

HumanBE – Dwie Godziny  
dla rodziny/ dla Człowieka

Globalny Ruch Społeczny  
Instytutu Humanites na rzecz  
bliskości

oraz zmiany kultury pracy  
i stylu życia ludzi w dobie  
technologicznej transformacji

XIV edycja, rok 2025



Human**BE**  
*dwie godziny* DLA RODZINY DLA CZŁOWIEKA

**RAZEM PRZECIW SAMOTNOŚCI.  
GLOBALNY RUCH SPOŁECZNY  
NA RZECZ **BLISKOŚCI**  
I ZMIANY KULTURY  
PRACY I **ŻYCIA****

[2godzinydlarodziny.pl](http://2godzinydlarodziny.pl)

[2h4family.com](http://2h4family.com)

**ORGANIZATOR AKCJI**

 **humanites**  
CZŁOWIEK I TECHNOLOGIA

[humanites.pl](http://humanites.pl)

# Dlaczego wzięliśmy udział w kampanii HumanBE - Dwie Godziny dla Rodziny/ dla CZŁOWIEKA



## 1. Co zainspirowało Państwa do udziału w kampanii?

Naszą inspiracją uczestniczenia w tej akcji była idea promowania równowagi między życiem zawodowym a prywatnym, myśl, że za każdą osobą stoją pasje, marzenia i relacje, które nadają życiu głębię i sens. Chcieliśmy pokazać, że firma to nie tylko miejsce pracy, ale także przestrzeń do rozwoju osobistego i budowania więzi z bliskimi. podkreślenie znaczenia relacji rodzinnych i osobistych dla dobrostanu pracowników. Uważamy, że wspieranie pasji i więzi rodzinnych przyczynia się do zwiększenia satysfakcji z pracy, poprawy zdrowia psychicznego oraz budowania silniejszej społeczności w miejscu pracy. To dla nas okazja, by podkreślić, że dbanie o relacje to inwestycja w szczęście i zdrowie naszych pracowników.

## 2. Skąd dowiedzieliście się o inicjatywie?

W akcji uczestniczymy od kilku lat. Zainteresowała nas ta globalna akcja, bo od razu poczuliśmy jej pozytywny przekaz – wspieranie więzi rodzinnych i pasji to coś, co rezonuje z naszymi wartościami. To był impuls do działania!

## 3. Jak przebiegał proces decyzyjny?

Decyzja zapadła błyskawicznie! Zespół HR zaangażował się w ten proces z całą mocą energii i entuzjazmu. Przedstawił ideę uczestnictwa Zarządowi. Decyzja pozytywna została podjęta po zapoznaniu się z celami i wartościami kampanii, pokazaniu możliwości organizacyjnych i potencjalnych działań wspierających udział pracowników. Celem było, aby każdy poczuł się częścią tej wyjątkowej inicjatywy i mógł podzielić się tym, co go napędza. W efekcie powstał plan działań, który pozwolił na niezapomniane zajęcia i chwile.

# Dwie Godziny dla Rodziny - efekty kampanii w naszej organizacji 1/2

## 1. Jak kampania została odebrana przez pracowników?

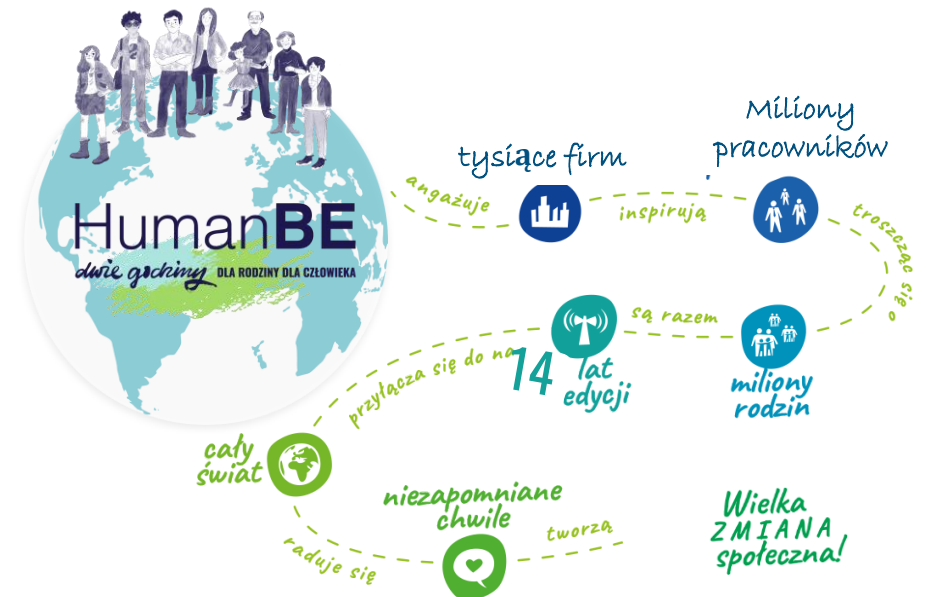
Kampania #HumanBE – Dwie Godziny dla Rodziny i Człowieka – spotkała się z niezwykle pozytywnym odzewem ze strony naszych pracowników. Wiele osób podkreślało, że to inicjatywa, która pozwala nie zapomnieć o relacjach, tradycji i wspólnym czasie. Uczestnicy chętnie dzielili się swoimi pomysłami na kulinarne smaki z dzieciństwa czy rodzinne historie, co stworzyło atmosferę ciepła i wzajemnego zrozumienia.

## 2. Jaka była atmosfera towarzysząca tegorocznej kampanii?

Atmosfera była pełna energii, kreatywności i wzajemnego wsparcia. Wszyscy czuliśmy, że to nie tylko akcja społeczna, ale prawdziwa podróż w głąb własnych korzeni i emocji. Atmosfera sprzyjała otwartości, kreatywności i wzmocnieniu więzi – zarówno tych zawodowych, jak i prywatnych. Pracownicy nie tylko chętnie brali udział w konkursie, ale także inspirowali siebie nawzajem do dzielenia się swoimi pasjami i tradycjami. Czuć było ogromną motywację do działania i prawdziwe zaangażowanie.

## 3. W jaki sposób kampania wpływa na kulturę organizacyjną / kapitał społeczny w Waszej organizacji?

Zaangażowanie pracowników w tę inicjatywę znacząco wzmocnia naszą kulturę organizacyjną opartą na wartościach współpracy, empatii i wzajemnego szacunku. To zaangażowanie sprzyja tworzeniu środowiska pracy opartego na zaufaniu i otwartości, co przekłada się na lepszą komunikację, większą lojalność oraz poczucie wspólnoty. Kampania umożliwia pracownikom lepsze poznanie siebie nawzajem poza formalnymi relacjami służbowymi, co sprzyja tworzeniu autentycznych więzi i zwiększa zaangażowanie.



# Przebieg XIV edycji kampanii HumanBE - Dwie Godziny dla Rodziny/CZŁOWIEKA 1/2

## Działania podjęte w ramach Akcji #HumanBE

W ramach tegorocznej kampanii #HumanBE zorganizowaliśmy aktywności, które miały na celu promowanie budowania relacji i wspólnego spędzania czasu z najbliższymi. Wśród nich znalazły się:

- **Konkurs kulinarny „Smaki przez pokolenia”** – zachęcaliśmy pracowników do dzielenia się swoimi ulubionymi przepisami, tradycjami kulinarnymi i wspomnieniami związanymi z rodziną. Uczestnicy mogli przysłać zdjęcia, opisy potraw oraz historie, które za każdym razem wywoływały uśmiech i wzbudzały dumę z własnych korzeni.
- **Gadżety** – pracownicy otrzymali fartuchy, torby i akcesoria kuchenna, które miały wspomóc ich w realizacji zadania konkursowego.
- **Rozmowy i wymiana doświadczeń** – zachęcaliśmy do dzielenia się historiami rodzinnymi, co sprzyjało budowaniu więzi.
- **Firmowa książka kucharska** – na bazie nadesłanych przez pracowników przepisów powstaje firmowa książka kucharska.
- **Czas wolny** - symboliczne dwie godziny wolnego czasu, na spędzenie z najbliższymi – rodziną, przyjaciółmi czy znajomymi. Można je było wykorzystać w wybranym dniu w jednym z tygodni maja.

The banner features a central illustration of a diverse group of people of various ages and ethnicities standing on a globe. The text is arranged around this central image.

**HumanBE**  
*dwie godziny* DLA RODZINY DLA CZŁOWIEKA

#2h4family #HumanBE  
2godzinydlarodziny.pl  
2h4family.com

15 MAJA – MOTTO XIV EDYCJI:  
**SMAKI PRZEZ POKOLENIA**  
2025

**DOŁĄCZ DO NAS**

**RAZEM PRZECIW SAMOTNOŚCI.**  
GLOBALNY RUCH SPOŁECZNY  
NA RZECZ BLISKOŚCI  
I ZMIANY KULTURY PRACY I ŻYCIA

# Komunikacja z pracownikami

# HumanBE

dwie godziny DLA RODZINY DLA CZŁOWIEKA

**Joanna Farian**

Od: Joanna Farian - [farian@ronson.pl]  
 Wykano: piątek, 25 kwietnia 2025 09:22  
 Do: Ronson All  
 Temat: Międzynarodowy Dzień Rodziny / International Family Day - 2025Droży  
 Załączniki: DECLARATION OF CONSENT TO THE USE OF THE RECIPES AND PHOTOS AND THE TRANSFER OF COPYRIGHTS.pdf; metryczka do procesu kulinarnej; recipe\_note.docx; regulamin konkursu; competition\_regulations\_HumanBE2025.pdf; zgoda na wycozywanie materiałów.pdf

Flaga montująca: Flaga montująca  
 Stan flagi: Oflagowane

Droży / Dear All,

**15 maja obchodzimy Międzynarodowy Dzień Rodziny.**

Z przyjemnością przekazuję informację, że w tym roku RONSON ponownie bierze udział w akcji

**#HumanBE - Dwie Godziny dla Rodziny i dla Człowieka**

Jest to akcja społeczna na rzecz przeciwdziałania kryzysowi więzi i samotności, które zmienia się na przestrzeni lat w globalny ruch na rzecz zmiany kultury pracy i stylu życia. Nasza firma, dla której relacje międzyludzkie są kluczową wartością tej doświadczenia i jakości życia – zarówno prywatnego, jak i zawodowego odgrywa rolę jakości naszych relacji.

Pamiętamy o tej podstawowej prawdzie i wadze dobrych relacji w dobie życia w biegu i technologicznej rewolucji, o tym, że życie prywatne i zawodowe się przeplatają. Akcja #HumanBE - Dwie Godziny dla Rodziny i dla Człowieka zbliża ludzi w domu i w pracy. Pozwala odkrywać na nowo osoby, które są najczęściej bliżej nas w rodzinach, w środowisku pracy: blisko – blisko czy w jednym oknie meeting roomu na ekranie monitora. Nie mieszamy już często wielokrotnie, gubimy wiele

niezwykłych rodzinnych historii, które nie zostały opowiedziane!

Tępotrocie udało się przetrwać zachęcające do wspólnych doświadczeń, dobrego czasu razem i smaki przez pokolenia!

Wasze zaangażowanie to krok w stronę budowania bliższych relacji – zarówno w miejscu pracy, jak i w życiu prywatnym.

Jako smaki z dzieciństwa, rodzinne tradycje kulinarne czy wspólne gotowanie mają stać się inspiracją dla Was i naszej firmy? Przygotowaliśmy dla Was przepisy, które pozwolą na spędzenie miłego czasu z najbliższymi, a jednocześnie wsparcie Was w realizacji zadania, które dla Was mamy!

**W tym roku mamy dla Was konkurs!** Udział w akcji to doskonała okazja, aby wyrazić się kreatywnie, umocnić relacje i spędzić aktywnie czas z najbliższymi. W załączeniu przesyłamy szczegółowe zasady konkursu, które zawierają wszystkie niezbędne informacje dotyczące przebiegu, trybunów oraz terminów. Zapoznajcie się z regulaminem i zapiszcie! My liczymy na Waszą pomysłowość i zaangażowanie!

**Najważniejsza informacja o konkursie:**

1. Jest obowiązkowy dla pracowników i asocjates.
2. Wygrają najlepsze odpowiedzi do konkursu.
3. Konkurs trwa od 1 do 31 maja.
4. Zapiszcie swoje wnioski na adres [adres@ronson.pl] wraz z wypełnionym „Oświadczeniem”. W temacie maila wpiszcie: „Smaki przez pokolenia”.

longer live in multi-generational communities, we lose many extraordinary family stories that have not been told!

This year's motto encouraging shared experiences and good times together is: **"Tastes through Generations"**.

Your involvement is a step towards building closer relationships – both in the workplace and in private life.

What childhood favors, family traditions or cooking together can become an inspiration for you and our company? We have prepared a surprise for you that will allow you to spend a nice time with your loved ones, and at the same time support you in carrying out the tasks that we have for you.

What childhood favors, family traditions or cooking together can become an inspiration for you and our company? We have prepared a surprise for you that will allow you to spend a nice time with your loved ones, and at the same time support you in carrying out the tasks that we have for you.

**This year we have a competition for you!** Taking part in the campaign is a great opportunity to show your creativity, skills and spend time actively with your loved ones. Attached we send the detailed rules of the competition, which contain all the necessary information about the course, criteria and deadlines. Read the rules and take action! We are counting on your creativity and commitment!

**The most important information about the competition:**

1. It is mandatory for employees and associates.
2. You will receive the necessary guidelines to complete the competition task.
3. The competition lasts from May 1 to May 31 of this year.
4. Please send your entries to [address@ronson.pl] along with the completed "Declaration". In the subject of the email, enter "Smaki przez pokolenia".

"Tastes through Generations" - Use the attached NOTE.

Nasza firma chce podzielić Wasz talent i doświadczenie. Symbolizuje dwie godziny Waszego czasu. We encourage you to spend this time with your loved ones – family, friends, or acquaintances. We want you to build good relationships not only at work, but also in your everyday life. A happy employee is a better employee – and we know that very well!

Miejsce w wykopacie w tygodniu, tj. od 12 do 18 maja. W uproszczonym opisie i umieszczeniu - proszę kliknąć w link i podzielić się z najbliższymi i rodziną. Prosimy również o przekazanie tej informacji do Was.

Mamy nadzieję, że udział w #HumanBE #2Hfamily #HumanBE wzbogaci Was i Waszą firmę. Pamiętajcie – jesteście dla nas nie tylko pracownikami, ale przede wszystkim ludźmi: rodzicami, dziadkami, dziećmi, członkami różnych społeczności. Wiemy o tym, dostrzegamy to i uwzględniamy.

**Państwa, w warst! Zachęcamy Was do udziału w konkursie i wyrażenia się swoimi doświadczeniami w mediach społecznościowych. Nie zapomnijcie o hashtagach #HumanBE #2Hfamily #HumanBE #2Hfamily #HumanBE, byście mogli być częścią zmiany zachodzącej w Polsce. Media dołączają do Was, zbierając ludzi, dzięki im rodzice i dzieci rozmawiają, wspólnie spędzają czas, zwyciężają. Byćcie!**

**Pamiętajcie kilka inspiracji na rozmowy i wspólne chwile:**

- Jaki smak pamiętacie z dzieciństwa? A jaki wspomnienie mać? Wasze wspomnienia
- What flavors do you remember from your childhood? And what

"Tastes through Generations" - Use the attached NOTE.

Our company wants to give you something precious – a symbolic two hours of free time. We encourage you to spend this time with your loved ones – family, friends, or acquaintances. We want you to build good relationships not only at work, but also in your everyday life. A happy employee is a better employee – and we know that very well!

You can use them during the week, i.e. from May 12 to 18. On a simplified description and placement - please click on the link and share with your family and friends. We also ask you to pass this information on to us.

We hope that taking part in #HumanBE #2Hfamily #HumanBE will bring you and your loved ones much joy. Remember – you are not only employees to us, but above all people: parents, grandparents, children, members of your various communities. We know this, we notice it and take it into account.

**Let's show that it's worth it!** We encourage you to share your experiences on social media. Don't forget the hashtags #HumanBE #2Hfamily #HumanBE #2Hfamily #HumanBE, so that the idea of global change initiated in Poland can reach even further, bringing people closer, giving them the joy of good conversation, time together, simply being.

**Below are some inspirations for conversations and shared moments:**

- What flavors do you remember from your childhood? And what

rodzice, dziadkowie, wnuczki, koleżanki?

- Jaka jest Wasza ulubiona potrawa? A Waszych dziadków, rodziców, rodzeństwa?
- W jakich okolicznościach najczęściej jesteście pośliki z innymi? Co w nich cenicie?
- Lubicie gotować? A może gotować dla kogoś? Co najczęściej przygotowujecie?
- Gdybyśmy mieli stworzyć "rodzinną menu marzeń", co by w nim znalazło się?
- Czy mamy tradycyjne przepisy, które chcemy przekazać kolejnym pokoleniom?

**Chwile pełne smaczków**

- Jaki był najprzyjemniejszy start lub sukces, który komuś przobliło albo stąd został? Was?
- Najdziwniejsze rzecz, jaką widziałeś? A Wasz dziadkowie?
- Jaki jest najbardziej zabawny wspomnienie z dzieciństwa Waszej rodziny?
- Czy mieliście kiedyś kulinarne spotkanie? Opowiedzcie o nim!
- Co niezawodnie wywołuje uśmiech na Waszej twarzy?
- Co w Waszym życiu jest Wasz ulubiony?
- Co w Waszym życiu jest Wasz ulubiony?

**Unaszkodliwe wyobrażenia!**

- Jaki potrawy będą jeść ludzie za 10 lat?
- Jaki smaki są dla Was? Słodki, słony, kwaśny, gorzki, umami?
- Lubiście na bezdrożach wsi i miast? I dlaczego? Jaką tylko trzy potrawy – jakie wybrać?
- Gdyby miał ktoś smak, to jaki byłby?

**Moments full of laughter**

- What was the best prank or joke you've ever played on someone or someone has played on you?
- What's the funniest childhood memory of your family?
- Have you ever had a culinary mishap? Tell us about it!
- What never fails to put a smile on your face?
- What did you believe in as a child that you find funny today?

**Turn on your imagination!**

- What foods will people eat in a hundred years?
- What flavors do you feel today? Sweet, salty, sour, bitter, umami?
- You land on a desert island and can only eat three foods – which ones do you choose?
- If love had a flavor, what would it be?

**Trzymajcie się ciepło i cieszcicie się wspólnym czasem!**

**Stay warm and enjoy your time together!**

**W razie pytań – zapraszam!**

**If you have any questions, please ask!**

TJHR\_FCISR2025\_Smaki przez pokolenia

Pozdrawiam / with regards,

**JOANNA FARIAN**  
 HR MANAGER

Planned holiday 01 – 11.05.2025

**RONSON**  
 development

al. Komisji Edukacji Narodowej 57 48 005 107 317  
 02-787 Warszawa 22 416 14 78 [ronson.pl](mailto:ronson.pl)

Administratorem Państwa danych osobowych jest Ronson Development Management Sp. z o.o. Państwa dane przetwarzane są w celach wynikających z niniejszej korespondencji. Mają Państwo prawo dostępu do danych, ich poprawienia, usunięcia, ograniczenia, jak również prawo wniesienia skargi do PUODO. Więcej informacji o przetwarzaniu danych osobowych znajdą Państwo pod adresem <https://ronson.pl/rodo>.

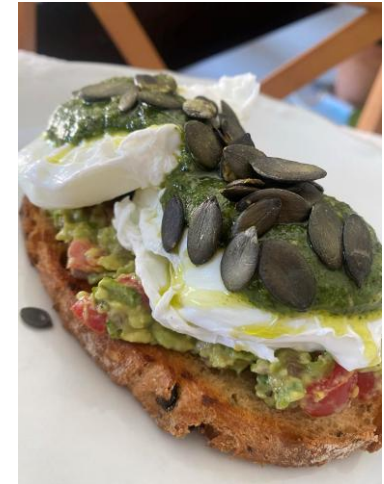
Ronson Development Management Sp. z o.o., al. Komisji Edukacji Narodowej 57, 02-787 Warszawa, Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, KRS: 000002498, NIP: 527-22-63-325, wysokość kapitału zakładowego: 50 000,00 zł

Niniejszy e-mail (w tym również załączniki) może zawierać poufne lub podlegające ochronie informacje służące Ronson, i jest przeznaczony wyłącznie dla adresata. Jeżeli nie jesteście adresatem, proszę skontaktować się z nadawcą. Odpowiedź na e-mail oraz wszelkie wydrukowane materiały mogą zawierać poufne lub chronione informacje. Jeżeli nie jesteście nadawcą, proszę poinformować nadawcę o tym, że otrzymaliście ten e-mail. Nie należy udzielać odpowiedzi na e-mail, jeśli nie jesteście nadawcą. Jeśli otrzymaliście ten e-mail, proszę poinformować nadawcę o tym, że otrzymaliście ten e-mail. Nie należy udzielać odpowiedzi na e-mail, jeśli nie jesteście nadawcą. Jeśli otrzymaliście ten e-mail, proszę poinformować nadawcę o tym, że otrzymaliście ten e-mail. Nie należy udzielać odpowiedzi na e-mail, jeśli nie jesteście nadawcą.



# Migawki z akcji

- Przykładowe zdjęcia dań



# Migawki z akcji



## Wybrane opinie pracowników:

1. „Super pomysł z tymi przepisami! Fajnie było podzielić się czymś od siebie 😊 Fartuchy i torby – od razu można się poczuć jak Masterchef i od razu zrobiło się bardziej klimatycznie podczas gotowania!”
2. „Uwielbiam takie akcje! To naprawdę fajny sposób, żeby się lepiej poznać. Dwie godziny wolnego – rewelacja 😊”
3. „Super inicjatywa! Takie akcje motywują do działania i sprawiają, że czujemy się docenieni.”
4. „Mega fajne doświadczenie! Cieszę się, że firma pozwala na takie małe przyjemności, na coś co buduje relacje.”
5. „Takie akcje to strzał w dziesiątkę! Pozytywna atmosfera, fajne wyzwania i możliwość spędzenia czasu z bliskimi – czego chcieć więcej? Świetna robota!”

# ESG



Tak, planujemy wpisać akcję #HumanBE #2h4family w raportowanie ESG.



# HumnaLINK - Indeks Więzi Społecznych



W tym roku nasza firma nie wzięła udziału w badaniu sieci społecznych **HumanLINK**.

HumanLINK to pierwsze w Polsce badanie, które kompleksowo analizuje poziom osamotnienia i więzi w miejscu pracy i otoczeniu organizacji.

Badanie daje możliwość zbadania wpływu kultury organizacyjnej firmy na rozległość i trwałość relacji tworzonych przez pracowników. A każdemu pracownikowi na stworzenie mapy własnych relacji w wymiarze rodzinnym, społecznym i zawodowym.

Wyniki mogą być wykorzystane w raportowaniu ESG!

Więcej o badaniu na:

<https://2godzinydlarodziny.pl/humanlink/>

## RAPORT FIRMOWY



# Ankieta

Prosimy bardzo o udział w krótkiej ankiecie

W prezentacji lub mailu zgłoszeniowym do konkursu prosimy o potwierdzenie udziału w Ankiecie –

**Poniżej Link do Ankiety >>>>>**

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfn4R-0PUfR9xuKP549W4wxix9UOjkN2SqZCFAD4ak0jB\\_ZgQ/viewform?usp=sharing&oid=111106590916380325903](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfn4R-0PUfR9xuKP549W4wxix9UOjkN2SqZCFAD4ak0jB_ZgQ/viewform?usp=sharing&oid=111106590916380325903)



The banner is for the XIV edition of the HumanBE action, titled 'SMAKI PRZEZ POKOLENIA 2025'. It features a central illustration of a diverse group of people of various ages and ethnicities standing on a globe. The text on the banner includes the HumanBE logo, the date '15 MAJA - MOTTO XIV EDYCJI: SMAKI PRZEZ POKOLENIA 2025', and the hashtag '#2h4family #HumanBE'. It also mentions '2godzinydlarodziny.pl' and '2h4family.com'. A call to action 'DOŁĄCZ DO NAS' is present. Below the banner, there is a section titled 'Co zyskuje Twoja firma biorąc udział akcji HumanBE #2h4family?' followed by a thank-you message in Polish: 'Dziękujemy bardzo za dołączenie do XIV edycji akcji HumanBE- "Dwie godziny dla Rodziny i dla Człowieka" Instytutu Humanites. Będziemy wdzięczni za poświęcenie kilku minut na podzielenie się z nami Waszą opinią. Pani/Pana głos pozwoli nam jeszcze lepiej zaplanować kolejne akcje 2h4family / 4human.'

# Od 14 lat HumanBE przeciwdziała samotności i kryzysowi więzi!



## Kampania „HumanBE - Dwie Godziny dla Rodziny/Człowieka” powstała

w odpowiedzi na globalne trendy: kryzys więzi, spadek poczucia sensu, zjawisko samotności w dobie transformacji technologicznej - w świetle m.in. potrzeb rynku pracy - zaangażowanych zespołów i zdrowego społeczeństwa.

Do tego, stworzonego w Polsce przez Instytut Humanites, ruchu na rzecz bliskości, międzypokoleniowych mostów oraz zmiany kultury pracy i stylu życia, który zyskał międzynarodowy zasięg dołączyło już ponad **3000 firm**, z **ponad 50 krajów na całym świecie**.

Więcej na [www.2godzinydlarodziny.pl](http://www.2godzinydlarodziny.pl) oraz [www.humanites.pl](http://www.humanites.pl)



## HumanBE w dobie AI

Dziękujemy że dołączyliście ! 😊

#HumanBE #2h4family #4human