

## Regulamin konkursu Ranking Odpowiedzialnych Firm 2015

### § 1 Organizacja Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2015

#### Art. 1

Ranking Odpowiedzialnych Firm 2015 (dalej nazywany Rankiem) przygotowują: prof. Bolesław Rok, Centrum Etyki Biznesu i Innowacji Społecznych Akademii Leona Koźmińskiego; Responsible Enterprise Poland oraz Jarosław Horodecki, dziennikarz.

#### Art. 2

Partnerem Rankingu jest Stowarzyszenie Forum Odpowiedzialnego Biznesu, ul. Szpitalna 5/5, Warszawa - organizacja pożytku publicznego, której misją jest upowszechnianie idei odpowiedzialnego biznesu jako standardu obowiązującego w Polsce w celu zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zadowolenia społecznego i poprawy stanu środowiska.

#### Art. 3

Partnerem medialnym i wydawcą Rankingu jest Dziennik Gazeta Prawna, Grupa kapitałowa INFOR PL S.A., ul. Okopowa 58/72, Warszawa.

#### Art. 4

Weryfikatorem Rankingu jest PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o., Al. Armii Ludowej 14, Warszawa, (dalej PwC).

#### Art. 5

Ranking Odpowiedzialnych Firm to uznane zestawienie największych spółek w Polsce, ocenianych pod kątem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR). Kolejne edycje Rankingu są kontynuacją jego pierwszej wersji publikowanej w Manager Magazin w latach 2007 i 2008 pod nazwą „Good Company Ranking”, w roku 2009 w Gazecie Prawnej, i od roku 2010 w Dziennik Gazeta Prawna. Wszystkie edycje były przygotowywane przez zespół: Bolesław Rok i Jarosław Horodecki.

### § 2 Warunki uczestnictwa w Rankingu

#### Art. 1

Uczestnictwo w Rankingu jest bezpłatne i dobrowolne. Wypełnianie ankiety odbywa się zgodnie z zasadami należytej staranności i etyki zawodowej. Na każde pytanie należy udzielić **jednej** odpowiedzi w odpowiednim miejscu.

## Art. 2

Ankieta jest rozsyłana z inicjatywy podmiotów odpowiedzialnych za organizację Rankingu do przedsiębiorstw ujętych w ostatnim rankingu *Rzeczpospolitej „Lista 500”* oraz do innych, wybranych spółek działających w Polsce.

## Art. 3

Uczestnictwo w Rankingu jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na przekazanie drogą elektroniczną Organizatorom i PwC informacji o spółce dotyczących systemu społecznej odpowiedzialności oraz dokumentów potrzebnych do weryfikacji wybranych odpowiedzi zawartych w ankiecie na przetwarzanie danych dla celów postępowania konkursowego i publikacji wyników zbiorczych. Uczestnik przystępując do Konkursu wyraża zgodę na umożliwienie przedstawicielom Organizatora oraz PwC kontaktu z odpowiednimi przedstawicielami Uczestnika. Indywidualne wyniki spółki nie będą ujawniane, zaś do analiz benchmarkingowych prowadzonych przez twórców Rankingu mogą być wykorzystywane wyłącznie wyniki zbiorcze (patrz też § 3 Art. 4).

## Art. 4

Ranking jest przeprowadzany raz w roku, w pierwszym kwartale.

## Art. 5

Zwrócenie organizatorom wypełnionej ankiety jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na przeprowadzenie weryfikacji przedstawionych danych przez PwC.

## § 3 Metodologia Rankingu

### Art. 1

Ranking jest sporządzany na podstawie ankiety zawierającej pytania zamknięte. W tegorocznej ankiecie zawartych jest 60 pytań zamkniętych, jednokrotnego wyboru, z następujących pięciu obszarów CSR: odpowiedzialne przywództwo, zaangażowanie społeczne, komunikacja z interesariuszami, innowacyjność społeczna oraz odpowiedzialne zarządzanie.

### Art. 2

Ankieta jest modyfikowana corocznie, z uwzględnieniem zmian zachodzących na rynku, zwiększania się ilości firm z poszczególnych branż zaangażowanych w proces wdrażania rozwiązań z zakresu CSR, a także uwag i sugestii wyrażanych przez uczestników wcześniejszych edycji Rankingu oraz partnerów. Ankieta nie jest przeznaczona do użytku publicznego i nie powinna być rozpowszechniana.

### Art. 3

Poszczególnym odpowiedziom jest przypisana odpowiednia liczba punktów, w zależności od wagi pytania. Autorzy Rankingu i ankiety nie ujawniają ilości punktów, które można zdobyć udzielając odpowiedzi na dane pytanie. Punkty są przyznawane wyłącznie za jednoznacznie udzielone odpowiedzi. W każdej z kategorii: odpowiedzialne przywództwo, zaangażowanie społeczne,

komunikacja z interesariuszami, innowacyjność społeczna można zdobyć maksymalnie 100 punktów, a w obszarze: odpowiedzialne zarządzanie można zdobyć maksymalnie 200 punktów. Łącznie w Rankingu można uzyskać maksymalnie 600 punktów. Regulamin Rankingu stanowi załącznik do ankiety z pytaniami.

#### Art. 4

Ranking jest publikowany w ujęciu zbiorczym i w ujęciu branżowym (nie mniej niż 6 branż), przedstawiając łączną punktację każdej firmy w poszczególnych obszarach CSR oraz sumę uzyskanych punktów. Publikowana jest też pozycja danej firmy w poprzednich edycjach.

#### Art. 5

Rankingowi towarzyszy zestawienie „Lista Firm Społecznie Odpowiedzialnych 2015”. „Lista” jest skierowana do firm mniej zaawansowanych we wdrażaniu poszczególnych instrumentów CSR, które **nie brały wcześniej udziału** w Rankingu, w żadnej ze wcześniejszych edycji, bądź biorąc udział nie uzyskały nigdy więcej niż 50% maksymalnej punktacji. „Lista” obejmuje te firmy, które wypełniły wyłącznie uproszczoną i skróconą wersję ankiety – ankieta ta składa się z 8 pytań ogólnych oraz 7 pytań szczegółowych w jednej z trzech, dowolnie przez firmę wybranej, grupy pytań. W ramach „Listy” można uzyskać maksymalnie 100 punktów. Lista publikowana jest wyłącznie w ujęciu zbiorczym. Wszystkie pozostałe warunki są identyczne jak dla uczestników Rankingu.

#### Art. 6

Wypełniający ankietę udzielają odpowiedzi za rok 2014 – odzwierciedlającej stan na koniec roku kalendarzowego 2014 lub dotyczącej działania podjętego w trakcie roku 2014 (o ile nie zaznaczono inaczej), w ramach działalności spółki w Polsce. Nie udzielenie odpowiedzi na pytanie jest równoznaczne z otrzymaniem 0 punktów. **Warunkiem koniecznym przyznania punktów jest udzielenie krótkiej i rzeczowej odpowiedzi na pytanie dodatkowe (pisane kursywą), o ile zostało ono umieszczone w danym miejscu ankiety.**

#### Art. 7

W przypadku grup kapitałowych bądź spółek działających pod wspólną marką, wypełniający ankietę podejmuje samodzielnie decyzję, czy przedstawiane dane dotyczą tylko spółki matki, czy też wybranej grupy spółek na polskim rynku. O podjętej decyzji, wraz z uzasadnieniem, należy poinformować organizatorów Rankingu jak najszybciej. Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do niewyrażenia zgody na udział w Rankingu w takiej konfiguracji.

#### Art. 8

Zwycięzcami Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2015 – dziewiątej edycji - zostają firmy, które zdobędą największą, łączną ilość punktów. Organizatorzy Rankingu przewidują następujące nagrody:

- Lider Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2015: trzy nagrody za miejsca 1, 2, 3 w ujęciu całościowym;
- Lider Branżowy Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2015: nagroda za miejsce 1 w każdej z branż.

Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do przyznania dodatkowych nagród, jeżeli taka decyzja będzie uzasadniona.

#### **Art. 9**

Uczestnicy dziewiątej edycji Rankingu, którzy uzyskają łącznie ponad 70% maksymalnej punktacji otrzymają wyróżnienie, uprawniające do posługiwania się logo Rankingu z treścią: „Spółka wyróżniona w Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2015”.

#### **Art. 10**

Zwycięzcami zestawienia „Lista Firm Społecznie Odpowiedzialnych 2015” zostają firmy, które zdobędą największą łączną ilość punktów w ramach ankiety skróconej. Organizatorzy Rankingu przewidują trzy nagrody za miejsca 1, 2, 3 w ramach „Listy”. Organizatorzy zastrzegają sobie prawo do przyznania dodatkowych nagród, jeżeli taka decyzja będzie uzasadniona.

#### **Art. 11**

Jeżeli w obu klasyfikacjach będą przypadki, że firmy uzyskają te same ilości punktów dla miejsc nagradzanych, organizatorzy Rankingu przewidują nagrody ex aequo.

#### **Art. 12**

Wyniki Rankingu wraz z ich analizą, opiniami ekspertów i opisem metodologii opublikowane zostaną w Dzienniku Gazecie Prawnej oraz ogłoszone podczas specjalnego spotkania. Data publikacji zostanie podana do wiadomości publicznej po zakończeniu procesu weryfikacji.

#### **Art. 13**

Wyniki Rankingów z poszczególnych lat, ze względu na zmiany jego kryteriów i pytań zawartych w ankiecie, są porównywalne tylko częściowo w ujęciach: rok do roku oraz pomiędzy latami. Ranking umożliwia porównanie w danym roku wyników w poszczególnych obszarach CSR pomiędzy firmami, a także jest cennym instrumentem edukacyjnym dla menedżerów ds. CSR, ułatwiającym porządkowanie i rozwój strategii odpowiedzialności biznesu.

### **§ 4 Zasady weryfikacji Rankingu**

#### **Art. 1**

Weryfikacja Rankingu jest przeprowadzana zgodnie z zasadami zapewnienia umiarkowanej pewności, ustanowionymi przez Międzynarodową Federację Księgowych w wydanym przez nią Międzynarodowym Standardem Usług Atestacyjnych 3000 – Usługi Atestacyjne inne niż badania lub przeglądy historycznych informacji finansowych (ISAE 3000).

#### **Art. 2**

W ramach weryfikacji PwC dokonuje analizy porównawczej odpowiedzi, analizy trendów i odchyłeń od wartości oczekiwanych oraz sprawdzenia pod kątem poprawności arytmetycznej, w tym spójności stosowania zasad oceny dla poszczególnych ankiet. Elementem weryfikacji jest dokonanie

sprawdzenia poprawności udzielenia informacji przez firmy poprzez wywiady z przedstawicielami przedsiębiorstw oraz analizę dokumentów będących podstawą udzielenia odpowiedzi.

### **Art. 3**

Ostateczne zestawienie powstaje po przeprowadzeniu weryfikacji oraz skorygowaniu weryfikowanych ankiet w przypadku stwierdzenia takiej konieczności.

### **Art. 4**

Procedury weryfikacji obejmują:

- dokonanie przez PwC niestatystycznego wyboru próby ankiet do weryfikacji,
- dla próby ankiet wybranych do weryfikacji – ocenę prawidłowości odpowiedzi udzielonych w ankietach poprzez analizę dokumentacji bieżącej, historycznej oraz w wybranych przypadkach wywiady z przedstawicielami spółek,
- poddanie odpowiedzi zawartych w ankietach procedurom analitycznym,
- przegląd, czy Ranking został przygotowany w oparciu o Regulamin.

### **Art. 5**

Za prawidłowość procesu weryfikacji uzyskanych odpowiedzi, ustalania ostatecznych wyników Rankingu w oparciu o zasady określone w niniejszym Regulaminie i przyznawanie nagród oraz wyróżnień odpowiedzialny jest Bolesław Rok, reprezentujący podmiot Responsible Enterprise Poland.