziomu percepcji grup docelowych. To sprawia, że możemy oferować efektywne doradztwo komunikacyjne dopasowane do wielkości budżetów klientów, skorelowane z jego celami biznesowymi.

Od blisko 10 lat BrandLab doradza klientom z branż:

- Ochrona zdrowia / Farmacja
- Budownictwo / Nieruchomości
- Żywność / FMCG
- Moda / Lifestyle / Uroda
- IT / ICT i telekomunikacja
- Motoryzacja
- Media / ATL / BTL
- Finanse
- Turystyka i region

OBSZARY KOMPETENCJI

ZARZĄDZANIE REPUTACJĄ
- Komunikacja korporacyjna
- Komunikacja wewnętrzna
- Employer branding
- CSR
- Komunikacja z mediami
- Ekspansja rynkowa

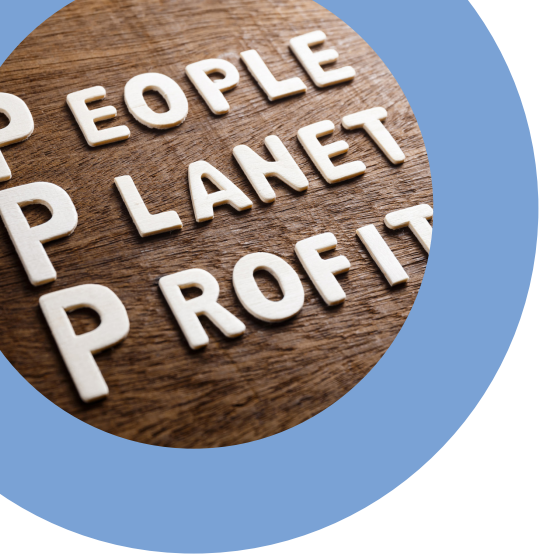
RELACJE Z MEDIAMI
- Biuro prasowe (proaktywne i reaktywne kontakty z mediami)
- Artykuły i komentarze eksperckie
- Szkolenia medialne

BRAND PR (PR PRODUKTOWY)
- Strategie komunikacji
- Launch produktu
- Eventy
- Patronaty
- Strategiczne partnerstwa
- Zaangażowanie celebrytów i influencerów

BADANIA & ANALIZY
- Optymalizacja treści komunikatów
- Kanały komunikacji
- Interesariusze
- Komunikaty marki
- Monitoring mediów
- Social Media

DIGITAL / SOCIAL MEDIA
- Zaangażowanie społeczne
- Strategia działań w Social Mediach
- Analiza i planowanie działań
- Szkolenia
- Relacje z blogerami

ZARZĄDZANIE KRYZYSOWE
- Przygotowanie na wypadek kryzysu (działania osłonowe)
- Zarządzanie kryzysowe
- Restrukturyzacja i zwolnienia (związki zawodowe)
- Odzyskiwanie reputacji



Doradztwo CSR – w stronę Zrównoważonego Rozwoju

Dla przedsiębiorstwa zrównoważony rozwój oznacza przyjęcie strategii biznesowych i działań, które spełniają potrzeby przedsiębiorstwa i jego interesariuszy dziś, a także zabezpieczą i wzmocnią zasoby ludzkie i naturalne, które będą potrzebne w przyszłości.

Od 2018 roku rozwijamy naszą praktykę CSR, której zadaniem jest pomoc organizacjom każdej wielkości zintegrować działania z obszaru CSR z modelem biznesowym.

Nasze podejście opiera się na koncepcji People, Planet, Profit (3P lub 3BL), u podstaw której leży odpowiedzialność ekonomiczna organizacji osiągana poprzez odpowiedzialność społeczną i środowiskową. Jednocześnie duży nacisk kładziemy na obszar raportowania, które z jednej strony ma wartość informacyjną dla interesariuszy, z drugiej – pozwala na podnoszenie wydajności organizacji. Dzięki wdrażanemu przez nas podejściu, w krótkiej perspektywie czasowej organizacje mają szanse osiągnąć wzrost wydajności kosztowej i poprawę efektywności operacyjnej, a w długim horyzoncie – osiągać trwały i zrównoważony zysk.

Proaktywne stanowisko w sprawie odpowiedzialności

U podstaw rozwoju CSR stoi uświadomienie sobie ryzyk związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą. Organizacje o zasięgu globalnym w pewnym momencie zdały sobie sprawę, że będą musiały zarządzić fizycznymi, społecznymi i ekonomicznymi skutkami nieuchronnych zmian (klimatycznych, społecznych, technologicznych, etc.) oraz zmierzyć się z rzeczywistością prowadzenia biznesu w warunkach ograniczonego dostępu do zasobów. Prowadzenie „business-as-usual" to w perspektywie długofalowej droga donikąd. Dlatego wiele firm i organizacji rozpoczęło proces wdrażania programów odpowiedzialności społecznej i środowiskowej, ukierunkowanych na jeden, kluczowy cel – utrzymanie odpowiedzialności ekonomicznej.

Pewność istnienia zagrożeń i szans oraz niepewność, co do ich charakteru i zakresu, sprawia, że angażowanie interesariuszy i feedback od nich uznawane są dziś przez liderów CSR za klucz do sukcesu. Mówi się, że świat został przeniesiony z kultury „zaufaj mi" do „pokaż mi", a obecnie zmierza w kierunku „zaangażuj mnie", w której organizacje powinny nawiązywać partnerską współpracę z interesariuszami. Dzięki nim można poznać różne perspektywy, wartości i oczekiwania, które mogą pomóc organizacji w lepszym zrozumieniu charakteru i zakresu przyszłych zagrożeń środowiskowych i społecznych, a przede wszystkim – jak na nich skorzystać i rozwijać swój biznes.

Doradztwo BrandLab obejmuje identyfikację ryzyk związanych z przyszłymi obiektywnymi zmianami, wsparcie w zarządzaniu nimi oraz nadanie impulsu do tworzenia innowacji w organizacji, które prowadzą do stabilnego, zrównoważonego rozwoju.

Co oferujemy:

- Audyty odpowiedzialności dostawców
- Audyty raportów odpowiedzialności
- Komunikacja i zarządzanie akcjonariuszami
- Wdrażanie strategii CSR do strategii biznesowych
- Opracowywanie polityk i strategii CSR
- Mapowanie interesariuszy
- Zarządzanie procesem opracowywania raportu CSR
- Opracowanie raportu CSR
- Weryfikacja skuteczności programów CSR
- Zarządzanie komunikacją CSR

Działania:

- Doradztwo strategiczne opieramy o analizę problemu i wyzwań, przed którymi stoi organizacja, oraz celów, jakie sobie wyznacza.

Realizacja 10 celów UN Global Compact

Politykę odpowiedzialności BrandLab oparliśmy o 10 zasad Global Compact. Dzięki temu wypełniając nasze podstawowe obowiązki względem planety i ludzi, na których oddziałujemy prowadząc działalność biznesową, realizujemy strategię zmierzającą do osiągnięcia długoterminowego sukcesu ekonomicznego.

Prawa człowieka

1. Firmy powinny: przestrzegać i wspierać ochronę międzynarodowo uznanych praw człowieka oraz

2. eliminować wszelkie przypadki łamania praw człowieka przez firmę.

BrandLab bezwzględnie zobowiązuje się do ochrony praw człowieka. Jako firmy, u której podstaw działalności jest profesjonalne doradztwo komunikacyjne i CSR, przestrzeganie praw człowieka jest naszym podstawowym zadaniem. Dlatego realizujemy działania komunikacyjne wyłącznie wówczas, gdy mamy pewność, że nie łamią ani nie wspierają łamania praw człowieka, a także promujemy i wspieramy prawa człowieka wśród naszych pracowników, i wszystkich osób, z którymi współpracujemy.

Wykonując naszą pracę, upewniamy się czy nie naruszamy praw i dóbr osobistych naszych pracowników, współpracowników, partnerów czy innego interesariusza firmy naszej i klienta. Tworzymy i utrzymujemy bezpieczne, czyste i zdrowe środowisko pracy, które zapewnia możliwość rozwoju zawodowego. Dzięki dodatkowym benefitom w postaci nieodpłatnego dla pracowników pakietu sportowego oraz ubezpieczenia medycznego dbamy o to, by nasi pracownicy mogli prowadzić zdrowy styl życia, wykonywać badania kontrolne w ramach prywatnej opieki medycznej oraz korzystać z szerokiego wachlarza zajęć sportowych – zgodnie ze swoimi preferencjami i potrzebami.

W BrandLab pracownicy są poinformowani o polityce poszanowania praw człowieka. Mają świadomość tego, że wszelkie naruszenia w tej dziedzinie są bezwzględnie eliminowane, łącznie z zakończeniem umowy o pracę.

Kontynuujemy działalność w myśl zasady „Otwartych Drzwi", która ma za zadanie nawiązanie dialogu na linii pracownik – Zarząd. Kultura organizacyjna naszej firmy nastawiona jest na wymianę poglądów i otwartość ze strony zarządzających. W codziennej pracy w myśl zasady „Otwartych Drzwi" promujemy bieżące zgłaszanie wszelkich spostrzeżeń, uwag i wniosków dotyczących przestrzegania praw człowieka w każdym wymiarze działań realizowanych przez BrandLab.

Specyficzną formą realizacji praw człowieka, wynikającą ze specyfiki naszej działalności biznesowej w obszarze ochrony zdrowia jest nasz duży merytoryczny i organizacyjny wkład w poprawę dostępu do wiarygodnych informacji nt. profilaktyki chorób, życia w chorobie i nowoczesnych terapii, realizowany poprzez pracę dla klientów z branży ochrony zdrowia, współpracę z towarzystwami naukowymi i organizacjami pacjenckimi.

Nasze zobowiązania:

- W 2018 roku w BrandLab, w oparciu o Human Rights Impact Assessment (HRIA), przy współpracy z interesariuszami, przygotujemy i wdrożymy nowe narzędzie badawcze, by jeszcze lepiej poznać swój wpływ na respektowanie Praw Człowieka oraz ustalić obszary, w których można poprawić wydajność.
- Skupimy uwagę na dalszym włączaniu się w realizację celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Standardy pracy

3. Firmy powinny: popierać wolność zrzeszania się i w praktyce uznawać prawo do zbiorowych negocjacji

4. wspierać eliminacje wszelkich form niewolnictwa i pracy przymusowej

5. przyczyniać się do faktycznego zniesienia pracy dzieci oraz

6. przeciwdziałać dyskryminacji w sferze zatrudnienia.

BrandLab dokłada wszelkich starań, by stać się najlepszym, pożądanym pracodawcą w branży doradztwa komunikacyjnego. Ludzie są dla nas bardzo ważni, to oni stanowią o sile firmy i jej sukcesie. W 2017 roku zatrudnialiśmy 15 osób, 100% pracowników BrandLab ma możliwość zatrudnienia w oparciu o umowę o pracę (95% stałych pracowników jest zatrudnionych w oparciu o tę formę zatrudnienia), w przypadkach indywidualnych umożliwiamy również współpracę w oparciu o umowę B2B).

Brandlab zapewnia równe szanse zatrudnienia wszystkim pracownikom i osobom ubiegającym się o zatrudnienie, bez względu na rasę, kolor skóry, religię, wyznanie, płeć, pochodzenie narodowe lub etniczne, wiek, stan cywilny, orientację seksualną, jakiekolwiek utrudnienia lub niepełnosprawność. Zachęcamy do różnorodności w procesie rekrutacji.

Różnorodność jest uznawana za wartość w naszej firmie, ponieważ wiemy, że to właśnie różnorodność – w tym poglądów, opinii i doświadczeń – napędza świat. Jednocześnie to właśnie różnorodność wewnątrz naszego zespołu gwarantuje realizację naszych celów biznesowych

Wszyscy pracownicy i kontrahenci BrandLab są odpowiedzialni i zachęcani do budowania przyjaznej atmosfery w pracy, wykluczającej każdą formę dyskryminacji czy nękania. Wyeliminowaliśmy wszelkie uprzedzenia w kluczowych punktach rozwoju pracownika: od zatrudnienia po awanse. Wartości, takie jak szacunek, uczciwość i praca zespołowa są nieodłączną częścią kultury naszej organizacji.

Nasze zasady są przekazywane wszystkim pracownikom już na etapie prowadzenia rekrutacji. Nie tolerujemy żadnej formy dyskryminacji ani szykanowania przez nikogo wewnątrz organizacji, ale także w odniesieniu do naszych dostawców, partnerów czy współpracowników. Żaden pracownik nie jest zwolniony z wymogów tej polityki. Aby to zapewnić, w myśl zasady „Otwartych Drzwi" ustanowiliśmy procedury ułatwiające każdemu pracownikowi firmy, niezależnie od jego stażu pracy czy pełnionej funkcji – zgłaszanie wszelkich skarg, problemów i wniosków bezpośrednio Zarządowi firmy.

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

Zawód konsultanta ds. Public Relations znajduje się w czołówce najbardziej stresujących zawodów na świecie, dlatego staramy się, by nasi pracownicy zachowywali odpowiedni balans pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym. W szczególnych przypadkach pozwalamy pracownikom na czasową pracę zdalną. Dodatkowymi benefitami dla naszych pracowników są karty sportowe, które pozwalają na dbanie o formę fizyczną, a karty medyczne o zdrowie. Dzięki temu wydajność pracy jest większa, a pracownicy rzadziej przebywają na zwolnieniach lekarskich.

Różnorodności:

- W BrandLab pracuje więcej kobiet (87% kobiety – 13% mężczyźni).
- Pod względem płci Zarząd Brandlab jest reprezentowany w 77% przez kobiety i w 33% przez mężczyzn.
- Na wysokość wynagrodzenia nie mają wpływu wiek, płeć czy wyznanie, ale indywidualne doświadczenie i umiejętności.
- Zespół składa się w 100% z osób narodowości polskiej, różnorodnych pod względem wieku, religii, stanu cywilnego i innych preferencji.

Ochrona środowiska

7. Firmy powinny: wspierać zapobiegawcze podejście do problemów środowiska naturalnego

8. podejmować inicjatywy propagujące większą odpowiedzialność środowiskową oraz

9. wspierać rozwój i upowszechnianie technologii przyjaznych środowisku

BrandLab stosuje proaktywne podejście do zarządzania relacjami i wpływem na środowisko fizyczne, społeczne i ekonomiczne, w którym działamy. Uznajemy swoje obowiązki w zakresie ochrony środowiska zgodnie z prawem krajowym. Naszym celem jest zintegrowanie trzech wymiarów zrównoważonego rozwoju – społecznego, gospodarczego i środowiskowego – we wszystkich aspektach naszej działalności z przekonaniem, że zaangażowanie na rzecz środowiska powinno być podstawą i integralną częścią operacji biznesowych.

Prowadzenie polityki odpowiedzialnego zarządzania zasobami w dużej mierze dotyczy kwestii ochrony środowiska naturalnego. Te działania przynoszą korzyści zarówno środowisku, jak i firmie dzięki zmniejszeniu kosztów operacyjnych. W BrandLab rozumiemy wpływ, jaki nasze działania wywierają na środowisko naturalne dlatego podejmujemy działania, które mają ten wpływ zminimalizować.

Firmy usługowe największy negatywny wpływ na środowisko wywierają poprzez transport i zużycie energii elektrycznej.

W roku 2017 zmniejszyliśmy swoją emisję gazów cieplarnianych wynikającą z transportu, szczególnie samochodami służbowymi i taksówkami. W większym stopniu wykorzystujemy technologie umożliwiające kontakt z klientami na odległość. Dzięki temu spadła liczba spotkań bezpośrednich. Zachęcamy także naszych pracowników do wyboru mniej emisyjnych środków transportu w drodze do i z pracy. Siedziba BrandLab znajduje się w doskonale skomunikowanym (w pobliżu metro, kolej, tramwaje, autobusy) ścisłym centrum miasta z ograniczoną, płatną ilością miejsc parkingowych. Jest to dodatkowa zachęta dla naszych pracowników, współpracowników i partnerów do wybierania komunikacji publicznej, by do nas dotrzeć.

Bezpośredni wpływ na środowisko:

- Zmniejszenie zużycia papieru o 7% vs. 2016
- Zmniejszenie rachunków za energię elektryczną o 4% vs. 2016
- Wzrost organizacji statusów oraz spotkań z klientami przy zastosowaniu nowych technologii – telekonferencje, video-konferencje o 10% vs. 2016
- Segregacja odpadów – zmniejszenie użycia papierów kuchennych o 8% vs. 2016
- Wykorzystanie materiałów biodegradowalnych lub poddających się w pełni recyklingowi przy produkcji materiałów promocyjnych dla naszych klientów – wzrost o 60% vs. 2016.
- 300 kg gazet zostało przekazanych „Ptasiemu Azylowi”

W BrandLab prowadzimy politykę „minimalnego marnotrawstwa” i recyklingu, która jest niezbędna dla efektywnego kosztowo i wydajnego działania wszystkich naszych operacji. Nasi pracownicy i wszyscy, którzy pracują dla nas, powinni promować tę politykę, zachowując staranność podczas wykonywania obowiązków, wyłączając niepotrzebne oświetlenie i ogrzewanie, minimalizując drukowanie, promując gromadzenie i recykling papieru biurowego. Od kilku lat w firmowej kuchni nie używamy plastikowych sztućców i talerzy, korzystamy z wymiennych dystrybutorów wody mineralnej, zupełnie eliminując zakup wody w plastikowych butelkach. Jako firma zajmująca się komunikacją prowadzimy prenumeratę ogólnopolskich gazet codziennych oraz magazynów. Wykorzystaną prasę gromadzimy i przekazujemy osobiście do działającego przy Warszawskim ZOO Ptasiego Azylu – placówki zajmującej się leczeniem i rehabilitacją ptaków, gdzie służą jako podkłady w klatkach. W 2017 roku do Ptasiego Azylu dostarczyliśmy ok. 300 kg gazet.

Firma ogranicza wpływ, jaki wywiera na nasze środowisko poprzez:

- Unikanie niepotrzebnego lub ekstrawaganckiego korzystania z usług, czasu, energii itp. oraz oszczędzania energii, wody, drewna, papieru i innych zasobów, zwłaszcza tych, które są ograniczone lub nieodnawialne.
- Dążenie do ograniczenia produkcji odpadów poprzez zachęcanie do ponownego użycia i recyklingu, wykorzystując odnowione i poddane recyklingowi produkty i materiały (jeżeli dostępne są takie rozwiązania alternatywne) i wykorzystując substancje biodegradowalne, w przypadku gdy zapewniają najlepszą opcję środowiskową i stosunek wartości do ceny.
- Dążymy do zidentyfikowania i zmniejszenia bezpośredniego i pośredniego wpływu środowiskowego naszych działań zgodnie z najlepszymi praktykami rynkowymi.
- Zapewnienie, w miarę możliwości, zarządzania biurem zgodnie z najlepszą praktyką środowiskową.

Nasze zobowiązania:

W celu dalszego poprawienia wskaźników środowiskowych w 2018 roku:

- Zostaną przygotowane procedury dotyczące pozyskiwania produktów i usług od dostawców, którzy przestrzegają zasad i strategii dotyczących zrównoważonego rozwoju, dostosowanych do naszych własnych.
- Będziemy zachęcać naszych dostawców do oferowania towarów i usług bardziej przyjaznych dla środowiska po konkurencyjnych cenach.

Przeciwdziałanie korupcji

10. Firmy powinny przeciwdziałać korupcji we wszystkich jej formach, w tym łapówkarstwu i wymuszeniom.

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.

W ramach wdrożonego Kodeksu Postępowania dodaliśmy zapis o przeciwdziałaniu korupcji i uwzględniliśmy wytyczne obowiązujące w związku z etyką postępowania oraz przeciwdziałania korupcji. Każdy z pracowników przeszedł wewnętrzne szkolenie z rozpoznawania działań korupcjogennych oraz przeciwdziałaniu korupcji wdrożonych w firmie. Każdy z pracowników ma obowiązek oraz możliwość zgłoszenia jakiejkolwiek próby korupcji w ramach zasady „Otwarte drzwi". W 2017 roku nie odnotowaliśmy żadnych prób korupcji pracowników lub współpracowników Spółki.

Realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju

W 2017 roku BrandLab włączył się w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Poniżej znajdują się cele, które realizujemy bezpośrednio i pośrednio poprzez inspirowanie i realizację działań dla naszych klientów.

2 ZERO GŁODU

Zadanie: Do 2030 roku utworzyć systemy zrównoważonej produkcji żywności oraz wdrożyć praktyki odpornego rolnictwa mające zwiększyć wydajność i produkcję, podtrzymywać ekosystemy, wzmocnić zdolność przystosowania się do zmian klimatycznych, ekstremalnych zjawisk pogodowych, suszy, powodzi i innych katastrof, a także mające stopniowo poprawiać jakość gleby i gruntów.

Realizujemy to zadanie współpracując od początku 2017 roku z Polskim Stowarzyszeniem Ochrony Roślin, które skupia producentów środków ochrony roślin. Nasze działania skupiają się na wspieraniu Stowarzyszenia w promowaniu Zrównoważonego Rolnictwa, informowaniu społeczeństwa o bezpieczeństwie stosowania ochrony roślin dla żywności oraz edukowaniu rolników w zakresie bezpiecznego i odpowiedzialnego stosowania środków ochrony roślin.

3 DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA

Zadanie: Do 2030 roku obniżyć o 1/3 przedwczesną umieralność z powodu chorób niezakaźnych poprzez zapobieganie i leczenie oraz promowanie zdrowia psychicznego i dobrostanu.

BrandLab od wielu lat współpracuje z podmiotami działającymi w sektorze ochrony zdrowia, w tym z innowacyjnymi firmami przemysłu farmaceutycznego, towarzystwami naukowymi oraz organizacjami pożytku publicznego zajmującymi się ochroną zdrowia. Mamy więc unikalną możliwość współtworzenia i realizacji licznych kampanii informacyjnych i edukacyjnych wspierających promowanie profilaktyki oraz postaw prozdrowotnych. Naszym wkładem jest przede wszystkim wysoce efektywne podejście do komunikacji w tym zakresie. Warto szczególnie podkreślić zaangażowanie BrandLab w działania wspierające zdrowie psychiczne Polaków realizowane we współpracy z Polskim Towarzystwem Psychiatrycznym czy działania komunikacyjne na rzecz Polsko-Szwajcarskiego Forum Dialogu, którego celem jest dyskusja o kształcie i kierunku reform w polskim systemie ochrony zdrowia oraz wypracowanie modelu relacji między interesariuszami opartego na otwartym dialogu, czerpiącego z doświadczeń szwajcarskich.

5 RÓWNOŚĆ PŁCI

Zadanie: Zakończyć dyskryminację we wszystkich formach wobec kobiet i dziewcząt na całym świecie. Zapewnić kobietom pełny i efektywny udział w procesach decyzyjnych na wszystkich szczeblach w życiu politycznym, ekonomicznym i publicznym oraz równe szanse w pełnieniu funkcji przywódczych.

BrandLab jest organizacją zatrudniającą znacznie więcej kobiet niż mężczyzn. W zarządzie firmy są 2 kobiety i 1 mężczyzna.

Zadanie: Chronić prawa pracownicze oraz promować bezpieczne środowisko pracy dla wszystkich, w tym dla pracowników, w tym pracowników - migrantów, w szczególności dla kobiet migrantek i osób mających niepewne zatrudnienie.

Dbamy o prawa pracownicze, zapewniając komfortowe i bezpieczne środowisko pracy dla wszystkich. Większość pracowników jest zatrudniona na umowę o pracę, korzystając z pełni zagwarantowanych praw wynikających z tej formy zatrudniania. Wynagrodzenie za wykonywaną pracę jest powyżej średniej rynkowej, a dodatkowe benefity (karta sportowa i medyczna) i procedury sprawiają, że firma jest atrakcyjnym miejscem pracy.

Zadanie: Zachęcać przedsiębiorstwa, w szczególności te duże i międzynarodowe, do wdrażania praktyk w zakresie zrównoważonego rozwoju i uwzględniania informacji na ten temat w swoich cyklicznych raportach. Do 2030 roku zapewnić dostęp do istotnych informacji i podnieść świadomość wszystkich ludzi na całym świecie w zakresie zrównoważonego rozwoju i stylu życia w zgodzie z naturą.

Wprowadzając do oferty doradztwo CSR BrandLab zachęca przedsiębiorstwa i organizacje do wdrażania i raportowania swojej wydajności z zakresu odpowiedzialności społecznej, środowiskowej i ekonomicznej. Zachęca także firmy już wdrażające CSR do stałego zwiększania wydajności raportowanych wskaźników, a także stałego poszukiwania nowych.

W Polsce świadomość czym jest społeczna i środowiskowa odpowiedzialność biznesu jest na niskim poziomie. BrandLab zamierza inicjować wydarzenia edukacyjne (samodzielnie lub zachęcać do takich swoich klientów), które będą podnosiły świadomość społeczną na ten temat.

Dołącz do nas:

@BrandLab_PR
#BrandLabTeam

BrandLab

BrandLab Sp. zo.o., ul. Wilcza 29A lok. 7, 00-544 Warszawa
www.brandlab.pl