

## Pozytywnie o komunikacji w ramach kodeksu etyki LWB S.A.

**Zarząd Lubelskiego Węgla „Bogdanka” S.A. znacząco wcześniej dostrzegł konieczność przestrzegania w spółce wartości i zasad etycznych i wprowadził kodeks etyki, upatrując w nim poprawę relacji na styku pracownik – przełożony, pracownik – pracownik oraz w kontaktach z kontrahentami, oraz zwiększenie świadomości i wrażliwości załogi na wszelkiego rodzaju nieprawidłowości, nadużycia, czy też niestosowne zachowania we wzajemnych kontaktach.**

W obowiązującym w spółce kodeksie etyki zawarto takie wartości, jak przestrzeganie prawa, uczciwość, godność, wystrzeganie się dyskryminacji, tolerancyjność, profesjonalizm, poufność, bezkonfliktowość, apolityczność, lojalność wobec spółki oraz ochronę informacji poufnych i interesów spółki, dobro spółki, unikanie konfliktu interesów, zakaz korupcji, łapownictwa, itp. Wszyscy pracownicy spółki otrzymali (nowoprzyjęci na bieżąco otrzymują) kodeks etyki w formie papierowej, jest on również zamieszczony na stronie internetowej spółki, a także prezentowany okresowo na monitorach w poszczególnych cechowniach zakładu górniczego.

Natomiast Rzecznik ds. Etyki monitoruje praktyczne stosowanie postanowień kodeksu etyki, propaguje wartości etyczne i dba o ich przestrzeganie. Ponadto prowadzi działania zapobiegające naruszeniu zasad kodeksu etyki, a także rozwiązuje powstałe konflikty. W związku z tym prowadzi działania informacyjne (prasa, tablice, plansze, plakaty, multimedia, strona internetowa, itp.), zwiększające odpowiedzialność, wrażliwość zrozumienie i świadomość pracowników w dziedzinie etyki. Pracownicy spółki mogą zgłaszać – poprzez skrzynki kontaktowe, osobiście, telefonicznie, listownie i mailowo - do Rzecznika ds. Etyki zauważone przypadki naruszeń zasad i wartości obowiązującego kodeksu etyki, a także przekazywać wnioski i sugestie dla permanentnej poprawy atmosfery pracy i współzycia w spółce.



**Kodeks etyki LWB S.A. został bardzo pozytywnie dostrzeżony i oceniony przez Fundację CentrumCSR.PL z Warszawy.**

Zajmuje się ona upowszechnianiem wiedzy, prowokowaniem debaty publicznej oraz lobbieniem w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Specjalizuje się w realizacji działań monitoringowych, badań, organizacji szkoleń i seminariów. Ponadto opracowuje różnego rodzaju publikacje, ekspertyzy, raporty, itp. **Za 2015r. przygotowała i opublikowała (trwało to do marca 2016r.) w j. polskim i angielskim Raport „Społeczna odpowiedzialność biznesu w polskich realiach. Teoria a praktyka”**, będący efektem trwającego półtora roku obywatelskiego monitoringu 227, spośród najważniejszych przedsiębiorstw działających w Polsce. Przeanalizowano 16 branż pod kątem 12 wskaźników kluczowych dla odpowiedzialności biznesu – od praw człowieka przez raportowanie społeczne do walki z korupcją. Inicjatywa ta została wsparta merytorycznie przez międzynarodową firmę doradczą DNV GL Business Assurance Poland Sp. z o.o. oraz IEH – Ethical Trading Initiative – norweską organizację non-pro-Fit.

W rozdziale „Analiza wskaźników-na ile monitorowane firmy uwzględniają kluczowe obszary społecznej odpowiedzialności”, wśród ocenianych działań odnośnie funkcjonowania kodeksu etyki wskazano, że „bardzo niewiele firm podaje kontakt do pracowników zajmujących się etyką, do których można zgłosić nieprawidłowości”. **Odnotowano, że „jednym z nielicznych przykładów jest kopalnia Bogdanka, na której stronie można odnaleźć imię i nazwisko oraz adres mailowy rzecznika. W celu ułatwienia komunikacji z Rzecznikiem ds. Etyki uruchomiony zostaje podany kanał komunikacji bezpośredniej poprzez stronę internetową spółki oraz dodatkowo skrzynki do korespondencji zlokalizowane na cechowniach Pól Bogdanka, Nadrybie i Stefanów. Komunikacja ma służyć przekazywaniu informacji w zakresie pojawiających się naruszeń kodeksu, zaistnienia zjawisk istotnych z punktu widzenia etyki, a nieujętych w kodeksie oraz sugestii, co do usprawnienia procedur obowiązujących w spółce. Sugestie i zgłoszenia przekazywane Rzecznikowi ds. Etyki mają charakter poufny”**.

Prezes Fundacji CentrumCSR.PL, Grzegorz Piskalski w swoich komentarzach stwierdza, że prawdziwa społeczna odpowiedzialność biznesu musi się opierać na kilku filarach: dialogu z interesariuszami, prawach człowieka, publikowaniu weryfikowalnych danych i prowadzeniu działań związanych z realną sferą działań i oddziaływań firm.

**Bronisław Jaworski, Rzecznik ds. Etyki**